

## 2025 海外出版合作国际交流培训会举办

# AI 影响及国际合作成“走出去”关注热点

中国出版传媒商报记者 渠竞帆

7月16日~19日,由中华出版促进会文化出版合作国际事务委员会主办的2025海外出版合作国际交流培训会在京举行,围绕选题策划、图书编辑与市场推广等话题展开研讨,中外出版人、高校师生分享了关于中国图书“走出去”的最新实践与思考。

### 中国文学在俄罗斯受欢迎

俄罗斯国立人文大学副博士伊莲娜与俄罗斯在校大学生分享了中国文学在俄罗斯的翻译出版情况,以及受欢迎的中国作家和作品。她在视频发言时表示,俄罗斯早在18世纪就开始翻译中国文化、哲学及文学类图书,这一过程与俄罗斯东方的发展过程关系密切,此间翻译出版了大量中国古典作品。1953年以后,由于政治原因两国文化交流减少,但俄罗斯汉学家翻译中国文学、研究中国文化的步伐从未停止。进入21世纪,中俄两国不断深化全方位合作,各领域取得丰硕成果。2013年,中俄两国签署“中俄经典与现代文学作品互译出版项目”备忘录。截至2021年年底,中方已翻译出版俄罗斯文学56种,俄方翻译出版中国文学45种。2016年,45种中国文学作品中有5种进入“俄罗斯最受欢迎的10本中国畅销书”榜单。伊莲娜介绍,目前俄罗斯各大城市书店常常能看到中国文学作品俄文版上架,未来将有更多中国文学有声版在俄罗斯问世。俄罗斯越来越多的年轻人希望学好中文后入职出版社从事文学翻译工作。

谈到中国图书的翻译,伊莲娜表示,目前俄罗斯几乎每所大学都设有中文系,莫斯科国立大学、俄罗斯高等经济学院、圣彼得堡国立大学、喀山联邦大学等高校,以及东方文学出版社都对翻译出版中国文学兴趣浓厚。她建议

中国出版机构与这些机构开展合作。

俄罗斯多位高校学生在视频发言中表示,他们对中国当代文学充满热情,既研究作家整体的创作特色,也深入分析具体作品的独特性。他们从阅读余华、苏童、莫言、韩少功、迟子建、张悦然等作家的作品开启了中国文学之旅,从中了解中国历史、文化和社会,以及中国家族和历史记忆的代际传递。他们也希望投身翻译领域,为俄罗斯读者架起了解中国文学的桥梁。

俄罗斯汉语教师萨维林介绍了中国童书在俄罗斯的翻译出版情况。中国童话很早以前就在俄罗斯翻译出版,《山海经》《神笔马良》《西游记》等经典作品至今仍不断再版,佛教寓言故事也屡屡被收入童话集。此外,中国网文和文化热潮正在吸引俄罗斯青少年阅读仙侠、武侠等中国网文和漫画,通过阅读这些充满神话和东方美学的作品获得快乐,还激发了学习汉语、探索中国文化的兴趣。他曾对童话故事《走出森林的小红帽》做文本解读,还向俄罗斯出版界推荐了展现传统戏曲之美的中篇小说《锦裳少年》。

### “走出去”面临AI新机遇新挑战

中信出版集团股份有限公司首席专家乔卫兵分享了关于AI时代国际出版合作转型趋势的洞见。他认为,国际出版的传统模式受到信息不对称、文化冲突、成本高昂、资源分散及跨国合作效率低下等因素限制,同时也受到大数据、云计算、区块链、人工智能与元宇宙技术的推动,国际出版业正在经历前所未有的范式变革。这不仅重塑了内容生产与传播流程,还重新定义了全球知识共享的逻辑与伦理。传统以版权贸易为核心的“内容交易”模式,逐渐让位于技术驱动的“生态共建”体系。这意味着出版业不仅是知识的搬运工,而且成为跨文明对话的架构师。这一变革不仅是技术工具的更新,更是全球知识生产、传播与共享逻辑的根本性重构。技术驱动下的国际

出版合作涉及资讯获取、选题遴选、定价策略、内容生成、价值分配等环节,正在从人工筛选向智能筛选、从人工决策向智能决策、从人工主导向人机协同、从线性合作向生态共生、从版权交易向数据确权、从产品交付向场景嵌入发生全方位的深刻转变。

中国建筑工业出版社(以下简称“建工社”)版权经理刘文昕介绍了近年来该社在中日韩版权贸易方面的创新与突破。新冠疫情后建工社版权输出趋向精准,形式更加多样,但是存在因市场化分工不精细致使效率不高,对纸书以外其他形态产品版权开发不够等问题。除正常的版权引进、输出之外,建工社的国际合作从改革开放之初的国外策划、中方组稿、国外出版发行向国内外共同策划、组稿及国内发行转变,未来将探索国内外同步发行的合作模式。建工社联合日韩出版界共同推出的“书·筑”书系,由日本建筑界泰斗榎文彦、韩国出版业领袖李起雄策划,日本书籍设计大师杉浦康平担任评审委员长,中日韩三国顶级建筑师、平面设计师共同创作和设计装帧,历经4年打磨,该书系以中日韩英4种语言于2017年出版,近年来在多地举办巡展,获得美国“One Show 国际创意奖”(即金铅笔奖)、全美班尼印刷奖、纽约ADC优秀奖等国际大奖。刘文昕表示,该书系除了邀请国外顶级作者创作和设计,还与顶级材料供应商、印刷商合作。在语言、地域、思维文化和人的差异,以及内容、设计环节合作都面临极大挑战。该社先后尝试上百种不同质地的纸张、近百种工序、多种印刷与装帧技术,充分展现了其在策划、编辑、设计、印制方面的综合能力,积累了与国外作者、设计师的合作经验,提升了印制水平,创新了策划组稿、装帧设计、印制技术和营销宣传等方式。

### 内容质量与市场营销同等重要

五洲传播出版社(以下简称“五洲社”)国际合作部主任杨雪介绍了该社中外互译出版合作的探索与实践。在阿语和

西语市场,五洲社均是对外翻译出版传播中国图书的主力军之一;将刘震云、麦家、徐则臣、迟子建等中国知名作家及其作品介绍到阿拉伯世界,还策划“中国当代作家及作品海外推广”项目,出版诺贝尔文学奖获得者莫言、茅盾文学奖得主刘震云、麦家等十几位著名作家的西文作品。五洲社参与中阿典籍互译出版工程、中经经典和当代文学作品互译出版项目、中沙经典和现当代文学作品互译出版项目和中古经典互译出版项目。为推进中外互译项目,五洲社构建全链条协作体系,组织协调专家机制,建立翻译、审读以及出版机制,同时积极开展线下宣传和That's books自有平台与海外主流媒体的线上推广。为推进外版图书本土化,该社跟进国内图书销量、海内外加印数据及读者反馈,并结合数字平台用户行为分析优化选题与推广策略,确保项目持续贴近市场需求。

中国社会科学出版社(以下简称“社科社”)国际合作与出版部版权经理张冰洁介绍了该社把好质量关、提升国际传播效能的经验。作为中国学术“走出去”的主力军,社科社一方面加强“一带一路”合作出版布局,另一方面打造“中社智库”,向世界传播中国高端智库声音。该社注重政治质量关、学术质量关、翻译质量关和编校质量关四关建设,加强译者和审稿专家队伍建设,对改写、翻译、审稿、编校等环节进行动态把关,让“走出去”的作品更符合受众阅读习惯、更具吸引力,以实现“走出去”图书传播效果的最大化。

此外,北京语言大学出版社总编辑陈维昌分享了外宣精品图书选题策划的国际化思维。上慕(欧洲)版权代理有限公司CEO任蕾介绍了欧洲图书出版发行市场及中外书业资本合作等方面信息。中国青年出版总社(英国)国际出版传媒公司原总经理郭光介绍了该公司本土化经营及进入国际主流市场的实践经验。北京中外翻译咨询有限公司出版事业部主任黄林清围绕图书“走出去”中的人工智能翻译实践与局限进行了分享。



7月23日,美国白宫发布了名为《赢得竞赛:美国人工智能行动计划》(以下简称“计划”,*Winning the Race: America's AI Action Plan*)的纲领性文件,总统唐纳德·特朗普随后签署了数项行政命令,以确保该计划落地执行。

这份长达28页的计划,由白宫科技政策办公室(Office of Science and Technology Policy)、白宫AI与加密货币政策负责人大卫·萨克斯(David Sacks)及国家安全事务助理马可·卢比奥(Marco Rubio)等人主导,被外界视为特朗普第二任期内,针对AI领域最为系统和激进的战略布局。

该计划侧重于将AI快速融入政府业务,鼓励所有联邦机构修订并废除任何“不必要地阻碍AI发展或部署”的规则、法规、协议或行政命令,还倡导创建开放模式,允许“初创企业和学术界获得大规模计算能力”,重点关注科研领域。为此,特朗普政府将要求联邦机构全面审查并修订、甚至废除被认为阻碍AI创新和应用的法规。其核心目标是通过“移除繁文缛节”和加速基础设施建设,尤其是为科技巨头进行大范围的“松绑”,确保美国在全球AI竞赛中获得“无可争议的、无可挑战的全球技术主导地位”。

为落实计划,特朗普签署了3项总统令,一是加快AI基础设施项目建设。二是允许出口AI芯片和其他软硬件。三是防止联邦政府使用“被注入党派偏见或意识形态偏见”的AI技术。该计划试图利用联邦政府的财政影响力,来统一全国的AI监管步伐。文件建议,联邦政府在分配资金时,必须考虑一个州的AI监管环境。这意味着,如果某个州的AI相关法律被联邦政府单方面判定为过于“繁重”,可能阻碍资金有效性,那么该州申请联邦资助的项目就有被削减甚至砍掉的风险。

该计划提到了出版商最关心的知识产权和版权保护问题,认为“美国政府必须有效应对美国AI公司、人才、知识产权和系统面临的安全风险”。但在7月23日的会议上,特朗普将版权描述为“AI快速发展的障碍”,他指出,“应允许AI使用丰富的知识库,而无需经过复杂的合同谈判,还需要建立统一的联邦标准来管理AI对版权内容的使用,而不是由各州来管理。”

美国出版商协会主席兼CEO玛丽亚·帕兰特(Maria A. Pallante)在声明中说:“我们赞赏政府在制定这项行动计划时发挥的领导作用。没有人会否认AI既是一项大有可为的技术,又对全球安全构成严重威胁。出版业必须保持警惕但也要参与其中,尤其是AI在学术和科研领域的应用。未来几个月,我们期待与政府在AI和知识产权方面进一步合作。高质量的AI取决于高质量的版权内容,文学和科学领域的出版物都包括在内,这使得强有力的版权保护和市场许可对于保护和促进美国利益和价值观更加重要。”

该计划一经公布,就在不同群体中引发不同反响。以科技行业为代表的商界普遍表示欢迎,认为政府减少监管、加速基建审批的做法,将极大释放创新活力,有助于美国企业在全美竞争中保持领先。但同时,由超过80个公民权利组织、工会、隐私倡导团体和环保机构组成的联盟迅速发表了名为“人民的AI行动计划”(People's AI Action Plan)的联合声明,对白宫的方案提出批评。他们认为,该计划将大型科技公司的商业利益置于公众安全、劳工权益和环境保护之上。批评者担忧,放松对AI监管可能会导致技术被滥用,加剧算法偏见和社会不公;为建设数据中心而牺牲环保法规,则与全球应对气候变化的努力背道而驰。关于“意识形态偏见”的模糊定义也引发业界担忧,认为可能成为政治干预技术开发的工具,给企业带来新的不确定性。批评者认为,该计划或许标志着美国政府的AI政策正进入以强化国家竞争力和加速技术创新为绝对核心的新阶段,美国选择的是一条优先考虑发展速度,而非风险防范与全球协作的道路。

## 美国政府发布之新政,为科技巨头全面松绑

## 牛津大学出版社上财年营收小幅下降

## 泰勒弗朗西斯与O公司深度合作

中国出版传媒商报讯 牛津大学出版社近日发布数据显示,2024~2025财年总营收为7.96亿英镑,营业利润为7500万英镑。调整后总营收同比下降2%至8.06亿英镑,调整后营业利润为8300万英镑。

牛津大学出版社面临一系列市场挑战,如受经费削减及学术出版和高校纸质教材销售下滑影响,英国学校数量减少,导致相关业务收入减少。该社继续投资于新技术应用及产品和服务研发,以改善学习与研究成果。今年,牛津大学出版社引入AI赋能工具,如针对学生的牛津备考辅导(Oxford Revise Exam Tutor)、针对牛津英语字典和牛津学术平台用户的自然语言AI搜索助手。牛津英语中心的用户数量增长80%,同时推出牛津高阶英语测试服务(Oxford Test of English Advanced)。该社还将在2050年实现碳中和,并通过长期慈善机构合作伙伴Book Aid International向全球捐赠逾26万种图书。(乐毅)

中国出版传媒商报讯 泰勒弗朗西斯的母公司英富曼(Informa)近日发布2025上半年财报数据显示,通过与AI公司深度合作,泰勒弗朗西斯总营收同比增长20%至20.36亿英镑,调整后营业利润同比增长24.0%至5.79亿英镑,自有现金流同比增长25.0%至3.57亿英镑。反映出强劲的潜在增长以及去年投资组合扩张带来的收益。泰勒弗朗西斯的续订率、开放研究的进一步拓展、对专业数据和内容存档的持续需求,是其收入大幅增长的主要原因。泰勒弗朗西斯各业务板块中,学术板块(即Taylor & Francis集团)持续强劲增长,上半年收入3.287亿英镑,同比增长11.9%;调整后营业利润1.104亿英镑,同比增长17.8%。毛利率也由2024年的31.4%增至33.6%。(陆云)

### 环球资讯

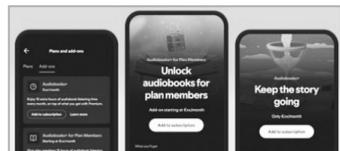
## Spotify平台面向欧洲澳洲11国扩大有声书服务

中国出版传媒商报讯 7月,瑞典流媒体平台Spotify面向欧洲和澳洲11个国家的高级个人会员和套餐会员提供“Audiobooks+”听书服务。用户除了基础套餐中包含的有声书收听时长外,另外还可收听15小时有声书。两项全新付费计划,旨在为高级订阅用户提供更多灵活的选择:一是允许高级个人用户每月增加额外收听时长,在原本每月听书15小时的基础上,额外购买15小时有声书的收听时长,适合想在一个月听长篇小说或多本短书的用户。二是让家庭套餐和双人套餐内的其他成员也能畅听有声书,获得每月15小时的听书额度。成员需先向主账户提出申请,由其购买相应服务

后方可使用。如果听完了想续听,用户还可以单独加购一次性10小时的补充时长。

目前,这两项新服务已在英国、澳大利亚、新西兰、法国、比利时、荷兰、卢森堡、德国、奥地利、瑞士和列支敦士登等市场上线。此前,Spotify曾在爱尔兰和加拿大进行试点。对美国用户而言,Spotify此前已开放单独购买15小时有声书收听时长的“Access Plan”,售价在9.99~12.99美元。此次新增的服务模式,让其他市场的用户也能根据自身需求,灵活定制收听体验。

据悉,“Audiobooks+”听书服务的定价因国家不同而有差异。在加拿大,收费为每月14.99加元,在爱尔兰



收费为12.99欧元,在新西兰收费为19.99新西兰元,在英国额外收听10小时收费为9.99英镑。目前,Spotify平台上的有声书总量已达37.5万种。Spotify还计划借助AI技术进一步拓展内容资源。Spotify在最近一季财报中透露,正在与语音合成公司ElevenLabs合作,使用AI为更多书籍提供语音朗读服务,并探索将英文书籍翻译为其他语言的可能。(陆云)

## 哈珀·柯林斯收购日漫品牌Crunchyroll

中国出版传媒商报讯 哈珀·柯林斯将通过收购日漫出版公司Crunchyroll拓展日漫业务,这将使哈珀·柯林斯的出版品类扩展到日本漫画和图像小说领域。交易将于今年下半年获得监管机构批准后完成。

哈珀·柯林斯总裁兼CEO布里恩·莫里(Brian Murray)表示:“很高兴将我

们的日漫品牌拓展到欧洲市场。作为唯一一家在日本运营的西方大型出版商,此次并购增强了我们在这一快速增长领域的专业性和能力。这是我们在全球市场拓展日漫图书的重要举措,不仅在欧洲,也在英语区市场。

Crunchyroll公司在全球15个国家开展漫画业务,旗下有120个图书品

## 美国“好书网”遭遇“不作为”指责

中国出版传媒商报讯 美国“好书网”(Goodreads)近日遭到不少作者抨击,指责该网站未能保护作者免受评论攻击。作家提出,“好书网”没有有效打击那些书评本尚未发出就抨击书籍的“魔鬼”,因此认为该网站“不作为”。在书评本发出前,这些新书只获得一星评分,导致新书上市后销售乏力。

美国数字试读本平台NetGalley于今年6月推出直接面向消费者的网站Booktrovert.com,除了向书店、图书馆员和书评人提供电子书试读本之外,还向消费者提供读者活动、促销活动、预售活动和购书的链接,也为出版商、作者提供了与广大读者直接联系的方式。出版商可以通过NetGalley平台的自服

务界面开展新书宣传,同时获得消费者分析和人口数据,还通过Kindle、Kobo及其网络阅读器发行数字图书。电子书可通过亚马逊、巴诺网站和Bookshop.org购买,有声书则可通过Audiobooks.com、Libro.fm、Kobo等零售网站销售。

(乐毅)

## 美国“好书网”遭遇“不作为”指责

美国数字试读本平台NetGalley于今年6月推出直接面向消费者的网站Booktrovert.com,除了向书店、图书馆员和书评人提供电子书试读本之外,还向消费者提供读者活动、促销活动、预售活动和购书的链接,也为出版商、作者提供了与广大读者直接联系的方式。出版商可以通过NetGalley平台的自服

(乐毅)