

从文化政治到 文化生意

——中国出版的「革命」

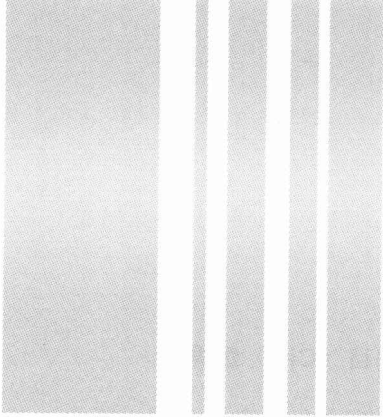
CONG
WENHUA
ZHENGZHI
DAO
WENHUA
SHENGYI

何明星 著



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社



从文化政治到文化生意

——中国出版的“革命”

何明星 著



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS
广西师范大学出版社
· 桂林 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

从文化政治到文化生意：中国出版的“革命” /
何明星著. —桂林：广西师范大学出版社，2013.4
ISBN 978-7-5495-3522-4

I. ①从… II. ①何… III. ①出版业—研究—中国
IV. ①G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 040900 号

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市中华路 22 号 邮政编码：541001)
网址：http://www.bbtpress.com

出版人：何林夏

全国新华书店经销

桂林漓江印刷厂印刷

(广西桂林市西清路 9 号 邮政编码：541001)

开本：880 mm × 1 240 mm 1/32

印张：10.375 字数：260 千字

2013 年 4 月第 1 版 2013 年 4 月第 1 次印刷

定价：30.00 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与印刷厂联系调换。

目 录

第一辑	出版理念与出版组织的变迁 / 1
2	中国传统图书价值观的当代意义
11	大学出版与现代学术品格的形成
18	资本时代的出版,需要哪些内功和定力?
33	为什么古代中国出版商大多是百年老店?
39	中国农书出版小史
45	曾朴父子的“玩票儿”——真善美书店
54	传统图书生产成本定价理论的缺陷兼对读者细分定价方法的探讨
60	图书品牌价值的评估与测算研究
71	“精神旅行”——图书消费行为的特殊性研究
78	出版人的三张脸
91	科层管理,图书出版产业化之殇?
100	未来出版业,拿什么吸引时代青年的精英?
109	由文化政治到文化生意——编辑出版“革命”的隐忧
125	金融与出版,从另一个角度解析中国书业制度环境
第二辑	阅读消费与发行渠道的变迁 / 141
142	书店的面孔

150	贴身服务——“随军书店”启示
153	小人物何以能够做成文化大生意?
164	由一百多年前的“购书品人”到今天读者学研究
168	图书宣传不能“目中无人”
173	图书下乡,60年轮回史
198	栽种文化的常青树——出版社在这个时代的价值与意义
209	会议营销,由盛到衰的历史
213	专业经销商的巧妙变身与图书业的整体升级
218	盗版的病根及其历史
223	出版社的“夫妻档”、“兄弟档”
226	高校教材,在改革的十字路口——发达国家大学教材与我国高校教材的对比谈
234	重拳击向高校教材三大软肋
247	连环画,阅读的生命何以如此之短?
253	中国图书消费趋势研究——以于丹《论语》为例
第三辑	出版技术与媒介载体的变迁 / 267
268	将阅读变为享乐——平面媒介如何应对即将来临的阅读革命
276	撕碎、撕碎,撕碎之后是拼接——远程教育教材出版启示录
283	解除中国大学教材根本之患的三大举措
292	主动迎接中国教育出版业的二次革命
296	《说文解字段注》与《客观知识》——我在这个时代的精神成长
301	“碎片化阅读”——移动出版的内容特征
308	银行害怕文化传播公司
313	农民也看“杜拉拉”?
320	口碑式营销,永远的魅力——《杜拉拉升职记》的购买因素分析
324	看书?看手机?大学校园里的阅读博弈

第一辑

出版理念与出版组织的变迁

中国传统图书价值观的当代意义

在网络、电视等全天候的声讯媒介包围中，在报纸、杂志等铺天盖地的大众传媒面前，图书出版应该如何找回自己的边界？回顾中国近三千年图书文化史，“书于竹帛，传遗后世子孙”的图书价值观念，恐怕是今天图书出版界最值得继承的、最珍贵的思想遗产，它让人们清醒地认识到，图书内容的边界是能够“传遗后世子孙”的内容，而图书生产的最高标准是“留取丹心照汗青”的永垂不朽，图书与人生连在一起。对这种上升到人生高度的图书价值观念的探析，具有重大的现实意义。

一、图书的政治符号功能强化了图书的历史价值

“传遗后世子孙”的图书内容观念，形成于纸张发明之前漫长历史时期。它有两个来源，一是文字、图书的政治符号功能，权利的实施者为了保证当世权势的永久实现，用各种外在的形式强化文字图书的这种政治符号功能，从而使进入图书记载的内容一定是围绕皇权行使的重大政治事件。著名学者钱存训认为，“在纸尚未发明并用

于书写以前,中国人即已采用种类极多的材料供写文书档案、历史纪录、私人信函以及与鬼神和后代子孙交流之用。……一般说来,在陶土上刻写,中国可以上溯到新石器时代,为期至早;骨、甲、象牙、青铜及竹之用于铭刻和书写则可以上溯至商代;以石、玉、丝帛及某种金属作为书写材料源于周代初期;书写于木简则始于汉代。某些坚硬耐久,不易磨蚀的材料,主要用于永久性的记录与纪念庆典的铭文,易于湮失蚀灭的材料如竹、木、丝帛之类则广泛用来抄写书籍、文件及其他日用文字。前一类材料用于延续多年的纵向信息传递,后一类型的材料则主要供同时代人之间进行横向信息交流”^①。从殷商时期的甲骨文到东汉元兴元年(105年)蔡伦将制纸法奏闻和帝,纸张出现的历史时期,可以说是中国图书的皇权时代,图书使用范围基本限于皇权、贵族、士大夫等统治阶层,内容主要是总结治理国家的经验教训、传达士大夫思想感情、记录最重要历史时刻等,使用的目的是“文书档案、历史纪录、私人信函以及与鬼神和后代子孙交流之用”。

图书在皇权时代的基本用途是皇帝、贵族、士大夫等社会特殊阶层的一种政治服务,在政治生活中的地位是一种治世牧民的工具,带有强烈的政治符号功能。皇权时代的图书是与普通人的精神生活无缘的,用清人的观点来说,“秘府之书,既不刊布,而简册繁重,笔墨拙滞,又不便于移写,传副本于民间,故民间知有书者,仅赖外史达之,至其全书,则非身入清秘不能窥见”^②。对图书政治符号功能的外在强化,表现在每一朝代开始时都伴随大量的图书搜集工作,对历史及前朝的优秀典籍分别给予重新整理、编辑,然后作为统治工具,分别采取不同的手段,或者广泛传播或者密藏深宫。记载前朝社会活动

^① 钱存训:《中国纸和印刷文化史》,第26页,广西师范大学出版社,2004。

^② 转引自宋原放主编《中国出版史料(古代部分)》第二卷,第392页,山东教育出版社、湖北教育出版社,2004。

的历史典籍的图书文字成为一种象征,拥有这些图书,就等于拥有了天下和历史,图书的政治符号作用被大大加强。

比如,纸张出现之前有刻有分封田地文字的碑铭、铸有王朝姓氏文字的青铜器皿、在石头上雕刻的经文,纸张之后有玉石、玛瑙、檀木等不同材质的卷轴图书,有倾国家之财力修订的历史巨著《永乐大典》、《古今图书集成》等超过千万文字,却仅仅出版两至三部,等等,这些都是一种希望当世权力永续不断的政治表达。中国的历代政府都设有专门收集、管理、典藏和编撰出版图书的专业机构,在商代藏于宗庙,周代承殷商之制,也设天府等宗庙性质的机构专门收藏、保管盟约、大事记等典籍,先秦时期是一些史官代管,并由史官整理编撰,直到汉代,进一步发展为系统的专门机构和专门官职。从东汉开始,编撰、出版和收藏、保管图书成为中国图书历史上一个蔚为大观的政治系统工程。在隋代,图书的保存是根据内容分级保存的。如将典籍分为上中下三品分藏各处,上品红玻璃轴,中品绀玻璃轴,下品漆轴。“窗户、床褥、褥幔,咸极珍丽。每三间开方户,垂锦幔,上有二飞仙,户外地中施机发,帝幸书室,有宫人执香炉前行践机,则飞仙下,收幔而上,户扉及褥扉皆自启,帝出,则复闭如故。”^①这种通过皇权赋予图书文字的符号象征功能,形成了贯穿中国近三千年图书历史的政治传统,在漫长的历史进程中,图书的历史价值被大大强化,时至今日仍然活在人们的政治生活中。

二、史书传统赋予了图书的历史载体功能

中国图书历史价值观念的第二来源是图书的历史传播功能,这与最初的文字由主要是巫师、占卜师等用于与神鬼交流的神秘性符

^① 转引自李致忠《中国典籍史》,第303页,上海人民出版社,2004。

号发源有关，逐步演变到用来与子孙后人“纵向传递”的史书文字。在殷商时期就有独立的史官设置，专门记载王权的政治、生活等一切活动。由于文字是与神鬼交流的中介，具有一定的神秘性，因此史官与王权之间具有一定的距离。“在中国，有文字记载的礼书、历史和史书可以上溯到史前时期。早在最古老的传说中，古文字就被说成为神奇的东西，识文断字的人被视为神奇的卡里斯马的化身。而且，我们将看到，今天依然如故。但是，这些人之所以有威望，并非由于魔力的卡里斯马，而是由于文字和文学知识本身。”^①

在中国图书典籍的历史传承总量中，史书超过了60%的比例，每一个王朝都注重修史，每一个朝代都有自己的史书。从《春秋》、《左传》发端，中国历史典籍中既有史家独立编撰的著述，如著名的司马迁写就的《史记》，班超、班固的《汉书》，也有粉饰与事实交杂的官修史书“二十四史”，一直到《清史》，同样也有分门别类的专业史书和民间流传的野史、杂史。这种历史载体意识是中国人赋予文字、图书的独特功能，希冀文字将现世瞬间变为永恒的观念，深深扎根于中国文化历史的源头。图书的历史载体意识成为中国知识阶层一种普遍的价值追求，并因此成为中国图书编撰、生产和价值衡量的最高行业性标准——图书具有独特性、差异性内容，才具备历史传承价值。《墨子》中《尚贤下》中有这样的文字：“古者圣王，既审尚贤，欲以为政，故书于竹帛，琢之盘盂，传以遗后世子孙，于先王之书《吕刑》之书然……”《明鬼下》中说得更清楚：“又恐后世子孙不能知也，故书于竹帛，传遗后世子孙。咸恐腐蠹绝灭，后世子孙不得而记，故琢之磐盂，镂之金石以重之。又恐后世子孙不能敬若以取羊，故先王之书，圣人一尺一帛，一篇之书，语数鬼神之有也。”^②自春秋战国时代开始，墨子描述的这一浓厚的历史意识，是中国图书生产者 and 消费者共同的心

① 马克斯·韦伯：《儒教与道教》，第160—161页，商务印书馆，1993。

② 转引自李零《简帛古书和学术源流》，第41页，生活·读书·新知三联书店，2007。

理情结，它既是图书的刻写、生产动力，也是图书阅读消费的动机，并经过几千年的升华，成为中国图书编辑出版行业的职业准则。《典论·论文》中的“年寿有时而尽，荣乎止乎其身；二者必至之常期，未若文章之无穷”、“富贵愿足，则慕神仙；黄白之术既绝，文章之尚斯专；度人生之不朽，久视弗若名传”的话语，在思想精神层面上，它是中国知识阶层特有的一种人生道德追求。

三、“著述行世，可以不朽”的历史理念成为传统知识阶层普遍的人生追求

在漫长的图书文化历史发展中，“富贵利达，朝荣夕萎；而著述行世，可以不朽”逐步成为中国知识阶层的人生理念，这种观念由于中国知识阶层同时又是官僚阶层的双重身份带来了巨大的示范效应，逐步放大形成全社会的普遍认可的道德规范。图书，成为一种重要的社会区隔标志和文化权利象征，并因此推动着中国图书生产—消费—再生产—再消费的良性循环。中国的图书历史显示了这样一个图书生产的规律，即图书是一种个体的精神产品，它永远是以个体为生产单元，个性化的创作是图书生产的动力和源泉。众多的创作个体才能形成丰富多样的图书创作群体，这种精神产品生产又反过来促进图书消费，形成越滚越大的雪球。在越滚越大的雪球核心，永远是以内容的差异性、独创性为主要追求目标，以进入主流社会视野、拥有文化权力的标志才能够广泛流传于世为前提。这一目标即中国传统知识阶层孜孜追求的最高目标。

我们看到古人经常是以十年、二十年、三十年甚至一生的时间写就一段传世文字、一篇文章、一本著作，蕴藏其中的是“文章经国之大业，人生不朽之盛事”的人生理念。司马迁在《报任安书》中写到：“盖文王拘而演《周易》；仲尼厄而作《春秋》；屈原放逐乃赋《离骚》；左丘

失明，厥有《国语》；孙子膑脚，《兵法》修列；不韦迁蜀，世传《吕览》；韩非囚秦，《说难》、《孤愤》；《诗》三百篇，大体圣贤发愤之所为作也。”这段文字既可以是中国古代图书生产供给的最好说明，也可以看作是中国知识阶层在困厄中而著述的唯一精神寄托。中国历史上有许多史学、文学著作产生于逆境之中，正是图书这种精神产品的生产特性，“文章憎命达”成为中国知识阶层对精神产品生产规律的自觉认识，并内化在自己的人生实践之中。狱中著书、残而著书、落第著书、老而著书的事例在中国历史记载中层出不穷，著述成为中国知识阶层人生追求的最高目标，将自己有限生命无限延续的唯一精神寄托。

除人所共知的司马迁外，后世还有大量的模仿者，如明代太监作家刘若愚，在狱中写就《酌中志》，留下了大量的宫殿规制、内府职掌、内臣服佩、饮食风尚、内版书数等历史资料，今传的《明宫志》五卷直接选自《酌中志》一书。明代周亮工的《书影》也是因事系狱，追忆平生见闻而完成的。残而著书的有西晋文学家、史学家、医学家皇甫谧（215—282年），少家贫，带经而农，人称“书淫”。博通百家之言，淡泊名利，屡召不致，刻意著述，史书称“轩冕未足为荣，贫贱不以为耻”。42岁患风痹之症，半身不遂，卧床不起，仍然手不释卷，以顽强的毅力战胜病魔，编撰了中国历史上第一部针灸学专著《针灸甲乙经》，此外，还有《帝王世纪》、《年历》、《高士传》、《玄宴春秋》等著述留于后世。宋人黄亢，字清臣，身材矮小，史称“侏儒”，但嗜学强记，文词齐伟，著有《东溪集》。宋人曾巩（1019—1083年），著有《元丰类稿》，是在屡次落第之后写就的，直到嘉祐二年（1057年）欧阳修主持科举考试，才金榜题名，为“唐宋八大家”之一。明代散文家归有光（1507—1571年），八次科举不第，坚持撰写40卷的《震川文集》，终成反对贵古贱今的复古主义诗文、推崇唐宋朴素派诗文大家。清代文学家蒲松龄（1640—1715年），每隔三年就要参加一次科举考试，次次败北，他在《寄紫庭》中写到：“三年复三年，所望尽虚悬”，考场失意

使他用毕生精力完成了《聊斋志异》这部传世之作。

四、图书与人生——图书价值观形成了中国独特的传统图书文化

立言不朽的图书历史价值观，直接影响了著述、刊刻与收藏，形成了中国独特的传统图书文化。在图书著述理念上，图书被看作自己有限生命的历史延续而倍加珍惜，而财富官职所带来的显贵与荣华在图书面前均一钱不值。相反对图书创作却能够自陷于困厄之境，安贫乐道，精益求精，这种独特的著述思想成为中国图书历史所独有的价值观念和职业操守，是值得当代学人提倡和继承的光辉思想。

比如北宋名医唐慎微“治病百不失一”，但他“为士人治病，不收一钱，但以名方秘录为请。以此士人多喜之。每于经史子集中得一药名，一方论，必录以告”。积久集成《经史证类备急本草》一书，全书采北宋以前经史典籍与医书，收药 1746 种，其中很多由士人提供。李时珍盛赞该书“使诸家本草及各药单方，垂之千古不致沦没者，皆其功也”。明太医院御医龚廷贤，万历二十一年，鲁敬王之妃张氏，患臌症重病，经龚调试，半年终获安全。鲁王大喜，赐匾额一方，题曰“医林状元”，并酬以千金。但龚不受，唯愿将多年所集医方加以刊刻，以利后世，鲁王嘉其志意，出资赞助。于是龚氏将其自己的医方和鲁府所藏秘方编在一起，刊刻出版，名之为《鲁府禁方》，流传至今。龚廷贤不以千金为贵，而以医书为重，其目的为功在万世。清代名医何梦瑶也曾为官，但他认为“富贵利达，朝荣夕萎；而著述行世，可以不朽”，故辞官归乡，悬壶自给，甘贫乐道，室中除琴书药囊之外，绝无余物，终日以著书为乐，著有《医碥》等多部医著。明代名医吴鞠通，为使后世医家治疗温病有所遵循，“有志采辑历代名贤著述，去其驳杂，取其精微，间以己意，以及考验，合成一书，名曰《温病多辩》，然未

敢轻易落笔”。时过六年，在友人敦促下，始将书稿整理编定，然而吴鞠通犹“未敢自信，恐以救人之心，获欺人之罪……罪何自赎？”又将书稿收藏15年之久。直至嘉庆十七年（1812年），时疫流行，友人再次鼓励吴氏早日刊行于世，使天下之民咸登仁寿，此天下后世之幸，亦吴子之幸也。吴氏方将《温病多辩》刊行于世。清代朱彬评此书为“其为方也约以精，其为论也宏以肆，俾二千年之尘雾，豁然一开”，今已成为温病之经典著作。^①

在图书的刊刻、收藏方面，这种历史传承观导致了中国私人刻书成为历史最稳定、质量最精良、学术价值最高的“家刻”传统，图书家藏成为版本最全、最精甚至国家收藏都无法媲美的私人藏书系统。家藏、家刻虽然在规模上可能次于官刻，但千年绵延不绝、并分散于千万个独立的学术与文化家族、科举家族之中的“家刻”、“家藏”，以血缘、宗族为传承纽带，成为中国图书几次浩劫之后文化复兴的母体和再生土壤。这些文化行为的背后，直接源于图书历史传承价值的清晰追求，在中国图书历史上，留下了一个个个性鲜明的人生轨迹。清代著名的藏书家、刻书家叶德辉（1864—1927年），他的《书林清话》、《书林余话》，记载了宋、元、明等历代关于书籍印刷、出版、收藏、鉴赏等种种史迹，可说是中国古代出版研究的必读著作。他在“总论刻书之益”一章中列举了宋、明几位著名刻书家的事例，阐明“积金不如积书，积书不如积阴德”，“积书与积阴德皆兼之，而又与积金无异，刻书也”，“其书终古不废，则刻书之人终古不泯灭”的刻书动机。叶德辉本人，也同样是这种思想观念的实践者。他是湖南长沙人，清光绪十八年（1892年）进士，一生致力于古书收藏、校勘和刊刻出版，“不以避兵为苦，而以还乡为乐”，“五十余年，未尝稍解”，终于取得了“所以绍往哲之书，开后学之派别”的成就，筚路蓝缕之功，使此后的

^① 张存悌：《功在万世为传业 名医著书》，《辽宁中医杂志》，2003年第6期。

中国目录版本学、印刷历史研究有了长足的发展。

《左传》云：“太上有立德，其次有立功，其次有立言，虽久不废，此之谓不朽。”可见古人把立言著书视为不朽之功业，并作为人生理想来追求。中国历史上这种珍贵的图书价值观念，是中国悠久的历史传统留给今人的宝贵思想遗产，是中国几千年读书、写书、刻书历史中所形成的，这种带有宗教心理特征的图书价值观，是当今中国图书出版业所最缺乏的。

今天的图书出版，不再具有远古社会生活中的唯一信息传播媒介的显赫地位，在面临电视、报纸、杂志和网络等多样化竞争的媒体世界中，图书再也不会提高到人生的高度，而成为唯一精神寄托。然而，什么是精神产品的生存价值？几千年的图书历史证明，思想的原创性增加历史厚重感，历史厚重才能使图书具有传世之功用。精神产品的价值就在于，以金钱是无法来衡量人类思想历史的原创性的。我们的祖先将图书这种精神属性与人生不朽完美地结合在一起，并跨越了财富金钱、政治利达的现实欲求，形成了中国图书独特的历史价值观念。而反观当今世界出版业，学术、科技、教育出版恰恰一切都深陷在金钱泥沼之中。在一切以金钱为衡量标尺的消费时代里，获得经济商业利益是出版物的唯一标尺吗？我们的祖先早在几千年前就成功地超越了这个界限，给出了十分明确的答案，它是贡献给全世界的最宝贵的图书出版理念。在商业化浪潮席卷全世界的大背景下，中国传统出版文化的历史价值观念，或许是能够让我们驻足思索一下前进方向的一阵阵雷声。

（本文刊载于《中国图书商报》，2007年3月20日）

大学出版与现代学术品格的形成

中国几千年的图书出版历史表明,有一种超越历史时空的力量在无形中塑造着中国独特的图书文化,这种力量所具有的恒久性,正如爱弥儿·涂尔干说到的,“今天所有的人都认识到,还有国家之外的更高力量,它们并不是稍纵即逝的,因为它们与任何既定政治群体的特殊条件无关,也不会与这一群体的命运有密切的联系。这些力量更普遍、更持久。我们确实可以说,它们的目标也是最普遍、最永恒、最高尚的。随着我们的不断进步,我们看到人们所追求的理想,已经摆脱了世界某一地区、某一人群的地域条件或民族条件,超越于所有特殊的事物,逐步达到一种普遍性”。涂尔干所说的这种力量,就是中国出版人的职业伦理,它在中国漫长的图书发展历史中形成了独具特色的图书著述观、图书价值观、图书历史观。它们约束、规范甚至塑造着参与图书著述、编撰、刊刻和销售等各个环节人们的行为、心灵和情操。因为它作用于人的内心,并能够使人自觉遵从,不仅比任何时代的法律、制度等刚性制约更有力量,更具有恒久性,而且构成一个民族区别于世界其他民族的思想文化特质。

有时人们往往以为一个时代制度性的刚性规范等显性因素,代

替甚至就等同于一个时代的伦理、道德等精神文化因素。然而，当我们把眼光放宽放远，就会发现，在人类文明的里程中，真正推动文化出版的内在动因最终还是伦理、道德、文化传统等普遍、永恒的因素。

一、知识化的职业人群构成了出版共同体，对出版伦理的提倡恰逢其时

中国一千多年以来的图书出版，参与业内各个环节的人群身份复杂。尤其是传统出版人里，有官吏、私塾教员、乡绅、商人等等，但亦官亦儒的士大夫阶层是图书出版文化活动的主体，浓厚的官本位、政治本位的思想倾向有时严重影响着出版群体的文化选择。最为重要的原因还在于，中国古代知识人赖以生存的根本不是知识本身，这使得专业化的知识生产机构一直没有出现。

世界工业化的进程，使中国被迫开始从传统到现代的转变。自 19 世纪末到 20 世纪初期的混乱、彷徨、举步，到逐步走上今天以经济商业价值、技术发展双轮驱动的现代化出版之路，经过一个世纪的发展，我国出版业迎来了中国近代史上最好的发展时期。根据国家统计局的统计结果显示，我国 573 家出版社，出版单位的利润率自 20 世纪 90 年代以来，一直为全国各行业平均利润率的 5 倍。新闻出版业已连续多年以 25% 的幅度增长，大大高于 GDP 的增长速度。“十五”期间我国大多数出版社的销售毛利润维持在 20% 左右，而同期工业企业一般为 2%—3%，出版社社均创利逾 600 万元左右，人均利润在 2004 年达到 9.02 万元，而工业企业平均不到 100 万元，纯利润基本维持在 10% 左右。

最为突出的是，我国出版业从业人员在学历、职称、年龄等群体素质上远远高于全国其他行业从业人员。根据 2004 年的数据，平均年龄为 40.6 岁，其中大学本科以上学历为 43.01%，研究生学历为