後窗之九

爲什麼會變相加價？

聯合報和中國時報的廣告，一會兒採分版，一會又採配版，主要的着眼點還是在於變相加價，爲什麼會變相加價？我們若深一層的追究下去，會發現平頭式的平等阻礙了正規的發展，反而衍生了許多畸形現象。

目前政府規定：所有的報紙限出三大張，報費相同，報紙的廣告價目各報亦同，表面上看起來，眞是公平、合理，然而有的報紙銷路

直線上升，幾乎達到一百萬，有的可能還不到十萬分（不過銷路好壞，和報紙格調的高低並不一定或正比！）而廣告客戶總是往銷路好的報紙擠，演變到後來，有的報紙，廣告多得必須排長龍，有的報紙根本拉不到廣告。像現在兩大報的廣告員，總是自信的說：「雖然我們的廣告分ＡＢ版，看的人還是比其他廣告不分版的報紙多得多！起碼仍然多一倍！」

報紙銷量大，廣告稿件多，容納不下，却又不准增加報紙的張數，報社自有「智多星」提供「良策」。於是各種變相加價的奇怪招式應運而用。由此引伸，社會上許許多多的限制或輔導，甚至近來極爲流行的「以量制價」都是有它極大的負作用，譬如物價會報限制紙張的價格，也許紙的價格是被限制住了，然而紙的品質却日益差了，對講究品管的客戶，寧願多花點錢，買合乎品質標準的產品。可見平頭式的平等是假平等，立脚點的平等纔是眞平等。假平等牽引出來的許多作法，一方面要背「不誠實」和「欺騙」的黑鍋，一方面更貽人以「掩耳盜鈴」、「巧立名目」之譏，實在得不償失。