



淡淡的快樂，深深的反省

2010年臺灣出版回顧

蘇惠昭 ◎ 文字工作者

2010年在美國中西部的龍捲風、澳洲昆士蘭州的大水、日本鳥取縣的暴雪，以及臺灣股民引頸渴望指數破九千、越過萬點的災難與歡騰同行中落幕。海地大地震、巴基斯坦遭遇空前洪患、南北韓緊張局勢一路升高、歐洲陷入赤字危機，還有「維基解密」大爆機密文件，揭露國家的罪惡，人類僅管走過飄搖動盪、危疑不安的一年，狂風惡水與暴雪亦從不止息，臺灣且有《民國一百年大泡沫》這樣的財經書提出警告，但翻過煙火燦爛的那一夜，2011年，中華民國一百歲，這個象徵圓滿的數字總是啟動無限美好的想像，給予陽光灑滿一地的希望。

而在2009年被宣判「只有五年壽命」的傳統出版，2010年於iPhone、iPad、Facebook環伺夾擊的情勢下，也已經舟度過萬重山。雖然有政大書城師大店結束營業掀起的「實體書店歇業風暴」，也有「鄉鎮書局崩潰」（註：臺灣三百多鄉鎮中，至少有120鄉鎮沒有書店）的殘酷現實，從銷售數字看，博客來網路書店2009年賣出889萬本書，2010年則突破了一千一百萬冊，成長兩成多，這個數字當然不代表整體書市的表現，卻提供了「賣書仍有可為」的堅實證據，政大書城也將在2011年前進花蓮，循誠品模式結合民宿、旅遊、咖啡速食經營複合式書店，這恐怕是實體書店未來生存之道。臺灣大眾閱讀面貌為何？根據《遠見》雜誌十月號推出的「2010全民閱讀大調查」，臺灣2300萬人，每人每年平均購書金額1461元，比2007年多了86元，每年買4.23本書，小說、散文是最喜歡的類別，一本書如果同時有紙本與電子版，有四分之一受訪者會選擇電子書。如果與同年度股民平均獲利90萬元相較，1461元圖書消費明顯低微如小石子投入大海，與此共振的，則是一個看起來難以逆轉的，由三大書店龍頭引領的「暢銷書引導閱讀」、「大眾閱讀娛樂化」現象。

✿ 之一：暢銷書引領的閱讀以及暢銷之道

博客來網路書店、誠品書店、金石堂循例在年底公布百大暢銷書，再從百大暢銷書，甚至挑出前十大暢銷書去解釋大眾閱讀。三大書店龍頭的「前十大」高度重疊，分別是陶晶瑩《我愛故我在》、蕭宏慈《醫行天下》（上下冊）、蔡康永《蔡康永說話之道》、丹布朗《失落的符號》、侯文詠《不乖》、史迪格拉森《直搗蜂窩的女孩》、伊莉莎白吉兒《享受吧！一個人的旅行》。朗達拜恩《秘密》在博客來、金石堂分列百大之三、百大之二，出版社正在籌畫慶

視突破一百萬冊活動，《秘密》已連續暢銷四年，堪稱史上影響力最大的書。肯尼斯克利斯《這輩子，只能這樣嗎？》在博客來異軍突起，為百大之四。龍應台《大江大海一九四九》延續前一年的熱度，為金石堂年度十大。邁可羅伯森《福爾摩斯先生收》、林夕《原來你非不快樂》、村上春樹《1Q84》第三部則擠進誠品前十大。

臺灣每年平均出版四萬種書，絕大部分銷售量落在兩千到三千本之間，但要進入前百大，估計至少必須四萬本的量。

從百大解釋2010年的大眾閱讀，有幾個觀察重點，其一，這一年並沒有齊邦媛《巨流河》、龍應台《大江大海一九四九》、王鼎鈞《文學江湖》這一類成為時代議題的個人VS.大時代書寫，閱讀回歸個人需求以及與自身生命狀態的對應，如《這輩子，只能這樣嗎？》，或如蔣勳《手帖：南朝歲月》，前者自我省思，後者係一種背對於時代，無一絲一毫實用目的，卻可撫平內心紛亂，升起一種輕淡快樂的私閱讀。其二，文學小說整體的成長力道下降，但如果把輕小說從文學小說切割出來，以少女為主要讀者群的網路奇幻、愛情小說則是逆勢成長的。2010年沒有擴延性強的暢銷文學大書如《暮光之城》系列、《哈利波特》系列，《直搗蜂窩的女孩》延續的則是《龍紋身的女孩》、《玩火的女孩》氣勢，但對照《遠見》的調查，文學書的群眾基礎相當深厚，下滑不過是激情燃燒之後的回到常溫。其三，不論是邁向三十萬冊的《我愛故我在》、邁向二十萬冊的《蔡康永的說話之道》，向十萬冊叩關的Sway《黑心建商的告白》、汪培珽《管教啊，管教》、劉梓潔《父後七日》，或推出兩個月即銷售五萬冊的吳念真《這些人，那些事》，加上精神科醫師鄧惠文《還想遇見我嗎？》、財經作家黃國華《我願意為你解盤》與《鈔票的重量》、輕奇幻小說家御我《吾命騎士》，這是本土作家超猛的一年。

《父後七日》乃是2010年華文創作的奇蹟。一開始它是一篇四千字散文，獲2006年林榮三文學獎散文獎首獎，評審陳芳明甚至以「開闢了散文的新版圖」譽之。根據過往經驗，這一類型的文字結集最有可能一版都賣不完，但與電影「父後七日」同時「上檔」的《父後七日》卻示範了「純文學書的如何大眾，如何商業」。這四千字的散文，作者劉梓潔像魔術師，揮舞手杖它變成了劇本，再變成了一部電影。為了導戲她辭去中國時報記者工作，當電影拍完，網路上的文章點閱數已達三百萬人次，連總統馬英九都是讀者。然後為了宣傳這部「描述喪父的冷門國片」，她努力行銷，製造媒體曝光機會，結果「父後七日」成為緊追「艋舺」年度票房第二高的國片。「電影的成功宣傳，給了這本書最華麗的出場」寶瓶文化總編輯朱亞君寫道「但別忘記，有多少華麗出場的電影，其實都死在沙灘上。這些都是無法複製的，如果作者沒有積蓄夠大的能量」。

《父後七日》像魔術，但如果從劉梓潔的「父後日」起算，卻是一場演練了七年才登場的魔術。一般來說，電影拉抬原著小說（或散文），小說因為電影而墊高能見度，但原著如果沒有一定程度的吸引力，銷售力道也只能曇花一現。《享受吧！一個人的旅行》是最典型的例



子，這是2007年的「舊書」，說的是一個心碎的女人藉由旅行改變自我，重新開始的故事，兩年之中已印到第八刷，2010年電影上映後再夾著「看書比電影更得滿足」的口碑成為噴出型暢銷書。根據《告白》改編的同名電影則是2010年臺灣最賣座的日片，又呼應當下的霸凌議題，但電影未上映前，小說已經是暢銷書。吉田修一《惡人》也一樣，自身就是一部撩撥人心的文學作品，擴散到原來不曾接觸吉田修一的讀者，這應該是電影帶來的效應。《蘇西的世界》則因為姍姍來遲的電影，出版十年後捲土重來。

非文學書必須貼近社會脈動不斷微調或創新以創造吸引力。2010年，最大的驚奇乃中醫書《醫行天下》上下冊如風起雲湧，大街小巷人人拉筋拍打，它的暢銷固然有媒體效應，但這不足以解釋朱增祥《筋長一寸，壽長一年》、吳清忠《人體使用手冊》、武國忠《活到天年》、曲黎敏《黃帝內經養生智慧》、中里巴人《求醫不如求己》或《女中醫才知道的青春秘方》等「中醫書群」的暢銷。在矽谷，有一群科技界的華人菁英開始對中醫感興趣，欲以親身體驗和高科技重新定位這三千年前老祖宗留下的智慧遺產，臺灣的狀況也一樣，西醫資源多地位高不可動搖，中醫或另類醫療卻填補了西醫之所不及，所以人們找西醫檢驗或開刀，但健康養生書方面，中醫和所謂的綜合常識書如《別讓不懂營養學的醫生害了你》、《吃的真相》、《救命飲食》等方才是今之主流。

親子教養書和K書考試書則轉向「個人化」，過去以專家學者為師，如今專家學者如洪蘭、李家同的影響力雖然不減，《教養大震撼》這種「打破錯誤教養知識」的新教養論也可以橫掃書市，但最大幅成長的則是從父母教養經驗出發的書寫，親子人氣部落格取代了名人的優勢，汪培琄、蔡穎卿和陳之華並稱三大親子作家，紐約瘋媽、番紅花、彭菊仙、張尤麗、洪淑青、李偉文……，也各有各的獨門法寶，精采生活。

自2008年《榜首這樣K書》一戰成名，2009年《讀書別靠意志力》再攻一城，考生個人經驗的K書考試書到2010年自成一堅強的小類，《建中、北一女榜首私房讀書秘笈》、《東大生不藏私》、《考上第一志願的筆記本》，形成學測壓力下獨特的書市景觀。

食譜書有大蛻變，前提為訴求新手與速簡，但必須在包裝設計上連結年輕、歡樂與幸福如《烘焙新手必備的第一本書》、《廚房新手料理總復習：松露玫瑰的美味筆記》、《在廚房遇見MASA：給料理新手的100道快樂食譜》、《新手也能醬料變佳餚》、《一個人輕鬆煮》，「在家下廚」顯然勝過「外出用餐」。當食譜書走出老式的家庭主婦圈圈，轉型為流行時尚的生活書，接下來便有打破框框，跳級與躍升的大膽嘗試，先是出現一套三冊如大學教科書的《食物與廚藝》，接之有「大廚開始學習食物的語言，不再以食譜紀錄經典菜餚」的《風味聖經》、「分子廚藝之父」出手的《鍋裡的秘密》，食物化學家殫精竭慮寫出的「食譜書」成了修練高深廚藝的武林秘笈。

與「在家下廚」同時成長的還有裁縫、拼布、手工肥皂等手工藝DIY書，而單車書則風光

不再。

Facebook 社交網站帶動攝影教學書成長，在博客來藝術設計書類前五十大中，攝影相關書就佔去一半，麥可弗里曼《攝影師之眼》已長銷近兩年，《DSLR單眼數位相機聖經》、《DSLR懂這些就夠了》意味著DSLR單眼數位相機取代了傻瓜數位相機。《美女攝影師愛自拍》、《玩攝影》、《如何擺出好POSE》訴求的是超愛自拍新世代女性。此外，經營日本攝影大師如荒木經惟（《荒木經惟的天才寫真術》、《荒木經惟·走在東京》）、衫本博司（《直到長出青苔》）、森山大道（《邁向另一個國度》、《犬的記憶》）的攝影／攝影哲學書破浪而出，把攝影書從技巧與擺POSE帶到種種關於人生況味、生命情境的思索上。

商業理財書過去是非文學類書主流，金融風暴以後理財書呈現負成長，2010年央行打房無效，房地產持續上漲，八成以上國民認為房地產價格背離現實，痛苦指數飆高，這樣的社會氛圍下，業內人士踢爆內幕的《黑心建商的告白》、被業界封為「房市空頭總司令」的張金鶚《張金鶚的房產七課》成了兩本國民「破解」房產迷思必讀本，這是過去未有的閱讀面向。讀心術、說話術、工作術如《FBI教你讀心術》、《跟誰都能聊不停》、《筆記女王的手帳活用術》，商業書在這一塊幾乎已用盡力氣，油門踩到了底。

韓流無所不在，《青花魚教練教你打造王字腹肌》、《血型小將ABO》、《用美國人的一天學英文》，知道這三本年度百大書有什麼共同點嗎？它們都來自韓國。

這是以編輯力與行銷力決勝負的時代，一本書能否暢銷已經不能靠運氣，特別在以生活、健康、兩性、手作、親子等「為讀者需要」所企畫、製作的書類。在激烈競爭下，有出版社已經可以做到書上市後依通路反應回收更改書名、設計封面，重新定調。也有出版社以7-11作為主要通路，專心為「7-11消費者」策畫自製書，避開加入搶國外暢銷榜書版權、爭奪暢銷作家的混戰。書名肩負解釋內容以及召喚出讀者購買慾望的重責大任，為了打中讀者的心，2010年已經發展到背不起來的落落長，比如有一本書叫《和蘇格拉底吃早餐，與傅柯一起散步，跟著佛洛伊德去shopping，隨彌爾學蹺班：哲學家教你學會過一天》。

2010年的閱讀，金石堂以「更健康、更休閒、更快樂、更個人」總而結之；誠品從十大暢銷書看到讀者「在變動的年代中，企圖活出自己，正面迎戰的積極態度」。博客來則從「大眾閱讀娛樂化」的大風中，窺看到了出版的多元、豐富，饒富新意，以及出版社從準確的選題、書名到網路串連行銷的操作力。

至於電子書，恐怕還要再等一等。

❖ 之二：暢銷榜之外：無框無邊的風景

2010年出版界有一個不可能忽略的新象，就是新出版社暴增至至少50家，親子作家汪培珽成立「愛孩子愛自己工作室」，首推書為自己的作品《管教啊！管教》。前時報出版副總編輯葉



美瑤與大陸最大民營出版社之一的「新經典文化」合作成立臺灣「新經典」，此為十大華人文化新聞之一。城邦集團麥田總編輯陳蕙慧與香港合作成立「本事文化」，著眼兩岸三地華文創作。資深編輯人丘光「櫻桃園」專門譯介俄羅斯經典如契訶夫《帶小狗的女士》。翻譯人陳宗琛「鸚鵡螺文化」以「經典大眾化」、「經典再生」為主軸，並親自翻譯奇幻經典《奇風歲月》。報導文學作家李永適「台灣大石」主要譯介知識性圖書，創業作《終極恐龍百科》。視覺設計人蔡佳展「光乍現工作室」，以《創意的過程：12個日本頂尖設計大師的創作故事》初登舞臺。逗點文創結社號稱「日港臺文學圈夢幻組合」的「超熱血新生代」出版社，已推出多本詩集和禮物書《聖誕老人的禮物》。

無論是為尋找活路，為實踐理想，或者嗅到經濟復甦，以及兩岸三地的新商機，新出版社都給出版市場帶來不同的氣象，譬如本事文化首度引進香港評論家陶傑的雜文集《這是個，無菁英時代》、《想起那隻豬》測試水溫，並重新操作香港小說天后張小嫻。新經典文化的創業作為大陸暢銷純愛小說《山楂樹之戀》，續推韓寒的《青春》。中國大陸新一代明星作家韓寒獲選為2010年TIME雜誌百大影響人物後，半年之內有三家出版社出版他的四本書（《他的國》、《青春》、《1988：我想和這個世界談談》、《出發》），這是2010年臺灣的「韓寒現象」。

除了新經典、本事與中港出版社合作，分享出版資源之外，老字號的遠流也與大陸簽定五年的「戰略合作協定」，合作項目包括共同購買外國作品的中文翻譯版權，共同使用一個翻譯版本，同步出版中文繁、簡體字版，發展數位化工程等等，大塊文化郝明義策畫的「經典3.0」，邀集兩岸著名專家學者導讀古今中外經典，第一批套書於4月份兩岸同步發行。在大陸深耕物流多年的誠品也宣布落腳蘇杭，誠品蘇杭店預計2014年開張，兩岸三地出版合作深化，一個華文市場隱然成形。

與兩岸三地出版合作深化同時發生的，是一個出版業者經過多年反覆測試後，從歷史小說、盜墓小說、言情小說跨越到職場小說、冒險懸疑小說、諜報小說再到財經著作，2010年臺灣一個不可說的「向中國大陸微妙移動」的閱讀微趨勢。「韓寒現象」之外，酒徒的歷史小說《隋亂》、《開國功賊》獲得知識界正面迴響，麥家《風聲》、李可《杜拉拉升職記》、馬鳴謙《隱僧》各自代表一種類型，《貨幣戰爭》、《貨幣戰爭2》、《高盛陰謀》、《低碳陰謀》，這些商業書都出自中國大陸財經作家之手，本土作家雖猛，但出版社對讀者的「中國口味」心中自有一把衡量的尺。

新出版社登場，首度出書的新人作家也交出了漂亮的成績單，博客來首度為新人作家製作「新手上路·年度新秀作家」專題並舉辦攝影展，推選《父後七日》的劉梓潔、《花甲男孩》的楊富閔為年度文學新秀家。非文學類新秀作家為《不讓殘酷的神支配》的古又文、《烘焙新手必備的第一本書》的胡涓涓。博客來另選出年度之書，一為美國後現代文學經典代表作《白噪音》，一為香港作家梁文道的散文《我執》。《白噪音》也是中國時報開卷版選出的年度好書。

「菁英閱讀」指標的中國時報開卷版年度好書，選出《十五顆小行星》、《水城臺北》、《在咖啡館遇見14個作家》、《如何做一個正直的人》、《努力工作》、《金山》、《殺戮的艱難》7本華文創作，《白噪音》、《看得到的化學》、《現代主義：異端的誘惑》、《畢斯華斯先生的房子》、《富國的糖衣》、《傷心人類學》、《當我們一起跳海》、《對與錯的人生邏輯課》、《讀書人：讀書講義》9本翻譯書。從結果看，華文創作，散文顯然優於小說，評委之一學學文創志業副董事長詹偉雄則以「反思性出版」注解2010年的非文學類好書，「反思」書單大量出現在年度好書，財經書族群也呈顯一股反省「全球化」、「中國熱」的浪潮如《失控的未來》、《當十億中國人一起跳》，本土作家的分眾書寫、臺灣書寫，如陳柔縉《人人身上都是一個時代》、張鐵志《時代噪音》、馬世芳《昨日書》、李志銘《裝幀時代》、王浩一《黑瓦與老樹》、湯錦台《千年客家》，則是「風景繽紛」。風景繽紛，一丘一壑也風流。

2010年，金石堂把「年度出版風雲人物」頒給了「致力譯介拉丁美洲文學文化，獨家出版尤薩小說」的聯經出版發行人林載爵。秘魯小說家尤薩為2010年諾貝爾文學獎得主，歷時17年方才成書的《馬奎斯的一生》也由聯經出版。林載爵致詞時表示，出版是一個「產品多、產量少」的特殊產業，也是一個「主觀、未知和理性夾雜在一起的行業」，出版人在這三重因素下「受盡壓力和淬鍊，不斷成長」。

這是每一本書背後真正的故事，特此向作者、譯者與出版人致敬。

