

新闻出版业 走出去工作指南

(上册)

新闻出版走出去政策解读

主编 张福海 郝振省

政策篇

工程篇

资金篇

平台篇

管理篇

高等教育出版社

新闻出版业

走出去工作指南（上册）

新闻出版走出去政策解读

主 编 张福海 郝振省

副主编 陈英明 范军 赵海云

执行主编 姜晓娟

XINWEN CHUBANYE ZOUCHUQU GONGZUO ZHINAN

图书在版编目(CIP)数据

新闻出版业走出去工作指南:全2册/张福海,郝振省主编.--北京:高等教育出版社,2014.7

ISBN 978-7-04-039702-4

I. ①新… II. ①张… ②郝… III. ①新闻工作—国际合作—中国—指南 ②出版工作—国际合作—中国—指南
IV. ①G219.2-62 ②G239.2-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第086575号

策划编辑 查卫平 刘 轩 李 欣

责任编辑 李 欣

封面设计 王凌波

版式设计 王凌波

责任校对 刁丽丽

责任印制 毛斯璐

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市西城区德外大街4号

邮政编码 100120

购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

网上订购 <http://www.landraco.com>

<http://www.landraco.com.cn>

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 30.25

字 数 474千字

版 次 2014年7月第1版

印 次 2014年7月第1次印刷

上下册定价 98.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书
销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物 料 号 39702-00

内容提要

《新闻出版业走出去工作指南》丛书分为上下两册。上册为《新闻出版走出去政策解读》，深入剖析当前推动新闻出版业走出去的重点政策；全面总结2012年度版权输出总量排名前列的十个省、直辖市地方新闻出版行政管理部门推动当地新闻出版业走出去的成绩、经验；全面介绍有关部门特别是原新闻出版总署为推动新闻出版业走出去实施八大重点工程、落实四大资金项目的基本情况；梳理推动新闻出版业走出去的九大平台的建设思路与取得的进展。下册为《新闻出版走出去案例解读》，从集团走出去、图书版权走出去、报刊版权走出去、数字出版产品走出去、实物产品走出去、印刷服务走出去、企业走出去、渠道拓展等八个方面对新闻出版业走出去先进单位的典型案例进行深度剖析，为业界提供可资参考学习的先进经验，帮助从业人员提升业务操作水平。

编辑前言

“十一五”以来，我国新闻出版业全面实施走出去战略，完善走出去政策，培育走出去主体，实施走出去项目，搭建走出去平台，扩充走出去队伍，不断创新模式，积极拓展国际营销渠道，版权输出、出版物出口、数字出版产品出口、印刷服务输出和资本、实体输出总体规模显著扩大，走出去格局更加清晰，影响力显著增强，出现了一批走出去的品牌产品和骨干企业，新闻出版业国际化进程明显提速，国际竞争力和影响力显著增强。这些成绩的取得，是新闻出版行政管理部门积极引导和推动的结果，是广大新闻出版单位努力实践和不懈探索的结果，是社会各界集体智慧的结晶。

党的十八大报告把“中华文化走出去迈出更大步伐”这一目标提升到了新的高度。站在新的起点上，总结新闻出版走出去工作的成功经验，对我们加快推动“十二五”时期新闻出版走出去工作，加快缩小版权贸易逆差、提升新闻出版业国际传播能力具有十分重要的指导和借鉴意义。有鉴于此，原新闻出版总署对外交流与合作司和中国新闻出版研究院合作编撰了这套《新闻出版业走出去工作指南》丛书（以下简称《丛书》）。

《丛书》分为上下两册。上册为《新闻出版走出去政策解读》，深入剖析当前推动新闻出版业走出去的重点政策，包含《新闻出版业“十二五”时期走出去发展规划》及《关于加快我国新闻出版业走出去的若干意见》；全面总结2012年度

版权输出总量排名前十的省、直辖市地方新闻出版行政管理部门推动当地新闻出版业走出去的成绩、经验；全面介绍有关部门特别是原新闻出版总署为推动新闻出版业走出去实施八大重点工程、落实四大资金项目的基本情况；梳理推动新闻出版业走出去的九大平台的建设思路与取得的进展。

《丛书》下册为《新闻出版走出去案例解读》，包括集团走出去篇、图书版权走出去篇、报刊版权走出去篇、数字出版产品走出去篇、实物产品走出去篇、印刷服务走出去篇、企业走出去篇和渠道拓展篇，对新闻出版业走出去先进单位的典型案例进行深度剖析，为业界提供可资借鉴学习的先进经验，帮助从业人员提升业务操作水平。其中，“集团走出去篇”征稿范围涉及“版权走出去篇”入选企业7家和“实物产品走出去篇”入选企业两家，这些企业希望与业界分享本单位走出去战略总体实施情况；“图书版权走出去篇”征稿范围为2006—2010年版权输出总量超过300种的新闻出版企业，同时长江文艺出版社、清华大学出版社和社科文献出版社因别具特色的走出去内容而纳入本篇；“报刊版权走出去篇”征稿范围为获得《大中华文库》暨新闻出版走出去先进单位表彰大会表彰的报刊出版单位；“数字出版产品走出去篇”征稿范围以获得《大中华文库》暨新闻出版走出去先进单位表彰大会表彰的数字出版单位为主，同时考虑到期刊数据库的重要性和传统出版单位转型的重要意义而将北京龙源网通电子商务有限公司和外语教学与研究出版社有限公司纳入其中；“实物产品走出去篇”征稿范围以获得2010—2011两年度文化出口中央奖励资金总额超过70万元的出版物出口企业，考虑到五洲传播出版社在图书出口方面有积极贡献，将其作为重点企业列入；“印刷服务走出去篇”征稿范围以获得2010—2011两年度文化出口中央奖励资金总额超过70万元的印刷复制企业；“企业走出去篇”征稿范围以获得《大中华文库》暨新闻出版走出去先进单位表彰大会表彰的新闻出版企业；“渠道拓展篇”征稿范围涉及“中国出版物国际营销渠道拓展工程”目前主要承办单位和中国图书进出口（集团）总公司、昆明新知集团、俏佳人传媒股份有限公司等目前海外渠道建设效果较好的企业。

在全书选编过程中，12省市新闻出版局和81家企业提供了稿件，中国图书进出口（集团）总公司、环球新闻出版发展有限公司、中国新闻出版研究院下属

北京希普斯文化咨询有限公司、原英国企鹅（北京）咨询有限公司等有关单位以及原新闻出版总署科技与数字出版司刘杰华、中国出版工作者协会游戏工作委员会张遥力等同志协助本书编写组编写了有关新闻出版走出去会展、翻译人才库和“中国民族原创网络游戏海外推广计划”的部分内容。

中国新闻出版研究院国际出版研究室刘莹晨、王珺、王杨、于华颖、侯鹏承担了全书组稿工作以及全书上册部分稿件的资料搜集与撰稿工作。

《中国新闻出版报》社王玉梅、原新闻出版总署质检中心程晓龙，《中国图书商报社》渠竞帆、李丽，中国新闻出版研究院张羽玲、刘莹晨、王珺、王杨承担了全书第一轮编改工作；中国新闻出版研究院姜晓娟、卫朝峰与《中国新闻出版报》社冯文礼承担了全书第二轮编改工作；原新闻出版总署对外交流与合作司贾惠丽等同志承担了全书第三轮编改工作。中国新闻出版研究院国际出版研究室姜晓娟负责全书的编撰工作。

全书由原新闻出版总署对外交流与合作司陈英明副司长、中国新闻出版研究院范军副院长、原新闻出版总署对外交流与合作司交流处赵海云处长审核，由原新闻出版总署对外交流与合作司张福海司长、中国新闻出版研究院郝振省院长审定。

《新闻出版业走出去工作指南》编写组

二〇一四年二月

目 录

1	新闻出版业走出去的七个“什么”（代序）
13	政策篇
15	《新闻出版业“十二五”时期走出去发展规划》解读
22	《关于加快我国新闻出版业走出去的若干意见》解读
29	工程篇
31	经典中国国际出版工程
35	中国图书对外推广计划
38	中外图书互译计划
40	中国出版物国际营销渠道拓展工程
45	重点新闻出版企业海外发展扶持计划
48	边疆地区新闻出版走出去扶持计划
51	中国民族原创网络游戏海外推广计划
54	海峡两岸出版交流合作工程
57	资金篇
59	文化产业发展专项资金
62	国家出版基金
65	文化出口中央奖励资金
68	中小企业国际市场开拓资金
71	平台篇
73	北京国际图书博览会
79	重要书展中国主宾国活动
92	重点国际性新闻出版行业展会
102	国际新闻出版业资讯库
106	版权交易信息库

109	新闻出版走出去重点项目库
113	中国文化对外翻译与传播平台
116	CBI杂志
119	走出去人才培养平台
123	管理篇
125	加大走出去扶持力度 打造国际版权之都 北京市新闻出版局
130	借船扬帆 走向世界 上海市新闻出版局
139	积极实施重大项目 着力推动走出去 安徽省新闻出版局
144	发挥骨干企业带动作用 积极拓展海外市场 湖北省新闻出版局
149	因势利导 因地制宜 加快走出去步伐 浙江省新闻出版局
155	创新求变 力推新闻出版走出去 辽宁省新闻出版局
161	全方位拓展国际合作 提升国际化水平 湖南省新闻出版局
166	创新思路 加快步伐 服务发展 江西省新闻出版局
173	发挥地缘优势 拓展境外市场 广东省新闻出版局
179	全方位提高新闻出版国际影响力 江苏省新闻出版（版权）局

187	附 录
188	第一部分 与新闻出版走出去相关的综合政策
189	——《坚定不移沿着中国特色社会主义道路前进 为全面建成小康社会而奋斗》——在中国共产党第十八次全国代表大会上的报告 胡锦涛
223	——《中共中央关于深化文化体制改革 推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》
244	——《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》
268	——《文化产品和服务出口指导目录》(商务部公告2012年第3号)
279	——《文化产业发展专项资金管理暂行办法》(财文资〔2012〕4号)
285	——《中央企业境外投资监督管理暂行办法》(国资委令第28号)
289	——《关于加快培育国际合作和竞争新优势的指导意见》(国办发〔2012〕32号)
300	——《中小企业国际市场开拓资金管理办法》(财企〔2010〕87号)
304	——《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》(银发〔2010〕94号)
310	——《关于进一步推进国家文化出口重点企业和项目目录相关工作的指导意见》(商服贸发〔2010〕28号)
316	——《文化产业振兴规划》(国发〔2009〕30号)
323	——《境内机构境外直接投资外汇管理规定》(汇发〔2009〕30号)
329	——《关于金融支持文化出口的指导意见》(商服贸发〔2009〕191号)
332	——《关于支持文化企业发展若干税收政策问题的通知》(财税〔2009〕31号)
335	——《国家出版基金资助项目管理办法》(新出联〔2008〕8号)
343	——《关于进一步加大对少数民族文字出版事业扶持力度的通知》(中宣发〔2007〕14号)
345	——《民族文字出版专项资金管理暂行办法》(财教〔2007〕258号)
349	——《宣传文化发展专项资金管理办法》(财教〔2007〕157号)

- 353 — 《中华人民共和国海关进出境印刷品及音像制品监管办法》(海关总署令第161号)
- 358 — 《关于做好我国企业境外投资税收服务与管理工作的意见》(国税发〔2007〕32号)
- 363 — 《关于鼓励和支持文化产品和服务出口的若干政策》(国办发〔2006〕88号)
- 366 — 《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》(国办发〔2006〕32号)
- 372 — 《关于非公有资本进入文化产业的若干决定》(国发〔2005〕10号)
- 374 — 《关于进一步加强和改进文化产品和服务出口工作的意见》(中办发〔2005〕20号)
- 382 第二部分 与新闻出版走出去相关的新闻出版政策
- 383 — 《关于加快出版传媒集团改革发展的指导意见》(新出政发〔2012〕3号)
- 392 — 《关于加快我国新闻出版业走出去的若干意见》(新出政发〔2012〕1号)
- 403 — 《新闻出版业“十二五”时期发展规划》(新出政发〔2011〕6号)
- 422 — 《新闻出版业“十二五”时期走出去发展规划》
- 430 — 《关于发展电子书产业的意见》(新出政发〔2010〕9号)
- 434 — 《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》(新出政发〔2010〕7号)
- 440 — 《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》(新出政发〔2010〕1号)
- 450 — 《关于促进我国音像业健康有序发展的若干意见》(新出政发〔2009〕5号)
- 456 — 《关于进一步推进新闻出版体制改革的指导意见》(新出产业〔2009〕298号)
- 464 — 《关于深化出版发行体制改革工作实施方案》(新出办〔2006〕616号)

新闻出版业走出去的七个“什么”

(代序)

新闻出版业实施走出去战略以来，大力推动新闻出版版权、数字出版产品、实物产品、印刷服务、企业和资本走出去，不断提升新闻出版业的国际传播力、竞争力和影响力，在对外传播社会主义核心价值体系、推动中华文化走向世界等方面取得了显著成效，为提升我国文化软实力作出了应有贡献。

党的十八大，站在新的历史起点上，对走出去工作指明了方向，提出了更高要求。为把党的十八大精神落到实处，全力推动新闻出版走出去，我们有必要对走出去工作的相关问题做更加深入的分析 and 研究，以期凝聚共识，形成合力，更好地推动走出去工作取得新的更大成效。

一、为什么要加快走出去

党的十八大把“中华文化走出去迈出更大步伐”作为全面建成小康社会的重要目标之一，把“中华文化国际影响力不断增强”作为建设社会主义文化强国要开创的五个新局面之一，把“加快走出去步伐，增强企业国际化经营能力，培育一批世界水平的跨国公司”作为加快完善社会主义市场经济体制和加快转变经济发展方式的重要要求之一。作为文化走出去的重要组成部分，作为社会主义核心价值体系的重要载体，新闻出版业需要进一步加深对走出去工作重要性的认识。

新闻出版走出去是向世界说明中国的客观需要。长期以来，特别是新中国成立以来，中国面临的国际舆论环境可以用“不解”“曲解”“误解”和“求解”来概括。近代以来，西方国家一直以俯视的身姿、猎奇的眼光来看待中国，羸弱落后、四分五裂的中国并不值得他们认真研究，全面介绍。西方民众对中国的了解远远不如中国民众对西方的了解。新中国成立后，选择社会主义道路的中国成了西方社会眼中的“另类”。当“扼杀”成为共识时，曲解就成为主流。当中国行进在中国特色社会主义道路的脚步越来越坚定时，西方的曲解变得更加急迫。民众的长期不了解和精英们的故意曲解，常常形成令我们委屈不已的误解。误解不利于中国的和平发展，不利于中国梦的实现。因此，加大新闻出版走出去力度，加快新闻出版走出去步伐，把一个客观而真实的中国介绍给世界，逐渐打破“曲解者”们对话语权的垄断，通过增加国外民众对中国的客观了解，进而减少误解，增进理解，为中国的和平发展营造客观公正的国际舆论环境，显得十分必要和迫切。同时，中国的快速发展也为新闻出版走出去奠定了基础。当前，西方国家陷入金融危机和欧债危机的泥潭难以自拔，与中国经济社会持续快速发展形成巨大反差。中国的优异表现和庞大消费市场，吸引了越来越多的国际目光，在不断寻求经济机会的同时，国际社会也不断增强对中国了解的愿望，希望能够找到中国经济社会发展奇迹背后的深层次文化基因。这为我们加快走出去步伐，向世界传播中华文化带来机遇。

新闻出版走出去是实现民族复兴的必然要求。党的十八大提出了实现中华民族伟大复兴的宏伟目标。要实现这个梦想，在持续增强硬实力的同时，还必须不断壮大文化软实力。加快推动新闻出版业走出去既是提升中华文化影响力、增强文化软实力的重要手段，也是提高我国综合国力的必然要求。目前，我国年出版图书品种世界第一、日报发行量世界第一、电子出版物总量世界第二、印刷业总产值世界第三，是名副其实的出版大国。但与世界发达的新闻出版强国相比，无论发展规模、发展格局，还是发展方式、发展质量，都存在着较大差距。要实现强国目标，必须让更多新闻出版企业成为国际一流企业，让更多优质出版产品进入国际市场影响主流人群，让更多中华文化在世界范围内得以传播，提升国际影响力。

新闻出版走出去是行业发展的客观需要。一方面，国际化需要新闻出版走出去。随着经济全球化步伐加快，新闻出版业国际化趋势日渐明显。特别受国际金融危机影响，国际出版业兼并、收购、重组加速，国际出版传媒业格局出现新变化，对国际出版市场份额的争夺更加激烈。广泛开展国际合作，立足于国际国内两种资源、两个市场，是新闻出版业发展的必然要求。另一方面，数字化要求新闻出版走出去。西方发达国家已经在数字出版领域确立了优势地位，在专业出版领域探寻出成功的商业模式，在教育和大众领域的数字化收益也呈现快速增长态势。我国传统出版业的数字化之路仍步履维艰，与世界发达国家的差距越来越大。中国新闻出版业只有大踏步走出去，学习和借鉴西方发达国家在数字化方面的成功经验，迅速实现转型升级，通过战略合作，抢占行业未来制高点，才有可能在国际竞争中立于不败之地。与国际上日渐式微的传统新闻出版业不同，这些年，中国传统新闻出版业仍保持着一定程度的增长。原因一是在填补计划经济时代遗留的市场空间；二是在享受工业化和城镇化带来的新的消费需求；三是得益于农家书屋等公共服务形成的市场拉动；四是依靠行业准入等政策红利。但伴随着市场经济的日渐完善、改革开放的扩大和新增阅读人群对数字产品的偏爱，上述红利将不同程度地消失和瓦解，传统出版业的发展将面临越来越大的困难和挑战。只有快速适应国际化和数字化的大趋势，形成真正具有国际竞争力的市场主体，中国传统出版业才能实现凤凰涅槃。

二、什么走出去

推动新闻出版走出去，首先要界定走出去内涵和外延，建立走出去话语体系。这种界定既要符合我国新闻出版业的产业边界，又要注意与国际通行指标接轨；既要便于统计，又要防止内容交叉。

2011年出台的《新闻出版业“十二五”时期走出去发展规划》，对新闻出版走出去的内容进行了明确界定，即推动版权、数字出版产品、实物产品、印刷服务、企业和资本走出去。一是版权输出。这是衡量一个国家新闻出版走出去水平的重要指标之一，主要从版权输出品种、数量和金额统计。二是数字出版产品出

口。主要指数字文献数据库、电子书等出口，侧重从走出去金额统计。三是实物产品出口。主要指图书、报纸、期刊、音像制品和电子出版物等传统出版物出口，侧重从走出去品种、数量和金额统计。四是印刷服务出口。主要指我国承接境外印刷加工服务，侧重从对外加工贸易额统计。五是企业和资本走出去。主要统计我国新闻出版企业在境外建社建站、办报办刊、开厂开店的数量以及资本运营情况。

《新闻出版业“十二五”时期走出去发展规划》还围绕上述五个方面内容，对整个新闻出版走出去提出了阶段性目标，即到“十二五”末，版权输出突破7 000项，引进与输出比例降至2:1；数字出版产品和服务出口额突破10亿美元；实物出口数量突破1 150万册（份、盒、张），出口金额突破4 200万美元；印刷服务出口规模总量达到1 000亿元人民币。新闻出版业走出去政策体系更加完备；新闻出版企业海外投资额显著增长；培育一批有国际影响力的知名品牌；打造六到七家实力雄厚、有国际竞争力的走出去龙头企业；培养一批外向型高层次的新闻出版专业人才；在30个左右国家有计划地布局布点，基本形成覆盖广泛、重点突出、层次分明的新闻出版走出去新格局，我国新闻出版业的国际竞争力和影响力显著增强。

三、走出去做了什么

新闻出版行业在中央领导的亲切关怀和相关部门的大力支持与帮助下，政府与企业戮力同心，攻坚克难，在走出去方面做了大量艰苦而富有成效的工作。概括起来主要有以下六个方面：

一是确立了一个体制。即政府推动、企业主体、市场化运作的走出去运行体制，实现了从外宣到外销的战略转变。

二是出台了两个文件。《新闻出版业“十二五”时期走出去发展规划》明确了新闻出版业走出去的内涵和外延，规范了话语体系，摸清了家底，制定了“十二五”时期走出去的目标和任务。《关于加快我国新闻出版业走出去的若干意见》对党中央、国务院和相关部委已出台的走出去扶持政策进行了系统梳理和归

纳，并有针对性地出台了支持新闻出版业走出去的十项行业新政策，对新闻出版企业走出去具有很强的指导意义。

三是搭建了三个平台。通过每年举办北京国际图书博览会、在重要国际书展开展中国主宾国活动和参加诸多国际书展，搭建了走出去书展平台；以国际新闻出版业资讯库、版权交易信息库、重点项目库、中外作家库和翻译人才库五大数据库为主体，初步构建了走出去信息服务平台；通过实施走出去人才培养计划，与国外重要出版传媒集团和相关高等院校合作，逐渐形成了走出去人才培养平台。

四是明确了四个原则。即以进带出原则，通过资源换资源，市场换市场，推动更多中国出版物走出去；多元并举原则，鼓励各种所有制和各种业态的出版传媒企业挖掘自身优势，拓展国际市场；借船出海原则，利用现有国际渠道，输出中国新闻出版产品；本土化原则，注重与海外资金、技术、渠道、人才等要素结合，开发推广适合当地阅读和消费习惯的产品。

五是主攻了五个主题。实施了五个主题年，即版权推广年、渠道构建年、政策落实年、国际布局年和品牌创建年。每年围绕走出去存在的阶段性突出问题，集中力量加以解决。

六是实施了六个工程。“十一五”以来，先后实施了“经典中国国际出版工程”“中国图书对外推广计划（与国务院新闻办公室合作）”“中外图书互译计划”“中国出版物国际营销渠道拓展工程”“重点新闻出版企业海外发展扶持计划”和“边疆新闻出版业走出去扶持计划”共六个走出去重要工程。

四、走出去取得了什么进展

经过多年努力，新闻出版业在走出去方面取得了显著进展。

一是版权输出结构不断优化。经过十年的努力，我国出版物版权贸易逆差大为改观，从2003年的15:1缩小到2012年的1.9:1，提前实现“十二五”规划预期目标。在比例结构改善的同时，质量结构不断优化，对重点发达国家的出版物版权输出总量10年增长82倍。版权输出产品形态从单一的图书、期刊拓展到报纸、音像电子、数字等多种形态。版权输出内容结构发生很大变化，一大批弘扬

社会主义核心价值体系、展示中华文化魅力、反映当代中国精神风貌和学术水准、贴近国外受众文化需求和消费习惯的品牌产品走向世界。

二是实物产品出口稳步增长。近年来，在人民币升值、数字产品冲击和金融危机等外部环境极为不利情况下，新闻出版行政管理部门适时放出版物出口权限，调动各种所有制企业出口积极性，实施“中国出版物国际营销渠道拓展工程”，新闻出版实物产品出口保持了持续增长。2011年累计出口金额为7 396.6万美元，比2010年增长近一倍。2012年出版物实物出口金额达到9 474.08万美元，提前实现了“十二五”规划预期目标。

三是数字出版产品出口势头强劲。2012年我国期刊数据库海外付费下载收入超千万美元，电子书海外销售收入近500万美元，网络游戏出口额达5.7亿美元。

四是印刷服务贸易顺差明显。2012年，印刷服务出口企业对外加工贸易额达到680.09亿元，占印刷业总产值的7.84%。珠三角、长三角、环渤海三大印刷产业带已成为全球重要的印刷加工基地。

五是企业和资本走出去不断增多。据不完全统计，目前我国新闻出版企业已在境外建立各种分支机构459家。一些走出去骨干企业积极探索走出去持久发展模式，研究走出去成功商业模式。

六是重点工程支撑作用更加明显。“经典中国国际出版工程”实施4年来，共有515个项目、约2 000种外向型图书获资助。“中国出版物国际营销渠道拓展工程”实施三年来，一批优秀外文图书进入全球3 000多家主流实体书店销售网络，数十万册中文图书在全球100多家华文书店销售，亚马逊“中国书店”上线中国图书达18万种。“重点新闻出版企业海外发展扶持计划”取得很大进展，2012年十多个重点企业走出去项目获文化产业发展专项资金支持，涵盖了走出去多个重点领域。“中国图书对外推广计划”，截至2012年年底，共与61个国家的486家出版机构签署了1 095项资助协议，涉及38个语种的2 201种图书。

七是重大活动影响深远。2009年德国法兰克福书展中国主宾国活动，是新中国成立60年来在海外举办的规模最大、影响最大的一次出版文化交流活动，共举办大小活动600余场，多方位展示了五千年博大精深的中华文化，达成版权输出2 417项，实现了“精彩、圆满、成功”的最终目标。2012年的英国伦敦书