

中国编辑出版史研究

(第一卷)

中国编辑学会编辑出版史专业委员会 编



九州出版社
JIUZHOU PRESS

中国编辑出版史研究

(第一卷)

中国编辑学会编辑出版史专业委员会 编



九州出版社
JIUZHOU PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

中国编辑出版史研究. 第一卷/中国编辑学会编辑出版史专业委员会编. —北京: 九州出版社, 2009. 11

ISBN 978 - 7 - 5108 - 0218 - 8

I. 中… II. 中… III. ①编辑工作 - 文化史 - 中国 - 学术会议 - 文集 ②出版工作 - 文化史 - 中国 - 学术会议 - 文集
IV. G239.29 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 188985 号

中国编辑出版史研究 (第一卷)

作 者	中国编辑学会编辑出版史专业委员会 编
出版发行	九州出版社
出 版 人	徐尚定
地 址	北京市西城区阜外大街甲 35 号 (100037)
发行电话	(010) 68992190/2/3/5/6
网 址	www.jiuzhoupress.com
电子信箱	jiuzhou@jiuzhoupress.com
印 刷	北京振兴华印刷有限公司
开 本	720 × 1100 毫米 1/16
印 张	20.5
彩 插	1
字 数	320 千字
版 次	2009 年 11 月第 1 版
印 次	2009 年 11 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5108 - 0218 - 8
定 价	60.00 元

★ 版权所有 侵权必究 ★

《中国编辑出版史研究》

编 委 会

顾 问：吴道弘 陶信诚

主 编：冯志杰 范继忠 章宏伟

编 委(以姓氏笔画为序)：

叶 新 冯志杰 刘立德 吴道弘

范继忠 郇中建 陶信诚 章宏伟

秘 书：刘 峰

序

在人类文明的征途上，编辑出版无疑是文明进步的重要推动力量。从一定意义上讲，没有编辑出版，就没有当今的人类文明。编辑出版作为思想、文化、科学、技术的传播手段，使一切文明成果实现在空间内的广泛扩散和世代间的历久传承，促进精神创新成果的广泛应用，进而推动整个人类文明的进步。有人说，“书运”即国运，“文脉”即国脉，这话虽有些夸张，但确有其道理，因为文化作为精神力量，对经济社会发展具有强大的推动作用，而经济社会的繁荣又促进文化的发展。不论是“书运”，还是“文脉”，都离不开编辑出版，离不开编辑出版人的劳动和智慧。中华文明之所以源远流长，从五千多年前传承至今，并不断得到发展，成为世界上唯一没有中断的文明，编辑出版对此发挥了不可替代的作用，做出了不可磨灭的贡献。

编辑出版活动在人类文明的旅程中至少具有以下四方面的作用：一是从人类浩瀚的思想创造中筛选出有益的成果，通过传播为人类进步提供精神动力；二是对筛选获得的内容加以优化、完善，以便实现其规范、高效传播；三是对筛选和优化后的内容通过介质复制，以一定的载体形式实现空间范围的广泛传布；四是借助传播载体实现文化的世代间传承，为未来文明的发展提供借鉴和启迪。总之，编辑出版把精神创新成果汇入人类文明的长河，并为人类文明发展提供精神

动力，用前人的智慧之光照亮历史前进的旅程。

我国几千年的文明史始终与编辑出版密切相联系。从上古时期出现的简牍帛书到中古时期的雕版、活字印刷品，从近代的机械印刷复制品到时下的多媒体及数字制品，无不是编辑出版的产物，它们对中华文明的进步和复兴发挥了并将继续发挥重要作用。我国古代的孔孟学说、道家思想等精神成果，所以能够流传至今，并且曾在几千年的封建统治时期一度成为主要思想流派，编辑出版发挥了其独有的作用；中国近现代乃至当代引进传播先进科学技术，推动了中华民族的科学觉醒与科学自觉，编辑出版亦功不可没；而近现代史上中华民族的政治觉醒、民族独立和国家富强的奋斗历程，同样离不开编辑出版对先进思想特别是对马克思主义学说的传播。编辑出版时刻伴随着中华文明前进的步履。由此可见，开展编辑出版史研究有着重要的历史和现实意义。

中国编辑学会编辑出版史专业委员会，作为中国编辑学会的二级学术机构，在学会的统一领导下，团结全国广大编辑出版史研究和教学工作者，积极开展多种形式的学术活动，以学术交流推动学术研究，促进编辑出版史研究的不断深入和学术繁荣。专业委员会自成立以来，已经举办编辑出版史学术研讨会、座谈会十余次，涌现出了一批质量较高的研究成果，为当今的编辑出版实践提供了有益的借鉴。

为进一步推进编辑出版史研究的深入开展，搭建研究成果交流和发布平台，编辑出版史专业委员会于2006年做出两项重要决定：一是每两年召开一次全国性的学术研讨会和一次专家学术座谈会，两者隔年交替进行；二是出版编辑出

版史研究论集，论集的文章主要选自学术会议的文章，原则上每两年出版一卷。专业委员会力图把两个学术会议和学术论集打造成编辑出版史研究和教学人员交流新进展、展示新成果的平台，以此推动我国的编辑出版史及其相关领域的学术研究，努力推进我国文化的发展与繁荣。读者面前的《中国编辑出版史研究》（第一卷），所收集的主要是于2007年11月15-18日在北京举办的“全国编辑出版史与中华文化学术研讨会”的学术论文，内容包括编辑出版史基础理论、编辑出版物、编辑出版人与编辑思想、编辑出版机构，以及编辑出版活动对中华文化的影响等若干领域。

以史为鉴，古为今用，这是我们研究一切历史问题的基本态度。编辑出版史作为一个专业史研究领域，也不例外。目前，我国正处在改革开放的关键时期，全面建设小康社会，实现广大人民群众的基本文化权益，推进社会主义文化大发展大繁荣，是新时期编辑出版工作者面临的历史任务。作为文化传播活动主体之一的编辑出版工作者，要履行好自身的使命，必须处理好创新与继承的关系，深入研究我国悠久的编辑出版史，从而为当今的文化创新特别是编辑出版事业的发展繁荣提供历史借鉴。

经过广大编辑出版史研究人员十几年的努力，编辑出版史研究取得了长足进展，不仅取得一批有较高学术价值的研究成果，而且形成了一支有较高学术水平的研究队伍，编辑出版史已经成为编辑出版学科研究的一个热点领域。这些成绩的取得，离不开中国编辑学会领导的大力支持，也是编辑出版史领域的专家学者共同努力的结果。

在《中国编辑出版史研究》（第一卷）付梓之际，我们对中国编辑学会领导长期以来给予的关心和支持表示衷心感谢，对吴道弘、陶信诚等老一辈专家为编辑出版史专业委员会所作出的贡献表示真挚的敬意。《中国编辑出版史研究》将在今后以连续出版物形式陆续出版，愿全国编辑出版史专家学者用自己的辛勤汗水精心培育这棵新苗，希冀她茁壮成长！

虽然编委会尽了最大努力，但文集难免还有疏漏和错误，望专家、学者批评指正。

A stylized handwritten signature in black ink, likely belonging to Wu Daohong, the editor-in-chief mentioned in the text.

2009年10月16日

目 录

序	冯志杰 (1)
---------	---------

编辑出版史基础理论

中国出版史的对象、范围与分期——关于编撰中国古代

出版通史的基本看法	刘光裕 (1)
-----------------	---------

论编辑出版历史观中事实与逻辑的统一：从甲骨卜辞版的

复制问题谈起	王振铎 孟玉静 (14)
--------------	--------------

编辑学：从萌发、崛起到走向成熟	邵益文 (25)
-----------------------	----------

“出版”溯源与中国出版活动的演变	于翠玲 (52)
------------------------	----------

媒介形态变化对出版史研究提出的新问题	杜 敏 (62)
--------------------------	----------

编辑出版物·图书

《儒林外史》中的编辑资料研究	周 康 潘小旋 (71)
----------------------	--------------

明代市民读物初探	缪咏禾 (82)
----------------	----------

《金匱玉函经》著录考	赵安民 (96)
------------------	----------

浅谈连环画复兴后的快速衰落	温 君 (108)
---------------------	-----------

民国初期商务印书馆中小学教材出版述略	曹 萍 (116)
--------------------------	-----------

编辑出版物·期刊

《禹贡》半月刊学术源流探析	刘 峰 (124)
---------------------	-----------

编辑出版物·报纸

唐代与宋代报纸之比较	康 娜 (133)
------------------	-----------

浅析宋明官报的传抄与发行制度	薛 凝 (138)
----------------------	-----------

清末少数民族文字白话报刊述略	刘兰肖 (145)
----------------------	-----------

编辑出版机构

中国科学社及其出版活动简述	林丽成 (151)
敢问书业路在何方——贵阳文通书局引出的思考	梁茂林 (167)
抗战时期的桂林文化供应社	吴永贵 缪志娟 (176)

编辑出版人与编辑思想

叶圣陶教材编辑活动与思想研究	刘立德 (189)
郑振铎与编辑出版	李自典 (200)
杜亚泉的编辑生涯述略	施亚西 田建业 (210)
万国鼎编辑出版活动对中国农学遗产传承的贡献	陈少华 王思明 (219)
史学大师万斯同的编辑取向	赵连稳 (229)
小人物何以能够做成文化大生意	何明星 (236)

编辑出版与文化传播

浅论宋代出版对宋诗的影响	陈 静 (246)
《点石斋画报》与上海近代城市文化传播	范继忠 (256)
明末清初的女性创作出版	夏云峰 王京山 (268)

科技编辑出版发展史

中国近代科技出版产生的历史条件与社会动力	冯志杰 (278)
----------------------------	-----------

少数民族语言编辑出版

清代前期的满文教育与满文出版	章宏伟 (285)
----------------------	-----------

编辑出版史基础理论

中国出版史的对象、范围与分期

——关于编撰中国古代出版通史的基本看法

刘光裕

一般说，古代出版史就是书籍出版史。古代研究书籍的学问称书志学。在书志学中，出版史与目录学、版本学、校雠学、文献学相比，与书籍史、刻书史相比，都是十分年轻的学科。众所周知，建设新学科的首要任务是确定学科的对象与范围；有关对象、范围的任何不科学或不恰当，都将妨碍学科建设。从历史上看，并不是有了文字就一定有书籍，也不是有了书籍就一定有出版。最早的出版，本是书籍传播活动发展到一定阶段的产物。这里，涉及如何理解出版概念。科学界定出版概念，是界定出版史对象、范围的出发点。出版活动是社会生活的一部分，出版活动在任何时候都不能脱离社会环境的影响与制约。社会环境对出版的存在方式、发展演变以及成就与不足等，常常有重大影响或决定性影响。鉴于此，出版史的范围除了历史上出版的基本过程、重要人物、重要事件外，还必须包括社会历史环境，特别是给出版以重大影响的经济、文化、技术等社会因素。确定了出版史的对象、范围，才能有的放矢地搜集资料，避免事倍功半。在搜集大量资料的基础上，进而考察出版的产生发展与历史演变。再根据出版自身在发展演变过程中表现出来的阶段性特征，做历史分期的工作。本文历史分期的主要根据并非社会发展阶段或朝代更替，而是出版自身的阶段性特征，以体现出版从无到有，从小到大，从古典到现代的历史过程。

一、关于出版概念

出版概念是考察出版史的出发点，有什么样的出版概念，大致就有什么样的出版史。学术界提出的出版概念很多。然而，就出版概念如何表述出版过程看，当今世界上的出版概念主要是两大类：一类为两要素说；另一类为三要素说。

所谓两要素说，是根据复制与发行这两项来界定出版概念。例如，《世界版权公约》1971年巴黎文本之第六条：“本公约所用的‘出版’一词，系指以一定有形方式复制某作品，并将复制本在公众中分销，以供阅读，或以其他方式观赏。”^①《伯尔尼公约》1971年巴黎文本之第三条第三款：“就作品的性质而言，无论复制本以何种方式制作，只要可以满足公众的合理需求，即构成出版。”^②上面两个国际公认的版权公约都认为，将作品复制了，并且发行了，就是“出版”。换言之，兼具复制、发行这两项就是出版。这就是两要素说。世界上许多工具书都以两要素说界定出版，具体表述不同，恕不一一列举。

所谓三要素说，是根据编辑、复制、发行这三项来界定出版概念。例如《大不列颠百科全书》（1973年）“出版”条说：“出版是对书写的著作物的选择、复制与发行。尽管它在现代依赖于印刷与纸张，但它的产生比两者都要早。”^③上面所说“选择”，代表出版过程中的编辑。《中华人民共和国著作权法实施条例》第五条第五款：“出版，指将作品编辑加工后，经过复制向公众发行。”以上两例都认为，兼具编辑、复制、发行这三项就是出版。这就是三要素说。世界上许多工具书都以三要素说界定出版，具体表述不同，恕不一一列举。

中国古代的出版概念，是两要素说。最早，宋代出版物上的新词如

① 林穗芳来信指出，《世界版权公约》1971年巴黎文本第六条中“分销”一词，英文为 distribution，中文译文以“发行”为是。从中文词义看，发行可以包括分销，分销不可包括发行。

② 林穗芳《有关出版史研究的几个问题》（《出版史料》2003年第3期）认为《伯尔尼公约》这段话是对“已出版的作品”的解释，并不是直接给出版下定义，可参考。

③ 译文转引林穗芳《明确“出版”概念，加强出版学研究》，载《中外编辑出版研究》，华中师范大学出版社1998年版，第25页。

“刊行”“印行”“板行”“梓行”等,^①现在看来都是“出版”的意思。这些宋代新出现的词语中,“刊”“印”“板”“梓”等,系指印刷,就是复制;“行”,为行布,大致相当于发行。不过,古人经常略去“行”字,单以“刊”“梓”“雕印”“镂版”等代表出版。略去“行”字的原因,主要是受观念上重刊刻而轻发行的影响,也是社会观念中轻商或贱商的一种表现。观念上轻视发行,不等于不存在发行。略去“行”字,仅以“刊”“梓”“雕印”等表示出版,并不说明在完整的出版概念中完全没有发行的地位。

将两要素说与三要素说做比较,两者的区别仅在于有无编辑这一项。在现代社会,编辑、复制、发行是出版过程中最重要的三个基本环节。此外,出版过程还存在其他环节,如管理、物流、科研、教育等。从历史上考察,各国古代最早的出版活动大都没有编辑这一环节;在现代出版中,编辑已成为不可或缺的重要环节。编辑并不是也不可能是出版诞生的标志,它是出版成熟或趋于成熟的标志。没有编辑的出版活动普遍存在于古代。而《世界版权公约》与《伯尔尼公约》都根据两要素说界定出版,说明现代社会同样存在没有编辑的出版活动。一般说,两要素说代表早期的或起码的出版活动;三要素说代表成熟的出版活动。研究出版史需以三要素说作为出发点,考察历史上包括两要素在内的所有出版现象,进而探讨出版活动产生与发展的历史过程。这里要说明,出版概念中的编辑,理所当然是出版编辑,不能是别的什么编辑。当今学术界所说编辑有两种:一是作为出版工作一部分的编辑(或出版以外其他媒体工作一部分的编辑),另一是作为著作方式之一的编辑。前一种编辑为出版编辑,它是出版过程中三个重要环节之一,其作用是为下一步的复制准备合格的文本。后一种编辑不属于出版过程中三个重要环节之一,与出版编辑是两回事。出版史若将作为著作方式之一的编辑视为出版编辑,张冠李戴,移花接木,必然导致逻辑混乱,损害科学性。

^① 林书清编著《宋元书刻牌记图录》(北京图书馆出版社1999年出版)所录宋刻牌记如:《三苏文粹》:“婺州义乌青口吴宅桂堂刊行”;《唐书》:“建安魏仲立宅刊行”;《文选五臣注》:“杭州猫儿桥东岸开笺纸马铺钟家印行”;《钜宋广韵》:“建宁府黄三八郎书铺印行”;《画继》:“临安府陈道人书籍铺刊行”等。

与出版概念直接相关的重要概念，是书籍概念。古代出版史基本上是书籍出版史，因此书籍概念的混乱，必定造成出版概念的混乱，进而造成出版史内容的混乱。今天，国外常以超过若干页的非连续性出版物，称为书籍。这样界定书籍，仅可用于册页装的书籍，不可用于古代常见的非册页装书籍，因而不适用于出版史。书史学家刘国钧教授强调将书籍“专用材料”作为区别古代书籍与非书籍的根据。他说，“正式的书籍，就是指用文字写在或印在具有一定形态的专用材料上以借（供）人阅读为目的的著作物。甲骨、青铜都不是专门作为书写用的材料。专门作为书写用的材料在我国最早的是经过整治的竹片与木板。”刘国钧认为，凡书籍必须使用可以书写的“专用材料”。古代的青铜器或甲骨，都是文字载体而不是书籍“专用材料”，因此凡以青铜与甲骨为载体的作品都不是“书籍”。这种见解至今具有价值。此外，刘国钧又将是否“以传播知识为目的”去界定书籍概念，如说：“图书是以传播知识为目的而用文字或图画记录于一定形式的材料之上的著作物。”^①强调“以传播知识为目的”，本意是借此区别书籍与古代官府的文书记录。问题在于，并非只有书籍才“以传播知识为目的”。有些铜器铭文也“以传播知识为目的”，像孔子在周太庙见过的《金人铭》等^②。铜器并非书籍“专用材料”，这样未免陷入自相矛盾。将“以传播知识为目的”界定书籍概念，并不妥当。书籍与文书档案的区别，可以用是否向公众传播来界定。

著名出版学家林穗芳提出这样的书籍概念：“书籍是用文字、图画、声音或其他符号按一定的主题和结构系统组成一个独立的整体，以印刷或非印刷的方式复制在供携带的载体上以向公众传播的作品。”^③林穗芳认为，书籍是以某种方式复制在某种载体（书籍材料）上的作品，这是多数书籍概念的共同内容。此外，林穗芳强调两点。其一，书籍材料（载体）必须是既能“以印刷与非印刷的方式复制”，又可以“供携带”。书籍材料可以“供携带”，书籍才可以流通。出版学认为，

① 以上两引文见刘国钧《中国书籍史简编》，书目文献出版社1981年版，第20页，第2页。

② 《金人铭》，见《说苑·敬慎》。

③ 林穗芳《中外编辑出版研究》，华中师范大学出版社1998年版，第39页。

凡书籍都是可以流通的，可以流通是书籍的固有特征；不能流通者不能成为书籍，更不能成为出版物。认为书籍材料（载体）除了可以复制，还必须可以携带（流通），是颇为深刻的见解。其二，可以“向公众传播”。凡书籍都可以向公众传播，不能用于公众传播者不能成为书籍。在古代，书籍可以公众传播，但不一定已经实现公众传播，这也是要注意的。

比较上面两个书籍概念，我们以为林穗芳的概念可以包括刘国钧的概念，又可以避免其不足，更为可取。

二、出版史的对象与范围

古代出版大致就是书籍出版，所以出版史的对象以书籍出版为根据，又不与报纸杂志的出版相抵触为限。不论古代或现代的出版，无不表现为一个过程，不论两要素还是三要素的出版都表现为一个过程。再从传播学看，书籍出版的过程就是书籍传播的过程；所有书籍传播的过程，都以作者为起点，以读者为终点。从书籍传播过程看，出版与非出版的区别，关键在于是否进行公众传播。凡有公众传播，必有公众读者。如前面所引出版概念中，或说“将复制本在公众中分销”，或说“满足公众的合理需求”，或说“向公众发行”，意思都是公众传播。可见，不论两要素还是三要素的出版，都以公众传播作为目的与归宿。反过来看，有书籍而不向公众传播，就不算是出版。因此，出版概念也可以这样界定：以公众传播为宗旨的，以作者为起点、读者为终点的书籍传播。这样界定出版概念，包括了两要素说与三要素说而不与两者相矛盾，又可以避免在研究中遭遇不同出版概念的困扰。

据此，我们可以界定出版史的研究对象是：历史上以公众传播为宗旨，以作者为起点、读者为终点的书籍传播。如此界定出版史对象，要点有二。其一，以书籍是否公众传播，区别出版与非出版。其二，以作者为起点、读者为终点，借以代表出版过程，既包括两要素与三要素的出版过程，也包括其他表现形式不尽相同的出版过程。就前一点而言，重在考察古代书籍如何实现公众传播，以及书籍公众传播在历史上的进步与发展。如今的出版史研究，往往不管书籍是否公众传播，因而在书

籍尚未公众传播的时代，就认为有出版编辑，有书籍发行，甚至断言出现了大编辑家。社会上书籍尚未公众传播，就是出版尚未诞生。在出版尚未诞生的社会上，怎能有出版编辑？又怎能产生为出版工作的大编辑家？如此违背逻辑，岂非笑话？所以，古代出版史要做的第一件事，就是探讨古代书籍如何走向公众传播？何时开始公众传播？就后一点而言，旨在考察历史上以作者为起点、读者为终点的书籍传播过程的发展演变状况，其中重点弄清楚三个问题：作者的作品如何问世？读者如何获得读物？联系作者与读者的中间环节的地位作用如何？这也是为了避免将现成的出版概念当作条条框框，生搬硬套，便于使出版史研究建立在可靠的历史资料与历史事实的基础之上。在中国古代，由于受社会环境中重农抑商观念与贱商主义的压制，汉唐书商无法自己建立书籍作坊，也无法建立发行业，因此面向公众的读者传写成为自汉至唐上千年间书籍流通的主要方式。通过读者传写实现公众传播，它集中体现了汉唐出版的特殊表现形式，独具一格，与众不同。再进一步看，中国古代出版与欧洲古代出版的具体形式不完全一样，与现代出版的差别更大。凡此，就是出版的历史多样性。出版的历史多样性乃是一种客观存在；不管你承认与否，它都是一种客观存在。今天，需以清醒的科学态度，尊重出版的历史多样性，研究出版的历史多样性。如果不是这样，不问青红皂白，拿了某个既定概念作为条条框框，乱套数千年历史，或者玩弄编辑、复制、发行三者的魔方组合，张冠李戴，无中生有，结果必定歪曲历史真相。在我看来，不承认出版的历史多样性，中国出版史不可能走上科学之路。

从出版史对象出发，进而可以确定出版史的范围大致是：历史上书籍传播过程与在这过程中出现的重要人物、重要事件，以及影响、制约书籍传播的社会历史环境。按照对象、范围、方法三者统一的道理，有怎样的对象、范围，就应有怎样的研究方法。将社会环境列入出版史范围，本身就具有方法论意义。将出版置于特定的社会历史环境中考察，乃是出版史研究的基本方法。影响、制约出版活动的社会环境包括政治、人口、地理、交通等诸多因素，其中以文化、经济、技术这三方面因素最具经常的重要意义。兹说明于下。

第一，文化因素，包括文化政策与文化教育事业等。

出版活动是一种文化活动。集中体现国家意志与政治意图的文化政策，为书籍传播或出版活动设定规范、纪律、自由度等。以先秦到两汉的文化政策为例。春秋以前，如章学诚说是“学在官府”，官府对社会文化实行铁桶般的全面垄断，民间没有学校，私家没有著作。在这种垄断政策统治下产生了所谓“书在官府”，书籍由官府垄断，不准随便复制而公之于众。春秋后期至战国年间，官府文化垄断在私学与诸子的不断冲击下，节节败退，渐趋瓦解。而它的最后一次垂死挣扎是，秦代禁止私学，“行挟书律”，焚书坑儒。汉惠帝四年“除挟书律”，官方第一次宣布允许书籍自由流通。从汉初开始，放松文化管制，逐渐结束了官府垄断文化的漫长历史，最后形成以儒学为主的多元文化。两汉实施文化教育都向民间开放的新政策。在这种文化政策影响下，逐步完善了书籍公众传播的条件，促使抄本出版（古典出版）迅速成熟起来。可见考察古代文化政策，对弄清出版史上一些重大问题，颇为有益。

社会上文化教育事业的兴衰成败，经常成为影响出版兴衰的一个直接因素。自汉以来，文化教育的发展进步对出版繁荣的推动作用，特别重要。在古代，文化教育掌握在士阶层手里，而书籍的作者与读者又都是士大夫。因此，士阶层的价值观念、兴趣爱好、风俗习尚等对出版的影响，常常比书商更大，更重要。研究者不可不察。

第二，经济因素，包括经济制度与商品经济发展水平等。

出版活动并非仅仅是文化活动，同时也是一种经济活动。将出版视为一种经济活动，就必须联系社会经济制度进行考察。从经济学看，书是书籍生产的最终产品；书可以是商品，也可以不是商品。书一旦成为商品，就产生了书籍市场与书商。我国的书籍市场与书商，最早产生于西汉后期。在此以前，书籍不能买卖，原因主要是礼乐制度与官书垄断。有书籍市场，才有书商。书籍市场是社会经济一部分，不能不与社会经济制度保持一致。所以考察历史上的书籍市场与书商，必须联系社会历史环境，特别是社会经济制度。

西汉以来，由于推行重农抑商的缘故，社会上形成了无所不在的自给自足经济。在这样的经济环境中，书籍经济不可能不走自给自足的道路。今天，有人以为书籍经济可以脱离社会上自给自足的经济制度，独自走市场化的道路，无非是脱离历史环境的一种想入非非而已。西汉以