（上接第3版）

花城出版社出版的麦家作品《人间信》位于第二名，该书是麦家自《人生海海》之后暌违5年的又一长篇小说，自2024年出版以来便备受瞩目。与以往谍战悬疑不同，《人间信》继承了被称为麦家“转型之作”的《人生海海》中立足小人物的叙事手法，以“我”的第一视角展开，讲述了一家四代人的故事，刻画出母亲、父亲、奶奶、小妹等一系列鲜活的人物群像，以“我”和父亲的纠葛为主轴，探索了作家的内心，正如麦家的自述：“如果说《人生海海》讲的是天下事，《人间信》就是向我内心深处攀升、钻研，写进了我的内心深处。”

由江苏凤凰文艺出版社出版的《十八岁出门远行》排名第三位，该书是余华的成名作，1989年由作家出版社出版，此后由明天出版社再版，2024年版收录了《十八岁出门远行》《鲜血梅花》《往事与刑罚》《此文献给少女杨柳》等10个短篇小说，全面呈现了余华早期先锋文学风貌，其内容“常读常新”，尤其契合当代青年精神困境。

排行榜第四名的《猫鱼》则是由演员、电影人陈冲创作的自传性散文集，不仅追溯了其四代知识分子家族史，也在文中披露了《末代皇帝》《太阳照常升起》等电影的幕后故事，被学者认为“既是个体生命史，又是时代大记录”。该书以“猫鱼”喻指渺小却坚韧的生命力，以及记忆的消逝与复活，文字书写细腻克制，受到一众读者的追捧。

同列第五位的是中国当代文学界地位举足轻重的两位作家格非的《登春台》和迟子建的《东北故事集》。《登春台》是译林出版社于2024年出版的长篇小说，以改革开放40年为背景，通过4位主人公的命运交织与精神探索，展现了现代社会中个体与世界的复杂关联性，作品融合了现实主义的细腻描摹与哲学思辨的深度。迟子建的《东北故事集》由人民文学出版社出版，以三个中短篇钩沉东北历史，分别讲述了清末黑龙江畔的海兰泡惨案（《喝汤的声音》）、宋徽宗幽囚五国头城的岁月（《白釉黑花罐与碑桥》）、晚清罗振玉甲骨散佚事件（《碾压甲骨的车轮》），将历史与现实、虚构与真实串联起来。

综上所述，2024年度海外馆藏数量超过30家的6种图书仍以中国当代文学为主。尽管与上一年度相比馆藏数量有所下降，但中国当代文学依然是中国中文图书在海外最具传播影响力的类别，中国当代文学不仅是中国文化“走出去”的重要载体，更是海外读者了解当代中国的重要窗口。因此，在守住这块“阵地”的同时，更要加强国际传播的力度和效能，使更多优秀的中国图书触达世界各地的读者。

提升中国出版国际化水平的关键路径 打造精品与激发地方活力

根据对中国大陆近600家出版机构2024年1月~12月出版的英文图书品种馆藏数据监测发现，2024年度中国大陆出版机构英文图书出版及海外馆藏品种涉及108家中国出版机构（与上一年度相比增加了6家），合计出版了505种英文图书，而进入世界图书馆系统永久收藏的品种为28种（见表6）。

通过表6、表7可以发现，中国出版机构2024年度英文出版情况与往年相比，品种数量增加明显，但海外图书馆永久收藏品种数大幅下滑，这反映出中国出版机构的英文出版物在质量和吸引力上仍有待提升。表6数据则表明，虽然一些大城市如上海、澳门、武汉等地的出版机构在英文出版方面表现突出，但仍有大量城市的出版机构未能进入世界图书馆系统，这表明中国出版机构的国际影响力存在地域不平衡的问题。因此，中国出版机构（不含港澳台）仍需提升国际出版能力。对此，本报告特别提出两点建议。

第一，中国出版机构在英文出版中应强化精品意识，打造高质量出版物。出版机构需立足国际视野，深入研究海外读者需求与学术前沿动态，优化选题策划，避免同质化、低水平重复出版。根据历年数据，入藏品种为文史、政治、经济管理、教育类的英文品种出版物更容易得到海外图书馆机构的青睐。2024年度位于榜首的外文出版社出版的4种英文图书：《习近平著作选读》（*Selected readings from the works of Xi Jinping*）、《全球发展报告》（*Global development report*）、《中国发展报告》（*China development report*）、《艾克敦译中国戏曲选》（*Popular Chinese plays*）均为容易受到海外图书馆欢迎的品类。但是，在出版精品的同时，若缺乏有效的推广和发行渠道，海外图书馆和读者仍难以接触到中国出版的英文书籍。因此，中国的出版机构应加强与全球知名学术数据库（如Springer、Elsevier、JSTOR）的合作，推动优质出版物进入国际主流学术检索系统。

第二，鼓励和支持更多的地方出版机构参与国际出版竞争，推动中国出版的整体国际化水平提升。2024年度英文图书品种出版地署名中国城市的数量较2023年度增加了1个，中国有22个城市出版英文图书，出版品种共计3116种，较2023年度增加了542种。2024年度英文图书品种出版地署名城市中，香港、台北、澳门出版英文图书共计1993种，约占中国所有城市出版英文图书总量的64%，香港书籍市场面向国际，许多国际出版机构的分支机构设立在香港，这使得香港每年能出版丰富的英文图书品种。在排行榜前5名中，内地城市只有北京和上海，其中北京英文图书出版705种，仅次于香港。2024年度较上一年度英文图书品种出版地署名城市排名差异较小，但英文图书品种数较上年度均有增加。同时也应看到如武汉、南京、广州、杭州、西安等大城市发力不足，各地政府应出台更多针对性的政策，支持地方出版机构“走出去”。地方出版机构也要抓住机遇，提升内容质量和国际化表达，立足于本地风土，打造具有地方特色的英文出版物，例如，武汉作为中国中部地区的文化中心，可以依托其丰富的历史文化资源，开发关于楚文化、长江文明等方面的英文图书。南京则可以围绕其古都身份，推出关于明清历史、江南园林等主题的英文出版物，吸引海外读者对中国传统文化的兴趣，以此来推动中国出版的整体国际化水平迈上新台阶。

中国出版国际化现状、挑战与“三跨”战略 基于全球图书馆14年纵向研究

综上所述，本报告通过OCLC、CINII等全球图书馆系统的检索发现，中国出版机构传统纸质图书馆藏数量近几年来呈减少趋势，而数字出版物的入藏品种数量相较上一年度呈现小幅增长趋势，整体国际化水平仍面临诸多挑战。海外图书馆正加速采购电子书、数字资源，但中国出版机构在数字出版领域的全球布局仍较为滞后。中国当代文学虽已成为国际图书市场的“文化名片”，但如何进一步提升中国当代文学和中国图书的国际影响力仍值得思考。通过世界图书馆系统收藏的中国出版机构出版的英文图书品种以及中国出版地城市排名来看，中国出版机构在英文图书出版领域发力不足。而海外图书馆作为中国出版产品最大的机构用户市场，其需求正在迅速转变，中国图书在海外的影响力仍有很大的提升空间。

基于14年的纵向观察与研究，本报告得出以下判断：一是中国出版已经身在数字化的革命时代之中，这种数字化技术、AI模型与出版这一古老行业的结合，意味着不同出版类型的分野会更加突出。比如文学出版、童书出版，仍然会以单本图书的知识形态长久存在，而且愈加强调作者、出版者的原创性，即突出人的价值在出版行业中第一驱动力的性质。只有AI等人工智能无法创作的文学作品、学术专著，才是真正的旷世之作。我们鼓励更多的出版社出版这种“永垂不朽”的图书。二是对于教育出版、科学出版、医药出版而言，中国出版机构明显落后于各大跨国出版集团。迄今为止，除了少数几个中文期刊数据库之外，由中国大陆出版机构出版的中文主题数据库，仍在起步过程中，还未广泛进入海外高校、研究机构、图书馆的采购名单之中。因此，中国出版机构应紧跟时代步伐，在数字出版领域加大投入和资源整合力度，推动出版业与数字技术深度融合，以适应海外读者日益增长的数字化阅读需求。

正如本研究报告以往呼吁的，“三跨”是加强中国大陆出版机构对外传播能力建设的有效途径，一是要着力提升跨文化、跨语种的出版能力。中国出版机构的图书、期刊、数字化产品不仅要满足中文本土读者的需要，还要被不同国家、民族和文化地区的人们接受和喜爱。二是扩大跨地域、跨国别的市场占有率。跨地域、跨国别的出版市场，意味着未来中国出版机构不再以中国大陆为单一市场，还要面对世界不同国家、地区的读者需求，在出版对象国有针对性地开展出版活动。一个国家出版的文化产品是否能够占有跨地域、跨国别的市场，在多大程度上占有，是判断这个国家是否为出版大国的核心指标。三是汇聚世界化、多元化的出版人才。所谓世界化、跨文化的出版人才，意味着未来中国出版企业不仅仅以中国员工为主，还要大量具有不同文化背景、不同宗教信仰以及来自不同国家和地区的编辑、出版和发行人才。“三跨”是中国出版国际化水平的标志，也是要一以贯之进行奋斗和努力的目标。

表7 2024年度英文图书品种出版地署名中国城市一览表

排名	地区	英文图书品种
1	香港	1445
2	北京	705
3	台北	394
4	上海	240
5	澳门	154
6	武汉	43
7	南京	21
8（2家）	哈尔滨	19
9	广州	19
	成都	16
10（2家）	长沙	10
	西安	10
11	杭州	8
12	合肥	6
13（2家）	长春	5
	天津	5
14（2家）	郑州	4
	重庆	4
15	南宁	3
16（2家）	沈阳	2
	济南	2
17	兰州	1
18（12家）	昆明	0
	银川	0
	石家庄	0
	西宁	0
	太原	0
	贵阳	0
	南昌	0
	福州	0
	海口	0
	拉萨	0
	乌鲁木齐	0
	呼和浩特	0

表6 2024年度中国大陆出版机构英文图书出版及海外馆藏品种排行榜

排名	出版机构	出版品种	海外收藏品种
1	外文出版社	31	4
2	清华大学出版社	29	1
3	高等教育出版社	27	0
4	冶金工业出版社	22	0
5（2家）	哈尔滨工业大学出版社	18	0
	崇文书局	18	0
6	五洲传播出版社	17	3
7（3家）	机械工业出版社	16	1
	外语教学与研究出版社	16	1
	东南大学出版社	16	0
8	科学出版社	12	2
9	华中科技大学出版社	11	1
10	化学工业出版社	10	1
11（3家）	中南大学出版社	9	1
	世界图书出版公司	9	0
	南方日报出版社	9	0
12（3家）	电子工业出版社	8	0
	中国人民大学出版社	8	0
	上海外语教育出版社	8	0
13	上海交通大学出版社	7	0
14（6家）	中央编译出版社	6	2
	社会科学文献出版社	6	1
	厦门大学出版社	6	1
	上海三联书店	6	0
	武汉大学出版社	6	0
	中国建筑工业出版社	6	0
15（4家）	北京大学出版社	5	0
	人民邮电出版社	5	0
	西安交通大学出版社	5	0
	浙江大学出版社	5	0
16（6家）	中译出版社	4	2
	经济科学出版社	4	0
	中国经济出版社	4	0
	世界知识出版社	4	0
	知识产权出版社	4	0
	苏州大学出版社	4	0
17（19家）	新世界出版社	3	1
	新星出版社	3	1
	商务印书馆	3	0
	气象出版社	3	0
	人民卫生出版社	3	0
	对外经济贸易大学出版社	3	0
	河海大学出版社	3	0
	江苏大学出版社	3	0
	中国科学技术大学出版社	3	0
	中山大学出版社	3	0
	法律出版社	3	0
	光明日报出版社	3	0
	中国财政经济出版社	3	0
	吉林大学出版社	3	0
	中国传媒大学出版社	3	0
	四川大学出版社	3	0
	科学技术文献出版社	3	0
	暨南大学出版社	3	0
	西安电子科技大学出版社	3	0
18（14家）	天津人民出版社	2	1
	中国轻工业出版社	2	0
	中国社会科学出版社	2	0
	中国农业出版社	2	0
	中国海洋大学出版社	2	0
	中国协和医科大学出版社	2	0
	中国水利水电出版社	2	0
	天津大学出版社	2	0
	中国商务出版社	2	0
	重庆大学出版社	2	0
	国防工业出版社	2	0
	东方出版中心	2	0
	安徽大学出版社	2	0
	东北大学出版社	2	0
19（39家）	山东人民出版社	1	1
	江苏凤凰文艺出版社	1	1
	合肥工业大学出版社	1	0
	中国税务出版社	1	0
	当代世界出版社	1	0
	南开大学出版社	1	0
	北京语言大学出版社	1	0
	立信会计出版社	1	0
	中国矿业大学出版社	1	0
	生活·读书·新知三联书店	1	0
	上海书画出版社	1	1
	南京大学出版社	1	0
	北京理工大学出版社	1	0
	中国大百科全书出版社	1	0
	中国金融出版社	1	0
	首都经济贸易大学出版社	1	0
	上海人民出版社	1	0
	河南科学技术出版社	1	0
	石油工业出版社	1	0
	华东理工大学出版社	1	0
	河南大学出版社	1	0
	中国城市出版社	1	0
	上海科学技术出版社	1	0
	北京出版社	1	0
	上海大学出版社	1	0
	中国政法大学出版社	1	0
	上海社会科学院出版社	1	0
	中西书局	1	0
	同济大学出版社	1	0
	哈尔滨工程大学出版社	1	0
	广西科学技术出版社	1	0
	东华大学出版社	1	0
	北京航空航天大学出版社	1	0
	甘肃人民出版社	1	0
	武汉理工大学出版社	1	0
	国防科技大学出版社	1	0
	国家图书馆出版社	1	0
	上海人民美术出版社	1	0
	海洋出版社	1	0

2025出版智库成果发布交流会（第二场）在京举行

10项出版智库成果发布

（上接第1版）

中南出版传媒产业研究院发布《国内主要出版集团总部职能与管控模式研究》。发布人周亦翔提到，当下出版集团总部职能持续优化，逐步聚焦于强化党的领导、战略统筹、资源配置、风控体系与业务协同，其核心目标在于加强内控，提升资源配置效率和市场竞争力，以实现集团效益最大化。在新一轮国企改革深化背景下，出版集团需精简层级、明确定位，构建价值型总部：一是厘清组织边界，构建分工合理的母子公司管控关系；二是强化母公司功能，逐步恢复控股集团对出版、发行、印刷等主业资源的实质掌控；三是提升运转效能，以数字化建设为抓手，整合财务、人力、法务等通用职能，推动总部管理“去冗余、强协同、提效率”。

腾讯研究院发布《推进大模型与数字出版双向赋能、融合创新——大模型与数字出版产业发展研究报告》。发布人杨健总结了大模型重塑数字出版业发展的三大趋势：多智能体协作驱动人机协同创作、数字内容供给呈现多层分化、传统出版企业与大模型企业合作持续升级。他认为，未来应充分释放出版业高质量语料价值，积极打造可信大模型、可信内容生态；鼓励并扶持大模型技术企业与出版业共创，如组建“出版业人工智能技术研发与应用创新实验室”等；支持出版企业与文化领域技术企业、平台型企业加强合作，共同与行业上下游各方协同发展，拓展产品服务形态边界。

南方出版传媒发展智库发布《生成式人工智能背景下图书编辑核心能力构建研究》。发布人肖延兵表示，生成式人工智能的发展对图书编辑核心能力提出新要求，编辑应具备更全面的应用功能选择能力、更综合的技术应用适配能力、更敏捷的选题策划创新能力、更深层的内容导向把关能力以及更强大的协作组织整合能力。构建编辑核心能力需从多层面发力：编辑要提升人工智能应用等能力，参与创新实践；出版机构要优化出版流程，构建培训体系，建立内容技术融合生态；宏观层面要推进行业应用落地，优化人才结构，升级数据资产运营体系，建设标准规范与协同创新体系。

武汉大学出版研究院发布《数字出版智能编校应用效果评价研究》。发布人方卿介绍，当前智能编校系统在基础性文字审校与内容合规控制方面具备显著优势，然而仍面临“语义理解弱、结构识别浅、专业适配差、学习能力低”等技术瓶颈，从业者对其智能化水平与专业深度的期待也日益提升。未来，智能编校系统应从智能性、专业性、安全性三方面持续突破：加快融合大模型与多模态技术，提升语义分析与逻辑判断能力；构建覆盖多学科的知识图谱与专业术语库，推动系统向深层理解与领域适配迈进；加强对数据安全与伦理规范的保障体系建设，推动系统在合法合规框架内健康发展。

电子工业出版社融合创新发展研究院发布《专业学术数据库研究》。发布人徐静指出，专业学术数据库经历了学术资源数字化、学术出版开放化、学术服务智能化、学术赋能全链化四个阶段。国内在专业特色资源整合与基础服务供给上形成局部优势，但在技术深度、生态开放度与商业成熟度方面对比国际头部平台仍有差距。他建议，未来专业学术数据库应以垂直领域深度开发为根基，通过“数据库+出版”的生态协同和资源互通形成内容护城河。同时，进一步开发细分市场，以动态定价与差异化等策略开拓多层次市场空间。

山东出版传媒数字融合产业研究院发布《新时代古籍整理出版与地方文化建设研究报告》。发布人申维龙谈到，在新时代，古籍整理出版作为地方文化核心载体，通过数字化转化等现代化阐释，为地方文化建设提供源头活水。如山东省通过《齐鲁文化经典文库》等古籍整理成果，实现文化传承、创新与认同支撑。同时，地方文化建设能从需求、保障、技术等层面反哺古籍工作。他表示，古籍作为文化基因的“存储器”，为地方发展提供精神原力；地方文化建设则通过需求牵引、技术赋能、价值转化，赋予古籍新的时代内涵。

华东师范大学上海出版研究院发布《阅读推广人实践：角色、挑战与制度支持》。发布人邓香莲从阅读推广人的角色、功能以及阅读推广活动的困难层面展开探讨。她提到，优秀阅读推广人普遍有强烈的阅读热情与奉献精神，同时具备良好的创新能力与卓越的沟通能力，他们同时承担着文化中介者、社会动员者和社会学习榜样多重功能。阅读推广人通过分享阅读经验、组织讨论活动，为读者提供可模仿的榜样。这种社会学习的机制使阅读推广人成为读者行为转变的关键推动者。

中国人民大学出版研究院发布《国际知名大学出版社全球化发展策略调研报告》。发布人李永强表示，国外知名大学出版社凭借其学术严谨性、与学术界的深度互动、全球视野与长远眼光，在全球学术出版领域占据了十分重要的地位。这些大学社通过构建全球学术网络与合作体系、创新学术成果传播机制、注重本土化运营、推动学术标准国际化、开展多语种出版与文化多样性以及实施区域化内容合作，积累了丰富的成功经验。他认为，中国大学出版社应借鉴国际经验，优化战略定位，构建“标准—平台—生态”三位一体体系，加强政策支持与协同推进，实现高质量发展，提升国际影响力。

当代中国与世界研究院国际出版研究中心发布《当前国际出版方面协会情况研究报告》。发布人孙敬鑫通过分析12个全球性国际出版协会和11个区域性国际出版协会的组织架构与职能分工，归纳出国际出版方面行业协会的两大主要功能，即对外代表会员集体表达权益主张和对内提供跨国利益协调场所。他表示，未来可以从平台创制、议题塑造、市场培育三个维度着手，积极塑造数智转型下国际出版业的新规则、新议题与新空间，塑造跨区域出版治理共识，为打造“平等、公正、包容、互惠”的全球出版业治理体系作出贡献。

出版智库机构负责人、联络员和有关同志，以及其他出版单位、高等院校等相关人员线下参会。 （张绮月）