

## 為《譯叢》找讀者

### 譚柏山

1995年起任職《譯叢》副編輯，現為《譯叢》常務編輯。

為  
書  
找  
讀  
者

為  
讀  
者  
找  
書

凡到過銅鑼灣怡和街商務書店的讀者，大概都見過那句「為讀者找書；為書找讀者」的標語，這句標語可說一語道破了書店的角色。但若再進一步說書與讀者的關係，書固然是為了讀者而出，但書出了當然不能保證讀者就會自動送上門來，所以還得主動去找讀者。

《譯叢》當初出版也是為了滿足廣大英語讀者瞭解中國文化的需要；期刊雖然也供零售，但基本上以訂閱為主，優點是有了一定數量的長期訂戶之後，讀者數字就有較大的保障。但後來逐步發展出精裝的「譯叢叢書」系列以及平裝的「譯叢文庫」系列，銷售途徑就成了爭取讀者的關鍵。雖然當初《譯叢》的銷售事宜，跟一般大學出版的書刊一樣，主要交由大學出版社處理；但《譯叢》系列的特點正在於對象除了學者以外還包括一般讀者，因此也就較早自行建立起銷售網絡——1990年代初，歐洲美洲澳洲以至本地市場都有銷售代理。當然，由於資源與人力的限制，遠在海外的市場情況只能靠代理的銷售報告反映，自然較難充分掌握。

至於本地的銷售情況，雖然 1997 以前由於有相當多操英語的外籍「過客」在本地居留就業，為英語讀物提供了一大顧客來源，但 1997 年之後這個英語讀者的圈子已日形萎縮。《南華早報》( *South China Morning Post* ) 2002 年 8 月 25 日就曾有一篇專題報導提及有關情況，更指出近年訪港的旅客近四成來自中國大陸或臺灣。說起外地旅客，抵港之後可以光顧的第一家英文書店要算是位於赤鱸角機場的 WH Smith 書店，但機場小書店出售的主要是袋裝暢銷小說之類，純文學作品自然欠奉。至於較具規模的英文書店，諸如 Swindon、Kelly & Walsh、Hong Kong Book Centre、Page One、Bookazine、Dymocks 幾家，英文書種可算應有盡有，但《譯叢》要在其中「立足」也不容易。究其原因，香港整體書市規模向來不大，文學作品的銷路就更有限；再加上本地讀者絕大部分以中文為母語，像《譯叢》這類以英語介紹中國文學作品的書刊，實難突破本地市場的先天局限。

可幸 Swindon 是本地大學的常設書店，也許因為這個緣故，《譯叢》系列得以在大學書店作長期擺賣；Hong Kong Book Centre 的反應也較佳，近期還將舊有存貨換過一批較新出版的書；Kelly & Walsh 存貨較少，而且書種也不齊全，但始終因為規模較大，亦總算為《譯叢》系列中一小部分提供了「棲身之所」。位於香港文化中心的大業藝苑，雖然以出售藝術書刊為主，但由於 1998 年作為舉行《譯叢》廿五周年書展的書店之一與《譯叢》合作愉快，彼此也就展開了長期的合作關係。大概文與藝息息相關，大業藝苑往往能找到對《譯叢》系列感興趣的讀者。

誠然，重量不重質的市場定律似乎牢不可破，但像《譯叢》這種有分量有口碑的刊物，欠缺的其實只是完善的銷售網絡。可幸時至今日，除了傳統的「有形」( bricks and mortar ) 書店以外，網上銷售方式亦方興未艾，期望去年年底在譯叢網頁上推出的電子書店能為推廣《譯叢》系列另闢蹊徑。☒

譚栢山