



# 東瀛開卷-2001年東京國際書展紀實

國立空中大學出版中心

郭冠麟

**全**世界每年大小書展約有 50 至 60 個書展，其中位於東北亞的日、韓兩國每年均會舉辦一次國際書展，日本書展為東京國際書展，簡稱 TIBF (Tokyo International Book Fair)，韓國的書展為漢城國際書展，簡稱IBF (Seoul International Book Fair)，筆者今年有機會前往參予2001年的東京國際書展，以下即為該書展實錄與相關項目之感想，希望對愛書人能有幫助。

## 書展概況

東京書展，簡稱 TIBF-Tokyo International Book Fair，原本是一個以版權交易為主，圖書銷售為輔的書展，且均於每年一、二月間舉行，實質上是日本每年最大的國際出版品交易市場；但是近年來日本經濟持續蕭條不振，且事實上日本出版業的國際版權交易活動平日就十分興盛，並非一定於書展期間才能進行，再加上日本展覽場地場租昂貴，常使國際出版廠商裹足不前。故從 1999 年起，東京書展開始轉向為現場銷售與版權交易各半之性質，藉以吸引人氣，展覽檔期也由寒冷的二月改到中春的四月下旬。

2001 年的東京國際書展，於 2001 年 4 月 19 日至 4 月 22 日止，於日本東京國際展覽場 (Tokyo Big Sight) 舉行，主辦單位為東京國際書展執行委員會 (TIBF Executive Committee)，負責規劃及管理的是 Reed 展覽事務公司日本分公司 (Reed Exhibitions Japan Ltd.)，該公司於全球多國均有分支機構，主要是承辦各種商業展覽，許多大型國際書展均為該公司承辦)，以下將本次書展各項背景資料分項敘述：

### 一、展覽場地

東京國際展覽場所在地東京都江東區有明3丁目，分東展示棟 6 間展覽廳及西展示棟 4 間展覽廳，共計 80,660m<sup>2</sup> 面積。

2001 年東京書展展場於東展覽棟第 5 號展覽廳，面積 8,350m<sup>2</sup>。

## 二、參展單位

本屆東京書展計有全球 23 個國家，533 個參展攤位參展，主辦單位將之分為以下幾個主題：

### (一) 東京國際書展區 (Tokyo International Book Fair)：

為一般綜合圖書區，以一般綜合性出版社為主，參與國家有日本本土業者、孟加拉、中國大陸、丹麥、埃及、印度、印尼、伊朗、義大利、韓國、馬來西亞、巴基斯坦、新加坡、西班牙、泰國、菲律賓、美國、越南、法國，我國出版業者由行政院新聞局補助並委託「中華民國圖書出版事業協會」組團前往參展，攤位亦在本區，由國內出版業者提供出版品現場展示，本屆之主題為「故宮在東京」，特地由國立故宮博物院提供出版品現場展示，宣揚中華文化。不過我國的展場礙於政治因素，原來的「中華民國圖書出版事業協會」改稱為「台灣圖書出版事業協會」，這也是我國出版團體參與各種國際書展必然會遇到的待遇。中國大陸參展團，亦跟往常一樣，組成一個龐大參展團參展，浩浩蕩蕩由 19 個出版單位派員參展。

### (二) 自然科學書展區：

展示自然科學圖書，除一家美國廠商外，其餘全部為日本本土廠商。

### (三) 人文及社會科學書展 (Humanities & Social Sciences Book Fair)：

以人文科學及社會科學圖書為主，參展國除了位於菲律賓的「亞洲開發銀



行」所屬之「Far Eastern Bookseller Ltd.」外，其餘均為日本本土出版社與書店參展。

(四) 兒童圖書展。

(五) 編輯製作書展：

展出出版編輯專門圖書，參展家數最少，但均為以出版編輯為主題的業者專業用書。

(六) 數位出版展示：

展示數位出版及電子出版品，並介紹新型電子出版技術。

(七) 教育圖書與軟體展：

展示教育圖書及媒體。

### 三、書展功能與主題國家

東京書展有幾個商機：

(一) 版權買賣。

(二) 尋找參與出版計畫的合作夥伴。

(三) 尋找出版品供應者。

(四) 搜尋日本出版品市場。

本屆東京書展的主題館為義大利。事實上筆者實在不知道主辦單位選擇義大利的原因，或許與近年來日本風靡的義大利麵食有關吧？去年的主題館是荷蘭，而去年也恰好是日本與荷蘭交流的四百週年，現場展出許多當初交流的許多文書，與日、荷雙方針對此一歷史所出版的各種文獻，其意義與今年義大利館風味全然不同。

### 四、書展成效

本屆東京書展計有 42,369 人次前往參觀，依據主辦單位展後報告，本屆書展以圖書現場銷售成效最為卓著，商業交易的談判亦十分熱絡。

### 書展實錄

東京書展從版權交易性質轉型為銷售與版權各半，事實上跟日本整體經濟泡沫化有著極大關係。筆者已經是第二年前往東京書展了，雖然手邊沒有 2000 年東京書展的資料，但與本屆比較可發現以下幾個事實：

#### 一、書展攤位減少

本屆書展攤位數較去年明顯減少，充分反映日本經濟現況，在一片蕭條聲中，

出版社及書店經營亦加困難，加上不算便宜的場地租金與預期心理的作用（預期消費者減少消費的心理），出版業者或許寧可於市區中的店面作促銷，也不願多花預算來到交通費用昂貴的東京國際展覽場作或許會虧本的展覽。另一方面，數位出版與電子書區的參展廠商數目也是減少，但是規模卻是擴大，參展廠商多為日本大型 e-Book 或網路書店業，或許也可解釋近幾年來全球網路事業的急速泡沫化與大量併購風。而以國際展覽區的參展廠商而言，以中國大陸參展攤位最多，約達 17 個，次為臺灣館，約 9 個攤位，在其次為韓國館，約 7 個攤位，這三個參展團幾乎每年均維持一定之攤位數，其餘外國攤位多為小攤位，足見東京書展的國際性逐漸降低，也再次反映日本高消費高成本的出版環境，確實嚇走了不少國際出版業者。

#### 二、促銷折扣戰展開

日本的出版品除了雜誌與漫畫、報紙售價便宜外，圖書的價錢算是十分昂貴的，以通常一般的黑白印刷約 130 頁左右，25 開本的平裝書而言，定價約在日圓 1500 左右，再加上 5% 的消費稅，等於是這本書約要賣到快到台幣 400 元，同樣的書在臺北應該是以 300 元左右可買到。所以，在日本買書實在是一筆不算小的消費；再以日本圖書銷售市場習慣來說，書店售書是不與任何折扣的，通常的促銷也最多是給予 9 折，以 2000 年的東京國際書展而言，現場折扣最多低到 85 折，據說已經是市場行情的底線了。但在今年的書展中，動輒可見到 85 折以下的促銷，甚至有 7 折左右的折扣，希望藉以提昇買氣，卻也見到不景氣下出版業者謀求生機的積極手段。

#### 三、讀者購買行為趨向保守

根據筆者現場觀察，參觀者今年的購買行為已經較為保守。雖然書展參展廠商於現場展售的產品不乏新書或剛付梓出版，甚至於展場舉辦新書發表會的作



品，且如前述現場已經有極為優厚的折扣，但消費者則是更加地精打細算，經筆者分析，應該是以下幾個因素造成：

- (一) 東京國際展示場位於東京的副都心區，也就是我們常在日劇中看到的「彩虹大橋」的另一端，算是一處海埔新生地，許多大型、新型的建築物均在此一地區，如一些遊樂場、購物中心、或是一些超高檔的五星級飯店（如東京日航飯店），還有一些臨東京灣風景極佳的公園，所以此地算是東京人一處常去休閒購物之區域。但是這個區域既然是海埔新生地，就有兩個叫無法克服的問題：交通不便及高物價；該區域的主要交通路線有三種：一是從東京的「新橋」站搭此地專用高架電車—「百合海鷗號」（Yurikamome Line），約20分鐘到達國際展示場。二是從東京市郊的「新木場」站搭「臨海副都心線」（Rinkai Fukutoshin Line）電車，約五分即到達。三是開車或是搭乘巴士走公路到達，由東京車站出發約需三十五分鐘（不塞車的話）。一般而言，業者及參觀民眾均是由新橋站搭「百合海鷗號」到會場，因為新橋站位於市中心（即國人熟悉的「銀座」一帶），食宿及交通方便，所以國外參展者也都選擇此一條路線，其他路線對國外參展者實在不便利，只是這一條路線票價極貴，從新橋到展示場來回票價是日幣370圓，約合臺幣120元左右，單趟60元，事實上兩地距離不遠，據筆者觀察約是台北捷運木柵線由中山國中到科技大樓或六張犁左右；再比較東京地區的交通費用的話，以筆者於東京的居處位於山手線上的惠比壽（Ebisu），從此地搭山手線電車到新橋約需二十分鐘，經過約十個車站（JR電車速度較快），距離亦較海鷗號之全程遠，單程票價只要日圓150圓（約臺幣45元左右）。究其原因，因為

「百合海鷗號」開發成本高，若國際展示場無大型展覽及非假日時期，搭乘率不算很高（畢竟前往的人有限），所以採取高運價自是自然結果。再者，此一地帶既然為一觀光地區，物價高自然是可想而知的，舉凡此地幾個購物中心的物價與飲食，與東京都中心相比亦相差無幾。

所以，如果一位民眾由新橋站搭乘電車前往參觀書展，基本上必須先花費以幾種消費：

1. 電車費：來回370日圓
  2. 書展入場卷：200日圓
  3. 書展現場午餐：基本消費約1000日圓
- 總和為1570日圓，約臺幣470元

也就是說，尚未在書展場所購書，即已經先消費了這些金額，在經濟發達的時期，這些消費或許不算什麼，但在不景氣的大前提下，這樣的基本消費亦造成讀者於書展現場更加謹慎的購書。

- (二) 以日本的出版市場而言，因為出版速率快，週期短，相對的書店的新書上架與舊書下架率極高，所以也造成了日本的二手書店（日文稱為古書店）十分發達。在東京的神保町地區，聚集了大小約一百五、六十間古書店，以銷售二手書為主，基本上型態類似台北之光華商場，但是規模可是全球第一。而該區的古書店的二手書，有些是半年內就由新書書店下架而來，新、就書的差別不算很大，在售價上，視書的年代決定，一般而言約在原書的六折以下；再加上神保町交通方便（約有七線地下鐵經過），物價便宜（該區域內有六所大學，算是一個文教區，物價相對較低），對購書者不失為一買書的好場所。在萬業蕭條的日本，與東京書展相較之下，神保町倒是較能吸引較多的讀者。

### 他山之石

日本人性格特質的「群體性」是全世界皆知的，這個國家能從二次大戰的廢墟中一變成



為世界經濟強國，這種強調團體行動、近乎「人海戰術」的工作態度，應是主因之一。

同樣地，這種特性亦表現在日本的出版界，甚至在東京國際書展中亦可見到。日本出版界中幾個大型出版集團，如講談社、小學館等，其下有許多中、小型出版社進行出版事業，不過在實質上，這些單位均是以母體機構為核心，在組織上是以「樹枝狀」的分布，經營盈虧與整個團體有關；筆者再此要介紹的則是另一種型式：專業性的聯盟團體。誠如我們對日本人組群性特質的認識，日本的各種行業中各種「協會」、「聯合會」、「振興會」充斥，此類組織一是同業聯誼性質、一是業務心得交換與研究策略。東京國際書展中，出現了三個此類型的團體，以下分別介紹之：

#### 一、大學出版部協會

由全日本二十六個大學出版社所組成，目的以共同經銷，學術合作出版為主，並經常舉辦各種學術研討會，商業機能反而不甚強烈，但因共同流通，反而使平時經銷管道較窄的大學出版品有更多通路。

此二十六所大學均為日本較著名之大學，包括東京、慶應、早稻田三大百年名校。

該協會並印有聯合目錄並建置網站：

<http://www.ajup-net.com>

#### 二、國語、國文學出版會

由十六所專門出版國語、國文學圖書的出版社組成，所謂的「國語、國文學」，所指的是以漢學、日本文學類的圖書，以共同經銷為主。

#### 三、歷史書懇話會

由十七所專門出版歷史書籍的出版社組成，以共同經銷為主。

#### 四、出版社連合和會

由十四所出版日本文化書籍的出版社組成，以共同經銷為主。

以上四個出版專業團體，除了大學出版部協會外，其他社團均以商業行為為導向，且組成份子亦多為該專業之楚翹，如百年歷史的「東京堂」，為國語、國文學出版會與歷史書懇話會會員；東京大學出版會更是大學

出版、國語、國文學出版會、歷史書懇話會三團體之會員，其出版物之範圍甚廣，不愧為日本第一名校！

臺灣的出版業現已有出版集團營運，但其性質有些較類似於講談社之樹枝組織架構（如五南出版集團），亦有介於非樹枝組織卻又非專業學術性質之集團（如城邦集團），似無以學術出版或專業領域為主的出版集團，或許在商言商，學術或專業領域的出版品市場本來就小，加上國人的閱讀習慣亦不算普遍，所以國內可能較難出現此類型的出版團體吧！不過筆者有一建議，國內圖書資訊學出版業者屈指可數，產量亦不多，卻又因市場因素在一般書店較難購得，此類型出版業者似可考慮相關組織型態，甚至也建議中國圖書館學會，可利用每年臺北國際書展聯合相關業者承租攤位，展售出版品，亦為將來的市場鋪路。

#### 後記

筆者參加過幾個國際書展，如法蘭克福、東京、香港等，曾經用心觀察這些書展對於圖書館業者的態度是如何。以東京書展而言，圖書館從業人員與圖書館學教師的身分均可免費入場，書展期間由日本圖書館協會亦舉辦了幾個研討會，一場為「圖書館員最新情報活用術—IT革命與圖書館」，一場為「出版、報導的自由與圖書館的自由」，兩場均需繳費入場（各為日幣1000圓），一般而言，在國外必需繳費入場的研討會必有其相當份量，足見該書展對圖書館的重視；在去年的東京書展，日本圖書館協會甚至現場設攤展售出版品。現場也可看見日本各地圖書館員組團現場採購交流，雙方交易熱絡。

我國圖書館業與出版業的關係，幾乎都以採購之商業行為為主，少有進一步的學術活動，圖書館員甚少得知出版資訊，出版業者亦不把圖書館當作是一主要客戶，或許在往後的台北國際書展中，出版業者應多位圖書館業者設計各種活動，圖書館員也要多積極參與書展活動。