

让书展成为读书人的嘉年华、出版人的奥运会

陈超

文匯时评

中国新闻名专栏

热闹的第15届上海书展圆满落幕帷幕。上海书展是一场享誉全国、万众瞩目的阅读“嘉年华”和出版“全运会”。阅读是人类满足精神需求的基本生活方式，书展是彰显一个城市气质的文化活动。在上海建设国际文化大都市的征程中，在上海实现卓越全球城市新愿景的进程中，书展可以发挥更大的作用与价值，用阅读的力量打响文化品牌。

回望15年，书展已是全民阅读推广标杆

15年来，上海书展坚守“我爱读书，我爱生活”的价值观，已成为这座城市的文化标志之一和全国著名的文化品牌，有独特的价值和魅力——聚焦普通市民读者，成为了促进全民阅读建设书香城市的重要标杆。和公共图书馆一样，书已

不是书展唯一的“主角”，创新多样的阅读推广活动质量已成为和流通量、销售量一样重要的KPI(关键绩效指标)。让更多人看书、爱上阅读，让更多人看更多更好的书，这是书展和公共图书馆更重要的使命。因此今年的书展有超过1150场的阅读活动和遍布全市的100个分会场，这又一次显示了阅读的无所不在性。7天的书展和365天的图书馆服务一直是珠联璧合、互帮互助，不仅是书展期间的合作互动，书展落幕后的日子里上海的公共图书馆、各类实体书店都在延续阅读服务和接力开展阅读推广活动。上海地区公共图书馆系统的外借流通量(借还)已经从2004年的不到1200万册次增长到2017年的6600多万册次。2017年，上海地区公共图书馆组织的讲座已超4600场次、展览近2000场次，参与人数接近300万人次，持证读者数已经超过470万。每年夏日中的短短7天书展，在持续助力上海365天书香绵延，而书展的成功也离不开上海全年日常的阅读氛围营造。

对标全球，书展的功能可以更多元

目前，世界上大约有四五十个国家和地区每年举办国际书展，大大小小的书展加在一起可能有近百个。每个月都有值得关注的书展在这个地球上的某个城市中举行。世界知名书展的定位、功能与类型都有所不同，但综合看目前书展主要可分为专业展、消费展、国际展、区域展和国内展等几种。比如，法兰克福、伦敦、东京书展和美国书展等著名书展的功能都集中在促进版权贸易上，香港书展和台北书展则更多是面对读者进行图书售卖。目前世界上最大规模、最享盛誉的书展——法兰克福书展是世界上最大也是最成功的版权型书展，被誉为“世界出版人的奥运会”，它每年吸引来自世界各地近30万人前来参观，参展商中有三分之二来自国外。据统计，每年在法兰克福书展上达成的版权贸易占世界全年版权交易总量的75%。每年书展期间都要举办世界版权经理大会，这可谓版权

界的巅峰会议。但是，法兰克福书展在定位为专业展发展版权贸易的同时，一直没有忽视促进书展的推广阅读文化功能。从1970年代开始，法兰克福书展就开始设立专业场(书展前3天)和大众场(书展后3天，2004年整个书展改为5天后，大众场为后2天)。

对标世界著名的书展，我们的书展是否可以既服务广大读者，又服务全产业链——整个出版产业集群？既服务上海、长三角和中国又服务全球？上海的城市定位与能级、区位与地位可能有利于上海书展功能多元化定位——在专业展和消费展融合平衡基础上，进一步逐渐从一个“国内展+区域展”发展成为“国内展+区域展+国际展”。

面向未来，书展的目标可以更高远

15年来，每年上海书展举办的各种活动都品质独具、魅力不凡。从作者到读者，都能在上海书展上找到自己的舞台。然而，作为一个消费展，如何吸引更多的

读者、如何更大力度地促进全民阅读，我们还有努力空间。以香港书展为例，据香港贸发局统计，近些年几届香港书展的进场人数都突破了百万人次，人均消费800—900港元。今年7月24日刚刚结束的为期7天的第29届香港书展吸引了破纪录的104万人次，人均消费810港元。

如果要做一个顶级的专业书展，我们更要服务好整个出版产业链上的所有利益相关者，因为在作者和读者之间还有很多环节。如今，出版社、书店、图书馆等已经成为上海书展重要的参与方，未来书展应聚焦新时代的版权贸易模式及其关联各方，应更关注传统出版与数字出版的互动发展。

我们的书展还可以更国际化。书展的子品牌“上海国际文学周”已办了8届，然而上海书展的国际化水平与上海的城市追求——卓越的全球城市和具有世界影响力的社会主义现代化国际大都市还是有一定距离。如何让更多的国际出版机构参与书展、如何促进版权贸易等专业服务难题，还需要我们去攻坚。我

们能否把中国出版人的“全运会”发展成为全球出版人的“奥运会”？

我们的书展还要更加创新。当下我们办书展的许多做法都是学习借鉴其他世界著名书展的创新创造。比如，主宾国(省)就是法兰克福书展在1976年的创造发明。今天，在我们的阅读正面对信息化革命挑战的历史关头，我们的书展能够做些什么？书展要成为读书人的“嘉年华”，就必须持续关注读者需求、不断创造新体验，让书展所有的活动与服务都不忘“阅读推广”的初心；书展要成为出版人的“奥运会”，就必须为全球出版人提供公开公平公正的竞技场，让全世界出版产业集群在这一周的时间内，有高效沟通交流与合作的机会。

文化的大繁荣是发展的目标。城市需要仅有一天的世界读书日，也需要一周时间的书展，因为用这一天和这一周的努力，我们才有可能让每一天都是读书日，让每一座城市都有永不落幕的书展！

(作者为上海图书馆馆长、上海科学技术情报研究所所长)

文化视点

这些最美瞬间，是一座城市向品质阅读的长久致敬

2018上海书展暨“书香中国”上海周闭幕，书香之约仍在延续



■本报记者 许旻

昨晚9时的上海展览中心，流光溢彩。随着最后一位读者步出主会场，2018上海书展暨“书香中国”上海周闭幕，但书香之约仍在继续，永不落幕。

“经过15年的摸索升级，我们终于可以踏实地说一句，品质阅读不再是纸上空谈，而是在上海书展的策展思路、优质活动、细分引导中有了实实在在的呈现。”上海市新闻出版局局长徐炯感慨，这些年，卖书正渐渐变成书展的配角，名家高质量的沙龙讲座、人与人的交流，比例逐渐增大，成为逛书展的首选理由。

人们在这里发现好书，发现作者，也进一步发现自己，寻找同道。回眸上海书展的这些动人瞬间，看看一座城市的书香底色如何浸润在文脉血液中，汩汩流淌，生生不息。

最真挚

虔诚热情的读者是书展最美风景

年轻公务员张峰端，着黑色T恤，身形紧致，得知自己是最后一位离开上海书展的读者，被人群围住的他露出了腼腆笑容。“从小就喜欢看书，健身锻炼肌肉，阅读锻炼大脑，我希望自己继续保持这两个好习惯。”上海书展组委会向这位读者鞠躬致敬，邀请他2019年再赴阅读盛宴。接过邀请函，他笑称，明年要第一个“冲”进展馆，身体力行支持上海书展。

用脚步给上海书展投票，是读者最平实的支持。每年8月的上海书展，无论烈日当头，或持续雷雨，都挡不住爱书人的脚步，蜿蜒长龙不急不躁，井然有序。“上海书展最美的风景，正是热情、优秀、专业的读者，也因为这个庞大群体，全中国和全世界的创作者愿意来这里，不仅仅是在上海书展的7天里。”徐炯说。

位于华东师范大学展位的留言墙上，3000多张五颜六色的便利贴倾吐着读者心声：“上海书展的气氛特别吸引人，我明年还要来”……普通读者要来，专业读者也爱来。书展期间恰逢中国唐代文学学会举办年会，会长陈尚君笑言，上海书展的门票成了最抢手的伴手礼，全国各地学者趁着参会间隙，来上海书展“打卡”。

上海人民出版社社长、总编辑王为松，参与见证了上海书展15年的发展。“书展，就是书海，它把更多的爱书人聚合在一起。如果说好的旅行会有爱情的味道，那么好的书展，一定会有真理的味道。卡尔维诺说过，文明建立在万千书籍的多样性上；只有像一只彩蝶从各种语言、对立与矛盾中吸食花蜜那样，不断在各种书页中游走追寻，你才能发现真理。”

最火爆

追踪市场晴雨表重拾出版尊严与乐趣

要说今年上海书展的人气明星，上海科学技术出版社的主打图书《芯事——一本书



书展“双十佳”

最有号召力的“十佳”出版社(以笔画为序)

人民文学出版社	中华书局
上海人民出版社	外文出版社
上海文艺出版社	华东师范大学出版社
上海译文出版社	译林出版社
上海音乐出版社	贵州人民出版社

最有价值的“十佳”服务明星(以展馆为序)

张达(贵州展馆)
石磊(中国出版集团)
张瑜(中国出版集团)
王建立(上海音乐出版社)
管姝静(上海图书有限公司)
石小菁(上海新华传媒连锁有限公司)
潘裕平(上海新华传媒连锁有限公司)
贺群星(华东师范大学出版社)
章颖智(上海外文图书有限公司)
翁琦燕(博库书城上海有限公司)

制图:李洁 摄影:叶展亮

读懂芯片产业”堪称火爆——首发后短短1

个多小时便售出1000余本，给出版方注入信心。《半小时漫画中国史3》的读者见面会队伍从友谊会堂一楼排到二楼会场，密密麻麻的台下读者，与漫画家陈磊密切互动，笑声不断，这一系列累计销售百万册，读者的反馈为下一部选题和素材提供了不少灵感。

在上海书展，全国出版人能捕捉市场最前沿的阅读表情。中华书局的编辑观察到，不少铁杆粉丝直奔展位后的第一句话就是——“我看到中华书局，就像看到亲人一样”。书展首日，展位上的《燕国八百年》卖光了；第二天，展位上未拆封的《宋书》修订本售罄……

“每年书展都会接待专程光顾我社展位的读者，他们对我社图书如数家珍，给予我们种种鼓励。”上海书画出版社社长王立翔说，上海书展给上海出版业带来最为重要的变化，是为出版社打开了一扇与读者直接交流的门，让书展成为出版社检验自己产品的试金石，也提升了选题、营销、沟通、服务等意识和能力。

最暖心

首次增加手语翻译知识岛屿向所有人敞开

“80后”手语翻译员唐文妍，站在今年首设的“七天七堂课”讲座舞台一侧，成为听障人士与学者之间的一座桥梁。要把国学知识里的专有名词，用手语方式转码出来，并不是一项轻松的任务，最难的地方莫过于将诸侯、人名、地名、朝代这些历史信息通过手语使聋人朋友明白。比如孔子和老子，她就采取了以手模拟孔子惯用形象中作揖的动作与老子的长须形象加以区分，将信息忠实

地传播给观众。

“上海书展在全国都有很大的影响力，读者中自然有一部分是听障读者。”今年，上海图书有限公司策划国学馆讲座时，希望经典文化能够与各层面读者需求相结合，开设了现场直播，并委托上海市残联向听障读者发布信息。

书展这座知识岛屿向所有人敞开，争取到全民阅读的最大公约数。今年书展利用16个区图书馆、实体书店、社区文化中心和农家书屋等公共阅读空间，扩展书展分会场体系，分会场数量由去年40家增至100家。思南书局、作家书店、建投书局同时举办上海书展·上海国际文学周，迎来中外作家与读者的文学重逢。书香满城，蔚然成风。

最精细

深读活动比例增加打破阅读“舒适区”

读书，是代际智慧传递和精神发育的赓续、升华、再创造的过程。今年上海明显加大了深度阅读活动的比例，比如时长90分钟的国学课等专题讲座，突破了阅读的“舒适区”，让人们踮起脚尖，尝试着去够一够更高的果实。

“‘七天七堂课’获得的青睐给我们启示，如今的读者到底需要什么？”徐炯说，从需求出发是创新的基础，“读者期盼更高质量更纯粹的阅读活动，未来上海书展的活动将更多地转向营销某一类书，而非营销某一本书。不止国学课，还能衍生开掘更多门类。”

“这也提示我们出版人要不断提升出版品质，在遴选参展新书、策划书展活动方面充分体现深厚的底蕴、真挚的情感和思想的

感召，让广大读者尽享文化盛宴。”上海交通大学出版社总编辑李广良说。上海市书刊发行行业协会副会长汪耀华见证了上海书展从第一年简洁简单到如今精细化服务的转变。“对于读者而言，在书展买书的意义只是其中一小部分，更多的意义在于与名人邂逅，集中听讲座等，体验种种从‘书’衍生出来的阅读之趣。”

最新潮

一手“掌握”大部头互联网+助力数字出版

排队购书，再快递回家，这样的“搬运模式”也有了快捷升级版。通过“上海书展”官方微信和“新华一城书集”微信公众号“云会场”，读者打开扫码购书功能，书展全场任意图书条码轻轻一扫，即可直接在线下单，江浙沪包邮到家。7天书展时间有限，“云会场”还为读者打造了不落幕的“365天书展”，精选并推荐大批好书和新书，为读者提供更多更便捷的购书途径。

徜徉世纪出版数字出版展位，一场别开生面的讲座上，语文名师、诗词专家许冰雨结合《国学问道》文学鉴赏App，与读者现场交流互动。《中国文学鉴赏辞典大系》收录了自先秦以迄当代，涵盖诗、词、文、曲、赋等各种文学体裁的经典名篇近2万篇。如今，读者在手机屏幕上就能一睹大系风貌。在“国学问道App”的演示屏幕上，不少读者纷纷尝鲜，用手指滑动点击，这正是上海探索数字出版的鲜活注脚。

不说再见！上海书展掀起的阅读风潮，无声无息地滋养着这座城市；而这些最美瞬间，也是一座城市向品质阅读的长久致敬。

上海书展渐成“全民阅读”金字招牌

(上接第一版)读者从中感受到的震撼，在中国国际出版集团展区“习近平重要著作翻译出版成果展”与“新时代、新作为、新篇章”主题图书展销馆得到延续。而序馆左右长廊分设的中国改革开放40周年精品图书展，勾起老读者“文化饥渴”年代的珍贵回忆。“红色文化、海派文化、江南文化”主题出版展，则悉心勾勒历史发展文脉。

“主题出版正酝酿新的变化，在重视党史、国史、军史、重大节庆节点等传统选题基础上，更加重视融合和服务国家政治、经济、科技、文化战略，以及中华优秀传统文化、党领导的革命文化和社会主义先进文化融合创新等新型选题。”资深出版人、主题出版研究学者韩建民在上海书展“2018长三角主题出版论坛”的一席话，与普通读者的热烈反馈互相映照。不少读者的“必买书单”里，《全球城市：演化原理与上海2050》赫然在列。在经济全球化和信息化背景下审视全球城市发展，展望上海未来的新书，一样牵动普通市民的心。今年适逢马克思诞辰200周年，上海人民出版社出版的《马克思的20个瞬间》《卡尔·马克思：世界的精神》等新书在现场几乎售完。《马克思的20个瞬间》借由“市民修身书单”等推介，被不少年轻读者关注，甚至成为书展徐汇区特色活动“汇悦谈定向+阅马挑战赛”的一道关卡题目。

关注当下的现实书写在这里“破茧”

今年在上海首发新书达500余本，首发活动更是远超预期，达到276场。其中相当一批紧扣时代主题、关切热点话题、紧贴读者生活的现实书写在此“破茧”。

李明春和周大新分别以长篇小说《山盟》《天黑得很慢》关注扶贫攻坚和老龄化社会问题。张平继《天网》《抉择》推出的新作《重新生活》不止步于反腐败斗争场面，将叙事重点转向与其相关的家庭融入社会的历程，有更深刻的人性关怀。继《太阳黑子》后，须一瓜交出《双眼台风》这一最新答卷，再次以社会案件开笔，展现罪案里现实严酷，但给人以突围的希望。《复兴之路》《大国重工》等作品甚至开掘出现实书写关切国企改革、重工业发展等全新视域。这些新作均在书展现场有不俗的销售成绩。

如果说文学因其对人性与世相的深刻体察而成为书展的“长销”，那么《芯事——一本书读懂芯片产业》《发现燕然山铭》等一批科普、学术著作同样完成了对时代的体察。其中全景呈现芯片行业的《芯事》在书展首发后不过一个多小时，已销售千余本，成为今年书展的“销售明星”。距离《燕然山铭》重现引发社会热议刚好一年，北京大学辛德勇教授的新书《发现燕然山铭》在书展亮相。虽是一本考古新著，其漫谈笔法，令重大考古发现第一时间以更亲近的姿态与普通读者见面。

出版业风向与“全民阅读”在这里有迹可循

今年上海书展活动数量首次破千场大关，当之无愧成为与图书并列的“第二主角”。业内人士说，“如今更多的读者是冲着上海书展丰富的活动而来，因而好书与优质阅读活动两者缺一不可。”上海书展用阅读活动营造“文化现场感”，普通读者在其中找到品质阅读的指引路径，越发浓郁的“全民阅读”氛围有迹可循；作家学者将其看作是文化会客厅，留下思想激荡的印记；出版人在这一片文化高地寻求合作，推动新一轮的行业发展。

上海书展今年首辟的国学馆内，“七天七堂课”系列国学讲座邀请高校知名教授轮流“坐镇”，解读《论语》《史记》等文史经典。尽管学者对课程内容烂熟于心，却还是精心准备了上百页的PPT，原因无他，如复旦大学中文系教授傅杰所感慨：“能拥有这么多的热情读者，上海书展是一个奇迹。”45分钟的课程延长至一小时，读者还意犹未尽。眼见国学能见度的提升，让全国多家古籍出版社竞相报名，希望把本土学者引入上海书展。

而增至100家的分会场，不仅让书香深入城市肌理，也为读者打造更多潜心阅读分享的“理想书房”。今年的“上海国际文学周”出走“大本营”思南公馆，多位中外知名作家在黄浦江畔“网红书店”建投书局“会客”，其主题皆是“旅行的意义”。经由“分会场”身份淬炼，实体书店在追求消费体验的同时，以推广全民阅读为己任。书展负责人欣喜发现：过去是主会场把优质图书资源和名家学者推送至分会场，如今分会场也能反哺主会场，上海书展与实体书店已经进入相互成就的新阶段。中华书局总经理徐俊说：“把更多的活动放到书店，让更多的读者进到书店，用阅读活动和品质图书让读者爱上书店，爱上阅读，才能真正实现阅读人数和阅读机会的扩容。”

由上海书展这一品牌延伸出的平台效应辐射至长三角出版业。沪苏浙皖四地在书展期间共同签署《关于共同推动长三角区域出版和版权发展的框架协议》，已确定的六个合作项目中，首个落地的是《江南文化研究丛书》。在奋力建设长三角世界级城市群的今天，《江南文化研究丛书》的编撰有望为更高质量的长三角发展提供文化支撑。

告别之日就是相约之时，主会场展区的一面留言墙贴着3000多张便签，稚嫩的笔触潇洒挥毫大多诉说着同一种深情——永远不会失约。15年的约定，让书香滋养城市文脉，渐成推动“全民阅读”的金字招牌。