



国图集团： 从图书走出去到文化走出去

□ 本报记者 张稚丹

“习主席是我的好朋友，《习近平谈治国理政》是我的‘良师益友’，书中的理念充满智慧，能不断给予我带领委内瑞拉人民战胜发展道路上各种挑战的力量，我要连夜读完。”2019年11月委内瑞拉国际书展上，接过西班牙文版《习近平谈治国理政》，委内瑞拉总统马杜罗紧紧握住中国图书贸易集团有限公司（简称国图集团）常务副总经理贾强的手，真挚地说。

之后，国际书店在中外图书、文化交流，甚至在信息、经济交流中都起到了重要的作用。1965年，国际书店比利时籍名誉职工冯斯应邀参加国庆招待会，毛泽东曾多次会见国际书店的中国同仁。

1951年，国际书店开始图书报刊出口业务。

1952年，国际书店提供的中国出版物在保加利亚展出，这是新中国首次在海外展出出版物。

1953年，国际书店参加德国莱比锡

家和地区举办、参加上千次国际书展，与海外千余家发行机构、书店、出版商及数百万读者保持业务往来，铺开了一张触角细密的中国书刊对外发行网络。

建起国际立体营销网络

2011年9月29日，国图集团和美国亚马逊公司在北京举行“亚马逊中国书店”项目启动仪式，这是亚马逊中国唯一一家以国家名称命名的书店。在亚马逊这家全球著名网络电子商务公司网页上，中国图书以鲜明姿态占据了一席之地。

国图集团早期依赖传统的书刊出口贸易途径，之后利用书展推介展示，尔后将旗下的英国光华书店、法国凤凰书店及在英、德、美、加、日等国家和地区设立的办事处作为中国文化“桥头堡”，每年举办多场文化活动，成为当地的“中国文化沙龙”。2010年，国图集团收购法国百周年出版社，在法国出版发行中国主题图书。

之前，中国已有推动文化“走出去”的出版工程、翻译工程，却没有国家级的国际渠道建设。

国图集团承接了原国家新闻出版总署“中国出版物国际营销渠道拓展工程”中两个子项目的建设任务：2010年启动全球百家华文书店图书联盟，至2019年已举办到第10届，活动范围覆盖32个国家和地区，参展海外华文书店达102家，每年配套主题活动达数十场；2011年与亚马逊多次沟通洽商后确定合作方式，通过在平台上设立特色书店的形式在美国本土发行中国图书。这种跨境电商模式，让中国图书驶入海外线上主流发行渠道的高速路，至今累计上线图书品种88.2万，累计发货52.3万册，其中文学、儿童读物、汉语教学和书法篆刻类图书颇受欢迎。由此，构建起包括国际主流营销渠道、海外主要华文书店、重要国际网络书店在内的国际立体营销网络。

展示中国生活方式

在贾强的手机上，安装着一个名叫“华文捷通”的软件，上面的数字不断变动，采访时显示覆盖国家190个，累计订单3851多万张，累计出口额3.726亿美元。

这是国图集团打造的“中国文化产品跨境电商出口服务平台”。它是个神奇的平台——在海关和物流间搭建



合影

了一个桥梁。过去，众多中国小微企业生产的文创产品要一家一户分别报关验货清关，现在则将海关前置，订单交到物流中心，货物集中分类报关，使得文化用品跨境变得顺畅轻松。国图集团同时也在筹备建立海外仓，根据大数据提前备货，解决发货周期长的问题。借此顺便摸清海外对中国文化的需求、偏好，有的放矢，以商品出海推动文化出海。

这个2017年年底上线，支持北京、上海口岸通关的平台，就是贾强总在强调的“从企业自身走出去到服务中国内容走出去”“从传统贸易型组织向赋能型组织转变”“从追求贸易额向注重平台综合交易额转变”的目标具化。

随着数字化出版和智能内容接收终端的普及，人们的阅读方式也在变化。国图集团于2016年启动了数字报刊发行平台项目，与全球最大的报刊综合平台——加拿大PressReader合作，已上线数百种中国报刊，并提供英语、法语、德语、日语、西班牙语、葡萄牙语和俄语的即时翻译，读者来自80多个国家和地区。

国图集团未来将全力打造“两个优势”，一是国际传播园区，承接习近平主席著作展示、新时代中国特色社会主义思想国际传播研究、《治国理政》论坛、国传项目基金等功能，二是形成文化产品跨境电商平台优势，加快建设欧洲和北美的跨境电商海外仓，融入集货物流、跨境通关、文化体验、文化交流、文化产品展销、商品出海仓储和售后服务等功能，打造全产业链生态服务体系，为文化出海提供更强更优的服务保障。

贾强目前正考虑海外书店的转型，比如融入餐饮、传统家居布置、文房四宝、中医、茶艺、刺绣等中国元素，让外国读者体验中国的的生活方式，感受中国文化的美妙，进而去阅读相关图书，更深入地了解中国。

文化走出去 做实最重要

□ 张稚丹

新闻传播学者喻国明曾说：“文化输出的本质，是传递真实、全面的中国文化，获得公平的话语权、化解误会。”

2011年，中共十七届六中全会《决定》提出，实施文化走出去工程，参与国际文化市场竞争，拓展我国文化发展空间，提高国家文化软实力。一声号令，引发千军万马齐努力的热潮。

图书是文化的重要载体，中国图书出版发行行业不甘人后，很多出版社不仅积极参加国际图书博览会，把中国好书带到国外，还与国外著名出版社合作，在境外出版多语种中国图书。好几家出版社在海外建立分社，甚至建立联合编辑部，根据当地的文化特点和需求策划图书主题。

大潮中也有不和谐音，个别机构依赖政府补贴，只问数量不问质量，只管印刷不管发行。的确，图书海外发行难度很大，在拥有销售网络的前提下，仍需要付出巨大的人力、物力、财力。中国国际图书贸易集团有限公司做得很扎实，用国图集团常务副总经理贾强的话说，“我们的发行都是真金白银，没有任何水分”。他们切切实实地做渠道，不管是费力气与一家家海外发行机构、书店、出版商建立关系，疏通渠道，一本本地卖书，还是把中国书店开到亚马逊，将中国报刊推到PressReader，抑或建立平台，默默地理顺中国文化产品出海的渠道……哪怕通过多元化经营来补贴，也要完整准确地把握中国内容传达出去。

70年来，这家公司与时俱进，不断调整发行方式，将近20亿册中国图书送到国外，送到真正关心中国的人们手中，用细致扎实的工作实践着准确传达中国形象、广泛传播中国文化的初心。

无论何时，我们需要的，都是文化真正地走出去。真实效果才是唯一的衡量标准。



马杜罗（左三）与贾强（右四）交谈

贾强同时向马杜罗赠送了一套西文版《大中华文库》，从《论语》《老子》《庄子》到《红楼梦》等四大经典名著，还有《文心雕龙》《老残游记》《唐诗三百首》《黄帝内经》……文库涵盖了五千年思想文化的精华。

贾强在接受本报记者采访时说：坚守文化传播的初心，是国图集团的职责与使命。

截至2019年底，国图集团已将《习近平谈治国理政》等反映新时代中国特色社会主义思想的主题图书、期刊覆盖到169个国家。

对自己的时代做出最大贡献

国图集团的前身是国际书店。贾强一直记得国际书店第一任经理朱希的话：“每个人都生活在一定的历史时代，有自己的局限性。关键要对自己的时代做出最大的贡献。”

1949年12月1日，国际书店在北京成立，1950年初，与苏联的全苏国际图书公司签订了新中国第一份图书贸易合同。

书展，这是新中国首次参加国际书展。

1953年，国际书店与英国劳伦斯-威夏特出版社签订在英国翻译、出版、发行《毛泽东选集》英文版（1-3）卷的协议，开创新中国对外合作出版的先河。

上世纪50年代至70年代末，国际书店向世界各地发行毛泽东著作达40多个文版、3000多万册，创中国图书海外发行历史之最。

1957年，国际书店设立第一家驻外机构——驻柏林办事处。至此，国际书店已与50多个国家和地区的370多家同业建立起稳定的业务关系。

让人惊讶的是，1957年4月，国际书店与其他4家单位发起了首届中国进出口商品交易会（广交会）！

1983年，国际书店更名为中国国际图书贸易总公司。2004年，出口贸易额突破1000万美元，占据全国一半以上份额，成为中国出版物海外发行事业的国家队和主力军。

成立70年来，国图集团将40多种语言版本的近20亿册中国书刊发行到全球180个国家和地区，在100多个国

未到扎堆买书时

□ 郭元鹏



·读者之声·

疫情期间，出于防控疫情考虑，大多数书店都处于关门状态。

2月24日，位于杭州解放路的新华书店率先开门营业，店门口排起长队。这样火爆的场景，连书店都没想到。因为开学日期一再推迟，不少家长担心孩子的学习，所以书店刚一恢复营业，就来给孩子购买教辅图书。

但是，这个时候扎堆买书，容易形成疫情隐患。正如杭州新华书店提醒的那样：非常时期，不是必要的书籍，尽可能不去书店购买，可以通过网络平台下单。

我想，特殊时期，应拓展更多安全的购书渠道。据报道，天津新华书店推出了“无接触买书”模式。一是利用微信、网店等线上渠道，每天安排专人用快递发货；二是隔着玻璃窗手机支付，书放在袋内拴绳子从楼上传给读者，避免直接接触；三是设立自动售书机，读者只需输入该图书对应的编号，再通过手机扫描支付，即可得到心仪的图书，安全高效。

购书热固然是好事，但特殊时期还需要多些防范意识。比如，家长购书最好不要带孩子；选购时保持1米以上距离；书店的图书“能不翻阅就不翻阅”，保护自己也保护他人；书店定期对开封过的书籍消毒。

沿着墨迹走近鲁迅

□ 李俊尧

对于难以逾越的时空距离，寄信人一句“见字如晤”，就让山水相隔的收信人通过手书笔迹感受到对方内心的真诚。不仅如此，手迹还能够带领我们走近历史人物，品味他们的情感与思想。

2019年出版的《鲁迅书法珍赏》《鲁迅信札珍赏》（辽宁美术出版社），就是这样一套书。

郭沫若曾说：“鲁迅先生亦无心作书家，所遗手迹，自成风格。”实际上，鲁迅书法风格的形成，正是其学术体系和思想追求孕育过程的写照。

秦硕主编的《鲁迅书法珍赏》对这一过程进行了忠实的记录。该书收录了包括自作诗稿、文稿译

稿、古籍石刻等十大品类的百余件鲁迅手迹作品，不仅集中体现了鲁迅书法清瘦质朴、洒脱不羁的风格，也能使读者全方位了解鲁迅广博精深的学养。

“无情未必真豪杰”。如果说《鲁迅书法珍赏》让我们直观领略到鲁迅作为文学巨匠的风采，那么黄乔生主编的《鲁迅信札珍赏》则聚焦于一封封情态各异的书信，使读者得以一窥鲁迅作为普通人平凡的一面。本书共收集鲁迅信札手稿140通，字里行间不难发现这样的鲁迅：在母亲膝下，他是心意拳拳的儿子；在“小刺猬”许广平面前，他是柔情款款的爱人；在友人身旁，他是风趣而可靠的伙伴；在青年面前，他是词锋机敏的师长。鲁迅的一生，充满了聚散离合、漂泊辗转，信札不仅见证了与各界人士的交往，也记录了他日常生活的点滴。因此，鲁迅信札手迹不仅传递了他一时一地的情感脉动，更承载着厚重的历史信息与时代风貌，让读者全方位进入历史，品味

鲁迅的心路历程。作为文学家的鲁迅为人熟知，而作为艺术家的鲁迅，对大众而言却显得陌生了许多。《鲁迅书法珍赏》与《鲁迅信札珍赏》致力于全面呈现鲁迅手迹的艺术美感。鲁迅从小就展现出对艺术，特别是绘画的兴趣和天赋，并且是中国现代木刻版画运动的先驱者之一。他还曾亲自为作品设计封面、插图和广告。在书法艺术方面，鲁迅更是具有独到的审美品位，不仅编印《北平笺谱》、翻印《十竹斋笺谱》，他对手稿的整体美感也有极高追求。《鲁迅书法珍赏》所收的鲁迅手迹作品，在着力突出书法细节的基础上，还原了整体布局、笺纸花色、印章款识等艺术元素，使文稿作为一件艺术作品，得以完整地展现给读者，使读者了解艺术家鲁迅的审美旨趣。

“五四”已过百年，而新文学运动所提倡的思想解放、崇尚科学的精神仍在激励着青年人不断前进和探索。往事如烟，所幸有行行手书，穿过如流岁月，照亮尘封之路，带我们重回历史现场。

我们今天阅读、欣赏鲁迅手迹，不仅是近距离感受一位文学家、思想家的审美旨趣和生活的点滴，更是倾听以鲁迅为代表的仁人志士向时代发出的悠长呐喊。



《地衣——李村寻人启事》极地行

□ 伊文

为丰富科考工作者业余生活，日前，三沙电视台在极地向中国第36次南极考察队和包括中山站在内的几个中国考察站捐赠《地衣——李村寻人启事》《没有胳膊窝可怎么生活啊》等文学作品。

此前，三沙电视台、人民文学出版社已分别在南极、北极向第35次南极考察队和第九次北极科考队捐赠《地衣——李村寻人启事》。至此，人民文学出版社出版的《地衣——李村寻人启事》成为出版界首次完成极地阅读之旅的文学作品。

《地衣——李村寻人启事》是青年作家李瑾创作的一部纪实性散文作品，他以十字路口东北角电线杆下——这个李村人歇脚、乘凉、聊

天、论是非的场所为切入点，以传神、生动的文笔，记录了53个形形色色又彼此勾连的典型形象。因故事性较强，被评论界视为“新乡土文学”的代表作。作家贾平凹评价：“李瑾像是一个雕塑家，寥寥几下，笔下人物就被刻画得极有生气，各有生动的眉目。这些小人物秉性各异，事有本末，但他们传递出了北中国最醇厚的乡土气息。这是我近来看到的特别轻松又特别有味道的作品。”

科考工作者认为，这些小故事饱含浓浓的乡情乡音，平凡中有伟大，艰辛中有说不尽的家国情怀，与冰雪世界中科考队员的精神形象极其相似，是难得的阅读精品。

