

明代建阳刻本广告刍议

方彦寿

明代是我国刻书事业的鼎盛时期,建阳作为著名的刻书中心,是当时全国刻书数量最多的地方。宋人祝穆,在《方輿胜览》一书中,曾将宋代建本书籍列为当地“土产”,摆在建茶、建盏之前。无独有偶,明人王士性在《广志绎》中,罗列当时天下著名的物产,也将明代建阳的书籍,与苏杭之币、扬州之姬、徐州的骠车、无锡的大米、温州的漆器等相提并论。

明代建阳刻书业的兴盛,是其所处的那个时代的政治、经济、文化、地理等方面的客观综合因素所产生的交合作用,也是宋元以来数百年间刻书文化的沉淀和经验积累的结果。以刻书家自身而论,竞争意识强烈、善于调动和运用各种手段进行宣传和推销,也是其中重要原因之一。具体言之,这种宣传和推销主要体现在建本的广告上。

明代建阳刻书家的广告意识,比起宋元时期的刻书家来,要浓厚得多。他们所刊刻的图书,既是记载文化知识的载体,也是他们进行自我宣传的有效工具。宋元刻本,刻书家的自我宣传主要体现在刻本的牌记上,而明代的刻书家则在版画、牌记、序文、凡例、书题等各种可能的场合,调动各种手段进行自我宣传。

一、利用版画做广告

如明弘治五年（1492）建阳詹氏进德书堂刻印的《大广益会玉篇》，是梁朝顾野王所撰的一部字书。这部书的牌记经过版画家的精心设计，非常有特色。牌记通常只刻印刻书家的姓名堂号、刻书年月等，多为文字而无图画。而詹氏此刻本的牌记则设计了一幅私塾先生授课的情景。图右书“弘治壬子孟夏之吉”，左书“詹氏进德书堂重刊”，上书“三峰精舍”，有如一幅对联。对联内的画面则像一扇敞开的门；门的上方竹帘高卷，一位老先生正在堂前高坐，手捧一书；左侧立一书童，右前侧一位学生正在聆听先生的教诲；而身后则是画有三座山峰的屏风（封二），寓意此即为“三峰精舍”。而整个画面设计的用意在于，《大广益会玉篇》这一部古代的字书，就是一位有形而无言的老师，是传播知识的向导。这幅版画插图的设计和创作都达到了相当高的艺术水平，比较含蓄地起到了广告的作用，在古代书坊刻本中，是不多见的。

熊宗立编刻的《居家必用》，是一部日用类书，书中配有精美插图，版式已从建阳早期刻本的上图下文式易为单面全图。图左右则为建本习见的一对联语。左云“开百世历日流行”，右云“集诸贤阴阳总括”，上端横书“鳌峰熊宗立类编”。画面表现的是一位中年学者侧坐在书桌旁，聚精会神地读书，一书童双手举着一盏灯，缓缓走近书桌前。从构图来看，画面表现的是日暮黄昏时的情景，画中的读书人实际上就是刻书家熊宗立本人（封二）。这是建本中较早出现的刻书家宣传自我形象的版画。

《新刻芸窗汇爽万锦情林》六卷，将小说与戏曲合编为一书，为明代小说与传奇丛编类书籍，明万历间余象斗自编自刻。书分上下两层，书内插图，单面全图。扉页插图，为《读〈万锦情林〉》。画面屏风上有“三台馆”三个小字，这幅图表现的是“三台馆主人”披阅《万锦情林》的情景。书坊主人将自己的画像印

制在版画上，上下左三处配以刻书堂名、书名，以及本书主要内容，加上“海内士子，买者一展而知”之类的话，构成了一幅很好的带有版画插图的图书广告。

余象斗是明后期建阳书坊中比较注重自身宣传的刻书家。他往往将“仰止子”、“三台馆”等名号直接印在书名之中，目的就是为取得读者的第一印象。在此基础上更进一步，就是他经常把自己的画像刻印到图书之中。除上文提到的《万锦情林》外，万历二十六年（1598）刊刻的《三台馆仰止子考古详订遵韵海篇正宗》一书，卷首就有《三台山人余仰止影图》。王重民先生对此图做过以下生动的描述：

图绘仰止高坐三台馆中，文婢捧砚，婉童烹茶，凭几论文，榜云“一轮红日展依际，万里青云指顾间”，固一世之雄也。四百年来，余氏短书遍天下，家传而户诵，诚一草莽英雄。今观此图，仰止固以王者自居矣。^①

此外，据肖东发先生《建阳余氏刻书考略》^②一文介绍，余象斗刻本《新刊理气详辨纂要三台便览通书正宗》卷十一中也有“三台山人余仰止影图”，《五刻理气纂要详辨三台便览通书正宗》卷首有“三台余仰止先生历法图”，卷十一有“余仰止先生仰观天象”图等。

二、利用牌记做广告

在明代建本中，利用牌记做广告已是甚为普遍的现象，几乎所有的刻本都有这一方面的内容。

相对而言，明前期的建本牌记中的广告，内容尚比较质朴，符合实际。如熊宗立刻印的《补注释文黄帝内经素问》，目录后牌记云：

是书乃医家至切至要之文，旧本昏蒙讹舛漏落，本堂今将家藏善本三复订正，增入《运气入室奥论》，重新绣梓。鳌

峰熊氏种德堂识。

文中强调的只是此书在医学上的重要性，以及经过家藏善本反复校正，无旧本之错讹等等。

万历间，潭阳源泰堂刻本黄仁溥编《皇明经世要略》，封面有题识云“此编系国朝边戎武场要务，皆硕辅宏论也。初刻自本堂，买者须认源泰为记”。文中以一句话概括此书主要内容之后，接着强调此书出自本堂初刻，并提醒读者认清书堂的标记。

明后期建本中，像源泰堂这样比较平实的广告词已不多见，代之而起的多为类似余象斗刻本《三台万用正宗》的牌记——

坊间诸书杂刻，然多沿袭旧套，採其一，去其十，弃其精，得其粗，四方士子惑之。本堂近镛此书，名为《万用正宗》者，分门定类俱载全备，展卷阅之，诸用了然，更不待他求矣。买者须认三台为记。

文中标榜惟我独为“正宗”的广告味十足。这种以对比的方式，抬高自己，贬低他人，几乎充斥了明后期建本的牌记广告之中。如陈氏存仁堂万历刻本《万宝全书》的牌记：

坊间《万宝全书》，不啻充栋，然不一精检，鲁鱼亥豕，混杂篇章者有之。本堂特请名士，校讎事物度数，一仿古典，启觐书札，别模书藻，端写绣梓，点画不差，应酬便用，价比南金矣。

此书实际上是根据当时书坊流行的《万锦不求人》、《学海全书》、《五车拔锦》、《养命全书》等通俗类书，杂采拼凑而成，本身就是“混杂篇章者”，所谓“价比南金”，不过是自我吹嘘而已。

三、利用序文做广告

这也是明代建本广告的一个特点。其好处是序文不受字数限制，书中有何优点尽可慢慢道来。如万历二十五年（1597）书林郑云斋刻本《四民利用便览五车拔锦》序云：

余家世业万卷书，凡天地帝王古今名物片词只字，有利于民者，莫不了然胸臆，第欲删繁就简，摘粹而拔尤者，竟未之覩也。近书林郑氏新集《五车拔锦》若干篇。……其间天文、地理、人纪、国法、文修武备，与夫冠婚丧祭之仪、阴阳术数之学，悉皆分门定类……

以下还有一段长长的文字，不外乎是说此书如何如何之妙。这段“广告词”，不是直接从出版商自家的角度来说，而是虚拟了一个撰序人，从第三者的口中说出，出版商的目的，是要以此取得比其直接粉墨登场更好的广告效应。

以序文做广告的另一好处是，撰序人多为当时的学者名流，广告效果尤佳，且以撰序人的角度赞扬出版商，有利于塑造其自身形象。如明正德四年（1509）刘弘毅刻本《资治通鉴节要》有一段刘吉序文云：

建阳义士刘君弘毅，自幼酷好经史，乐观是书。久之，亦大有所得，乃于暇日取其真本，正彼讹舛，命门人独明子辈，录而成帙，将寿诸梓以传。

这实际上是一段塑造出版商自身形象的广告词。文中强调刘氏是一位“酷好经史”的“书林义士”，以其刻书，刻本质量自然属于上乘，由此而吸引读者。

余象斗万历间刻印题袁黄编《历史大方纲鉴补》，卷首有韩敬序云：“……闽建邑余君文台，慷慨豪侠，行义好施，夙与袁有通盟谊。其二三伯仲郎俱以文学名，而长君君及屡试辄冠，翩翩闽中祭酒，束装千里，来购是书。……”与刘弘毅相比，由余象斗托名于韩敬的这一段广告词更有“特色”，文中诸多动态的描写，将余氏打扮成一位风度翩翩的书坛侠士，其广告效应已不是仅仅宣传一本书那样所能取代的了。

四、利用凡例做广告

这种情况，在建本中不多见。据日本酒井忠夫先生所撰《明代的日用类书与庶民教育》^③一文介绍，现存日本内阁文库的潭阳杨居理道卿刻本《士民便用云锦书笺》中，有《凡例》七则，依次将此书门类、注释、音字、校订等各个方面一一撰写了广告——

门类之全。人生日用，几数百事，苟有事楮墨，何可不备？兹独细为编汇，凡属文字之科，靡不巨细兼修，断无遗漏之叹。

注释之精。博学典故，世所共推，况束札中多援古为喻，苟非详释，难令人人易晓。本刻参今考古，况无造义，读者辨之。

音字之详。束牋以便四民，四民中宁人人博学？况有古典，即存古字，非细为音叶，未免疑惑，兹特附于上，使人一披瞭然。束牋之有音字，则自本馆始也……

杨居理的《凡例》广告，可称为“系列性广告”，在古代图书广告中并不多见。在广告方法和手段上，可算是一个创新。

五、利用书名做广告

在明代建本中，这是一个较为普遍的现象。书坊主人为使书名醒目，以调动读者的购买欲，总是在书名上加上许多前缀，从而使书名越来越长。如：

《新钤评林旁训薛郑二先生家藏酉阳搜古人物奇编》（余应虬近圣居刻本），21字；

《鼎镌六科奏准御制新颁分类注释刑台法律》（熊冲宇种德堂刻本），18字；

《楔王氏秘传图注八十一难经评林捷经统宗》（刘双松安正堂刻本），18字；

《新刊徽郡原板校正绘像注释魁字登云金璧故事》（书林黄耀字刊本），20字；

《精刻张翰林重订京本排韵增广事类氏族大全》（陈国旺积善堂刻本），19字；

《新锲两京官板校正锦堂春晓翰林查对天下万民便览》（书林陈德宗刻本），22字。

.....

在这些书名附加的成分中，其内容主要包括，一是宣扬版本来源，并经权威人士校正，以示可靠。如“徽郡原板校正”、“两京官板校正”、“王氏秘传”、“张翰林重订”等等。二是标示编辑方法或体例，如“评林旁训”、“图注”、“绘像注释”、“分类注释”等。三是标榜刻本质量，如“精刻”、“新锲”、“新镌”等等。

这种叠床架屋书名产生的原因，与图书市场竞争激烈，和书坊主人急于求售的心理有关。刻在书卷中的牌记、序文等尽管可以写进大量的广告用语，但终究是印在卷中，读者不易一眼看到，而书名则不同，插在架上，不用动手，便一望即知。于是在有限的书名中，便夹进了无限长的广告词，从而形成了这种冗长的书名。至于文中夹杂的“京本”、“徽板”、“翰林校正”等等，恐怕很多都只是虚张声势而已。如余象斗刊刻的《列国志传》，此书编撰者是其叔翁余邵鱼，本应是地道的家传建本无疑，但其书题却称《新刊京本春秋五霸七雄全像列国志传》。“京本”二字，毫无疑问是出版商为取得广告效应，经过多方选择后而有意增添上去的。

综观明代建本的广告，虽有一些比较成功的范例，对今天的图书广告而言，也有一些有益的借鉴，但总体而言，虚假浮夸的成分占了更大的比重。这种现象，尤以明后期的建本广告更为突出。明后期的建阳刻书家很少有人能真正从提高刻本的质量着手，以此提高图书发行的竞争能力，而是煞费苦心地泡制各种名目繁

多的广告，则不能不说是舍本逐末了。

注：

①王重民：《中国善本书提要》61页。

②见《文献》第二十二辑。

③日·林支春：《近世中国教育史研究》，1973年国土社刊。

作者工作单位：福建省建阳市朱熹研究中心

《文献》杂志廿年（1979—1998）

纪念光盘简介

《文献》杂志自1979年创刊起，至今已经二十年有余了。二十年的《文献》不仅凝聚着北京图书馆对学术研究的重视和力度，也凝聚着学术界改革开放以来欣欣向荣的可喜成就。《文献》杂志自创刊起，一直坚持了严谨朴实的优良作风，获得了学术界一致好评，也为海外汉学研究的学者们所瞩目。为此，北京图书馆出版社决定和本馆的信息网络部合作，出版“《文献》廿年（1979—1998）纪念”光盘，将二十年的《文献》按一定的检索方式录制在光盘上，这既是一种纪念方式，也可以满足一些图书馆和个人难以补齐二十年《文献》的缺憾。同时，这套光盘具有多种方便的检索功能，可以使读者多途径多角度地充分利用《文献》中的资料。这套光盘的出版，为更好地利用以往的学术成果、弘扬传统文化，做出了新的贡献。

《文献》杂志

地址：北京市海淀区中关村南大街
33号

邮编：100081

电话：68415566—5562

发行：北京图书馆出版社

地址：北京市文津街7号

邮编 100034 电话：66174391

技术支持：国家图书馆信息网络部

地址：北京市海淀区中关村南大街
33号

邮编：100081

电话：68415566—5206

传真：68419291



图一：明弘治刻本《大广益会玉篇》
书影

图二：明刻本《居家必用》书影
(文见第 178 页)

