

探析法兰克福书展独特的成功元素

摘要：法兰克福书展以全球范围内规模最大的世界级书展而闻名，不同于以小出版社和专业出版社为主的伦敦书展和主要面向行业内部开放的美国书展，其发展目标是构建一个多元化的国际图书版权交易体系，并不断增强自身在行业内的影响力。本文将从独具优势的内部因素、紧跟时代步伐的展览内容和形式、宏伟的国际化视野、与时俱进的服务功能和高效率的专业团队五个方面来简要地分析法兰克福书展独特的成功元素。

关键词：法兰克福书展 图书贸易 版权贸易 文 / 张怡 杜恩龙

近些年，种类繁多的国际书展令人眼花缭乱，从展品类别来看，国际书展可以分为综合性国际书展和专业性国际书展。综合性国际书展是指展品类别的多样性，各个国家和地区的各类图书都可以参加展出和交易，如法兰克福国际书展。专业性国际书展是指参加展出和交易的图书限定在某一类专门的题材领域，如博洛尼亚国际儿童图书博览会。从交易形式来看，国际书展分为版权型国际书展和展销型国际书展，前者以参展的出版商之间洽谈版权交易与合作出版业务为主，如法兰克福国际书展；后者则是前来参展的出版商向书商、图书馆、公众推销图书的图书交易会，同时文学经纪人还可以进行手稿交易，如美国书展。本文侧重于分析法兰克福书展较为独特的成功元素。

一、独具优势的内部因素

法兰克福地处德国莱茵河的右岸，是德国众多沿河建造的城市之一。这个地方是南德和德国中部之间的交汇点，也是莱茵河右岸通往左岸的主要入口，自古以来就是一条非常重要的交通路口。这一重要地理特征使该城成为德国最大的交通枢纽，尤其是在航空网络中，更是欧洲航空布局中的中心枢纽，素有“德国空中之门”的美誉。

（一）便于沟通世界的地理位置

法兰克福是欧洲重要的贸易路口，也是德国经济发展最活跃的城市之一，因为频繁的经济贸易往来在这里组建了世界空港要塞，而且各国航空公司都有直飞航班到达这里。这就为法兰克福书开展全球性的图书交往活动提供了便于沟通世界的地理位置。

（二）基于技术革新的历史发展条件

虽然在我们的认知里是毕昇在宋代时创造性地发明了活字印刷术，但对于外国人来说，活铅字印刷术的发明者是德国的约翰·古登堡。中国古代的发明家们虽极具创造性地发明了泥活字、锡活字和铜活字，但并没有发明可以使其大量投入生产印刷的印刷机。再有，相比于西方的字母文字来讲，中国人书写的文字是方块字，需要制作的单字难度大、数量多，这也是中国活字印刷难以推广的重要原因之一。

十五世纪中，约翰·古登堡在法兰克福附近的家里发明了金属活字印刷术，其首次出版的《四十二行圣经》印刷本的第一版在正式发行前就已经被抢购一空。“图书集市”时期为法兰克福书展蓄积了大量图书贸易的原始积累。古登堡发明印刷技术的一个突出的功能就是增加印刷品的数量，效果优于同期竞争对手的印刷方法，这促使了德国成为全球的印刷中心。当时，起源于意大利的人文主义开始传播到欧洲，鼓吹者们需要印刷作为其迅速传播思想的便利工具，随着技术的兴起，可以说在某种程度上提高了法兰克福在国际市场上的竞争力。

十六七世纪时拥有机械印刷技术的法兰克福，就已经发展成为国际图书贸易的中转站，当时的商品品种繁多，各路商人都聚集在这里，数目繁多的书籍都汇集在法兰克福，并经由当地的书商带回销往世界各地，法兰克福逐渐成为当时最大的销售图书的集市。从法兰克福书展的前身法兰克福集市开始，就已经出现大范围的图书贸易，可以从中看到巨大的图书市场，也因此吸引了国际市场上的大部分出版商人、读者，这些国际元素的流入，促使法兰克福书展建设起了国

际化交流和贸易的平台。在此背景下，法兰克福贸易中心诞生了，这为法兰克福书展日后发展壮大奠定了坚实的基础。

（三）德国发达的现代图书业

德国图书市场产业运行机制领先于世界上大多数国家，其先进管理和运行机制值得其他国家借鉴、学习。

德国的出版业把握时代变革，发展面向未来，勇于突破传统道路的瓶颈，积极寻求新的商业模式实现跨界发展。许多书商已在互联网销售平台上设立了官方旗舰店，并且这些旗舰店的数量正在与日俱增。统计表明，网上图书交易与传统书商之间并不互相排斥，两种图书交易形式交织在一起并且相辅相成。让消费者既能在传统书店里享有实际体验化选择，又能享有方便快捷的网上咨询、购买功能。

除了依靠健全的法律法规外，庞大的出版市场也依赖于行业自律。行业协会在行业自律和公平、自由及公开竞争中发挥着重要作用，如德国图书贸易协会和德国出版商协会。

除了法兰克福国际书展之外，德国图书贸易协会还设立了德国图书贸易和平奖。该协会肩负着与公众建立联系、与各种社会团体或组织、政治和新闻机构建立联系、保持与联邦政府和议会联系的任务。外国出版商现在也可以加入德国书商和出版商协会并成为会员。这一决定增强了国际图书贸易中的信息与经验交流，对图书版权贸易往来具有重要作用。在某种程度上，这为法兰克福国际书展巩固自身在国际书展中的地位提供了信息技术支持。

（四）持续发展的良好出版氛围

德国文学底蕴浓厚，民众受教育程度高，同时德国人也是出了名的爱读书。根据德国书商协会发布的《2016年德国图书产业数据报告》，德国图书市场的销售量在2016年达到92.8亿欧元，居民人均购买量较上年大幅上涨，人均支出增加了11.51欧元，同比增长9.4%。而我国的图书销售总量折合成欧元仅约合90亿欧元，人均消费仅占德国人均消费的二分之一，人均阅读量差距明显较大。由此可以看出德国人有爱读书的传统，即使在当今高度网络化的时代，这种传统仍然存在。

在德国，素来注重从小培养孩子的阅读兴趣，家长们以身作则，经常会陪同孩子读书。可以经常看到一家人在火车上、地铁里或湖边草坪上静静地看书。

德国政府也非常注重从孩提时就培养德国公民的阅读兴趣，不仅完善图书馆机制，还将每年的11月18日定为全国朗读日，2008年起，德国开始举行名为“在德国读书，让我们在图书馆见面”的全国性的年度阅读活动。

在此期间，当地图书馆举办了数以千计的活动，包括演示、展览、朗诵会、图书馆之夜等等。

二、紧跟时代步伐的展览内容和形式

（一）展览的内容紧跟时代步伐

法兰克福国际书展一直强调图书内容的展示与交流。随着科学技术的不断发展，法兰克福国际书展上的展品不再是单一的传统纸质书籍，越来越多的数字出版物，如电子书、电影、有声书、电子交互杂志等都涌现在大众的视野当中。法兰克福国际书展展出的内容越来越丰富，其所服务对象的范围也越来越广泛。作者、编辑、出版商、图书馆员、教育工作者、发行商、版权经理人等各种身份的人都可以在法兰克福国际书展上找到吸引他们的内容，从而达成版权交易，进行更加深入的文化交流。据统计，每年达成的版权交易额占世界版权交易总量的75%以上。

（二）展览活动形式多样化

每一届法兰克福国际书展都会开展多种多样的活动，如论坛、颁奖、展示会、推介会、交流会等。名人效应在法兰克福国际书展上同样不可低估。每年法兰克福国际书展期间都会有德国国家领导人参加开幕式、致辞、或来参观。法兰克福国际书展的影响早已渗透到政界、商界、影视界和文艺界。自2004年法兰克福国际书展设立影视论坛起，演员、艺人也来宣传他们所参演的影视作品。

三、宏伟的国际化视野

在经济全球化大背景的推动下，法兰克福国际书展版权交易市场面向全球，不断延伸其发展脉络。

自1986年以来每年都有一个国家被选为书展的主宾国或主宾区，法兰克福国际书展也由此正式迈进了国际化发展时代。到目前为止，世界上的主要国家和地区在各自担任主宾国的法兰克福国际书展上都展示了各自的文化。一定程度上，法兰克福国际书展不仅仅是单一为读者受众展示多样文化的一种单向传播活动。它的每一次成功举办，都无不彰显着国家间的政治与外交互动。

一般来说，主宾国普遍认为法兰克福书展为本国优秀文化提供了高规格的展示平台。每年都有一个国家被选为书展的贵宾，其图书出版业在整个展示周将受到重视、赢得庆祝。2012年的主宾国是新西兰。他们的展示非常具有创新性，用一个演员生动叙述，来展示新西兰作家的作品摘录和引文，再加上视觉技术效果，将展厅投映成深色调，在人工湖上反映了房间里暗淡的光线，营造出一种超凡脱俗的气氛，有效地将来访者从喧嚣吵闹中拉出，充分地融入展示中。他们的特别介绍似乎更多的是在介绍和探索新西兰文化，而不是新西兰图书贸易的实际现状，但这可能对许多不熟悉新西兰文化的人来说是极好的曝光。

宾国是新西兰。他们的展示非常具有创新性，用一个演员生动叙述，来展示新西兰作家的作品摘录和引文，再加上视觉技术效果，将展厅投射成深色调，在人工湖上反映了房间里暗淡的光线，营造出一种超凡脱俗的气氛，有效地将来访者从喧嚣吵闹中拉出，充分地融入展示中。他们的特别介绍似乎更多的是在介绍和探索新西兰文化，而不是新西兰图书贸易的实际现状，但这可能对许多不熟悉新西兰文化的人来说是极好的曝光。

近年来，法兰克福书展自身发生了巨大变革，趋向数字化、国际化、一体化。它继续跟踪发展趋势，探索行业中涉及的新领域。

四、与时俱进的服务功能和高效率的专业团队

（一）与时俱进的服务功能

法兰克福国际书展依据其创新意识和前瞻意识引领着出版业的潮流，为其自身的发展提供了与时俱进的服务功能。面对市场环境的变化，法兰克福书展在变革中求发展，在高品质的内容和多样化的管理基础上，不断追求理念创新，并力求实现跨国式出版产业链间的融合。

最能体现其与时俱进服务的一个功能就是行业中的新事物会首先出现在法兰克福国际书展上，然后受到业内人士的关注，从而成为一种趋势。如电子书、有声读物、立体书、交互杂志和各种最新研制的阅读工具最早都是在法兰克福国际书展上出现的，进而备受大众推崇。电子出版物正式问世于公众视野是在1993年的法兰克福国际书展上。索尼曾开发的电子书阅读器与书面阅读效果完全一样，这在法兰克福国际书展上也引起了业界的轰动。时至今日，数字出版也有了更多的载体形式，除电脑、iPod、PDA、手机APP外，甚至还出现了一些听书软件如喜马拉雅。今天，知识和交流将成为相关因素，业界越来越关注与新合作伙伴之间合作的新的多媒体格式和创意，涉及电影、游戏、书籍以及ICT(Information and Communication Technology, 即信息和通信技术，是电信服务、信息服务、IT服务及应用的有机结合，这种表述更能全面准确地反映支撑信息社会发展的通信方式，同时也反映了电信在信息时代自身职能和使命的演进)行业的创意产业。同时，数字化正在加强作者和其他内容生产者的联系，因此，出版商、代理商和书商正在重新定位自己，并积极寻求可以通过这样一个广阔的平台来与其他行业人员进行深入交流的机会。

（二）高效率的专业团队

法兰克福国际书展公司不仅在法兰克福设立了总部，还在像北京、纽约这样的主要城市设有信息咨询处。法兰克福书展一直专注于人才的培养，尤其是对青年后备人员的培养，到2018年已经开展了21次这类的培训活动，意在强化这些

后备人员对于出版相关行业的知识和技能，以求更好地为世界各国参展人员提供更加优质的服务。

法兰克福国际书展的主办人员具有不断创新、勇于挑战自我的精神。法兰克福国际书展团队人员善于给自己增添适当的压力，例如，经常为自己营造出一个假想敌，以不断追求自身的发展进步。他们会经常关注其他书展的发展现状，从而不断鞭策自己。当一个国际性的书展发展非常迅猛，他们就会将其视为有力的竞争者。

五、结语

近年来，世界各国的世界性书展办得风生水起，都想与法兰克福国际书展一较高下，但这并不意味着这些国家能以雄厚的经济实力和强大的政治力量在短时间内改变法兰克福书展在业界龙头老大的地位。我国的北京国际图书博览会与其相比还存在较大的差距，可能短时间内无法改变这个局面。而北京国际图书博览会要想迎头赶上，就不能忽视法兰克福国际书展的成功经验。

参考文献

1. 杨贵山. 海外版权贸易指南 [M]. 北京: 中国水利水电出版社, 2005.
 2. 陆臻. 版权贸易理论与实务教程 [M]. 上海: 上海辞书出版社, 2014.
 3. 辛广伟. 版权贸易与华文出版 [M]. 重庆: 重庆出版社, 2003.
 4. 方世忠. 书的世界和世界的书 [M]. 上海: 上海译文出版社, 2013.
 5. 王雪野. 国际图书与版权贸易 [M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2009.
 6. 徐建华. 版权贸易新论 [M]. 苏州: 苏州大学出版社, 2005.
 7. 亢姿爽. 日本出版业在人口红利变迁下的应对策略 [J]. 出版参考, 2017(9):21-24.
 8. Song, Sandra. The digital challenge for the book industry: a viewpoint of Frankfurt Book Fair [J]. New Library World, 2012, 113(7/8).
 9. Shanna Hollich. Frankfurt Book Fair 2012: an educator's perspective [J]. New Library World, 2013, 114(7/8).
 10. Stephen Hrubes. Frankfurt Book Fair 2011 - a sampling of panel discussions and lectures [J]. Library Hi Tech News, 2012, 29(1).
 11. Kelly Lynch. E-books: the future for publishers and libraries [J]. Collection Building, 2012, 31(2).
- (作者: 张怡单位系河北大学新闻与传播学院; 杜恩龙单位系浙江传媒学院新闻与传播学院)