

圖書嘉年華：2013 法蘭克福書展，「美的臺灣」展現優美身姿

邱子玲 ◎ 臺灣大學出版中心行銷企劃

德國並非世界最大的出版國，德語也不是世界通用的語言，然而每年秋天，在德國的法蘭克福卻舉辦了目前世界規模最大的書展，來自全球 120 個國家，多達 7,300 餘家廠商以及上萬名記者、讀者們均參加這個國際上最大的圖書貿易博覽會。究竟法蘭克福書展有什麼魅力能吸引這麼多人，每年不惜坐上十幾個小時的飛機、跨越半個地球，來到此地「朝聖」？又是什麼原因，讓各家出版社不惜花費重金設計書展攤位，也要吸引所有人的目光？



· 本屆法蘭克福書展入口處被蜂湧而至的人潮擠得水洩不通。
(邱子玲攝影)

❁ 世界最大的圖書嘉年華會

2013 法蘭克福書展之展覽日期為 10 月 9 日至 13 日，前三天只開放給出版專業人士參觀，後兩天適逢週末才允許一般民眾入場。今年展覽館如同往年，包括三館、四館、五館、六館、八館及主題國館共六館，每一館又切割為不同樓層分屬於不同出版主題。根據書展的官方統計，2012 年五天的展覽約有 28 萬人次參與，其中專業圖書貿易、出版人士大約佔 60% 左右，來自 100 多個國家的專業人士在五天内密集穿梭於會場，每天的行程從早到晚排得幾乎沒有休息時間，熱絡地與出版同業洽談版權交易、圖書出版等事宜。參訪的人士除一般民眾外，亦分屬於不同產業，從版權交易、圖書編輯、教育者、圖書館員、翻譯人員到電子書商、連鎖書店經營者、印刷廠等包山包海無所不有。法蘭克福書展不只參觀人數多，背景更是來自於各種不同領域，一年中走一趟法蘭克福書展，對於經驗豐富的出版業人士來說，是同業交流經驗和相識多年的老朋友交誼的絕佳場合；對於甫進出版界的新進者來說，則是不可錯過的絕佳觀摩機會，來自不同領域的需求皆可在此一世界最大的書展獲得滿足。



❁ 特色十足的參展者爭奇鬥艷

2013 法蘭克福書展六個展覽館的主題規劃雖與前些年大致相同，但是每一個館內各具特色的廠商依舊令人目不暇給，筆者有幸參加本屆書展，以下將為各位讀者簡介部分參展者的特色外，也將展覽中觀察到的趣事和各位讀者分享。

• 2013 貴賓國：巴西

今年法蘭克福的貴賓國是巴西，以「充滿聲音的國度」(A land full of voices) 為題，70 位巴西的作家介紹巴西的文學書籍，共計 250 種新譯著於法蘭克福亮相，透過論壇、作品朗誦、發表等各種形式的活動，傳達巴西豐富多彩的文化，而這也是巴西第二次榮登法蘭克福書展的貴賓國。

• 三館

三館切分為 3.0 和 3.1 兩個區塊，主要展出內容為童書、漫畫、小說和非小說、旅行美食以及宗教，同時 3.1 館特別規劃一個區域專門提供個人出版的管道。三館的幾項主題中又以小說、童書和漫畫為本館的主力，各出版社也不吝惜花費重金打造能彰顯品牌形象的攤位特色，力求在人潮洶湧的書展中脫穎而出，參展者的心血是否獲得回報，從五天展覽期間三館被人潮擠得寸步難行就可窺知一二。出版社也趁著這段時間，舉辦新書座談、書籍分享會，展館的同一個角落，某一場次可能是上百人參加的書籍分享會，主講者被觀眾圍繞幾乎不見人影；比鄰的另一場次可能則是十來人、安安靜靜的小說朗讀



• 小說館 Droemer 出版社一角。(邱子玲攝影)



• 位於 Droemer 出版社旁的 ePubliis 公司舉辦的小說朗讀分享會。(邱子玲攝影)



• 童書館的攤位一隅。(邱子玲攝影)

會，搭配白色為主要用色的攤位設計，幾張圓桌和椅子隨意擺放，歡迎路過的讀者隨時坐下聆聽。各種看似衝突卻又和諧地進行著的活動，或許難免與人混亂之感，卻忠實地印證法蘭克福書展的多樣性和豐富性，也因此三館是假日開放一般民眾進場後最受歡迎的區域之一。有趣的是，在人聲鼎沸的三館展場中，也可發現來自臺灣的佛光山出版，一個安靜的攤位閒適地泡著一杯杯茶、安靜地陳列佛學書籍，雖低調樸實，卻也一樣吸引不少人佇足詢問。

· 四館

四館切分為三個樓層，分別是 4.0 的文具禮品、提供出版服務的廠商和近兩年來廣受歡迎的故事驅動大會（StoryDrive），4.1 則是小說與非小說區和藝術書區，而 4.2 則是教育主題區，集中了服務教育單位、學術機構或是圖書館的專業人士們，不管是軟硬體需求、最新資訊科技、數位學習、未來出版趨勢在這裡都能找到相對應的公司或是活動得以參考。

故事驅動大會（StoryDrive）是法蘭克福書展著名的會議論壇，繼前兩年請到麥威爾（Marvel）全球數位媒體集團資深副總裁 Peter Phillips、Rovio（Rovio Entertainment Ltd.，創造風靡全球的遊戲「憤怒鳥」）市場總監 Peter Vesterbacka、為電影魔戒製作特效的 Weta 特效工作室負責人 Sir Richard Taylor 後，今年則邀請了美國卡內基·美隆大學娛樂技術中心主任 Drew Davidson、暢銷書《戰慄深隧》（Metro 2033）作家 Dmitri Gluchowski、來自倫敦 FreemantleMedia 的創意總監 Sarah Doole 以及為昆汀·塔倫蒂諾（Quentin Tarantino）擔任過多年攝影師的導演 Ziad Doueiri 等國際間頂尖人士前來分享媒體最新觀點、新潮流以及未來走向，雖然論壇需要額外付費，卻依舊高朋滿座十分受到歡迎。

· 其他館別

五館、六館和八館則是國際出版商群聚的地點，德國以外的國際出版商多分布在此三館中。八館為擁有眾多大型出版集團的英美語系國家，因此單一出版社得以自成一格，不但擁有獨立的空間，各出版社也不惜花費重金打造攤位設計，除了出版商以外，今年九月宣布在臺灣上架的 Google Play 圖書和美國邦諾書店子公司 Nook 等電子書商自然也不會缺席。不只在八館有數位閱讀等電子書廠商參展，其他館內也分散著各種數位閱讀相關的廠商，從內容製作商到協助轉檔到提供 B2C 的公司平臺一應俱全，從他們積極參與的情況觀之，紙本書籍出版的戰爭已經席捲至電子書市場而且正朝白熱化邁進。五館和六館的攤位多以國家為單位，德國、英美語系國家以外的廠商多集中在此兩館，出版社依附在以國家為單位成立的攤位，雖然規模沒有大型出版集團如此龐大，但搭配所屬國家的人文風情更能呈現己身特色。

❁ 「美的臺灣，Made in Taiwan」在法蘭克福綻放優美身姿

臺灣館今年聲勢浩大，有 83 家出版社共襄盛舉，展出各領域多達上千本的臺灣作品，也邀請包括售出英美版權的作家吳明益、第十七屆國家文藝獎得主亦是臺灣大學戲劇系教授的作家



紀蔚然，以及作品被翻譯為十餘國語言的插畫家陳志遠聯袂出席。今年臺灣館延續主題「美的臺灣，Made in Taiwan」，以百合花圍繞綻放在臺灣島嶼為主要視覺圖像，利用素雅的白色呈現臺灣島內多元而豐富的作品，從特色出版品、數位閱讀、得獎好書、文學外譯、漫畫、童書等豐富多元的角度切入，再次於法蘭克福書展展現臺灣的文化魅力。而在出版市場中獨具一格的學術出版社，自然不會在這個重要場合中缺席，歐美著名大學出版社或以獨立姿態參加、或依附於國家主題館，眾出版社雖分屬於不同地域，卻也以國家為單位將攤位群聚於一起，儼然形成一個迷你的學術出版品書展。臺大出版中心協同臺北藝術大學出版組，結合兩校精選學術出版品，伴隨臺灣館其他優良出版品，首次以學術出版社之姿在法蘭克福書展初試啼聲。



· 2013 年法蘭克福書展臺灣館。(邱子玲攝影)

臺大出版中心成立於 1996 年，至今已邁向第 18 個年頭，近年積極朝著以「學術出版」為核心價值的方向邁進，建立起文學、歷史、哲學、臺灣研究、社會科學與自然科學，以及藝術研究等領域的學術叢書。大學出版社的經營不同於一般商業出版社，普受閱讀大眾歡迎的偵探、愛情小說等並不是大學出版社出版的方向，也因此這次展出的作品種類和館內其他出版社大異其趣，而是以臺灣研究為主，並搭配近年出版的重量學術套書，包含《鏡像·臺灣：臺灣文史研究譯叢》、《殷海光全集》、*The Chinese Recorder and Missionary Journal* 以及由鄭吉雄與伍安祖教授主編的中國思想史研究叢書、吳密察教授主編的臺灣研究叢書、梅家玲教授主編的臺灣文學與文化研究叢書、王櫻芬教授主編的亞太音樂研究叢書和文史叢刊、東亞文明研究叢書等書籍。除此之外，臺大出版中心出版的多媒體影音 DVD，包含今年五月甫上市由作家白先勇主持的《崑曲新美學》以及由柯慶明教授主編的《臺灣文學在臺大》，兩部出版品所蘊含的文學和藝術精粹，在書展期間皆引發參觀者的興趣和駐足。



· 臺大出版中心於 2013 法蘭克福書展攤位佈置。(邱子玲攝影)

由商業出版社、大學出版社、多加其他出版社組成的童書區和數位內容閱讀提供區等不同性質主題組合在一起的臺灣館，展現了臺灣兼容並蓄、豐富多元的文化實力，絲毫不遜於和臺灣館比鄰而居的香港館、韓國館和新加坡館等東亞地區國家。今年更特別之處是首創「臺灣沙龍」，邀請專業版權人士參與，更以輕鬆開放的方式，提供臺灣作家與國際面對面交流的機會。

❁ 嘉年華會之後，出版業面臨下一道挑戰該如何自處？

五天的法蘭克福書展轉瞬間落幕，由四面八方湧來的人潮漸漸散去，但值得我們思考的卻是：使用非國際間主流語言（德語）的德國為何能夠舉辦世界規模最大的書展？固然從中世紀以來開始發展的圖書貿易，歷史悠久、經驗豐富是可能的優點，而且能持續地開疆闢土，除了書展外，還舉辦了各種國際會議、論壇、專業培訓和交流活動，不是只有書展的短短五天，而是一整年度活躍於世界，利用各種可能的方法積極亮相，帶動了德國當地出版社的發展，更讓全世界無法忽視德國的文化實力。臺北國際書展號稱世界第四大書展，參觀人數接近五十萬大關，但近兩年來逐漸感受到人潮不若過去擁擠，參展攤位和多元似乎也越難越滿足消費者渴求新鮮的胃口，而出版業面臨嚴酷的市場環境考驗，在經營損益的考量之下，對於是否參加書展的猶豫也日益增加，和法蘭克福書展華麗的攤位設計相較，更是顯得國內出版社捉襟見肘的難為。然此處並非指出版社不願意投資書展，而是出版界更期待主辦單位能完善地規劃，以法蘭克福書展為例，增加和不同媒體的合作機會，結合廣播、電臺或是網路直播書展期間活動，舉辦高峰座談，讓書展成為文化經驗交流的場合，以及鼓勵特色小型出版社參加，如提供參展優惠補助等，讓讀者前來書展不只是趁打折多買幾本書，而是能藉由各種不同背景的參展廠商帶來的驚喜與邂逅，增加消費者參加意願，也讓書展更蓬勃發展。

當然這些只是筆者粗略的想法，然而在看過法蘭克福生氣蓬勃的書展後，何嘗不希望臺北國際書展能如同法蘭克福一樣，走向多元、擁抱國際，不管是大型出版集團或是小型出版社，甚至是特色經營的個人出版社，都能在市場找到一席之地，找到各自應該經營的族群呢？但願我們能夠擁抱國際，找到圖書出版的新藍海。 

