

目 录

卷首语

- 新闻出版业法制意识要跨越式发展 / 王建辉

专论·特约稿

- 必须内容形式都弄妥当方能出版 / 袁亮

编辑学·编辑工作

- 谈新词语辞典 / 巢峰
- 关于编纂历时性汉语新词典的设想(上) / 林穗芳
- 试论编辑创造性劳动的特征 / 贾岩
- 从传播信息到生产智慧 / 蔡玉麟
- 多出精品 多出人才 / 宗边
- 小众化报刊发展的契合点、切入点、立足点 / 徐慧萍 罗丁湘

出版学·出版工作

- 关于出版人才与编辑出版教育问题的讨论 / 主持: 肖东发 整理: 杨虎
- 书业连锁经营业态选择与业态组合 / 杨红卫
- 信息化与出版管理创新 / 黄主梅
- 会计信息失真四论 / 孟双玉
- 武汉出版社编校语文知识竞赛试卷(选登) /
- 《编辑独语》出版 / 边集
- 武汉出版社编校语文知识竞赛试卷(参考答案) /

数字技术·多媒体·网络出版

- 开发电子音像教材的联合出版之路 / 陈冬新

书苑掇英

- 谈谈英文标点dash与hyphen / 黎秋萍 金丽莉
- 校出率和差错率的正确运用 / 黄克鲁
- 企业文化和出版社的管理 / 吴晓佳
- 《环境艺术新视野丛书》编后 / 石锦华
- 战略, 不能忽视的管理问题 / 陆红亚
- 总编室工作人员的素质 / 赵颖弘
- 抓好队伍建设 拓展发行渠道 / 李太平

编辑史·出版史

- 大姐黄宝珣与耕耘出版社 / 王仿子
- 两宋时期的书业广告 / 范军

编辑随笔

- 九十年启示录 / 郁进

两宋时期的书业广告

范军

摘要: 宋代书业广告是在唐代书业广告的雏形基础上发展起来的, 同时受到当时经济文化环境的影响。两宋时期的图书广告呈现出一些新的特点, 广告意识更加明显, 广告内容更加丰富, 广告载体更趋稳定, 版权保护与广告宣传互为表里。

关键词: 出版史 宋代 书业广告

第2共3页 >> [1页](#) [2页](#) [3页](#)

家刻如: 饶州董应梦集古堂绍兴三十年(1160)刻《重广眉山三苏先生文集》, 有牌记曰“饶州德兴庄溪篆龙应梦集古堂善本”, 各卷后多有刊语, 其文不一; 南宋初刻《中说》, 目录后有牌记曰“隐士王氏取瑟堂刊”; 婺州市门巷唐宅南宋初刻《周礼注》, 卷三后有“婺州市门巷唐宅刊”牌记, 卷四卷十二后有“婺州唐奉议”牌记; 汉郑玄注《礼记》二十卷, 卷一和卷五后均镌有“婺州义乌酥溪蒋宅崇知斋刊”长方双栏牌记, 从内容到形式与《周礼注》均极相似; 婺州吴宅桂堂乾道间刻《三苏文粹》, 目录后有牌记“婺州义乌青口吴宅桂堂刊行”; 建安黄善夫庆元间刻《史记集解索隐正义》《后汉书注》《王状元集百家注分类东坡先生诗》, 各书后均有正书牌记“建安黄氏刻梓”; 建安刘元起庆元年间(

1195~1200)刻《汉书注》, 目录后有牌记曰“建安刘元起刊于家塾之敬室”; 建安魏仲立宅南宋中叶刻《唐书》, 目录卷上后有牌记曰“建安魏仲立宅刊行, 收书贤士伏幸详鉴”; 开禧元年(1205)刻《童溪王先生易传》三十卷, 作者王宗传自序后镌有牌记“建安刘日新宅侵梓于三桂堂”。

坊刻如: 杭州开笺纸马铺钟家建炎三年(1129)前刻《文选五臣注》卷三十后有“钱唐鲍洵书字 杭州猫儿桥河东开笺纸马铺钟家印行”二行; 建宁黄三八郎书铺乾道五年(1169)刻《巨宋广韵》序后有“己丑建宁府黄三八郎书铺印行”一行; 临安府洪桥子陈宅书籍铺刻《李丞相诗集》卷上末有“临安府洪桥子南河西岸陈宅书籍铺印”牌记一行; 建安江仲达群玉堂刻《二十先生回澜文鉴》目录及二十先生行实均有木记云“建安江仲达刊于群玉堂”。

这类见诸题记、牌记的简短广告具有近似于现代商标和招牌的作用。两宋时期的书业广告除了沿袭唐五代的传统以外, 又有所发展和创新。这和当时大的经济文化背景有着密切的联系。如果说唐代是我国封建农业经济发展的巅峰期, 那么宋代则是我国封建社会承前启后的转折期。李约瑟先生在《中国科学技术史》中指出: “这一时期的中国文化和科技却都达到一个前所未有的高潮。”他把宋代的转折称为一次“复兴”和一次“商业革命”。在经济方面, 宋代的统治者采取了一系列安定社会秩序、奖励生产的措施, 使封建经济从唐末的破坏中得到恢复, 尤其是农业生产的复苏与发展, 促使手工业和商业迅速发展, 商品经济呈现出前所未有的繁荣局面。随着坊市束缚的打破, 住宅和商业区的围墙被拆除, 可以在大街小巷临街开设店铺, 形成居民住宅与商业店铺混杂交错的格局, 商业活动有了更宽松的环境和更广阔的天地。茶坊、酒楼、饭馆、客店、书铺遍布街头巷尾, 生意兴隆。在张择端的《清明上河图》中, 沿河许多店铺间就有一家书铺, 店主正在和顾客交谈。另有写着“不误主顾, 诸般鱼行”“只此一家”的野味店, 招牌广告意味甚浓。除

编者·作者·读者

- 我所知道的黄华 / 尹均生
- 朱祖延和他的“辞书之家” / 邹 鄂

品书录

- 一部英语听力教学的好教材 / 王春阁
- 身在樊笼里 复得返自然 / 芷 青
- 征稿启事与投稿须知 / 本刊编辑部

编辑语文知识

- 汉语成语与民族文化 / 杨 薇
- 修辞贵在相宜 / 柳 燕

◆ 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

了原有的幌子、酒旗、灯笼广告各显其能外，随着新兴都市的发达繁荣，各类招牌、店堂装饰、音响广告与印刷广告，都有了新的进展。

这里要特别谈谈当时的印刷广告和广告画。伴随着印刷术的发明和利用，具有近代广告特点的印刷广告在北宋时期出现了。现存于中国历史博物馆的济南刘家针铺所用的广告铜版雕刻，是研究我国商标与广告的珍贵文物。该铜版宽12.5厘米，高13厘米，上面雕着“济南刘家功夫针铺”的标题，中间是“白兔捣药”图案，图案左右标注“认门前白兔儿为记”，下方则刻有说明商品质地和销售办法的广告文字：“收买上等钢条，造功夫细针，不偷工，民便用，若被兴贩，别有加饶，请记白。”此铜版的印刷品既可用于针铺的包装纸，也可做招贴画。这个图文并茂的广告铜版是目前世界上最早的印刷广告实物，比西方公认的最早的印刷广告——1473年英国第一个出版商威廉·凯克斯顿为宣传宗教内容的书籍而印制的广告还早了几百年。更加纯粹的广告画我国至少在南宋时期即已成熟。当时有一幅推销“眼药酸”的广告，画面内容是：两个穿戏装的演员，一人用手指着右眼，示意有眼病，另一人则手拿一瓶眼药酸请他使用。这幅广告画形象生动，情趣盎然，类似今日电视中的某些镜头。

当时，与出版密切相关的笔墨纸砚也有类似广告的宣传文字出现。造墨最基本的材料是松烟，或桐油的油烟，而松烟尤佳。宋贵黄山松。据说“黄山松丰腴坚维，与他州不类”，故有的徽墨锭就有“黄山松烟”字样。

置身于当时商品经济浪潮中的书业广告，无疑也会与时俱进。都城开封相国寺东门大街一带，是书坊的集中之地，有的门前高挂“兑（悦）客书坊”的红边白布市招，有的还写上“发兑古今书籍”字样。书商们想尽办法来推销图书，有的用变相赌博兜售书籍；有的许诺只要“读得成句，便以一部相赠”，以此招揽顾客。南宋的著名书商陈起，出版的书不仅价格低，而且买书可以赊欠，又“赊书不问金”；买不起的可以借看，所谓“成卷好诗人借看，盈壶名酒母先尝”，正反映了待人厚道、事母至孝的品德，也体现了他作为书商的灵活。宋代书业中的文字类广告也是有所发展的。这里我们引录一则宋淳祐年间1241~1252）建阳朱士全刻本《新笺决科古今源流至论》的牌记：源流至论一书，议论精确，毫分缕析，场屋之士得而读之，如射之中乎正鹄甚有赖焉。先因回禄之余，遂为缺典。本堂今求到邑校官孟声董先生鏊抄本，欲便刊行，惟恐中间鲁鱼亥豕者多，更于好事处访购到原本，端请名儒重加标点，参考无误，仍分四集，敬寿诸梓，嘉与四方君子共之幸鉴。

这有点类似于现在的高考用书广告。时至宋代，出版业广告宣传意识更加自觉，广告内容更加丰富，广告形式更加完备，广告意识与版权保护意识相互结合，互为表里。而书业广告的流弊也开始出现。对两宋图书广告的新发展、新特点，将在下面展开论述。

二、两宋书业广告的特点

两宋时期的书业广告与唐五代相比，有继承的一面，也有发展的一面。对前代的沿袭，前面已经谈过。这里重点讲讲发展的一面和特点。

（一）广告意识的自觉

有商品生产和商品交换，就会有自觉和不自觉的广告行为。从春秋战国到唐五代，经济广告的形式多种多样，有口头广告、实物广告、标记广告，还有前面提过的悬帜广告、悬物广告、商品命名广告等。应该说，这多种多样的广告活动是有其广告意识作基础的。

就图书来说，周秦时期还未进入商品流通领域。当时的书籍传播形式主要是朝廷赠赐、父子相传、师徒授受。春秋战国时期，出现了官书散入民间及传抄与仿制的图书流通形式。书肆的出现是在西汉，从此书籍作为商品在社会上买卖。至南北朝，书籍仍处于写本阶段，抄写活动频繁，书籍流通活跃，抄写纸书（“佣书”）与贩卖书籍（“贩书”）都成为一种社会职业。到了隋唐五代，随着纸的普及，雕版印刷的发明和使用，图书的复制技术有了长足的进步，最初的书籍广告应运而生，书业广告意识的萌发也于此时出现。

唐末五代我国已进入印本书时期，由于战乱频仍，社会动荡，民生凋敝，雕版印刷未

能全面推广，因而我们见到的北宋初期的书籍广告和唐末五代差不多。但随着北宋前期社会经济的迅速恢复和发展，雕版印刷逐步在全国范围内推广，刻书单位急剧增加，官刻、坊刻和私刻齐头并进，很快形成覆盖全国的流通网络，印本书的品种和数量迅速增长，终于取代写本书，成为图书流通的主流。在这样的背景下，出版者的广告意识更加自觉。这里且另举数例：宋四川刻本《六家文选》序后牌记云：“此集精加校正，绝无舛误，现在广都县

北门裴宅印卖。”

宋佚名无年号刻《东莱先生诗武库》目录前有牌记云：“今得吕氏家塾手抄武库一帙，用是为诗战之具，固可以扫千军而降勍敌，不欲秘藏，刻梓以淑诸天下，收书君子，伏幸详鉴。谨咨。”

宋崇川刻本《扬子法言》序后牌记云：“谨将监本写作大字刊行，校正无误，专用上等好纸印造，与他本不同。收书贤士幸详鉴焉。”

清代丁申《武林藏书录》卷末有宋杭州沈二郎经坊广告：

本铺将古本《莲经》，一一点句，请名师校正重刊。选拣道山场抄造细白上等纸札，志诚印造。见住杭州大街棚前南钞库相对沈二郎经坊新雕印行。望四远主顾，寻认本铺牌额，请贖。谨白。

这些牌记、刊记中的广告，与唐末五代和宋初的书籍广告雏形已有明显区别。或以“精加校正，绝无舛误”相标榜，或以“可以扫千军而降勍敌”的“诗战”之“秘藏”相煊示，或以当时刻印最精良、声誉最好的“监本”作号召，或以强调标点句读为特色。有的还不忘宣传字号之大，用纸之精，有的末了还告诉读者印卖的地址。至于称收书者为“君子”“贤士”（其他广告中也有称“英杰”“俊杰”等的），用“幸详鉴焉”“谨咨”之类的礼貌用语，更可见视顾客为“上帝”的服务意识。

（二）广告内容的丰富 唐代和宋初的书籍广告还只是雏形，内容大多比较简单。宋初以后特别是到南宋时期，图书广告的内容越来越丰富，功能越来越完善。如南宋绍熙四年（1093）吕祖谦编注《新校正老泉先生文集》，目录后方行草书的大牌子，则分十行，有一百六七十字，相当于一篇刻书序跋。

咨文式广告。用以介绍刊刻底本、校勘水平等，前举《东莱先生诗武库》即属此类。再如福建路转运司刻本《太平圣惠方》刊记称：

福建路转运司今将国子监太平圣惠方一部一百卷二十六册，计三千五百三十九板，对证内有用药分两及脱漏差误共有一万余字，各已修改开板并无讹舛。于本司公使库印行。绍兴十七年四月 日次。（ID:535）

© 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

技术支持：cgz@163.com

【您是第位访客】