



明清文化传播与 商业互动研究

以徽州出版与徽商为中心

Research on the interactive relationship between
Cultural Communication and Business
during the Ming and Qing dynasties
For the center with Huizhou publishing and
Huizhou merchants

秦宗财 著

学习出版社



明清文化传播与 商业互动研究

以徽州出版与徽商为中心

Research on the interactive relationship between
Cultural Communication and Business
during the Ming and Qing dynasties
For the center with Huizhou publishing and
Huizhou merchants

秦宗财 著

学习出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

明清文化传播与商业互动研究：以徽州出版与徽商为中心 / 秦宗财著. -- 北京：学习出版社，2015. 6

(国家社科基金后期资助项目)

ISBN 978 - 7 - 5147 - 0536 - 2

I. ①明… II. ①秦… III. ①文化传播 - 关系 - 商业经济 - 经济发展 - 研究 - 中国 - 明清时代 IV. ①G129 ②F729. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 063068 号

明清文化传播与商业互动研究

MINGQING WENHUA CHUANBO YU SHANGYE HUDONG YANJIU

——以徽州出版与徽商为中心

秦宗财 著

责任编辑：刘玉芬

技术编辑：贾 茹

封面设计：杨 洪

出版发行：学习出版社

北京市崇文门外大街 11 号新成文化大厦 B 座 11 层 (100062)

010 - 66063020 010 - 66061634 010 - 66061646

网 址：<http://www.xuexiph.cn>

经 销：新华书店

印 刷：北京市密东印刷有限公司

开 本：710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张：19.75

字 数：334 千字

版次印次：2015 年 6 月第 1 版 2015 年 6 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978 - 7 - 5147 - 0536 - 2

定 价：45.00 元

如有印装错误请与本社联系调换

国家社科基金后期资助项目

出版说明

后期资助项目是国家社科基金项目主要类别之一，旨在鼓励广大人文社会科学工作者潜心治学，扎实研究，多出优秀成果，进一步发挥国家社科基金在繁荣发展哲学社会科学中的示范引导作用。后期资助项目主要资助已基本完成且尚未出版的人文社会科学基础研究的优秀学术成果，以资助学术专著为主，也资助少量学术价值较高的资料汇编和学术含量较高的工具书。为扩大后期资助项目的学术影响，促进成果转化，全国哲学社会科学规划办公室按照“统一设计、统一标识、统一版式、形成系列”的总体要求，组织出版国家社科基金后期资助项目成果。

全国哲学社会科学规划办公室

2014年7月

序一

在中国历史上，600年徽商实在是一个奇迹。

我们且不说徽商以经商人数众、活动范围广、商业资本大、经营行业多、延续时间长的独特魅力改写了中国明清经济史，也不说徽商的热心公益、仁心济世，演绎出多少感人肺腑的篇章，单论徽商与文化的关系，就是一个说不尽的话题。

徽商的重要特点是“贾而好儒”。由于受到宋代大儒朱熹的深刻影响，崛起的徽商与传统文化有着“天然”的联系。他们或则先贾后儒，或则弃儒服贾，或则亦贾亦儒，在在显示出儒商气象。所以明代中后期的著名学者谢肇淛在比较了徽商与晋商后说出这样的话：“新安（徽州）人近雅而稍轻薄，江右（山西）人近俗而多意气。”^①对徽商有着深刻了解的清代徽州人戴震也说，徽人“虽为贾者，咸近士风”^②。显然，从明到清，徽商的好儒是一以贯之的。正因为徽商“近雅”或“近士风”，所以他们和文化就结下了不解之缘。

先师张海鹏先生早在1985年就已经认识到徽文化与徽商的关系，认为徽文化之所以呈现出斑斓多彩的现象，“在某种意义上说，徽商是其酵母”^③。后来，他在《徽商与徽州文化》一文中，更是明确指出：“徽州文化的形成和发展，因素很多，而徽商的‘酵母’作用，则是重要的和基本的。”^④事实正是这样。诸如新安医学、新安画派、新安理学、徽州建筑、徽州园林、徽州三雕、徽州版画、徽州刻书、徽州盆景以及徽墨、徽砚、徽剧、徽班乃至徽菜等等，这些林林总总的文化现象，无论是物质的还是非物质的，哪一样不和徽商有着紧密的联系！哪一样不是得益

① 《五杂俎》卷之四《地部二》，按：《五杂俎》书名过去讹为《五杂俎》，应纠正。见《五杂俎》“出版说明”，上海，上海书店出版社2001年版，第74页。

② 《戴震集》（上编）卷12《戴节妇家传》，上海，上海古籍出版社2009年版。

③ 张海鹏、王廷元《明清徽商资料选编·前言》，合肥，黄山书社1985年版。

④ 《中国典籍与文化》1993年第4期。

于徽商的倡导、资助和推动!

就拿徽州刻书(徽州出版)来说,在明清史上,它就绝不能小觑。从明代中后期到清代中后期的近300年里,弹丸之地的徽州竟一直是全国刻书中心之一。据学者徐学林研究,明清两代徽州府的家刻、坊刻就超过800家,刻书品种达数千种。^①徽州刻书业不可谓不辉煌。

徽州刻书业之所以取得如此令人瞩目的成绩,这是与徽商密不可分的。好儒的徽商对文化典籍的大量需求、徽商重教兴学的代代践行,为徽州刻书业提供了极大的图书市场;徽商对典籍收藏的无比酷爱、对文学创作的热切追求,又为徽州刻书提供了丰富的稿源;徽商对宗谱纂修的重视和支持,也有力促进了徽州刻书业的发展;徽商的审美趣味,成为徽州刻书内容、形式创新的动力;徽商在外地经营的成功,引领徽州刻书家走出丛山,开辟一个新世界;徽商慷慨资助著名学者刻书,又提升了徽州刻书业的品位。更何况徽州著名盐商如程晋芳、鲍廷博、马曰琯、马曰璐本身就堪称著名刻书家了。完全可以说,徽商的经营理念、商业伦理、文化精神,已经和徽州刻书业融为一体,两者一损俱损,一荣俱荣。

徽州刻书业早已引起学者们的注意,涌现出很多优秀成果。徽商与徽州刻书的这种水乳交融的关系,近些年也引起学者的关注,开展了一些研究。但既往成果一是还停留在论文阶段,缺少系统厚实的专著;二是这些研究多从历史学的角度进行考察,视角有待创新。

令人可喜的是秦宗财博士推出了他的最新研究成果,读后令人耳目一新。宗财博士原攻历史学,从硕士起就开始关注徽商,有着较为扎实的学术功底。硕士毕业后又在出版社从事了两年编辑工作,使他对出版行业有了初步的了解。在读博期间,又继续他的徽商与刻书的研究。博士毕业后仍未停止。不久又调到新的岗位,从事文化传播学的教学和研究。这种学习和工作经历大大开阔了他的学术视野,也给了他学术灵感和研究动力。

在本书中作者试图运用文化传播学的理论和方法,以徽州出版与徽商之间的密切关系为切入点,来全面审视明清文化传播与商业互动的关系。在这一框架下,作者从徽州出版属性与徽商特色的视角,来论述明清文化传播与商人的文化自觉;从徽商与徽州出版媒介创新的视角,来

^① 参见中国出版科学研究所编,《第二届全国出版科学研究优秀论文获奖论文集》,北京,中国书籍出版社1997年版。

论述明清商业发展与媒介创新；从徽州官刻、家刻、刻工与徽商的视角以及徽州坊刻、书贾及其商业活动的视角，来论述明清文化传播主体与商业发展；从徽商、徽刻与其他区域刻书互动的视角来论述明清商业与文化传播、嬗变、重构；从徽州出版业衰落与徽商颓败的视角来论述传统媒介的困境与商人的文化迷失。可以说，本书是徽学界和出版学界第一次比较深入、比较全面地探讨了徽州出版与徽商的关系。正是这种多视角的关照，作者才有很多新的认识，而这些认识对我们都是有启发的。人们对很多事物的了解就是这样，往往视角一换，就会进入新的境界。本书的某些观点当然不能说完全正确，但作者这种跨学科研究的学术勇气和探索精神是值得称道的。

宗财博士学习刻苦，孜孜不倦，目前虽涉足一个全新的领域，但他能够很快登堂入室，探骊得珠。本书就是他的第一部专著，作为一名新兵，可喜可贺！学无止境。我衷心希望宗财能再接再厉，戒骄戒躁，百尺竿头，更进一步，向社会贡献更多更好的研究成果。在本书即将面世之际，聊写数语，以为序。

王世华
二〇一五年二月

序二

中国出版史是以历史上的出版活动为研究对象的一门专史，其研究领域可主要归纳为两个方面：其一是出版活动内部诸方面的联系，其二是出版事业与人类社会政治、经济、文化等方面的相互联系。具体地说，研究并叙述出版事业形成及发展的历史条件和具体过程，记述历史上有重大贡献的编辑家、出版家在文化创造、文化积累、文化传播方面的业绩，记述各类型重要典籍编纂出版的过程，揭示编辑出版在社会历史文化形成中所起的作用，从而揭示出版事业发展的规律，是该学科的研究内容和研究任务。

研究出版史应该有明确的目的。研究工作不应满足于对历代出版史实的钩沉索隐和对历代图书的编辑、复制、流通、管理等出版环节的阐述，理出发展头绪也仅是研究的开始。我们要站在更广阔的社会背景之下，透过纷繁复杂的历史现象，全景式审视并清理出中国出版事业的发展、变革的脉络，总结其兴变盛衰的规律，以史为鉴，指导当今中国出版事业的发展。

我国是文字和图书出现最早的国家之一，编辑出版活动源远流长，从未间断，在 3000 多年的图书出版历史长河中，中国出版造就了灿烂的辉煌，为世界文明留下了大笔宝贵的财富。在传统的出版业中，政府与民间一贯高度重视图书编撰与出版工作，这个优良的传统使得许多经典著作被一代又一代的传承下来，我国很早就萌发了爱国、爱民、追求进步的出版意识，具有强烈的社会责任感；出版家们保持了实事求是、一丝不苟的著述、编辑态度与作风；他们重视出版技术的更新，善于发明创造、重视出版经营（如书业广告、稿酬、版权等）的传统以及重视中外图书交流的传统等。

但是我们也不能仅仅局限于研究中国出版的长处和优势，过度强调中国出版对世界出版的贡献，同时也必须采用辩证的研究方法，在看到中国出版的长处的时候，还要看到一些不可避免的缺憾。我在出版史的

研究中,用一分为二的观点,坚持两分法、两点论,尤其是在对某一历史事件、历史人物进行评价时,贡献与缺憾并重,避免“一刀切”“一风吹”的片面做法,以免出现不客观、有失偏颇的情况。中国出版业的发展,取决于当时的社会经济、政治、文化发展的需要;取决于时代提供的技术条件;也取决于对以往出版经验的继承。正是由于当时种种条件的限制,中国出版业并不是那么完美无缺,也有各种遗憾的地方。中国出版史的研究就是既要让人们把视野延伸到遥远的过去,又从遥远的过去回到现实,投向未来,只有批判地继承优秀的文化遗产,吸取过去的经验和教训,才能给后人提供现实选择的历史参考,进一步推动中国出版史的发展,从而推动整个社会的进步。

国内外关于文化与经济关系的研究和讨论已有数十年,秦宗财博士《明清文化传播与商业互动研究:以徽州出版与徽商为中心》一书在充分吸收国内外已有研究成果的基础上,能够实现创新和突破。其一,在选题方面,在我国文化传播史研究中,关注文化传播与商业互动关系的成果不多。该成果以此为研究主题,深入揭示了明清文化传播现象及特征;其二,在切入视角方面,该成果以徽州刻书与徽商互动关系的视角,揭示了文化自觉、文化创新、文化传播与社会可持续发展的内在关系;从市场学的视角考察徽商文化传播行为,这于传播史研究和商业史研究均为较大推进;其三,在研究内容方面,既研究了明清时期徽州出版及出版业的创新、发展情况,研究了徽州人选择如此文化传播形式的社会、经济及文化上的根据,揭示了徽州出版在文化传播上的作用与影响,又是积极、努力地从业多元和动态的角度探讨明清文化生产、传播与商业经济的互动,在宏观定性研究和阐述的前提下,以徽州出版与徽商的关系为具体,展开了中观和微观层面的研究,提出了明清徽州文化传播商业化的概念,探讨了其实现的具体路径、形式、规模和影响,指出了商人在文化传播上的重要作用。不仅如此,作者还坚持历史辩证法的立场,一分为二地审视徽州出版与徽商的互动关系,研究了清末传统文化传播遭遇的困境及商人的文化迷失,由此进一步揭示和凸现文化传播与商业发展之间的内在互动,借此提出对我们的借鉴。其四,研究方法上,该成果综合利用传播学、历史学、文化学、社会学、市场学等多学科的理论与方法,跨学科交叉研究。该成果研究视角新颖,史料翔实,观点正确,分析充实,结构严谨,图文并茂,体现了严谨的文风、学风。该成果为当代文化发展提供了诸多借鉴价值。

文化传播与商业的关系问题既是文化传播学研究的重要内容,同时

在其他多学科也具有独特的意义。一是该书基于明清时期徽州出版和徽商的关系来考察明清文化传播与商业互动，研究上更具实证和贴近历史本身，既拓深拓宽了明清文化传播史的研究，在明清文化史、商业史、社会史等研究上也有一定的意义，同时这本身也是作为大视角研究徽学的重要成果，具有较大的学术价值。二是探讨了明清文化传播与商业经济的互动以及文化传播的商业化，对探索有中国特色的文化传播的创新发展，具有重要参考价值。三是可为当今发展文化产业、繁荣新时代的文化事业，建设文化市场，提供了一个极好的历史借鉴。四是探讨了文化传播与商人文化自觉的关系，于培育今人的文化自觉及其可持续发展，有重要史鉴价值。

进入新世纪以来，中国出版印刷史的研究呈井喷状态，硕果累累，新人层出不穷，深感欣慰。我期待着有更多的好作品问世。

肖东发

2014年12月22日于北大燕园

目 录

引 言	(1)
-----------	-------

第一章 明清文化传播与商人的文化自觉：徽州出版属性与

徽商特色的视角	(11)
一、徽商好儒与出版传播特征的契合关系	(12)
(一) 徽商好儒与出版传播属性的内在契合	(12)
(二) 徽商因“儒”而热衷刻书业文化	(13)
(三) 徽商因“利”而从事图书贸易	(15)
二、徽州出版对徽商的影响	(17)
(一) 徽州出版的发展扩大了徽商经营范围	(17)
(二) 徽州出版对徽商好儒的促进作用	(19)
(三) 商业书对徽商商业教育的重要意义	(20)
(四) 家族谱牒巩固并强化了徽商的宗族关系	(21)
(五) 徽州出版对徽商资本积累的影响	(22)
三、文化传播与商人的文化自觉	(23)
(一) 儒学传播与徽商文化信仰	(24)
(二) 儒学传播与徽商对商人地位的认知	(26)
(三) 徽商对文化与经济互动的清晰认识	(27)
(四) 儒商营造出的良好社会风尚和后代教育导向	(27)
(五) 徽商的重儒好学与经营谋略	(29)

第二章 明清商业发展与媒介创新：徽商与徽州出版

媒介创新的视角	(31)
---------------	--------

一、明清徽州出版媒介创新	(31)
--------------------	--------

(一) 内容(选题)的创新	(31)
---------------------	--------

(二) 出版技术的创新	(39)
-------------------	--------

(三) 装帧版式的创新	(43)
-------------------	--------

(四) 出版发行的创新	(48)
-------------------	--------

二、徽州出版创新与徽商经济的关系	(51)
------------------------	--------

(一) 徽商为徽州出版创新创造了条件	(51)
--------------------------	--------

(二) 徽商藏书著述推动了出版创新	(54)
-------------------------	--------

(三) 徽商经营文化有助于徽州出版创新	(56)
---------------------------	--------

(四) 徽商带动了徽州出版的外向发展	(58)
--------------------------	--------

三、文化媒介与商业经济的互动	(60)
----------------------	--------

(一) 经济繁荣是文化创新的基础	(60)
------------------------	--------

(二) 文化媒介对经济发展的推动	(61)
------------------------	--------

(三) 经济发展与文化传播的相互转化	(62)
--------------------------	--------

(四) 市场赋予了文化创新的活力	(62)
------------------------	--------

第三章 明清文化传播主体与商业发展(上):徽州官刻、

家刻、刻工与徽商的视角	(64)
-------------------	--------

一、明清徽州官刻与徽商的互动	(64)
----------------------	--------

(一) 明清徽州官刻发展概况	(65)
----------------------	--------

(二) 徽商支持徽州官刻	(68)
--------------------	--------

(三) 襄助官刻对徽商发展的影响	(71)
------------------------	--------

二、明清徽商与徽州家刻	(73)
-------------------	--------

(一) 明清徽州家刻发展概况	(73)
----------------------	--------

(二) 徽商促进了家刻的繁荣	(105)
----------------------	---------

(三) 家刻对徽商发展的影响	(112)
----------------------	---------

三、明清徽商与徽州刻工	(119)
-------------------	---------

(一) 徽州刻工的发展概况	(119)
---------------------	---------

(二) 徽商与徽州刻工发展的关系	(126)
------------------------	---------

四、文化传播（非商业性）主体与商业的互动	(132)
（一）非商业性传播主体的社会价值观对商业道德的引导与规范	(132)
（二）商业浪潮对（非商业性）传播主体的冲击	(135)

第四章 明清文化传播主体与商业发展（下）：徽州坊刻、

书贾及其商业活动的视角	(139)
一、明清文化的商业化传播	(140)
（一）明清商业出版之流变：以坊刻为中心	(140)
（二）坊刻的市场宣传：徽州坊刻图书广告及其特色	(145)
（三）明清徽州书坊的版权保护问题：反盗版与盗版	(152)
二、徽商与徽州坊刻的互动	(158)
（一）以徽商为中心的读者群体	(159)
（二）徽商的图书需求对徽州坊刻的推动	(166)
（三）坊刻是徽商从业的重要部分	(167)
三、徽州本土坊刻与外埠徽人坊刻	(169)
（一）明清徽州本土坊刻概况	(169)
（二）明清外埠徽州坊刻概况	(176)
（三）两种坊刻的内在关系	(178)
四、徽州坊刻的图书生产状况	(180)
（一）徽州坊刻的生产流程	(180)
（二）徽州坊刻的人员结构	(185)
（三）徽州坊刻的图书质量	(186)
五、明清图书市场与徽州坊刻	(187)
（一）明清国内图书市场的概况	(189)
（二）徽州与各地图书市场的关系	(197)
（三）徽州坊刻的特色与经验	(199)
六、徽州书贾的市场购销	(203)
（一）徽州书贾的市场类型	(203)
（二）徽州书贾的市场活动	(204)

第五章 明清商业与文化传播、嬗变、重构：徽商、	
 徽刻与其他区域刻书互动的视角	(207)
一、文化与商业联动：徽州坊刻与其他地区	
坊刻互动的视角	(207)
(一) 外埠徽州坊刻的推动作用	(207)
(二) 徽州坊刻与其他地域坊刻刻风的融合	(208)
(三) 徽州坊刻与其他地区坊刻在竞争、融合中提升	(209)
二、嬗变与重构：以徽商、徽刻在江南刻书市场的	
联动为视角	(210)
(一) 明清江南地区是徽人活跃之地	(210)
(二) 徽商、徽刻与江南刻书的联动	(213)
三、商业文化传播：徽州商业书的出版分析	(221)
(一) 明清徽州商业书的出版	(221)
(二) 徽州商业书的选题类型及传播主客体	(223)
(三) 徽州商业书的出版目的及出版形式	(225)
(四) 徽州商业书的主要内容	(225)
(五) 徽州商业书的编写体例	(227)
(六) 徽州商业书的出版价值	(228)
第六章 清末传统媒介的困境与商人的文化迷失：徽州	
 出版业衰落与徽商颓败的视角	(230)
一、清后期徽商颓败略述	(230)
二、徽州出版业衰落的表现	(232)
(一) 传统徽刻不能适应近代出版印刷业发展的要求	(233)
(二) 徽州官刻的式微	(234)
(三) 徽州家刻、坊刻的蜕变	(235)
三、徽州出版的衰落与徽商的关系	(241)
(一) 相关徽商行业的败落造成了出版发展的困境	(241)
(二) 徽商衰落使徽州出版失去了有力的经济支撑	(242)
(三) 失去徽商的支撑，徽州刻工也难以为继	(244)

四、传统儒学发展观的落伍、传统文化传播的 困境与徽商的文化迷失	(245)
(一) 传统儒学发展观的落伍与传统文化传播的困境	(245)
(二) 徽商的文化迷失	(246)
 第七章 商人的文化传播：徽商刻书个案研究	(248)
一、吴勉学刻书活动及其特色	(248)
(一) 吴勉学的刻书活动	(248)
(二) 吴勉学的刻书特色	(251)
二、张潮刻书活动及其特色	(254)
(一) 张潮的刻书活动	(255)
(二) 张潮的刻书特色	(255)
三、“扬州二马”刻书活动及其特色	(259)
(一) “扬州二马”的藏书与刻书	(259)
(二) “扬州二马”的刻书特色	(261)
四、李宗熠刻书活动及其特色	(266)
(一) 李宗熠的刻书活动	(266)
(二) 李宗熠的刻书特色	(268)
 结 语	(271)
 图表索引	(276)
 主要参考文献	(278)
 索 引	(287)
 后 记	(290)

Contents

Introduction	(1)
 Chapter One Cultural Communication in Ming and Qing Dynasties and Cultural Awareness of Merchants: from perspective of Huizhou publishing property and merchants' characteristics	 (11)
1. The Interactive Relation between Huizhou Merchants' Preference for culture and Publishing Communication Features	(12)
1) The internal links between Huizhou merchants' preference for culture and publishing communication property	(12)
2) Huizhou merchants' love for the traditional Publishing cultural due to Preference for culture	(13)
3) Huizhou merchants' engagement in the books trade for profits	(15)
2. The Influence of Huizhou Publishing Industry to Huizhou merchants	(17)
1) The progress of Huizhou publishing industry helped extended Huizhou merchants' business scope	(17)
2) Huizhou publishing industry's promotion to Huizhou merchants' preference for culture	(19)
3) The essential significance of business books to Huizhou merchants' business education	(20)
4) The genealogical trees consolidate and intensify the clan relations of Huizhou merchants	(21)

5) The influence of Huizhou publishing industry to Huizhou merchants' capital accumulation	(22)
3. Cultural Communication and Merchants' Cultural Awareness	(23)
1) The dissemination of Confucianism and cultural beliefs of Huizhou merchants	(24)
2) The dissemination of Confucianism and Huizhou merchants' awareness to its status	(26)
3) Huizhou merchants' distinctive cognition to the interaction between economy and culture	(27)
4) The favorable social customs that Confucian merchants created and its descendants' education guidance	(27)
5) Huizhou merchants' curiosness and their management strategy	(29)

Chapter Two The Commercial Development in Ming and Qing Dynasties and Medium Innovation: from perspective of Huizhou merchants and medium innovation of Huizhou publishing industry

(31)

1. The Medium Innovation of Huizhou Publishing Industry in Ming and Qing Dynasties	(31)
1) The innovation of content (topics)	(31)
2) The innovation of publishing technology	(39)
3) The innovation of layout and format	(43)
4) The innovation of publish and issue	(48)
2. The Relations between the Innovation of Huizhou Publishing industry and Huizhou Merchants' Economy	(51)
1) Huizhou merchants paved the way for the innovation of Huizhou publishing industry	(51)
2) Huizhou merchants' collection of books and their writings pushed forward the innovation of publishing	(54)
3) Huizhou merchants' management of culture contributed to the innovation of Huizhou publishing industry	(56)
4) Huizhou merchants animated the outward orientation of Huizhou publishing industry	(58)