

2024台北国际书展观察：“阅读造浪”，造出了什么浪？

台北国际书展在推广书籍与版权交易外，向来重视展览元素，而今年的书展现场，你甚至会看见旋转木马、云霄飞车及旋转咖啡杯……



2024年2月21日，第17届台北国际书展。摄：陈焯輝/端传媒

特约撰稿人 詹正德 发自台北

刊登于 2024-02-24

[#阅读造浪](#) [#读书共和国](#) [#台北书展路线](#) [#世贸一馆](#) [#台北国际书展](#)



经历过三年多疫情动荡，台北国际书展取消了二届（2020、2021），延期了一届（2022），之后隔了半年多很快又举办了下一届（2023），这样做，是因为要“恢复正常”。

所谓“正常”，就是书展每年都在农历春节期间或之后举办。但2023年2月，疫情还没完全解封，许多人还是有所担心及疑虑，所幸未再有较大规模疫情失控情形，至到5月就全面解封了。如此很快地，又过了一年，今年举办2024书展时，几乎已经完全不需要再考虑疫情因素，虽然台湾其实每天都还是有人确诊，但其影响已同流感差不多了。

消除了疫情因素，台北国际书展可说从今年开始，才是真正地“恢复正常”，这意思是：我们不再能拿“疫情”当作借口或理由来说嘴了，亦即“阅读人口流失”、“阅读率下降”、“书店营业额锐减”、“台湾阅读危机”等等这些现象的原因，不能再用疫情来当挡箭牌了。

不论读者想要无风起浪、随波逐流，又或任真自适、随遇而安，总该有能满足不同读者需求的阅读文本，且不因如政治审查或被社死取消等任何外力打压，才是多元社会所能展现的终极价值。



2024年2月22日，第17届台北国际书展。摄：陈焯輝/端传媒

书展之前，一则出版业重大消息

今年书展首日人流量并未比以往大幅增加，数日下来也觉如此，热度并无显著提升。而从规模来看，本届书展的规模比起去年也只能说略为增加。2023年赶来书展的，有来自世界的32个国家、470家出版社参展，大小活动500多场；今年则来到34国、509家出版社参展，除了现场活动400多场还有减少之外，参展的出版单位倒增加了许多。但比起疫情之前2019年的52国、735家出版社、大小活动1184场的纪录，还是有一段不小的差距。

从这些关于书展规模的统计数字或可简明迅速地判别出台湾出版产业的消长，但这只是粗略指标之一，不可能反映完整的业界真实情况，要得知道更加确切的产业相关细部统计数据，有赖于更专业且即时的产业调查才行。

然而长年以来一直为台湾出版业界诟病的“出版产业调查”，至今都还是只能呈现前一年的情况，亦即每当最新的“出版产业调查”报告公布之时，其实已和现实有整整一年的差距，如此该调查数据的可参考性便大大降低了。

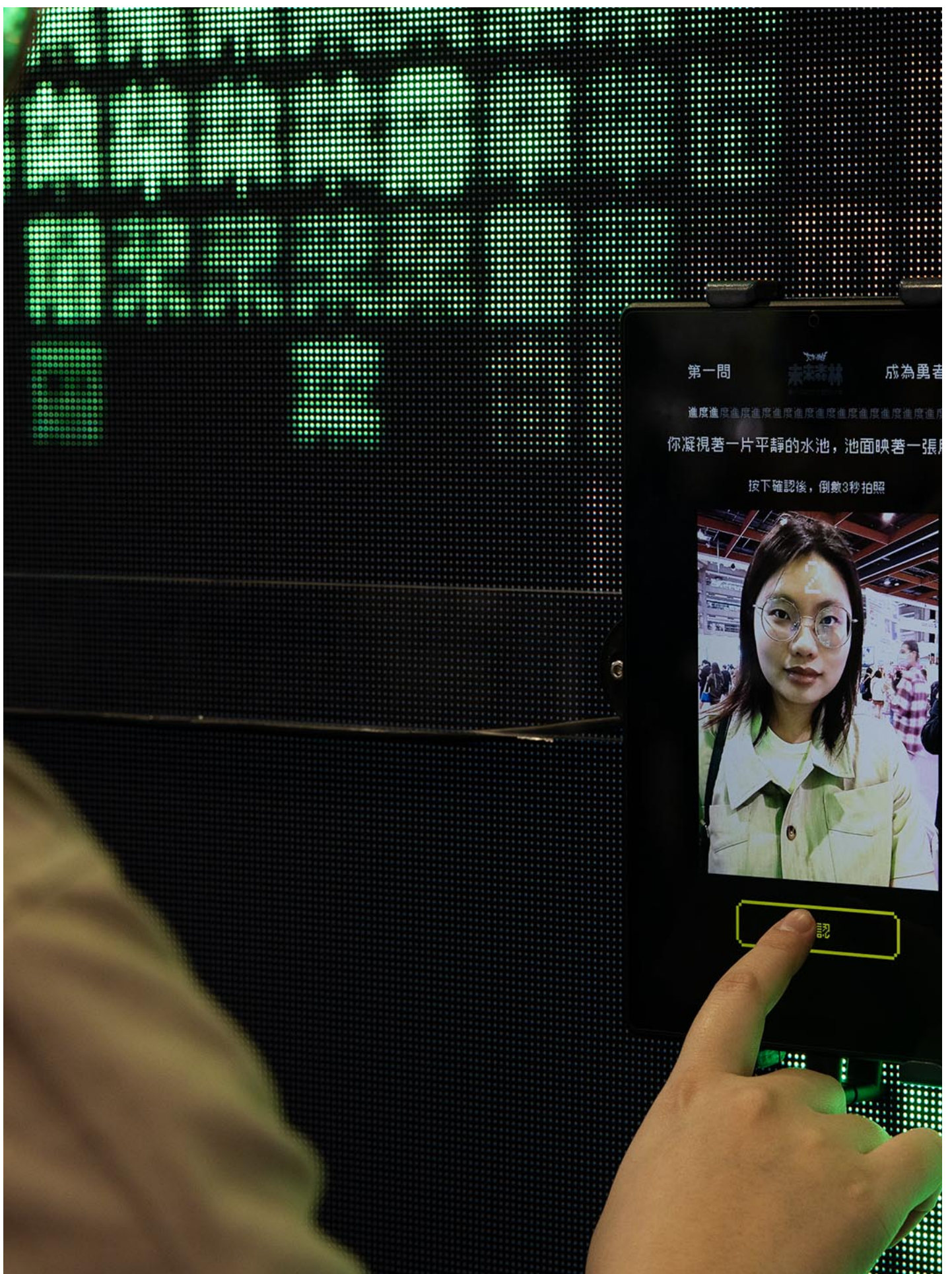
如今已是网路资讯大数据应用日新月异的时代，我们出版产业的各项统计数据竟只能做到一年前而已，这一年内产业变化以及改变趋势，就只能凭感觉或经验判断了，这对以“资讯大国”自诩的台湾而言，真是不可思议的落后。

书展开幕前几天资深出版人老猫陈颖青发表了〈国图可以怎样支持台湾的出版软实力〉一文，文中直接挑明国家图书馆的ISBN编目应该可以建构一个“新书资讯交换平台”：“现在台湾出版社为一本新书写完新书资料，他得用电子邮件传送给十几二十家的总经销、中盘和直往书商，而通路呢？他可能得接收数百家供货商转来的，各种格式的新书资料，这中间是复杂到无法想像的资料交换的困难。”

“一个格式定义清楚，资料集中，资料输出API自动化的云端数据中心，就可以解决上述各种麻烦。”老猫在文中如此说道。

此文发表后过了没几天，到了书展前一天，文策院发了一篇新闻稿，央广的新闻标题为：〈产官学将组“出版产业研究委员会”精准掌握市场〉，此报导中文策院宣布“将与文化部人文及出版司、台湾出版公会代表、学者等组成‘出版产业研究委员会’，盼能提供快速、客观与准确的产调数据，即时反映产业现况，供业者掌握趋势，提高市场反应能力，有效支持和协助台湾出版业的发展。”

遭诟病多年的书业数据资讯落后的问题终于有了一个解决的开始，虽然这才是整个出版产业的重大消息，可能比书展开幕还更重要，但非在业界内的大部分读者恐怕不会在意。



2024年2月22日，第17届台北国际书展。摄：陈焯輝/端传媒

阅读如何造浪？

推动怎样的阅读，并不能保证就能造出怎样的浪潮，这之间的因果关系经常不是任何人所能预测甚至控制。

但这些讯息在书展前夕公布，对业内及关切书业的读者而言，可能正需要与本届书展的主题相连，才更能令人产生不同的期待。本届书展的主题是“阅读造浪”，其来由虽是去年热门台剧《人选之人：造浪者》，但若深一层看，阅读本身当然有可能成为造浪的动力，且经常是浪潮形成前的基础打底动作。

之前所提及的“出版产业调查”如果真能做到真确与即时的资讯及数据提供，将会大大帮助我们理解“阅读如何造浪”以及各种造浪模式的可能性及有效性。只不过推动怎样的阅读，并不能保证就能造出怎样的浪潮，这之间的因果关系经常不是任何人所能预测甚至控制，否则人类社会就太无趣了。

政府或政党想造成有利于其意识形态的浪潮；商业财团想在各自的销售领域创造令消费者趋之若鹜的浪潮；学者、作家、编剧、导演、明星、演员乃至大大小小的网红，也无不希望在各自的专业领域掀起引领群伦的浪潮，这些无不需要巨量甚至海量的阅读；甚至作为一个具有自主性格的读者，如果你想要抗拒这些种种浪潮，可能也得要透过更加海量的阅读。

正因为社会上各种浪潮大大小小，一波接一波，才体现出提倡阅读所需的多元价值，不论各个不同的读者想要无风起浪还是随波逐流，又或是任真自适或者随遇而安，总该得有相应的阅读文本，能够满足不同读者的阅读需求，且不因任何外力（如政治审查或者被社死取消）打压，这才是多元社会所能展现的终极价值。

就此脉络来看，本届书展其实与“阅读造浪”这样的主题还是有一个不小的落差，除了搭热门台剧剧名眼的便车之外，也只有一个“文学书区”有提出相应的规划来诠释“阅读造浪”的意义：

本届台北国际书展规划有八大书区，包括综合书区、童书区、动漫轻小说区、国际书区、外文书区、数位出版及学习区、公民及文学书区、文创文具区，其中只有文学书区特别以“人选之文”来突显书展主题的多元价值，比例上毋宁是过低了些，好在书展本身的性质也是多元呈现（是否真的足够多元则是另一个问题），所以这点就交给众多读者们自己逛展去体会及感受了。



2024年2月21日，第17届台北国际书展。摄：陈焯輝/端传媒

泰国馆有看头

台湾本土出版社方面，许多在疫情前的展场空间都很注重设计的出版社，今年大多回归“简朴”。

另一方面，书展主题国是历届书展的重心之一。今年的主题国是荷兰，本来在台湾史上，1624年是荷兰进占南台的起始（1622进占澎湖失败转进来台），距今恰好四百年，书展单位既邀请荷兰来担任今年的主题国，自然也没有放过这段台荷的历史，只是在展场的空间规划设计上，却没有与这样的理念主轴结合做出较深刻的呼应，殊为可惜。

去年的主题国是波兰，其展场的空间规划及设计就充分展现波兰的历史与文明（包含音乐与文学）成就，从哥白尼、萧邦到五位诺贝尔文学奖得主，波兰馆的设计鲜明，展品份量也够，今年仍然以同样的设计参展，只是已非主题国所以展览空间较小，但大家仍可去体会一下。

非主题国的部份，除德、法、日、韩等历来重要参展国都各自展现其出版实力之外，去年颇有看头的义大利今年却不见了。但泰国馆却增加了不少看头，今年泰国馆以“无界Borderless”为年度展览主题，集结 23 间出版社，展出近 350 册出版品，包括多位“东南亚文学奖”得主的杰作，还设有专柜，可惜这“东南亚文学奖”与台湾的连接似乎并不多。

同样是华文出版，自前几年因反修例风波而消失不见的香港联合出版集团今年又回来了，加上既有的香港几间大学出版社，出版规模仍在，且还又多了非官方的香港文学馆及其他独立出版，若再算上直接来台出版的香港作家作品，香港的创作及出版活力可谓有增无减。至于简体书区则只剩下华品文创，新加坡、马来西亚方面则有近年相当活跃的季风带出版社，独立展区展出当期的重头书，也配合书展沙龙空间举办讲座活动，都是今年书展的看点之一。

台湾本土出版社方面，许多在疫情前的展场空间都很注重设计的出版社，今年大多回归“简朴”，例如去年带进相当多绿色植物的心灵工坊，今年就只是单纯参展了，大学出版社联盟及政府出版品甚至故宫博物院都不如以前“大费周章”，不免少了许多让人眼睛一亮的感受，只有台大出版中心展现出台湾第一学府的气魄。

2024年2月22日，第17届台北国际书展。摄：陈焯輝/端传媒

展览吸睛，文化币起涟漪

阅读不但没造起什么大浪，连书价折扣都造不出购买的潮浪，唯一可以说有激起一点涟漪的，大概就是文化币了。

相较许多出版很多书的大出版社都只以参展售书为主，反而是一些中小型的出版单位能端出特别规划：文讯、洪范、尔雅、纪州庵的联合摊位，以及九歌（加上健行、天培）的独立展场都还是可见到浓厚的文学气息；相较于这几间以文学为主的旧五小出版社，新经典、启明、早安财经、是日创意、重版出来这五间则是联合起来规划共同展场，并且寻求跨界的品牌合作，引进寝具、餐饮和文具等，以“待在这里也不错”为主诉求，肯定会是本次书展的一个重点展间。

其他值得一提的特别规划，包括有：德国馆特别请来专业美发师，推出“清洗修剪阅读”的特别服务，诉求“读书美容一兼二顾”；联合文学则把展场打造成酒吧，还请作家来调酒；儿童主题馆以“船说”为主题，把展场设计成一艘船，相信可以让许多孩子在此流连忘返；眷村主题区的设计并没有太多眷村味，可能因为另有相关活动会拉到书展外的眷村文化公园举办，那里就是四四南村的眷村保留遗迹了。

介绍了这许多，当然最吸睛的还是公民书区里由独立出版协会及公民团体共同打造的“读字乐园”了，往年都是最具创意的展场主题设计，并且多次夺得这个大奖，今年居然把旋转木马、云霄飞车及旋转咖啡杯等游乐设施搬进展场，节庆欢乐感十足，唯一可惜的是都是静态的设施，如果能正常作动，想必更加震撼，但可能有种种限制，加上所费必定不貲，就只好仅止于想像了。

相较于以视觉振奋人心为主的“读字乐园”，台湾独立书店文化协会这次则以“声历其境”的方式，以“在场”为题，邀请多间独立书店进行集体创作，事前录制店内实境的声音，展览的内容就是各书店的“声景”，整体创意相较“读字乐园”可有过之无不及，两个展区正好相邻隔壁，读者可以分别体验一下两种截然不同的视听感受。

2024年2月21日，第17届台北国际书展。摄：陈焯焯/端传媒

整体说来，虽然书展主题是“阅读造浪”，但实际上一般读者不会去跟这样的主题认真，到底“造浪”太过抽象，并非逛一天书展可以实际体会到的，若是拉长扩大到书展以外的时空体验（譬如过去一年对国内书市的感受），则反而可能具有讽刺性：

阅读不但没造起什么大浪，连书价折扣都造不出购买的潮流，唯一可以说有激起一点涟漪的，大概就是文化币了，文化币至少将一些年轻读者与实体书店联系起来，创造了一些机会让他们愿意进入书店。如果还能形成某种买书习惯，那将会是这个政策最美好的事。

不过这也只属表面激励的功用，真的要对书业基础进行打底，就先落实将前文所提的“出版产业调查”做到精确与即时才是正办，要做到这二点是有难度，但是“今天不做，明天就会后悔”，此事书业已经期盼多年，如果今年真的开始了，那么“造浪”之日亦将可期了。

[# 阅读造浪 # 读书共和国 # 台北书展路线 # 世贸一馆 # 台北国际书展](#)

本刊载内容版权为端传媒或相关单位所有，未经[端传媒编辑部](#)授权，请勿转载或复制，否则即为侵权。

延伸阅读

[“南洋”流转：在2024台北国际书展寻找马来西亚、新加坡华文内容](#)

[台北国际书展2024：香港独立出版群像阔别五年再渡海；大奖名单三分一港人作品](#)