

自“一带一路”倡议2013年提出以来,出版界自觉担当起“丝路故事”的讲述者、“丝路文化”的传播者、“丝路精神”的弘扬者,力求在深层次、全方位的出版交流合作中促进“一带一路”沿线国家的文化交流、文明互鉴。本期《焦点论坛》刊发一组文章,从不同视角探讨了出版业如何在“一带一路”倡议中更好地发挥文化交流与合作的作用,为读者打开一扇思考之窗。

“一带一路”相关图书海外出版发行分析

——兼谈对“一带一路”主题图书走出去的启示

□文 | 罗红玲

[摘要] 2013年以来,我国图书出版围绕“一带一路”建设,推出了大批主题图书。分析“一带一路”主要相关图书在海外的出版发行情况,结果显示,国外发行数量远不及国内;选题内容偏窄;国外发行的大部分著作仍然是中文版本,严重限制了阅读受众面。中国主题图书要想更好走出去,必须重视海外市场需求分析与舆情监测分析,引领把握外语类“一带一路”主题图书的话语权,大力加强对作者资源的开发和利用。

[关键词] “一带一路”图书 海外 出版发行 分析 启示

自2013年以来,我国图书出版围绕“一带一路”建设,推出了大批主题图书。据国家新闻出版广电总局发布的数据,目前我国已出版了980余种、内容涵盖多个学科类别的“一带一路”主题图书。^[1]而且仅仅在2017年上半年的时间里,由全国各大出版机构申报出版的“一带一路”主题图书就已超过500余种。^[2]“一带一路”主题图书的出版不仅为国家倡议构想提供了智力支持,而且通过图书出版走出去与引进来,发挥了文化外交作用,促进了“一带一路”民心相通。本文以海外最大的图书网络销售平台美国亚马逊网站为主体,分析“一带一路”主要相关图书的国际出版发行现状,以把握“一带一路”主题图书在海外的传播发展趋势,并就“一带一路”主题图书走出去提出一些建议。

一、“一带一路”主题出版的界定及其意义

“一带一路”主题出版指的是我国出版界结合国家“一带一路”重要倡议部署,围绕“一带一路”议题而组织策划的出版行为。如上所述,自2013年“一带一路”倡议提出至今,我国出版界围绕“一带一路”议题已经策划出版了涉及众多学科领域的

“一带一路”主题图书,现已经形成了以经济选题为主导,政治、法律、历史、地理、文化、教育、语言、文字、文学、艺术类等选题全面开发的格局。以2017年上半年数据为例,在14个选题门类中有228种经济选题、87种历史地理选题、62种文学选题以及58种政治选题的图书出版。^[2]

“一带一路”主题图书出版对于“一带一路”建设有着政治、经济与文化等层面的重大意义。首先,“一带一路”建设,文化要先行,“一带一路”主题出版担负着文化外交的使命,推动着“一带一路”民心相通;其次,“一带一路”主题出版为“一带一路”建设整合资源,搭建知识服务平台,为各个领域的研究人员以及国内外企业提供智力支持;最后,“一带一路”主题出版通过提供一系列文化服务,助推“一带一路”上的文化传播,是中华优秀传统文化输出的重要方式。目前,国内的相关主题出版正在如火如荼地进行着,大批精品成果不断面世,不断刷新着广大国内阅读受众的认知,那么“一带一路”主题出版的国际传播情况如何?鉴于对“一带一路”主题国际出版发行的研究较少,因此,本文主要讨论面向海外市场的“一带一路”主要相关图书传播情况。

二、“一带一路”主要相关图书的海外出版发行现状

本文的研究样本取自美国亚马逊网上书店。亚马逊网站是目前全球规模最大的网上书店，所提供的图书目录达到了310万条，在全球拥有4000多万顾客。由于该网站已经对在售图书进行了分类，为了精准定位与“一带一路”主题相关的图书，我们以中英文的“一带一路”“The Belt and Road”“丝绸之路经济带”“Silk Road Economic Belt”“21世纪海上丝绸之路”“21st-Century Maritime Silk Road”等多个关键词进行多次重复搜索，并以出版日期排序所呈现出的图书信息得出初步数据，再以人工校对，删除重复或不相关数据，得到最终数据。值得注意的是，该数据并不能全面反映所有已经出版发行的“一带一路”主题图书，但是这些数据涵盖了“一带一路”主题图书的主要出版成果，可以从大方向上精准反映该类主题图书的国际出版发行情况，因此，我们把这部分图书称为“一带一路”主要相关图书。

1. 2013年至2017年8月“一带一路”主要相关图书的发行种类数量

如图1所示，2013年至2017年8月，美国亚马逊网站“一带一路”主要相关图书的销售图书目录达到545册。从整体趋势上看，图书出版发行种类呈逐年增长趋势。2013年与2014年出版种类数量少，其中2013年仅为1册，即由甘肃人民出版社出版、由王福生主编的专著《丝绸之路经济带研究》。这可能是由于“一带一路”倡议于2013年9月提出，而图书出版与国家政策在时间上不同步，图书出版的相对滞后性使得2013年至2014年期间的相关图书出版零散，不成规模。随着“一带一路”建设的推进，相关图书的出版开始进入快速发展阶段，2015年图书发行种类数量达到了92，而2016年的发行种类数量是2015年的两倍多，截至2017年8月25日，2017年的发行种类数量已达到241。鉴于图书出版与图书上市之间的时差，加上2017年5月“一带一路”国际合作高峰论坛的推动，预计2017年下半年出版发行的“一带一路”主题图书还有不少。

2. “一带一路”主要相关图书的选题分析

如图2所示，按照亚马逊网站图书介绍信息，

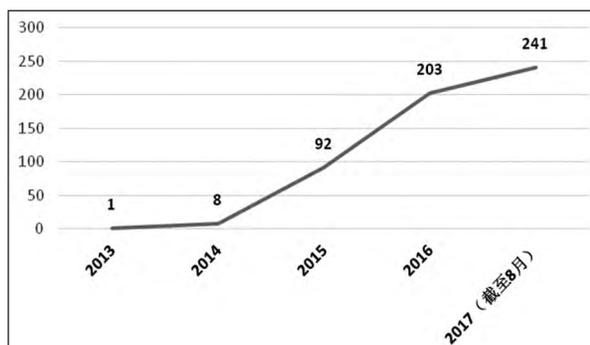


图1 2013年至2017年8月亚马逊网站“一带一路”主题图书发行种类数量统计

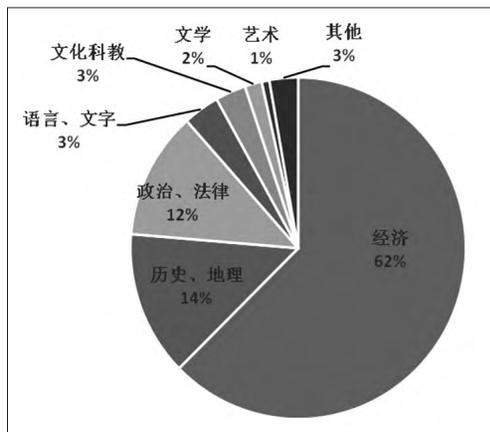


图2 2013年至2017年8月亚马逊网站“一带一路”选题图书内容类别比例示意图

并参考中国图书馆图书分类法，将这些图书分为14个类别，其中前7类分别为经济、政治、法律、语言、文化、文学、艺术类，后7类由于数量稀少，而归为其他类，其中包括了天文、农业、哲学宗教、石油天然气、环境等相关书籍。从内容结构上可以看出，经济类选题占总量的62%，其次为历史、地理类选题，占总量的14%，以及政治、法律类选题，占总量的12%。语言文字、文化科教、文学、艺术类选题分别占总量的3%，3%，2%以及1%。

经济类选题占据绝对地位，这体现出国内外经济学者对于“一带一路”倡议的积极关注与讨论。其选题既有从宏观视角下全面分析和解读“一带一路”倡议的国际经济贸易发展与合作议题，又有“一带一路”倡议中涉及的基建、能源、金融等议题。比较有代表性的学术性著作有社会科学文献出版社的“一带一路”蓝皮书系列和中国社会科学院“一带一路”研究系列、中国经济出版社出版的“一带一路”沿线国家经济丛书、石油出版社出版的“一带一路”油气系列丛书、中国社会科学出版社的国



家智库报告系列以及“一带一路”调研报告系列等。

政治、法律类选题，一是由中国领导人的重要讲话以及官方文件等资料编纂而成的图书类，如新世界出版社的《中国关键词：“一带一路”篇》用14种语言向世界阐释“一带一路”倡议的核心概念；还有外文出版社的多语种《共建“一带一路”——理念实践与中国的贡献》以及《中国特色大国外交与“一带一路”》等。二是国内外学者对“一带一路”倡议的国家关系、政策制定、法律法规等方面的宏观解读与分析，如《丝路发展与治理创新》《面向“一带一路”的律师法律服务》以及《中国周边安全形势评估“一带一路”战略对接与安全风险》等。

历史、地理类选题重点集中在“一带一路”沿线国家与地区的国情地貌的介绍、敦煌文物研究、古丝绸之路历史人物研究以及沿线旅游指南等内容上。如《海丝列国志》《“一带一路”列国志》《21世纪海上丝绸之路与智慧旅游》“一带一路”国别文化手册系列，甘肃人民出版社出版的嘉峪关市“一带一路”建设文化丛书之《牧歌流韵——中国古代游牧民族文化遗珍》等。

语言文字、文化、科学、教育、体育、艺术类选题较为零散。这类选题主要以画册、文化产业、青少年教育读本、多语词典等内容为主。如《“一带一路”100个全球故事》《“一带一路”共筑梦想——青少年时政教育读本》《健身气功五禽戏》《国外媒体看“一带一路”》《“一带一路”国家语言状况与语言政策》等。

3. “一带一路”主要相关图书的出版机构分析

根据统计，亚马逊网站在售的“一带一路”主要相关图书涉及国内外120家出版机构，下表是出版种类数量在10个以上的出版机构，其中我国的社会科学文献出版社一共出版了96种主题图书，是出版成果最多的出版机构。作为人文社科著作出版的权威机构，社会科学文献出版社从“一带一路”构想提出伊始就积极策划，先后推出了“一带一路”蓝皮书系列、“一带一路”列国志系列以及“中国社会科学院“一带一路”研究系列。作为对外宣传中国的国际化出版机构，外文出版社大力向海外推出多语种“一带一路”主题图书，如2017年5月推出了多语种的“一带一路”故事丛书系列，其姊妹出版社——新世界出版社2016年成功推出了14个语种的《中国关键词：“一带一路”篇》。此外，

上海外语教育出版社推出了“一带一路”社会文化多语图解系列词典。中国社会科学出版社、中国经济出版社、人民出版社、商务印书馆、甘肃人民出版社以及西南交通大学出版社都推出了各有侧重点的“一带一路”系列丛书。

在这些出版机构中，独立出版机构亚马逊国际文库(CreateSpace Independent Publishing Platform)值得注意。虽然目前在出版数量上还远不及国内传统出版机构，但是从出版潜力上看不可小觑。该出版机构最大特色在于按需出版服务，通过该平台，作者通过自助的形式按需自行出版，直接向读者销售图书。“一带一路”主题图书在该平台的出版与发行从一个侧面说明了“一带一路”主题是目前全世界所关注的主题，在海外有着一定的需求市场。

表1 2013年至2017年8月亚马逊网站“一带一路”选题图书的出版机构分布

序号	出版社	出版种类数量
1	社会科学文献出版社	96
2	外文出版社	64
3	中国社会科学出版社	45
4	新世界出版社	24
5	中国经济出版社	19
6	人民出版社	19
7	商务印书馆	16
8	上海外语教育出版社	12
9	甘肃人民出版社	12
10	西南交通大学出版社	11
11	CreateSpace Independent Publishing Platform	11

4. “一带一路”主题图书作者特点

亚马逊网站所供图书目录信息显示，在这545种销售图书中，有419本中文类图书，有98本中文图书的外文版本，此外，还有28本图书是海外学者的原创著作。中文版本的图书有国家重要文件与纲领、“一带一路”通识读本以及各大出版机构推出的系类丛书，也有不少国内知名学者的专著，如王义桅、徐绍史、冯并、王灵桂、赵磊、赵白鸽等等。外文版本的图书多以“一带一路”建设的国家纲领性文件以及普及性读物的译本为主，也有中国学者著作的多语种译本，如学者王义桅的三本优秀“一带一路”著作(《“一带一路”机遇与挑战》《世界是通的：“一带一路”的逻辑》以及《“一带一路”：中国崛起给世界带来什么?》)被分别翻译为英、法、德、阿、日、越等译本。但从总体上看，我国国内知名学者的著作被翻译为外文版本的数量不多。

在对 28 本海外学者的原创著作进行分析时,发现作者的工作经历、研究领域以及对中国的了解程度对“一带一路”选题内容以及范围有较大影响。海外中国问题研究专家是“一带一路”选题书籍的主要作者群之一。他们以当代中国的政治、经济、军事、外交、历史文化等领域为研究对象,其研究成果具有国际影响力。例如荷兰莱顿大学的理查德·格雷弗斯(Richard Griffiths)教授是荷兰外交部“一带一路”研究小组专家之一,他的新作《振兴丝绸之路》(*Revitalising the Silk Road: China's Belt and Road Initiative*)从外交政策到经济利益和发展战略的视角来看待“一带一路”倡议,研究内容覆盖了北线的新疆、中亚、东盟国家以及海上丝绸之路,为希望了解中国的读者全面、客观地阐释了“一带一路”倡议的内涵。英国著名历史学家彼得·弗兰科潘(Peter Frankopan)的新作《丝绸之路:一部全新的世界史》(*The Silk Roads: A New History of the World*)从历史角度以及西方学者角度解读了中国丝绸之路的历史,以及“一带一路”倡议的顶层部署与逻辑。作者全景客观地展现了古丝路 2000 年文明历史,在西方知识界引起广泛讨论与关注,又由于其语言流畅、叙述生动,满足了不同读者的阅读需求,因此这本著作一经推出便成为全球畅销书。再如,世界知名汉学家亚瑟·塔费罗(Arthur H Tafero)的新作《“一带一路”研究指南:了解中国及其“一带一路”》(*The Belt and Road Research Guide - Arabic: Understanding China and the B&R*)深入浅出地介绍了中国“一带一路”构想与倡议,并且分别对沿线 100 多个国家进行分析,讨论了“一带一路”倡议给这些国家带来的优势与劣势、机会与挑战,是一本不可多得的“一带一路”主题的简易读本。这本英文著作还同时翻译成了阿、葡、德等外文版,同期出售。

5. “一带一路”主要相关图书的传播及图书星级评价情况分析

读者对图书的反馈评价是衡量图书传播效果与影响力的最重要因素。亚马逊网站对于图书反馈评价的管理具有较为客观的可信度与权威性,^[3]我们通过亚马逊图书的相关评论与星级评价情况可以直观地看出“一带一路”主要相关图书的传播情况。通过数据分析,并参考了亚马逊“一带一路”主题书联展数目信息,对相关图书的星级评价情况进行了分析,具体情况如表 2 所示:

表2 亚马逊“一带一路”主要相关图书的星级评价情况(以评价数量排序)

排名	书名	作者	类别	评论数量	星级评价
1	丝绸之路:一部全新的世界史	[英]彼得·弗兰科潘(Peter Frankopan), 邵旭东(译)	历史地理	1424	★★★★★
2	世界是红的:看懂中国经济格局的一本书	白云先生	经济	22	★★★★☆
3	“一带一路”引领中国	金立群,林毅夫	经济	13	★★★★☆
4	“一带一路”:机遇与挑战	王义桅	经济	8	★★★★☆
5	穿越丝路:发现世界的中国方式	李伟	历史地理	5	★★★★☆
6	世界是通的——“一带一路”的逻辑	王义桅	经济	4	★★★★☆
7	改变世界经济地理的“一带一路”	葛剑雄,胡鞍钢,林毅夫等	经济	4	★★★★☆
8	读懂“一带一路”	厉以宁	经济	3	★★★★☆
9	“一带一路”金融大战略	陈元,钱颖一	经济	3	★★★★☆

通过排序,我们发现前 9 本图书中,排名第一的由英国历史学家彼得·弗兰科潘所著图书——《丝绸之路:一部全新的世界史》的评价数量超过 1000 份,其余的 8 本中文原版书,其评价数量都在 30 份以下。不过这些图书的读者认可度很高,前 8 本图书的评价都在 4 颗星以上。但是图书评价数量的明显断层这一现象说明中文原版书很难收到有效的读者反馈信息,与英文原版或英文译本图书相比,呈现出理想的传播效果。

三、我国“一带一路”主题图书走出去的机遇与挑战

分析“一带一路”主要相关图书海外出版发行情况,我们发现国内“一带一路”主题图书流向海外主流市场依然存在一定问题。首先是国内外出版发行主题图书的数量明显不平衡,国外发行数量远远赶不上国内出版规模。其次,在内容上偏重于学术性的政治、经济选题,其他人文、社会、地理、科学等选题还远远不足。另外,国内一些重要著作虽然走向海外市场,但是大部分著作依然是中文版本,严重限制了读者受众面,无法深入推进这些著作的海外传播。究其原因,我们认为主要有以下因素。

1. 忽视海外市场的需求

早在 2007 年,郝振省就提出我国主题出版图书选题内容与风格都与国外出版不相适应,造成了国内出版物进入海外市场的瓶颈。^[4]现在,这一问题在“一带一路”主题图书走向海外市场时依

然存在。尽管目前已有 120 家出版机构出版“一带一路”主题图书，然而在选题规划上存在同质化现象，内容有所重复，大部分出版机构依然集中在政治与经济两大类，忽视了与“一带一路”有关的人文历史、哲学宗教、中国传统技艺等方面的著作推广，过于重视著作的理论性和学术性，忽视了著作的实用性与消遣性。而实际上，这些被忽视的选题内容在国际市场上恰恰是有需求的，有影响力的，是受海外读者欢迎的选题。

2. 缺乏“一带一路”主题图书的国际性著译人才

亚马逊网上书店显示，我国大部分著作依然是未经翻译的中文版本，导致许多优秀作品无法触及到海外广大读者。这从一个侧面说明了我国出版翻译人才的匮乏，此外，也说明了我国出版业与国际出版接轨不到位，从这 545 种在售图书信息来看，目前还未发现由中外作者合作的著作以及由海外华人华侨所著相关主题图书在国际市场出售。

四、对“一带一路”主题图书走出去的建议与对策思考

通过对“一带一路”主题图书全球发行情况的分析，我们感到要做好“一带一路”主题图书乃至中国主题图书的全球发行，必须注意以下几点。

1. 重视海外市场需求分析与舆情监测分析

在面向国际市场的“一带一路”或者中国主题图书的选题策划时，需要有基于需求分析的跨文化传播意识。“一带一路”倡议的不仅仅是政治、资金、贸易以及设施等方面的合作与融通，更重要的是中外民心相通。民心相通是一切政治和经济对话的基础。国际媒体以及西方世界长期以来特别关注中国的社会民生、教育卫生、民族宗教、环境保护等问题，^[1] 这些选题贴近国际读者的现实生活，能引起情感共鸣，是民心相通的重要途径。因此，出版机构应积极考察国际受众的阅读需求与习惯，根据海外市场需求进行“一带一路”选题策划。对于作者来说，则需要从适当的叙述角度、采用生动流畅的语言、以各种文体形式向全世界讲述中国故事，向沿线国家解疑释惑。这样才能推出一批有针对性的、实用的、可读的、受众面广的、接地气的主题图书。

2. 把握外语类“一带一路”主题图书的话语权

外语类“一带一路”主题图书，包括中文著作

的译本以及外语类原创著作在内，是我国对外宣传、塑造国际形象的重要窗口，这类主题图书的国外出版与发行影响着“一带一路”倡议的国际舆论导向。本研究显示，西方主流市场发行的“一带一路”主题图书数量依然不成规模，2017 年出现的一批有影响力的相关主题图书是由外籍作者所著，虽然这些作者都是知华、亲华的中国研究专家或汉学家，但从侧面也说明西方国家对“一带一路”话语权的影响与掌控。因此我国出版机构需要联合策划与运作，加大主题图书的译介工作、积极推出外语类原创图书，牢牢把握“一带一路”核心概念的话语权，努力把握中国在“一带一路”倡议与建设中的国际话语权。

3. 加强对作者资源的开发和利用

“一带一路”主题图书的国际化进程与作者国际化程度是分不开的。所谓的国际化指的是国内作者在面向海外读者时，需要有国际化视野与良好的外语基础，能够用受众视角来叙述中国故事，将中国的过去、现在与将来用多种形式表达出来，让海外读者可读爱读。除了国内作者群之外，出版机构还要善于与国际作者合作。目前在我国常住外籍人士超过 60 万，这其中有官员、商人、学生、访问学者以及媒体记者等各种身份的外国友人。这些潜在作者通晓多种语言文化，对当代中国有着客观的、与时俱进的认知，是融通中外的纽带与桥梁，能以外国人的视角来客观描述当代中国的现状与发展，其作品更能影响国际对中国的认知。出版机构应充分开发与利用好这些潜在资源，根据其不同身份与工作经历，通过约稿和合著等方式，选择适合的选题，量身打造能有效融入国际市场的“一带一路”主题图书，为“一带一路”建设构建融通中外的话语体系作出积极贡献。

（作者单位：厦门大学海外教育学院）

参考文献：

- [1] 一带一路主题图书出版 980 余种 [EB/OL]. <http://ydy1.people.com.cn/n1/2017/0511/c411837-29267775.html>
- [2] 全国新书目. 2017 年上半年“一带一路”主题图书出版综述 [J]. 全国新书目, 2017 (9)
- [3] 张岩, 何珊, 梁耀丹. 中国主题图书海外销售状况分析——以亚马逊“中国书店”数据为基点 [J]. 中国出版, 2017 (7)
- [4] 本课题组. 中国主题图书在主要发达国家的出版情况 [J]. 出版发行研究, 2007 (5)
- [5] 袁鲁霞, 黄廓. 外版中国主题图书出版特点研究——以 2008-2012 年亚马逊网站图书为例 [J]. China Media Report Overseas, 2013, 9 (2)