

西方编辑出版理论与实务（英文版）系列教材

Case Studies in
West Publishing

西方出版案例分析

苏世军 张养志 ○ 主编
叶文芳 张 晓 ○ 编著
[美] 曹南希 ○ 审校

西方编辑出版理论与实务（英文版）系列教材

西方出版案例分析

Case Studies in West Publishing

苏世军 张养志 主 编
叶文芳 张 晓 编 著
[美] 曹南希 审 校



中国人民大学出版社
• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

西方出版案例分析: 英文 / 苏世军, 张养志主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2012.12

西方编辑出版理论与实务 (英文版) 系列教材

ISBN 978-7-300-16775-6

I. ①西… II. ①苏… ②张… III. ①版权-著作权法-案例-西方国家-教材-英文 IV. ①D913.05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 291380 号

西方编辑出版理论与实务 (英文版) 系列教材

西方出版案例分析

苏世军 张养志 主 编

叶文芳 张 晓 编 著

[美] 曹南希 审校

Xifang Chuban Anli Fenxi

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街31号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 三河市汇鑫印务有限公司

规 格 185 mm × 240 mm 16 开本

版 次 2012 年 12 月第 1 版

印 张 15.75

印 次 2012 年 12 月第 1 次印刷

字 数 307 000

定 价 31.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

总序



这套“西方编辑出版理论与实务（英文版）系列教材”共有七本，分别为《西方出版概要》、《西方出版产业营销战略》、《西方编辑学入门》、《西方版权贸易实务》、《西方出版史纲》、《西方出版产业管理》以及《西方出版案例分析》，其中每一本的内容可以概述如下：

《西方出版概要》（*Introduction to West Publishing*）简要介绍英美等西方国家图书和杂志出版的现状和发展趋势，出版公司愈演愈烈的合并和吞并风潮，传统出版与数字出版之间的关系，传统阅读在新媒体冲击下的依然故我，网络书店对传统书店的威胁，出版产业的附加值概念，大中小型出版公司的运行模式及其各自的优势与劣势，英美出版教育对出版产业及其工作者的全部依托，21世纪出版产业所面临的机遇和挑战。

《西方出版产业营销战略》（*Strategies for Marketing in West Publishing Industry*）以西方出版经济学的基本概念为基点，介绍出版物市场的结构和范畴，销售队伍的素养和职责，领导与被领导之间的关系，决定市场走向的诸多因素，贯彻实施各种营销战略的不同方式和方法，不同种类出版物的发行渠道和市场预测，重大事件对出版物市场的影响，出版物网络营销与传统营销的关系，出版物营销广告的特点，西方重大图书博览会和图书连锁店，英美出版物信息报道实例，网络时代出版产业营销所面临的机遇和挑战，从理论和实践两方面阐述从事出版物市场营销工作应掌握的基本要素。

《西方编辑学入门》（*West Editing for Beginners: An Introduction*）介绍编辑的范畴与职能，不同级别编辑之间的关系，编辑与作者之间的关系，编辑与管理市场的关系，选题策划的要点，组稿工作需要开展的公关活动，编辑流程及其注意事项，编辑加工的技巧与方法，校对工作的基本技能，在线编辑的基本要素，编辑工作与时俱进的重要性，编辑草拟出版合同所涵盖的内容，编辑作为把门人所扮演的角色，不同媒体编辑之间的异同性，全面反映当今世界编辑所应该具有的素养、学识、眼光、技能以及合作观念。

《西方出版贸易实务》（*West Publishing Trade Practice*）介绍与英美等西方国家开展出版贸易的法律依据，以及实际运作中的成功与失败的案例，获取版权的各种不同途径，无偿获取版权的可能性，西方图书博览会对版权贸易的重大意义，版权贸易谈判须知与合同文件签署，中文图书版权输出合同样本，中文翻译版权授予样本，版权贸易工作者与海外作者建立和发展良好关系的重要性，版权贸易中的名人效应理念，获取和让与翻译版权通信的实例，版权代理人与版权代理机构的职责。

《西方出版史纲》（*An Outline of West Publishing History*）以西方出版发展进程为经，以出



版史上重大事件和人物为纬，起于早期抄写和刻写的出版形态，止于近期数字出版的兴起，论述亚历山大大帝图书馆誊写事业对古代希腊和古代罗马科学技术和文学艺术发展的巨大推动作用，埃及古代纸莎草纸制造技术和中国古代造纸技术的发明对西方出版产生的重大影响，阿拉伯人出于宗教目的封锁中国印刷术向西方传播的影响，古腾堡印刷术对出版产业所产生的划时代意义，现代技术发明为出版业树起的一座座里程碑，数字出版正在开创的出版历史新纪元等，这些事件说明一部西方出版史就是一部技术革新与社会改革相互依托、共同促进的历史。

《西方出版产业管理》(Management in West Publishing Industry)介绍西方出版产业管理的基本学说和原理，大中小型出版公司的组织结构，不同层次管理人员的工作职责，公司上下级之间和平行级别之间的关系，领导者的战略眼光、胆略和灵活性，观念更新、与时俱进的重要性，公司科学决策过程，公司内不同部门的运作机制，公司战略合作伙伴关系，技术革新与出版管理模式的转变，数字化出版与传统出版相融合的管理机制，出版管理规章制度与管理实践的关系等，从而勾勒出当代西方出版产业管理的全貌。

《西方出版案例分析》(Case Studies in West Publishing)收录近三十个西方出版典型案例，内容包括出版公司常见的编辑职业生涯、决策失误、判断失察、文稿质量、预付稿酬、学术出版与商业出版、作者心态、作者与编辑的关系、选题策划、绝版图书处置、图书出版日期选择、图书盈亏报告、市场调查、教材市场定位、纸质图书与电子图书的关系、电子图书发展趋势等许多方面。成功和失败的案例大约各占一半，其中都是出版人职业生涯的亲身经历，对出版产业工作具有重要的参照意义。

这套教材的每一本由八章或十章组成，根据基础、专业、前瞻或历时性或类别分成上中下三篇，每篇二至四章不等；每一章由主题相同或相近的两节组成，每一节包括课文、背景介绍、生词表、注释、翻译、阅读理解习题以及讨论题和作文题。课文长度一般大约1200词，编排循序渐进，内容深入浅出，坚持出版产业实践高于理论的基本原则自成一统。背景介绍涉及课文主题内容产生的时代背景以及现实的意义，以利于对主题内容的认识和理解；生词表的人选标准是大学英语四级后词汇，当然四级词汇里偏难的第二定义和第三定义单词也在入选范围；注释注重知识性，包括重大事件和人物、编辑出版专业知识点等方面；阅读理解是ABCD四项选一项的单选题，涉及知识点、段落大意、中心思想、逻辑推理或语言难点，注重对编辑出版专业知识的提问；翻译部分是截取句式冗长、结构复杂、词义非常的语段翻译成汉语，将原文和译文对照置放在阅读理解题的后面，占原文的50%~60%，一是为预习或复习排除困难，二是为翻译原文其余部分提供样板；讨论题和作文题涉及对课文主题思想的认识和理解，特别是要求学生针对我国出版产业的现实，阐述一种观点或说明一个问题，旨在提高解决实际问题的能力同时也提高英语口语和笔头的表达能力。每本书后面附有阅读理解习题答案。

出版是一门涉猎领域极为广泛的学科和产业，包括科技、文化、政治、文学、艺术、经



济、管理、编辑、营销等许多方面，随着科学技术和时代的发展而不断更新和变化，不断有新型出版媒体问世，又与传统出版媒体相互交织在一起。西方出版的实践证明，要在出版产业获得成功，在很大程度上取决于迅速利用新发明的能力和勇于改变公司方向的胆略。本套教材编写的根本原则在于突出西方出版教育与实践有机融为一体的核心价值观，让学生领略“真实的世界，真实的工作场所”（纽约大学出版教育中心网站 <http://www.scps.nyu.edu/areas-of-study/publishing/>），把出版教学与现实世界的经历结合起来，认识西方顶尖出版企业领袖和改革家的理论与实践观，“用当今顶尖的专业人士的经验和技能来武装未来的出版领袖”（佩斯大学出版理学硕士点网站 www.pace.edu/dyson/mspub/）。从某种意义上讲，本套教材所选取的内容都是西方出版产业名流的经验之谈，有成功的经验，也有失败的教训，展现大家风范，提倡螺丝钉精神，揭示西方出版人在时代巨变与技术革新中不断获得新生的客观规律。

我们要在这里感谢很多为本套教材的设计和编写给予帮助的人士。美国加州大学溪口分校原出版社社长兼编辑出版证书课程协调人凯斯·胡夫（Casey Huff）为我们提供了多家美国本科和研究生出版教学大纲及相关资料；英国斯特灵大学教授安德鲁·维特克罗夫特（Andrew Wheatcroft）是我们北京印刷学院特聘教授，他在来我校授课期间与我们共同商讨这套教材的编写框架和体例，就内容和形式提出许多宝贵意见和建议；曾与我们共事的美国俄亥俄大学新闻学教授安妮·库珀-陈（Anne Cooper-Chen）博士特别关心我们的编写工作，经常通过电子邮件为我们提供重要的相关信息和富有建设性的意见；英国曼彻斯特都市大学印刷媒体学院高级讲师克里斯托弗·格林（Christopher Green）十分仔细地审读大多书稿，不禁使我们想起他十年前来我校开设新媒体课程期间与我们共结下的深厚友情；北京印刷学院原美籍教师曹南希（Nancy Cao）反复审读每一部书稿，每一个英语语言问题似乎都逃不过她的眼睛，她一丝不苟的精神使我们每一位编写人员都深受感动。在此我们谨向他们每一位致以最诚挚的谢意！

本套教材适合我国编辑出版专业或相关传媒类专业本科和研究生专业课程或专业英语课程使用，也可以作为我国出版产业及其相关产业的专业人士的业务参考书。2011年我国提出尽快实现从新闻出版大国向新闻出版强国转变的奋斗目标，这必然要求我们深入而广泛地认识西方发达国家新闻出版产业的运行机制及其人才培养机制，如果这套教材能为实现这一目标，特别是在人才培养方面，发挥一定的积极作用，那就是我们的最大心愿。如前所述，出版产业是一个极其庞大的系统工程，由此可以表明出版专业教育的多面性和复杂性，尽管我们为编写工作付出了极为艰辛的努力，但由于缺乏经验和学识，错误和缺点在所难免，敬请广大读者不吝批评指正，以便日后进一步完善。

编者谨识

2012年6月于北京

Table of Contents



Part One

Personal Experiences as Editor Working with Authors

Chapter 1	Publishing Career Experiences	3
Section A	Three Case Studies.....	3
Section B	Two Case Studies.....	16
Chapter 2	Relationship Between Author and Editor	31
Section A	Working with Authors.....	31
Section B	Dealing with Unsatisfactory Writing.....	52
Chapter 3	Common Mistakes	67
Section A	Factors That Can Lead to Bad Decisions	67
Section B	Common Areas of Misjudgment.....	81
Chapter 4	Common Problems	95
Section A	Problem Areas in List Development.....	95
Section B	Three Case Studies.....	109

Part Two

Psychological and Financial Calculation in Book Publishing

Chapter 5	Psychological Role in Book Publishing	125
Section A	Dealing with Inappropriate Behavior.....	125

Section B	Four Case Studies.....	138
Chapter 6	Profit and Loss Reports	153
Section A	A Profit and Loss Account for a Book.....	153
Section B	Working Through a Budget for a Consumer Book.....	167

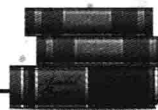
Part Three

Development in the Digital World

Chapter 7	Digital Age	183
Section A	Case Studies — Gardners Books.....	183
Section B	Two Case Studies.....	198
Chapter 8	The Role Digital Books Play.....	213
Section A	Lies and E-book Statistics.....	213
Section B	Two Case Studies.....	227
Key to Reading Comprehension Questions		239

Part One

Personal Experiences as Editor Working with Authors



Publishing Career Experiences

Section A Three Case Studies

Case Study 1 Working as Assistant to Literary Agent

My first job was as a consumer markets assistant for an independent children's book publisher, employing around 15 people. I was offered the role of production and editorial assistant, but I turned this down as I had planned to travel in order to research my own novel. After spending time doing research in New York, I moved to Bristol and worked as a trade markets assistant for an independent travel publisher before moving to London and working on various temporary assignments. I then approached literary agents and was offered the role of part-time assistant to a literary agency. At this time, I started my novel and was commissioned to write a non-fiction book, which has just been published. I also undertake freelance work reviewing poetry.

To work in publishing, you have to love books—a passion for a good story is essential. The industry is currently female-oriented and is a good industry for graduates interested in ideas and unafraid of menial work.

My advice to students would be to get work experience, develop your own taste, and don't be afraid to have an opinion. Read widely and look at publishers' catalogues—see what you can pick up at the London Book Fair and Hay Festival. Read around your favorite genre. Know what's on the horizon. If you want to write, then save some money, as you will have to subsidize yourself.

Working for a big publishing company has a good social element to it, but I feel it would be more difficult to carve out your own identity. It can be quite static—people in the top jobs don't move very often; and you could be at assistant level for three years.

Big publishers may be less likely to take risks. On the plus side, you would get better pay and benefits.

I enjoyed working for a smaller employer as I learnt a lot and went to the Frankfurt Book Fair. I really appreciated the fact that I have worked in every stage of the publishing process.

Case Study 2 Working as Head of Pay and Human Resources Services—Income Data Services Ltd.

During my time in business-to-business publishing, I have seen many changes. In my own field, which covers pay, as well as employment issues, there is still a considerable demand from UK companies and public sector organizations for detailed information. Customers want to be kept up-to-date with new trends in human resources and information on occupational pay data and to be provided with forecasts and trend articles on the economy and labor market.

Publishing in these areas requires a great deal of expertise in how companies work, what they pay their employees, types of benefit systems in place, and how employment law changes the workplace contract. A graduate student starting a career in this field will have to become a successful researcher with an inquisitive mind and an ability to persuade people to provide information about the internal life of the organization for which they work.

Few people study industrial relations at university, so we look to recruit graduates who show a strong interest in our kind of research journalism, with some knowledge of research methods or labor market economics. A lot of emphasis is then placed on training, the building of specialist knowledge—such as shift payments or London allowances—and career development.

We are steadily migrating from print journals to online services. In the immediate future, we see print and online services as parallel offerings, but some experimentation will be required.

Graduates coming into this area of specialist publishing will need to be able to adapt to rapid changes in the next few years. Differing skills will be required for online and print writing. Customer research will guide us through what is the best format for news, analysis, features, and surveys.



Case Study 3 Dealing with Problems as a New Editor

An editor, who was new to his job, asked for a meeting with an author on the forward list, contracted to deliver her typescript fairly soon. The book was regarded as a potentially strong one, which is why the editor requested the meeting, so that he could get a progress report and establish a good working relationship with her. At the first meeting, the author announced that not only was she going to be about six months late, but that the book would also be roughly 20% over length and that she was including 25 illustrations. She said that the editor's predecessor had agreed to this verbally with her. As the editor had looked through the file before the author arrived, he knew that there was no mention of any of this. He, therefore, expressed some surprise; but he said that he would look into this. The meeting ended somewhat up in the air; but the editor was left with a strong impression that the author was someone, who expected to have her own way.

Not long after, at a publishing "do", the editor was talking to a colleague in another publishing house, and he discovered that his author was also writing a book for that house, with a delivery date just before the delivery date contracted for his house. Although the book was in the same subject area, it was not in competition with his. Therefore, this was not a contractual case of conflict of interest.

The editor came to the sad and quick realization that the situation was infinitely more complicated than the one he had already thought he was in. Not only did he have a book that was going to be later, much longer, and also, because of the illustrations, much more expensive to produce; but his book was also competing for the author's time.



Vocabulary

allowance /ə'laʊəns/ *n.* an amount added or deducted on the basis of qualifying circumstances 津贴, 补助

announce /ə'naʊns/ *vt.* to make known publicly or officially 宣布, 宣告

approach /ə'prəʊtʃ/ *v.* to draw spatially closer to something 近, 接近

assignment /ə'sainmənt/ *n.* a duty that you are assigned to perform; the act of distributing something to designated places or persons 分配, 任务

be provided with to be given something useful or necessary to; to be given what is desired or needed 提供

carve out to bring forth or open up 雕刻出, 开拓

- catalogue** /'kætəlɒg/ *n.* a complete list of things, usually arranged systematically 目录, 总目
- commission** to grant authority to undertake certain functions 委托
- considerable** /kən'sidərəbl/ *adj.* large or relatively large in number or amount or extent or degree 重要的, 相当大的, 可观的
- contract** /'kɒntrækt/ *n.* a binding agreement between two or more persons that is enforceable by law 合同, 合约
- differ** /'difə/ *vi.* to be different; to be of different opinions 不同, 有区别
- editorial** /'edi:təriəl; 'edə:təriəl/ *adj.* relating to or characteristic of an editor 编辑的
- essential** /'esenʃəl/ *adj.* absolutely necessary; vitally necessary 本质的, 必要的, 重要的
- expertise** /'ekspə:'ti:z; 'ekspə'ti:z/ *n.* skillfulness by virtue of possessing special knowledge 专门知识, 专门技术, 专家的意见
- fairly** /'feəli/ *adv.* to a moderately sufficient extent or degree 相当地
- format** /'fɔ:mæt/ *n.* the general appearance of a publication; the organization of information according to preset specifications 版式, 设计
- forward** /'fɔ:wəd/ *adj.* at or near or directed toward the front 向前的, 前部的, 未来的
- freelance** /'fri:lɑ:ns; 'fri:læns/ *n.* a writer or artist who sells services to different employers without a long-term contract with any of them 自由职业者
- genre** /'ʒɑ:nrə/ *n.* a kind of literary or artistic work 类型, 流派
- illustration** /'ilə'streɪʃən/ *n.* artwork that helps make something clear or attractive; showing by example 说明, 插图, 图解, 例证
- in competition with** competing for something; engaging in a contest; measuring oneself against other 和……竞争
- inquisitive** /in'kwizitiv; in'kwizətiv/ *adj.* inquiring or appearing to inquire; showing curiosity 好奇的, 求知欲强的
- internal** /in'tə:nəl/ *adj.* happening or arising or located within some limits or especially surface; inside the country 国内的, 内部的
- journal** /'dʒə:nl; 'dʒɜ:nəl/ *n.* a periodical dedicated to a particular subject 期刊
- keep up to date** to follow the fashion 赶时髦
- labour market** a marketplace where labour is provided 劳动力市场
- literary agency** a business that serves the business of writing and publishing 版权代理公司
- menial** /'mi:niəl; 'miniəl/ *adj.* used of unskilled work 卑微的
- migrate** /'maɪgreɪt; 'mai'greɪt/ *vi.* to move from one area to another 转移
- non-fiction** /nɒn'fɪkʃn/ *n.* a genre of writing including works except fictions or novels 散文



文, 纪实, 非小说类文学作品

occupational /ˌɒkjʊˈpeɪʃənəl/ *adj.* of or relating to the activity or business for which you are trained 职业的

orientate /ˈɔːriənteɪt/ *v.* to determine one's position with reference to another point 给……定位, 面向

potentially /pəˈtenʃəli/ *adv.* with a possibility of becoming actual 潜在地

publisher /ˈpʌblɪʃə/ *n.* a firm or a person engaged in the publishing business 出版者, 出版社, 发行人

recruit /riˈkruːt/ *v.* to register formally as a participant or member 吸收(新成员), 招聘

roughly /ˈrʌfli/ *adv.* (of quantities) imprecise but fairly close to correct 粗略地, 大约

specialist /ˈspeʃəlist/ *n.* an expert who is devoted to one occupation or branch of learning 专家

static /ˈstætɪk/ *adj.* not in physical motion; showing little if any change 静态的, 静止的, 稳定的

subsidize /ˈsʌbsaɪz; ˈsʌbsədaɪz/ *vt.* to secure the assistance by granting a subsidy 补助, 给津贴

take risks to adventure 冒险

temporary /ˈtempərəri; ˈtempəreri/ *adj.* not permanent; not lasting 暂时的, 临时的

turn...down to refuse 拒绝

typescript /ˈtaɪpˌskript/ *n.* typewritten matter, especially a typewritten copy of a manuscript 打字稿

undertake /ˌʌndəˈteɪk/ *v.* to enter upon an activity or enterprise; accept as a challenge 承担, 从事, 保证, 答应

up in the air not being known; not being determined 悬而未决

Background

出版是一种很有吸引力的职业, 竞争十分激烈。虽然广告上说很多初级岗位需要有出版经验, 但是初次入门一般都要从最底层干起, 不管出版公司规模如何, 不管工作种类如何, 都应该无条件地接受。从入门这个层次上来讲, 出版公司招聘只是为了填补空缺, 招聘启事提前发出的时间还不到一个月。短期合同工或享受产假待遇的正式工都是很好的机会。一旦上岗, 通过请教可以对各种工作有很深的亲身体会, 而且还可以了解到未来工作的情况。有了这个踏板, 在公司内外横向或纵向上找第二份工作通常会比第一份容易。

不要担心第一份工作就一定会决定随后的职业生涯。第一份工作上至少应该干一年时间, 但在头五年中换两三次工作是常见的。从一开始就要想到你对出版哪类图书感兴趣,

因此也就是对哪类出版公司感兴趣，有时候跨越不同出版领域会成问题；其次还要考虑你感到你对哪类工作会有特别的才能。

有工作干劲、掌握计算机基础知识对所有的岗位都是必不可少的。办公室和信息技术技能以及行政工作经验是十分理想的资质。会使用出版软件如奥多比设计软件（Adobe InDesign）如同校对技能一样是一个很大的优势。如果你是书商，想搞出版，有两三年的售书经历就够了。有在出版社实习或临时工作的经历对于得到一份正式工作是非常有利的。

Notes

1. **literary agent (版权代理)**: 是作者和出版社之间的桥梁和纽带，主要承担联络作者、物色书稿、推荐书稿、为作者与出版社谈判等工作。他们既要对作者的作品内容把关（很大程度上起组稿编辑作用），还要对作者的版税、版权使用等一系列知识产权引发的商业利益负责（扮演作者经纪人的角色）。如果版权代理人对作者整体签约，还要负责其今后的写作，对其一系列权益进行维护。版权代理人在付出其智力和辛劳的同时，得到的佣金酬劳与作者的作品息息相关，水涨船高。美国书业中的版权代理人早在 19 世纪末就已出现（英国在 150 年前就存在），但其普及和盛行是近 15 到 20 年间的事。此前，作者还可以直接交稿、投稿到出版社，但是现在必须经过版权代理人处理，或者由其他作者推荐，否则只会吃闭门羹。所以，版权代理在英美国家的大众图书出版领域起着非常重要的作用。
2. **consumer markets assistant (消费者市场助理)**: 大众消费图书的市场营销方式有两种，一种是直接面向消费者的市场，即通过各种促销方式直接让消费者了解到图书信息，以促使消费者购买图书。另外一种是指面向图书贸易市场，即面向图书的批发商和零售商的营销。第一种促销成本往往高于第二种的促销成本。消费者市场助理的工作主要是帮助图书销售人员做好该市场领域图书的各种宣传活动。
3. **production and editorial assistant (制作及编务助理)**: 制作及编务助理是图书出版社或杂志社中的初级工作岗位，主要从事图书或杂志制作和编辑过程中的一些辅助性的、秘书性的工作，包括接打电话、收发邮件、接待客人、处理文件、阅读稿件等工作。
4. **trade markets assistant (贸易市场助理)**: 如注释 1 所述，贸易市场的营销方式主要指的是对批发者、零售者所做的市场营销，即说服图书的批发商和零售商进货，并让零售商做明显的陈列展示以及可能的特殊促销。贸易市场助理的工作在于帮助开发图书批发和零售领域的销售人员从事一些秘书性的以及促销上的活动。
5. **London Book Fair (伦敦书展)**: 伦敦书展（简称 LBF）于 1971 年由英国工业与贸易博览会公司创办，是仅次于法兰克福书展的世界第二大国际图书版权交易会，也是每年欧洲春季最重要的出版界盛会。自 1971 年建立以来，伦敦书展每年举办一届，



至 2003 年已经进行到了第 33 届。书展每年 3 月举行, 为期 3 天, 展出面积约 3 000 多平方米, 图书品种繁多, 各种与图书贸易有关的服务应有尽有。

在此期间约有 100 个国家和地区的 2 万多名出版界精英汇集于伦敦著名的奥林匹亚展览中心进行商业与学术交流。同时, 伦敦书展也吸引着 500 多家媒体的注意, 他们大多涉及贸易及消费领域, 共同关注着博览会的主题、产品以及由此引发的相关服务。伦敦书展发展历程并非一帆风顺, 尽管主办者多年来试图将其办成具有国际影响的图书博览会, 但这条路无疑是漫长的。直到 1989 年, 美国才首次参展。在主办者的不懈努力和业内人士的大力支持下, 到了 2000 年, 海外参展商的数量已经达到 25%, 如今伦敦书展已成为 70% 国际大型出版社每年必然参加的展览盛会, 是名副其实的世界图书博览会。

伦敦书展由英国书商协会及爱尔兰有限公司 (Booksellers Association of the United Kingdom and Ireland Limited, 简称 BA) 主办, 代表英国和爱尔兰 95% 以上的书商, 为客户提供最广泛而周到的服务, 范围从书商参展的资格认证、参展费用支付到展品目录及展会宣传品制作, 并负责安排展会期间的学术会议及各种宣传活动。BA 公司专业化的服务和多年的展会主办经验为参展商解决了后顾之忧。

另外, 世界著名展览组织者——里德展览公司 (Reed Exhibitions) 的加盟, 使伦敦书展的整体组织工作安排得高效而合理, 从展前参展商的展位预订、展区划分、展位设定到海外参与者的网上注册、参展证与相关资料的寄送, 以及在展出过程中宣传品分发、展商情况咨询等, 所有的程序都有条不紊地进行着。因此由世界著名公司主办、大型展览公司精心规划和组织, 也是伦敦书展能够得到业内人士重视、增强其国际影响力并且每年规模不断扩大的原因。

6. Hay Festival (海伊文学艺术节): 全称 Hay Festival of Literature and Arts。海伊文学艺术节起源于英国威尔士小镇海伊 (Hay-on-Wye), 这个小镇有着天下旧书之都的美誉, 这座只有 1 000 多名居民的小镇拥有超过 30 家的书店, 平均 34 人就开一家, 书店的书架加起来长达 17 千米, 陈列了 100 多万册图书, 每年吸引数以万计的文学爱好者来这里学习和交流。1988 年, 海伊镇居民彼得·弗洛伦斯 (Peter Florence) 慧眼识得海伊的两大优势: 书都的名气和附近优美的国家公园, 开始举办每年一届的海伊文学节。为期 10 天的节日以休闲、国际化和娱乐吸引外人。这个节日起初得到了《星期日泰晤士报》(The Sunday Times) 的赞助, 现在主流报纸《卫报》(The Guardian) 与海伊共同主办。海伊在小镇旁的绿地上搭起一个个白色帐篷, 充当临时活动场所。文学节举办论坛、诗歌欣赏会、作家见面会、名人后代讲名人、名著讲评、音乐会、作家签名售书等活动。

2011 年海伊文学艺术节走进墨西哥韦拉克鲁斯州。来自世界各地的作家、音乐家、摄影师、记者齐聚一堂, 用四天的时间在韦拉克鲁斯州以演讲、访谈、辩论、记者会、签名售书、电影放映等形式为众多文学爱好者带来一场文学的盛宴。英国作家马丁·艾