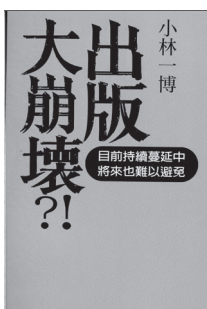




讀《出版大崩壞》

臺北市雜誌商業同業公會副理事長
葉君超



出版大崩壞
小林一博著；陳惠莉、蔣千苓譯
尖端出版 / 9010 / 299 元
ISBN 9571024023 / 平裝

近年來日本出版產業大幅度衰退，連續4年營業額減少，一萬多家書店歇業，大量的出版業者（包括出版社、經銷商與書店三方）的財務報表產生巨幅赤字，出版社重整、轉讓、倒閉者比比皆是。市場呈現的已不是短期的低迷，而是產業可能一舉沉沒的危機；日本出版業「不畏經濟風暴」的神話，已在全面崩毀之中。「出版大崩壞」一書，就是以大量的數據與實例，具體描繪此一慘況。

該書的中譯本自去年底在臺出版後，立即為相關學界與出版工作者所爭讀。因為，臺灣出版業可能是基於地緣因素，大量引進了日本出版業的KEOW-HOW，發展的軌跡與市場風貌，處處充斥著日本的影子。展讀「出版大崩壞」一書，作者對崩毀之中的日本出版業界的描繪，許多場景，也正是臺灣目前的寫照。

從2000年下半年起，受到九二一巨震與經濟不景氣的先後衝擊，出版界開始覺察到市場萎縮的徵兆。2001年6、7月間，政府公布臺灣有史以來第一次出現的經濟負成長的指數後，頃刻之間，市場隆冬便已到臨。市

場的衰跌，讓業者領略到臺灣的出版業雖然發展迅速，體質卻不夠堅實，業界蘊藏著許多問題，但從未受到注意，也沒有經過探討，提出解決方案。因此，景氣一旦逆轉，業界立刻產生生存的壓力。

我們看看作者所描繪的日本出版業的崩壞因素：首先是書刊品種的大幅增加，1998年日本出版新書六萬五千五百一十三種，比1973年成長了百分之三百，但總銷售量僅微幅成長了百分之六。銷售數量停頓，新書卻不斷地推出，導致退貨率上揚至40至50%，退貨金額龐大。為減少庫存損失，大量退貨舊書被重新投入市場，與新書同時販售，使狀況更為惡化。其次是書店的大型化趨勢，衍生了出版業的高風險與泡沫效應。上千坪的大型書店不斷開業，連鎖書店持續擴張，進貨量與庫存量的快速增長，造成出貨量虛增的假象。連鎖書店擴展，信用同步擴張，一旦書店周轉困難的狀況發生，就會對經銷商與出版社的財務產生連鎖打擊。此外，付款條件的寬鬆不合理，也加速市場崩跌；經銷商為了爭奪通路，大型書店不但進貨折扣低，並有延期付款的特別條件，新開張的大型店，甚至有3至5年的「擱置條件」。而另一方面中小型書店卻無法獲得同等待遇，競爭能力低，也加速了被淘汰命運，導致通路生態更不平衡。再加上出版社經營失當，營業規模過大，不適當的擴建房舍，提供高薪，自然使營業狀況更形惡化，產業的大崩盤於焉產生。

對照臺灣出版市場的狀況，根據不完全統計，年圖書新品種逾3萬種，市場流通雜誌



六百餘種，成長速度也極為驚人。新書投入市場的速度，早已超過書店的容納能力；於是，陳列時間不斷縮短，大量的品種在尚未獲得充分與讀者接觸的機會前，便已下架，退書率居高不下。在書店方面，上千坪的大面積書店，雖然還未像日本一樣，大規模的出現，但連鎖書店的快速擴充，確也改變了市場生態，成為市場通路的主力。在支付條件上，延遲付款與各種理由的扣款要求，不斷的提出，大幅地增加了出版單位與經銷商風險與財務壓力。每當通路有流言傳出，出版業者就會冷汗直流，一夕數驚。

對於市場的崩跌，作者也開出了一些藥方。在通路結構上，作者建議調整代銷制度為「下單買斷制」，以降低退貨率，避免泡沫效應；取消各種對特殊通路的特惠行為，建立公平的通路競爭環境。在出版社經營方面，擴大編輯製作外包的比例以降低成本，大幅進行機構改革，削減設備與薪酬，以降低財務壓力；適度調整出版方向，選題精緻化，削減新品種，並積極向IT革命挑戰。在市場環境方面，則建議出版業共同努力提高民衆的閱讀率，擴大市場；公開單品銷售實績等數據，增加業者經營評估資訊，減少風險。對於舊書販售，要有節制，新舊書店要有明顯的區隔。這些做法大體是針對了市場崩壞的病因而提出的，但是也夾雜了出版社本位主義，部分主張窒礙難行。例如進貨買斷制的問題，對於發行商與出版社固有降低成本減少浪費的功效，但是一旦施行，基於庫存風險與財務壓力，必然導致書店進貨保守，訂書量銳減，出版單位反將面臨大量書刊無法問世的困境。公開單品銷售數據，因涉及營業機密，實現的可能性也很低，遠不如加強市調，擴大閱讀調查工作，來的實際。在特惠行為的禁制方面，則顯然違反了價量相符的市場定律，連鎖與大型書店基於

大量進貨的優勢，取得較佳的進貨結帳條件，本無可厚非，禁制特惠行為，恐怕很難實現。至於停止提供超出常規的支付條件，則有待於發行商加強財務評估工作；強化小型書店的競爭力，維繫其生存，協助營造特色、區隔市場，恐怕才是正途。

出版業者面對市場的不景氣，確實需要調整腳步。針對臺灣的市場現況，除了上述該書作者的意見可供借鏡以外，還有許多事情，是出版社、經銷商與書店應該共同努力的。例如：合作舉辦活動，推動閱讀風氣的提升；加強書刊資訊的傳播與宣傳推廣，以刺激需求與買氣；改善書刊進銷貨流程，建立銷售即時回報系統，以提高效率增加營利。而進行市場調查評估與民衆閱讀習慣的研究，也值得大家支持並投注更多的心力；諸如最近中華民國圖書館協會受文建會委託執行的閱讀大調查，就應該擴大並持續進行。此外，發展新的通路，也應列入考量。例如書報攤亭的設置，就值得推廣；略加規劃設計，不但方便市民閱讀採購，而且有助於城市文化氛圍的強化。總之，臺灣的出版市場雖然還不至於有崩跌的危機，但業界確實不宜再持本位主義，必須同心協力，才能化危機為轉機。

在華文出版界中，差距雖正在縮小，面對兩岸入世後，雙方市場進一步的國際化，將有更多的機會，有待我們把握。然而，立足本土，才能向外發展，臺灣有機會在國際出版業界，佔據一定的地位，但是首先必須強化我們的體質與競爭力。「出版大崩壞」中譯本的出版，不但是出版人必讀，也提醒我們應該加強對於出版業的調查研究。面對變局，我們應該自省，過去是否過於自滿，過高的評估自身的實力。至於如何因應，則有賴大家的集體智慧了。

（END）