

## 目录

## 卷首语

- 加入WTO后政府如何管好出版 / 王建辉

## 专论·特约稿

- 盛世修典 协调共进 / 宋木文

## 出版学·出版工作

- 图书出版特性新探 / 朱胜龙
- 加入WTO后强化著作权行政管理的对策 / 郑凌辉
- 集团组织的财务管理 / 罗伟明
- 出版业资本营运的认识误区 / 徐曙初
- 出版企业财务管理创新 / 刘再智
- 新华书店如何应对教材出版发行改革 / 彭圣华 谢文涛

## 数字技术·多媒体·网络出版

- 优秀文化网站的成功之道 / 王奕生
- 网站编辑的素质与能力 / 徐晓鸿

## 书苑掇英

- 关于出版品牌的研讨 / 范军
- 出版品牌应处理好几方面的关系 / 董中锋
- 出版品牌的社会运作与人为运作 / 刘敏
- 明星作者与出版品牌 / 刘英
- 读者动机与出版品牌 / 胡其山
- 品牌战略中的读者意识 / 高娟
- 品牌图书与品牌运营 / 夏兴通用
- 我看基础教育类出版品牌 / 李淑娜

## 编辑史·出版史

- 中国出版史研究的回顾与展望 / 肖东发
- 一举成名天下知 / 吴永贵

## 编辑随笔

- 我爱中华 / 戴文葆
- 编辑的诚信 / 张小新

## 编者·作者·读者

- 钱文霖与他的科技编辑方法论 / 许淳熙
- 何启治的文学编辑生涯 / 卢斯飞

## 品书录

- 再现伟大历史进程的图像巨作 / □ 查加伍
- 唯美的灵感与华丽的激情 / □ 徐鲁

## 科研信息

- 出版专业技术人员将进行职业资格考

## 一举成名天下知

## 中华书局创业经过及成功因素分析

吴永贵

摘要: 1912年中华书局的成立, 改变了当时商务印书馆垄断教科书市场的出版格局。中华书局的崛起, 固然得益于时代给予的机遇, 创办者的才智及努力等人为方面的因素亦不可忽视。它是近代出版史上教育变革带来出版商机的典型范例。

关键词: 中华书局 创业 成功分析

在我国近代出版史上, 中华书局是与商务印书馆并称的全国第二大出版机构。商务印书馆早中华书局十五年成立, 于清光绪二十三年(1897年)由夏瑞芳、鲍咸恩等人筹议创办。商务最初以印刷为主, 也曾出版过《华英初阶》、《华英进阶》一类销路颇佳的英文书。商务出版业务真正开始有大规模发展, 是在1902年张元济入主编译所组织编写《最新教科书》之后。这套在编写体例上独步一时的教科书, 被当时风起云涌的新式学堂广为采用。商务印书馆由此一跃成为全国最大的教科书出版和供应中心, 出版界霸主的地位也由此得以确立。据中国近代出版史专家汪家熔说, 在清末, 有名有姓的教科书出版社前后有100家, 其中规模较大的有文明书局、中国图书有限公司等, 但最终都没有太大的发展。到民国前, 商务印书馆占有教科书市场份额的90%[1], 几成垄断之势。1912年中华书局的成立, 改变了国内这一教科书出版格局。

中华书局成立的具体时间是在民国元年元旦, 跟南京临时政府同一天宣告成立。书局创办人选择了这么一个具有政治意味的日子, 作为书局成立之日, 想法中不排除有借民国立国为自己开张打造声势的可能, 但从当初筹划的动机和过程来看, 倒也是一种顺理成章的结果。创办人之一的陈寅(协恭)在《中华书局局报》第一期上, 回忆了中华书局成立时的初始经过:

客岁革命起义, 全国响应, 阴历九月十三日, 上海光复, 而苏杭粤相继下。余于九月十六日, 与同志辈共议组织中华书局。良以政体改革, 旧日教科书胥不适用, 战争扰攘之际, 未遑文事, 势所必然, 若以光复而令子弟失教, 殊非民国前途之福也。协商数日, 遂定议, 一面编辑稿本, 一面经营印刷发行事宜。其时困苦万端, 余等皆出以坚忍。汉阳失守, 群起沮之, 余等不为动也。

民国元年一月一日, 临时政府成立, 吾局适于是时规画粗定, 余等遂确定以是时为吾局成立之期, 将来遇民国成立纪念, 即吾局成立之纪念也[2]。

中华书局虽然于1912年元旦就已挂牌成立, 但开始营业却推迟到2月22日, 按农历计算, 这一天是壬子年(1912年)正月初五[3]。中华书局推迟到2月营业的原因, 我想可能是出于三个方面的考虑。第一, 从武昌起义到第二年元旦, 时间不过两月余, 着手编写的教科书恐怕大多来不及出版, 即便出版了一两种, 品种少, 于营业方面的意义亦不大。到了二月下旬, 相继有十余种小学课本出版[4], 营业的时机已基本成熟。第二, 教科书主要供应给在校学生, 选择春节期间营业, 也不耽误各学校春季开学前的选购。第三, 同时集中推出十多种教科书, 可一次性地向教育界展示其实力, 于广告宣传上也能显示出气势。

翻阅当年《申报》上中华书局做的广告, 中华书局最初出版的几种教科书分别是(括

- 全国部分编辑学会工作座谈会在上海召开 / 田君月
- 中国编辑学会召开部分出版社 总编辑工作座谈会 / 凡丁
- 《蒙古学百科全书》 陆续出版发行 / 宝彦

#### ◆ 各期杂志

2000: 第3期 第4期

2001: 第2期 第3期 第4期

2002: 第1期 第2期 第3期 第4期 增刊

2003: 第1期 第2期 第3期 第4期

2004: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2005: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2006: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2007: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期

弧里的数字表示已出版的册数)：

1. 中华初等小学修身教科书 8册 (6)
2. 中华初等小学修身教授书 8册 (2)
3. 中华初等小学国文教科书 8册 (6)
4. 中华初等小学国文教授书 8册 (2)
5. 中华初等小学算术教科书 8册 (2)
6. 中华初等小学算术教授书 8册 (4)
7. 中华初等小学习字帖 8册
8. 中华共和国国民读本 2册
9. 中华高等小学修身教科书 4册 (3)
10. 中华高等小学国文教科书 8册 (6)
11. 中华高等小学算术教科书 4册 (2)
12. 中华高等小学算术教授书 4册 (2)
13. 中华高等小学历史教科书 4册 (3)
14. 中华高等小学地理教科书 4册 (3)
15. 中华高等小学理科教科书 4册 (1)
16. 中华高等小学理科教授书 4册 (1)
17. 中华高等小学英文教科书 4册 (2) [5]

中华书局营业第一日仅售大洋五元，第二日售百余元，第三日开始批发，增至五六百元 [6]。随后，中华书局这套名为“中华教科书”的小学课本在全国大销特销起来：“购者纷纷，每日印订之书，无论多少，皆不敷售，架上恒无存书” [7]。创业者之所以会有如此良好的开端，原因自然是多方面的。从时代大前提来看，教育的变革给教科书出版带来新的出版商机。从竞争对手分析，商务印书馆求稳的心态给了后起者乘虚而入的机会。而中华书局创办人的才情及努力也是很重要的人为因素。

教育作为一种社会制度和文化系统，必然要反映与一定的社会文化相适应的教育目的和价值观。每当时代发生变化，特别是如果发生了国家政权易手这样大的突变，教育的目的、制度、内容乃至方针、性质都要随之发生变化。这些变化首先就会落实到学校的教学课程上，并通过教科书里的内容将它直接具体地表现出来。正因为教科书所夹裹的鲜明时代特征，给出版界那些试图问鼎教科书领域的后起者提供了机会，也给那些教科书市场既得者带来了考验和风险。1911年中国的社会现实，政治上的风雨飘摇，给予中华书局的恰是这样的机会，而带给商务印书馆的恰是这样的考验和风险。

1911年，苟延残喘的清政府已奄奄待毙，国内革命的势头风声鹤唳。作为日知会会员的陆费逵预感到一个崭新的时代即将来临，正是自己创业的大好机会，于是秘密组织同志，提前编写适合未来中华民国政体的教科书。之所以要秘密，一来当然是格于现实不容，无论是当政的清政府，还是他当时供职的商务印书馆，都不允许他公开。二来也是当时形势不明朗，虽说，清政府垮台是可断定的事，但究竟迟早到哪一日，谁都说不准。若革命按照自己预想的那样，果真克日成功，预定的计划就可能心想事成，若革命不幸出现什么波折，也好给自己留条退路。史恰恰按照创业者预想的方向发展，“不幸”幸而没有发生，从这个意义上说，中华书局的成功是拜天所赐。

就在陆费逵、陈协恭他们准备暗中行事的时候，按共和政体的要求改编新教科书的想法，也曾在商务决策者的心头盘绕过，在1911年8月以前的一次业务会上，商务就曾讨论过明年是仍印《大清国民读本》还是另行编写新课本的问题 [8]，最后权衡利弊，还是决定重印旧课本。正是商务这一与后来历史发展发生偏离的决定，给了中华书局一个可乘之机。假若商务当初在徘徊的十字路口上作出的决定不是从旧而是立新，凭借商务雄厚的资本、强大的编辑阵容和发行力量，中华书局恐怕难有开业后“函电纷驰”、“顾客坐索”的销售盛况 [9]。然而，历史是没有假设的。从这个意义上说，中华书局的成功是建立在对手判断失误的基础之上的。

1911年商务在教科书决策问题上的失误，每每被商务同人反复提及，甚至有人据此指责张元济思想保守 [10]。若考之于当时的历史情况，设身处地地替当时的商务印书馆想一想，张元济的这一决定也确有他的苦衷。1911年的商务印书馆已是一个拥有上千人规模的

大企业，作为企业的领导者，张元济在带领商务印书馆前行的时候，不可能不随时考虑企业经营上的风险。一着不慎，全盘皆输。在出版时时受钳于官府近代中国，出版业最大的风险首先就是政治上的风险，因此避免与政府发生冲突与对立，对商务这样大的出版企业来说，是其生存发展第一需要考虑的问题。商务印书馆1911年不编共和政体的新教科书，1919年拒绝承印孙中山的《孙文学说》，其实都基于同一个原因：不想招惹政治上的麻烦。企业一旦做大，为了求稳，就不免畏首畏尾，这也于情理相合。而对当时筹建中的中华书局来说，则没有如此大的包袱，只要严守秘密，基本上进可攻，退可守，风险不能说没有，但比较商务就小得多。商务则不同，即便想编写反清教科书，因企业大，保密极难，一旦泄露，不仅主事者有杀头之虞，连整个出版社都要跟着遭殃。所谓“大有大的难处，小有小的优势”，就是这个道理。就整个中国近代出版史来看，大出版社保守，小书店胆大，也是一条近乎规律性的现象。近代许多革命书刊大多出之于小书店，遭禁封门的也往往是那些小书局，而大的出版机构基本上走稳健的出版路子。1912年一举成功的中华书局，在以后的出版岁月中，也是一直小心翼翼地避免与政治触礁。典型的例子如，1927年国民革命军北伐，中华书局遭遇到与商务当年大致相似的两难抉择。中华书局未雨绸缪，虽然编写了三民主义宗旨的“新中华”教科书，却不敢用中华书局的名义大张旗鼓地声张，而是采用了一个虚拟的“新国民图书社”名义出版，对外则称中华书局代为发行[11]，以给自己留条后路。商务印书馆这次也吸取了教训，使用了与中华书局相同的精明招数，虚拟了一个“新时代教育出版社”[12]的招牌。

就是为了那个不能不考虑的“稳”，1911年的商务印书馆把机会送给了中华书局，而把尴尬留给了自己。那些为来年预备好的旧课本，到了第二年元旦，民国宣告成立，已完全不能适应快速变化的形势发展需要，首先最起码的一条，那些印有大清龙图图案的教科书就不符合教育部的新规定。1912年1月19日，新成立未久的南京临时政府教育部就颁发了《普通教育暂行办法》14条，其中涉及教科书的有如下规定：“凡各种教科书，务合乎共和国国民宗旨。清学部颁行之教科书，一律禁用”，“凡民间通行之教科书，其中如有尊崇清朝廷及旧时官制、军制等课程，并避讳、抬头字样，应由各书局自行修改，呈送样本于本部及本省民政司、教育总会存查。”[13]按照这一规定，当时符合共和国国民宗旨的新教科书，只有中华书局的“中华教科书”。它紧跟政体改革，及时地把政治形势的变化反映到教材中。如在国文教科书中，宣扬南京临时政府的成立，提倡爱国旗、爱中华，临时大总统孙文“为共和奔走二十余年，是中国第一伟人”[14]。显然，中华书局教科书以其内容上的标新，使得商务印书馆的旧教科书顿时黯然失色。尽管商务印书馆当时并没有坐以待毙，而是积极地亡羊补牢，但无论是挖改修补，还是另编重排，都不是短时间所能奏效的。于是在这段无可奈何的时间差中，商务的大片教科书市场被新起的中华书局广泛接受。

我们说，中华书局的崛起，固然得益于时代给予的机缘，但人为方面的因素亦不可忽视，如创办者的经历、才学及努力都可视为中华创业成功的重要因素。书局初创时为三人之合资公司，1912年2月改为五人合资公司。合伙人分别是陆费逵（伯鸿）、陈寅（协恭）、戴懋哉（克敦）、沈颐（朵山）、沈继芳（季芳）[15]。这些人在书局成立前，都曾编辑或出版方面的经历，而且多在商务印书馆和文明书局的重要部门担任要职。如陈寅，光绪年间先任事于国学扶轮社，后来任文明书局高级职员[16]；沈继芳，原在商务印书馆负责保管合同、书柬、重要契据文件等，深得夏瑞芳的信任[17]；戴懋哉，曾历任浙江大学惠兰堂学堂教员、靖江高等学校校长、商务印书馆编辑等[18]。至于陆费逵，更是身兼商务印书馆的出版部长、交通部长、《教育杂志》主编、师范讲义部主任等数职于一身。陆费逵不仅有编辑教科书方面的丰富经验，更具有不同凡响的先进教育思想，他在1911年提出的许多教育改革建议被新教育部长蔡元培广为采纳。想一想，有这样的干才从中统率、组织和联络，中华书局的教科书出手不凡也就在情理之中了。

从我前面罗列的中华书局首次推出的“中华教科书”书目中，可以看出中华书局的教科书基本上覆盖了初小和高小的主要课程，有些教科书还配备供教师用的教授书，说明中华书局编写课本有着周密的计划和通盘的考虑，与一般投机钻营者的短期行为有着本质上的不同。另外，书目中反映出来的实际出版数字已达17种45册之多，推算其编写时间不过



短短三四个月，而且编写者为了不走漏风声，白天还须照常上班，一切工作只能在晚上进行，居然在开学前赶出了如此多的课本，创业者们当初付出的艰苦努力是可想而知的。而在报纸上以“教科书革命”的口号宣传自己的教科书，更显示出陆费逵等人经营策略上的匠心。在1912年2月12日和1912年2月26日的《申报》上，中华书局大张旗鼓地祭起了“革命”的大旗。

清帝退位，民国统一，政治革命，功已成矣。今日最急者则教育革命也。本局自客秋以来，努力进行，小学用书今已出版。本最新之学说，遵教育部之通令，以独立自主、自由、平等之精神，采人道、实业、政治、军国民主义。程度适合，内容完善，期养成完全共和国民，以植我国基础[19]。

立国根本，在乎教育。教育根本，实在教科书。教育不革命，国基终无由巩固。教科书不革命，教育目的终不能达也。往者异族当国，政体专制，束缚抑压不遗余力，教科图书钤制弥甚。自由真理，共和大义，莫由灌输。即国家界说，亦不得明。最近史事亦忌直书。哀我未来之国民究有何辜，而受此精神上之惨虐也。

同人默察时局，眷怀宗国，隐痛在心，莫敢轻发。幸逢武汉起义，各省响应。知人心思汉，吾道不孤。民国成立即在目前，非有适宜之教科书，则革命最后之胜利仍不可得。爰集同志，从事编辑。半载以来，稍有成就。小学用书业已藏事。中学、师范正在进行。从此民约之说，弥漫昌明，自由之花，黄灿灿。俾禹域日进于文明，华族获葆其幸福，是则同人所馨香祷祝者也。兹将本局宗旨四大纲列下：

- 一、养成中华共和国国民；
- 二、并采人道主义、政治主义、军国民主义；
- 三、注重实际教育；
- 四、融化国粹欧化[20]。

在革命的年代，借用“革命”词语的威力，其用心也巧，其锋芒也露；在剖析教育大势的同时，亦表明自己的教育主张和出版计划，其态度也明，其谋划也周。而语意所指，在在都是为了宣传自己的教科书，树立自己崭新的出版形象。

出版史上中华书局的成功，可视作教育变革带来出版商机的典型范例。陆费逵他们凭借其对时代的敏感和对教育精神的深切理解，适时而起，抓住了这一历史给予的机遇，并为之付出了艰苦的努力，终于首战告捷，一局定江山。从此，在我国教育界多了一个服务于新教育的教科书供应商，在我国出版界多了一个与商务印书馆相匹敌的大型出版机构，新的出版格局由此形成，出版界的竞争随后更加激烈，书业经营更加多姿多彩。

## 注 释

- [1][8] 汪家熔. 陆费逵：教育“减负”第一人. 中国图书商报，2001—4—5
- [2] 陈寅. 中华书局一年之回顾. 中华教育界，总第7期（1913）
- [3] 陈协恭. 中华书局一分子谈话. 中华书局图书月刊，1932（1）
- [4] [7] 民国三年中华书局概况
- [5] [19] 申报，1912—2—12
- [6][14][15] 钱炳寰. 中华书局大事记
- [9] 陆费逵. 中华书局二十年之回顾. 中华书局图书月刊，1932（1）
- [10] 杨扬. 商务印书馆：民间出版业的兴衰. 上海：上海教育出版社，2000：179
- [11] 申报，1927—8—10
- [12] 申报，1927—3—27
- [13] 教育部电各省颁发普通教育暂行办法. 见：陈学恂. 中国近代教育史教学参考资料（中册）. 北京：人民教育出版社，1987：166~167
- [16] 申报，1934—8—25
- [17] 商务印书馆九十五年. 北京：商务印书馆，1992：652
- [18] 袁启. 中华书局月报，1926（42）
- [20] 申报，1912—2—26

(ID:306)

© 2001-2003 出版科学杂志 版权所有

报刊转载必须征得同意并支付稿酬，网络转载必须注明作者及本刊网址

武汉大学信息管理学院4楼403室 邮政编码430072 电话：027 68753799 传真：68753799 E-mail: [cbkx@163.com](mailto:cbkx@163.com)

技术支持: [cgz@163.com](mailto:cgz@163.com)

【您是第位访客】