SSAP
手册系列
II

皮书
手册

第八部分

皮书国际化发展

2006 年，社会科学文献出版社和已有 300 多年历史的荷兰 BRILL 学术出版公司决定合作出版“中国社会科学院年度报告系列丛书”的英文版，所以社会科学文献出版社的图书国际化，从皮书开始。

参与国际学术交流、传播中国学术理念，提升国际化水平，乃至联合国际智库开展针对全球性的重大问题的研究，是提升中国智库国际影响力的重要路径。皮书系列中十多种品牌持续（合计 200 多部）以英文、俄文等多语种的形式出版，实现了中国学术“走出去”，为智库提升国际影响力提供了平台。荷兰 BRILL 学术出版公司专门以“CASS Yearbook”为丛书名，自 2007 年开始每年出版多种英文版皮书，扩大了中国智库在海外的学术影响力。同时，多位皮书主编在国际大型书展发声、演讲，实现了与国际学术界的对话与交流。

2019 年，社会科学文献出版社皮书国际化工作进一步开展，除《中国社会形势分析与预测》《中国经济形势分析与预测》《中国人口与劳动问题报告》等十余种延续性选题外，新增《“一带一路”建设发展报告》（阿尔巴尼亚文版，合作机构为阿尔巴尼亚的 OMBRA GVG 出版社），该皮书的国际化，丰富了皮书国际化的系列、类别、语言、地区分布以及合作机构。

皮书中外籍学者的数量也进一步体现了皮书的国际影响力。2019 年版皮书中，来自全球 16 个国家的 54 位外籍学者参与了皮书研创，为皮书提供了更加丰富、多元的国际化视野。

社会科学文献出版社的国际出版业务经历了从纸质图书“走出去”到中国学者“走出去”，再到搭建国际学术传播平台三个阶段。以社会科学文献出版社为缩影，中国学术出版已经实现了“走出去”，下一步将是真正的走进国际社会，将国际出版工作持续地走下去。社会科学文献出版社国际出版的目标是，进一步整合全球学术出版资源，实现纸书、电子书、数据库等多种成果载体的国际化，优化完善国际学术传播平台，搭建全球学术出版平台，实现国际出版业务的持续发展。

8.1
皮书国际化实践

由于中国图书“走出去”经验缺乏，许多中文图书内容很难直接符合海外读者需求，通常情况下其写作体例与表达方式也不符合海外出版社的出版要求。海外出版机构直接购买版权的情况较少。更多的情况是国内出版机构与海外出版机构合作出版，由国内出版机构根据海外出版社的要求，组织力量对内容进行调整，并按外文表达习惯对内容进行翻译审校，最终形成符合国际出版规范的内容。在皮书的国际化过程中，国内出版机构所扮演的角色更多元，远远超出了传统出版社的范畴。

8.1.1 皮书国际出版的前端质量控制

为使皮书符合国际学术出版规范，以达到“走出去”的目标，社会科学文献出版社针对皮书制定了专门的“走出去”标准，主要包括以下内容。（1）选题内容符合国际出版热点。（2）学术质量达到国际水准，即资料价值高、立意视野深远、学术功底深厚、表达形式规范等。（3）皮书主编或主要作者在国内外具有一定的知名度和影响力。（4）皮书必须含有以下要素所对应的英文：皮书丛书名、书名、目录、全书及各篇报告摘要及关键词。

8.1.2 皮书国际出版的业务流程

社会科学文献出版社建立了完整的皮书国际化的业务流程（见表 8-1）。

表 8-1 皮书国际出版的业务流程

业务流程	业务说明
选题来源	选题来源主要包括编辑推荐、作者自荐、国际出版分社推荐、海外出版社提出
选题论证	皮书课题组、皮书编辑、社会科学文献出版社国际出版分社均可提出皮书选题申请，申请材料包括：英文书名、目录、内容简介、作者简介与作者背景介绍等。皮书选题需通过社科文献国际出版工作委员会论证
组建项目组	若选题通过，则组建项目组。项目组由皮书课题组、责任编辑、国际出版分社相关人员组成
皮书内容的遴选、加工、翻译	项目组对拟“走出去”皮书内容进行遴选、加工、翻译。若为已出版的书目，则还要包括国内的销售情况、专家评论、读者反馈等信息
国际出版申请材料	准备国际出版的申请材料。包括填写外文选题单、提供稿件的翻译样章
向海外出版社推荐	皮书课题组可以自行推荐，出版社可提供版权、翻译等相关服务；也可以委托出版社推荐。凡委托出版社推荐的，由国际出版分社从合作出版数据库中选择重点推荐的合作出版机构，向其发送推荐材料，同时记录备案。对于海外出版社有合作意向的稿件，国际出版分社相关负责人就贸易条款与对方进行沟通谈判
签订合作协议	海外出版社同意出版后，双方签订合作协议，并将信息反馈给编辑部门。由作者或责编对中文书稿进行二次加工，主要是对原书稿进行删改
申请翻译资助	申请翻译资助（可与上述流程同时进行），若申请不到资助，则与作者协商相关费用成本
翻译审校书稿	对书稿进行翻译和审校
提交海外出版社	将翻译和审校后的书稿提交至海外出版社
海外出版社编辑书稿	对书稿进行编辑，双方合力解决书稿中存在的问题，完成国际合作出版
海外发布、推广	对海外合作版皮书进行海外发布和推广

8.1.3 皮书国际化宣传

在通过前端控制质量，中端规范运作完成国际出版后，图书出版后的宣传推广也是出版流程的重要环节。海外推广可称为皮书“走出去”的“临门一脚”。

为提升皮书的国际影响力，社会科学文献出版社鼓励和支持作者利用各种国际资源和平台在海外发布自己的这一成果。同时，社会科学文献出版社也会利用其国际资源，如国际书展、海外合作机构、有合作关系的海外大学和研究机构，组织皮书主编在海外举办图书发布会或相关主题的学术研讨会。具体通过以下多种形式推动这项工作的进行。

8.1.3.1 皮书的国际发布

图书发布会是图书完成出版后向世人宣介的传统方式。社会科学文献出版社在中文皮书发布上拥有一套完整的宣传流程，配备了专门的人员队伍，将其在中文皮书宣传推广上的成功经验运用到皮书的国际推广上，鼓励作者发起，或自行发起在海外召开皮书的国际发布会，并通过国内外的线上线下媒体以及微信公众号等新媒体及时、大力地进行宣传造势。

8.1.3.2 国际学术研讨会

德国法兰克福国际书展中国年期间，在中国社会科学院国际合作局的鼎力支持下，社科文献精心策划、举办了一场以“中国经济发展与全球金融危机”为主题的学术演讲会，多位中国著名学者领衔的专家团队参会，并以英文进行演讲，现场接受了外国学者和媒体的提问与采访，引起了热烈反响。国际研讨会的举办，成功树立了中国学者、中国学术出版机构良好的国际形象，更重要的是其所承载的优秀的中国形象也得到了彰显。

8.1.3.3 皮书作者“走出去”

学者是学术体系的核心，中国学者的国际学术影响力是中国皮书国际化的决定因素。社会科学文献出版社充分认识到了这一点，并在皮书国际化过程中积极推动中国学者“走出去”。社会科学文献出版社多次组织多名皮书作者到海外进行学术交流访问，举办专题讲座和研讨会，参加各大书展，并配合期间或后期的

媒体宣传，最大限度地提升中国学者的影响力。

8.2
皮书国际化增值服务

8.2.1 皮书国际化的资源整合

内容再创作的方式主要有两种。（1）单本皮书历年文章的整合，即将某种皮书多年来出版的内容按照一定逻辑结构整合成一本完整的学术专著。社会科学文献出版社与施普林格·自然集团合作出版的“中国梦与中国发展道路研究系列”中的《西部地区发展：中国视角》、《中国文化消费需求景气评价报告》等图书就是通过这种方式实现了“走出去”。（2）多本皮书的整合，即将两本或多本皮书中主题一致的部分抽出，重新组合成为一本学术著作。《中国法治指数研究》一书就是将《中国法治发展报告》与《中国地方法治发展报告》两本皮书中关于法治指数研究的部分抽取出来整合而成，从而实现了“走出去”。

8.2.2 皮书国际化的融合发展

为了进一步提升皮书的国际化价值，社会科学文献出版社还将自身的优质数据库资源与皮书国际化相融合，推出了皮书数据库的海外推广，实现了皮书资源的全球化使用。皮书数据库已经成为研究中国现当代问题的学者和机构必不可少的参考材料。其海外使用机构包括大学图书馆，如哈佛大学、普林斯顿大学、伯克利大学、斯坦福大学、杜克大学、约翰布鲁金斯大学、牛津大学等的图书馆；高级智库，如美国国会图书馆（为美国各级政府提供公共及外交政策领域全方位咨询服务的研究机构）。这使皮书系列进入了国际知名学术出版产品的行列。

在“一带一路”倡议下，社会科学文献出版社整合自身在俄语地区的传播优势，努力开发“中国社科图书俄语地区数字传播平台”项目。该项目包含专题数据库、电子书在线阅读与交易平台和学术社区，并拓展该平台在俄语地区个人、图书馆及机构用户中的使用。该项目整合已出版的皮书系列内容资源，并通过多语种语料库和技术处理，实现了中文内容的俄语转换。

8.2.3 国际出版资助平台

在实现皮书国际化的 219 种皮书中，84 种为外方购买版权的直接版权输出，占比 38.36%。其他 135 种皮书“走出去”的经费主要来源于政府、社会科学文献出版社、作者。出版社可以协助作者申报政府资助平台从而实现国际化出版。其中，政府主要是通过各种“走出去”出版项目提供经费支持，这些项目主要有“中国图书对外推广计划”“文化产业发展专项资金”“国家社科基金中华学术外译项目”“丝路书香重点翻译项目”“经典中国国际出版工程”“中国社会科学院创新工程中译外项目”（见表 8-2）。

作者提供经费主要有提供全部费用和提供翻译两种方式。后者指作者方自己翻译，但不承担其他费用。其他经费则全部来自社会科学文献出版社。

表 8-2 皮书国际出版资助平台

出版资助平台	委托部门
中国图书对外推广计划	国务院新闻办公室
中国社会科学院创新工程中译外项目	中国社会科学院
文化产业发展专项资金	财政部
国家社科基金中华学术外译项目	全国哲学社会科学规划办公室
丝路书香重点翻译项目	新闻出版署
经典中国国际出版工程	新闻出版署

8.3
皮书英文译文规范

为提高皮书的国际影响力，每本皮书必须含有以下要素所对应的英文：丛书名、书名、全书及各篇报告摘要及关键词、目录。

8.3.1 丛书名

“××蓝皮书”应翻译为：“Blue Book of ××”，绿皮书译为“Green Book”，黄皮书译为“Yellow Book”。

示例：

新媒体蓝皮书：Blue Book of New Media

8.3.2 书名

以下是书名常用词的规范翻译。

（1）发展报告：Development Report on ××

（2）分析报告：Analysis Report on ××

（3）年度报告：Annual Report on ××

（4）研究报告：Research Report on ××

（5）评价报告：Evaluation Report on ××

（6）评估报告：Assessment Report on ××

（7）调查报告：Investigation Report on ××

（8）进程报告：Progress Report on ××

（9）竞争力报告：Competitiveness Report on ××

（10）分析与预测：Analysis and Forecast

（11）经济展望：Economic Outlook

（12）前景分析：Outlook Analysis

其他不在以上所列举范围内的皮书书名的英文应以“Report on ××”的形式出现。尽量避免将“Report”一词放置在英文书名的末尾。例如:《中国医药卫生体制改革报告》应翻译为 Report on China's Healthcare System Reform，而不是 China's Healthcare System Reform Report。

8.3.3 全书及各篇报告摘要

以下是摘要常用词语的规范翻译。

（1）问题与对策：Problems and Countermeasures（注：只有当“对策”一词与“问题”搭配使用时才能翻译为“countermeasure”，在其他情况下必须使用含“policy”的词组，见“现状与对策”的翻译）

（2）现状与对策：Current Condition and Policy Suggestions

（3）挑战与对策：Challenges and Policy Response

（4）现状与趋势：Current Condition and Development Trends

（5）政策建议：Policy Suggestions

（6）中美关系：China-US Relations［注：任何国际关系中的“关系”一词务必用“relations”（复数形式），而非“relationship”］

在翻译全书及各篇报告的摘要时须避免出现如下情况。

（1）拼写错误。

（2）在句子开头用阿拉伯数字。

（3）在英文中出现顿号“、”、书名号“《》”或中文中的句号“。”。

（4）特殊符号使用前后不一致（如货币、百分比、数字）。

（5）某名词在文中只以缩写形式出现而没有全称。

（6）使用中国人自创的英文字。

（7）在讲述发生在过去或已经结束的事件时使用一般现在时。

（8）在介绍皮书主编/作者时使用过于浮华的形容词（如“famous”“prominent”“well'known”“top scholars”等）。

（9）在提及英文作品时只使用书名或文章名的中文翻译而不提供原著英文名。

8.3.4 关键词

在翻译关键词时遵守以下几条原则：

（1）当关键词是词组时，该词组的搭配必须符合语法。例如，应采用“Financial Crisis”而不是“Finance Crisis”。

（2）选择字数最少的表达方式。例如，应采用“Growth Model”而不是“Model of Growth”。

（3）选择最权威或最常用的翻译。例如，应采用“Chinese Dream”而不是“China Dream”。

（4）一般情况下关键词不含冠词。例如，应采用“Clinton Administration”而不是“The Clinton Administration”。但是，国家名是例外。例如，应采用“The Phillipines”而不是“Phillipines”。

（5）人名用全名。例如，应采用“Barack Obama”而不是“Obama”。

此外，在翻译关键词时，还应注意以下几点：

（1）“Keywords”是一个词，不应分开写为“Key words”。

（2）首字母大写。

（3）关键词之间用分号隔开。

8.3.5 目录

以下是目录常用词语的规范翻译。

（1）目录：Table of Contents & Contents

（2）前言：Foreword

（3）序（代序）：Preface

（4）附录：Appendix

（5）后记：Postscript

（6）大事记：Key Events

（7）参考文献：References

（8）总报告：General Report

（9）分报告：Topical Reports

（10）技术报告：Technical Reports

（11）经济篇：Economic Analysis

（12）社会篇：Social Analysis

（13）调查篇：Investigation Reports

（14）调研篇：Research Reports

（15）专题篇：Special Topics

（16）案例篇：Case Studies（副标题中出现“以××为例”时应翻成“A Case Study of ××”）

（17）国际借鉴篇：International Experience and Lessons

（18）借鉴篇：Experience and Lessons

（19）比较篇：Comparison Reports

（20）产业篇：Industry Reports

（21）城市（区）篇：Cities and Districts

（22）地区篇：Regional Reports

（23）公共服务篇：Public Services

（24）评价篇：Evaluation Reports

（25）区县篇：Area Reports

（26）热点篇：Key Issues

（27）生态环境篇：Ecology

（28）综合篇：Surveys

（29）战略篇：Strategy Reports

（30）创新篇：Innovation Reports

（31）实践篇：Practice Reports

在翻译目录时，应注意：

（1）“Reports”一词出现在皮书各部分的标题中时，必须使用其复数形式；为避免生硬、牵强表达，有些英文标题中“Reports”一词可以省略。

（2）皮书各部分以及各单篇报告的标题中所有实词的首字母应大写。