

中国的世界出版能力现状与发展契机

◎ 何明星

摘要：本文介绍了世界出版的基本概念、内涵，并通过纽约、伦敦、巴黎、柏林、马德里、北京等世界主要出版中心城市在2014年至2016年出版的汉语图书的品种进行交叉对比，评估汉语在世界出版中的真实地位。同时统计了署名中国大陆21个城市在2014年至2016年出版的英文品种数量，以及北京作为汉语世界的出版中心城市所出版的英、法、德、西班牙语图书品种数量，分析中国的世界出版能力发展现状。指出汉语已经具备了参与世界出版的能力和基础，要尽快在跨语种的出版内容、跨地域的市场拓展、跨国别的出版人才等三个方面提高中国的世界出版水平。

关键词：中国出版 世界出版 跨文化 跨语种 跨国别

中图分类号：G239.2

DOI:10.19393/j.cnki.cn11-1537/g2.2018.12.019

本文所说的世界出版，指的是某一语言为主要载体的图书、期刊、数字化以及影像产品的读者群，至少要超过两个以上的国家、民族的读者；出版该语言文化产品的出版传媒机构至少要在两个以上的国家和地区进行；该出版传媒机构的人员至少来自两个以上或更多的民族、国家。即跨语种、跨文化的出版内容，跨地域、跨国家的出版市场，跨国别、世界化的出版队伍。按照这一标准来衡量，英语、法语、德语、西班牙语等西方主要语言的图书、期刊、数字化以及影像产品，都是具有世界性的出版物，围绕这些出版物所进行的编辑、出版、发行与传播，都属于世界出版活动。

西方英语、法语、德语、西班牙语出版物世界出版地位的确立，是随着西方资本主义在全世界的殖民扩张，在近500年的历史过程中形成的。其中西方资本的殖民霸权，工业垄断，科技、金融等先发优势，是这些西方语言迅速成为美洲、非洲、拉丁美洲乃至部分亚洲国家的官方语言，有的甚至是近百个国家、多个民族语言文化区的通用语的主要原因。因此世界出版至少有两个方面的基础：具有一定国际地位的语言与使用该语言的民族、国家的政治、经济、文化的国际影响力。即意味着某一语言的世界出版水平高低，与该语言使用人数的数量多少没有必然联系，还须与使用该语言的民族、国家的政治、经济、文化的综合发展能力水平结合在一起，而这个能力的综合体现就是出版。一个语言的世界

出版水平越高，不仅意味着该语言的世界影响范围广、使用人口数量多，还意味着依托于该语言所进行的知识生产、文化遗产的教育、文化水平也高。比较不同语言的年度出版品种数量，就可以衡量不同语言的世界出版能力大小，发现不同语言世界的教育、文化水平之间存在着差距。

因此本文考察的中国出版参与世界出版的能力与水平，着重从两个维度来分析：一是英语、法语、德语、西班牙语世界里有关汉语的图书、期刊、数字化及影视产品的品种数量，以此评估汉语的国际地位。本文选取纽约、伦敦为英语图书出版中心城市的代表，选取柏林为德语图书出版中心城市的代表，选取巴黎为法语图书出版中心城市的代表，选取马德里为西班牙语图书出版中心城市的代表，分析这5个出版中心城市在2014年至2016年三年来出版的非母语图书的出版品种，并将汉语品种与之进行交叉对比，评估汉语在世界出版中的真实影响。二是以北京为汉语世界出版中心的代表，分析北京三年来出版的英语、法语、德语、西班牙语图书的平均品种，并辅之以中国大陆21个城市三年来的英语品种，以此评估中国出版机构的世界出版能力。

一、汉语在世界出版中的地位

众所周知，英语、法语、德语、西班牙语的世界地位是伴随着西方资本主义的殖民扩张而确立的，与之不

同的是,汉语的国际地位是在数千年间的人际往来、经贸交流、潜移默化的文化影响过程中形成的,并主要依靠儒家文化的自身魅力而渗透、濡化而形成了汉语言文化圈,也称为“汉字文化圈”或“儒家文化圈”。

这个文化圈有两个层面的含义:一是汉语为母语、交际语的读者群。在地理位置上,以中国大陆的数十亿读者为主,但同时覆盖东南亚以及在欧洲、北美、澳洲等地生活的华人和海外华侨、华裔读者,这个群体也能够毫无障碍地阅读汉字为载体的图书、期刊、数字化产品、影像文化产品。二是以儒家文化为核心特征的文化群。即在东亚、东南亚等地区长期深受中华儒家文化影响,使用日语、朝鲜语(韩语)、泰语、马来语、印尼语、越南语、菲律宾语等国家的读者群体,即学术界公认的儒家文化圈。由于儒家文化在几千年的历史过程中慢慢向周边传播、渗透,作为这个文化圈的核心特征——汉字对于这个文化圈的语言有深刻的影响,如日语、朝鲜语(韩国语)就是借助汉字而单独形成的一种独特语言。同时儒家文化的价值观、思想理念在这个文化圈内也得到广泛认可,某种程度上儒家文化是这些国家和民族地区的文化底色。因此,某种程度上,汉语出版(包含中国的香港、澳门、台湾)与英语、德语、法语、西班牙语的出版物一样,具有一定程度的世界性,属于世界出版范畴之内的一个出版类型。

按照上文所阐述的维度,本文依据 OCLC 世界图书馆数据平台,检索出纽约、伦敦(英语世界的出版中心)、柏林(德语世界的出版中心)、巴黎(法语世界的出版中心)、马德里(西班牙语世界的出版中心)在三年来出版的汉语图书(含简、繁体)品种,具体如图 1。

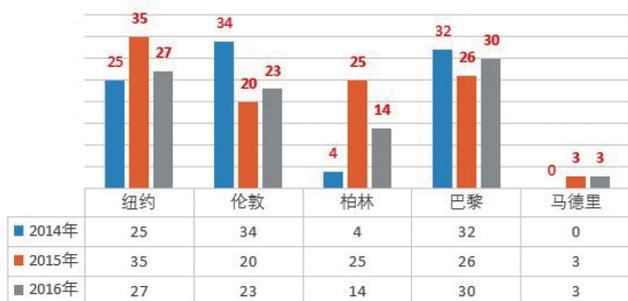


图 1 世界主要出版中心(不含北京)
出版汉语图书品种图(2014—2016)

图 1 可以看作是汉语在世界主要出版中心的影响标志。从品种上看,汉语出版在伦敦的三年品种是 26 种,

在纽约、巴黎的平均品种都是 29 种,汉语在英语出版中心伦敦、纽约以及法语出版中心的地位相差不多;而在德语图书的出版中心柏林,汉语三年平均品种为 14 种,在西班牙语图书的出版中心马德里,汉语三年平均品种仅为 2 种。可见汉语的影响力在德语世界要小于英语,而在西班牙语世界的影响力最小。

从五个世界主要出版中心所出版的汉语图书内容上也能看出这一点。伦敦出版的汉语图书内容主要涉及儿童、学术以及文学。如 2014 年,伦敦弗朗西丝·林肯(Frances Lincoln)童书出版社的《一、二、三,我的第一本童谣书》,有 85 家图书馆收藏;2015 年出版的《2014—2015 年度展览评论:艺术评论最佳国际奖项评选》(伦敦学术论文出版社),有 12 家图书馆收藏;2016 年由伦敦宙斯之首(Head of Zeus)出版社出版的中文小说《今夕是何年(Any minute now)》,有 31 家图书馆收藏。在纽约出版的汉语图书主要涉及儿童、汉语辞书和文学,如 2014 年出版的双语儿童绘本《木兰》(纽约连线出版社与上海新闻出版发展公司合作出版),有 248 家图书馆收藏;2015 年出版的《汉英双语辞典》(DK 出版集团),328 家图书馆收藏;2016 年是纽约古根海姆博物馆出品的《故事新编》,110 家图书馆收藏。而在柏林出版的汉语图书,以艺术类图书为主。如 2014 年出版的《徐震》,79 家图书馆收藏;2015 年出版的《强迫透视》,5 家图书馆收藏;2016 年出版的《金光闪闪的宝贝》,17 家图书馆收藏。而在马德里,汉语图书内容的出版还未达到上述高度。2014 年没有汉语图书出版;2015 年影响较大的一本是《太阳:中国历法的 24 个时期》,属于中国传统文化的普及层面的图书;2016 年出版的汉语导游指南《普拉多博物馆的 50 件杰作》,显然是为中国前往马德里游客而出版的图书。

要衡量出汉语在世界出版中的真实地位,仅靠英语、法语、德语、西班牙语的横向品种对比还是不够的,还必须要在四个主要语言世界中与其他语言品种进行交叉对比,才能得出汉语的真实影响状况。因此本文分别选取了纽约、伦敦、巴黎、柏林、马德里四个出版中心城市在 2014 年至 2016 年出版的法语、德语、西班牙语品种,并分别与汉语三年平均品种进行对比,得出英语世界、法语世界、德语世界、西班牙语世界中汉语的出版地位现状。

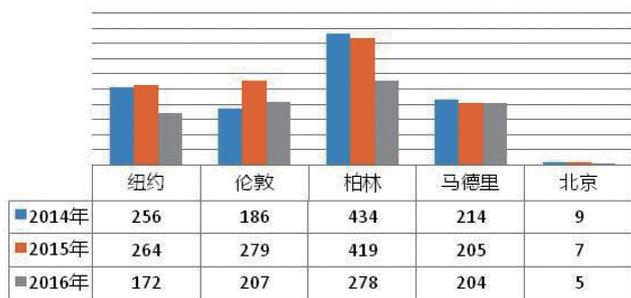


图2 世界主要出版中心（不含巴黎）

出版法语图书品种图（2014—2016）

图2显示了法语在世界主要出版中心的地位与影响。在英语世界的出版中心纽约、伦敦，法语的三年平均品种数分别是230种、224种，而汉语在纽约、伦敦的三年平均品种数仅为29种、26种，汉语仅仅是法语的13%（纽约）、12%（伦敦）。在德语世界的出版中心柏林，法语是377种，汉语是14种，汉语是法语的4%。在西班牙语世界的出版中心马德里，法语是208种，汉语仅仅是2种，汉语是法语的1%还不到。这表明在西方世界里，汉语与法语相比，在英语世界、德语世界、西班牙语世界的出版地位，仅仅是其12%强、4%、1%弱。汉语与法语之间的这种悬殊差距，其原因是多方面的，既有历史上政治、经济等方面发展过程中的差距，也有东西方在思想宗教、文化传统等方面的区别与差异。

与法语在西方世界出版中心所具有的较大影响相比，法语在汉语世界的出版中心北京，三年平均品种数则仅为7种，与北京能够出版1500种英文图书相比（图6）具有很大的差距。这个数据一方面表明了中国出版与法语文化区之间的合作与交流程度，以及法语教育、人才积累的不平衡，同时也从另一个侧面反映了法语在中国的影响地位。

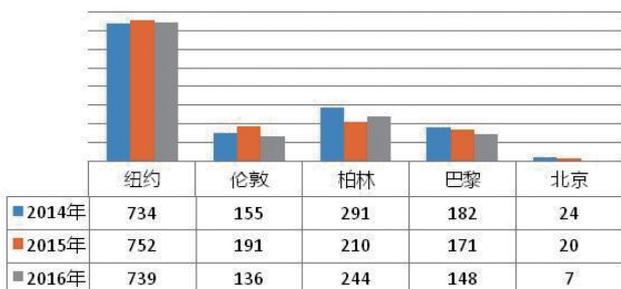


图3 世界主要出版中心（不含马德里）

出版西班牙语品种图（2014—2016）

图3显示了西班牙语在世界主要出版中心的地位与影响。在英语世界的出版中心，纽约、伦敦的西班牙语图书三年平均品种分别是741种、160种，而汉语在纽约、伦敦的三年平均品种数仅为29种、26种，汉语与西班牙语相比，大约是其4%、16%。在汉语与西班牙语的对比中，由于美国大约有5750万说西班牙语的拉丁裔，占全美国人口的17.4%，因此西班牙语在美国等同于母语，不属于第二语言，因此汉语与西班牙语品种相比4%的比例，不具有代表性。但在英语图书的出版中心伦敦，汉语图书品种大约是西班牙语品种的16%，与在纽约出版的法语品种13%相近，应该是汉语在西方语言世界中的真实地位写照。西班牙语在法语世界的出版中心巴黎出版的品种是167种，汉语在巴黎的三年出版品种是29种，汉语与西班牙语相比大约是其17%，与伦敦的比例相近。西班牙语在德语世界的出版中心柏林，三年平均品种是248种，而汉语图书在柏林出版的品种是14种，二者相比，汉语仅是西班牙语的6%。与西班牙相比，汉语在伦敦16%、巴黎17%、柏林6%，这也表明了汉语的影响力，在柏林要低于巴黎、伦敦。

在汉语出版中心北京，西班牙语图书的三年平均出版品种是17种，虽然远远低于英语的1500种，但要高于法语的7种，这也显示了中国出版与西班牙语文化区之间的交流合作的水平、中国西班牙语方面的教育、人才积累现状，以及西班牙语在中国的影响力现状。

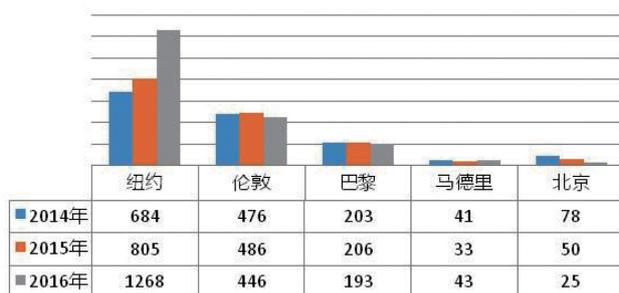


图4 世界主要出版中心（不含柏林）

出版德语品种图（2014—2016）

图4显示了德语在世界主要出版中心的地位与影响。在英语世界的出版中心纽约，三年平均品种为919种，而汉语品种为29种，汉语与德语相比是其3%左右；德语在伦敦三年的出版品种310种，而汉语是26种，汉语与德语相比，大约是其8%左右，在伦敦的影响要高于纽约。在法语世界的出版中心巴黎，德语三年

平均品种为200种,而汉语是29种,汉语与德语相比,是其15%左右,显然与德语相比,汉语在巴黎的影响力要远远高于纽约、伦敦。在西班牙语世界的出版中心马德里,德语的三年平均品种是39种,而汉语在马德里的平均品种是2种,汉语与西班牙语相比是其5%。这个比例高于纽约,但低于伦敦。

德语在北京的出版品种,2014年至2016年三年平均为50种,要远远高于法语的7种、西班牙语的17种,这突出体现了中国出版与德语世界的交流合作程度,以及德语在中国的影响要远远高于法语、西班牙语。

综合以上对比数据,整理出图5。

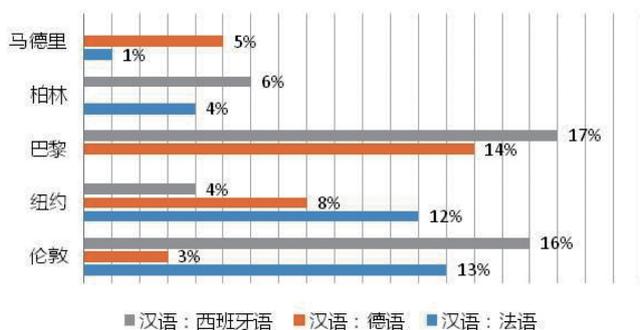


图5 汉语在世界出版中的地位（与法、德、西班牙对比图）

通过图5的综合对比可以发现,汉语在巴黎的综合影响最大,最高的数据比为17%,要高于纽约的12%、伦敦的16%,而马德里的影响最低,最高的比例为5%。在柏林的影响6%稍高于马德里。这一结论似乎可以说明,汉语在法语世界的出版地位其实要高于英语世界,德语世界次之,在西班牙语世界的影响最低。这个结论充分提醒中国出版界,今后要努力工作的目标和方向。在发展英语图书出版的同时,还要加大法语、德语、西班牙语图书的翻译与推广,注意主要世界出版语言的平衡发展。

二、中国的世界出版能力发展现状

中国用汉语之外的语言出版图书、期刊、影视以及数字化产品的能力,是衡量与评价中国的世界出版能力的另外一个维度。因为这与中国出版机构的出版内容、品种的国际化程度,中国出版机构的世界市场占有率,中国出版人才的国际化程度等多个方面密切相关,是中国世界出版现状的一个真实体现。

本文依据 OCLC 数据库平台,按照署名出版地,检

索出了英文图书署名的中国大陆的21个城市,在2014年至2016年三年出版的品种,按照三年平均品种,将21个城市列表如下:

表1 英文品种出版地署名为中国大陆城市一览表(2014—2016)

城市	2016年	2015年	2014年	平均值
北京	1509	1389	1604	1500
上海	358	175	129	220
杭州	29	16	31	25
南京	21	31	19	24
深圳	14	22	34	23
广州	17	12	30	20
沈阳	9	17	16	14
哈尔滨	19	6	10	11
天津	9	15	10	11
武汉	16	7	10	11
桂林	5	11	11	9
成都	9	13	5	9
西安	9	6	9	8
合肥	2	6	8	5
长沙	7	3	1	4
济南	3	2	3	3
郑州	2	0	5	2
长春	1	1	4	2
青岛	1	1	0	1
重庆	1	1	1	1
兰州	1	0	1	1

通过表1的数据可以发现,署名出版地为北京的英文品种最多,三年平均为1500种,这个水平虽然不能与柏林的平均1.3万种、巴黎的平均3973种相比,但比马德里的平均1450种多出了50种,详见图6。

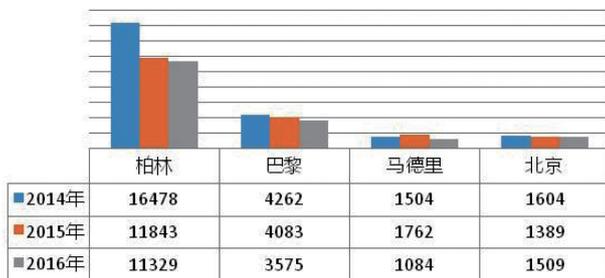


图6 世界主要出版中心（不含纽约、伦敦）出版英语品种图（2014—2016）

中国大陆城市中除北京之外,署名出版地为上海品种为220种,杭州为25种,南京为24种,能够出版英文品种的城市除沿海发达城市之外,还有内地的城市

成都、西安,东北的哈尔滨、长春、沈阳,累计达到了21个。这表明中国出版机构的世界出版能力不仅体现在文化中心城市北京、上海,而且具有一定的广泛性,中国大陆出版机构的世界出版能力已经积累了一定的实力。表1、图6的数据充分表明,中国出版除了汉语图书的出版之外,英语出版能力已经可以与西班牙语世界的出版机构并驾齐驱。

三、中国提升世界出版水平的最佳时机

随着中国经济改革开放以来的快速发展,特别是十八大以来中国综合世界影响力的日益增强,汉语的国际地位正在迅速提升。

本文借助 OCLC 世界图书馆系统,通过每年汉语出版的新品种入藏增长比例来看,表明汉语已经超过了西班牙语。借助 OCLC 的数据,本文特别整理了2014年至2016年度五大语种的年均新品种增长比例,结果如下:英语出版物截至2013年入藏品种达到了1.19亿种,2014年达到了1.27亿种,比前一年净增加了633万种;2015年为1.32亿种,比2014年增加690万种;二年平均为660万种,这表明英语世界出版机构的知识生产能力最强。以此计算,德语世界的年度平均新品种在265万左右,是英语年度660万种的40%左右。法语年度新增平均品种为170万种,是英语年度品种的26%左右。汉语年度新增为135万种,是英语品种的20%左右。西班牙语年度新增为91万种,是英语年度品种的14%左右。具体如图7。

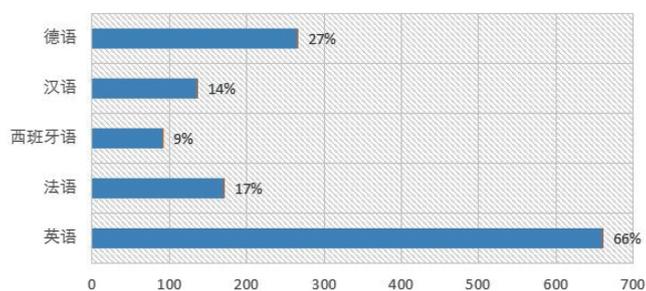


图7 世界图书馆系统(OCLC)

年度平均入藏五大语言新品种图书比例

由图7可以得出两个发现:一是从知识生产能力的排名上看,英语世界的知识出版能力最强,德语次之,按百分比排名第二,法语排名第三,汉语排名第四,西班牙语排名第五。而从品种数量上看,汉语的知识生

产能力已经远远超过了西班牙语,并与法语接近。

汉语的世界地位随着中国世界综合影响力日益增强正在快速提升的事实,也在国际出版商协会(IPA)与世界知识产权组织(WIPO)合作推出的2016年全球出版行业调查报告中得到了验证。根据IPA发布的报告显示,2015年,全球的出版商一共发行了超过160万种读物,其中有约一半来自中国和美国。报告显示,在全球25个最大的图书市场中,中国贡献了约47万种新书,占总数的28%,美国为33.9万,占总数的20%。^①

上述研究表明,中国在政治、经济、文化等方面日益增强的世界影响力,是汉语提高世界出版地位千载难逢的历史机遇,汉语初步具备了与英、法、德、西班牙语一样成为世界出版语言的基础。中国出版要主动抓住这一难得的历史机遇,尽快完成如下三个层面的能力建设:

1. 提高跨语种的出版能力

即中国出版机构的图书、期刊、数字化产品不仅能够满足中文本土读者的需要,还要能够被不同国家、民族以及不同文化区的人们所乐意接受和喜爱。

通过本文的研究发现,中国大陆的英语出版能力虽然大幅提高,并与西班牙语世界的出版机构并驾齐驱,但在法语、德语、西班牙等西方语言的品种出版方面,还很不平衡,具体如图8。

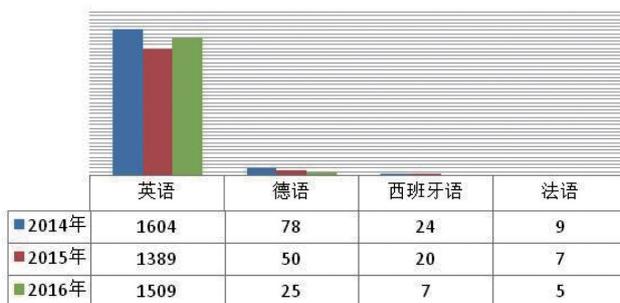


图8 北京出版英语、法语、德语、西班牙语图书品种图(2014—2016)

通过图8可以发现,在北京,德语、西班牙语的出版活跃程度要好于法语,德语的三年平均品种为50种,西班牙语图书为17种,而法语图书三年平均数量仅为7种。这个数据既一方面反映了中国出版与相关语言文化区在政治、经济、文化等方面的交流与合作程度,也反映了中国相关语言人才的教育、培养发展的不平衡现状。因此要加强不同语言图书出版之间的平衡发展,特别是在“一带一路”国家和地区使用人口数量大、对于

中国发展道路与经验具有强烈需求的国家和地区的语种图书出版方面,如阿拉伯语、印地语、乌尔都语、孟加拉语等图书出版,要改变目前极其匮乏的现状,尽快借助“一带一路”倡议的实施契机,加快相关语言的出版能力建设。

除注意西方主要世界出版语言的平衡发展之外,还要在以儒家文化为标志的东亚、东南亚中华文化圈内,加快东南亚语种的出版能力建设。笔者在2018年7月实地考察了泰国曼谷的图书出版市场,以泰国的新鲜(jamsai)出版社为例,该出版社是泰国专门以出版青少年的文学读物为主的出版社,近些年专门从中国大陆购买悬疑、探秘、爱情等浪漫文学作品出版,每年的品种能够达到200多种,最畅销的品种能够达到1万册左右,定价在200至500泰铢之间。这些泰文图书的版权购买多是根据台湾读者的风向标走,如果某一本书中国台湾购买了大陆的版权,这家出版社也会跟着购买,并翻译成为泰文面向泰国的青年人进行推广。这与中国网络文学在越南、印尼、马来西亚的图书市场的出版情况十分相似。

这表明以儒家文化为特征的中华文化圈内,在新时代里又形成了新的共同的市场需求。中国出版机构要在原国家新闻出版广电总局的支持下,在东亚、东南亚等国家、地区建立了中国主题图书编辑部的基础上,加快中国出版的本土化分支机构的建设步伐,利用已经形成的经济优势,实现日语、韩语、泰语、印尼语、马来语、越南语的本土化出版,提高中国出版在中华文化圈内相关语种出版物的出版能力水平。

2. 扩大跨地域的市场占有率

跨地域、跨国别的出版市场,即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、地区的读者需要,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,是这个国家是否为出版大国的核心指标。

即在以儒家文化为标志的中华文化圈内,要尽快加强跨地域的市场占有率。在这方面云南新知书城已经大胆进行了一个很好的先期尝试。新知集团自2011年开始,已经在柬埔寨、老挝、马来西亚、缅甸、斯里兰卡、泰国、尼泊尔、印尼建设了8个国际连锁华文书

局,总营业面积16万多平方米,员工2200多人,经营图书、音像制品35万多种,是全国率先走出国门探索国际连锁发展的发行企业。第一个开业的新知柬埔寨金边华文书局,位于金边市堆谷区毛泽东大道与金日成大道交汇处,面积1500平方米,书局在醒目位置设“当代中国图书专柜”,重点陈列中国梦、中国道路系列图书;设“柬埔寨图书专柜”,集中展示柬埔寨国家领导人传记、经济科技等图书;专设“滇版图书专柜”,重点展示云南省各出版社出版的有关云南的自然风光、民风民俗、特色民居等图书。除一、二楼为书局外,三、四楼是中华国际全日制学校,现有在校学生120人;五楼是职业学校;六楼是舞蹈学校和多功能厅;七楼是舞蹈室、武术室、书画室、音乐室;八楼是展厅、棋牌室、办公室、生活区;九楼是茶体验馆、会议室、露天剧场、花园式休闲露台等。在新知集团在东南亚已开设的8个华文书局中,已经有柬埔寨金边、马来西亚吉隆坡、缅甸曼德勒3个书局实现盈利,泰国清迈、老挝万象两个书局正走向盈利。^②

3. 汇聚世界化的出版人才

所谓世界化的出版人才,即意味着未来中国出版企业不仅仅以中国员工为主,还需要大量具有不同文化背景、不同国家和地区的编辑、出版和发行人才。当今世界的跨国出版集团,无一不在全世界各地拥有分支机构,员工可能来自十几个国家,文化以及宗教信仰可以千差万别。2013年,企鹅与兰登这两家世界性出版公司的合并手续,就经过了美国、澳大利亚、新西兰、欧盟和加拿大、南非和中国等7个国家监管部门的批准。目前旗下拥有分布在五大洲的独立出版公司250家,上万名员工,每年出版1.5万种图书,每年发行的图书、音像和电子书的数量是8亿多册(份),是当今世界真正意义上的出版帝国,在出版人才的世界化、多元化方面,为中国出版企业树立了一个未来长期努力的目标和典范。

以此标准来衡量中国600家出版企业,其差距更是显而易见。目前中国大陆每年大约能够吸引8000至10000名世界各个国家、地区的外籍人才到中国就业,但85%以上服务于跨国企业在中国的分支机构,其余15%集中在中国金融、法律、科技以及教育领域,而直接能够雇佣外籍员工的中国出版企业还十分罕见。

与跨语种的出版能力、跨国别的出(下转第45页)

究主题；立足产业发展实践，开展本土化研究；运用多种研究方法，构建系统多元的研究范式”^[8]。

其次要注意加强不同性质部门单位之间的合作，强化理论与实际的紧密结合，学界要高度重视加强与业界和政府部门之间的经常性交流与沟通，及时了解和把握产业发展现状并预测未来发展走向，以便有针对性开展关于具体数字出版产业的政策以及相关政策的各个侧面的微观问题的研究，充分发挥理论研究对于政策制订的指导和预测作用。

然后应注意研究客体的平衡，要充分考虑到数字出版产业政策方方面面因素，只有各方面都得到足够的研究并形成比较成熟的观点或理论，才可能促进我国构建一套完整的数字出版产业政策理论架构体系。

同时要着力加强数字出版产业政策体系、架构和政策绩效评估的研究，我国目前的相关政策既存在着“供需不平衡”“体系不完整”的问题，也存在着“政出多门，缺少协调性”“带有滞后性，缺乏稳定性”以及“执行过程管理不完善”“没有形成系统化的管理体系和监督机制”等问题^[9]，因此不仅要加强产业结构政策、产业发展政策、产业组织政策等数字出版产业政策宏观体系的研究，更要加强数字出版产业中各子产业政策以及相关的人才、金融等各个侧面政策的数字出版产业政策中观、微观体系的研究。同时，要重视包括政策预研、制订、发布、执行、效果等全过程的绩效评估指标体系以及检查监督体制机制研究。

最后要特别重视相关支撑学科理论的运用，没有学科理论支撑的研究是难以深入和持续的，开展数字出版产业政策研究，不仅要了解和运用好新闻出版学科理论，也要掌握和有效运用政策科学、管理科学、社会

学、经济学、统计学等学科理论，要了解和熟练运用有关学科的研究方法和研究范式，有效进行跨学科研究是每一位数字出版产业政策研究者在思想上必须充分认识和认同的问题。

产业政策理论研究对于具体的产业政策制订和促进产业发展的重要作用不言而喻，但是我国的数字出版产业政策理论研究现状，正如王宇明所言，“无论是在成果数量上还是研究进度上，都与我国当下数字出版产业的蓬勃发展局面极不相称”^[10]，需要新闻出版的学术界、产业界和政府部门通力合作，采取切实措施，共同推动有关研究向更高水平、更深层次方向快速迈进。

注释

①据中国新闻出版研究院发布的《2017-2018 中国数字出版产业年度报告》。

参考文献

- [1] 莫远明. 国家数字出版基础的政策演进与发展态势分析 [J]. 出版广角, 2012 (8): 26-29.
- [2][7][8][10] 王宇明. 我国数字出版产业政策研究的现状分析 [J]. 巢湖学院学报, 2018 (4): 62-67.
- [3] 周艳敏. 我国数字出版产业政策法规回顾与展望 [J]. 中国出版, 2013 (21): 44-47.
- [4] 郭剑, 徐晨霞. 我国数字出版产业政策绩效评估研究 [J]. 编辑之友, 2017 (5): 21-26.
- [5] 周格非, 周庆山. 我国数字内容产业政策的内容分析与完善策略 [J]. 图书情报工作, 2014 (10): 11-18.
- [6] 张景秀. 日本促进数据库的振兴政策与措施 [J]. 国际科技交流, 1990 (5): 1-2.
- [9] 黄先蓉, 等. 提高我国出版政策水平的思考 [J]. 科技与出版, 2011 (3): 75-78.

(作者单位：南京大学信息管理学院)

(上接第 90 页) 版市场相比，人才是制约中国世界出版能力发展与提升的一块短板。而人才恰恰是图书出版等文化产业的核心竞争力，中国出版国际化人才队伍十分匮乏的现状，值得整个行业以及政府主管部门的高度重视。因此中国出版要认知研究，如何在世界层面上进行筛选和组织人才，不仅要在传统出版的策划、编辑、印刷、发行等层面，具有吸纳世界一流人才的能力，还包括要拥有数字出版、网络出版、移动终端和社交媒体等领域的创新人才队伍。人才队伍建设非旦夕之功，中国出版应及早出台中国出版人才的国际化目标、规划以及

建设保障措施，从出版人才国际化的建设角度推动中国出版走出去。

注释

① 详见 A Pilot Survey by the IPA and WIPO, The Global Publishing Industry in 2016, p7-p11.

② 黎鸿凯. 新知集团李勇：华文书局走出去正当其时 [N]. 云南日报, 2018-08-24.

(作者单位：北京外国语大学 中国文化走出去效果评估中心)