

翻滾吧，閱讀！——

2005年，臺灣書市拼圖

文字工作者 ◎ 蘇惠昭

◆ 告別與開始

2005 年的最後一個月，經營 13 年，與「堅守理想」畫上等號的大樹出版社發出一封「向讀者說再見」的信函：「我們不可能不覺得不捨與惋惜，但出版市場的生存競爭原本就是嚴苛而現實的，無法生存便只能謙卑的承認，並且坦然面對一切」。

大樹以謙卑的姿態退場，並且拒絕同業接手，時間再退回之前半年，出版界的導師級人物詹宏志以一封傳送給城邦全體員工的告別電子郵件，宣布卸去城邦出版控股集團董事長職務，結束他 30 年的出版職業生涯，從出版沙場退休，「重新成爲一個純真的讀者和旁觀者」。詹宏志以義大利建國三傑之一加里波底的故事自況，當義大利完成統一，加里波底選擇離開「執政團隊」，拎著一袋豆子回家種田，而爲了「尋找一個全新的生活」，詹宏志把「失去導師的憂傷」（老貓語）留給了出版戰士。

兩個告別，也留給出版界兩課重量級的教訓——競爭的嚴苛與資本的殘酷。

也是 12 月，博客來網路書店首度發表「2005 博客來報告」，宣布這一年來總計賣書十六萬冊，成長率超過 6 成；2004 年中宣告終結 15 年來的虧損，開始獲利的誠品書店，從 2005 年 3 月開始公布分類更爲細緻的暢銷書排行榜，積極引導消費，並與博客來、金石堂的排行榜有所區隔，其信義旗鑑店在 2005 與 2006 年交接的燦爛花火中正式開幕，也重新開啓了國人對書店的想像。被媒體封爲「臺灣版終極書店」的誠品信義擁有三千坪書店空間和三十萬種，百萬冊圖書，包括它首度成立的簡體書館、日文館、教科書館、兒童探索博物館。試賣期間，店長觀察到來客與誠品敦南族群重疊者約只占 4 成，顯示排擠效應並未產生，反而吸納了活動於信義商圈，消費力高強的「百貨公司族」，到跨年之夜更是水瀉不通，寸步難移。「書店大，閱讀人口就多嗎？」，雖然誠品無法迴避這一類的疑問，但「不只是書店」，同時表徵流行時尚，更加是文化觀光景點的誠品信義，經營團隊有信心「第一年營業額指向十二億」。

2005 年的誠品繼續開疆闢土，連鎖書店龍頭地位屹立不搖，但 9 月以後其營業額下滑一直到旗鑑店開幕的年底，同樣狀況也發生在誠品以外的實體書店。《誠品報告.2003》發現有 7 成 3 的新書，銷售數字不超過一千冊；《誠品報告.2004》則顯示：該年度誠品所進新書種類雖然減少兩千多種，但銷售量超過 100 本的新書卻比 2003 年多出一千餘種，這是好消息；另一方面，能夠「賣出 1 本以上」之「能動的書」則有十一萬種，以誠品信義的三十萬種書作爲基準，意味著將有十九萬種書無人問津，這不是好消息。同年 11 月底，新聞局公布的「圖書出版



產業研究調查報告」初步統計，2004年臺灣出版界圖書（不含雜誌）產值較之前兩年衰退了一百多億，約為兩百億。2004是出版界公認「很冷」的一年，但是2005年，出版業已經不只是冷氣團發威了，而是寒流籠罩，低溫不退，圖書總產值估計並不樂觀，這和2005年瑞士銀行發表的亞洲經濟報告：「臺灣正度過它艱困的一年」、「民間消費短期內恐難再有高峰」若合符節，根據「博客來報告」發表會上，聯經出版發行人林載爵的說法是：「這是出版業奇特的一年」，從下游到上游，書市各種異於常態的景觀紛然雜陳，彷彿也有「溫室效應」一般，多數人痛苦指數升高，「只有一個人最愉快」，這人指得當然是博客來高層了。

以上的交叉陳述，呈現了2005年臺灣書市一種冷熱交逼的奇異景象，三分春色二分愁，更一分風雨。世界是不平的，大者恆大，出版觀察者認為出版集團主控的時代已然到來，但世界卻又同時是平的，小亦可以搏大，所以也有雅言、自轉星球等「一人出版社」演出的「臺灣奇蹟」。

◆ 那些煙雲那些雨

年光似鳥翩翩過，2005年的舞臺上演了什麼，飄過怎樣的煙雲，以及怎樣的狂風暴雨？

2005年世界繼續的不平靜。禽流感全球擴散中。恐怖份子於倫敦地鐵做下連環爆炸案，巴黎因為種族問題引發暴動，歐盟新憲法在交付公投後慘敗。卡翠娜颶風幾乎摧毀了美國路易斯安那州，總統布希支持率創新低。巴基斯坦強震。國際油價飆升到每桶70美元，羅馬教皇辭世。美國《科學》雜誌把「進化研究」列為2005年十大科學進展之首，黑猩猩基因圖譜公布，1918年造成上千萬人死亡的西班牙流感病毒可能來自於禽類，一個物種變異為多個物種係源自DNA環節的微小差異。

這一年企業界失去了導師，現代管理學之父彼得杜拉克告別人世，只差4年便活過一個世紀。

百分之十的有錢人握有三分之二的世界財富，貧與富的差距日益擴大。《Time》選出比爾蓋茲夫婦和U2主唱波諾為年度風雲人物，全球首富致力於拯救世界的貧窮和愛滋病，有錢人和你想的果然不一樣。波諾四處奔波，為了政治人物取消全球最窮32個國家積欠的外債，他的事蹟就被寫在《當債務吞噬國家》的第一章。

臺灣在不平靜的世界中，有屬於自己的獨特紛亂和各式各類的甜腥故事，以及社會公平與正義的呼喊。三歲的小祥被刺青虐死。林志玲墜馬受傷後依然甜美可口，連戰、宋楚瑜、李敖都訪問了大陸。雖然王建民在大聯盟表現優異，卻撥不開禿鷹案、高鐵增資案、高雄捷運弊案的漫天黑雲，揮不去金融併購的問號，也解不了卡奴的倒懸之苦。「三合一」選舉吸光了所有能量，政府舉債逾兆，物價高漲，實體書市業績滑落，12月3日選舉結果揭曉，國民黨大勝，黨主席馬英九一躍成為人民期待的救世主。管理大師大前研一教導大家如何整合知識的碎片，企業努力尋找「藍海」，思考如何開創無人競爭的全新市場。

《思考的技術》、《藍海策略》、《當債務吞噬國家》、《禿鷹的晚餐》、《嗥嗥蒼狼》、《好

債、壞債》、《打敗禽流感》、《演化：一個觀念的勝利》、《世界是平的》、《狂飆的十年》、《每日遇見杜拉克》、《10年後的台灣》……，以上都是2005年，出版業和作者敲擊的聲音，努力回應現實世界的證據。

◆ 發現書，發現樂趣

書寫的目的，一部分作為知識與思想的探勘工程，從而藉其描述並回應總體的世界，提供歷史軌跡與未來願景，更多是因為創作者無盡的想像在舞蹈，幽深的心靈想要歌唱；是微小自我內在的騷動，面對生命困境時的省思，或者外在生活的發現和冒險，還有花花種種的個人獨特體驗紀錄，意欲與人分享。

負責博客來圖書部的喻小敏定位2005年為「臺灣漸漸朝向成熟的閱讀社會邁進」的一年，「自轉星球」負責人黃俊隆則認為臺灣的出版已經多元、成熟到「當書賣不動時，不能去歸咎大環境」，「學習」、「進修」的實用導向閱讀之外，他們都看到了「純粹為樂趣而閱讀」的證據。

帶給閱讀最大樂趣的文類從來都是小說，有少數人寫出好看的小說，而許多人集體「發現」了它。「哈利波特」系列持續不墜的閱讀熱潮就是最堅強的證據，從2000年的《哈利波特1：神秘的魔法石》（註：中文版比1997年英文版遲3年）到2005年幾與世界同步的《哈利波特6：混血王子的背叛》，只要有哈利波特出版，自是年度出版第一盛事，誰敢與之爭鋒？為了哈6，誠品甚至向博客來網路書店的預購活動宣戰，博客來賣出的八萬多冊中，四分之三來自預購，而誠品以首賣六三折的破壞性價格迫使對手回吐百元「回饋金」，寫下哈利波特外一章，網路Vs. 實體書店的銷售戰爭。

從2004年的《達文西密碼》、《少年Pi的奇幻漂流》到2005年的《深夜小狗的神秘習題》、《追風箏的孩子》，「好看的小說」單純靠著口碑的渲染效果，寫下了從三、五萬冊乃至七十萬冊的銷售數字，這些小說的作者不叫村上春樹或藤井樹，而是讀者指認不出來的陌生名姓，《追風箏的孩子》甚至是一本背景遠在阿富汗的小說，缺乏可操作的話題，但是靠著引人入勝的情節以及某種較之純文學作品易讀的敘述腔調，「意外」進入大眾的閱讀生活，一場「尋找好看小說」的閱讀運動從此展開。朱少麟在閉關5年後交出的小說《地底三萬呎》也穩坐博客來、金石堂和誠品三大暢銷排行榜，打破暢銷作家「按時律出書」的市場規則，在出版社整體的操作之下，進而為舊作新版的《傷心咖啡店之歌》、《燕子》帶來一波新的生意。影響時代的書未曾老去，《野火集》推二十週年紀念版，《蛹之生》推三十週年紀念版，它們是跨越了時間柵欄的長跑者，再度成為2005年的新書。

相對於被熱烈閱讀的翻譯小說和本土創作，來自對岸的暢銷書如《萬物生長》、《狼圖騰》，在臺灣書市卻面臨了不同的命運。



類型小說方面，2005年雖然有武俠小說的復興運動風雲際會，但能夠超越古龍、金庸的作者尚未現身江湖，真正驚濤拍岸的是深耕有成的推理小說，2月現身臺北國際書展的推理小說家正是作家的偶像卜洛克；回到「單純讀者」位置的詹宏志親訪日本國寶級作家土屋隆夫，並把他《影子的告發》等13部長篇推理引進臺灣，讓移形換影的推理回到它「本格」的正統，也是一個推理狂人向土屋隆夫的再致敬。時報則重新引進日本暢銷推理小說家赤川赤郎的「三毛貓」系列；宮部美幸的《模倣犯》在出版的第三年，也就是2005年，登上了排行榜，證明它已經具備成為長銷書的潛力，推理小說跨出「家門」，發生擴散效應，《模倣犯》是一個關鍵，也所以有勞倫思山德斯《第1死罪》書腰上的兩行文字：「媲美《模倣犯》的另一社會犯罪心理側寫著作。集合推理、文學、時尚細膩觸感的精采作品！」。

與推理一樣綻放光芒的是飲食寫作以及慢步「向日常生活靠近」的建築、設計寫作如《我家房子160歲》，《建築，在旅行的路上》。《紅燭廚娘》獲選為《聯合報》十大好書及《中國時報》美好生活推薦書，為飲食文學立下標竿，而《食物戀》、《到不了的地方，就用食物吧》、《慢食》、《美食考》、《無盡的盛宴》、《食物的歷史》……，它們同時在一年之中出版，把2005年的飲食寫作推向一個前所未有的高峰，風光無限。

史景遷雖受封為「最會說故事的歷史學家」，但他的作品並不易讀，從2000年《大汗之國》，繼之的《婦人王氏之死》、《太平天國》、《雍正王朝之大義覺迷》、《追尋現代中國》到2005年正式進入排行榜的《康熙》，史景遷證明了一件事，即讀者可以以時間去爭取、培養與累積，這又是另一則閱讀的故事了。

讀者可以逐漸累積，但要比速度的話，沒有比電影和電視更強大的力量了。《TIME》最近作了一個專題「BOOKS vs. MOVIES」：原著大戰電影，如此的戰爭無年無之，但2005卻是遍地烽火，眼下的大片原著就有《藝伎回憶錄》、《斷背山》、《納尼亞傳奇》，早幾個月前的《哈利波特：火盃的考驗》、《巧克力工廠的秘密》、《長恨歌》，以及《大逃殺》。李安如果沒有拍出「斷背山」，安妮普露的「邊緣書寫」不可能受到臺灣出版人和讀者的注目，這一點《海角家園》已經證明了（註：《海角家園》雖然也有電影版，卻非好萊塢大片）；《納尼亞傳奇》現在則是高居亞馬遜書店第一名的世界冠軍書，雖然它早已經是兒童經典小說。不過也有不必也不能靠電影的文學作品如菲利普羅斯的《人性污點》。日本小說《電車男》、《現在，很想見你》、《白色巨塔》，皆與電視或電影相得益彰；韓國暢銷網路小說《我叫金三順》也因為韓劇「我叫金三順」的高收視率，在臺灣熱賣。小說與電影（電視）誰勝誰負，這通常要看作者或導演的層次，鏡頭可以拍的比文字漂亮，文字可以經營的比影像細膩，最好的辦法是兩者都看，而電影對閱讀最大的貢獻是把一部無人發現的佳構拍成賣座的片子，再把觀眾誘引到書店。

一個新興的趨勢是長篇漫畫逐漸取代了純文字的小說，拍成電影或電視劇，如2005年版的「驚奇四超人」、「萬惡城市」或「NANA」，衰退中的漫畫市場在螢光幕上找到了新的生機。

◆ 兩個發燒的現象

一、給一個好賣的書名

資深出版人蘇拾平在比較實體與網路書店的消費模式時，指出一個重要的差異：對於實體書店，書封是可觸摸的實體，書名則是訊息；對於網路書店，書封與書名一樣皆為訊息，這解釋了一件事，當網路書店年年有成長，而實體書店陷於停滯，出版社越來越傾向於為書取一個最能直接傳達訊息，或者引發好奇心的名字，這樣的書名在2005年蔚為風潮：《你想通了嗎？》、《35歲之前要做的33件事》、《這輩子，你想做什麼？》、《這一生所為何來》、《這一生都是你的機會》、《種子變盆栽真簡單》、《他其實沒那麼喜歡你》、《有錢人和你想的不一樣》；名人則喜歡直接把名字放進書名當提引：《田大權教你買對買子賺大錢》、《顏炳立告訴你買屋發財很簡單》、《鄭弘儀看見未來》、《謝沅瑾居家風水教科書進階》、《謝宜芳輕食主義》……，用一個書名同時帶出了作者（名人的名字是不需要解釋的）和內容。《找死的兔子》、《養天使的方法》、《如何移動富士山》這一類的書名則屬於好奇篇，從名字無法猜測書的屬性，因為無法猜測，名字又有趣味，點擊率就高了。

書名總是朝著能賣的方向演化，但是內容的差異性呢？這就無法從名字去辨識了。

二、部落格的搖滾祭

2004年韋氏大字典編輯委員會選出「Blog」（部落格）為年度風雲字，2005年它成為網路的殺手級應用，中時電子報為記者、作家成立部落格，並舉辦了第一屆全球華文部落格大獎。全球有十億個部落格使用者，根據部落格蒐尋引擎Technorati，部落格正以每天23000的速度繁衍中，名人有部落格，無名的創作者亦翻騰於其中，相互串連於其中。部落格，它成為創作者人人平等的新居所，出版社尋釣大魚的新海洋。

但部落格的人氣有如天壤，超紅部落格一天可以湧進數十萬名訪客，一年就有臺灣人口的一半多，彎彎的部落格就是，她在上面放漫畫，張貼代表了各種情緒的大頭圖，透過MSN的連結，幾乎所有的上班族、大小學生都在用，因為部落格，彎彎從一名默默無名的上班族成為熱氣騰騰的作家，第一本塗鴉書叫做《可不可以不上班》。

彎彎的故事將會越來越多，但部落格的人氣是否可以轉換成銷售數字，編輯又如何吸納與轉化部落格的創作為實體書，或者它會某種程度的取代印刷，打擊實體書？這是一個新興課題，它在2005年正式登場，一場微型革命就要發生。