

经济危机下法国图书出版业的 变局调整与应对策略

文/杨状振 雷力

一、运营态势：逆势上扬

麦克米伦教育出版集团前主席克里斯·帕特森认为，“金融危机可以转化为出版良机”，因为对于大众市场而言，金融危机冲击下的人们更容易从其他休闲方式转向阅读图书，这会让图书出版业在同样情势下相对其他行业表现得更为活跃。^[1]2008年法国图书发行业的运营表现，再次佐证了这一论断。相较世界其他国家，图书在法国人的日常生活中是被作为最重要的文化消费产品来对待的，法国人用于购买书籍的支出长年占到其家庭文化产品开支的一半以上，远远超过家庭DVD/电影录像带20%、音乐碟片15%和电子游戏14%的比例。这让经济危机冲击下的法国图书发行市场，在2008年依然保持了较为良好的经营业绩。

2008年上半年，法国图书出版物销售额比上年增长15%，中小书店销售额平均增长8%，而以优惠价格和批量销售为主的大型文化超市，销售额则平均上涨了15%。虽然2008年下半年以来席卷欧美的金融危机对法国出版业造成了一定冲击，但在总体上，法国图书出版物的年度销售总额仍然表现出了近五年来少有的业绩。根据法国出版协会的相关统计数据，法国图书销售额年均增长在2%~3%之间(2004年和2007年这一数字均为3%，2006年较低，为1.7%)，而2008年，这一数字则可达5%左右，创下法国五年来的销售新高。^[2]在经济气候不景气的情况下，法国图书出版业却表现出逆市上扬的发展态势。

不但在图书发行上，报纸与期刊发行也同样呈现出了逆市上扬的行情。虽然近年来法国报刊市场出现低迷迹象，每千人的日报消费量只有154份，仅为德国和英国的一半，但借助免费报纸的拉动和金融、经济类报纸

的畅销，2008年法国报刊的整体销售额与广告收益仍然表现出增长性运营形势。根据法国媒体市场调查机构Yacast公司公布的调查数据，2008年前两季度，法国媒体的总体广告收入增长约为4.6%和12.7%，其中报纸以19.4%的平均增幅位居全行业前列，以15~35岁人群为主打受众的免费报纸的广告增幅甚至达到了38.1%和18.7%，创下历史新高。财经类报纸《回声报》(法国最大的经济类报纸)、《论坛报》(法国第二大经济类报纸)，以及经济类期刊的销售量，在这场经济危机中获得提升的机会，平均涨幅达20%以上。^[3]

二、出版企业：扩张重组

法国出版业自2004年以来形成的Hachette-Editis(即阿歇特出版集团-埃迪蒂出版集团)两极发展产业格局，在经济危机冲击下继续延续并加强。与其他中小型出版企业和独立出版机构相比，两大出版集团绝大多数营业额来自于海外市场。2008年，伴随着经济危机的发生，法国各大出版集团都遭受了不同程度的损失，但阿歇特出版集团仍在困境中表现出了持续发展的稳健势头。在社会整体经济并无增长的状况下，阿歇特成人小说和儿童读物市场销售份额增加了15.9%，市场调查机构拉加代尔公司公布的调查报告表明，阿歇特英国出版公司2008年第三季度的销售量同比上涨1.2%，公司前三季度总销量达15.634亿欧元。^[4]

尽管经济危机导致欧元和美元区汇率不断下跌，但阿歇特出版集团却并未放缓自2006年以来开始推进的国际化战略。在先后开辟英国、西班牙、美国等国家的经营市场之后，阿歇特出版集团继续在开拓海外市场用力，而其集团业务在国外市场和教育类出版物销售额上

的增长,也及时形成了对其国内业务下降损失的弥补。为了应对经济危机的冲击,在收购时代-华纳图书集团(TWBG)并从埃迪蒂集团赢得Larousse分销业务之后,阿歌特集团还在2008年把Orbit出版社和Yen出版社组并,在美国组建成立了Orbit出版公司。这一举措不但在战略上加强了阿歌特出版集团在科幻类图书和漫画/图画小说市场上的垄断地位,也在市场发行层面形成了抗击经济风险的更大实力。

此外,在促进出版结构调整上,阿歌特集团还在2007年夏季和Albin Michel及France Loisirs两家出版企业展开合作,创建了出版“听书”的Audiolib联合公司。2008年2月以来,Audiolib公司先后以CD形式出版发行了近30种光盘图书,其内容均由畅销作家执笔,知名演员朗读。在售价上,这些“听书”以每张14欧元和24欧元为标准(与其精装本价格基本一样),面向快节奏的中年读者和爱好MP3的年轻读者广泛发行。以此为契机,“听书”成为包括阿歌特出版集团在内的法国各大出版企业进军电子图书市场,发展多元产业格局,重构业务构成的重要举措。

三、发行市场:变化调整

在法国图书的销售种类上,文学、儿童读物和教材长期以来一直是所占比例最大的三个图书种类,三者份额累加往往会超过该年度法国图书销售总量的50%以上,但在经济危机影响下,2008年这一结构比例也发生了明显变化。

(一)文学类书籍下降 法国出版协会在2008年第三季度公布的统计数据 displays,与往年相比,长期占据图书销量榜首位置的文学类书籍,无论其出版数量,还是其销售总量都呈现出了下降趋势。从2008年初到2008年第三季度,法国国内各出版社共推出676种小说,比2007年同期减少近7%;其中法语小说减少5.5%(共466种),外国翻译小说减少10%(共221种)。除去再版图书,首版发行的作品数量也比上年同期减少了18%。往年从8月中旬一直持续到10月底的“文学书潮”活动(通常各出版社会在此期间推出大量小说,以参加秋季一系列文学奖项的评选活动),也在经济危机的影响下呈现出整体低迷的运行态势。这一方面反映出法国“文学书潮”小说在选材上的沉闷和缺乏生趣,另一方面也折射出了全球经济危机加剧对法国文学类书籍出版所带来的不利影响。

针对2008年文学类书籍在出版发行上所出现的颓

势,法国文化部2009年将其图书出版发行预算和公共阅读援助预算由去年的2310万欧元和1370万欧元,分别调整为2230万欧元和1390万欧元,并将书店和图书馆的预算分别增加到1300万欧元和2.09亿欧元(其中,含社会捐赠300万欧元),以期借此继续保持法国文学类书籍出版发行的市场供需平衡状态,并拉动出版企业和社会公众对文学类书籍出版、发行及阅读和购买的热情。为此法国文化部计划为出版企业和作者版权转让分别支付300万欧元和1000万欧元的财政拨款。^[5]

(二)连环画出版增长 法国是一个极为看重儿童教育及少儿书籍出版的国家,这也造就了法国儿童读物出版大国的国际地位。2008年,虽然经济危机对法国的实体经济行业造成了巨大影响,并波及到整个出版发行行业,但法国连环画评论联合会的调查数据仍然显示,法国连环画出版发行领域依旧延续了1996年以来的运营态势,连续13年保持上升发展势头。

特殊的文化气氛和营销氛围,让法国的连环画书籍不仅占领了儿童读物市场,而且还成功赢得了成年读者的欢迎。根据法国连环画评论联合会2008年12月底公布的统计数据,2008年,法国及欧洲其他法语国家共出版连环画读物4746部,与上年同比上涨10%(其中,新作3592部),法国国内连环画出版物销售总额3.2亿欧元,与往年基本持平,占法国出版业营业总额的6.5%。在文学图书市场萧条的情况下,连环画市场成为支撑2008年法国图书发行市场上的主力军之一。目前,在法国约有连环画出版企业254家,其中包括了著名的媒体与参与出版集团(Groupe Média Participation)、弗拉玛里翁出版集团(Groupe Flammarion)、德莱古尔出版集团(Groupe Delcourt)、太阳出版集团(Groupe Soleil)等17家大型出版企业。

(三)热点书籍发行稳定 围绕年度热点话题,法国书市在2008年还推出了一系列紧扣世界政治、经济和文化变化的时事畅销书。2008年上半年的图书畅销榜单显示,涉及法国国内和世界各国政治、经济和社会问题的图书都表现出了良好的发行业绩。2008年美国“总统大选年”,有关美国总统选举的图书在市场上深受读者的关注和喜爱,由美国总统候选人奥巴马撰写的《美国的人种》以其小开本、低定价(8欧元)的发行优势,连续挤入畅销书排行榜前列。同时,2008年也是中国的“奥运年”,有关中国政治、经济、社会状况的图书在法国图书市场上得到集中喷发的机会,由库拉赛出版社发行的《进出中国的非洲》,连续5周蝉联畅销书排行榜榜单。围绕1968年戴高乐总统执政期间发生的“五月革命”40周年纪

念活动,法国先后出版有关“五月革命”的新书150余种,其中约40种图书的销售量超过4000册,在“同类型、多品种”图书的均售册数上创下历史新高。^[6]

四、战略布局:数字化转轨

在经济危机的大环境中,资本走低、汇率波动、印刷成本上涨是出版业保持持续发展所难以绕过的障碍,而数字化图书的出现和在线销售方式的发展则无疑为解决这个问题带来了新的希望。在2008年的法国图书销售市场上,网上购书已经占到社会购买总量的6%以上,根据GfK公司文化产品发行处的统计,2008年全年法国网上图书的销售额同比增长20%以上,表现出了强劲的发展势头。在法国,超过71%的客户越来越多地在家中使用互联网搜索图书信息,6%的法国人参与网上文学创作和电子出版,通过与知名网站的合作,一本书的整体销量会提高10%~15%左右。隶属于法国电子商务和远程销售协会(the French E-Commerce and Distance Sales Federation)的市场调查公司GfK在2008年发布的调查数据显示,仅2008年第一季度,在线销售图书的销售比例就占到了法国全国图书销售比重的6.1%左右,分别比2007年的4.6%、2006年的3.5%和2005年的3.0%,上升了1.5~3.1个百分点,创下法国在线图书销售的历年新高。其中,法文版《哈利·波特与死亡圣灵》以203万欧元的销售总额,位居在线图书销量排行榜首位。

法国负责数字经济发展事务的国务秘书埃里克·贝松曾在“2012数字法国”计划(2007年启动)报告会上表示,希望通过发展数字技术来推动国民经济增长,并以此作为应对国际金融危机发生时的有力措施。他认为,数字经济是发达经济体提高竞争力的主要动力,而法国在这方面的投资还不到美国的一半。随着网络与信息时代的来临,以及应对更大金融风险的需要,法国所有的出版企业和发行商都开始重视将网站服务做得和物理书店一样好,除了利用互动手段及时了解网民情况、开展图书知识竞赛和用户调查外,法国数千家网站还在2007~2008年围绕图书开通了以文学批评或文学爱好者

为支撑的在线杂志或博客。与网上书店相配合,由法国国家图书馆(Bibliothèque nationale de France)推动,法国政府从2008年开始,以平均每年1000万欧元的财政资助在全法实施大规模的数字图书推广计划。法国最重要的18家大型出版企业均参与其中。日趋精致的超平显示器、电子纸、电子墨,促使着便携式电子图书馆的诞生,也促使着受众阅读习惯的改变。在此情势下,法国图书出版业中的各个机构和运作环节,在2008年也都发生着潜移默化的改变。数字化不但改变了图书出版业以前的惯性运作状态,也使传统的出版业者普遍面临着“不把数字技术看做把读者逐步拖入虚拟世界,而是要把它看做能使读者更好地了解这个文化财富的丰富多彩以及其意义的一张王牌”^[7]的观念转换。

作为应对经济危机的有效手段,各大出版集团的加盟让数字图书成为法国2008年出版发行市场上的主要现象之一,尤其是在该年度举行的第28届法国图书沙龙活动(创办于1981年,每年接待参观者20万人次,是全欧规模最大的公众文化活动之一)上,电子图书成为法国读者和出版企业关注的焦点话题之一。为了吸引受众,图书沙龙在展厅开辟了“明日读者”主题展区,向读者和出版商介绍世界及法国电子图书的发展趋势与应用前景。尽管如此,但在目前的法国数字图书市场上,以数字图书来应对经济危机的发生却仍然面临着两个关键性的制约:一是技术上电子阅读器还无法完全达到纸张图书的舒适程度和翻阅速度,二是在价格上电子阅读器的市场零售价格还存在着普遍偏高的现实窘况(目前每台约300~600欧元)。对于数字救市,出版专家认为,即便由政府出面对数字经济的投资翻上一番,也仅可能为经济发展带来1个百分点的微弱增长。鉴于法国经济形势已陷入大幅减速,甚至是“技术性衰退”的泥潭,大力发展数字经济短期内并不会为法国出版经济带来立竿见影的救市效果。面对这些潜在风险,法国出版业除了寄希望于政府资助与读者消费的内需拉动之外,实现平稳渡过经济危机的关键策略最终还要落脚在出版业自身发行观念的调整和图书结构种类的进一步改善。

(作者单位:四川大学文学与新闻学院)

参考文献:

- [1] 克里斯·帕特森访谈:《金融危机可以转化为出版良机》,《中国图书商报》,2008-11-14。
- [2] 甄西:《面临金融风暴,买书还是买图书:法国出版物销售逆市上扬》,《中国图书商报》,2008-10-24。
- [3] 尚桐:《免费报纸拉动法国媒体广告收入》, http://news.xinhuanet.com/newscenter/2008-07/09/content_8517340.htm。
- [4] 段怡妹:《阿歇特英国公司继续保持微弱增长》, http://www.cbbr.com.cn/info_20037.htm。
- [5] 张林初:《法国增加2009年文化预算》, <http://www.cbbr.com.cn/info.asp?id=20343&clear=法国>。
- [6] 数据编译自法国《世界报》,见<http://www.lemonde.fr>。
- [7] 法国《图书周刊》对经济学家弗朗索瓦·卢埃的访谈,蔡芙蓉编译。