

# 燦爛的陰鬱時光——

## 2006，臺灣·出版·

文字工作者 ◎ 蘇惠昭

### ◆ 出版現場

2006年的臺灣，宛如一曲「貧而灰涼」與「富而華豔」的二重奏。

中產階級持續出走，五十萬卡債族引爆「雙卡風暴」，唱片與新車銷量雙雙下滑三成，加上比之任何一本推理小說更加引人入勝、高潮不斷，情節超越想像的總統府連環弊案衝擊全民，還有倒扁紅衫軍盤踞臺北街頭。但是另一方面，富人越來越富有了，創下天價的豪宅「比菜市場的蔥蒜還好賣」（「今週刊」語）。在投資專家不斷放送「2007股市大行情」，且告誡大眾「自己貧窮要自己負責」的資本主義邏輯中，窮人卻更窮了，一份「2006上班族痛苦指數大調查」發現，有七成五的上班族「自認貧窮」，低收入戶數創歷史新高，日本趨勢專家大前研一預言，中產階級將消失，臺灣會有八成的人，落入下層社會，這就是「M型社會」，也是2006年臺灣書市「大前研一現象」發生的背景。

在這樣吊詭的大環境底下，特別是對出版新聞報導著力最深的《民生報》在創報28年後，2006年11月最後一天宣布停刊，臺灣出版業演出的是怎樣的一齣「明天過後」？資深出版人陳穎青12月初丟出一篇媒體投書「山崩水潰的臺灣出版業」，這「山崩水潰」之說引發業界喧騰。他說：「歲末回探今年臺灣出版業，再也沒辦法做狄更斯說，今年是最好的年頭，也是最壞的年頭了。因為今年諸事皆壞，業界可能創下近二十年來產業最大的衰退」。

為何衰退？政經因素不論，陳穎青列舉的理由包括：一是簡體書進口量大幅攀升到三百萬冊，消費客層主要集中在學術文化圈。二是面對年輕世代大量時間消耗在網路上，對紙本閱讀興趣缺缺，除非一本書成為「時尚」如《哈利波特》和《達文西密碼》，但數位出版仍無所作爲。

同一時間，臺灣造紙業者因為營利衰退，向政府提出對日本、中國、印度等地區進口非塗佈紙（道林紙）傾銷控訴，要求徵收24%到42%的反傾銷稅，此舉令出版業者震怒，集體呼籲當權者「切勿為保護財團所把持的造紙業，而傷害國內文化創意產業中，最具產業規模，交出全世界人均出書量第二亮麗成績的出版業」。

臺灣兩千三百萬人口，每年出版三萬六千種以上新書，這也意謂著市場競爭的激烈與慘烈，以及出版技能在超競爭之下必然的向上提升。2006年創下的「最大的衰退」，據估超過20%，退書率從三成、四成一路攀升到五成，旗下有三十家大中小型出版社的城邦出版集團已經

宣布明年減三成出書量，但目標營業額不變，連鎖書店龍頭誠品書店則要求採購人員「下量準確」，也就是說，出版業和書店的作戰目標皆放在衝高「單書銷售量」。如何達成？一是「不賣的書」要減少出版，壓低進量，二是推動「能賣的書」更賣，所以動輒以一到三萬美金的天價競標有票房保證的歐美「大書」，結果是把權利金推向另一波高峰，重點書則加碼行銷，2006年正是書的「行銷戰爭」打得火花四射的一年，傳統的新書發表會、簽名會、名人推薦、座談會、折扣、抽獎之外，面對不同通路，出版社建立官方網站和作者部落格作為溝通平臺，《風之影》、《四的法則》、《秘密假期》則推試讀本，《歷史學家》出重賞辦讀書心得比賽，《人生一瞬》、《美的覺醒》有作家限量簽名版，《M型社會》加大前研一專訪版限量一萬本。而以各種理由為舊書如《幽黯帝國》、《新動物園》、《鱷魚手記》、《尋找地球刻度的人》、《普羅旺斯童年四部曲》系列改頭換面，換一個包裝上市已蔚然成風，給舊書一個新的生命，這是好現象。暢銷書《追風箏的孩子》、《向左走、向右走》、《35歲之前要做的33件事》、《EQ》打紀念版牌，《斷背山》在電影賣座後立刻推出「電影版」書封，《香水》配合電影上映有了新譯本，文學書如今多只能靠著電影賣了，不然就得藉助諾貝爾獎文學獎的光環如《我的名字叫紅》，或者內行讀者的口碑如《中性》。隨各類新書附送的贈品有貼紙、杯墊、明信片、筆記書、海報、書籤、簽名賀卡等，贈品和折扣成為常態。日本的妹尾河童、島田洋七、大前研一，韓國的可愛淘，美國的傑佛瑞迪佛等作家都因為新書前後踏上臺灣。

出版社行銷預算有限，只能花在能賣的書上，這也意味著書的「貧富差距」亦在擴大中，《達文西密碼》八十萬冊、《最後十四堂星期二的課》六十萬冊，《佐賀的超級阿嬤》三十萬冊、《藍海策略》二十七萬冊，銷售數字衝向新高的單本書很顯然變多了，如果說《達文西密碼》是「類型破壞者」，《地球是平的》當然也是。這什麼意思呢？以《地球是平的》來說，全球化、反全球化的書已經多到有人質疑「我們還需要一本全球化的書嗎？」，但在臺灣，從來沒有一本全球化的書如此暢銷破二十萬冊，在它之後恐怕也不容易，一時之間，繼紅海藍海之後，人人都在問世界為什麼是平的不是圓的？

但是有七成的書，皆以一千冊不到的命運黯然以終。

書在太好與太壞之間擺盪，因此書店業者其實並不認同「山崩水潰」之說，認為這比較像是一種末日演練，意在警告，而非「死亡預告」，中肯的說法應是2004年以來的衰退進入了穩定期，退書三到五成是為常態，其中影響最大的書種是字詞典和旅遊地圖，幾乎攔腰折一半，位在臺大商圈26年的「桂冠書局」結束了營業，這是實體書店部分，不過這冷鋒籠罩的三年卻也是博客來網路書店連續成長的三年，讀者購書行為確實已經改變了。

事實上「貧而灰涼」並沒有衝擊到幾家大型出版社如圓神、天下、皇冠、遠流、時報、商周、大塊、高寶，大型出版社反而展現了高明的選書與操作能力。而「獲利」也顯然不是出版社唯一的思考，聯經出版史學名著《羅馬帝國衰亡史》全譯本，大塊將《最後一匹人頭馬是怎麼死的》全書收入捐給愛滋病防治公益團體，這是由南非諾貝爾文學獎得主葛蒂瑪號召全球21位超級大作家所催生的短篇小說集，天下文化接手大樹，讓《臺灣賞樹情報》、《臺灣野花365

天》不致從出版地圖上消失，而共和國讀書集團旗下的野人出版社反而逆勢推出臺灣首部百科《福爾摩沙大百科》，是為2006年書市一個華麗且意義深重的驚嘆號。

你的天堂我的地獄，因此也有出版人把「山崩水潰」理解成「鐘聲響了」。「鐘聲響了，有人倒下去，有人開始往前奔跑」遠流出版社資深主編林皎宏傾向這樣看待。2006年慶祝成立十年的大塊文化，總經理郝明義則用「一個起點」來定位2006年的臺灣出版。臺灣出版走過八零年的文學黃金期，寫下九零年代的多元奔放篇，進入21世紀後，在政經大環境動盪、娛樂多樣化、新世代讀者的閱讀習性改變種種因素交錯作用下連續衰退，不再歌舞昇平，而觸及谷底的2006年將是「止跌」的一年，樂觀來說，也就是重新出發的一年。對出版人來說，這個「起點」指的是選書的眼光、解釋書的能力，是培養及經營作者，是如何在裝幀設計上勝出以及精準控制成本，也是為出版社「找出最佳獲利規模」，換句話說，出版生態改變了，戰後第一、第二代出版人過去打的如果是業餘棒球，2006年即是「職棒元年」，深諳資本主義遊戲規則，具備強烈專業經理人性格的第三代出版人主導了當下以及未來的出版市場。專業經理人抓得住主流市場同時也開發新市場，敢於冒險，引領風騷。以恐怖大師史蒂芬金為例，這是一位曾經被「做死」的小說家，約莫有十年光景無人敢碰，遠流重新以「精選集」策略出版他的《四季奇譚》、《戰慄遊戲》後，開出三萬冊成績，十年來累積近一百冊的「謀殺專門店」也精選其中十二冊，以「十二幅死亡圖像，十二種人性觀察」重新整理，換上新封面平裝上市，這一切當然緊扣著「閱讀休閒化」這個大趨勢，也就是說，在林白、皇冠、臉譜、遠流等出版社接棒耕耘推理小說多年，再經過《哈利波特》、《達文西密碼》等「突破性商品」的大爆發，加上日本推理大舉進攻，2006年將是臺灣出版史上確認「類型小說」正式開花結果的一年，小說厚度不再是問題，過去可以賣一萬兩萬本的「超級好看」小說，其基本盤已經擴大到五萬十萬，甚至上看二、三十萬，但本土創作相對黯淡、萎縮，能夠賣到這個數字的只有侯文詠、藤井樹、圖文作家彎彎，以及某些生活指南和實用性書籍，創作力驚人的九把刀可能是下一個。此外，文學雜誌如《野葡萄文學誌》也在發行三年四個月後在2006年底宣佈停刊。

「類型小說」有兩大推手，《達文西密碼》和《追風箏的孩子》。同樣是國際超級暢銷書，前者至少出版社還做了大動作的行銷，例如發出數十萬份電子報，後者卻是僅僅靠著口碑，至今銷售二十萬冊，連選書的總編輯都深覺不可思議。這兩本小說的大賣帶給出版社的信息是：原來這種小說在臺灣能賣！接下來的故事就是歐美暢銷小說版權費「兩年漲十倍」，從兩千三千到兩萬、兩萬五美元，版權費水漲船高，行銷費也隨之追加，《天使與魔鬼》、《風之影》、《四的法則》、《歷史學家》、《謎宮》、《達爾文的陰謀》、《姊姊的守護者》、《凱文怎麼了》、《夜巡者》等等，基本上都算是2006年臺灣書市的「八點檔大戲」，從一萬本到二十多萬，它們也確實賣出了一定的量。獲得2006年第一屆「紅樓夢獎：世界華文長篇小說獎」的《秦腔》進入臺灣，也不得不藉助類型小說的威力，DM是這樣說的：「看過《風之影》、《四的法則》、《歷史學家》，2006年你更不能錯過的華文文學經典」。

從歐美暢銷小說到日本推理，一位作家形容這種書市景況為「拼了命說故事的小說，把書

店的桌架都壓垮了」，雖然稍嫌誇張，但「文藝性高的通俗小說」擠壓文學作品，特別是本土作家的空間，這是不爭的事實。

所以2006年，臺灣出版界最大的問號是「本土文學在哪裡？」，在歐美與日系作品的擠壓下，中文創作成了文學森林中稀有而柔弱的小花小草，因而有辜振豐以「和翻譯書拼一拼」的戰鬥精神寫小說《時尚金光黨》。詹宏志交出《人生一瞬》，馬世芳《地下鄉愁藍調》付梓，兩本散文共同的特色是：作者的名字大家都認識，至少在藝文圈。但這卻是他們人生中的第一本散文集，加上蘇偉貞的悼亡之作《時光隊伍》、鍾文音《豔歌行》等，它們都是2006年關於文學的美好註記。

所以對出版人來說，2006年恐怕不是陳穎青認為的「*A year of no significance*」（黃仁宇《萬曆十五年》英文書名），而是意義重大的一年，關鍵的一年，轉捩的一年，一段燦爛的陰鬱時光。

#### ◆ 閱讀現場

書永遠在與它的時代對話。

2005年的「慢活」發展到了2006年，轉變成貧窮、清簡、流浪與樂活（LOHA），這剛好與上述「七成五自認貧窮的上班族」若合符節，從《窮得有品味》、《越貧窮，越快樂》、《貧窮男惡搞東京500天》到《流浪集》、《悠哉悠哉過日子》，都在傳達一種中產階級的貧窮觀，一種小樂趣主義的生活態度，它延伸到將平民與奢華共冶一爐的飲食指南如《想吃》，也延伸到「寵物文學」和「園藝寫作」如《馬利與我》、諾頓三部曲、《慢慢走》、《園林內外》、《花園神話》，產生了《愛上手作，因為貓》這種結合寵物與手作的新類型書，《不如去流浪》以沾染流浪氣味的牛皮信封袋取代書腰，袋子裡裝進了書、CD、明信片，堪稱創意之最。而一部分年輕世代著迷的是《原來我不帥》、《SANA放空ing》、《就是他踢的》這一類來自人氣部落格，書名讓人絕倒，詼諧搞笑的生活圖文書，或強調KUSO的《好孩子的國民武俠故事》、《北斗神屌》。

《樂活誌》則是「樂活精神」的代表書，這是一種「愛地球、愛動物、愛自己的生活態度」，《半農半X的生活》、《嬌嬌美麗是阮的山》則是它的實踐版。

中產階級面對貧窮危機，有人選擇逃遁，有人尋找向上的指引，這應該是《有錢人想的和你不一樣》登上三十萬冊的舞臺，也是「大前研一現象」發生的背景。2006年的書市奇觀之一，「竟然」有三本大前研一的著作《專業》、《創新者的思考》、《OFF學——會玩，才會成功》同時在排行榜，到11月復有《M型社會》不但登榜，並且成為話題。大前研一並非料事如神的趨勢學家，他的書經常只是在說明一個觀念，代表一種「失敗要自己負責」的菁英思想，所以成功的CEO喜歡大前，並鼓勵部屬閱讀，從而造成一種風行草偃的效果。

《道德不能罷免》、《國家的品格》、《作弊的文化》、《說謊》、《放屁》以及《品格的力量》精華版相繼出版，臺灣出版史上從來沒有一年如2006，如此集中火力討論謊言、道德與品格，馬英九卸任臺北市長時，送給員工的禮物是一本《道德》，這恐怕是出版界面對時政

僅能作出的貢獻。

2006年是普羅經濟學書變得不一樣，能見度很高的一年。《致命的均衡》系列讓經濟學以推理小說的面貌登場，《蘋果橘子經濟學》、《巧克力經濟學》、《誰偷走了我的咖啡錢》等把經濟學原理變得美味可口，入嘴即化。《快樂經濟學》作者還跨界到心理學領域，回答了一個人人都會豎起耳朵的問題「有錢會讓你更快樂嗎？」，還有為人口減少暨老化國家開藥方的《人口減少經濟時代》，有論證天氣預報決定經濟榮枯的《氣候經濟學》，似乎出版社與大經濟學家開始懂得經濟書暢銷之道。接續《藍海策略》，財管書焦點之一還是找尋「新商機」如《長尾理論》。報導Google成功之道的書當然不會缺席，Google中國區總裁李開復以《做最好的自己》、《做21世紀的人才》成為炙手可熱的新勵志作家，這也是「老牌」勵志作家相對消沉的一年。《未來在等待的人才》、《工作大未來》積極反應了全球化時代個人與企業的焦慮，壓軸之作是奈思比的《Mind Set！奈思比11個未來定見》。《先別急著吃棉花糖》等於吹起一陣把商業書包裝成勵志書的大風，以及《叫賣竹竿的小販為什麼不會倒？》、《速食店為什麼老推套餐》這類商業的命名趨勢。

相對於經濟、財管，趨勢，科普書顯然不再是書市明牌，但各出版社依然努力在市場空白地帶推出如講人工生殖歷史的《潘朵拉的孩子》、幹細胞研究的《海神效應》，生化科技大夢的《長生不老專賣店》、生物時間學《現在幾點鐘》、揭發醫／藥界內幕的《藥廠黑幕》、《別讓醫院殺了你》等，而四冊的《萬物簡史》堪稱科普書中的驚奇，第一它出自一位沒有科學背景的旅遊作家比爾布萊森之手，這位臺灣讀者一點也不陌生的作家只因為問了一個問題「地球到底是怎樣的一顆星球」而花上三年寫出《萬物簡史》。

比起歐美，日系作品的版權金仍在低點。這也是平成大風全面滲透臺灣的一年，從繪本、圖文書、醫藥、兩性、經營、生活指南一路延伸到各種類型的文學，《佐賀的超級阿嬤》勢如破竹，《一公升的眼淚》以十萬冊打敗所有的本土疾病日誌類型書，《圖解長期照護新百科》也被引進，成為臺灣第一本長期照護百科，其中以推理最熱。日本推理熱在2005年下半年全面延燒，出版社十之八九都跳進「推理小說」的大海中奪寶，第一家「日本推理專業出版社」獨步文化在2006年成立，推出日本推理情報誌《謎詭》，其「日本推理名家傑作選」系列以不到一年的時間新出版，以及從商周轉移過來的已出版推理小說超過四十本，在實體書店迅速成櫃，推理社群以「堆積到來不及看」、「食糧過多」來形容盛況，推理的品質雖然更上層樓，其中卻隱藏了讀者無法消化的隱憂，以及尚待觀察的，這會不會是一個虛胖的市場？

從經典小說、時代小說、歷史小說、純愛小說、奇幻小說到青春小說，從戰前文學大師到七年級的綿矢莉紗、金原瞳，2006年的日本文學有多百花齊放？誠品網路書店首度舉辦「37位當代日本女作家200部文壇代表作」展及「光輝的系譜——71位日本男作家500部文壇代表作」展，博客來網路書店也舉辦「菊與劍日系文學跨年展」，歷史上的第一次，日本老、中、青三代小說家在臺灣集體發聲。