

法兰克福书展随感

文 / 张之光

今年，我有幸代表中华书局参加2015年法兰克福书展。法兰克福书展是世界上最大规模、最享盛誉的书展，被誉为“世界出版人的奥运会”。书展由德国书商及出版商协会的子公司法兰克福书展会展公司(AuM)负责筹办。它为来自世界各地的出版商、代理商以及图书馆人员提供一个洽谈版权交易、出版业务及展书订书的场所。

书展之前世今生

法兰克福书展1949年由德国书业协会创办，每年10月第一个星期三至周日，在法兰克福会展中心举行，为期5天。每年，会有100多个国家和地区、7000多家出版商和书商、30多万个新品种参加法兰克福书展。该书展已成为世界最大和最重要的图书贸易中心，是世界书业界的盛会，也被誉为“世界文化风向标”。其展览宗旨是：允许世界上任何出版公司展出任何图书。数据显示，在书展上达成的版权交易占世界全年版权交易总量的75%以上，一方面是出版机构的版权负责人前来洽谈、购买国外版或翻译版版权，另一方面是大批文学代理人寻找海外出版公司。此外，在每届书展正式开展前一天的下午2点，都会举办“国际版权经理大会”，以深入探讨版权贸易中的有关问题。法兰克福书展如今也是中国图书出版界对外输出版权的主要媒介。

15世纪中期，住在法兰克福附近的约翰·古登堡发明了活版印刷术，并第一次出版了印刷本的《圣经》，第一版180本还没有正式发行就已全部售出。印刷术的兴起，使得16世纪至17世纪时的法兰克福，成为德国最重要的图书贸易场所，其提供的服务不仅面向德国人，而且面向其他拉丁语系欧洲国家。书籍被成箱地运往法兰克福，由来自各地的书商带回本地销售。

一段时间由于法兰克福的图书受到皇室严格审查，德国的图书贸易中心转到风气更为自由开放的莱比锡城。第二次世界大战后，法兰克福再一次成为图书贸易中心。到1949年，第一次现代意义上的图书博览会在法兰克福保罗教堂举办，德国人对文学的渴望，特别是对外国文学的渴求，对书展起到了推波助澜的作用。到1954年，外国出版商参加的人数甚至超过了德国出版界。

德国并不是世界最大的出版国，德语也不是世界使用最广泛的语言，但多年来，法兰克福一直举办着世界规模最大的书展，其中最具特点的国际版权贸易以及出版界人士的聚首是出版商们



的期待。另外，书展为参展商提供的各项服务、组织的各项活动也起到了重要的作用。

法兰克福书展为世界各地的出版商寻找了新的接触机会，它既延续、加强了已有客户，又可寻找新合作伙伴，开发版权与许可贸易。书展是出版社、跨国公司进一步塑造企业形象的大好时机，通过介绍和展示产品从而获得新的消费者，寻找新的发行渠道，交流与收集信息，进行市场调研，进而在展会中占有一席之地。

展会上的业界人士包括出版商、书商、版权经理人、图书批发商、新闻杂志业者、文稿代理商与文探、作者、图书管理员与案卷保管人、印刷制造商、大学与研究协会等。

参展之有备无患

今年是我第二次参加法兰克福书展，上一次是在2010年，那时我刚刚从事版权贸易工作两年多，可以说还是版权界的新人，也是第一次参加国际书展，准备工作做得也不够充分，基本是浮光掠影，走马观花，更大的作用是开阔眼界。今年，已经是我做版权经理的第八个年头，对于版权工作和国际出版业的工作模式，我可以说不轻驾就熟，有备而来，所以在书展期间我也能够有针对性地、从容地完成工作计划。

参加国际书展，成效如何，可以说十之八九都在准备工作上，从装备到日程，从硬件到软件，每个细节都

要事先计划好。

今年的法兰克福书展,我提前三个月就开始做准备工作。首先,我梳理了正在合作和曾经合作过的伙伴,尤其是欧美客户,(亚洲客户大多数可以在北京国际图书博会上约见,成本要比去法兰克福低得多),尽早和他们定下约见的时间。约好这些客户后,还要梳理一下和这些客户曾经和正在合作的项目,记录下通过邮件无法处理的问题,在书展上约谈时尽可能解决。

其次,请版权代理公司帮忙推荐一些有合作可能的新客户。今年,我请和中国出版集团一直有密切合作的英国代理 Ian Taylor Agency 帮忙联系了几家出版社,其中他们介绍的夏威夷大学出版社,在亚洲研究尤其是汉学研究方面非常突出,与我们的出版方向有很大重合,合作可能性巨大。会谈中,我和夏威夷大学出版社的代表颇有相见恨晚之感,三十分钟的会谈时间感觉一下就过去了,于是我们约定今年冬天他访问北京时请他到中华书局来做客,详谈合作可能,还约定明年3月的东亚图书馆年会进一步探讨具体合作项目和合作方式。

再者,为编辑服务。版权部门在出版社除了是业务部门,更是为编辑室服务的职能部门。书展前三个月,我就和几个做引进选题较多的编辑室主任打了招呼,如果他们有特别关注的选题或出版社,我可以在法兰克福书展上约谈。我们书局人文图书编辑室的徐卫东主任,是《万历十五年》的编辑,可以称得上是全中国最懂《万历十五年》的人,先后推出过包括典藏版、

特别纪念版等多个版本的《万历十五年》,目前正在筹划双语版的出版。之后他还编辑出版过多本黄仁宇先生的著作。此外,他也非常关注海外史学家的学术著作。就在我出发前,他给了我一个长长的名单,列出了他关注的著作和出版社。因为时间比较紧,有些出版社约到了,有些联系上但是对方已经没有时间了,还有一些没有联系上。不过后来我在书展上全部找到了这些出版社,并且留下了联系方式,方便回来后进一步接洽。



除了事先约好客户,准备好约谈内容也非常重要,列出会谈提纲,充分利用好约谈的30分钟。已合作过的客户,会谈的重点放在解决遗留问题和推介新项目上。有具体项目目标的,就多问关于项目的问题,没有具体项目的,就根据对方的特点,有针对性地介绍本社专长和特色,以及相关的政府资助等等。

提前三个月联系约谈,还有一个好处就是可以掌握时间上的主动,尽量把约谈相对集中的安排在一起,这样可以留出更多相对完整的时间逛书展。我的约谈大多安排在了前两天进行,我空出了一个半天和一个整天的时间可以慢慢细细地逛每个展馆,关注自己喜欢的出版社,学习他们策展、选书、编辑设计书目的方式,举办现场活动方式方法等。

和五年前相比,我感觉今年的法兰克福书展有了很大的变化。首先是时间比往年推迟一周。也因此,正好赶上德国阴雨连绵的一周,天气非常阴冷,日最高气温不足10度。我们出发那天北京还有25度的高温,还是刚刚入秋的季节,到了德国直接进入了深秋。

除了天气冷,我感觉今年书展的气氛也比较冷。展馆面积缩小,我们中国展馆从原来的6号馆搬到了4号馆,英语国家出版社从以前的8号馆搬到了6号馆,而8号馆被撤销,全部展商都集中到了3、4、5、6四个展馆。几家跨国出版集团的展台面积也比以前缩小了,而不少大学出版社则放弃了花哨的展台,只租用一两个展位,一两排书架,一张谈判桌,甚至有多家大学出版社联合租用展位。今年发放各种宣传册、书目和小纪念品的展商也少了很多,更多的则是请你扫二维码获取信息。今年我局也没有大批印制书目,只做了一两本工作用书目,供客户洽谈时浏览,并不给他们带走,而是之后发送电子书目给他们。以前人声鼎沸的8号馆的景象也不复存在,人数和活动也都少了不少。在全球经济危机的大背景下,书业展现出此番情景也属必然。另外,随着互联网的发展,书展的作用在逐渐被削弱,通过互联网信息沟通越来越方便,不少版权经理、版权代理已经放弃参展这种昂贵的沟通方式。

和五年前相比,我还有更大的体会是,移动互联网的巨大发展带来的影响。五年前我们还用着办理了国际漫游的国内手机号,手机上网速度也不行,想临时查一些信息或者收发邮件非常不方便。今年我出发前在国内就买好了德国的手机号码,内置了几欧元的通话和短信费用以及1G的数据流量。这样我可以随时收发邮件,和国内的同事联系,查询信息,最重要的是查询德国的一些网站如乘坐火车、地铁的信息,手机导航等都非常方便。五年前,几乎每个人都拉着个拉杆箱,装着工作资料和收来的书目。而现在大家都是用手机拍照、扫描和查询获取信息。

(作者单位系中华书局)