

在伦敦书展上「阅读中国」



近日,为期3天的2026年伦敦书展在伦敦奥林匹亚展览中心举行。作为全球出版业的重要风向标,本届书展吸引了90多个国家和地区的近千展商、3万名专业人士,各方围绕出版行业发展趋势深入交流。中国出版代表团以“阅读中国”为主题,展示了4000余种精品图书,并围绕图书展陈、新书发布、作家对谈、版权合作等举行40余场特色活动。多名与会人士表示,近年来国际社会了解中国、阅读中国的兴趣持续上升,中外出版合作呈现出更加丰富生动的图景。

让海外读者领略中华文明

本次伦敦书展中国联合展台设有中国主题图书、中国精品图书等5个专题展区。参展图书既承载着中国出版业的深厚文化底蕴,也彰显鲜明的时代活力。其中,1300余种外文图书涵盖英、法、德、西班牙语、阿拉伯等多语种,涉及时政、文学、文化、少儿等多个品类,既有学术专著,也有大众读物,还有启蒙绘本、中文学习教材、学术期刊等,展现出中国出版多元化、专业化的发展格局,让海外读者得以品读鲜活的中国故事、领略深厚的中华文明。

主题出版类图书是展台的核心板块,成为国际社会了解新时代中国的重要窗口。《新时代治国理政纪实》第一卷英文版、《中国方案:全球治理与国际合作》、《从经济视角解析全球

发展倡议下的中国》等图书,多视角解析中国经济社会发展成就,展现中国在全球治理中的责任担当。

书展期间,多份聚焦中国经济社会发展的报告相继发布,其中由中国外文局指导,外文出版社、中国发展出版社主办的《中国发展报告2025》和《全球发展报告2025》英文版举行新书首发式。国务院发展研究中心副主任隆国强表示,《中国发展报告2025》以智库视角解读中国发展密码,全面记录中国推进中国式现代化进程中的思想、制度和实践成果;《全球发展报告2025》围绕全球发展议题,梳理相关议程落实进展,探讨务实可行的发展路径。两份报告从不同维度为全球发展贡献了中国智慧与中国方案。

海外对中国文化的兴趣持续上升

书展上,既有中国主题出版、传统文化作品等,也涵盖数字体验和IP开发等新内容形态。《永乐大典》《清华大学藏战国竹简》等典籍和研究成果与VR沉浸式体验项目同场呈现,体现出中国出版在国际舞台上由“展示图书”向“展示内容生态”延伸的趋势。中外出版合作模式不局限于单一的版权采购,而是愈发看重内容本土化改编、翻译品质打磨、全球发行推广、数字技术联动等全链条合作,长期战略协作成为中外业界的主流共识。

书展期间,还举办了“考古与童话——文博主题作品研讨会”“麦家作品译介展”“中英出版创意产业交流活动”等多场活动。作家对谈沙龙上,中国知名作家与海外文学爱好者交流分享创作心路,讲述文字背后的家国情怀;中英出版合作论坛上,两国专家围绕人工智能时代出版转型、版权保护、数字出版等热点议题畅所欲言,交流经验;在版权签约仪式上,《讷河往事》等现实题材作品、中华传统文化绘本等签约

海外机构,走向更广阔的全球市场。

多名英国出版界和翻译界人士表示,近年来海外对中国文学和中国文化的兴趣持续上升。英国爱丁堡图书节总监珍妮·尼文在参观中国联合展台后表示,中国文学的内核极具感染力,过去很多读者对中国作品的了解十分有限,如今越来越多优质译作落地,高品质翻译搭建起沟通的桥梁,让更多英国读者了解中国故事的温度。

书展上披露的调研数据引人关注:英国仅1/3儿童愿意在闲暇时主动阅读,半数成年人逐渐远离深度阅读,年轻一代的阅读习惯被数字化娱乐深刻改变。全球出版界人士呼吁优化内容产品形态,推出轻量化、图解化、有声化读物,适配碎片化阅读场景;联动学校、社区等社会力量,深耕少儿阅读启蒙、培育全民阅读土壤。马塞利诺·埃洛苏瓦表示,唯有坚守内容品质、保护版权价值、贴合读者需求,才能实现行业长远发展,这是全球出版业的共同追求。

据人民日报



“今年年初的马面裙海外订单量,大概是去年同期的10倍!”山东曹县晟名服饰有限公司负责人侯国栋自豪地说。他穿梭在生产车间,不时俯身整理刚裁剪好的布料。“这批面料是春节后到的,我们正在赶制日本客户订单。”

中国马面裙的海外订单迎来爆发式增长,侯国栋所在公司的快速发展,正是一个生动缩影。

侯国栋告诉记者:“过去是外国客户要什么,我们就做什么;最近一年,我们在汉服设计中巧妙融入国际时尚元素,激发客户新需求。”近年来,企业还通过参与各类国际汉服展销活动、入驻跨境电商等新营销模式,让世界上越来越多的人了解并爱上马面裙。

马面裙是汉服体系中极具代表性的形制,其特点为前后平整、两侧打褶,因裙门形似中国古城墙的“马面”设计而得名,也是现代汉服复兴浪潮中最受欢迎的品类之一。作为马面裙乃至整个汉服产业的重要地标,山东曹县的产业数据便是这一潮流最直观的注脚:曹县2025年汉服销售额突破130亿元,汉服企业超过2800家,汉服从业人员接近10万人,成为全球重要的汉服产销基地之一。

“从原创设计到裁剪打版、绣花印花,再到辅料供应、网络营销和售后服务,我们在方圆5公里内完成了全产业链覆盖。”曹县电子商务服务中心副主任刘霞说。

肯尼亚一家服装公司的董事长马晓梅告诉记者,她在服装制造业深耕多年,现已注册更贴近肯尼亚当地市场的曹县汉服商标,并将其定位为节庆及舞台表演服饰。当地消费者默茜·马伊纳评价:“马面裙是一款能瞬间提升整体造型质感的单品,既可日常穿着,也适合出席剪彩仪式等正式场合,绝对百搭。”

巴西一家文化传媒公司的总经理陈翔广正与当地经销商探讨更深度合作,计划将曹县马面裙与欧美奢侈品在一个店铺同步展销,展现中国马面裙在全球服饰产业领域的独特魅力。

当产业触角逐渐深入全球的商业肌理,曹县马面

裙也正在进入全球消费者的衣橱。莎拉·尼亚维拉是肯尼亚内罗毕一家旅行社的经理,自从在当地时装店购买一条曹县马面裙后,已多次身着马面裙出席活动。如今,她正计划着一个更大胆的尝试——让马面裙登上即将在当地举办的世界汽车拉力锦标赛。“这是一项极具影响力的活动,我们打算身着马面裙参与其中。”

意大利工业设计协会中国业务负责人李明说:“我第一次接触曹县马面裙,是在米兰一场汉服走秀上。裙摆上精密繁复的织金图案,与意大利高定的工艺细节竟有着奇妙的共鸣。”李明认为,曹县马面裙的独特之处,在于它并非博物馆里仅供观赏的展品,而是一套“活”的时尚系统。

肯尼亚时装模特尼亚克尔·约翰对此深有感触。她与曹县马面裙的缘分,始于一次偶然的社交媒体“刷屏”。“初次见到马面裙时,它看上去融合了多种文化元素。穿法也很特别,深受模特群体欢迎。”后来,她曾两度穿马面裙走秀,反响很好,“以后我还会继续穿”。

记者了解到,曹县目前已推出月华裙、凤尾裙等多款汉服款式,在色彩、纹样、图案等设计元素上积极融入国际语境,探索一条“文化+时尚+产业”的出海路径。

2025年,曹县以马面裙为主的汉服销往日本、意大利、澳大利亚等32个国家和地区。目前,曹县正通过推广汉服走秀、成立海外汉服社等活动,不断提升曹县汉服的海外市场占有率。

当曹县马面裙在米兰的阳光下、内罗毕的校园里、里约热内卢的舞池中轻轻摇曳,它背后连接的,是一座中国县城以数字化和产业化方式,让世界看见东方美学的当代实践。

据新华社

中国马面裙何以出海「圈粉」



READING CHINA 阅读中国

LONDON BOOK FAIR 6D101

