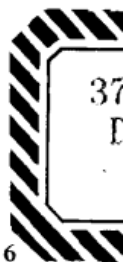


上海 商务印书馆 1897—1949

〔法〕戴仁著



商务印书馆



ISBN 7 - 100 - 03115 - X/G · 416

定 价: 9.00 元

上海商务印书馆

1897—1949

[法]戴仁 著

李桐实 译

商务印书馆

2000年·北京

图书在版编目(CIP)数据

上海商务印书馆:1897~1949/(法)戴仁著;李桐
实译. —北京:商务印书馆,2000

ISBN 7-100-03115-X

I. 上… II. ①戴… ②李… III. 商务印书馆-文
化史-1897~1949 IV. G239.22

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 22611 号

上海商务印书馆 1897—1949

〔法〕戴 仁 著

李桐实译

商 务 印 书 馆 出 版

(北京王府井大街 36 号 邮政编码 100710)

商 务 印 书 馆 发 行

河北三河市艺苑印刷厂印刷

ISBN 7-100-03115-X/G·416

2000 年 8 月第 1 版

开本 850 × 1168 1/32

2000 年 8 月北京第 1 次印刷

印张 5 1/4

定价:9.00 元

出版说明

本馆自 1897 年创建至今,已逾百年。为便于中国近现代文化史、出版史的研究,我们出版法国著名汉学家、现任法兰西远东学院院长的戴仁先生的专著《上海商务印书馆(1897—1949)》。原作出版于 1978 年,书中有一些说法和我们不尽相同(编者已在脚注中用“原文如此”加以提示),但作为以商务印书馆为题的第一部专著,本书仍具有相当的参考价值。

商务印书馆编辑部

2000 年 1 月

中译本序

本书是近二十年前的旧作。如果今天来写这本书，我敢说会有不同的格局，书会更像样子些。七十年代，无论在欧洲还是中国，现代中国图书出版史不大引起史家的注意，后来情形有了改观。关于二十世纪初期文化史诸方面的讨论在教材、定期出版物、出版社史和出版界重要人物的传记中随处可见。可以利用的资料越来越多，出版界前辈的回忆文章有的发表在出版社的周年纪念文集上（如商务印书馆的《商务印书馆九十年》1987，《商务印书馆九十五年》，1992），有的发表在1983年创刊的《出版史料》杂志上。即使有些珍稀档案尚难查找，但不少原始资料已经出版，如大出版家张元济的笔记、书信和游记。因此，应该说现在有条件编写一部大型的二十世纪中国出版史，它不仅反映中国出版、印刷业的沿革，而且能使人感受到中国文化的特殊氛围，以文字的形式展现中国文化丰富的内涵、潮流和矛盾。

在此，请允许我对本书译者李桐实先生（可惜他已故世）表示谢意。

戴 仁

1994年7月30日 于巴黎

目 录

中译本序	I
前言	1
引论	3
出版家的职能	3
十九世纪末中国的出版界	4
第一章 商务印书馆的诞生和成长	
(1897 至 1919 年)	7
一、商务印书馆的诞生(1897 至 1902 年)	8
二、商务印书馆的发展(1902 至 1919 年)	10
三、商务印书馆与教育	14
学校课本	14
商务印书馆的学校	17
四、商务印书馆与文艺期刊	17
五、作为一般文学发行人的商务印书馆	19
六、出书量	22
整个中国的出书量	22
商务印书馆的产量	22
第二章 从 1919 年五四运动至 1932 年 1 月 28 日	
被炸的商务印书馆	27
一、文化形势	27
二、《小说月报》与文学革命	30
三、商务印书馆与图书馆运动	37
四、商务印书馆、丛书与教育	40
丛书	40

商务印书馆与教育	45
五、商务印书馆的组织及工作条件	46
一般组织情况	46
劳动条件	56
商务印书馆与罢工	58
第三章 商务印书馆的兴盛与衰落(1932至1949年)	62
一、1932至1937年的商务印书馆	64
商务印书馆的受损与重振	64
王云五拟订的组织方案	66
劳动条件	68
一般出版条件	70
印刷量	72
商务印书馆与丛书	75
二、抗战时期的商务印书馆(1937至1945年)	81
商务印书馆在长沙和香港(1937至1941年)	81
商务印书馆在重庆	83
上海的出版界	85
三、1945至1949年的商务印书馆	87
第四章 商务印书馆的产量	91
引言	91
一、一般著作	93
甲、初步估算	95
1897至1904年时期的产量	95
1902至1930年时期的产量	97
乙、年产量	99
1926年	99
1935年	99
1945至1946年	100
丙、三年比较研究	101

分类比例·····	101
丛书·····	106
翻译作品·····	107
二、期刊与丛书·····	109
期刊·····	109
期刊的编辑和发行·····	110
丛书与参考书·····	115
结语 ·····	119
附录 ·····	121
1. 商务印书馆出版发行的期刊·····	121
2. 商务印书馆出版的丛书和词典·····	131
3. 王云五的十进制分类法·····	138
人物介绍·····	142
参考书目·····	146
图表目录·····	155

前言

近些年来,出版界、印刷品,或者更确切地说出版社,仅只相当罕见地作为全面研究或立传的对象。为数不多的尝试写成的专题著作,一般是通过对某家出版社的描述,以论证某个人的活动。因此,这些著作与其说接近于历史研究,倒常常更像带有感情色彩的广告或传记,尽管有的也破格根据定期出版物,即文学运动的喉舌搞些文学史料。

关于二十世纪中国出版业和出版社的研究,少有的著作之一是 R·纽恩所写《中国大陆的出版业》一书,此书全面论述了 1949 年以后中国大陆的出版事业。然而,正当本书的编写已有很大进展时,笔者方才见到 F·什安有关商务印书馆的著作。笔者不顾这项研究的价值,仍决定以第一手调查所得贯彻全书。事实上,这项工作范围相当狭窄,仅限于叙述商务印书馆的组织情况和总发行量,而无需对发行数量加以分析,也不必透过这样一个企业的职能来描绘出版社和发行人的观点。

本书以专题研究的形式问世,是经过慎重考虑选定的,尽管有限,但可成为接触和了解二十世纪中国书籍刊行的首要手段。书中用英语 Commercial Press(或 CP)来翻译上海商务印书馆,较胜于法语

译名,这主要是因为该馆过去出版的所有西方语文作品均用这个名称,并且该馆也以这个名字闻名于国外(出版社的“商标”正是两个字母:CP)。

笔者特别要感谢法国公学教授雅克·热尔奈先生,是他发起了这项研究工作,并热情关怀本书的写作进度。笔者还应感谢国立现代东方语言与文化学院教授玛丽-克莱尔·拜尔日尔夫人,为了她对本书提供的意见和支持。

引 论

出版家的职能

印刷文明正与“电子时代”一争高低(葛丹堡·卡拉西语),促使我们重新评价图书出版界,尤其是印刷品与其影响所及的社会环境之间的关系。如果说现代的书籍已完全是一种“文艺社会学”(R. 艾斯卡尔比语)的物象,那么研究书籍的具体生产者——出版家的作用,就还是值得大干一场的。比之工业生产各个重要部门,图书工业非常有限的作用,不应当责怪图书研究的“落后”。

可以证实,大多数出版社均起源于书店或印刷厂。因之,出版家最初担心的是作为商品的书籍的印制和推销。只是在经过变故之后,他们方才创立并发展编辑职能^①。但是,在二十世纪前半期的法国,出版社通过自己的销售网点推销产品,并未形成定规(如阿舍特、加里马尔和佛拉马里翁等出版社也大致如此),出版家和印刷厂主的结合可以说是相当少见的^②。中国则相反,出版、印刷和发行这三种职能的区分,实际上到 1949 年也不存在,因为所有大出版社都承担了书籍从手稿到售卖的整个流通过程。在抗日战争中遇到的困难(书刊检查、纸张供应、交通联络),才促使出版家将其活动专注于一种职能。

① R. 巴卡尔(R. Barker)和 R. 艾斯卡尔比(R. Escarpit)《阅读的饥渴》(La faim de lire)巴黎,联合国教科文组织,法国大学出版社 1973 年版,第 38 页。

② 然而应当指出,从第二次世界大战以来以大公司形式形成的组合,使出版界出现新的面貌。

某些出版社出版家与印刷厂主或书店老板三者的一定联系(这几乎是二十世纪上半期中国的通常情况),明确表示了出版家职能的商业性的基本作用。出版家不是作为某种思想的传播者出现,而首先是作为他要贩卖的产品——书籍的商品包装员和推销员而问世。于是,总的说来,中国各家出版社一总包办了出版、印刷和销售,由粗到细地包括图书和期刊,以至单篇文章。此种情势趋向于对出版企业的商业性能施加压力,而这常常是不利于知识分子的发展方向的。

因此,就有“出版社的两副根本面目,理想的一面和商业的一面;一家出版社的名声在很大程度上取决于对二者的调和程度。人们之所以能出版书刊,是因为他们相信有人会买它们,或因为他们相信这些书是群众能理解的,也有认为卖书是为了上述两种理由”。^①

这两种面目的调和并不十分容易,实际上也不总受到欢迎;可能是考虑到只顾狂热推销产品的出版家,路易-费狄南·赛里纳才写道:“再也没有比出版商更可鄙的了……时常见到作者饿得要死,几曾见出版商挨饿”。^②

十九世纪末中国的出版界

十九世纪中国图书出版界的发展,依赖于印刷和传播技术的进步,不可避免地与西方渗入相关联。像上海对外国贸易门户开放,有利于引进现代的复制技术、石印技术和金属活字印刷术,逐渐取代了木板印刷术。西方进口的铅字印刷术的最初几次实验,是

① 查尔斯·莫根(Charles Morgan)《麦克米伦出版社》(The House of MacMillan),麦克米伦出版社1944年版,第5页。

② L. F. 赛里纳(L. F. Céline)《致密尔顿·安都的信》(Lettre à Milton Hindus)引自R. Laffont(R. 拉丰):《出版家》(Editeur),拉丰出版社1974年版。

传教士们的事迹，曾在中国成为一大新闻。^①当时中国出版界发生的巨大飞跃，一方面应归功于中国一些文人集团模仿西方技术的愿望，另一方面也要靠传教士，特别是盎格鲁-撒克逊的传教士，他们是为了传播基督教信仰和输入西方式的教育。

1867年，在总督曾国藩和李鸿章的倡议下，在上海成立了第一个翻译机构，名为官书局。李鸿章曾开设江南制造局，附有翻译馆，他的目的实质上是利用西方技术以“强兵固边”。制造局本来是武器工厂，后又增添了通译处和通译学堂。然而传教士的印刷所很快就应用了现代印刷技术，与通译处仍在使用的木板印刷术形成鲜明对比。尽管技术落后，木版印刷术还是有利于翻译著作成倍增加并投入市场，其发行量比同文馆的出品更广泛；同文馆的翻译作品只限于在政界人士中免费散发，传播不广。^②

耶稣会传教士们热衷于迎合各个文人集团寻求向国外开放的好意，从江南制造局及其它的翻译馆成立伊始，就积极合作起来。大多数省份很快都建立了官书局；其中翻译和出版了将近180种著作，主要涉及应用科学领域：化学、工业、军事。这些译品的重要作者之一是传教士约翰·佛莱叶，他翻译了不少西方科技著作，还编写了第一批在中国通行的现代学校的教科书。^③此外，传教士韦廉臣于1887年在上海设立了“基督教及普及学识传布会”。这个会到1890年以李提摩太为首，后又改名为“广学会”（1905年），出版

① 伦敦教会出版社经理麦都思（Medhurst）正是在1848年引起了王韬的惊奇：“后导观印书，车床以牛曳之，车轴旋转如飞，云一日可印数千番，诚巧而捷矣。书楼俱以玻璃作窗牖，光明无纤翳，洵属琉璃世界。字架东西排列，位置悉依字典，不容紊乱分毫。”H. 麦克·阿莱维（H. Mac Aleavy）《王韬：一个离职人物的生平及其著作》，伦敦，中国学会编，1953年版，第4页；保尔·A. 柯恩（Paul A. Cohen）《在国粹与现代之间：王韬与清末改良》，剑桥哈佛大学出版社1974年版，第11页。关于来自西方的活版印刷术的开端，见吴光清《十九世纪中国活版印刷术的发展》，载于《图书季刊》（Library Quarterly）第22卷，1952年，第288至301页。

② 但江南制造局的一些书是用活版印刷的。前引吴光清著作第301页。毕乃德（Knight Biggerstatt）《中国现代早期官办学校》，Ithaca（绮色佳），纽约，康奈尔大学出版社1961年版，第151页和192页。

③ A. A. 拜内特（A. A. Bennett），《约翰·佛莱叶：十九世纪中国引进西方科技情况》，哈佛大学版，东亚研究中心编，1967年，主要参见第60至63页。

的是历史、物理、化学、伦理与基督教义等方面的著作。与此同时，另一个传教士协会在1890年创立，目的在于发行各类学校教科书，即“中国教育会”。^①差不多直到上个世纪末，出版事业几乎全部集中在盎格鲁-撒克逊耶稣会传教士手中。^②假使说商务印书馆的诞生应载入传教士出版业的谱系，同样也可以说它是军事失利和政治腐败时期导致的一种现代化倾向。中日战争及其结局马关条约(1895年)，实际上使中国对外国资本的涌入敞开大门；中国资本主义面临这种侵犯，于是只有同外国资本、尤其是日本资本相结合。^③另外，到1895年，康有为向皇帝上书，恳请立即变法。此时成立了一些学者团体，以推动变法，如“强学会”。^④变法派的主张同样要靠出版界来传播，因之出版界的发展就更可观了。

① 实际上，十九世纪末和二十世纪初以同一名称创立的学会不少。王云五《商务印书馆与新教育年谱》，第10页。

② 王云五《袖庐论教育》，第173页。

③ 因此在1895年至1913年间，中国只创办了6家印刷所，仅及中国企业的1%。费维恺(A. Feuerwerker)，《1870年至1911年的中国经济》。

④ 此会由文廷式于1895年7月在北京建立，不久变成官书局，后又成为京师大学堂。不少盎格鲁-撒克逊传教士是这个会的会员，李提摩太也在内。

第一章

商务印书馆的诞生和成长 (1897 至 1919 年)

标志着十九世纪末和二十世纪初对中国的外国经济渗入，常常是以日本占据优势。日本在马关条约之后就成为“最惠国”。外国企业的这种挑衅，其实倒刺激了中国企业的壮大，特别是私人企业的发展。肯定地说，1904 年和 1908 年之间大约 227 个在工商部登记的公司中，很少具有真正的经济实力。实际上，工业仅在中国经济中占微弱地位，现代工业产品尚低于传统手工业制品。中国内地依然很落后，与之形成对照的是“租界、门户开放的港口、现代工业、发达的技术、西方世界。”^①但是铁路和邮政的迅速发展，大大提高了交通联络的速度和效率，从而在 1901 至 1910 年间，信件、报纸和杂志的流通增长了 25 倍。^②

① 贝尔热(M. C. Bergere)《中国的资产阶级和辛亥革命》，第 23 页。

② 芮玛丽(M. C. Wright)《时代变换的高潮》，见《China in revolution》(《革命中的中国》)，第 30 页。

与此同时,教育也成为时行的主要论题之一。日本采取了有力措施,“文化合作社”的中央组织——东亚同文会,创立了学校、书店,还关心翻译工作。^①至于地方上的精英,他们发展了教育协会,却遇到了学校教员和教科书缺乏的困难。

一、商务印书馆的诞生 (1897 至 1902 年)

与十九世纪末中国大多数工商企业一样,商务印书馆自开始就带有外国影响的印记,最突出的是作为一家受传教士操纵的印刷厂;创办人都是基督教徒,首先招募的是信基督教的工人。

商务印书馆于 1897 年 2 月 10 日(农历正月初十)^② 在上海江西路成立。创办人夏瑞芳、鲍威恩及其兄弟鲍咸昌、高凤池共筹集了 4000 元的资本,每人分担 1000 元。^③ 他们的打算是买几部机器,开一个学生课本的印刷车间。这四个人似乎都是教会学校清心小学出身,在那里学过排字技术。他们四个人都受雇于教会出版社——美华印书馆,而这家印书馆当时曾是上海各个传教士开的出版社中最大的一家。高凤池和夏瑞芳是办公室雇员,鲍氏兄弟则是技师。高凤池大概眼见他们刚刚创立的企业没有成功的把握,虽提供了他的一份资本,但仍保留在美华印书馆的职位,只在不久之后才又重新参加这个集体。^④

① M. 巴斯蒂(M. Bastid)《二十世纪初中国教育改革概观》,第 51 页。

② 《教科书之发刊概况》,见张静庐《中国近代出版史料》初编,第 252 页第 5 条。有人认为是 1896 年,见 C. 格罗斯博瓦(C. Grosbois)《一个现代企业:商务印书馆》,载于《Bulletin Commercial d'Extrême-Orient》(《远东商报》)1920 年 7 月,第 17 页;或见《The Story of the Commercial Press, Ltd》(《商务印书馆史》)。

③ 事实上日本人先给了 3750 元。(原文如此。——编者)见杨寿清《中国出版界简史》,第 18 页。

④ 基督教会的印刷所由美国传教士在 1844 年于澳门建立,名为华美圣经书房,以传布《圣经》为目的,印有数十万册。后来搬到宁波,又于 1859 年迁至上海,改名美华印书馆。见赖德烈(K. S. Latourette)《基督教在华传教史》,第 266 页和 437 页。