



时代出版创意举办编辑沙龙 畅谈“海外文化+”中心建设

记者 徐越蕾/文 黄洋洋 张良弓/图

在全球文化交流的大潮中,皖版图书的国际化步伐势不可挡。为进一步提升公司国际传播力,增强“走出去”团队力量,促进所属出版社版贸人才的交流,5月14日,别开生面的时代出版编辑沙龙第二期版贸交流会火热登场。

时代出版相关领导、出版业务与国际合作部以及所属9家出版社的版贸精英齐聚一堂。活动内容丰富、形式多样,不仅有精彩的主题分享,还有热烈的经验分享和互动环节,为版贸人才搭建了学习、交流、合作的平台,也为皖版图书的海外推广与营销策略创新注入了新的活力。

主题分享



“海外文化+”中心建设大家谈

在主题分享环节,安徽教育出版社的版贸代表率先登台,通过具体的合作实例和策略分析,为大家揭秘了“海外文化+”新思路如何助力皖版图书在海外大放异彩。

马来西亚是“一带一路”倡议的重要合作伙伴,也是中华文化走出去战略在海上丝绸之路的重要阵地。教育社代表以安徽教育出版社与马来西亚的国际出版合作业务为蓝本,详细讲述了在“海外文化+”马来西亚中心项目中,如何巧妙地利用双方同根同源的文化背景进行精准市场定位,进而实现深度合作与多元推广,让皖版图书在国际市场上声名远扬。

在随后的自由讨论环节,更是智慧火花四溅!各出版社版贸代表积极发言,围绕如何更好地发挥“海外文化+”中心的辐射和孵化作用、创新海外推广与营销策略、实现从“走出去”到“走进来”的转变等议题展开了深入探讨。现场气氛热烈非凡,观点碰撞干货满满。

“今年我社打算成立‘海外文化+’韩国中心,初步打算立足大韩文化出版协会,与我们的合作客户韩国民俗苑共同开展业务。”安徽人民出版社代表透露,计划先以中华优秀传统文化类项目合作作为运营基础,策划相关文化类活动,促进中国图书在韩国的销售,扩大中华文化在韩国市场的影响力。

安徽少年儿童出版社代表则分享了“海外文化+”沙特阿拉伯中心的成功经验,通过“内容+平台+渠道”的联合模式,打造皖版童书“走出去”在“一带一路”沿线的新阵地。“沙特中心自成立以来积极参加中东有影响力的国际书展,包括利雅得书展、沙迦书展、阿布扎比书展等,一大批以少儿社为主的时代出版童书的阿拉伯文版在中东市场得到了充分展示。今年沙特中心的出版成果也将在北京书展进行重点展示。”

时代新媒体出版社代表介绍,近年来该社在数字版权方面取得突破,通过海外数字出版公司,成功地将历年出版产品的

数字版权输出至海外市场,并进行了有效运营。“随着产品线的海外落地,我们也迎来了成立法国中心的契机。计划借助音乐运营平台,实现版权合作。同时与法国出版社、凤凰阿歌特等联络,积极推介产品,进行版权洽谈和合作。”

时代出版“走出去”步伐稳健

时代出版传媒股份有限公司党委委员、副总经理兼副总编辑张堃在总结讲话中,对本次交流会的成功举办表示热烈祝贺,并对与会人员的积极参与和精彩发言给予高度评价。她表示,加强国际传播力建设、推动“走出去”工作具有重要意义,并鼓励各出版社以更加开放的姿态、更加务实的行动、更加创新的思维,不断探索皖版图书海外推广的新路径。同时,她还就版贸人才队伍建设、提升皖版图书的品牌影响力等方面提出了具体的指导建议,包括深化“总编辑领航计划”、加快数字化转型、强化内部资源共享等。

最后,活动方还准备了一份特别的礼物——新书《安徽文化读本》,赠予与会人员。大家纷纷表示,此次交流会不仅让他们收获了丰富的经验和知识,还结识了众多志同道合的同行,为今后工作提供了有力的支持和帮助。

据了解,时代出版近年来积极推动文化“走出去”,将海外中心作为“走出去”的桥头堡,以点带面、梯次推进、集群发展,依托“海外文化+”各中心的海外影响力优势,成功打造“内容+平台+渠道”的联合发展模式。2023年,累计31种图书项目荣获各类国内、国际奖项,8家在皖出版单位全部入选2023~2024年度“国家文化出口重点企业”,教育社等7家单位入选“中国图书海外馆藏影响力出版100强”。《桦皮船》《觉醒年代》《月光不是光》等一批精品图书实现多语种、多地域版权输出,全年版权输出共计508项,海外影响力稳步提升。此外,时代出版编辑沙龙系列活动将持续开展,围绕更多前沿主题展开研讨,让我们共同期待吧!

自由讨论



安徽人民出版社:专注“一带一路”国家和地区的国际渠道建设,重点发力主题出版“走出去”项目的实施与推广,在传播中国声音,展现可敬、可爱之中国形象方面作出了极大努力。



安徽科技出版社:积极探索“走出去”新模式,将单一的版权贸易渠道拓展为多元的外贸渠道,结合自身国际化战略布局,灵活运用项目合作方式,推动科技精品图书走出去,向世界展示中国科技发展成果。



安徽文艺出版社:一直重视走“国际化”之路,用特色精品构建“走出去”通道,大力拓展海外市场,在自己的优势项目上做生意,精确定位、树立品牌,形成自己的特色。



安徽少年儿童出版社:通过“内容+平台+渠道”的联合模式,“海外文化+”沙特阿拉伯中心面向中东构建开放型、融合型的“走出去”平台,打造中国童书“走出去”在“一带一路”沿线的新阵地。



安徽美术出版社:高度重视国际合作,开拓国际化选题,抢抓“海外文化+”中心建设机遇,以图书为媒,让中国文化“走出去”更“走进来”,扎根更多海外读者的心中。



黄山书社:找准定位,精准策划;请教专家,具体把脉;根据奖项,分类施策。



黄山书社:尝试新方法,借力版代迅速打开国外市场,再合力进行深度开发,既能增添合作机遇,又能提升工作效率。



北京时代华文书局:结合现有的“皖美书房”项目和“中图印云”项目,“以点带面”持续推进项目运营,通过纸书“借船出海”,不断提升皖版图书整体“走出去”影响力。



时代新媒体出版社:夯实“走出去”产品线建设,深挖和传播中华优秀传统文化之美,讲好中国故事,讲好安徽故事。



时代新媒体出版社:探索数字版权海外传播新渠道,以更符合现代读者阅读习惯的方式,让优质内容“走出去”“走进来”。