

立足中西樞紐定位 歷36年發展成為重要文化品牌

香港書展「破圈」融合 重塑閱讀體驗



香港書展在今年已經來到第36屆，作為香港文脈發展的重要文化符號，香港書展承載了聚焦城市記憶、搭建文化交流平台的重要意義。香港立法會議員、香港出版總會會長李家駒，商務印書館（香港）有限公司總經理兼總編輯毛永波，中華書局副總編輯、學術出版社社長黎耀強三位資深出版界人士昨日接受大公報記者專訪，回顧香港書展歷程並展望未來。

李家駒表示，香港書展近年持續強化「閱讀+文旅+文創融合」的主題策劃，讓平面閱讀延伸為生活化、潮流化立體體驗。「書展的內涵不斷豐富，不斷有一核心向外輻射，希望書展未來能有更多的讀者加入，選到自己想看的書、參加心儀的作家的活動，讓大家體會到寫作並對作家的作品有更深入的了解。」



大公報記者 徐小惠、顏琨 實習記者梁家悅（文、圖）



▲大批書迷到香港書展選購心儀的書籍。大公報記者林少權攝

李家駒表示，近年愈來愈多的內地館入駐香港書展，他提到，內地館不止陳列圖書，同步展示各省文旅行創，另外還有國際展區依託香港中西樞紐定位，今年重點突出東盟國家文化，增設多國領事館參展。

內地讀者所佔比例愈來愈高

談及香港書展30多年的發展，黎耀強表示，「我從2009年加入中華書局以來，參與香港書展已經十多年了。」回顧十幾年來的觀察，黎耀強坦言見證書展不少變化，「最明顯是讀者人數持續增長，高峰期單屆書展入場人次接近一百萬。早年大約只有五六十萬客流，近十年內地讀者所佔比例愈來愈高。外地讀者多認為香港環境開放，書籍題材多元、品質佳，不少年輕內地讀者專程來港購書；本地讀者比例則維持穩定。」

在黎耀強看來，香港書展早已成為香港人心中的文化盛事。「就算平時少逛書店，也會趁書展到場『打卡』，不少人會花數千元囤購全年閱讀書籍。加上書展折扣優惠多，常有七、八折，甚至十元一本、百元任揀等特價，各階層讀者都能各取所需，儼如閱讀嘉年華。」這種狂熱並未因天氣而冷卻，黎耀強特別提到，「就算今日早上落大雨，下午依然有不少讀者入場，周末更多家長帶同小朋友前來，屬於大眾不願錯過的活動。」

毛永波提到，商務印書館今年的主題是「讀書向遠，天涯襟懷」，表達向內扎根的文脈傳承和向外拓展的國際視野，既有《點點星光》這樣記錄改革開放後赴內地發展的香港老一輩商人故事的時代記憶作品，也有深度學術讀物，用以對抗當下碎片化淺閱讀，在AI、短視頻時代鍛煉讀



▲香港立法會議員、香港出版總會會長李家駒。



▲商務印書館（香港）有限公司總經理兼總編輯毛永波。



▲中華書局副總編輯、學術出版社社長黎耀強。

「香港書展具嘉年華特質」

作為一個走過36年的香港文化品牌，香港書展無疑也是香港文脈傳承的重要文化符號。毛永波提到，商務印書館1897年於上海創立，1914年進駐香港，在香港書展誕生前，商務印書館曾在香港大會堂自主舉辦各類圖書展銷分享活動；後來有了香港書展，為出版社提供了更大的與讀者見面的平台。他表示，香港書展對於香港的出版社而言，是一年中十分重要的活動，尤其對於小型出版社，書展可能會佔到他們半年的銷情。他認為，區別內地各大書展，香港書展具有嘉年華的獨特特質：現場讀者普遍放鬆愉悅；數百場作家活動，匯聚內地、海外各地創作者，香港地域狹小反而促使香港書展形成了一種高度集中的模式，是內地大型書展難以實現的。另外，他講到，香港書展年度主題始終立足香港在地視角，聚焦城市集體記憶、流行文化、歷史人文，依託實體展品做主題展。

香港地區101書籍系列作者劉智仁去年推出的《深水埗101》大受歡迎，在今年書展繼續推出《離島101》和《九龍城101》。劉智仁表示，「現在香港推動綠色旅遊，有很多Citywalk路線，這兩天很多人都在買《離島101》。」

香港書展發展至今，從單純賣書演變成不斷推出書籍和文創產品，書籍周邊更能促進書籍的銷售。劉智仁表示，「我覺得這樣的發展方向很好。很多讀者會因為喜歡一個作家而購買和作家、書籍相關的包、明信片，覺得可以和這個作家建立一種聯繫。每天帶着印着書籍或者作家的帆布袋走一走，那個感覺會更加立體。」



▲讀者在香港書展觀看僑批文創產品。中新社



▲讀者在現場閱讀書籍。大公報記者林少權攝



▲商務印書館書展攤位。

由香港貿易發展局主辦的香港書展首屆於1990年舉辦。1991年為第二屆，也是書展史上首次收取入場費。

1990年，入場人次**20萬**，參展商數量**149家**，4天展期。

1991年第二屆開始收取10元門票：入場人次**23萬**，參展商數量**200家**，5天展期。

1994年門票首次調升至成人20元港幣，小童10元港幣：入場人次**28萬**，參展商數量**403家**。

2018年，入場人次**104萬**，參展商數量**680家**。

2021年，入場人次**83萬**，參展商數量**760家**。

2023年，入場人次**近百萬**，參展商數量**780家**，人均消費**872港元**。

2024年，入場人次**99萬**，參展商數量**760家**，人均消費**912港元**。

2025年，入場人次**89萬**，參展商數量**770家**，人均消費**918港元**。
2026年，參展商數量**770家**。

數據來源：香港貿發局

數讀香港書展發展歷程

世界重要書展舉隅

小檔案

法蘭克福書展：創立於1949年，是全球規模最大的出版行業展會之一，每年10月中旬為期5天在德國法蘭克福會展中心舉行。2025年，100多個國家和地區的4000多家出版商參展，逾23萬人次入場。

倫敦書展：創立於1971年，每年4月為期3天於英國倫敦舉行。2025年，參展商超1000家，入場超3萬人次。

南國書香節：創立於1993年，是全國規模最大的書展之一。每年8月為期7天在廣州舉行。2025年主分會場共舉辦2335場文化活動，累計吸引超5500萬人次線上線下參與。活動期間，全省主分會場參與人數275萬人次。

北京國際圖書博覽會：創立於1986年，每年6月為期5天在北京國家會議中心舉行。2025年，80個國家和地區的1700多家展商現場參展，近30萬人次入場。

上海書展：創立於2004年，每年8月為期7天在上海舉行。2025年，海內外數百家出版及文化機構參展，38.2萬人次入場。

大公報整理

名家講座匯聚 影響力輻射海內外

對比內地及海外多個城市的書展活動，香港書展的影響力不容小覷。中華書局副總編輯、學術出版社社長黎耀強表示，「我每年都會參加北京書展，內地書展核心定位是版權交易會，展期首兩天不對公眾開放，專供業者交流洽談書籍引進授權。版權交易並非香港書展的重點，內地書展則以此為核心功能。台灣書展氣氛熱鬧，但規模遠不及香港，客流同樣約數十萬。」

正因如此，香港的出版社極度重視香港書展這一平台。據黎耀強觀察，香港出版社單單六至七月就會推出近百本新書。台灣出版商則不會為台灣書展大量出新書，大多僅十多二十本，所以台灣民眾對書展熱度不高，加上當地平日閱讀風氣本就濃厚，讀者常逛

大型書店，只會為作家講座前往書展。香港書展近年內容愈來愈豐富，受眾也更加多元，不僅覆蓋全年齡段讀者，更在內地城市形成影響力，講座熱度極高，知名作家場次一票難求，部分場次擴容至1500人仍滿座，過半聽眾來自大灣區內地城市。

在商務印書館（香港）有限公司總經理兼總編輯毛永波看來，稀缺名家講座、獨家作家分享活動，是外地讀者專程赴港的核心動力，正如香港各種展覽和演唱會對外地遊客的吸引力。但他亦提到，當前大灣區圖書流通受海關、邊境政策限制，書籍攜帶規則模糊，制約了跨區域客流在書展購書的熱情，未來需持續探索配套方式。

大公報記者徐小惠、顏琨



▲香港文學館在書展開設全新形象攤位。中通社



►香港文學館《文心》創刊號。

香港文學館《文心》創刊號出版

建館兩年的香港文學館今次首度在香港書展中設立攤位，特別推出全新館刊《文心》及《夢榮灣仔猛烈的寂靜》。現場亦擺放了許多近幾年暢銷的香港文學作品。香港文學館館長羅光萍表示，「《文心》取自文心雕龍，寓意着文學館同仁不變的文學初心。除了六月的創刊號之外，我們還為了書展推出契合今年年度主題的特別刊。我們找了這些年比較暢銷的文學作品，想要讓各地的讀者看到當下的香港文學，了解香港文學最近有哪些作品。」

羅光萍介紹，《文心》融匯名家墨寶、網絡文學與青年投稿，體裁橫跨散文、舞台劇本、數字人文及書畫。文學館期望藉此平台推廣香港文學，鼓勵本地年輕人投身創作，共同構築「香港文學的底氣」。被問及對於今次參展的期待，羅光萍表示，香港書展是

具國際視野的年度盛事，文學館首次進駐備受鼓舞，我們想告訴大家香港有一所文學館，我們希望文學館可以成為香港人的文學園地，令各區的市民都能來感受文學氛圍。除了設立攤位，書展期間香港文學館會舉辦兩場講座。她表示，香港文學館未來將堅守初心，努力搭建文化平台，推動香港文學走入青年生活。

記者在現場見到，港區全國人大代表凌友詩在香港文學館的攤位上購買了4本書，其中兩本是《給孩子的詩》和《給孩子的港台散文》。

她表示，給孩子看文學作品是很重要的，他們需要文學上的滋養。無論是拍成片子還是利用AI去呈現，始終還是比閱讀文本的力量要弱。

大公報記者顏琨、實習記者梁家悅



▲香港書展世界文藝廊一角。