

匯聚海內外書迷 人均消費近千元

風雨難阻熱情 香港書展錄99萬人次入場

由香港貿發局主辦的第36屆香港書展，聯同第9屆香港運動消閒博覽及第6屆零食世界昨日圓滿結束。今屆書展以「文創傳承・旅悅人生」為主題，透過閱讀連結世界各地歷史文化和人文風情。

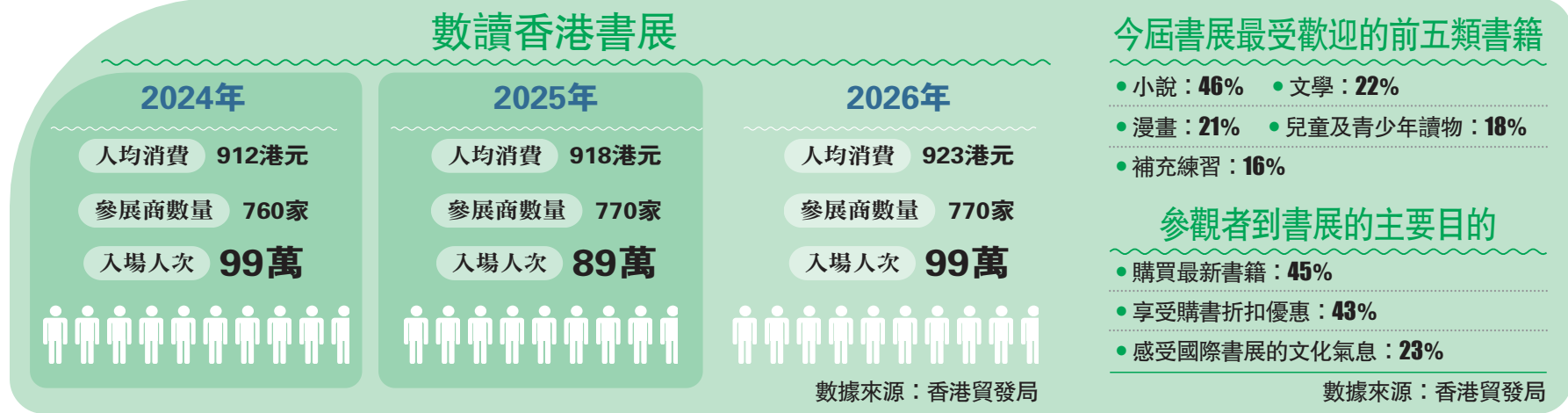
書展期間，名作家講座爆滿，吸引海內外讀者來到香港，其中劉震雲講座更是吸引逾1400名讀者參與。此外，今屆書展首設東盟文化節，吸引不少東盟作家來港與讀者交流，彰顯香港書展這一品牌的多元化與國際化。作為香港的一大文化盛事，為期七天的三大展覽吸引99萬人次入場，市民在書展的平均消費金額為923元港幣。有參展書商表示，今年書展七日，落足六日雨，銷量相比較去年基本持平。

大公報記者 顏琨、劉毅、郭悅盈、實習記者梁家悅（文）何嘉駿（圖）



▲劉震雲講座吸引逾1400名讀者參與。

◀香港書展最後一日，現場依然人潮湧動。



香港貿發局副總裁古靜敏表示：「雖然開幕首數天連場大雨，但無阻廣大市民及旅客對書展的熱情，周六、日入場氣氛特別熱烈，書迷踴躍進場選購心頭好，可見書展繼續是深受市民喜愛的文化盛事。多場文化講座備受追捧，其中名作家劉震雲的講座更座無虛席。今年首設的東盟文學節亦同受歡迎，東盟作家與各地書迷現場互動，充分體現香港作為中外文化藝術交流中心的重要角色。」

「文創產品帶動閱讀氣氛」

昨天是香港書展最後一日，不少讀者都意猶未盡。結束前一小時，依然有讀者想要入場，唯被告知結束時間提前至五點。場內提醒結束的時間響過幾遍之後，現場還是人頭湧湧，繼續選擇自己的心水書籍，大有「一直待到最後一刻」的決心。

今屆書展，香港專題類書籍仍是各個攤位的主推系列。其中，中華書局今年推出了多本講述香港專題的書籍，包括《香港戲院志：影業、明星、放映史》《中華巴士車票》《足下蓋談：井蓋這東西》等新書，書展快要結束之時，依然有讀者拿起翻看，讀者賀先生表示，這些書籍娓娓道來香港老故事，都是伴隨他成長的點點滴滴。

香港作家劉智仁今年在三聯書店出版新書《離島101》，並與《深水埗101》和《九龍城101》組成了系列套裝。在書展待足七日，他最大的感受是購買書籍附贈文創產品，有助於提升讀者的購買熱情。

劉智仁的《深水埗101》散裝書在書展未結束時已宣告售罄，系列套裝書也取得了非常可觀的銷售成績。在他看來，不僅是文創產品的「助力」，更是因為讀者都想閱讀可以系統介紹香港各區人文歷史的書籍，且今年比去年更多了前來購書的內地讀者，「近年愈來愈多內地讀者對香港的深度遊感興趣。」劉智仁表示。

書商：銷情與往年持平

書展期間仍陰雨連綿，多個攤位提及天氣原因對書展的客流量和銷量都有所影響，但銷售表現與往年相差不大。中華書局文小姐表示，今年書展七日，落足六日雨，相比較去年銷量持平，相信也受到了一定的天氣影響。文創產品方面佔比並不是最主要，銷情尚可，「文創產品在一定程度上帶動了閱讀氣氛。」她還補充說，並沒有因為是書展最後一日而推出增大力度的書籍折扣。

雲南出版專區工作人員張小姐表示，「由於（書展）前幾天天氣不好，對入場人數有所影響，主要（銷量）集中在周末下午。不過，相較去年曾因颱風停業，今年營運七日，生意尚好，整體情況與往年相若。」

神州舊書文玩有限公司店長歐陽文利表示今年客流較往年少。他表示「一方面是因為多日暴雨，第二可能是受世界盃影響」，生意因而受到波及，整體銷量比去年有所下跌。不過他笑言今年展覽的閱讀空間較大，讓不少讀者買書後有空間可以即場留步翻書。

正值暑假，教輔類書籍在書展期間頗受關注。香港教育圖書有限公司大中華區銷售及市場總監林銀平表示，「受多天降雨影響，家庭客與學生出門不便，客流相較往年要少一點。整體銷量和往年差不多或者稍低」。她指出最後一日客人多為批量購買，場內雖有提供七五折優惠，但並無因最後一天而特別推出額外折扣。前來書展選購教輔書的香港市民蔡小姐今次主要為孩子添置補充練習，「購買了地理及綜合科學兩科。」希望趁暑假做好新學年的準備。她亦表示「書展的教輔書種類十分齊全」，方便家長一次過購買所需教材。

海外書商：藉書展平台達成多項合作

今屆香港書展首設「東盟文學節」，並與各國駐港總領事館合作展出逾200本世界各地的書籍及展品。來自阿聯酋的參展商首次入駐香港書展，他們期待未來能推出更方便本地讀者閱讀的書籍，以增進讀者對於阿拉伯文化的了解。

「東盟文學節」上，馬來西亞作家Daryl Yeap（葉柳心）主講的講座吸引不少學生及書迷到場參與。Daryl Yeap表示現場觀眾對講題充滿好奇，並認為海外華人的故事是全球歷史的重要一環，這次以新角度將故事帶到香港，別具意義。

不少海外參展商表示，香港書展有助促成跨地域的文化交流與合作。貿發局引述來自阿聯酋的

Emirates Publishers Association 執行董事 Rashid Alkous 表示：「這次參展重點之一，是為旗下出版商促成版權輸出及翻譯出版合作。於展期的首三天，我們已與約15家出版商達成合作，成功售出25項書目的版權，同時會將繁體中文書籍翻譯成阿拉伯文，引入中東市場。我們亦計劃明年繼續參加書展，並擴大參展規模。」

來自阿聯酋阿布扎比的Trends Group也在書展期間，成功與中國出版社簽訂出版合作協議。Trends Group展覽部總監Hazzaa Alhammadi對大公報記者表示，香港書展成為他們加強亞洲業務的重要一環，希望明年可以繼續參展，繼續拓展新

的合作夥伴關係。「我認為香港書展不僅是一場展覽會，更是一次十分有意義的文化交流，是我們了解世界各地讀者喜好的寶貴機會。」



▲香港大公文匯傳媒集團展位現場。

內地出版商：整體收穫超出預期



▶內地文創區展位。

來自內地的「微言出版」今年是首次參加香港書展。展位負責人郭女士表示，團隊過去多年一直以讀者身份逛書展，今年「也要『下海』試一下。」希望親身感受香港讀者的閱讀市場。她表示，雖然感覺今年客流較往年略有變化，但整體收穫超出預期。「我們覺得收穫非常大，不只是和讀者交流，也認識了很多寫作者。」

為了讓香港讀者更容易了解書籍內容，「微言出版」今年特意在書籍封面貼上繁體字手寫標籤，

以簡短文字介紹每本書的特色。郭女士表示：「原本簡體書對香港讀者來說有點陌生，貼上介紹後，大家一下子好像拉近了距離。」她認為，這種做法有助吸引讀者駐足翻閱，了解不同書籍的內容。

郭女士亦透露，「今年帶來的大部分還是簡體書，明年我們會增加更多繁體版。」她希望透過更多適合香港讀者閱讀習慣的出版物，進一步加強兩地出版交流。

大公報記者郭悅盈

香港文學館：書展引流效果好

香港文學館首次參加今屆書展，向市民和讀者介紹全新館刊《文心》及當下具有代表性的香港文學作品。

香港文學館營運兼市場總監于浣君表示，「儘管是初次參展，整體情況令人非常滿意，我們今次展覽的核心目標並非單純追求銷售數據，而是側重於對香港文學館的宣傳和推廣。」

于浣君介紹，在客流比較大的時候，香港文學館的工作人員重點進行社交媒體互動領取紀念品，利用高曝光率擴大影響力。而空閒時間則會與讀者深入交流，介紹香港文學館的館藏以及目前在開展的工作。她表示，「書展期間的引流效果非常好，不少觀眾會前往香港文學館去進行禮品兌換，令書展現場的流量轉化為對於香港文學館的實地訪問。」

大公報記者顏琨