

美國書籍與出版事業

黃西玲 譯

壹 前 言

我們很難對書籍的出版事業做分析，因為我們缺少有用的、確可比較的統計數字。只有從一九七一年後，我們才能從美國出版家協會（The Association of American Publishers）獲得一些有用的資料，但這些資料也受書籍的標準、定義、某種類型書籍如何劃分等問題所影響而不完整。僅自一九七七年後，才有較有組織化、連續的努力來發展這些統計數字，以變成有用的非營利書籍業研究的相關資料。因此，我們應對此方面做更多的研究，以獲得更寶貴的資料，而發展我們的出版業

另一方面來說，出版業是我們一種最古老的工商業，多年以來，許多此業中執牛耳的人物及多產作家，也經常關心出版業的發展。因此產生了許多意見、有記錄的經驗和一些不完整的資料，這些意見、經驗和資料，多多少少都影響了對書籍業的分析研究。

貳 簡 史

多年以來，出版業的特徵就是不斷改變。

第一批出版業的發行上，就是初始的印刷者，起碼在美國是這樣的。當時的印刷業需政府批准，對政府也做了很多事，例如幫政府印製安全與宗教類的書。因此，這些人可被認為是早期的製造者，在那些日子中，他們是被列成類的。

早期在殖民地時代及地區中，能看到的書大多數是英本版本的。早期那些「出版—印刷老闆」主要的例行印刷工作，就是為教堂印刷有用的文件，為行政當局及商業印一些東西，在版權上缺少經濟動機，當時那些作家寫作的主要動機是宗教熱誠及愛國心。

一般都同意，美國第一家印刷公司成立於麻州劍橋 (Mass. Cambridge)，時年一六三八年，第一件印刷品是一種政府文件「自由人的誓言」(Freeman's Oath)，而當時最暢銷的書是「舊約詩篇全本」(The Whole Book of Psalms) 一六四〇。

英文的書籍有些是用翻印的，有些是進口的，有些印刷老闆致力於賣書工作，而有些賣書的老闆卻從事印刷工作，不管怎樣，大家都對英文書籍的原作者沒付版稅，或僅付一點點。

十八世紀早期，殖民地對他們所住地區的社區消息，十分注意，每週報紙及年鑑開始出現並盛行。

也許出版業的升級要從「新英格蘭的啓蒙」(The New England Primer) 一書開始，這本書是第一本廣被應用，在美國印行的教科書，從此以後，在政府的批准下，宗教集團負起一些教育責任。這本書是由波士頓印刷老闆班潔明·哈瑞斯 (Benjamin Harris) 大約在一六八七年到一六九〇年

所寫，但第一次打廣告出售卻是在一六九一年。在後來的一百年中，賣出三百萬本，總之售出絕對超過一百萬本，爲什麼不能確定到底售出多少本，是因爲當時無版權限制，所以廣被翻印，甚至用別的名字發表，班法蘭克林稱他的版本是「哥倫比亞啓蒙者」(The Columbian Primer)，在一七四九年到一七五六年共售出三七，一〇〇本。

到了一八三七年到一八四九年大約有一〇〇，〇〇〇本的「新英格蘭啓蒙者」被售出。

當時翻印的弊病很快被人看出：假如大家都自由自在翻印別人的東西，新的作家就會沮喪的不再創造任何東西，使那些盜印與翻印的人，同享別人長時間中換來的成品。

一七〇九年，第一部英國版權憲法“八 Anne, C. 9”被通過，而產生了一個英國「印刷的黃金時代」。對智慧的財產建立一個合法權益，也導致了出版發行業與印刷業的分家。很多新的發行人已不再兼印刷老闆。這些發行人的工作是四出尋找作家，買斷他們的版權，再推出他們的作品。以「失落園」(Paradise Lost) 爲例，據說當初僅以十磅賣給出版家。

當時在美國，由於法律較鬆弛，且運費較貴，因此英文書籍都是由美國印刷老闆來複製推出，一直到美國革命時期，產生了國家主義，這種情形才改變。湯姆培尼(Thomas Paine)的「一般知識」(Common Sense) 賣掉了一〇〇，〇〇〇本，它是在一七七六年初期印刷的。

美國憲法在特別條款中，設立了獨立的一條以確保繁榮的印刷業，主要精華不僅在第一修正案，且存於第八條第(1)條項目一中(Section 8, Subsection (8) of Article I) 其中賦予國會如下權力

「爲提昇科學和有用的人文學的進步，在某段時間中，賦予作者與發明者，對他們的作品與發明給予獨佔權。」

這兩個條款不但允許自由演說權，且提供了經濟動機於其中。

我們也不應輕易忘掉，憲法合併了他的精華權力而對聯邦版權法律也賦予了權力。版權條款的產生，一部份也是由於美國一位成功的作者兼出版家，諾亞韋伯斯特 (Noah Webster) 的遊說的努力，在一七八一年到一七八二年，他在康乃底克州教書，寫了一部「英文語言文法教習的第一部份」(The First Part of a Grammatical Institute of the English Language)，這部書在一八二九年版本，已改名成較短的 (Old Blue-Back Speller)，據說，此部書，除聖經以外，沒有一部書的銷路能比得上它。此書是採用美國發音，與英國拼法不同，此書可說是一種國家主義的工具。韋氏很熟悉英國法律，他也從康涅狄克州尋求版權法律。韋氏自己出資印刷，出售，再往其他去遊說尋求保護，甚至在費城的法律大會中尋求保障。由於交通的困難，他允許某些地區可以翻印，在一七八三年此書每週可銷五百本，到了一八一八年，已賣出五百萬本，到韋氏在一八四三年去逝，每年可由一百萬本賣到全國性的二千萬本，一八四〇年 D. Appleton 公司獲得發行權，在一八八〇年報導：「我們每年可賣出一百萬本，我們這種的銷售量已維持了四十年之久。」

發行費用一直是出版業的一個主要問題，也是早期出版商們一個分裂及缺少創意的障礙。但他們似乎仍在波士頓、紐約、費城建立了發行中心，老美的書販們，在發行中心收購好了書籍，再帶著這些書賣到內地去。

因此，爲了養成國家意識及鼓勵美國的作家，用版權來激起作者與出版家利潤上的動機，同時由於印刷中心與銷售孔道的擴張，現代化的美國印刷業，已在十八世紀晚期及十九世紀早期開始成形，一些現代化的出版商已成雛型。但仍因缺少國際版權大會，而導致一些英國作家作品仍盛行於美國市場上，因爲他們的作品可以盜印，即使付錢也付得很少，使得美國作者在出版者眼中並無吸引力。同時，美國作家的作品在第一版時雖有利潤，以後就幾乎收不到錢了，這種情形一直沿續到一八九一年。

十九世紀早期，由於交通與技術的改進，形成了今日出版商的模型。谷騰堡的移動印刷一直到十九世紀仍在使用，一八一四年出現鋼版印刷(Steel engraving)。一八三〇年首度自動平版印刷(automatic, flat-bed press)，接著是在內戰之後，自動迴轉機(self-feeding rotary)印刷術的革新。出版家們都很少擁有他們自己的印刷工廠，因此都很願意使用一些更新的、更有經濟生產價值的方法，這種情形刺激了印刷工業的發展，提昇也鼓勵了更多的出版家來處理他們自己的印刷。戰爭似乎也刺激了業者的銷售，也許受到更多家庭影響，及沒有其他可追尋的，或軍隊爲消遣緣故，而使得書本銷售上漲。第二次世界大戰造成今日廣大市場平裝書的盛行，因爲這些平裝書都是賣給士兵看的，當初美國內戰時，就已孕育了十九世紀晚期的「一毛錢小說」(dime novel)的盛行，其實一毛錢小說提升了教育水平，幫助擴大閱讀率，沒什麼不好。

一、統一的早期例子

十九世紀是工業快速成長的時期，也是今日較大出版商的成型期，但也是要命的競爭和獨佔發展的時期。

一八八九年廉價翻印是由詹姆斯勒衛 (James W. Lovell) 所形成的，因為那時發行機能過度貪心，回報高而獲利少，他的美國書籍買通了二十一家出版者，此二十一家出版者或者願意加入此組織，或是離開此行業，到了一八九〇年，他的組織已可能是美國最大的出版商。一八九一年很多其他的出版商也開始印行低價平裝書，使勒衛破產了，一八九三年由他的上級取代，由於他的投資者清償債務及一八九一年的版權法的限制，而結束了此行的一個中間過渡期。

教科書市場也有這種情形，一八七〇年學校教科書出版局是由伯尼斯 (Barnes) 領導，出版局的會員們在一八七〇年同意中斷直接出售而改採郵購，且限制折扣，但出版局徒勞無功在一八七七年解散。

一八九〇年重要的教科書出版商聯合起來成立美國圖書公司 (American Book Company)，它是由當時的紐約愛文生公司 (Iverson, Blakeman & Company)、辛辛那提的衛安衛普 (American Publishers Association) 兩家大公司及另外五家公司合併，幾年後吸收了大約三十幾家公司。到了一八九〇年中期，美國圖書公司據報導已控制了全國教科書交易的百分之九十三以上。

後來美國圖書公司的命運雖沒以破產結束，但美國圖書公司企圖獨佔市場的企圖卻是失敗的。到了一八九〇年代，美國圖書公司的市場銷售率已由百分之九十降到百分之六點四，到了一九六六年也許僅及百分之三點六。

由歷史可明白，出版業很難用長久的權力建立獨佔事業，起碼，假如他們的目的是放在歛財上，而不是爲人民著想上。

叁 書籍的數量成長率

由於缺少工商業歲收資料，我們要調查書籍數量，只有從每年出版的新書目錄中，去尋找出版業的狀況。

一八八〇年到一九一〇年有成長趨勢，而一九一〇年到一九四五年有降低趨勢，到了一九四五年又出現一個成長的浪波。其成長統計大約如下：

年代平均數

一八八一~八五
一八八六~九〇
一八九一~九五
一八九六~一九〇〇
一九〇一~〇五
一九〇六~一〇

新書與版本

三,六一二
四,四六三
四,九二三
六,四三九
八,〇四八
一〇,〇七七

一年成長複合

(一八八一~一九一〇)

一九一一~一五	一一,二〇〇
一九一六~二〇	九,三五二
一九二一~二五	八,八八三
一九二六~三〇	一〇,一二九
一九三一~三五	八,八八〇
一九三六~四〇	一〇,八七七
一九四一~四五	八,四九六

年 成 長 複 合

(一九一一~一九四五)

一九四六~五〇	九, 七四六
一九五一~五五	一一, 九二七
一九五六~六〇	一三, 八〇六
一九六一~六五	二四, 五五九
一九六六~七〇	三〇, 九七〇
一九七一~七五	三九, 一八三

年 成 長 複 合

(一九四六~一九七五)

一九七六	三五, 一四一
一九七七	三五, 四六九

十九世紀晚期的浪潮與二次世界大戰的擴充，使得低價書大肆盛行，十九世紀的「一毛小說」及二十世紀大量市場的平裝書盛行，而一八九〇年和一九六〇年這兩個時期都是合併盛行的時代，而一八八〇至一九一〇年及從一九四五年以後，也都是劇烈競爭的時期。

二十世紀初期，今日的許多大出版業已成形，而此時許多銀行家投入此業，他們的主要目的是爲了營利。而許多大書店的削價，導致形成「美國出版家聯合會」(American Publishers Company)和美國賣書者聯合會 (American Booksellers Company) 維持零售價格。但會員們拒絕折扣出售，像著名的公司 R. H. Macy 公司，這種爭議甚至上了最高法庭的訴訟中，最後 Macy 公司獲勝，導致了出版者聯誼會的解散。

一、契尼 (Cheney) 的研究

一九三一年，在美國大蕭條期 (Depression) 中，全國出版商聯合會支助出版了「契尼對一九三〇至一九三一年書業的經濟調查」(O. H. Cheney's Economic Survey of the Book Industry 1930-1931) 這是第一次做這種研究，也是直到近年來保存著的第一本這樣的研究。

書籍製造業的調查年歲收，是由一九二九年的一億九千九百萬跌至一九三〇年的一億四千六百萬，而書籍產品也有一九二九年的二億三千五百萬降至一億五千四百萬，同時據估計有二百一十七個出版商，大約生產五本或超過五本的新書。

從一九二五年到一九三〇年，出版商生產了超過平均五本以上的書。在每一年中，他估計大約

有百分之十的出版商，擔任了書籍百分之四十八到百分之五十的出版工作，而另有百分之十七到二十二

十二的公司，出版另外百分之五十的書籍。每一年十個主要領導出版公司，出版了全部百分之三十

三到三十七的書籍。下表是一九二五到三〇年在書籍生產數量上的統計：

年代	公司數量	交易價值	最大的公司				
			4	8	10	20	50
一九二五	(無記錄)	(無記錄)	(以百萬為單位) 對書籍的百分比來計算				
~三〇	(無記錄)	(無記錄)	20%	30%	35%	49%	63%
百分比以交易算							
一九五四	八〇四	\$665.4	18%	28%	41%	(無記錄)	
一九五八	八〇三	1,010.7	16	26	45	65	
一九六三	九三六	1,547.8	18	29	52	73	
一九六七	九六三	2,255.3	16	27	52	75	
一九七二	一,一〇〇	2,915.4	16	27	52	75	

契尼經過一九二五至三〇年，對出版家穩定的成長數量做了以上的結論，但此業被大蕭條所深深襲擊，但卻有少數出版商仍做得開生意，且有一部份新公司開始創立。

肆 專業的發展

在二次世界大戰時，此業快速成長，尤其是在教科書方面，但此業的領導者，仍預測到今日所發生的許多問題，一九四九年，查理龐德 (Charles F. Bound) 做了以下評論：

△「好的出版商知道此業無利可圖」。

△「不論售出記錄仍很高，但書業已面臨一種危機，危機來自原料與勞工的缺乏，假如不提高零售價格，這個問題就無法解決了，但此問題的答案是否定的，因為書價早已提高到出版商所敢提高的程度，且已超過了購買者的標準，且明瞭此業的人也知道，假如價格再提高下去，勢必把自己擠出市場之外了。」

△「此業面臨的最大問題是不能獨佔，但又不能合作。」

△「書籍買賣的發行混亂是整個出版業最大且最頭痛的問題。」

在龐德寫完此些話時，卻開始了出版業有利可賺的生長期，主要浪潮是由於教科書的印行，許多其他書商也開始印起教科書來，尋求大眾資金入夥也開始成長。一九六〇年十月十七日，Random House 的總裁幫尼特契佛 (Bennett Chert) 將他的股票出售給公眾，他說過下面的話：

「我相信在未來幾年中，有五、六家大出版公司將要合併，以創造出版業的光景，就如同今日有許多鋼鐵廠，大汽車廠和其他的大工業一樣，而我們期望 Random House 就是其中之一。」

此時期中，經濟學家佛茲馬克勒普 (Fritz Machlup) 出版了他的論文「美國知識分佈的製造」(The Production and Distribution of Knowledge in The United States (一九六二)) 他道出「知識工業」(knowledge industry) 的名詞，並將教育、媒介、信息、機器納入其範圍之內。

已故科學研究聯合會 (Science Research Association) 創辦人兼主席來利史賓賽會說：「沒有比出版業發展得太快的事更糟。」在一八六〇年代中期很多原子公司就曾犯錯，不管出版商與出版商的合併，也許最大的交互作用的浪波，是在於電子公司與出版公司的合併，預期的電腦與教育基金的快速發展，以及人們接受以電腦為基本的學校教育。他們認為他們應提供硬體、資金和經營技術，而出版商應提供設計方程式的原始資料、市場技術和接受率，這算是一種同源合併以迎其共同市場的需求。

參加這種合併公司的包括：IBM, ITT, Litton, RCA, CBS, Raytheon, Xerox, GE, Westing house, Singer General Telephone, 和其他的公司，經由專業導致相互合併。但有些合併公司推銷學校生意時，也許由於學校人數太少或基金太少而失效時，這些合併就破裂了，其他的公司（如RCA 擁有 Random House）也瀕臨於瓦解。

此時，第二種同源合併又出現，這次是與大眾傳播媒介公司合併，例如 Time Mirror, Time The New York Times, MCA, Gulf Western, Filmways, Billboard, 及其它。

最近發生第三種合併，是引進歐洲出版商以擴大全球性市場及政治穩定地區，這種合作的公司包括德國的勃特曼(Bertelsmann)，英國的威廉卡琳(William Collins)，哈偉和林登(Howard & Wyntham)，朗格曼(Longman)摩根格平(Morgan-Grampian)，平津和平曼(Penguin and Pitman)及荷蘭的艾斯衛(Elsevier)，加拿大的湯姆遜(Thomson)公司。

一九六〇年代與一九七〇年代雖有不同形式的合併，但市場混亂如一，影響的因素包括：個人對書籍消耗量及花費量的程度、政府買書的花費完全要視人口率及入學率而定，以及新書讀者群的無法預估等。

下圖爲一九三三到一九七八年出版公司及商店的統計數字：

<u>年</u>	<u>商 店</u>	<u>出版公司</u>
一九三三	四一〇	(無記錄)
一九三五	五〇五	:
一九三九	七〇六	:
一九四七	六四八	六三五
一九五八	九〇三	八八三
一九六三	九九三	九三六
一九六七	一,〇二四	九六三
一九七二	一,二〇五	一,一二〇
一九七八	一,三五二	一,二三九

下圖爲一九六八年起組成的出版商的調查率

<u>形成年代</u>	<u>到一九七八年仍活動的數目</u>	<u>一九七七~七八已停止活動</u>
一九六八	三四	四
一九六九	六四	三
一九七〇	四〇	八
一九七一	五〇	三
一九七二	五一	三
一九七三	三五	三
一九七四	三七	二
一九七五	四六	三
一九七六	二三	二
一九七七	三四	〇
每年平均	四一	三

伍 出版書籍的角色

出版商在政府登記中是製造業，其實它算是服務業。書中提供社會所需的訊息，收集訊息資料來源，處理之後（編輯），以適應市場需要，並安排製造（印刷、裝訂）推銷它（發售與發行），在這種情形下，它很像合同者，收集並處理有用的資料來源以利應用。

下圖是一九三四到一九七七年年齡從五歲到六四歲的人口與新書比例上的比較：

年 代	新 書	所有的書	人口 (五~六四歲)	每一千人口 的新書冊	每一千人口 的總書冊
一九三四	六,七八八	—	一〇八,四六一	〇.〇六二六	—
一九四〇	九,五一五	—	一一二,五一二	〇.〇八四六	—
一九四五	五,三八六	—	一一六,四五五	〇.〇四六二	—
一九五〇	八,六三四	—	一一二,九九一	〇.〇七〇二	—
一九五五	一〇,二二六	—	一三三,三一九	〇.〇七七三	—
一九六〇	一二,〇六九	—	一四三,六五五	〇.〇八四〇	—

一九六一	一四, 二三八	—	一四六, 〇八〇	〇. 〇九七五	—
一九六二	一六, 四四八	—	一四八, 六一二	〇. 一一〇七	—
一九六三	一九, 〇五七	—	一五一, 一二二	〇. 一二六一	—
一九六四	二〇, 五四二	—	一五三, 五九七	〇. 一三三七	—
一九六五	二〇, 二三四	—	一五六, 〇二八	〇. 一二九七	—
一九六六	二一, 八一九	—	一五八, 五九七	〇. 一三七六	—
一九六七	二一, 八七七	—	一六一, 〇七八	〇. 一三五八	—
一九六八	二三, 三二一	—	一六三, 四二八	〇. 一四二七	—
一九六九	二一, 七八七	—	一六五, 六二一	〇. 一三一五	—
一九七〇	二四, 二八八	—	一六七, 五四八	〇. 一四五〇	—
一九七一	二五, 五二六	—	一七〇, 〇四二	〇. 一五〇一	—
一九七二	二六, 八六八	—	一七一, 八〇八	〇. 一五六四	—
一九七三	二八, 一四〇	三八, 〇〇〇	一七三, 二七一	〇. 一六二四	二. 二九七〇
一九七四	三〇, 五七五	四八, 〇〇〇	一七四, 八二五	〇. 一七四九	二. 三九一〇
一九七五	三〇, 〇〇四	四九, 〇〇〇	一七六, 三七六	〇. 一七〇一	二. 四三二三
一九七六	二六, 九八三	四〇, 〇〇〇	一七八, 三九五	〇. 一五一三	二. 五二二五
一九七七	二七, 四二三	四八, 〇〇〇	一八〇, 一八〇	〇. 一五二一	二. 六五二九

下圖是一九三三到一九七七年書的發售與書的商業與GNP的相互比較..

年 代	GNP	售書(AAP)	GNP 的百分比	書業全部 成交價值	GNP 百分比	書業全部 成交價值	GNP 百分比
一九三三	\$五五.八	—	—	—	—	\$ 八一.七	○.一四六%
一九三五	七二.二	—	—	—	—	一一三.〇	○.一五七
一九四〇	一〇〇.〇	—	—	—	—	一九三.九	○.一九四
一九四五	二一二.五	—	—	—	—	二九三.四	○.一三八
一九五〇	二八六.二	—	—	—	—	六一九.四	○.二一六
一九五五	三九九.三	—	—	—	—	七三二.八	○.一八四
一九六〇	五〇六.〇	—	—	\$一,二八二	○.二五三%	一,三〇三.三	○.二五八
一九六一	五二三.三	—	—	一,三六五	○.二六一	一,三八二.三	○.二六四
一九六二	五六三.八	—	—	一,五〇二	○.二六六	一,五二七.八	○.二七一
一九六三	五九四.七	\$一,六七二	○.二八一%	一,五四七.七	○.二六〇	一,五三四.六	○.二五八
一九六四	六三五.七	一,八一六	○.二八六	一,七二九.六	○.二七二	一,七二八.六	○.二七二
一九六五	六八八.一	二,〇〇〇	○.二九一	一,八一七.六	○.二六四	一,七六七.一	○.二五七
一九六六	七五三.〇	二,二七七	○.二〇二	二,〇八一.三	○.二七六	一,九九六.三	○.二六五
一九六七	七九六.三	二,三八〇	○.二九九	二,二五五.三	○.二八三	二,一三四.八	○.二六八
一九六八	八六八.五	二,五四〇	○.二九二	二,三三八.九	○.二六九	二,〇九九.四	○.二五二
一九六九	九三五.五	二,六七三	○.二八六	二,五二一.八	○.二七〇	二,四一七.二	○.二五八
一九七〇	九八二.四	二,七九八	○.二八五	二,六七七.〇	○.二七二	二,四三四.二	○.二四八
一九七一	一〇六三.四	二,九一七.八	○.二七四	二,八一四.一	○.二六五	二,七三九.三	○.二五八
一九七二	一一七一.一	三,〇一七.八	○.二五八	二,九一五.四	○.二四九	二,八五六.八	○.二四四
一九七三	一三〇六.六	三,二六八.四	○.二五一	三,一六〇.二	○.二四二	三,一四二.九	○.二四一
一九七四	一四一二.九	三,七一八.七	○.二六三	三,四〇七.七	○.二四一	三,三四八.八	○.二三七
一九七五	一五二八.八	四,一〇五.七	○.二六九	三,七八九.三	○.二四八	三,五三六.五	○.二三一
一九七六	一七〇〇.一	四,五四四.八	○.二六七	四,一七九.七	○.二四六	三,九六七.五	○.二三三
一九七七	一八八七.二	五,一二七.八	○.二七二	四,九七五.五	○.二六四	四,八八一.九	○.二五九
一九七八	二一〇四.三	五,七七二.二	○.二七四	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.

陸 市場部份

書是近年來傳播媒介中最特別的一種，任何時候我們的社會中需要訊息，就會出版一些書來適應所需。

下圖是一九七二到一九七七 (millions) 年經由不同的管道書的交易量：

Distribution Channel	Sales (Millions)						Percent Share		Growth Rate
	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1972	1977	
零售 Genl. Retail	\$ 466.4	\$ 539.8	\$ 599.8	\$ 688.8	\$ 778.6	\$ 894.7	20.0	13.7%	
大學 College Strs.	409.9	434.7	491.2	563.7	610.0	670.7	15.4	10.9	
圖書館 Librs./Insts.	284.8	283.5	276.3	313.2	330.7	358.3	8.2	5.1	
學校 Schools	610.5	649.2	696.7	728.0	729.3	801.8	18.4	5.1	
直接 Direct	802.9	854.5	970.1	986.3	1,144.2	1,227.9	28.2	9.0	
其他 Other	30.5	38.7	37.0	47.1	47.1	37.5	0.9	3.3	
國內 All Domestic	\$ 2605.0	\$ 2,800.4	\$ 3,071.1	\$ 3,327.1	\$ 3,629.9	\$ 3,990.9	91.6	8.9	
國外 Export Sales	220.2	215.1	266.5	297.9	327.1	365.6	8.4	11.8	
全部 All Sales	\$ 2825.2	\$ 3,015.5	\$ 3,337.6	\$ 3,625.0	\$ 3,957.0	\$ 4,356.5	100.0	9.2	

下圖是一九七一年到一九七七年書市場的大小，分股與成長率。

Book Publishing Market Sizes, Shares and Growth Rates, 1971

		<u>一九七一</u>	<u>一九七二</u>	<u>一九七七</u>	<u>一九七八</u>	<u>Growth</u> %
GNP	GNP (billions)	\$ 一〇六三. 四	\$ 一一七一. 一	\$ 一八八七. 二	\$ 二一〇七. 六	—〇. 三%
個人消費	Personal Consumption					
經費	Expenditures (billions)	六六八. 二	七三三. 三	一二〇六. 五	一三四〇. 一	—〇. 五
全部	All Books	二九一七. 八	三〇一七. 七	五一二七. 八	五七七二. 二	—〇. 二
教科書	Text books	八七五. 七	八七二. 二	一四〇九. 七	一五七二. 七	八. 七
中小學	El-hi	四九六. 六	五九七. 七	七四七. 三	八二三. 五	七. 五
大學	College	三七九. 一	三七五. 五	六六二. 四	七四九. 二	—〇. 二
科技	Technical, Scientific,					
專業	Professional	三五三. 〇	三八一. 一	七〇一. 〇	八〇七. 九	—二. 六
	Tech/Science	一二二. 三	一三一. 一	二四八. 九	二七七. 〇	—二. 四
	Bus/Professional	一七八. 三	一九二. 二	二八八. 八	三三六. 二	九. 五
	Medical	五二. 四	五七. 七	一六三. 三	一九四. 七	二〇. 六
宗教	Religious	一〇八. 五	一一七. 七	二四九. 〇	二七三. 八	—四. 一
	Bibles, Hymnals, etc	五四. 四	六一. 一	一一六. 五	一三四. 八	—三. 八
	Other	五四. 一	五五. 五	一三二. 五	一三九. 〇	—四. 四
一般商業	General Trade	一〇七五. 六	一一三四. 四	二一五〇. 五	二四五〇. 一	—二. 五
	Book Clubs	二二九. 五	二四〇. 〇	四〇四. 三	四六〇. 一	—〇. 四
	Mail Order	一九四. 六	一九八. 八	三九七. 三	四四一. 四	—二. 四
	Adult Hardbound	二四二. 〇	二五一. 一	四八四. 三	五六四. 七	—二. 九
	Adult Paperbound	六九. 六	七九. 九	一七一. 六	二〇五. 四	—六. 七
	Total Adult Trade	\$ 三一. 六	\$ 三三一. 一	\$ 六五五. 九	\$ 七七〇. 一	—三. 八

	<u>一九七一</u>	<u>一九七二</u>	<u>一九七七</u>	<u>一九七八</u>	Share	Growth
					%	%
Juvenile Hdbd	\$一〇八.九	\$一〇六.五	\$一二六.五	\$一三四.六	二.三	三.一
Juvenile Ppbd	二.二	四.四	二四.六	三五.八	〇.六	四九.〇
Total Juv.Trade	\$一一一.一	\$一一〇.九	\$一五一.一	\$一七〇.四	三.〇	六.三
All Trade	\$四二二.七	\$四四二.〇	\$八〇七.〇	\$九四〇.五	一六.三	一二.一
Rack Size	\$二二六.七	\$二五〇.〇	\$四八八.四	\$五四四.九	九.四	一三.三
Non-rack	二.一	二.八	五三.五	六三.二	一.一	六二.六
Total Mass Market Paper	\$二二八.八	\$二五二.八	\$五四一.九	\$六〇八.一	一〇.五	一五.〇
一般參考性 General Reference	\$三〇一.〇	\$二七八.九	\$三〇三.三	\$三五一.五	六.一	二.二
其它與小 册子 Other books and Pamphlets	六四.六	六七.九	一〇〇.八	一一四.二	二.〇	八.五
測紙 Standardized tests	二五.三	二六.五	四四.七	五二.〇	〇.九	一〇.八
大學新聞 University Press	三九.三	四一.四	五六.一	六二.二	一.一	六.八
無歸類 Not specified	一五二.〇	一六五.四	二一三.五	二〇二.〇	三.五	四.一

Sources: Association of American Publishers ; Paine Webber Mitchell Hutchins,Lnc. and Knowledge Industry Publications,Lnc. calculations. Based on preliminary Cencus Bureau estimates for 1977.

Samples of Sector Publishers Ranked by Estimated
1977 Pretax Margins

<u>Rank</u>	<u>Margin</u>	<u>Sector</u>
一	二一.五%	Mail Order Publications 郵購
二	一八.一	College Textbooks 大學的科書
三	一七.一	El-hi Textbooks 中小學教科書
四	一三.一	Professional (Total) 職業
五	一二.六	Adult Hardbound Trade 成人精裝農商業書
六	一二.五	Book Clubs 套裝書
七	一二.四	Technical & Scientific 科技
八	一一.二	Medical 醫藥
九	九.七	Trade (Total) 商業
十	九.二	Juvenile Trade 青少年交易
一一	八.五	Adult Paperbound Trade 成人平裝商業
一二	五.五	Mass Market Paperbacks 大宗市場平裝
一三	四.四	Religious Trade 宗教
一四	三.九	Business & Other Professional 商務及職業

下圖是一九七七年所評估的出版者所分銷的方式的統計：

Sources: Paine Webber Mitchell Hutchins, Lnc. calculations based on Association of American Publishers 1977 statistical report.

柒 集中的因素

一九七九年美國大通公司 (American Express Co.) 做了一個大胆的投標，MC Graw-Hill 公司投標，假如當時能達成投標，該公司就變成最大的專業出版書籍的公司了。Chilton 公司專門出版貿易類書籍，是由 ABC 所支持。其他的公司也開始合併於其他的事業機構去，於是一個大的合併浪潮，造成了集中 (concentration) 的趨勢。

下圖是一九七二到一九七七年書籍出版業的雇員人數、書的出產量，新書數目和書店數目：

Book Publishing Employees, New Titles and Establishments, 1972-1977

	一九七二	一九七三	一九七四	一九七五	一九七六	一九七七
Books Produced (millions)	一四六.一	一五二.四	一四七.〇	一四五.〇	一四六.八	一五二.五
Employees (thousands)	五七.一	五九.二	五九.四	五五.五	五八.二	五九
New Titles (Old series)	二六,八八八	二八,一四〇	三〇,五七五	三〇,〇〇四	二六,九八三	二七,四三三
(New 18-month series)					三,三五二	三,三九二
Books in Print (thousands)					四,五〇〇	四,七七八
Total Publishers as measured by						
BIP	六,一一三					七,二七九
LMP	九五九					一,三三四
Census Bureau						
Establishments	一,二〇五					一,三六六 ^a
Companies	一,一一〇					一,一五〇 ^a

a. Estimate

Sources: Bureau of the Census; Book Industry Study Group, Publishers Weekly, Books in Print, (BIP), Literary Market Place (LMP)

下圖是一九六三到一九七八年合併率

Estimated Mergers and Merger Rates, 1963-1978

Year	Mining and Manufacturing			All Mergers			Book Publishing Industry		
	Mergers	Companies	Rate (Percent)	Total	Print Publg.	Share (Percent)	Mergers	Companies	Rate (Percent)
一九六三	八六一	一九六.七	〇.四三七七%	一, 三六一	—	—	—〇	九三六	一.〇七%
一九六四	八五四	一九九.五	〇.四二八一	一, 九五〇	—	—	一八	九四三	〇.八五
一九六五	一, 〇〇八	一九九.二	〇.五〇六〇	二, 一二五	—	—	三三	九四九	二.四二
一九六六	九九五	二〇二.四	〇.四九一六	二, 三七七	—	—	三五	九五六	二.六二
一九六七	一, 四九六	三一一.四	〇.七〇七七	二, 九七五	—	—	二九	九六三	三.〇一
一九六八	二, 四〇七	三〇四.七	一.一七五九	四, 四六二	—	—	四七	九九三	四.七三
一九六九	三, 五〇七	三一六.一	一.〇六七六	六, 一〇七	一七二	二.八二%	四四	〇二三	四.三〇
一九七〇	一, 三五—	三二二.三	〇.六三六四	五, 一五二	一一七	二.二七	四三	〇五四	一.三三
一九七一	一, 〇一一	三三三.六	〇.四七三三	四, 六〇八	一〇六	三.三〇	一一	〇八七	一.〇一
一九七二	九一一	三三七.四	〇.四一九〇	四, 八〇一	九一	三.九〇	一九	一一〇	〇.八〇
一九七三	八七四	三三二.一	〇.三九三五	四, 〇四〇	九一六	三.二五	六六	一三九	〇.五三
一九七四	六〇二	三二七.三	〇.二六四八	二, 八六一	—	三.三〇	二四	一五八	三.〇七
一九七五	四三九	N. A.	—	二, 三九七	四七	〇.五	一六	一七八	一.三六
一九七六	五五九	N. A.	—	三, 三七六	五八	三.五五	一七	二八九	二.四二
一九七七	N. A.	N. A.	—	三, 三二四	五七	三.五六	二八	二一八	二.三〇
一九七八	N. A.	N. A.	—	N. A.	六五	—	二四	三三九	一.三三

N. A Not Available

Sources: Federal Trade Commission and Internal Revenue Service for mining and manufacturers and Paine Webber Mitchell
Hutchins, Inc. for book publishing industry.

下圖是書的出版者、製造者、與零售者的集中率：

Concentration Ratios for Book Publishers, Manufacturers and Retailers

Year	Percent Value of Shipments Accounted for											
	<u>4 Largest</u> Pubs. Mfrs. Rets.	<u>8 Largest</u> Pubs. Mfrs. Rets.	<u>20 Largest</u> Pubs. Mfrs. Rets.	<u>50 Largest</u> Pubs. Mfrs. Rets.								
一九五四	一八	一五	N. A.	二八	二四	N. A.	四七	三七	N. A.	N. A.	N. A.	N. A.
一九五八	一六	一五	〇	二六	三三	一三	四五	三四	一六	六五	四八	一九
一九六三	一八	一四	七	二九	三三	九	五二	三七	一六	七三	五一	三一
一九六七	一六	一五	七	二七	三三	〇	五二	三八	一七	七五	五三	三一
一九七二	一六	一九	一	二七	三七	一五	五二	四四	二〇	七五	五七	二四
一九七八 ^a	一六	一八	〇	二七	二六	一四	五五	四四	二一	八〇	六〇	二六

a. Statistical projection

Sources: Bureau of the Census, Publishers Weekly, and Paine Webber Mitchell Hutchins, Inc.

捌 未來注意力集中的可能趨勢

由統計報告中不規則的例子中分析，大概只有教科書市場會出現下跌狀況，而那些成套的書（book club）由於一些公司不斷的推出，也會有下跌狀況，而在一九七〇年代，大量市場中的平裝書看來會有所成長，而貿易、宗教、郵購和職業（專業性）的書，雖有新的一小部份競爭出現，但似乎將上漲得很快。

未來書商集中統一的展望可能要視多種因素而定，根據基本資料顯示，在一九七一到一九七七年中，大約在成人貿易平裝書、青少年大宗市場平裝書和成套的書，可能會有注意力集中統一的情形，而只有這些書才可能會有利潤可賺。

而有利潤、注意力的焦點集中之可能部份，尚包括成人買賣出版者，中型交易出版商及較小大宗市場平裝書出版者以及中小學教科書的出版者。

小型大宗市場平裝書的出版家，可能無一家可公開獨自存在，在近些年，許多這種公司都被建議合併，他們的主要問題在於發行上，因此為發行目的而應合併，雖然聯邦貿易局（Federal Trade Commission）似乎是不太贊成他們的合併，但這並不意味著沒有小型大宗市場平裝書發行者可以生存，只要有好的經營方式，好的發行安排，且在準確的地區，似乎會得到快速的成長及有利潤可言。哈林昆（Harlequin）（專印婦女愛情小說）及布藍亭（Ballantine）（專印高度科幻小說）就是成功的例子，假如由於合併而造成訊息上的真空危機，其他各型特殊化內容的書籍可能會趁虛而入。

一、中小學校讀物書版商的壓力

一些中型的出版商會在某幾類書籍上遭到壓力，但最顯著的是中小學教科書。在學校書籍上，將會出現雇用最多數量的推銷員來經營全國市場，這個數目起碼會介於一百到一百五十人之間。小公司就不得不成比例的任用衆多雇員，他們在市場上的開銷就要大增，根據 AAP 的統計，一九七七年八家小型中小學教科書發行公司在每年歲收中光是市場費用就佔去百分之二三點三，中型的發行公司佔去百分之二五點五，大型公司佔去了百分之一七點六。

贈送樣本書的消耗要佔去百分之三點四到百分之三點七。

中型教科書公司的有利之途是合併，以減少開銷，增加銷售，且使競爭性減少。

下圖是一九五八到一九七二年中各型書店與各類型書在市場上分佔銷售的情形：

Market Shares by Number of Companies and Type of Book 1958-1972

Type of Book	一九五八 (billions)	一九六三 (billions)	一九六七 (billions)	一九七二 (billions)	Rate of Rev. Growth
All Book Publishing: 全部					
Total Shipments	\$ 一,〇〇.七	\$ 一,五四七.八	\$ 二,二五五.三	\$ 二,九一五.四	七.九%
Top 4 Companies	一六%	一八%	一六%	一六%	七.九
Top 8 Companies	二六	二九	二七	二七	八.二
Top 20 Companies	四五	五二	五二	五二	九.〇
Top 50 Companies	六五	七三	七五	七五	九.一
Text books: 教科書					
Total Shipments	\$ 二八一.七	\$ 四七一.一	七三三.六	\$ 八〇九.六	七.八
Top 4 Companies	三三%	三二%	二九%	三三%	七.八
Top 8 Companies	五〇	五四	五〇	五四	八.五
Top 20 Companies	七六	八一	七九	八〇	八.四
Top 50 Companies	九三	九四	九四	九五	八.三
Technical, Scientific, 科技					
Professional Book: 職業					
Total Shipments	\$ 一一六.〇	\$ 一五六.三	二四〇.二	\$ 四〇三.〇	九.三
Top 4 Companies	二七%	三二%	三八%	三九%	一二.二
Top 8 Companies	四三	四九	五四	五七	一一.七
Top 20 Companies	七一	六八	七四	七六	一〇.一
Top 50 Companies	九一	八七	九一	九二	九.六
Religious Books: 宗教					
Total Shipments	\$ 五八.六	\$ 八一.一	一一〇.四	\$ 一三一.二	五.九
Top 4 Companies	三〇%	二二%	二七%	三六%	七.三
Top 8 Companies	四五	三七	四六	五一	六.九
Top 20 Companies	七〇	六五	七四	七六	六.六
Top 50 Companies	九〇	八九	九六	九七	六.七

	<u>一九五八</u> (billions)	<u>一九六三</u> (billions)	<u>一九六七</u> (billions)	<u>一九七二</u> (billions)	<u>Rate of Rev-Growth</u>
General Trade Books:一般商業					
Total Shipments	\$ 二七四.七	\$ 四五八.二	\$ 六五七.七	\$ 一,〇〇六.七	九.七
Top 4 Companies	三九%	三〇%	二八%	二九%	七.四
Top 8 Companies	五三	四六	四六	四七	八.八
Top 20 Companies	七二	五九	七〇	七四	一〇.二
Top 50 Companies	九〇	八九	九一	九二	九.九
General Reference Books:一般參考書					
Total Shipments	\$ 一六三.六	\$ 二〇七.三	\$ 二一六.三	\$ 二三五.二	二.六
Top 4 Companies		八七%	八一%	七一%	(〇.五)
Top 8 Companies		九六	九一	八二	(〇.三)
Top 20 Companies		一〇〇		九四	〇.五
Top 50 Companies			一〇〇	九九+	一.五
Other Books and Pamphlets:其它及小册子					
Total Shipments	\$ 九六.〇	\$ 一五四.八	\$ 二〇〇.一		N. A.
Top 4 Companies		三七%	四八%		N. A.
Top 8 Companies		四八	六一		N. A.
Top 20 Companies		六八	七八		N. A.
Top 50 Companies		八五	九二		N. A.
Book Publishing Not Specified:					
Total Shipments	\$ 二〇.二	\$ 一八.九	\$ 九七.〇	\$ 一五五.六	N. A.

Changed from Subscription Reference Books in 1972 to include dictionaries, etc.

Omitted in 1972.

Sources: Department of Commerce (William S. Lofquist, in Printing and Publishing, July, 1976):

Paine Webber Mitchell Hutchins, Inc.

二、主要的領導發行公司

一九七七年「Time」公司推出「今月之書」套裝書(Book-of-the-Month Club)使得該公司成爲最大的出版公司(以年歲收計)，在一九七八年已做到三億六千一百萬美元生意，最大筆生意來自「時代雜誌—生活雜誌」生活系列的郵購書。

商業性書籍發行公司 Little Brown 也是屬於時代(Time Inc)公司及 CBS 公司，去年的歲收雖提高了百分之十，但在銷售上卻降到第二位，第三大出版公司是讀者文摘聯合會(Reader's Digest Association)，他們出版的書，包括郵購買賣，濃縮書系，家庭修理指導及其他指導性的書籍，而其中一半書籍，讀者文摘是靠海外市場的。

麥克高高地(McGraw Hill)公司幾乎與讀者文摘平手，McGraw-Hill 是教科書公司，但有時他們也印較貴的商業與專業性的書籍。

德比利德(Doubleday)公司因出售他們昂貴的成套書籍，可做到二億七千五百萬美元生意，但由於他們另外擁有書店及印刷事業，故在一九七八年營業總額可達三億五千萬。最近該公司所走方向是大宗市場及商業性書籍。

在一九七四年時 Grolier 曾以二億四千萬的生意而邁入領導性出版公司之列，但由於一連串財務問題，且由於郵購與百科全書出版的經營不善而造成破產。

Harper & Row 在一九七八年也列入了頂尖出版公司之林。

Lippincott專門出版醫藥與大學教科書，且零星印一些宗教與商業方面書籍。Harpe & Row 與 Lippincott 合併後，生意興隆。

不管怎樣，書籍出版事業仍算小型企業，因為即使是最大的出版公司，光就書的銷售量而言，所經營的生意款額也未能躋身「五百大財富」(Fortune 500)之列。

三、主要的商業書籍出版商

商業性、小說類，非小說類書籍是適合一般人胃口的，它們的銷售量也高，可發行到全國各地去，很多人認為它們是出版業最光彩的部份。

一九七七年 Random House 戰勝 Harper & Row 公司，成為領導性的商業類出版商，但出版的新書數量不多，到了一九七八年又被合併的 Lippincott 與 Harper & Row 追回。

下列圖表就是一九七八年歲收中主要的領導性出版公司：

Leading Book Publishers, by Revenue, 1978

出版書值及歲收

Book Publishing and
Related Revenue

(millions)

新聞學研究

1. Time Inc.	\$ 360.9 ^a
2. CBS Inc.	332.0 ^a
3. Reader's Digest Assn, Inc.	306.0 ^b
4. Mc Graw-Hill, Inc.	305.3 ^c
5. Doubleday, Inc.	275.0 ^c
6. Scott & Fetzer Co, Inc.	273.0 ^{b, d}
7. Grolier, Inc.	242.8
8. Harcourt Brace Jovanovich, Inc.	236.0
9. Times Mirror Co, Inc.	214.2
10. Macmillan	207.9 ^b
11. Encyclopadia Britannica	200.0 ^c
12. Scott, Foresman	189.9
13. Prentice-Hall, Inc.	189.0 ^{c, e}
14. Harper & Row	165.8

\$ 三, 四九七. 八

Leading U.S. Adult Trade, Juvenile and Trade Paperback

Publishers, 1977 出版商	支助者 Parent	冊數 Titles	售值 Sales (millions)	國內市場百分比 Percent of Domestic Market
1 Random House	RCA	三四五	\$ 六〇.〇	九.五%
2 Harper & Row		九五〇	五八.五	九.三
3 Grosset & Dunlap Filmways		六〇八	五三.〇	八.四
4 Doubleday		六五二	四六.〇	七.三
5 Crown/Outlet		五四六	四〇.〇	六.三
6 Simon & Schuster		二〇八	三五.〇	五.五
7 Houghton Mifflin		三三三	二〇.一	三.二
Little, Brown	Time, Inc.	二七二	二〇.〇	三.二
8 Macmillan		NA	二〇.〇	三.二
Putnam	MCA	二三四	二〇.〇	三.二
1977 Sales, 10 largest trade-- publishers			三七三.〇	六〇.〇
1977 industry total			六三二.〇	一〇〇.〇

下列圖表是九七七年主要的美國成人商業、青少年和商業平裝書的出版書：

四、主要的大宗平裝書出版商

大宗市場平裝書的印行是此業中較集中的部份，其特點是容易推出及低成本，但這種書需要相當投資及大宗發行的努力，同時，出版商不能只做短期經營，必須以特殊題材來參與大宗平裝書的生意。

一九七七年 Bantam 以其長久在此業的領導地位，而做到歲收九千五百萬美元的生意，大約百分之十二是做北美生意。Bantam 主要銷路仍在國內，且以超高率超過佔第二位的 Dell 公司。下列圖表是一九七七年主要的大宗市場平裝書的出版公司及其營業：

Leading U.S. Mass Market Paperback Publishers, 1977

公司	支助者	價值 Estimated Sales (millions)	國內市場百分比 Percent of Domestic Market
1 Bantam	Bertelsmann	\$ 九五	—八%
2 Dell	Doubleday	五五	—
3 CBS (Fawcett, popular library)	Times Mirror	五三	—
4 New American Library	RCA	五〇	—〇
5 Ballantine	Gulf & Western	五〇	—〇
6 Pocket Books	Hearst	四七	—〇
7 Avon	Warner Commun-	四二	八
8 Warner	ications	二三	五
North American paperback sales		\$ 四〇四	八四
, 8 largest companies		\$ 四七七	—〇〇
Industry total			

Leading College Publishers, 1975

美國書籍與出版事業

三八五

公司 Rank Company	年收入 College Revenues (millions)	市場佔有 Market Share
1 Prentice-Hall	\$八一.五	一五.四
2 McGraw-Hill	五五.〇	一〇.四
3 CBS/Publishing Group (Holt, Rinetart & Winston, W.B., Saunders)	四一.八	七.九
4 Scott, Foresman	三五.五	六.七
5 Harper & Row	三四.三	六.五
6 Harcourt Brace Jovanovich	三二.〇	六.〇
7 John Wiley & Sons	三〇.〇	五.七
8 Macmillan	二八.〇	五.三
9 Richard D. Irwin	二四.七	四.七
10 Addison-Wesley	二二.〇	四.一
11 Wadsworth Publishing Co.	一七.五	三.三
12 Allyn & Bacon	一五.八	三.〇
13 Random House	一四.〇	二.六
14 Houghton Mifflin	一三.九	二.六
15 W. W. Norton	一一.〇	二.一
16 William	九.〇	一.七
17 W. H. Freeman	七.九	一.五
18 Little Brown	七.五	一.四
19 Charles Merrill	七.〇	一.三
20 D. C. Heath	七.〇	一.三
Total	四九五.四	九三.〇

下圖是主要的大學教科書出版商的名稱及其銷售額：

五、主要教科書的出版商

攻 討 論

今日由於多種原因，較大的出版公司不得不對他們自身的功能多做考慮，其中包括：政府對出版事業的限制、輸送消息的快速目有利可圖的新方法，現有的媒介與書籍功能的分野、媒介快速成長對書籍出版的影響，大量使用影印對書籍購買的傷害，出版事業中技術的快速改變，社會快速改變對出版事業的影響，人口的成長對出版的影響，人們口味的改變對出版內容的影響，大量閱讀人 (audience) 訊息市場的花費及其他問題，都將是未來面臨的問題，也是值得我們深思的問題。