

# 第十三屆北京國際圖書博覽會印象

南京大學出版科學研究所所長◎張志強

從1986年北京舉辦第一屆圖書博覽會以來，北京國際圖書博覽會已經有了整整20年的歷史。其規模、影響越來越大，已發展成爲兼具版權貿易、圖書貿易、展覽展示、資訊交流等多功能爲一體的國際出版交流盛會，被譽爲是世界上五大著名的國際書展之一。

第十三屆北京國際圖書博覽會從8月30日開幕，到9月2日閉幕，歷時4天。前三天是專業場，最後一天是公眾場。數十萬公眾得以一睹圖書博覽會的盛況，飽享這一精神盛宴。

## ◆ 規模越來越大，影響越來越好

本次北京國際圖書博覽會，再次創下了新的記錄。今年參展的國家和地區達50個，比去年又多了2個。俄羅斯、英國、義大利、美國等大國積極參加北京國際圖書博覽會，展臺數量增加較多。俄羅斯因是本屆博覽會主賓國，展臺從往年的2個增加到今年的111個；英國展臺從去年的77個增加到100個；美國展臺從去年的66個增加到79個；義大利也從去年的5個展臺增加到今年的20個。衡量博覽會實效的版權貿易數量也一直逐年增長。從第一屆的97項，到這一屆版權貿易量（含意向及合同）突破12000項，可謂年年有進步。

更重要的是，參加者對北京國際圖書博覽會的評價越來越高。據《中國圖書商報》在博覽會期間的調查，37.9%的被調查者認爲北京國際圖書博覽會非常好；27.6%的人認爲良好；12.1%的人覺得較滿意、尚可。沒有人認爲「沒有想像中的好」。另有6.9%的人因是第一次參加而未回答；15.5%的人因故未回答。總體看來，77.6%，也就是四分之三以上的人對北京國際圖書博覽會表示滿意。一位自1988年後每次均參加北京國際圖書博覽會的外國展商認爲：「雖然還比不上法蘭克福書展、倫敦書展，但北京國際圖書博覽會毫無疑問是亞洲最好的國際書展，中國應該舉辦更多這樣的書展。」

## ◆ 政府倡導「走出去」，版權輸出首超引進

長期以來，北京國際圖書博覽會上的版權歷來是引進大於輸出。一方面，發展中的中國需要吸收發達國家的先進技術和理念、出版物作爲這些先進技術和理念的載體，自然受到中國越來越多的青睞。另一方面，成長中的中國出版界還沒有足夠的經驗推銷自己。中國出版業走向市場、面向世界的時間並不長，缺少與世界各國出版界打交道的實際經驗。



隨著中國經濟的不斷發展，中國出版界也不斷走向成熟。在中國經濟等「硬實力」不斷強大的同時，擁有五千年悠久歷史的中國也越來越重視自己的「軟實力」。2004年，中國政府在世界各地開始設立「孔子學院」，鼓勵世界各國人民學習漢語、了解中華文化。2005年，中國政府又開始實施「中國圖書對外推廣計畫」，對購買或獲贈中國出版機構版權進行出版的國外出版機構提供翻譯費的資助。同時，國家有關部門還選擇了國內52家出版社出版的近千種有關中國傳統文化、中國文學等方面的圖書，供國外出版機構參考。「中國圖書對外推廣計畫」的實施，說明政府看到了我國出版業在版權引進與輸出方面存在的問題。本次博覽會期間，還設立了專門的「中國圖書精品展區」，包括百家名社千書推介區、「中國圖書對外推廣計畫」展示區、版權洽談區和版權查詢區四個主幹區域。同時還舉辦了「中國圖書對外推廣計畫」說明會，向世界各國出版機構推出了419種反映中國當代政治、經濟、文化以及介紹中國文化、歷史的圖書，引起了來自英國、巴西、新加坡等許多國家出版機構的強烈興趣。本屆博覽會還將歷屆的「引進版、輸出版優秀圖書評選」活動的名稱改為「輸出版、引進版優秀圖書評選」活動，以鼓勵版權的輸出。正是通過這些活動，在輸出中華文化的同時，也幫助國內的出版社走向了世界。據統計，本屆圖書博覽會版權貿易量（含意向及合同）突破12000項，創歷史新高。其中，已簽約的版權輸出合同1096項，比去年增長98.2%；版權引進合同891項，比去年增長6.7%，版權輸出與引進之比為1.23：1。在北京國際圖書博覽會20年的歷史上首次實現了圖書版權貿易的順差。然而，長期以來，大陸地區的版權引進與版權輸出之間一直存在巨大逆差。近十年來總逆差比達到10：1，其中逆差最大的是1999年和2003年，均達到15：1，並且這種逆差呈上升趨勢。據許建先生在他的碩士學位論文《中國版權貿易逆差研究》（南京大學，2006年）中的研究，十年來逆差的平均年增長率達到18.33%。本屆博覽會輸出與引進之比只有1.23：1，與1：10的落差相比，差距依然很大。要克服這一落差，仍需不斷學習西方國家的經驗，總結本次博覽會上圖書成功輸出的經驗，正確認識中國版權輸出與引進的國情。

#### ◆ 出版單位處處展現實力，競爭意識變強

隨著大陸經濟的發展和出版體制改革的深入，大陸出版單位的實力不斷增強。同時由於出版競爭的加劇，大陸出版單位普遍增強了競爭意識。本屆博覽會上，大陸出版單位的展臺，可謂爭奇鬥豔，美不勝收。同時，一些出版社也將列入「中國圖書對外推廣計畫」的圖書擺在展臺的顯要位置，擴大對這些圖書的宣傳。

最能代表大陸出版單位競爭意識加強的，是參展書目的變化。10年前（1996年），筆者在參加第六屆北京國際圖書博覽會後曾寫過〈中國出版，離世界水平還有多遠？〉。在該文中，筆者曾對中國出版界不重視參展書目的設計提出過批評，認為忽視了書目這一重要的交流工具。10年後，筆者再次檢視出版社的書目時，發現越來越多的出版社注意到了博覽會上書目的重要性。就筆者隨手取閱的一些書目來看，這些書目，不但設計精美，而且考慮到了博覽會的特殊需要，將重點圖書用英文進行介紹。如《江蘇科技出版社圖書目錄》，分醫藥保健、生活

休閒、建築設計、科學普及 4 類，彩色印刷，書影、版本資訊、內容簡介一應俱全，同時將書名、內容提要全部翻譯成了英文。廣西師範大學出版社的《2006 北京國際圖書博覽會書目》，同樣設計、印刷精美，一些重點圖書也都採用了中英文對照的介紹方式。筆者特意注意了一些國外的展臺。他們的書目基本上 10 年來沒有大的變化。10 年前，他們的書目有書影、有詳細的內容介紹，遠遠要比國內出版社的好。而今，他們的書目依然如此。很少有出版社將圖書書名、內容簡介等翻譯成中文。單從書目的變化角度看，中國的出版社已經適應了國際市場中的競爭。

#### ◆俄羅斯成為主賓國，活動多姿多彩

在國際性的博覽會上，主賓國通常是會場的亮點之一。為了與國際接軌，去年第 12 屆的北京國際圖書博覽會上，第一次設立了主賓國。當時的主賓國法國，以 800 平方米的面積，展示了「法國出版：文化的多樣性」，給大家帶來了意外的驚喜。今年是中國的「俄羅斯年」。主賓國是俄羅斯。俄羅斯政府對主賓國的地位特別重視，除俄羅斯第一副總理親自帶隊蒞臨、設立了 1000 平方米的展臺外，還在展場的內外同時開展了 60 多項的活動，使大家對俄羅斯文化有了更多的了解。博覽會內，到處可見以「翻閱新書：認識今日俄羅斯」為主題的宣傳畫，和俄羅斯演員裝扮的中俄「國家年」徽標上的毛絨大熊貓和棕熊。展區內，「中國——在俄羅斯出版物中」、「俄羅斯——在中國出版物中」兩個專題展覽，使人們重溫了兩國之間的文化交流歷史。俄羅斯還帶來了一些有趣的展品。如首次在中國亮相的、獨一無二的手寫書籍——第一本漢俄字典，是當年俄羅斯駐中國宗教使團神父亞金夫在 19 世紀初親手撰寫的，現藏於俄羅斯聯邦東方博物館內。還有世界上最小的書——正式列入吉尼斯紀錄的世界上最小圖書——安東·契訶夫的《變色龍》(0.9x0.9mm) 和正在申請吉尼斯紀錄的《俄羅斯字母》(0.8x0.8mm)。這兩本書均需要借助放大鏡才能看清，顯示了俄羅斯圖書製作的高超水平。同時，俄羅斯還開展了一系列俄羅斯文化與文學的研討活動，使更多的參展者了解當代俄羅斯的文化。俄新社記者在俄羅斯展臺的觀眾中做了一個調查，發現大部分中國讀者只知道奧斯特洛夫斯基、高爾基和 19 世紀俄羅斯古典文學家的作品，沒有一個人能說出一個俄羅斯當代作家的名字。這說明，中俄之間的文化交流有待加強。主賓國的設立，對了解這個國家的歷史和文化具有積極的意義。在這個越來越全球化的時代，文化的多樣性開始遭到破壞。博覽會上主賓國地位的設立，使大家能對其他國家的文化有更多的了解，對全世界的文化有更多的認識。

#### ◆高水準論壇，顯示博覽會的理論深度

高水準的論壇也體現了北京國際圖書博覽會的特色。博覽會前新聞出版總署和國務院新聞辦公室主辦、中圖公司承辦的「北京國際出版論壇」，自 2004 年舉辦以來，一直受到業界人士的關注。中外出版界的高層領導、專家學者，共同研討大家關心的問題，互相之間交流經驗，溝通資訊，共同為出版業獻計獻策。這種中外出版界之間的學術交流與合作為北京國際圖書博覽會增添了國際化與專業化的色彩。8 月 28 日，在本屆論壇上，中國國家新聞出版總署副署長



於永湛、俄羅斯聯邦出版與大眾傳媒署署長米·瓦·謝斯拉文斯基等官員，以及來自哈珀·柯林斯出版集團、施普林格出版社、亞馬遜、穀歌等公司的高層管理者，都參加了「新技術與出版業」的本屆論壇，使大家對國際出版業的最新技術進展有了前瞻性的了解，對我國出版業的新技術發展現狀也有了清醒的認識。9月6日，在北京國際圖書博覽會閉幕後，世界知識產權組織和國家版權局又共同主辦了「2006 國際版權論壇」，以「版權相關產業的發展與創新」為主題，探討版權產業的發展與保護等問題，繼續提高社會對版權產業的認識，以適應和迎接未來知識經濟時代的挑戰。這一論壇，也成為了北京國際圖書博覽會的一部分，預示著北京國際圖書博覽會的論壇範圍更大、更廣、影響力更大。此外，博覽會期間，《中國圖書商報》與德國圖書資訊中心和臺灣圖書發行業協進會聯合舉辦的「助力 BIBF：德國出版人論壇」、「兩岸出版經營學習營」等研討活動，也大大豐富了博覽會的內容。至於博覽會期間蘭登書屋舉辦的「外國版權銷售」、法蘭克福書展舉辦的「讓中國圖書『走出去』——法蘭克福書展能為你做什麼？」等研討會，也大大提升了本屆國際圖書博覽會的國際化與專業水準。

#### ◆ 穀歌圖書搜索計畫進展不佳，大陸出版意識仍待改進

與 2000 年的第八屆博覽會相比，網路熱早已退盡。然而，本屆博覽會上，穀歌 (Google) 公司仍在不遺餘力地推廣他們的圖書搜索計畫。穀歌公司不但展位大，而且不間斷地用大螢幕演示，意圖吸引每一個經過他們展位的人。同時，他們還與《出版人》雜誌搞了一個盛大的「Google·出版人之夜」——「傳統出版業的數位化生存與發展」論壇及酒會，邀請全國各地的出版單位領導參加。然而，穀歌的努力，似乎沒有得到應有的回應。筆者特意詢問了一下該公司的推廣人員，有多少出版單位已經與他們建立了合作關係。答案是非常的少，只有 6 家國內的出版社加入了他們的計畫。穀歌公司的圖書搜索計畫，是一種基於圖書內容的全文搜索計畫。讀者在發現感興趣的圖書後，可以進行少量的內容瀏覽，如果感興趣的話，可以通過頁面上的購買鏈結而購買到該書。就如同在書店裏，通過翻閱該書內容後決定購買一樣。穀歌公司在它的宣傳冊中提供了這樣的一個案例：Harper Collins 提交了 6000 本圖書加入了穀歌公司的這一計畫。出版社特別針對某本書進行了 5 個月的對比試驗。在該社自己的網站 harperCollins.com，該書只產生了 351 次的頁面瀏覽、14 次購買點擊。而同期穀歌的圖書搜索，則有 15600 次頁面點擊、280 次購買點擊。由於穀歌強大的搜索功能，使它的圖書搜索具有極大的優勢。穀歌公司的這一計畫在目前不但不會影響傳統的印刷版圖書的銷售，反而會擴大這些圖書的影響。但對這一計畫的漠視，說明中國出版界對新計畫還不敏感，還沒有真正認識到新技術的威力。在博覽會前的「新技術與出版業」的「北京國際出版論壇」上，香港聯合出版集團總裁陳萬雄先生曾說：「新技術給出版業帶來的變化，已不是傳統範圍內的改進，而是一場史無前例的革命。國內有些出版社雖然邁出了第一步，但他們缺乏系統和整體的思維，所做的工作遠遠不夠。」穀歌圖書搜索計畫在大陸地區的受挫，或許就是一個最好的注解。

「把世界優秀圖書引進中國，讓中國優秀圖書走向世界」。這是北京國際圖書博覽會 (BIBF) 的辦會宗旨。明年的第十四屆博覽會，相信還會更加精彩。📖