

商務印書館：工具書的王國

文字工作者
◎ 鄒明

商務印書館是中國大陸國家級出版機構，也是出版史上第一家現代出版機構。

1897年創辦於上海，1954年遷到北京，到今已有107年的歷史。

1897年，夏瑞芳、鮑氏兄弟和高鳳池等，原為西文報館的排字工人。他們集資3750銀圓開工廠，以500銀圓為一股，創立了帶有新進的資本主義民間商業色彩的商務印書館。它本來只是一個小小的手工業印刷工廠，起初只能印刷一些簡單的印刷品。

1901年商務印書館原發起人邀請張元濟、印錫璋等合資，成立有限公司，議定原發起人每股照原數升為7倍，折合26250銀圓，加上新股23750銀圓，共計資本5萬銀圓（約合今人民幣350萬元）。

張元濟加入商務印書館後，先在長康裏設立編譯所，請幾位先生翻譯西洋東洋的科學書籍，由蔡元培兼任編譯所所長。因出版經營有方，盈利不少，逐步添置了機器。

張元濟在商務印書館工作了幾十年，逐步將一個小小的印刷工廠發展成為現代中國最大的出版企業。

作為一位大師級學者與出版家，張元濟的確是富於文化眼光的，商務的幾件引人矚目的大事，如及早編印了新式學堂各種教材，得到了新教材的印製和發行權，利潤大增。為了迎合新潮流，編譯《華英初階》、《華英進階》等一類英文讀本。如編輯中國第一部小學教科書，編印「自然科學小叢書」、「漢譯世界名著叢書」，由「涵芬樓」發展而建立東方圖書館，出版《四部叢刊》、《百衲本二十四史》、《叢書集成初編》等，都與張元濟的苦心密不可分。

而1905年嚴復所編譯的《天演論》在商務出鉛印本，至1921年就印了20次（見陳松年：《嚴復與商務印書館》，《商務印書館九十年》第515頁），其影響力之大，程度之深，近代中國的譯著恐怕都難出其右。

當然嚴譯西方名著不止這一本，像介紹西方社會學思想的《群學肄言》（斯賓塞）、介紹西方自由觀的《群己權界論》（密爾）、介紹西方經濟學思想的《國富論》（亞當·斯密）、介紹西方政治思想發展的《社會通詮》（甄克思）、介紹西方法律沿革的《法意》（孟德斯鳩）等，都依商務而問世。而近代翻譯家林紓在商務出書，共計一百四十多種，更是創下了一個難以逾越的歷史紀錄。（燕南，<http://www.yannan.cn>）

1902至1920年間，商務印書館出版圖書3,522種，其中文學類



(以小說為主) 846 種，占四分之一。1910 年商務印書館出版《小說月報》，聞名全國。

至此，商務印書館成爲中國文化人的出版重鎮。

100 多年來，商務印書館共出版各類書刊 4 萬餘種。代表性出版物有《辭源》、《現代漢語詞典》、《新華字典》、《新時代漢英大詞典》、「漢譯世界學術名著叢書」(400 種)、「世界名人傳記叢書」(40 種)、「中國文化史知識叢書」(100 種)、「商務印書館文庫」(50 種)及《英語世界》雜誌等。有不少品牌書刊相繼榮獲國家圖書獎、國家辭書獎和國家期刊獎。

現在商務印書館設有 25 個部門，控股一個合資出版機構——商務印書館國際有限公司。在職員工 260 人。年平均出版圖書、音像製品等 700 餘種。

1958 年以後，商務印書館根據國家出版方針的規定調整了商務印書館的出版範圍。以主要編譯出版外國哲學、社會科學方面的學術著作，編纂出版中外語文工具書以及研究著作、教材、普及讀物等。

商務印書館成爲中國重要的辭書出版基地，出版的工具書多由國內傑出的語言學家和辭書編纂專家編撰，由富有經驗和學識的商務印書館編輯精心編校而成，以權威性、科學性、規範性著稱。

商務印書館創下了中國工具書出版發行史上的諸多第一：世界上發行量最大的工具書——《新華字典》(4 億冊)，中國第一部大型古代漢語詞典——《辭源》，中國第一部規範型現代漢語詞典——《現代漢語詞典》，中國第一部語文、百科兼收的現代漢語詞典——《新華詞典》，1949 年後第一部英語—現代漢語詞典——《英華大詞典》，1949 後第一部中外合作的工具書——《牛津高階英漢雙解詞典》。

在中國大陸幾乎每個學生手邊都有的工具書就是《新華字典》、《現代漢語詞典》、《英漢小詞典》。

以《現代漢語詞典》爲例，它是一部以推廣普通話、確定辭彙規範爲目的的中型漢語詞典，經過了 1960 年的「試印本」、1973 年的內部發行，於 1978 年正式出版發行，至今創造了 5 個版本、320 多個印次、印行 4,000 餘萬冊的輝煌業績。

《現代漢語詞典》以它在詞條選擇、注音、詞條義項的確立、詞條義項的具體釋義和舉例等諸方面高水準的學術質量和體現在詞典中編纂者求實、嚴謹的作風，贏得中國大陸及海外地區讀者的普遍好評，成爲漢語中型詞典中引導漢語規範、享譽海內外的辭書精品。

現在工具書占商務印書館所有出版品種的 30%，銷售碼洋占到總體銷售碼洋的 80%，可以說，商務的漢語類工具書在品牌和規模上都遠遠超過任何一家競爭對手。

在古漢語工具書方面，除了 1989 年修訂出版的《辭源》，還有《古代漢語常用詞詞典》和《古代漢語常用字字典》。在現代漢語方面，則有創造了 4 億冊銷售紀錄的《新華字典》和接近 4,000 萬冊銷售量的《現代漢語字典》。此外，《新華詞典》也銷售了 800 萬冊。

在對老品牌進行維護和修訂的同時，商務近年來還開發了一系列新品種詞典，這些新的工具書從選題、編寫到發行都採取一種開放式的策劃理念，透過發行部密切關注市場需要和動

向，實現作者、編者和讀者之間的互動，在編寫方式上大膽創新，形式上採用雙色印刷區分釋義、例句和凡例，運用拇指索引，內容上增加了延伸閱讀的知識窗。於是，《新華新詞語詞典》和《新華寫字詞典》等新品種一上市就表現了強大的生命力。

而在外語類工具書市場，商務同樣優勢顯著，而近年來的版權引進和資源整合正在使其外語類工具書擁有更加強大的後勁。商務已經與牛津大學出版社形成了戰略合作夥伴關係，除了引進「牛津系列」詞典，雙方還共同開發適合中國市場的英語工具書。商務自主開發的「新時代」英語工具書也成為要重點打造的品牌。

近年來，商務印書館注重加強基礎建設，2000年，成立商務印書館辭書研究中心，網羅了中國辭書界老中青三代的語言學專家和辭書編纂專業人才，引進了一大批學有專長的博士和碩士，並完成了管理團隊的新老更替，為商務在工具書出版上實現新的騰飛打下了堅實的基礎。2001年，投資數百萬元建立漢語語料庫，現在語料庫系統已經進入測試階段，為今後提高辭書的編撰效率和整體工具書生產能力打下了重要的基礎。可以預計，在未來的圖書市場上，商務工具書的王牌地位將更加鞏固。

商務印書館可以說是中國近代史的一個見證和推動人，商務印書館對中國現代文化的貢獻，是深層的，「潤物細無聲」似的，不朽的。一個世紀以來，商務印書館以開啓民智、昌明教育為己任，竭力繼承中華文化，積極傳播海外新知，成為「一個很重要的文化教育事業單位」。

