

我国亚运会图书出版的历史回顾与 2022年杭州亚运会选题策划

赵晓兰

摘要：如何借助大型体育赛会的举办形成出版热点，北京亚运会和广州亚运会的图书出版工作为出版界提供了有益的借鉴。2022年杭州亚运会时，出版界面临着多媒体时代冲击、读者兴趣迁移、大型赛会叠加等不利因素，可以从丰富图书题材、扩展周边产品、引进优秀译著、把握出版时机等方面做好先期策划工作，形成出版热点。

关键词：亚运会；图书出版；历史回顾；选题策划

作者简介：赵晓兰，女，编审。（浙江传媒学院 学报编辑部，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G23 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552（2018）06-0119-06

出版界一直在努力追寻出版热点，围绕热点所展开的选题策划、图书营销活动，为出版界带来了发展机遇，洲际和全球性的大型体育赛会通常就会形成这样的出版热点。亚洲运动会（以下简称亚运会）是我国最早参与并受到国内外广泛关注的大型洲际综合运动会。我国于1990年和2010年分别承办了第11届北京亚运会和第16届广州亚运会（以下简称“北广亚运”）。2022年，我国还将承办第19届杭州亚运会。回顾我国亚运会图书的出版历程，分析其出版特点，研究其出版前景，对我国出版界而言具有一定的现实意义。

本文中的亚运会图书系指纸质图书，所涉及的我国出版界数据，其范围为中国大陆地区，我国香港、澳门和台湾地区出版机构出版的亚运会相关图书未统计在内。

一、我国亚运会图书出版的历史回顾与基本特征

（一）历史回顾

大型体育赛会图书出版的基本流程是围绕赛会的举办形成出版热点，即所谓的亚运年、奥运年、（足球）世界杯年等等。通常从赛会举办的前一年开始，相关图书的出版逐渐升温，在赛会举办之年尤其是赛会开幕之前和开幕后的数月之内达到最热，在赛会结束后的降温期陆续还会有一些图书出版。

亚运会是我国最早参与的大型洲际综合性体育运动赛会。几十年来，我国的亚运会图书出版形成了一个非常明显的规律：只有在中国承办亚运会时，才能引发亚运会图书的出版热。回溯亚运会图书出版在我国出现的两次热潮，就是分别围绕“北广亚运”形成的热点。

中国正式参加亚运会是1974年的第7届德黑兰亚运会（这之前的6届亚运会，由于涉及到中国台湾的席位问题，我国没有参加），当时我国派出了269名运动员参加了14个项目的比赛，这是中华人民共和国建立之后中国第一次在亚洲体坛大规模的亮相。这一重大体育事件完全可以作为图书出版的热门选题，但在计划经济的年代，当时又逢“文化大革命”，我国的图书出版工作处于极其低迷状态。根据笔者的查找和检索，围绕德黑兰亚运会，我国仅出版了4种图书，且均为容量有限的小册子，图书内

容为亚运会的资料综合、新闻报道与图片汇编之类,其中3种出版于亚运会结束之后,只有1种出版于亚运会举办之前,而且还标明仅限于“内部发行”,读者范围受到一定限制。^①

之后,我国进入改革开放年代。通过参加1978年第8届曼谷亚运会、1982年第9届新德里亚运会和1986年第10届汉城(今首尔)亚运会,我国对外体育交往的规模越来越大,中国体育事业不断向前发展,竞技水平也不断提升,由第7届亚运会的金牌榜排名第3,到第9届亚运会跃居金牌榜排名第1,并一直保持至今。每一届亚运会的举行,都吸引了无数的中国观众,成为社会关注的热点事件。但是,我国在此期间关于亚运会的图书出版情况却非常萧条,每个亚运周期只有1-2种关于亚运会的图书问世,内容依然局限于资料汇编。这种现象与当时我国体育事业的发展以及观众对于亚运会的投入热情很不相称,但与我国经济体制逐渐由计划经济向社会主义市场经济过渡这一演变过程还是相符的。

1990年的第11届亚运会由北京承办,这是中华人民共和国成立之后承办的第一个大型综合性体育赛会,是中国体育登顶亚洲体坛以后竞技体育实力的全面验证,也是中国改革开放国力获得长足进步之后的国际形象展示。几种因素相聚,以此为契机,我国的亚运会图书出版工作同时也是我国大型赛会图书出版工作,出现了转折和爆发。根据笔者的统计,围绕北京亚运会,我国出版界组织策划出版的各类图书约91种。^②

关于北京亚运会之后举行的4届亚运会(1994年第12届广岛亚运会、1998年第13届曼谷亚运会、2002年第14届釜山亚运会和2006年第15届多哈亚运会),我国的亚运会图书出版状况仍不景气,这4个亚运周期我国仅出版了亚运会图书共2种。造成这一现象的一个重要原因是:自北京亚运会之后,中国体育就综合性实力而言,已实现了冲出亚洲的目标,观众和读者的目光转移到更高的世界级竞技体育赛场。在这期间,数届奥运会和世界杯足球赛的举办,中国两次申办奥运会的过程,我国承办2008年北京奥运会等世界级的重大体育赛事和事件一再成为出版热点,亚运会这样的洲际型赛会自然为出版界所冷落。

直到我国承办2010年第16届广州亚运会,亚运会图书出版才出现了第二个热潮。根据笔者的统计,围绕广州亚运会,我国出版界组织策划出版的各类图书约80种。

广州亚运会之后,我国的亚运会图书出版又陷入沉寂。2014年的第17届仁川亚运会和2018年的第18届雅加达亚运会,这两个亚运周期我国以亚运会为专题的图书出版数量为0。

综上所述,从1974年到2018年,我国共参加了12届亚运会。除了中国承办的“北广亚运”,另外的10届亚运会,我国出版的亚运会主题图书一共只有12种,出版之冷热对比何其鲜明。由此可见,只有在中国承办亚运会的前提下,我国出版界才有可能形成以亚运会为热点的图书出版,这已成为亚运会图书出版一个非常突出的特点,也是我们关注2022年杭州亚运会图书出版前景的基本动因。

(二) 变化研读

1990年的北京亚运会和2010年的广州亚运会之间相隔20年,这期间,中国的经济文化、社会生活发生了巨大变化。具体到出版行业,随着互联网时代的降临,人们获取资讯方式的改变、无纸化阅读对传统图书出版业产生的巨大冲击等等,使得北京和广州这两届亚运会的图书出版发生了一些变化,

① 这4种图书分别是:李兹编译,《亚洲运动会资料(内部发行)》,人民体育出版社,1974年;人民体育出版社编,《亚洲体育史上空前的盛会》,人民体育出版社,1975年;人民体育出版社编,《第七届亚洲运动会资料》,人民体育出版社,1975年;天津新闻图片社编,《第七届亚运会》,天津新闻图片社,1974年。

② 笔者的统计主要是以“亚运会”作为主题词检索,一些与亚运会有关但未出现相应主题词的图书——主要是周边类型的图书,在统计时可能有遗漏。

其中最重要的两点变化笔者认为：

- 第一，“北广亚运”图书出版内容变化。
- “北广亚运”的图书出版依据其书籍内容，笔者将其大致分为三类：
- A 类，直接关联型。这一类型图书内容主要为亚运会的历史演变、发展现状、赛事赛程、赛况赛果、场馆安排、观赛指南、回顾总结等方面，这些内容与赛会赛事和竞技体育的关联度最为紧密，直接为关注赛会的图书读者服务，受众群的覆盖面也是最大的。
- B 类，间接涉及型。这一类型图书内容主要为亚运会的场馆建设、志愿服务、媒介传播、城市人文等方面，与亚运会竞技体育方面的内容联系较为间接，受众群的覆盖相对比较小众，或者具有一定的专业指向性。
- C 类，周边延伸型。这一类型图书内容与亚运会竞技体育方面几乎没有什么关系，主要是围绕亚运会的一些周边性产品进行营销以及对亚运会的影响意义等开展深入研究，如邮票、菜谱、音乐、摄影、社会变迁等，其受众群的覆盖面或更为精准，或指向不太明确。

“北广亚运”图书内容的变化情况参见表 1。

表 1 “北广亚运”图书出版内容分类（括号内数字为占出版图书总数的百分比）

图书内容	北京亚运会	广州亚运会
A 类	55（60%）	18（22%）
B 类	28（31%）	50（63%）
C 类	8（9%）	12（15%）

- 第二，“北广亚运”图书出版时间变化。
- “北广亚运”图书依据其出版年份，笔者将之分为三类：
- A 类，在亚运会举办年之前的 1-3 年间出版；
- B 类，在亚运会举办的当年出版；
- C 类，在亚运会举办年之后出版。
- “北广亚运”图书出版时间的变化情况参见表 2。

表 2 “北广亚运”图书出版时间分类（括号内数字为占出版图书总数的百分比）

出版时间	北京亚运会	广州亚运会
A 类	2（2%）	11（14%）
B 类	67（74%）	25（31%）
C 类	22（24%）	44（55%）

以上二表所反映出来的变化结果是互为关联的：

从表 1 可以看出，北京亚运会出版图书的内容中，A 类占 60%。这类图书的内容与赛事关联紧密，时效性强，由于 1990 年时我国还没有进入互联网时代，纸质出版物是观众获取赛会资讯的主要渠道之一，出版界围绕这一特点扣住出版时机，因而形成表 2 所呈现的——在出版时间方面，北京亚运会图书总数的近四分之三，是在亚运会举办当年出版。

再看广州亚运会，这时已经是互联网时代，观众和读者获取资讯的渠道趋向多元化，因此，广州亚运会出版的图书内容中 B 类与 C 类相加占到四分之三强，这两类图书以回顾总结、理论研讨及赛会周

边内容为主,时效性要求并不突出,其中许多图书的选题甚至是需要到赛会结束之后才能确定和完成。所以,广州亚运会的图书,有一半以上是在亚运会结束之后的1年乃至数年之后陆续出版。

以上二表体现出的变化走向,反映了时隔20年我国亚运会图书出版工作关注点的迁移,这为2022年杭州亚运会图书的选题策划和出版工作提供了历史借鉴。

二、杭州亚运会图书出版工作的困境探讨与选题建议

(一) 困境探讨

根据“北广亚运”的图书出版规律,我国出版业有望围绕2022年第19届杭州亚运会形成图书出版热点。但是,读者的阅读兴趣不是那么容易引导和把控的,市场预期尤其是纸质图书出版的变化与走向往往难以捉摸。杭州亚运会的图书出版能否达到“北广亚运”时期的热度?存在哪些潜在的不利因素?这些需要我们去分析梳理,以便未雨绸缪。这些因素有的在广州亚运会时已经显露,随着时代的前行,有可能会以新的变化和形式出现。

第一,电子出版发展的背景因素。这一因素主要源自近年来电子出版物和无纸化阅读对于纸质图书市场的冲击,这其实也是目前纸质图书出版行业面临的整体性困局。虽然电子出版物现已被视为图书出版的组成部分,但笔者在本文中主要关注的还是纸质图书出版物。电子出版物在1990年的北京亚运会并不存在,但到20年之后的2010年广州亚运会时,纸质书出版业受到了电子出版物的猛烈冲击。根据《2010-2011中国出版业发展报告》的统计数据:“2010年中国的电子书销量从2009年的80万台跃升至300万台,达到全球市场的20%……截至2010年12月底,我国手机网民规模达3.03亿,其中41.1%的手机网民阅读网络文学,55.9%的手机网民看网络新闻。”^[1]随着网络时代的狂飙突进,90后和00后作为伴随新媒体成长起来的一代人,杭州亚运会时纸质图书出版毫无疑问会面临更严峻的局面。

第二,读者阅读兴趣的迁移因素。这一因素主要源于读者群体对于亚运会这类大型体育赛会兴趣的日益减弱。我国自20世纪70年代通过参加亚运会重返亚洲和世界体坛之后,体育运动竞技水平不断提升,从1982年新德里亚运会之后中国体育代表团在亚运会赛场上称霸至今,由于“中国代表团在亚洲的雄霸地位,比赛尚未开始,金牌总数和奖牌总数第一已经在国人心中成为没有悬念的事实”,^[2]缺乏悬念的比赛自然降低了亚运会的观赏性和吸引力,“大多数体育迷因为竞技悬念的降低,正逐渐丧失对它的兴趣”。^[3]此外,亚洲体育的竞技水平与亚运会比赛的激烈程度也远不如奥运会那样精彩。曾经沧海难为水,对于已经被奥运会大大提升了欣赏水准的中国读者而言,亚运会确实不太容易勾起读者的观赛热情。面对丰富多彩的文化生活,选择日益多元化的当代观众在疏离亚运会,自然也难以引起出版界的热情和兴趣,并影响到相关图书的出版。

第三,同期大型赛会的叠加因素。这一因素主要产生于大型体育赛会在同一年份相继举行对出版热点造成了叠加型冲击。2022年,除了杭州亚运会,还有两场重大赛会在中国和亚洲举行:一是在北京和张家口举办的第24届冬季奥运会,二是在卡塔尔举办的第22届世界杯足球赛,这两大赛事无论激烈程度还是吸引力,都超过杭州亚运会。几大赛会形成的热点在时间上的连续叠加,且赛会热点图书出版的对象群体基本也是叠加的,这种叠加效应的冲击,可能会在很大程度上消耗读者的观赛热情,分散读者的购买力。

(二) 选题建议

尽管存在着不利的潜在因素,但对于亚运会这样规模仅次于奥运会的大型洲际综合运动会,依然隐藏着众多商机。笔者对2022年杭州亚运会图书出版的选题策划取向,提出下列参考建议。

第一，丰富图书题材。作为一场盛大的体育竞技比赛，以亚运会赛史、赛事、赛场、赛程、赛果等为主要内容的第一类图书，读者的覆盖面最为广泛，是出版界需要关注的重点。但从中国开始正式参赛的德黑兰亚运会，到首次承办的北京亚运会，再到第二次承办的广州亚运会，这一类图书并没有踩到节奏点，始终存在着选题狭窄、内容重复、缺乏新意等问题。许多图书局限于资料汇编，只是简单地将亚运会的相关资料从上一届累加到本届。直到现在，我国甚至还没有一部关于亚运会历史和现状的研究性论著。到2018年雅加达亚运会时，亚运会的历史已经走过了将近70年的历程，在这期间，以亚运会为舞台，亚洲体坛上发生了无数的风云际会，赛会的历史演变沧海桑田，众多的风云人物星光闪烁，亚洲地区的地缘政治、社会文化也借助亚运会这个舞台展现了多样的风采。这些都是出版界可以关注的有关亚运会图书出版的广阔的选题策划范围，而不应仅仅停留于简单的赛会资料和数据图表的重复出版。

第二，扩展周边产品。所谓周边产品，是指那些图书内容与亚运会的体育竞技活动联系并不那么直接和紧密，而与举办地城市文化旅游、社会生活息息相关的图书产品。“北广亚运”对于周边类图书的关注度有限，在亚运会图书出版数中所占比重偏低，分别为9%（北京亚运会）和12%（广州亚运会）。杭州在承办G20峰会之后，城市知名度大大提升，城市形象在国内外享有很高的美誉度。杭州意图通过承办2022年亚运会，在旅游经济效益、体育赛事氛围、城市文明指数、居民自豪感、智慧科技应用等方面带来持续影响，让城市软实力进一步获得提升，使之呈现一座与世界名城相匹配的活力与丰姿。^[4]因此，结合亚运会的举办，相关的全域旅游、语言文化、城市风情、科技创新等等这些周边性的图书产品，就是杭州亚运会图书出版开掘的富矿。

第三，联姻科研成果。2015年，杭州获得2022年亚运会承办权后，引起了学术界对杭州亚运会进行学术研究的兴趣，近几年都有各个级别的相关科研课题获得立项。这些科研课题及预期成果涉及如何保障杭州亚运会成功举办和杭州城市建设如何借势亚运会发展等各个层面的内容。因此，这些关于杭州亚运会的科研成果，完全可以纳入亚运会图书出版的选项。例如，杭州亚运会组委会确立了“办一届绿色智能节俭文明的亚运会”的目标，出版界可以与亚运会组委会合作联手，争取政府的出版基金，围绕杭州亚运会“绿色、智能、节俭、文明”办赛理念的介绍和研讨，结合这些理念的阐释和实践，组织策划，筛选精品，结集出版，甚至可以制作成系列丛书。笔者注意到，在广州亚运会的图书出版中，就有这样具有学术性和实践性双重色彩的选题策划，譬如以广州亚运会的志愿者服务为主题，形成了志愿者服务指南、实践总结和理论研究的系列书籍，一共出版了22种，占广州亚运会图书出版种类的27.5%。

第四，引进优秀译著。到目前为止，我国还没有翻译出版过任何一部国外关于亚运会或亚洲体育运动的学术类或通俗类著作，这种状况在很大程度上限制了我国读者的阅读视阈，也不利于我国体育界更好地了解国外的研究动向。而根据笔者的了解，日本就出版过不少这方面内容的书籍。因此，出版界可以在进行相关调研的基础上，将国外涉及亚运会、亚洲体育运动、亚洲体育文化等方面的各种论著，纳入杭州亚运会图书出版的视野。

第五，把握出版时机。在这方面，既需要制定快速出击策略，也需要做出长线的安排与规划。

所谓快速出击，是适时地组织快消型图书产品，这主要就是那些与赛会竞技活动关系紧密的图书，出版时机以赛会举办前数月为宜，这已为“北广亚运”和2008年北京奥运会的图书出版实践所证明。我们结合2008年北京奥运会图书出版的经验来看，出版界的“基本判断是，奥运图书时效性强，生命周期短，其销售量的增长与奥运会的举办进程密切相关，其零售市场规模总体上较小”，“一般而言，

从奥运图书中几乎产生不了在一年的销售周期内,零售7万册以上的畅销书,绝大多数品种很难成为在两年以上的销售周期内销售3万册以上的常销书。”^[5]到杭州亚运会时,这些特点和经验依然有效,大多数的亚运图书具有很强的时效性,时机稍纵即逝,必须“快出快发”,这也契合了网络时代成长起来的90后和00后的快餐式和碎片化的阅读习惯。

所谓长线安排,是指那些大型系列性丛书或内容厚重型图书的出版选题需要尽早谋划,提前介入。这里有一个很好的案例:北京奥运会和广州亚运会之后,北京出版社和广州出版社分别出版了《北京志·北京奥运会志》和《广州亚运会志》。“为国际性大型体育赛事编纂专志,可谓方志演变中的一项革新之举……杭州也完全应该用志书形式来记述杭州乃至浙江历史上这一重大的体育事件。”^[6]从选题到出版的全过程来看:《北京志·北京奥运会志》从2004年开始策划到2012年正式出版,时间跨度为7年;《广州亚运会志》从2008年启动到2014年正式出版,时间跨度为6年。虽然这种内容厚重的专志类大型图书出版耗时耗力,但这类图书的出版作为一项文化工程,有政府专项资金的保证,且图书出版后能够产生很好的社会声誉,具有很高的收藏价值,值得出版界为之一搏。当然,这就需要出版界有长远的眼光,提前几年就要开始谋篇布局。北京出版界的经验是,在北京奥运会的专志编纂工作过程中,“北京出版社编辑人员先期介入,提前对志稿进行编辑和审读,加快了志书的出版进度。”^[7]

三、小 结

随着2018年雅加达亚运会闭幕,亚运会进入“杭州时间”。杭州亚运会的宣传工作已全面启动,杭州亚运会组委会宣布市场开发、企业营销、对赞助商的回报将完整覆盖亚运会“杭州周期”。^[8]综合上述研究,笔者认为我国出版界完全可以未雨绸缪,与时俱进,把握时机,合理规划,借势借力,形成2022年杭州亚运会的图书出版热点。

参考文献:

- [1] 郝振省. 2010-2011中国出版业发展报告[M]. 北京:中国书籍出版社, 2011: 14.
- [2] 王晓东等. 对雅典奥运会与釜山亚运会赛事收视状况的比较研究[J]. 北京体育大学学报, 2006(2).
- [3] 方正宇. 亚运秘籍[J]. 体育, 2007(1).
- [4] 唐文薇. 杭州时间:续四年之功绽放别样精彩[N]. 杭州日报, 2018-09-03(A5).
- [5] 杨刚. 关于奥运图书的四则话题[J]. 出版发行研究, 2008(7).
- [6] 吴潮. 重大体育赛会专志的比较研究与《杭州亚运会志》的未雨绸缪[J]. 杭州学刊, 2017(3).
- [7] 蒋效愚. 北京志·北京奥运会志[M]. 北京:北京出版社, 2012: 997.
- [8] 徐塘. 亚运会历史掀开杭州新篇章[N]. 杭州日报, 2018-09-26(A3).

[责任编辑:高辛凡]