

出版学建设丛书

# 商务印书馆企业制度研究 (1897-1949)

范 军 何国梅 / 著



*Shangwuyinshuguan  
Qiyè Zhìdù Yánjiū*

 华中师范大学出版社

第四届文汇·彭心潮优秀图书出版基金资助项目

2013年湖北省公益出版基金资助项目

# 商务印书馆企业制度研究 (1897-1949)

范 军 何国梅 / 著

*Shangwuyinshuguan  
Qiyehizhidu Yanjiu*

## 新出图证(鄂)字 10 号

### 图书在版编目(CIP)数据

商务印书馆企业制度研究(1897—1949)/范 军 何国梅 著.  
—武汉:华中师范大学出版社,2014.12  
(出版学建设丛书)  
ISBN 978-7-5622-6862-8

I. ①上… II. ①范… ②何… III. ①商务印书馆—企业制度—研究—1897—1949 IV. ①G239.22

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 276263 号

### 商务印书馆企业制度研究(1897—1949)

作者:范 军 何国梅◎

责任校对:王 炜

编辑室:学术出版中心

出版发行:华中师范大学出版社

社址:湖北省武汉市珞喻路 152 号

电话:027—67863040(发行部) 027—67861321(邮购)

传真:027—67863291

网址:<http://www.ccnapress.com>

印刷:武汉中远印务有限公司

字数:221 千字

开本:710 mm×1000 mm 1/16

版次:2014 年 12 月第 1 版

定价:35.00 元

责任编辑:宋 泉 冯会平

封面设计:新视点

封面制作:胡 灿

电话:027—67863220

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

督印:章光琼

印张:13.5

印次:2014 年 12 月第 1 次印刷

敬告读者:欢迎上网查询、购书;欢迎举报盗版,电话 027—67861321

## 出版说明

随着时代的发展，特别是随着出版业的发展，出版学研究日益受到学界和业界的重视。为了进一步推动这门学科的发展，为学科建设贡献自己的力量，我们特组织策划了这套“出版学建设丛书”。为了体现丛书的建设性，除了推出国内的出版学（包括台港澳地区）的研究成果以外，我们还将适当吸纳国外出版领域的一些研究成果；在内容上，除了注重出版理论研究、出版史研究外，还兼顾出版实务研究。在开放性和包容性的原则指导下，这套丛书在整体上不一定按严格的体系性设计，但我们期望每一本书都有一定的特色或在某个领域有一定的创新。丛书从二〇一〇年起陆续推出，我们希望经过十年左右的努力，逐步形成规模，产生影响，切实为出版学学科大厦建设增砖添瓦。

华中师范大学出版社

二〇〇九年十二月



出  
版  
说  
明

# 前言

20 世纪 80 年代以来，以数字化为表征的人类传播方式的更迭宣告了信息时代的诞生。在历经了以文本方式为主的印刷时代和以电磁波为手段的电子传播时代之后，人类传播在其载体、媒介形态、功能和传播模式上实现了巨大的范式转换。数字时代的来临，使信息服务产业以更为独立的姿态，区别于电子信息产业而获得了高速的发展。而隶属于信息服务产业的出版业，在内外环境的交互影响之下，亦面临着更加复杂的生存与发展的选择。出版竞争加剧，不仅仅在行业内部的操作层面和战略层面呈现，更表现在相关联行业替代品的交叉竞争以及经济全球化所带来的国际竞争之上。数字化带来的出版传播形态更替和全球化、集团化、股份化发展引发的出版改革与调整，使出版业面临着新的竞争环境。技术、资本和市场成为决定市场化条件下出版行业角逐的重点和动力，而完善的现代企业制度则成为出版业竞争的内部驱动力，“制度决定高度”、“向管理要效益”逐步成为共识。

出版竞争在深度、广度和表现态势上的与日俱增，使世界范围内的出版集团化进程加快。20 世纪 90 年代，我国也开始了出版集团、发行集团或出版传媒集团的组建。1992 年 4 月，山东出版（集团）总社被批准成立。迄今为止，中国出版集团、中国科技出版传媒集团、中国教育出版传媒集团、上海世纪出版集团、江苏凤凰出版传媒集团、浙江出版联合集团、辽宁出版集团、四川出版集团、湖北长江出版传媒集团等陆续获批。我国的出版行业开始了集约化、多元化、产业化经营模式的更新，出版行业的宏观调整和微观改革也势在必行。而一些单体的出版机构包括上百家大学出版社也完成了从事事业单位到文化企业的身份转化，建立现代出版企业制度被提上了议事日程。如何推动中国出版事业的繁荣、出版产业的发展，制度变革是关键的关键，从某种意义上甚至可以说“制度决定成败”。





我国当今的出版传媒业改革，无疑借鉴和学习了西方发达国家的经验；但“数典未敢忘中华”，如何从中国出版史特别是近现代优秀出版企业的发展史中汲取养分、总结经验和教训，也是可以而且必须做的功课。这里就有一个“路径依赖”的问题。

“路径依赖”理论是诺贝尔经济学奖获得者道格拉斯·C. 诺斯针对制度变迁问题而提出来的。他认为，制度变迁过程与技术变迁过程一样，存在着报酬递增和自我强化的机制。这种机制使制度变迁一旦走上了某条路径，它的既定方向会在以后的发展中得到自我强化。所以人们过去做出的选择决定了他们现在可能的选择。沿着既定的路径，经济和政治制度的变迁可能进入良性的循环轨道，迅速优化；也可能顺着原来的错误路径往下滑，甚至被“锁定”在某种效率的状态下而导致停滞。诺斯强调，社会文化路径选择与一个民族的文化传统有关。在诺斯看来，“路径依赖”中起关键作用的是文化。他尤其强调了解周围，认识自己，知道自己是如何走过来的，现在到了什么阶段，然后再看有什么可供选择的方案以及可以选择什么方案。<sup>①</sup> 诺斯认为，改革路径的选择是历史在起作用，经济的发展也是如此。无论政治制度本身，还是信仰制度，都与历史密切相关。它们的产生和演变受过去的影响，同时也限制了当前和过去改革路径的选择。如果我们不知道自己是如何走过来的，就不知道今后前进的方向。所以，对于企业改革问题的研究，十分重要的是了解自己的国情，了解自己的历史，从以外国经验为基础的理论模型回到以本国历史道路为背景的现实的选择中来<sup>②</sup>。这个道理也完全适用于出版企业的改革。晚清以降特别是民国时期出版企业产生、发展的历史，尤其是当时出版中心上海出版业的产生、发展和壮大，也包括它的曲折、失误，无疑都是我们今天绕不开的“路径依赖”。而在旧时沪上的出版企业中，最具典型意义的当属商务印书馆（为行文简洁，下文中我们多以“商务”代称“商务印书馆”）。

于甲午战争战败之后、百日维新呼之欲出之时创办的商务印书馆，不论是在中国现代出版史还是文化产业发展史上，其璀璨与耀目都是不容置疑的。商务印书馆在社会激烈动荡、内外环境复杂纠结的情势下，顺应时

① [美] 道格拉斯·C. 诺斯：《历史经济绩效》，载《经济译文》，1994年第6期。

② 沈祖炜主编：《近代中国企业：制度和发展》，上海社会科学院出版社，1999年，第2页。

代发展，吸收了那一时代的各界精英和有志之士，凝聚成一支有着共同奋斗目标和满腔为国为民热忱的文化卫队，形成了权责相对明确、组织比较有效、管理较为科学的规范化的制度体系。尽管商务印书馆并没有明确自己近代企业的市场主体地位，其领导者也未以明确而严谨的出版产业理论、企业发展理论等作为立馆治馆之指导，但它却以一个时代使者的姿势，在中国的近代化过程中，自觉或不自觉地走出了一条企业化、现代化的道路。它的诸多行之有效的规章制度以及在具体实践中彰显的管理理念等，都与现代企业制度有着某种程度的契合与接轨，有些实际上是自觉学习和移植了西方现代企业制度，同时又结合中国国情加以消化改造。这种契合与接轨、学习与改造，与其说是单纯的时代变革使然，是机缘巧合，不如说是商务印书馆几代领导者自觉地以开放的眼光、谦虚的态度，面向世界，审时度势，顺势而为，不断吸取内外部先进经验并积极与自身发展优势相结合的结果。

1897年至1949年这一段时期，虽然中国实行的并不是市场经济，商务印书馆的企业制度并没有坚实的存在基础和完全适宜的土壤环境，但这个期间民族资本主义的发展、市场的逐步发育，尤其是租界的存在留下的特殊空间以及外国资本主义企业的示范作用，都为我国近代企业的生存和发展提供了有利的条件和可以仿效的模板。从现有资料来看，这一时期的商务印书馆，其法人制度是实际存在的，其核心是有限责任制度，其主要形式为公司制，而现代企业制度所应有的产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学的基本特征，在这一时期的商务印书馆中在一定程度上得到了体现。这一时期，商务印书馆建立了相对完善的企业法人制度，它对自身的盈亏亦能自行负责，同时其出资者对商务印书馆负有有限责任并建立了较为科学的领导及组织管理制度。从这个意义上讲，我们对于商务印书馆的现代企业制度分析是可能的，也是有历史意义和现实价值的。虽然从我们现在的企业观来看，那一时期的商务印书馆，其资本管理、领导体制、组织制度、管理制度还较为初级，但是，“合伙制”也好，“公司制”也罢，相对于“原始”的混乱不堪与“传统”的低效繁杂，相较于完全以血缘亲情为纽带的家庭式作坊，它都更具有“先进性”和“世界性”。因而，我们对于商务印书馆现代企业制度的解读尽管还只是宽泛意义上的，但仍然具有重要的启示作用。

1897年，夏瑞芳、高凤池、鲍咸恩、鲍咸昌等就职于洋人印务机构





的同道，因为无法忍受西人轻视华人、怠慢华人的做法，集资 3 750 元大洋（下同）于上海江西路德昌里创办了商务印书馆。1901 年，张元济、印有模入股，实现商务的第一次增资。1903 年，商务与日本金港堂主原亮三郎等各出资 10 万元进行合作，后于 1905 年 12 月正式成立股份有限公司（注册资金 100 万元），开始了艰难而坚定的近代化进程。不论是早期合伙制的初创，还是张元济时期对于商务体制的不断改进和完善，乃至王云五时期科学管理的逐步推行，商务印书馆在产权制度、组织制度和管理制度方面，都走在了时代之前列，领出版企业之风骚。无论在出版文化界还是整个工商企业界，它都具有一定的典型性和代表性。

近些年来，对商务印书馆及其相关方面的研究成果日益丰富，其内容涉及商务印书馆的馆史研究、人物研究和商务书刊的个案研究三个方面，而从企业经营的角度对商务进行探讨的，专著方面目前主要有汪家熔的《商务印书馆史及其他——汪家熔出版史研究文集》、法国学者戴仁的《上海商务印书馆 1897—1949》以及朱永刚的《王云五的出版经营管理思想与实践》等。汪家熔呕心沥血、深入爬梳，研究了商务的一手资料，从其资本管理、经营方针、选题管理等六个方面进行整理和分析。戴仁则从出版史的角度出发，侧重探讨了商务印书馆在中国近代出版史上的地位和对时代的影响。比较而言，前者的资料丰富、论说有据，后者则在资料上显得单薄。两部都是从商务的经营管理层面进行研究的代表作，但汪先生的著作更重在对史料的辑录，因此在系统性上和理论深度上尚有挖掘空间，戴仁的著作则存在立论不稳和论述不深入的问题。朱永刚将王云五的出版管理进行贯通研究，对其上海时期、重庆时期和台湾时期的出版管理思想与实践都作了梳理与总结，扩大了既往的研究范围。而在此研究中，作者带着强烈的问题意识，用现代眼光观照历史，运用现代经营管理的理论如核心竞争力、学习型企业之类来进行历史的分析论述，使课题呈现出更多的新意和价值。但作者的年轻和实践经验的欠缺，以及历史掌握和学理准备的某些不足，使得论述的问题浅尝辄止，历史的厚度和理论的深度皆有待加强。2012 年，由华中师范大学出版社引进版权出版的王学哲、方鹏程合著的《商务印书馆百年经营史（1897—2007）》，则是对商务印书馆进行纵向研究的代表。作者是两位实业派人士，就职于台湾商务印书馆，熟悉商务历史，实践经验丰富。他们对商务印书馆跨越三个世纪的发展历程做了回顾和分析，将其百年发展史分为前后两个阶段进行介绍，其历史跨

度大，涉及的范围包括上海、台湾、香港、吉隆坡及新加坡五处的商务发展。但该书侧重于宽角度和广视野的回望，因而在资料挖掘及整理、学理总结与理论升华上仍显得单薄。因此，从现有资料看，对于商务印书馆从产权、组织和管理三个方面的系统研究仍然是一个空白。但毋庸置疑的是，汪家熔和戴仁等人的著作对于本书的撰写都是具有极大的借鉴和参考意义的。

此外，王建辉的《出版与近代文明》、《文化的商务——王云五专题研究》对上海商务印书馆企业制度的某一方面或几个方面，也进行了或点或面的研究，且大多提纲挈领，把握到位。论文方面主要有潘文年的《20 世纪前半期的商务印书馆给我国现代出版企业的启示》（《出版科学》，2007 年第 2 期）、李映辉的《论商务印书馆早期的成功之道》（《长沙大学学报》，2003 年第 3 期）等。从以上研究成果总体上来看，对上海商务印书馆的企业制度研究还过于零散，缺乏全面性和系统性，纵向角度与横向视野相结合的研究目前还没有，从而凸显出本书的研究价值与研究意义。

现代企业制度是以企业法人制度为基础，以企业产权制度为核心，以产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学为条件而展开的，由各项具体制度所组成，用于规范企业基本经济关系的制度体系。在那个动乱的年代，商务印书馆以人才立馆、以制度建馆、以文化兴馆，实现了传统印刷业向出版业的进步，并进而实现了以出版业务为主体，辐射甚广的行业拓展，其多元化的经营方式、产业化的管理模式，对于我们今天出版行业的集团化、多元化发展有着巨大的借鉴和指导意义。出版机构的历史地位和社会作用，既要看到它的出版物，也要看到它的出版管理。而商务印书馆在这两个方面都创造了一流，留给后人太多的感慨和启示。

需要说明的一点是，虽然本书对于从成立至 1949 年前后的商务印书馆的产权、组织和管理进行了力所能及的整理和分析，但由于时代因素和社会环境的约束和影响，对于商务印书馆的现代企业制度体系并不做严格界定，而是力图以以史观史的观察视野对其进行解读。事实上，我们无法苛求历史，而只是做些史海拾贝的工作，力求能更加清晰地认识商务印书馆在这一时期乃至很长一段时期的先进性、“早熟性”、超越性和前瞻性，以期能对于我们今天出版行业的企业化、产业化和集团化发展提供有益的参考。



# 目 录

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 第一章 中国近代出版企业的产生与发展·····      | 1   |
| 第一节 近代中国企业产生和发展的历史轨迹·····    | 3   |
| 第二节 中国出版业的近代化转型·····         | 9   |
| 第三节 中国近代出版企业的几种形态 ·····      | 25  |
| 第二章 商务印书馆的产权制度分析 ·····       | 42  |
| 第一节 现代企业产权制度及其演变 ·····       | 42  |
| 第二节 商务印书馆产权制度的初步确立 ·····     | 45  |
| 第三节 商务印书馆卓有成效的资本运营 ·····     | 51  |
| 第三章 商务印书馆组织制度的探索与构建 ·····    | 71  |
| 第一节 建立和完善商务印书馆的法人治理结构 ·····  | 71  |
| 第二节 商务印书馆直线职能型组织机构的形成·····   | 100 |
| 第四章 商务印书馆管理制度的自觉维护·····      | 111 |
| 第一节 以人为本与规范化的员工管理·····       | 111 |
| 第二节 建立财会制度与加强科学管理·····       | 120 |
| 第三节 完善出版结构与严格生产管理·····       | 124 |
| 第四节 开拓发行渠道与运用促销策略·····       | 131 |
| 第五节 注重品牌建设与做好版权管理·····       | 139 |
| 结 语·····                     | 142 |
| 附录 1 商务印书馆总务处组织系统图示 ·····    | 144 |
| 附录 2 商务印书馆总管理处组织机构系统图示 ····· | 145 |
| 附录 3 商务印书馆编译所组织系统图示 ·····    | 146 |
| 附录 4 商务印书馆印刷所组织系统图示 ·····    | 147 |
| 附录 5 商务印书馆发行所组织系统图示 ·····    | 148 |



|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| 附录 6 商务印书馆研究所组织系统图示 .....             | 149 |
| 附录 7 20 世纪 30 年代商务版“大学丛书”的策划与运作 ..... | 150 |
| 附录 8 郑孝胥·张元济·商务印书馆 .....              | 163 |
| 附录 9 谈谈张元济的出版广告 .....                 | 174 |
| 附录 10 张元济与商务印书馆电影部 .....              | 181 |
| 附录 11 两件有价值的出版史料 .....                | 188 |
| 参考文献 .....                            | 195 |
| 后 记 .....                             | 205 |





## 第一章 中国近代出版企业的产生与发展

上海商务印书馆创办于西学东渐、各种思潮迭起的晚清时期，起初以 3 750 元（大洋）的资金组建而成，主要是承接印刷业务，故以此为名。建立之初，商务仅仅是一家单纯以牟利为目的的家庭式作坊，最多算是一个合伙制的小型工场。1902 年，张元济受夏瑞芳的盛情邀请，在辅助教育的共同心愿之下，离开南洋公学，开始其“永不叙用叙大用”的历程。有着深厚儒学背景同时又受西学影响的张元济的加入，不仅使商务在管理上、业务上有很多提升和拓展，也改变了商务作为单纯营利机构的初级形态，逐渐走上了一条有着明确的出版志愿和文化自觉的道路。1903 年，日本金港堂方面的股东为转移国内投资失利的压力与负面影响，打算在中国投资。商务利用这一大好机会，开展了近 11 年的与日方合作的合资时期。与金港堂股东方的合作，使商务在技术、出版结构、出版人才等方面都受益匪浅。更重要的是，商务通过这次合作，实现了自身股本的迅速增长。王云五的加入，使商务印书馆如虎添翼。在王云五的带领下，尽管商务历经诸多磨难，但仍然迎来了 20 世纪 30 年代中期的出版高峰期和事业鼎盛期。抗战时期的商务是艰难的，虽苦苦支撑但却始终坚持着出版的崇高使命。新中国成立之际，商务印书馆在张元济等董事的积极主导之下，顺应历史潮流，走上了新的发展道路。

商务印书馆的出现和崛起不是孤立的历史现象，而是有着自身政治的、文化的、经济的包括企业发展的时代背景和历史逻辑。有学者着眼于文化，对商务印书馆的因缘际会做过这样的分析：“在研究近现代中国出版业时，我们必定首先会想到商务印书馆，这不仅因为商务印书馆开创了中国近现代出版业，更主要的是，商务印书馆的历史命运，是与整个中国近现代文化问题的探讨结合在一起的。诞生于 1897 年的商务印书馆其本身就是近代中国文化发展的产物。如果不是近现代中西文化



的交往，如果不是 1895 年甲午战争失败对广大中国士人形成巨大的思想冲击，如果不是戊戌变法失败，一大批士人流落民间，就不会有商务印书馆，也就不会有中国的近现代出版业。同样，如果不是商务印书馆中的一批文化人有意识地扶持和推动当时的各种文化思潮，有意识地出版各种思想文化出版物，中国的近现代文化探索，无疑也要逊色得多。翻阅商务印书馆的馆史资料，人们会注意到，差不多所有第一流的现代学人，都与商务印书馆打过交道……甚至一些重要的政界人物，如盛宣怀、孙中山、汪精卫、陈独秀等，也与商务印书馆有密切的交往关系。同样，影响近现代中国学术文化的许多重要著作、重要刊物，也都是由商务印书馆组织出版、发行的……因此，一部商务印书馆的历史，从一个侧面能够反映出中国思想文化的近现代历史，而且，从出版与文化史、文学史的关系着眼，将会使我们获得单单从文化史、文学史研究中所无法获得的新感受。”<sup>①</sup>在此，作者是从文化的视角探寻商务印书馆产生和发展的背景、条件及贡献，言之成理，持之有据。国内还有研究者如王建辉把商务印书馆和北京大学比作中国现代学术文化的“双子座”<sup>②</sup>，这里的着眼点也还是文化。李家驹供职于香港商务印书馆，作为“商务人”，他并不拘于“馆见”，在其博士学位论文《商务印书馆与近代知识文化的传播》中，一方面充分利用商务的第一手丰富资料，另一方面，所“采取的学术进路和研究方法”，又超越馆史之立场，而把“商务史”放置于知识史及文化史的范畴内作客观的考察和分析<sup>③</sup>。给李著作序的梁元生本人其实也是特别看重商务的文化史意义的。在这篇序言中，他就开宗明义写道：“1897 年商务印书馆在上海成立和开业，标志着近代中国出版史及文化史的一个新里程。从此商务印书馆走进中国近代史，并且起着转换文化及改变历史的作用，生产新知识、培养新国民和促进新社会的诞生。”

我们知道，商务印书馆属于典型的文化企业，既有文化的属性，又有经济的属性。商务人讲求文化为本，昌明教育，同时也一再声称“在商言

① 杨扬：《商务印书馆：民间出版业的兴衰》，上海教育出版社，2000 年，第 2—3 页。

② 王建辉：《出版与近代文明》，河南大学出版社，2006 年，第 221 页。

③ 梁元生：《序李家驹〈商务印书馆与近代知识文化的传播〉》，见李家驹：《商务印书馆与近代知识文化的传播》，商务印书馆，2005 年。



商”。商务的出现和成熟、发展与壮大除了文化的逻辑，还有经济的逻辑、市场的逻辑、企业发展的逻辑。只有这两重逻辑在相当程度上契合，出版才有力量。“说到底，在一个市场化的文化空间中，思想是需要市场来支撑。”<sup>①</sup> 本书的主旨是研究商务印书馆的企业制度，因此我们这里有必要首先探讨它生长发育的“文化土壤”以外的“经济土壤”，有必要探讨它作为现代企业形成和发展的企业环境和内在逻辑。

## 第一节 近代中国企业产生和发展的历史轨迹

作为现代经济微观基础的企业，一直受到经济学家的高度重视。事实证明，企业的组织形态、运行机制和发展状况对整个国家、社会的经济乃至其他方面都有着巨大的影响。我们这里所说的企业是基于最普遍认可的概念，它是市场经济中的行为主体，通过一定的组织形式集合生产要素；它是独立进行产销活动的经济实体，有盈利的冲动。

有着几千年封建社会历史的中国，其基础是自给自足的农业经济，或者说就是一种自然经济。在自然经济占统治地位的社会，农民小生产者的主要生活和生产资料都是在经济单位内部得到满足的，同时也以自己的部分剩余产品去交换那些自己不能生产的产品。这种不以交换为目的的经济单位，无疑有别于市场经济条件下的行为主体。两千多年的封建中国像汪洋大海一样存在着这样的经济组织，世代绵延、生生不息。正如马克思在分析传统中国社会经济状况时所说，在“中国，小农业和家庭手工业的统一形成了生产方式的广阔基础”<sup>②</sup>。

### 一、传统社会的市场经济及其影响

说中国封建社会是自然经济的汪洋大海，其实并不意味着数千年间中国没有市场、市场行为和市场经济。“在进入近代以前的中国传统社会，商业和手工业都具有悠久的历史，市场经济曾相当繁荣。”<sup>③</sup> 中国传统的

① 杨扬：《都市社会与五四运动——以民初商务印书馆的知识群体为例》，见《文学的凝视》，上海文艺出版社，2011年。

② 《马克思恩格斯全集》第25卷，人民出版社，1975年，第373页。

③ 沈祖炜主编：《近代中国企业：制度和发展》，上海社会科学院出版社，1999年，第5页。



企业组织存在独资经营与合伙经营两种形式。独资经营即所谓的业主制，在中国传统社会，业主制企业普遍存在于中小工商业者中，也存在于规模较大的工商业资本家中。合伙经营即所谓的合伙制企业，包括一般合伙和股份合伙两种。一般合伙与股份合伙最重要的区别在于合伙资本是否划为等额“股份”。股份合伙普遍存在于晋商、徽商等地方商人的商业经营之中。不过，封建时代的商业、手工业活动中，活动主体缺乏明确的法律保护，财产权利受到家族、社会、国家等各方面非市场规范的制约，人格的独立是不完整的，资本与雇佣劳动的交换关系也尚未确立。行为主体的活动不能遵循追求利润最大化这种现代意义上的经济人的行为规范。尽管如此，传统商业和手工业的经营结构也是一种将生产要素组合起来进行产销活动的组织形式，特别是明清以来的私营商业和民间手工作坊、手工工场，更是一种以盈利为目的的经济组织。

因此，研究者认为：“传统商业和手工业既不同于近代企业，又有作为市场主体的某些共性。这种前近代社会的经济组织在进入近代社会后仍会长期存在，并对新式企业产生影响。”<sup>①</sup> 这种影响是广泛的、深入持久的，也是十分复杂的。无论是传统社会中的官府手工业、官营商业，还是民间作坊、工场、商号、行栈，其组织形式与经营方式，无不对近代企业造成影响。有的新式商业企业原本就是从传统的商号演变而来的，如上海早期的百货店是从传统的京货店、广货店演变而来，北京的瑞蚨祥、达仁堂等也是历史悠久的大商号。有的近代企业，特别是工业交通等新兴产业部门，是在外国资本主义的影响下形成的，但是传统经济中的合伙、合股等方式也对它们产生影响。如早期官督商办企业的官利制度、北洋政府时期的保息政策，都有着传统经济的痕迹。

中国古代的书籍生产、流通与消费，在相当长的时期都不足以构成一个行业，还称不上“出版业”。我国古代的雕版印刷术大抵是在唐朝发明的，而活字印刷术的出现则到了宋代。隋唐之前，“图书的手抄生产虽有一定的组织形态，政府部门管辖的抄书人数不少，一些书坊书肆也经常雇佣读书人为之抄书，但毕竟不能成百上千地复制同一本书籍。……由于手抄的限制，书籍的生产和流通都难以得到发展。那时用手抄复制书籍的手

---

<sup>①</sup> 沈祖炜主编：《近代中国企业：制度和发展》，上海社会科学院出版社，1999年，第5页。



段，还很难说是出版”<sup>①</sup>。说“手抄出版”不是出版，学界并不都能认可，但由于受技术条件、生产规模的限制，这种出版的作用和影响有很大局限则是肯定的。雕版印刷的发明与普及，大大促进了出版业的形成和发展。唐宋以降的千余年，人们对书籍的社会作用越来越重视。“文人学者用它来传播思想，人民群众用它储存经验，封建大一统国家用它来沟通信息。这种发端于民间的工艺日益成为人们日常生活中不可或缺的事业，由于它能在较快的时间内复制成百上千的一模一样的复制品而渐渐进入流通领域，具有了商品的性质。正是从这个时候起，出版才作为一种社会的公共事业，一种手工业体系，一种文化的最新积累手段，一种牵涉许多门类的文化分支而相对独立出来，逐步形成了它的独特的形式、机构、格局以及人员建制。”<sup>②</sup>从宋代开始，如果以经济形态进行划分，则整个社会的出版系统大致可以分为官刻、私刻和坊刻，即官办的正式出版机构、私营以及商办的书坊书肆。“这种三分天下的形式，自宋始，中经元、明，迄清朝鸦片战争前后，到最后为新的出版机构替代前，历时 900 年左右。”<sup>③</sup>不同的刻书机构，经营的目的是不一样的。相比较而言，书坊刻书带有更浓厚的经济色彩。书坊的出版大多以盈利为目的，往往拥有自己的写工、刻工和印工，组织形态较为完整。它们往往前店后场，自己编辑、校讎、写刻，自己售卖。这是我国开始最早、分布最广、印书数量最大、内容丰富实用、形式多样的民间出版机构。但是从总体来看，中国古代的各类刻书经营未成规模，管理缺乏制度，与西方相比有着明显的差距。“印刷在西方社会中，主要是一种营利行业，随着工业革命而发展为一种庞大的出版工业，成为大众传播的主要工具。而在中国传统社会中，印刷术的主要功能并非牟利，却总含有一种很强烈的道德观念。包括毛晋在内的历代私人刻书家以至国家最高出版机构——国子监在印书时，并不善经营，只强调刻书对知识的传播和文化保存，重义轻利被认为是人生的一种美德，所谓‘传先哲之精蕴，起后学之困蒙，亦利济之先务，积善之美谈’。……图书发行基本听任民间自行其是，各级政府几乎无所作为，故图书产量不低，然而流通渠道不畅，获得艰难，民间的图书发行业单打零敲，难以上

① 宋原放、李白坚：《中国出版史》，中国书籍出版社，1991年，第65页。

② 宋原放、李白坚：《中国出版史》，中国书籍出版社，1991年，第65页。

③ 宋原放、李白坚：《中国出版史》，中国书籍出版社，1991年，第65页。

规模成气候。各级政府管理不力，书坊剽窃、盗版、擅刻、擅改屡见不鲜，认真总结这些历史教训，至今仍有现实意义。”<sup>①</sup> 显而易见，中国近现代出版的转型，民营出版业的发展，从体制、制度方面得益于传统书业者并不多。当然，传统的业主制出版机构在近现代得以延续，丰富了现代出版企业生态，有的如亚东图书馆还创造了堪称辉煌的业绩。

## 二、从传统的自然经济向资本主义经济的转轨

企业无不是随着市场的发育而发展的。严格意义上来说，企业是市场经济中才存在的市场主体。专家认为，“这种市场主体的形成和发展在中国历史上有两次高潮：第一次是在近代发生的传统的自然经济向资本主义经济的转轨；第二次是当前发生的传统计划经济向社会主义市场经济的转轨。就企业的本质和特征而言，两次转轨所提供的历史机遇有相似之处”<sup>②</sup>。

与西方国家的企业发展相比，我国近代的企业制度演变有自身的特点和不同的轨迹。它不是简单地沿着业主制—合伙制—股份制的轨道演进，而是相互交织，三轨并行。“其一，大批传统的商业、手工业组织继续存在，随着市场的拓展和它们本身的壮大，其组织形式由传统的业主制、合伙制缓慢地发展为股份制。其二，近代中国资本主义基本上是在外国资本主义的影响和刺激下产生的，因此在移植西方近代技术的同时，直接采用了西方的股份制形式。股份制在整个社会经济发展水平尚低的情况下，在某些领域却有相当的发展，不仅外国资本的托拉斯、跨国公司进入了中国，而且中国本国资本中也形成了企业集团。其三，中国早期近代化是由一批洋务派官僚推动，在政府主导下进行的，从一开始就采用了国家资本主义的官办企业的形式，在民国时期国家资本企业在金融、贸易和工业领域形成了垄断。既然是三种路径一起走，那么近代中国企业制度的多重性就同一般演化过程中的多重性不一样。一方面是低层次的企业形式普遍存在，另一方面相对于经济发展水平而言，企业制度又呈现出早熟性。在工商业比较发达的上海，这一特点更为突出。”<sup>③</sup>

① 肖东发：《中国图书出版印刷史论》，北京大学出版社，2001年，第343—344页。

② 沈祖炜主编：《近代中国企业：制度和发展》，上海社会科学院出版社，1999年，第4页。

③ 沈祖炜主编：《近代中国企业：制度和发展》，上海社会科学院出版社，1999年，第7—8页。

