

## 作品的

## 市場通路

林富松

商品市場通路的良窳，決定商品的暢通程度；如果把作品視為一種商品，當然它本身也會有市場通路，而作品市場通路的優劣，則為作品能否被有效利用的重要因素。

市場的制度是否優良，端視競爭的情況而定。以國內的作品市場而言，買方的力量顯然較大，最主要的是因為家數少，競爭性不足之故；至於賣方市場，由於自由撰稿人數目多，競爭激烈，可說頗具純粹競爭市場的形態。相形之下，買方佔優勢乃是必然的現象，所以買方（出版社、編輯。）乃是價格的決定者，

而賣方（自由撰稿人）僅是價格的接受者。「投稿市場」在這種制度下，其價格可說是一條平行的直線，不太受來稿數量的影響，能影響稿酬的，恐怕只有物價水準（有的甚至好幾年才調一次），以及同業之間的競爭了。偏偏在臺灣，這個市場的情報散播太差，作家的市場情況如何，筆者相信連中央圖書館的專門人才也不見得清楚，事實上，這種市場資料十分珍貴，奇怪的是，出版界竟然無人問津此領域，爲了這份工作太少人做，筆者願將自己「聽」來的資料列一張簡表於后：

| 報刊名稱  | 一般稿件    | 特約稿件    | 海外稿件    | 方塊      | 新詩      |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 中央日報  | 四〇〇     |         | 六〇〇     | 五〇〇     | 二〇〇     |
| 中國時報  | 四〇〇     | 五〇〇—八〇〇 | 一五美元    | 四〇〇—五〇〇 | 三〇行內四〇〇 |
| 聯合報   | 四五〇     | 五〇〇—八〇〇 | 一〇美元    | 六〇〇     | 三〇行內三五〇 |
| 中華日報  | 三〇〇     | 六〇〇     | 六〇〇     | 五〇〇     | 三〇〇     |
| 台灣新生報 | 二五〇     | 三〇〇     |         |         | 二五〇     |
| 青年戰士報 | 三〇〇     | 四〇〇     | 四〇〇     | 四〇〇     |         |
| 台灣時報  | 三〇〇—三五〇 | 四〇〇     | 三五〇—四〇〇 | 四〇〇     | 二〇〇—四〇〇 |
| 民衆日報  | 三〇〇—四〇〇 | 三〇〇—四〇〇 | 三〇〇—四〇〇 | 四〇〇     | 三〇行內二〇〇 |
| 自立晚報  | 一五〇     | 二〇〇—五〇〇 | 一篇六〇〇   | 二〇〇     | 二〇行內一五〇 |
| 大華晚報  | 一五〇     | 四〇〇     | 四〇〇     | 二五〇     |         |
| 愛書人   | 二〇〇—三〇〇 | 二五〇—三〇〇 | 二五〇—三〇〇 | 三〇〇     |         |
| 出版與研究 | 二〇〇—三〇〇 | 三〇〇     | 二〇〇     |         |         |
| 幼獅文藝  | 二五〇     | 三〇〇     | 一五〇—三〇〇 |         | 二〇〇—五〇〇 |
| 中央月刊  | 三五〇—四〇〇 | 四〇〇     | 四〇〇     |         |         |
| 中華文藝  | 二〇〇     | 三〇〇     | 二〇〇—三〇〇 |         | 三〇〇—四〇〇 |
| 文壇月刊  | 二〇〇—三〇〇 | 四〇〇     | 三〇〇     |         | 一〇〇—二〇〇 |
| 新文藝   | 三〇〇     |         |         |         |         |

以上這張表，拋磚引玉的用意大過傳遞市場消息的用意，本來應該有專門機構負責收集這方面的資料，提

供給大多數的自由撰稿人，讓他們有更正確的選擇，一方面可以避免不必要的誤投，另一方面可使作品的市場通路更流暢，並藉各買主之間的競爭，調整作品的流量，充分發揮市場的功能。對於報紙而言，副刊免不了以文藝為主，但言之有物的短文（二〇〇〇字左右）總是受歡迎的，所以各報的副刊儘管有其自己的路線，然而基本上仍有很大的相似之處，常看副刊的讀者必然有此同感。至於雜誌，比較能樹立自己獨特的方向，所以在取稿方面要求便嚴格些（指的是性質），欲進軍雜誌的作者最好先弄清市場情況，以免徒勞無功。儘管大部份的雜誌希望登有水準的作品，但雜誌的讀者是廣大的大眾，所以太專門的文章總是不適宜的。

有些人遭到退稿便怨該刊物有「圈子」，所以不易打入。編輯爲了穩定稿源，採用拉稿方式乃是必需的（遊離稿畢竟不可靠），但是筆者不認爲有任何一位編輯會拒絕真正好的「外稿」，這個問題過去也有不少討論過，一份刊物若全然由「圈子包辦」是無法持久下去的，每位有經驗的編輯均了解這點。筆者認爲退稿是促進作品市場通路流暢的好方法之一，

因爲撰稿人可以很快的將作品投到另外可能的市場，所以退稿速度快，表示編輯對撰稿人負責，值得鼓勵。退稿的原因很多，性質不合或稿子的確寫得不好均有可能，不必太掛意在心上，任何名作家均有被退稿的經驗，退稿是撰稿人調整自己及磨練自己的最好機會，能扛得起、放得下的人才有成功的希望。

值得注意的是「壓稿」的現象。由於稿子被留在編輯處，不知何時刊登，而作品又只有上市才有價格，方能帶給作家收入，因此壓稿的行爲，不僅使作品的市場通路受阻（機會成本爲零），更損害撰稿人的利益。買主與賣主之間，立場永難一致。身爲買主的編輯，爲了掌握更多的稿源，免不了要積壓部份稿件；身爲賣主的撰稿人，當然希望作品趕快發表，不要被積壓太久。雙方立場的不同，原爲正常之事，問題在於制度。如果編輯能根據會計學中的「先進先出法」，對於準備使用的稿子予以編號，儘量按順序刊登，而不採「後進先出法」的話，筆者相信稿子積壓的問題必能迎刃而解。有些刊物，像報紙，來稿量十分大且穩定，刊出量亦一定，編輯若能採用「存貨管理理論」，決定最適之存貨（備用稿）量，附帶亦訂出

一段作品出清期限（過去中副有此規定，但執行不徹底），若因為特殊原因無法在規定期間內刊登，亦應及早通知作者，並告知可能刊出的期間，確定自己的作品何時能刊出，進而掌握其收入乃是作家應有的權利，以台灣的情形而言，由於作品的市場狹窄，通路流通情況又差，情報的傳送更是付之闕如，雜誌社因為出刊次數少，事先的通知尚能做到，報紙方面，由於缺乏競爭，這方面的服務幾乎等於零，一篇文章付郵後，數月音訊全無（沒退稿）之情形，可說是司空見慣，這對撰稿人而言實在是一項損失。商品賣出去後便達成了交易行為，稿子一旦到了編輯手中，並且決定要用，便算成交，在商場上理當付款，最起碼也該開出某個期限的支票才是，然而今日我們的出版界有些却連這點最起碼的服務都做不到。從實際操作的觀點而言，此種服務可由專人負責，編輯只要決定錄取與否便可，如此一來，既不會增加編輯的業務量，更能提供最佳的服務。倘若沒能採用最適存貨的管理制度，尚有一種補救的辦法，那就是稿子一經決定採用，馬上先付款，換句話說，利息成本（積壓的代價）已先由買方承擔，據筆者所知，台灣採用此法的刊物

可說寥寥無幾，明道文藝、台銀季刊是其中之一。雜誌的付款期間總要在刊出後一個月（最快的恐怕也要半個月）左右，報紙也在半個月至一個月之間，對作家而言，可說造成相當大的不便。

我們若希望作品獲得充分利用，提高全面的水準，必須要建立公開的作家市場，維持順暢的作品市場通路才行。市場是作家最後的考驗，因此市場制度的好壞，關係整個市場的機能，意義重大；編輯在建立此種最適存貨法時，免不了要不買某些『大作家』（但作品不見得真好）的帳，然而這正是編輯的魄力所在，作家的出現好比一股洪流，英雄好漢輪番上陣，再好的作家也將頹逝，後起之秀不絕如縷。短期而言，編輯多積存稿件可能較妥，至少無缺稿之虞，但是以長期觀之，建立良好的制度實為第一優先，因為此種制度一旦建立，好比達到所謂的『秩序運銷』（orderly marketing）使作品均能在最短的時間內，在需要它的市場上達成交易，予以發表，不僅「壓稿」現象得以解決，作家可以掌握其收入，更重要的，能全面提高作品的水準。