

让世界品味中国书香

——法兰克福国际书展见闻

文 / 徐玉柱 戴景涛

金秋10月，静静流淌的莱茵河在秋日骄阳下波光粼粼，法兰克福张开双臂，热情迎接了来自全球100多个国家和地区约7000家出版商和近30万种参展出版物。

这是国际文化交流合作的最大平台，也是以书充分展示各国观点和立场的最佳场所。在书展拉开大幕的第一天，中国书展代表团举办的第一项活动，就是由军事科学出版社和外文出版社联合打造的《抗美援朝战争史》（英文版）发布仪式暨国际合作出版签约仪式，成为了中外参展商的最大亮点，引起了广泛关注。

让世界品味中国书香，是我们出版人的神圣使命，也是光荣职责。本届书展虽已谢幕，但留给我们的记忆和思考，让我们更有信心有决心把更多的中国优秀军事学术成果推向世界。

这是世界上最大书展

走进法兰克福书展的中国展区，映入眼帘的联合展台设计简约实用，上架布展的图书整齐规范，给人留下了深刻印象。

新闻出版总署机关服务局局长王喜凯介绍说：近些年，随着参展国和参展商的不断增加，法兰克福书展已由过去的3号馆、4号馆、5号馆、6号馆、主题馆5个展馆，调整为现在的1号馆、3号馆、4号馆、5号馆、6号馆、主题馆6个展馆。特别是今年，书展组委会根据参展国和参展商的增多，又对各国以往相对固定的展馆和参展商展位重新进行了调整。中国展馆由往年的6号馆迁到了4号馆，调整后的联合展台面积变为了540平方米。联合展台设计以简约为主，突出实用功能，分为重点展区、集团展区、专业出版社展区、综合展区、主题图书展区和活动区六个部分。

当笔者走到中国国际出版集团展台时，外文出版社国际合作部主任欧阳伟萍介绍说：法兰克福书展历史悠久，最早可追溯至500多年前。当时，德国人约



图1 《抗美援朝战争史》（英文版）发布仪式暨国际合作出版签约仪式

翰·古登堡发明了铅合金活字印刷术，直接推动了西方出版业的兴起。1949年，德国书业协会举办了首届现代意义上的法兰克福书展。

目前，法兰克福市已成功举办了67届书展，并成为了世界规模最大、最重要的图书贸易中心和世界书业界的最大盛会。

听完欧阳主任的介绍，置身风格各异、肤色不同的一个又一个展区和展台，笔者由衷感叹：法兰克福被誉为“世界出版人的奥运会”，实至名归，名不虚传。

主宾国成人们关注焦点

本届法兰克福书展的主宾国为印度尼西亚。走进4号馆大楼二层，印度尼西亚联合展台浓郁的形象展示和举办的各项文化活动，吸引了众多参展商和观众的围观。

据中国外文局事业发展部主任赵林介绍：法兰克福书展举办主宾国活动始于1988年，书展主办方每年会邀请一个国家或地区作为主宾国。1988年，意大利成为法兰克福书展的首届主宾国。此后，法国、日本、墨西哥、巴西、俄罗斯、韩国、印度、土耳其等21个国家和地区陆续成为书展的主宾国或主宾。

2009年，中国应书展组委会邀请成为了第61届书展的主宾国。当时，中国派出了规模庞大的书展参展团，借助国际书展平台，扩大图书版权贸易，开展国际交流合作，充分展示了新中国成立60年来，特别是改革开放30多年来中国出版业的发展成就以及中国文化的魅力。

这是新中国成立以来中国出版业在国外举办的最大规模的文化交流活动，当时有近 300 家中国出版商参展，在中外参展商和观众中引起了轰动。

这次印度尼西亚作为主宾国，也为东南亚地区的出版带来了活力。与去年相比，今年马来西亚、新加坡和泰国的参展商数量明显增多。

主宾国效应对于面积的提升也尤为显著。今年印度尼西亚扩建了展台，除 4 号馆的联合展台外，部分参展商还把展台建到了本国外的美食廊、艺术与漫画展览区和教育热点专区，想方设法向各国的参展商和观众，多方位多视角展示本国的图书和文化魅力。

亮相新书引人注目

这届书展吸引了 138 家来自中国大陆的参展商。在中国展商相对集中的法兰克福书展 4 号馆，多本中国新书闪亮登场，既有中国元素原汁原味的呈现，也有中国视角的国际化表达，吸引了许多渴望了解真实中国的参观者。

中国展区透着浓浓的中华古韵。由人民日报出版社出版的《习近平用典》在此亮相，引得不少参观者驻足翻阅。此次亮相书展的《习近平用典》是原汁原味的中文版。

同样原汁原味的还有当天海外首发的“犹太难民与上海”系列丛书。今年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 70 周年，由上海交通大学出版社策划出版的这套丛书，真实还原了 19 世纪末至 20 世纪上半叶在上海避难的数万犹太难民的生活经历，反映了中国在世界反法西斯战争中作出的贡献。

与此同时，一些中国图书外文版在法兰克福的首次亮相也引发关注，这些图书大都用西方人熟悉的语言形式，表达中国视角，传递中国声音，尤其针对一些历史上的国际事件。

《抗美援朝战争史》英文版发布仪式暨国际合作出版签约仪式引人关注。这本书的中文版 15 年前已经面世，如今，由军事科学出版社和外文出版社联合将该书英文版推向国际市场，向世界传递了中国和中国军方关于抗美援朝战争的观



图 2 军事科学出版社社长徐玉柱（右二）

与美国美术出版社代表吴漠丁（左一）交流的场所

点与声音。

类似还原战争历史的还有《中国抗日战争史简明读本》英文版，该书由英国新经典出版社和中央编译出版社联合出版，这也是首次在法兰克福书展上亮相。

据笔者了解，这次中国书展代表团参展图书达 1000 余种，其中英文版图书近 300 种，内容涉及文学、科普、教育、历史、民俗、艺术、军事等领域。

这些凝聚着中国出版人辛勤汗水、带有油墨芳香的各色新书，亮相书展后迅速形成了“中国潮”，成功地向海外公众集中展示了博大精深的中华文化，进一步唤起了海外公众对中华文化和中国的兴趣。

国际版权输出的竞技场

在法兰克福书展这个平台上，版权交易是主要的活动形式。全世界的图书商都借这个平台以版权为内容广泛进行交流。

笔者在法兰克福书展开幕的当天下午，专程来到由德国图书信息中心策划并组织专为中国出版人设计、提供全程中文翻译题为“国际版权案例分析”的授课培训现场，看到有不少中国年轻出版人，也有少数外国人参加。主讲人是英国现任王子基金会企业大使、英国赫赫有名的青年企业家汤姆·查默斯。

经了解，像类似的出版人培训，每年法兰克福书展期间，书展组委会都要根据各国出版管理机构需求，邀请国际出版界名家主讲，有针对性地安排几百场次授课。

笔者感到，法兰克福书展着眼版权贸易既育人又搭台。据德国官方数据显示，各国参展商年交易版权总量的 75% 都得益于法兰克福书展。从此数字可见，法兰克福书展版权贸易的活跃程度。

在书展开幕式现场，笔者看到中国书展代表团举办的第一场版权签约活动，就是由军事科学出版社和外文出版社联合打造的《抗美援朝战争史》英文版国际合作出版签约仪式，吸引了众多参展商和观众的极大关注。

笔者在接受采访时讲，军事科学出版社是国内最有影响力的军事理论和军事历史专业权威出版社，外文出版社也是国内成立历史最久、规模最大的专业对外出版社。两家出版社通过强强联合、优势互补，联合向世界推出《抗美援朝战争史》英文版这部巨著，这是我们首次与外商签约合作出版，在版权输出方面，我们的营销经验还很欠缺。这次到法兰克福参加书展，通过多方学习取经和与外商的深度合作，学到了不少版权营销方面的知识和经验，今后我们要认真学习借鉴国外先进的版权营销理念，加大军事优秀学术成果的甄选力度，加大向外输出力度，不断提高中国军事出版物的国际竞争力，努力让中华文化和中国军事文化永远香飘世界。

（作者徐玉柱系军事科学出版社社长，戴景涛系军事科学出版社编辑）