

法蘭克福書展

展期：16-20/10/2024

法蘭克福書展是名副其實的世界最大的版權交易大會，來自世界各地的出版商及從業員聚首一堂進行版權洽談及交易。根據官方數字顯示，今屆（第 76 屆）法蘭克福書展吸引了 4,300 多家參展商參展，並有來自 153 個國家的 115,000 名商貿人士和 115,000 名私人參觀者入場。在展場內，參展商之間版權洽談頻繁；參展商、作者與電影產業及遊戲產業之間也開展了網絡，有助推動商務合作；參展商、作者與參觀者之間的互動交流，更令場內的活動氣氛熾熱。

場館分 Hall 1、3、4、5、6，按國家、地區及書籍類型來分區，指示十分清晰，可按區域瀏覽。有別於台北書展及香港書展，參展商的展位佈置，在很大程度上取決於業務目標。大型的參展商，如 HarperCollins Publishers、企鵝出版集團（Penguin Books）等，以版權洽談為主，場內便設置大量的工作桌椅供洽談版權之用，而他們的版權人員，大部份只在首兩天在場，所以經過這些展位，會看到洽談區坐滿了人在進行業務洽談，而接待處也有人在排隊預約及等候。另外，有一些參展商如連鎖書店 Thalia，有產品銷售，也設有位置舉行作者講座分享，是比較功能立體的展位設計。有參展商的展位有就重點書做特別的推廣設計，以吸引讀者眼球。有些小型出版社就以展位的有趣設計、派發禮物或設計互動的小遊戲等來吸引讀者。另外，亦有有聲書的展位，可供參觀人士試聽；遊戲公司有電子遊戲供試玩；以至售賣非書類產品，如來自德國的筆記本品牌 Leuchtturm1917，參觀人士可即場購買筆記本刻名。因書與筆記本（寫）的關係密切，吸引很多人排隊刻名。每一個場館、大部份展位都人頭湧湧，非常熱鬧。

而今年的主賓國是意大利，它的展館設計及內容就更吸引。呼應今年書展「藉閱讀與他人連結」的主題，由著名建築師 Stefano Boeri 設計該場館，以傳統「意大利廣場」（Piazza）為空間設計概念，而整個場館就是圍繞這個中心廣場而構建。在中心廣場上，會舉行講座分享及音樂表演；而向廣場的四邊走，是一個一個的展覽空間，展覽題材各有不同，充份展現意大利的文化特色。每個獨立的展覽空間，也採用不同的色調，並有特定的主題，如在其中一個較大的相鄰空間，展示了屬於意大利國家博物館的一些歷史藝術作品；另外，有一間房間是紀念馬基維利（Niccolò Machiavelli），因其逝世將近 500 年。馬基維利是意大利文藝復興時期的重要人物，亦被稱為「近代政治學之父」。這展覽空間中，展示了其經典著作《君主論》印於十六世紀的稀有版本，並有許多與其相關的文化產品，包括手錶、明信片、郵票及漫畫等。其他展覽空間，包括圖

書館及一個用於舉辦講座的小型禮堂等等。身處這個展館的氛圍中，會完全忘卻外邊的煩擾，可沉浸在意大利的文化氣息中，肆意汲取養份。

除了出版商及主賓國的展位設計各具特色外，也有其他有特色的展位。古騰堡博物館的展位中，就有導賞員即場示範活字印刷，讓參觀者了解活字印刷技術。若想再深入知道得更多，可前往位於美茵茲（Mainz）的古騰堡博物館。古騰堡博物館（Gutenberg Museum）是世界上最古老的印刷博物館之一，它是以歐洲第一台鉛板活字印刷機的發明者約翰內斯·古騰堡（Johannes Gutenberg）而命名。那裡有兩本古騰堡原始聖經，是鎮館之寶；此外，也有不同年代的印刷機，並可了解世界各地的印刷歷史。

另外，是展示世界最美的書的展區，可以看到不同地方的特色裝幀設計，有些是封面很亮眼奪目的、有些是排版多變有特色的、有些是書籍的包裝及用料獨特的，等等等等，有很多不同形式的演繹，目不暇給。

大會在不同展館也有不同的主題講座。我選聽了一些有關有聲書、AI 版權、文學改編電影，以及書籍及遊戲跨界等主題的講座。因為近年一直在思考書籍作為文本以外，還可以延伸出什麼可能性。而這個課題，相信很多出版人也在思考。法蘭克福書展是一個很好很有效的商務交流平台，能有效促成跨類型領域的業務。參展商在展示內容，而亦引來版權的買賣，衍生如翻譯成不同的語種、生成電子書、製作有聲書、改編成電視劇或電影，甚或製作成電子遊戲。

各展館內的業務往來及講座活動固然多姿多采，而戶外露天廣場的氣氛也十分熱鬧。除了有設計獨特的講座空間外，也設有表演舞台、作者簽名區，以及美食餐車等等，參觀人士可按需要享受各式活動。

而在城中，也有其他精彩的相關活動。法蘭克福書展的城市閱讀節Open Books，活動會在羅馬廣場各處舉行，有近100個書籍專題活動及討論會免費入場。有一晚就到了羅馬廣場的一棟古建築內，參與了一場作者分享講座，置身其中能感受到德國熾熱的閱讀氛圍。

另外，也去了德國最大的連鎖書店Hugendubel。這間書店共佔五層，樓層中間的天井能引入天然光線，而每層沿天井的位置，設有舒適的沙發，供讀者坐下來看書。店內書籍的佔比很高，並且很有條理的擺放；此外，也有售賣文具文創的區域，以及設有café。從書店的整體規劃中，從選書、擺書，以至室內設計、流動線等，都經過悉心考慮，重視以人為本，這些都是網上購書所沒有的體驗，這也是讀者仍喜歡留連書店的原因。

綜合而言，從法蘭克福書展的觀察，可以了解各地書籍在題材、內容，以至圖書的演繹手法上，有很多值得借鑒的地方。當然，也有很多的啟發。

在童書的出版上，外國出版社真的做得非常好。書籍的題材十分多元化，如科普、生死教育、性教育等；在題材的演繹上，形式亦很多樣化，而且能做到深入淺出；另外，就是圖畫畫得很美，美得是想買回來收藏的。仔細想想，閱讀習慣是從小培養的，只要從小養成良好的閱讀習慣，長大後也會維持的。所以做好兒童讀物，就是打好地基。而插畫師的培育也十分重要，可就不同的題材，搭配不同的插畫師，繪畫不同的風格。而對讀者而言，閱讀美的書，也是美感的培養。

其次，就是要開拓跨類型領域的業務。過去，我們一直在做的是開拓書籍的銷售市場；進行版權買賣，出版不同語種；製作電子書，增加銷售。但這次發現，製作有聲書也是一個趨勢。但如何做好？有甚麼條件？雖然運用 AI 技術，可以使有聲書的數量提升；但論有聲書的質素，外國市場上受歡迎的有聲書，都是真人演繹的，而且有音效及音樂，能使聽眾好像親歷其境的在聽故事。此外，就是要有成熟的平台，去聚集聽眾搜尋；再加上，要做好宣傳推廣。本地市場，好像仍未開始行這一步。

另一領域，就是將文本改編成電視劇、電影或製作成電子遊戲。今年亦有遊戲開發商及電影製作商在講座中分享，他們也在尋找合適的題材；而在過去的一些成功案例中，劇本的修改以至電影的製作過程，也會遇到很多問題，以及需要漫長的製作時間，但看到成品之後，過程中的所有艱苦辛酸及等待，也是值得的。而本地的出版人，也應探索如何開闢這條路。

另外，就是香港書展做了很多年，參展的出版社主要以賣書為主，而現在入場人數每年減少。那究竟如何突破？我覺得可以用圖書嘉年華的概念，在展場內設有主舞台，以書籍的內容延伸出表演活動，如音樂會、讀書聽書等等，為入場人士帶來新鮮感，令更多人入場參觀及購書。而展場外，則設置比較輕鬆的分享閱讀空間及簽名區；善用海旁位置，設美食檔、座位等，吸引更多人前來。另外，也可為業界舉行跨界交流酒會，邀請出版商、影視娛樂、遊戲公司等業務發展商機的夥伴參與，以開拓不同的業務發展。

總括而言，這次法蘭克福書展之旅，真的十分精彩豐盛。在每天離開展場時，都會路經一個高約 21 米的動力學雕塑在緩慢地錘著，望著這個動力學雕塑，即時想到三聯 logo 中的三個勞動者在揮鋤，他們是在同心合力地開闢知識之地。看著這個動力學雕塑，也提醒自己要更努力耕耘，希望出版好每一本書之餘，亦做好各方面的開拓工作，使出版業務能衍生更多的可能性。