



雜誌談

知言

——談「三泰」的倒閉

去年雜誌業的景氣可以說是好壞參半。好的是又有許多雜誌創刊了，而且從其出版及內容看，應該是能生存下去，像「家庭月刊」、「姊妹」和「電視綜合周刊」等刊物。壞的是又有不少刊物，一閃即逝，把雜誌帶進了另一種低潮，像「三泰電視周刊」、「淑女世界」。

最令人扼腕的是「三泰電視」，它的推廣份數曾一度高達一萬份，但遽然一個變故，使原已對雜誌信心缺缺的雜誌訂戶，再一次受到嚴重的打擊。前一段時期，報端還登了一段消息，是中國電視公司的演員蔣青峰代其子出面控告「三泰電視」的發行人。他的兒子替「三泰電視」推銷了八十多份，結果不到幾期，「三泰」就壽終正寢，不見下聞，許多訂戶就找上蔣青峰，這樣的作法實在令人深惡痛絕。

「三泰」的倒閉是今年一月底的事，就是發了四十二期以後才停刊的。當時只見四十二期遲遲才出刊，但四十三期則連踪影亦未見，再一追究，該社則早已人去樓空，只見電話鈴響不見有人來接。沒幾天中央日報頭版曾刊出一則啓事，聲明「三泰」已經過戶，由原任社長鄭羽書接長，但聲明中特別聲明四十二期以前的債務由前任負

責人負責。從這個啓事才使人稍微了解：該刊已經易人，同時以往財務上似有困難，負有若干債務。但許多人還以為該刊還會撐下去，祇不過換個老闆而已，殊不知這個啓事只止於啓事，「三泰」並沒有再撐下去，也沒有人再接，主要原因是：負債壘壘，信譽掃地。

「三泰電視周刊」在創辦之初，共籌了資金一百萬元，這些錢在今日對開辦一個周刊而言，實在是杯水車薪，一本周刊單印刷和紙張費用就要十多萬元之左右，每月出四期再加上人事及其他事務費，一百萬元只够一個月開銷，「三泰」能憑這一百萬，撐上半年多實在已經不簡單。「三泰」最主要的推動和經營人是掛名社務顧問的許展榮（許傳柱），他在辦這本雜誌以前是「媽媽雜誌」的負責人，「媽媽雜誌」就曾爲了出版一本有關「鈎針」的書失信於讀者，加上其不法經營而關門大吉，後來還吃上票據法官司，想不到等雷聲稍過，他又另起爐灶弄起熱門的電視刊物，有人說，他創辦這個刊物的就是想撈一筆錢來了結他以往的帳務，這個說法是未經他本人證實的。

當然無可否認的，「三泰」的倒閉跟許傳柱和他的作法有密切關係。他頭腦精敏狡利，在辦雜誌以前是教員出身，他的主要經營方法，還是靠人力推銷，他深知道資本不够，非要及早籌集現金以應付龐大的印刷、紙張和人事開銷，於是一開始就以「媽媽雜誌」的舊手法，在各地成立推廣處，招募人事展開強拉訂戶的技倆，他知道這個錢是最現實的。他在臺北一地就用了推銷員上百人。

最初「三泰電視周刊」是用「三台」的名義申請的，但出一期就被勒令更名，改成了「三泰」，音同字不同的魚目混珠手法。其實他們的訂費也是以混珠法訂的，原有的電視周刊訂費是三百五十元訂一年，平均每本的單位成本只有六塊七毛多，減去信封和郵費收入只有六塊錢一本，以現在平版印刷而言，這是不敷成本的，所以另外一本同時出的「電視綜合周刊」每本單價就訂十二元，訂費一年是四百六十元，比原有周刊高，但「三泰」爲了競爭和混珠，訂費也訂三百五十元，但實際只算四十期，這樣攤下來，單價每本高達八塊七毛多一本，這個方法很高明，也着實唬了不少訂戶。

無奈這種人海推銷方式，中間剝削太大（每本至少抽三成），以訂費來支應開銷的方法，究竟不是根本經營之道，尤其遇到推銷員倒帳或推銷員太少，財務上就會立即發生捉襟見肘的現象，這就是「三泰」倒閉最主要的原因。「三泰」的印刷是透過華欣文化事業公司轉包給榮民印刷廠，但自去年十二月起支付印刷費即發生困難，拖到今年停刊前，已有一百八十萬左右印刷費未清，榮民印刷廠就要求付清款才能繼續再印，「三泰」一時籌不出款，只好宣告倒閉。總結債務，除了訂戶所欠訂費以外，還欠有紙帳、餐費等共百萬元。

「三泰」的內容低淺，以報導三家電視臺影歌星個人動態及花邊內幕為主，並不見得有突出獨到之處，零售網不够普遍，亦不理想，這個刊物可以說是先天不足，後天失調，終難逃倒閉的命運。

可惜的是該刊發行人宋中興，原是個雜誌外行，因朋友之誼被迫掛名發行人，結果落得債主臨門，電子工廠的事也辭了，最後還吃上官司。

辦雜誌的苦經

從「三泰電視」周刊辦了不到一年就倒閉的這個例子可以看出在國內辦雜誌的艱苦，而如何才能生存下去是一門很大的學問。當然那些非以正當途徑，或以雜誌為工具的雜誌我們根本不要去讀。

雜誌的生存發展主要是靠發行和廣告的支持。在國內辦雜誌的早期，廣告還不發達，雜誌全靠發行收入來支持，像傳記文學、皇冠、拾穗和新聞天地等刊物起先一直都是以發行來彌補開銷，所以難免當時這幾家雜誌都撐得很苦。一直到九年前婦女雜誌創刊了，創辦人張任飛是以廣告起家，才開了以廣告為源的路，廣告才逐漸被視為是收入的一種。婦女雜誌到今天，發行量雖然不多，但廣告却不少，就是這許多年來他們在廣告公司下功夫灌漑的結果。

近年來國內的雜誌水準不斷地提高，讀者的要求也提高了，以國內的印刷紙張成本來比較，單靠發行的收入絕對不能彌補成本的，非要有相當的廣告來支持。以一本菊版八開的一百二十頁的刊物印一萬五千本來說，印刷紙張成本約為二十五萬元，加上編輯、稿費、人事費及營銷費用，一本雜誌的成本就要超過四十萬，換句話說，一本雜誌的平均成本總要在二十五元以上，而一本雜誌如以四十元的售價來計，批發給總經銷是六折，則每本收本只有二十四元，即使全部銷出去也不賺錢，更何況退書是免不了的事，這就是為什麼現在辦雜誌少不了廣告的因素。

但話說回來，要廣告的好壞還是要視其發行數而定，發行好的雜誌，廣告也自然比較好，而像婦女雜誌的發行數和廣告量不成正比的雜誌必竟不多，但發行量如超過某種程度，廣告就不一定會成比例地增加，因為國內刊登雜誌廣告的廠家有一定的極限，加上雜誌間相互地傾軋，惡性的競爭，使廣告價格不能按比例地增加，譬如一本發行量有兩萬本的刊物，一頁彩色廣告定價是兩萬元，而一本發行量有十萬本的刊物，廣告費絕不能相對地高到十萬元，這就是限制國內雜誌發展的一個重要阻碍。

「九家」與「十大」

談到國內雜誌的發行，許多人不免要問到底國內雜誌的推廣到底要怎麼做？目前的做法又如何？現在又分成「九大雜誌」和「十大雜誌」兩個壁壘又是怎麼一回事？

國內雜誌一直不能像國外一樣有市場，最主要是與國人的閱讀習慣有直接關係，在國外每個家庭訂三、五種雜誌是司空見慣的事，每個月的雜誌就像家裏訂牛奶或報紙一樣平常，訂雜誌的費用也絕對列在家常開銷預算裏，但在國內有看雜誌習慣的家庭實在鳳毛麟角，大家寧可花五十元的代價去看一場電影，但對花四十元買一本雜誌却感到捨不得。

就因為看雜誌的人少，相對的售價就偏高了，再加上國內印刷紙張水準太高，把雜誌的進展壓制到最低程度。前兩年許多雜誌爲了突破家庭不訂雜誌的習慣，採用強迫推銷的手法，希望以半壓迫的手段來強迫各家庭養成訂閱雜誌的習慣，起先作法還很成功，像「婦女世界」雜誌一度曾有銷過十萬份的記錄，但不幸的是，當國人剛稍有一點習慣，這些雜誌却因一時周轉不靈，或經營不善，紛紛倒閉，使許多訂戶蒙受損失，也使他們對雜誌不具信心，這種心理新生的障礙，不知何時才能却除，重使他們建立信心，實在令人嘆息。

不過現在採這種強迫推銷方式的雜誌還大有人在，像最近推出的所謂「十大雜誌」，就是聯合十家雜誌，包括銀河畫報、快樂家庭、傳記文學、野外雜誌、明日世界、中外文學、企業世界、讀友文摘、臺北生活等，就是使用同一手法，但等於是雇了推銷員來共同推銷十本刊物，過去各家各自爲陣，如今聯合陣營，省了各人的營銷費，但增加了業務員爭取訂戶的機會，作法相當高明，問題是主持這個方式的當家雜誌不能真正大公無私，業務員水準和管理都是值得推敲的。

在「十大雜誌」推出之前，原有「九大雜誌」聯合的另一個陣營，參加者包括書評書目、科學月刊、拾穗、婦女雜誌、綜合月刊、傳記文學、中外文學、皇冠、音樂與音響等九個雜誌。這些雜誌的主要作法，是九家每月合作一個廣告（全三批），同時在各雜誌中彼此同時相互推薦，達到聯合廣告的目的。這個想法並不算新，過去交換廣告的作法也屢見不鮮只是沒有這次浩大而已。

現在雜誌需要大家能攜手合作，登一次報紙廣告所費不貲，而各雜誌若能彼此合作，聯成一體，在媒體上相互支援，亦應可以達成廣告的效果。在「九大」與「十大」之間，有兩家是跨兩個壁壘的，一是傳記文學，另一家是中外文學。本來兩個壁壘應該是在作法上沒有衝突的，問題是兩者都自稱是大雜誌，到底那個真正爲大，成了爭執之點。聯合發展是雜誌生存之道，問題在如何真正能彼此合作，如何使一些自以爲大的雜誌能有寬容其大「小」雜誌的雅量，才是辦雜誌該走的路。