

文化時評



狗頭與羊肉

傅 博

最近，讀報時少了一些樂趣。我想這是由於九五文化事業公司鬧出來的「諾貝爾風波」，暴露了大套書的經營內幕，使讀者變得聰明，不再隨便從報紙的廣告中預約套書，某些出版者一獲千金的投機夢醒，新的大套書的企劃減少，篇幅巨大、製作醒目的大套書廣告少登場了，感覺上，竟有點兒寂寞呢！

代替這些廣告的是「清倉大折扣」、「新書四折」等的優待廣告，這個新花樣，印象中，似乎也是一、二年來的事。以前都是專賣五折書的書商，以二、三折甚或更低的折扣從出版社批到回頭書或滯銷書

，以五折賣給讀者，讀者亦以買到這些半價的回頭書為樂。

利用了讀者這種佔小便宜的心理上的弱點「大折扣」的作法。最近，出版社本身也跟進了，這就是最近頻頻出現的大折扣廣告了。

最初，看到德華出版社的「林語堂全集」打四折的廣告，使我生出了種種念頭：

——打四折，讓人產生「很便宜」的錯覺，而生出買一套來擺的欲望。

——打四折，能維持嗎？竟替人家杞憂起來。

——雖說打四折，把錢劃撥去，會不會受騙？遂關心起自己的權益來。

結果，遂暫時作罷，因為我想：任何事都不能不花點時間，冷靜去考慮考慮。「幸好沒買」，以後，我經常這樣想着。

因為，我後來比較了遠景版的七折和德華版的四折，我發現了，打幾折其實都一樣——那只是一種廣告噱頭罷了——把訂價提高，折扣大一點，結果是一樣的。以「京華煙雲」為例：

遠景版的定價是一六〇元，打七折是一一二元。德華版的定價是三〇〇元，打四折是一二〇元。

這一比，可以看出遠景雖然打的是七折，却比德華的四折還便宜，這一點，讀者在買書時，是不能不精明一點，好好盤算一下的喲！

大套書的新企劃銳減當中，我最近却被龍江文化事業有限公司的「中國新文學名著全集」評註本三十冊的大幅廣告所吸引。據廣告所示，該套全集收集了三十年代的新文學名著，但是，究竟是收錄了三十年代的哪些作家的哪些作品呢？却是悶葫蘆一隻。

我於是寄了五塊錢回郵，請他們寄來樣張，我於

是收到了一張報紙大小的D·M，第一頁，敘述了他們出版這套書的抱負，以後三頁以黑體字，印了這三十冊書的書名，後面則是可能要收錄的作家的生平逸事與作品的介紹。

這些被介紹的作家與作品，就是要被收錄的嗎？但是作品未被介紹出來的作家，為何又被並列在裏頭呢？他們也會被收錄的嗎？這却搞不清楚了。

例如：在「紹興師爺與阿Q的悲劇」這一卷，記述了一些有關魯迅的事情，並且介紹了「狂人日記」「阿Q正傳」「吶喊」「彷徨」「祝福」「肥皂」「離」等七篇魯迅的作品。

又，在「日出黑字二十八」這一卷，是談曹禺與「雷雨」「日出」「原野」「北京人」「家」「蛻變」等六篇作品。

從前述的二例觀之，這是樣張呢？還是一份普通讀物？因為搞不清楚，於是就打了電話去請教他們，但是，回答却是曖昧模糊的，我所獲得的印象是：這些作品，只是作為「評註本」的出版計劃的一部份，不能算是確定的三十冊全集的「樣張」之一。

計劃尚未明確肯定，即大事在報紙上做廣告，等

着讀者割撥現金進來，以應付紙張、印刷、裝釘費等用，這是迄今爲止的大套書的經營手法，但是，像「中國新文學名著全集」這種不能被准許出版都還沒把握，却堂堂正正地在報紙上就大做起廣告的却又是另一種招式了。因爲三十年代文學在臺灣並未正式全面開放，基於好奇心，大家都懷抱着極大的興趣，龍江利用的就是這樣的心理了。

這使我想起我前日的一個經驗來，「中國新文學全集」的企劃者說不定也是和我一樣，經歷過同樣的經驗，才觸發了他的靈感，想出了這一個新手法也未可知。

在臺北的光華商場附近，有許多以臺北工專的學生爲對象的便宜的小吃店，前幾天，我到商場內的舊書店去買了幾本古書，要回來時，進到了一家肉焿店。平時，我一個人不太到不熟的飲食店吃東西，除了口味不合的問題外，衛生的問題更叫我不放心。這天

是肚子實在太餓了，而且肉焿就擺在眼前，看着比較令人放心，於是就叫了一碗。但是，從坐下來以後，我就聞到從連門也沒有的、臨時搭在路旁的廚房裏頭飄出來的一種味道，依照常識，這種露天的廚房，是不該有這種味道的，我遂不放心地問：「老闆，這是不該有這種味道的，我遂不放心地問：『老闆，這是豬肉吧？』」老闆迅即回答：「放心，這是瘦豬肉啦！別的肉都比豬肉貴呀！尤其是狗肉，狗太少了，香肉貴死了，像這麼便宜的肉焿，用香肉做，不就要賠老本了？所以，安心的吃吧！保證是豬肉。」

哦！時代變了，以前「掛羊頭、賣狗肉」的時代過去了！我恍然大悟，竟而惆悵起來。

「也許」，我升起了另一個感想：「也許，『掛狗頭賣羊肉』的時代來臨了也說不定！」

終於，這種生意上的新手法，究竟也在出版界出現了，「頭，是一定要好好使用的……」，最近，我一直這樣想着。