

学术
文库

百年中国 畅销书史

(1912—2012)

刘蒙之 谢妍妍 严丽雯 ◎ 编著



中国出版集团
世界图书出版公司

本书由陕西师范大学优秀学术著作出版基金资助出版

百年中国畅销书史

(1912—2012)

刘蒙之 谢妍妍 严丽雯 ◎ 编著



中国出版集团

世界图书出版公司

西安 北京 上海 广州

图书在版编目(CIP)数据

百年中国畅销书史/刘蒙之,谢妍妍,严丽雯编著. —西安:
世界图书出版西安有限公司,2015.5

(学术文库)

ISBN 978-7-5100-9628-0

I. ①百… II. ①刘…②谢…③严… III. ①畅销书—
出版工作—文化史—中国—1912~2012 IV. ①G239.29

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第110077号

百年中国畅销书史

编 著 刘蒙之 谢妍妍 严丽雯
责任编辑 雷 丹
封面设计 新纪元文化传播

出版发行 世界图书出版西安有限公司
地 址 西安市北大街85号
邮 编 710003
电 话 029-87233647(市场营销部)
029-87235105(总编室)
传 真 029-87279676
经 销 全国各地新华书店
印 刷 中闻集团西安印务有限公司
成品尺寸 230mm×170mm 1/16
印 张 19.625
字 数 250千

版 次 2015年5月第1版 2015年5月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5100-9628-0
定 价 38.00元



☆如有印装错误,请寄回本公司更换☆

序 言

进入 20 世纪以后,畅销书逐渐被世界出版业所接受,成了流行世界出版界的标准用语。杰米斯·亨利为畅销书下的定义是:畅销书就是受到广大读者喜爱,销售量大的图书。^①我国学者易图强认为“畅销书的本质在于:在一定的时间里迅速形成了对某种类型或某一种图书的群体性追捧、阅读的社会现象。只要具备这一特点,任何图书都可以视为畅销书。”^②在我国,畅销一时的书古今有之,但历史上畅销一时的书与现代意义上的畅销书应该是两个概念。从畅销书形成的机制来看,狭义的畅销书是随着出版业的市场化而产生的,而广义的畅销书则存在于

① 方鸣,陈沙,余义赤,“畅销书”三人谈[J],出版工作,1989(3):83.

② 易图强,畅销书内涵与外延新论——兼谈新中国畅销书出版传播的特色[J],山东理工大学学报,2012(7):85.

出版业出现之后的所有历史时期。出版业产生之后的任何历史时期,都会发生众人对某类或某种精神产品热烈追捧的现象。在我国,从广义畅销书概念上讲,西汉末年就有了售书的书肆。公元7世纪的时候,我国印刷的书籍已经上市销售。公元10世纪左右,我国古代的图书印刷行业形成规模。姚公鹤在其《上海闲话》载:“闻点石斋第一本获利之书为《康熙字典》,第一批印四万部,不数月而售罄;第二批印六万部,适科举子北上会试,道出沪上,率购五六部,以作自用及赠友之需,故又不数月即罄”。^① 这则畅销书案例具有典型的商业特点。从狭义的畅销书概念理解,畅销书在我国的出现是近代以后的事情。近代工业的发展促使了纸张生产技术和印刷技术的发展,为图书的生产和发行提供了物质生产技术上的保障,使图书出版业的商业化和市场化在物质基础和生产技术上成为可能。我国东南沿海省份的都市化发展进程培育了城市中大量的阅读群体,这些群体成为畅销书的主要消费群体。另外,在畅销书的生产与消费链条上,居于产业链条首端的写作者必然是不可或缺的。清朝末年科举制度废除,使大批以科举谋仕的文化人转向写作,因而造就了第一批近代畅销书的内容生产者。在特殊的时代条件下,政治宣传的需要,对西方新思想的渴求以及近代教育事业的发展也构成了推动我国近代出版业萌芽和勃兴的社会因素。^② 上述条件为现代出版业的出现、发展和繁荣奠定了基础。

① 杨虎:大众文化视野下的畅销书出版历史进程与文化格局[J],出版与发行研究,2014(7):22.

② 欧阳雪芹:百年中国畅销书的回顾与思考[J],苏州大学学报(社科版),2002(2):139.

自1912年至2012年,我国出版业走过了百年的历程。研读我国百年来的畅销书,可以发现其中折射和记录的时代思想与骚动,我们能够强烈地感受到每一个时代政治、经济、文化、社会生活的风云际会。每一本畅销书的背后都映照那个时代社会思潮的动荡沉浮。一百年来,我国的出版事业和图书市场历经曲折,经历了风起云涌的民国时期、充斥着革命理想主义的“十七年”、扭曲黑暗的“文革”浩劫、改革开放的新时代、图书商品性凸显的90年代、书籍更加多样化的21世纪,回顾我国百年来畅销书的发展历程等于再重新感受一百年间我国图书出版、国人阅读风尚以及社会文化氛围的更迭变幻。畅销书的兴盛和发展,见证了我国出版行业的历史发展进程。

学者杨虎认为,近代以来的畅销书出版活动可分为启蒙型、教化型、自发型、市场型四个阶段。这四个阶段产生的畅销书分别以文化型、政治型和商业型为主。民国时期是由出版文化商人主导的“启蒙型”畅销书阶段。这一时期我国出版业处在从古到今的变革与转型时期。我国出版形态从传统跨入了现代出版业,建立起了商业与文化并重的现代出版业体制与格局。这一时期的图书出版人秉持了传统文人士大夫的流风余韵。民国时期,畅销书市场的很大一部分被旧派小说占据。与此同时,新文学畅销书在时代启蒙的旗帜下成为救亡图存年代的工具,发挥着传承文明、传播知识、塑造民魂的作用。同一时期,中国人开始“睁眼看世界”,致力于翻译并引进西方历史、文化书籍。在自由的市场机制之下,民国出版人缔造了畅销书的传奇。“十七年”时期与“文革”十年是

由党和政府主导的“教化型”畅销书阶段。出版业成为社会主义事业的重要组成部分,作为阶级斗争和政治斗争的手段而存在。新中国成立后,出版业总的情况是出版机构数量少,出版力量薄弱,图书品种稀少且价格昂贵,远远不能满足人民群众的需要。到“文革”前,我国图书出版业已成为单一的公有制形态。^① 改造之后的图书出版业提出的方针是为无产阶级政治服务、为人民服务 and 为社会主义服务的“三服务”方针,实际上是强调为政治服务,图书的多重功能往往被简化为单纯的政治功能。当时,出版物品种少、题材狭窄,但印数却是非常之高。^② 特殊的历史政治环境使建国后出版的图书大多都能取得令今人咋舌的销量。

“文革”开始后,出版业更是走向了纯粹的政治化道路,毛泽东著作、样板戏著作、浩然的作品成为举国阅读的畅销书。“文革”十年,图书是商品的观念成为禁区,以至图书出版领域商品流通的术语也被封杀,新华书店图书的“进货”“销货”被改为“进书”“发书”,图书出版的丰富功能被简化为简单的政治宣传功能。这对我国的图书出版事业造成了重大的损失。“文革”期间将图书的政治功能强调到极端的做法是有百害而无一利的,阻碍了我国图书出版业的健康和良性发展。由于出书范围十分狭窄,改革开放以前,全国出现严重的“书荒”现象。^③ 在我国图书出版史上,这是一段令人扼腕叹息的“沙漠时期”。这一时期的图书出

① 方卿,徐丽芳.中国大陆非国有书业发展历程研究[J].教育资料与图书馆学,2005(4):499-507.

② 张宏.不断逾越的阵痛——关于中国出版业走向的一些思考[J].编辑学刊,2005(4):22.

③ 宋木文.亲历出版30年——新时期出版纪事与思考[M].北京:商务印书馆,2007.

版,完全脱离了为人民群众服务的轨道,成为政治的附属品。

20 世纪 80 年代是知识分子和读者共同主导的“自发型”畅销书发展阶段。“文革”结束以后,图书市场的“书荒”现象与读者强烈的阅读需求形成一对突出的矛盾,造就了 20 世纪 80 年代“出版即畅销”的独特现象。20 世纪 80 年代以来,我国图书出版业呈现出的繁荣景象在某种意义上是对此前受压抑状态的一种回应,是 20 世纪 70 年代图书出版业凋敝状态的复苏,是在改革开放政策促进下的产业反弹。20 世纪 80 年代,我国的图书销售,仅就数量而言,参照今天的标准可以说平均下来本本都是“畅销书”。然就畅销书内涵而言,却不可同日而语。20 世纪 80 年代到 90 年代中期,面向大众市场的一般图书的出版品种总量有限,而读者的阅读热情高涨,图书发行量普遍走高,但出版社的市场营销意识淡薄,尚缺乏自觉的畅销书策划运作机制。改革开放伊始,因为图书市场需求巨大,图书出版结构单一,图书数量供应不足,让图书成为紧缺的商品,因而形成了一个“自发畅销书”涌现的时代。这里笔者对“自发畅销书”给一个简单的定义。所谓自发畅销书就是因为卖方市场特征形成的图书畅销态势。自发畅销书的销售不需要营销、广告和包装就能达到今天畅销书的标准。在 20 世纪 80 年代,随便出版一本书,都会卖上几万乃至几十万册。“只要是书都好卖”是当时我国图书出版市场特征的最好诠释,包括冷门的学术文化类图书也概莫能外。《走向未来》丛书是改革开放以后高级知识分子从事图书策划编辑的一个早期案例。这批图书本身的学术性非常之高,但是丝毫没有影响销量。周国平曾回忆说:“一

年之内,我译的《悲剧的诞生——尼采美学文选》印了十五万册,陈宣良译的萨特《存在与虚无》印了十万册,陈嘉映、王庆节译的海德格尔《存在与时间》印了五万册。”^①虽然那个时代的大多数畅销图书都无准确数据可考,但是仍然有个别的案例因为影响面广被时代记录下来,成为那个时代图书出版业的畅销经典。

20 世纪 90 年代以来,中国市场经济全面展开并获得体制上的合法性,随之而来的是一种新的价值观的确立,以物质崇拜为核心的消费主义的逐渐兴起,整个社会进入转型期,而出版管理机制在 20 世纪 90 年代的数次市场化变革更为畅销书的形成铺就了通途。20 世纪 90 年代中期以来是国有出版社和民营书业共同主导的“市场型”阶段。伴随着大众文化的兴起和出版业供大于求市场模式的到来,我国出版业也开始了市场化之路。图书越来越遵循市场的要求而生产。^②新世纪以来,畅销书出版在以市场型畅销书为主的同时,政治型畅销书长期存在。这种商业型为主、政治型和文化型为辅的多元出版格局,形成了我国当代畅销书出版活动的鲜明特色。到了 20 世纪 90 年代后期,随着我国图书出版业从卖方市场转向买方市场,我国畅销书出版进入“自觉畅销书”时代。也就是说,再好的书,如果不下功夫营销,也同样会遭到市场挫败。

迈入 21 世纪,阅读趣味从盲目阅读迈向选择性阅读,畅销书逐渐成为出版业的主角,图书业进入了“滞胀”时代,碎片化阅读的前景日渐清

① 周国平,《岁月与性情——我的心灵自传》[M],武汉:长江文艺出版社,2004。

② 刘蒙之,《改革开放以来的大陆民营图书出版业研究》[D],复旦大学博士学位论文,2010:4。

晰,民营力量成为畅销书打造的主要力量。畅销书内容上更是百花齐放,中国出版人的创意与才华在自由的商业氛围之下得到充分的发挥。

本书力图在每个时期特定的出版背景和社会思潮下对当时的畅销书进行归纳介绍,希望读者能在认识畅销书的同时了解当时的时代背景和出版环境,感受我国百年畅销书留给我们的精神财富,从中受益。当我们回顾一百年来的畅销书排行榜,很多的畅销书经受住了时间的考验,直到今天依然带给我们无穷的智慧 and 感动。

最后,这本书能够出版首先要感谢前人对出版史和畅销书史的详尽记录和研究,资料的收集和很多观点的形成都是依赖于前人已有的研究成果。希望读者能够从书中获取对自己有益的信息。倘若这本书能引发读者对于畅销书和图书市场更有价值的思考,从而推动我国图书市场健康发展,也算实现了它的社会效益。我们将不胜欣喜之至。

编 者

2015 年夏

目 录

第一章 民国旧派小说与通俗文学畅销书的交响 / 001

- 一、民国第一大畅销书《玉梨魂》 / 006
- 二、吴双热的《孽冤镜》与哀情小说 / 009
- 三、民国时期的“社会小说”与“政治小说” / 011
- 四、民国的社会言情小说 / 013
- 五、民国的武侠类小说畅销书 / 015
- 六、侦探小说的出现与畅销 / 019
- 七、民国时期的“一折八扣书” / 022
- 八、民国时期的连环画畅销书 / 024
- 九、世界书局与通俗类畅销书 / 026

第二章 民国时期新文学畅销书的斑斓景观 / 031

- 一、胡适与《尝试集》 / 034
- 二、鲁迅著作的读者与阅读市场 / 036
- 三、创造社的作家与畅销书 / 037
- 四、冰心、朱自清与散文类畅销书 / 039
- 五、茅盾、老舍、巴金与现实主义畅销作品 / 041
- 六、张爱玲的畅销“传奇” / 045
- 七、解放区的畅销书《小二黑结婚》 / 047
- 八、游记类畅销书 / 048
- 九、教育类图书 / 048
- 十、丛书类畅销书出版情况 / 050
- 十一、话剧畅销书出版热潮 / 051
- 十二、开明书店与现代文学畅销书 / 052

第三章 民国的译著和其他领域畅销书 / 056

- 一、译著类畅销书 / 056
- 二、其他类型畅销书 / 059

第四章 继承创新的“十七年”畅销书 / 067

- 一、新中国成立初期的革命政治生态与畅销书的繁荣 / 072
- 二、“十七年”时期的文学遗产类畅销书 / 078

三、“十七年”时期翻译类畅销图书 / 085

四、“十七年”时期新创作的畅销图书 / 090

五、连环画畅销书 / 102

第五章 “文革”时期的非常态畅销书 / 108

一、“文革”时期畅销书生产的社会政治情境 / 108

二、政治氛围下毛泽东著作的畅销与风行 / 113

三、“文革”时期“样板戏”图书的畅销与传播 / 121

四、“文革”时期浩然作品的奇迹般畅销 / 124

五、“文革”时期连环画的畅销 / 126

六、“文革”时期其他类型的畅销书 / 130

第六章 “文化沙漠”之后的 80 年代畅销书 / 137

一、教育类和少儿畅销书 / 139

二、文学类畅销书 / 158

三、翻译类畅销书 / 181

四、生活实用类畅销书 / 193

第七章 自发到自觉的畅销书转折年代 / 200

一、20 世纪 90 年代出版业的历史情境 / 202

二、20 世纪 90 年代初期的畅销书市场 / 205

三、1994 年至 1996 年的畅销书 / 218

四、世纪末的畅销书余音 / 228

第八章 枝繁叶茂的新世纪畅销书 / 240

一、2000 年至 2004 年的畅销书 / 241

二、2005 年至 2008 年的畅销书 / 258

三、2009 年至 2012 年畅销书概况 / 279

参考文献 / 297

第一章

民国旧派小说与通俗文学 畅销书的交响

民国离我们并不遥远，它不若夏商周长盛不衰、绵延悠久，也比不上秦皇汉武横扫诸夷、一统天下，更没有唐宗宋祖文治武功、万国朝贺。然而“中华民国”的诞生确是开亘古之先河。武昌城下的第一枪改天换地，四海之内风起云涌，两千年封建帝制走到了尽头，辛亥元年自此开始。1912年，“中华民国”成立，改用公历，这是我国政治制度和文化教育制度上的重大变革。中华民国临时政府制定了《临时约法》，规定人民有言论、著作、结社的自由，但是民国初年一度出现的新闻出版自由很快就被袁世凯扼杀了。1914年北洋政府制定了《出版法》，1915年颁布了《著作权法》，但是这些政府法令在很大程度上都沿袭了《大清著作权律》，对著

作权人保护不够，压制办报自由，对图书出版限制颇多。于是在北京、上海等地出版社、报社的强烈反对下于1926年废除。

20世纪的前50年，整个国家民不聊生，国家经济、政治、民生不稳，数次资产阶级革命的失败使得国民对国家社会的前途忧心忡忡又找不到方向，失去了奋斗的力量，知识分子们看不到国家的前途希望，一部分文人既受封建文化的熏陶，又受西方文化思想的影响，始终处于悲观、彷徨、苦闷的状态之中。这一时期，读者市场的很大一部分被旧派小说占据。在这其中涌现出了大量的政治小说、谴责小说、言情小说、社会小说、黑幕小说、社会言情小说、武侠小说、侦探小说等。

1917年，上海《新青年》迁至北京出版，并在其2卷5号发表胡适的文章《文学改革刍议》，2卷6号发表陈独秀的文章《文学革命论》。这些具有远见卓识之士揭开了新文学革命的帷幕，掀起了文学革命和新文化运动的高潮。自此，新文学作品成为新文化运动中重要的组成部分，作为一股时代潮流，蓬勃发展，迅速在文坛上占有了一席之地，涌现出了一大批优秀的新文学畅销书，并且译著类图书出版增长的态势明显。自鸦片战争以来西方列强的残忍侵略使得国人不再闭关锁国，故步自封。在中国人开始睁眼看世界以后，许多文人开始致力于翻译并引进、传播各类介绍西方历史、文化的外文书籍。这些书籍让国人更好地了解了西方社会，加快了中国向世界靠拢的脚步，也对我们更加清醒地认清自己国家的革命道路大有裨益。直到今天，译著类图书依然是畅销书市场上不可或缺的一大类。

1912年以后，“中华民国”存在的38年社会政治变换风起云涌，文化思潮更迭不断。先后经历了南京临时政府、北京政府和南京国民政府三个统治政权的嬗变，期间又发生了诸如“洪宪帝制”、张勋复辟、“五四”新文化运动、北伐战争、第二次国内革命战争、抗日战争、第三次国内革命

战争等一系列重要的政治、思想文化事件。^① 在这样的大背景下，各类畅销书也无可避免地受到了当时社会背景的影响，从一定程度上反映出时代潮流的变化。可以说，在整个中华民国时期，畅销图书市场的一个板块是被旧派小说占据的。民国时期，由于中国社会处于“数千年之未有之大变局”，大量的政治小说、谴责小说、言情小说、社会小说、黑幕小说、社会言情小说、武侠小说、侦探小说等小说类型受到当时读者的欢迎。在人们的精神生活上，许多年轻人开始控诉封建包办婚姻带来的生活悲剧，他们提倡自由恋爱，渴望拥有自主选择婚姻爱情的权利。因此，为了寻找悲愤的力量或者宣泄方式，当时最受人们诟病的封建包办婚姻制度成为他们的主要抨击对象，以此标识的“言情小说”受到了广大青年人的热烈欢迎。

张阳在其《民国出版史话》写道：

民国虽然只有 38 年的历史，在漫长的历史长河中是沧海一粟，但却是出版史上的重要历史时期。这一时期，是民族、国家、社会思想经历着极大转型的时期，我国在经历了鸦片战争之后的一系列不平等条约后，终于明白“四书”“五经”“子曰诗云”面对现代社会是多么软弱无力，而声、光、化、电等科学知识才是武装现代人头脑乃至屹立于世界的有力支撑。人们的知识结构需要彻底的更新，而在意识形态方面也面临着颠覆性的冲击。资产阶级鼓吹的平等、自由、博爱、天赋人权，让古老的中国震惊，十月革命的爆发，又传来了马克思主义。各种思潮的碰撞，各种主义间的论争，思想界异常活跃，纷纷著书立说阐述自己的观点。又由于印刷技术的发展，知识被少数人垄断

^① 吴永贵：《民国出版史》[M]，福州：福建人民出版社，2011。