

远去的背影文化的神韵

中国古代



商号

王 烨◎编著

中国传统民俗文化
——政治经济制度系列



中国商

中国古代商号

王 烨 编著

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国古代商号 / 王烨编著. — 北京: 中国商业出版社, 2015. 10

ISBN 978 - 7 - 5044 - 9107 - 7

I. ①中… II. ①王… III. ①商号 - 商业史 - 中国 - 古代 IV. ①F729.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 214355 号

责任编辑: 孙锦萍

中国商业出版社出版发行

010 - 63180647 www. c- book. com

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店总店北京发行所经销

北京飞达印刷有限责任公司

*

710 × 1000 毫米 16 开 12.5 印张 200 千字
2015 年 11 月第 1 版 2015 年 11 月第 1 次印刷

定价: 25.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

《中国传统民俗文化》编委

- 主 编** 傅璇琮 著名学者，原国务院古籍整理出版规划小组秘书长，清华大学古典文献研究中心主任教授，原中华书局总编辑
- 顾 问** 蔡尚思 著名历史学家，中国思想史研究专家
卢燕新 南开大学文学院副教授
王永波 四川省社会科学院文学研究所副研究员
叶 舟 中国思维科学研究院院长，清华大学、北京大学特聘教授
于春芳 北京第二外国语学院教授
杨玲玲 西班牙文化大学文化与教育学博士
- 编 委** 陈鑫海 首都师范大学中文系博士
李 敏 北京语言大学古汉语古代文学博士
赵 芳 出版社高级编辑，曾编辑出版过多部文化类图书
韩 霞 山东教育基金会理事，作家
陈 娇 山东大学哲学系讲师
吴军辉 河北大学历史系讲师
石雨祺 出版社高级编辑，曾编辑出版过多部历史类图书
王 欣 全国特级教师
- 策划及副主编** 王 俊

序 言

中国是举世闻名的文明古国,在漫长的历史发展过程中,勤劳智慧的中国人,创造了丰富多彩、绚丽多姿的文化,可以说人创造了文化,文化创造了人,这些经过锤炼和沉淀的古代传统文化,凝聚着华夏各族人民的性格、精神、智慧,是中华民族相互认同的标志和纽带。在人类文化的百花园中摇曳生姿,展现着自己独特的风采,对人类文化的多样性发展作出了巨大贡献。中国传统民俗文化内容广博,风格独特,深深地吸引着世界人民的眼光。

正因如此,我们必须深入学习贯彻十八届三中全会精神,按照中央的规定,加强文化建设。2006年5月,时任浙江省委书记的习近平同志就已提出:“文化通过传承为社会进步发挥基础作用,文化会促进或制约经济乃至整个社会的发展。”又说:“文化的力量最终可以转化为物质的力量,文化的软实力最终可以转化为经济的硬实力”。(《浙江文化研究工程成果文库总序》)今年他去山东考察时,又再次强调:中华民族伟大复兴,需要以中华文化发展繁荣为条件。

学习习近平同志的重要讲话,确可体会到,在政治、经济、军事、社会和自然要素之中,文化是协调各个要素协同发展、相关耦合的关键。正因为此,我们应该对华夏民族文化进行广阔、全面的检视。我们应该唤醒我们民族的集体记忆,复兴我们民族的伟大精神,发展和繁荣中华民族的优秀文化,为我们民族在强国之路上阔步前行创设先决条件。

实现民族文化的复兴,更必须传承中华优秀传统文化。现代中国人,特别是年轻人,对传统文化十分感兴趣,蕴含感情。但当下也有人对具体典籍、历史事实不甚了解,比如说,中国是书法大国,谈起书法,有些人或许只知道些书法大家如王羲之、柳公权等等的名字,知道《兰亭集序》是千古书法珍品,仅此而已。再比如说,我们都知道中国是闻名于世的瓷器大国,中国的瓷器令西方人叹为观止,中国也因此而获得了“瓷器之国”(英语 china 的另一义即为瓷器)的美誉。然而关于瓷器的由来、形制的演变、纹饰的演化、烧制等等瓷器文化的内涵,就知之甚少。中国还是武术大国,然而国人的武术知识,或许更多地来源于一部部精彩的武侠影视作品,对于真正的武术文化,我们也难以窥其堂奥了。我们还是崇尚玉文化的国度,我们的祖先,发现了这种“温润而有光泽的美石”,并赋予了这种冰冷的自然物以鲜活的生命力和文化性格,例如“君子当温润如玉”,女子应“冰清玉洁”、“守身如玉”;“玉有五德”,即“仁”、“义”、“智”、“勇”、“洁”,等等。今天,熟悉这些玉文化的内涵的国人,也为数不多了。

也许正有鉴于此,有忧于此,近年来,已有不少有志之士,开始了复兴中国传统文化的努力,读经热开始风靡海峡两岸,不少孩童乃至成人,开始重拾经典,在故纸旧书中品味古人的智慧,发现古文化历久弥新的魅力。电视讲坛里一波又一波对古文化的讲述,也吸引着数以万计的人们,重新审视古文化的价值。现在放在读者眼前的这套“中国传统民俗文化丛书”,也是这一努力的又一体现。我们现在确应注重研究成果的学术价值和应用价值,充分发挥其认识世界、传承文化、创新理论、咨政育人的重要作用。

中国的传统文化内容博大,体系庞杂,该如何下手,如何呈现?这套丛书处理得可谓系统性强,别具心思。编者分别按物质文化、制度文化、精神文化等方面来分门别类地进行组织编写,例如在物质文化的层面,就有中国古代纺织、中国古代酒具、中国古代农具、中国古代青铜器、中国古代钱币、中国古代石刻、中国古代木雕、中国古代建筑、中国古代砖瓦、中国古代玉器、中国古代陶器、中国古代漆器、中国古代桥梁等等。

在精神文化的层面,就有中国古代书法、中国古代绘画、中国古代音乐、中国古代艺术、中国古代篆刻、中国古代家训、中国古代戏曲、中国古代版画等等;在制度文化的层面,就有中国古代科举、中国古代官制、中国古代教育、中国古代军队、中国古代法律等等。

此外,在历史的发展长河中,中国各行各业还涌现出一大批杰出的人物,至今闪耀着夺目的光辉,启迪后人,示范来者,对此,这套丛书也给予了应有的重视,中国古代名将、中国古代名相、中国古代名帝、中国古代文人、中国古代高僧等等,就是这方面的体现。

生活在 21 世纪的我们,或许对古人的生活颇感好奇,他们的吃穿住用如何?他们如何过节?如何安排婚丧嫁娶?如何交通?孩子如何玩耍?等等。这些饶有兴趣的内容,这套中国传统民俗文化丛书,都有所涉猎,例如中国古代婚姻、中国古代丧葬、中国古代节日、中国古代风俗、中国古代礼仪、中国古代饮食、中国古代交通、中国古代家具、中国古代玩具、中国古代鞋帽等等,这些书籍介绍的,都是人们深感兴趣,平时却无从知晓的内容。

在经济生活的层面,这套丛书安排了中国古代农业、中国古代纺织、中国古代经济、中国古代贸易、中国古代水利、中国古代车马、中国古代赋税等等内容,足以勾勒出古人经济生活的主要内容,让今人得以窥见自己祖先曾经的经济生活情状。

在物质遗存方面,这套丛书则选择了中国古镇、中国古楼、中国古寺、中国古陵墓、中国古塔、中国古战场、中国古村落、中国古街、中国古代宫殿、中国古代城墙、中国古关等内容。相信读罢这些书,喜欢中国古代物质遗存的读者,已经能大致掌握这一领域的大多数知识了。

除了上述内容外,其实还有很多难以归类却饶有兴趣的内容,例如中国古代的乞丐这样的社会史内容,也许有助于我们深入了解这些古代社会底层民众的真实生活情状,走出武侠小说家们加诸他们身上的虚幻不实的丐帮色彩,还原他们的本来面目,加深我们对历史真实的了解。继承和发扬中华民族几千年创造的优秀文化和民族精神是我们责无旁贷的历史责任。

不难看出,单就内容所涵盖的范围广度来说,有物质遗产,有非物质文化遗产,还有国粹。这套丛书无疑当得起“中国传统文化的百科全书”的美誉了。这套书还邀约了大批相关的专家、教授参与并指导了稿件的编写工作。应当指出的是,这套书在写作中,既钩稽、爬梳大量古代文化文献典籍,又参照近人与今人的研究成果,将宏观把握与微观考察相结合。在论述、阐释中,既注意重点突出,又着重于论证层次清晰,从多角度、多层面对文化现象与发展加以考察。这套丛书的出版,有助于我们走进古人的世界,了解他们的美好生活,去回望我们来时的路。学史使人明智。历史的回眸,有助于我们汲取古人的智慧,借历史的明灯,照亮未来的路,为我们中华民族的伟大崛起添砖加瓦。

是为序。

傅璇琮

2014年2月8日

前言

我国商业兴起较早。中国古代商业是在历代政府的重农抑商政策的压制下取得发展和繁荣的，到宋元时期空前繁荣，类似于银行的柜坊、类似于汇票的飞钱和纸币很早就出现了。商业受官府控制色彩较浓，中国古代对外贸易以朝贡贸易为主，政治目的大于经济目的。明清时期，因为统治者实行海禁和“闭关锁国”政策，中国对外贸易渐趋萎缩。

商号是随着商品经济的发展，为区别商主体而采用并发展起来的。我国古代对于商号一般称字号。商号即厂商字号，或企业名称。商号作为企业特定化的标志，是企业具有法律人格的表现。商号经核准登记后，可以在牌匾、合同及商品包装等方面使用，其专有使用权不具有时间性的特点，只在所依附的厂商消亡时才随之终止。在一些生产厂家中，某种文字、图形，既是商号，又用来作为商标。但对于大多数生产厂家来说，商号与商标是不同的。一般而言，商标必须与其所依附的特定商品相联系而存在，而商号则必须与生产或经营该商品的特定厂商相联系而存在。

伴随几百年商品经济的发展，到明清时期商品行业繁杂，数量增多，商人队伍日渐壮大，竞争日益激烈。而封建社会统治者向来推行重农抑商的政策，在社会阶层的排序中，“士、农、工、商”中

商也是屈尊末位。对于商人而言，国家没有明文的法律保护，而民间又对商人有“奸商”的歧视。因而，在那样的年代，商人利用它们天然的乡里、宗族关系联系起来，互相支持，和衷共济，于是就成为市场价格的接受者和市场价格的制定者和左右者。同时，商帮在规避内部恶性竞争、增强外部竞争力的同时更可以在封建体制内利用集体的力量更好地保护自己，商帮在这一特定经济、社会背景下应运而生。

由亲缘组织扩展开来，便是以地缘关系为基础的地缘组织——商帮。由于籍贯相同而具有相同的口音，相同的生活习惯，甚至相同的思维习惯和价值取向，从而形成同乡间特有的亲近感。按地域划分，有所谓本帮和客帮之分；按行业划分，又有行帮之分。明清时代先后活跃在商业领域的商帮有：山西商帮、陕西商帮、山东商帮、福建商帮、徽州商帮、洞庭商帮、广东（珠三角和潮汕）商帮、江右商帮、龙游商帮、宁波商帮。

商帮在中国经济发展史上创造了辉煌的业绩，中国古代的茶马古道和丝绸之路，都是在商帮开辟下形成的著名商业通途。封建商帮的衰落可以说也是封建王朝发展的必然，在皇权至上的历史前提下，私权随时都有不虞之灾。因此，封建王朝以民营企业为主体的商帮，在那个时代中从一出生便注定了他的结局。而商会便是新时代商帮文化的载体，商会文化是商帮文化的传承、革新的产物，这也是“商帮文化”与时俱进的体现。

商号与商帮文化承载了中国数千年的商业文化精髓，也是中国民营经济发展的重要支撑力量，商帮文化的繁荣与振兴是中华优秀传统文化与现代商业文明的完美结合。本书介绍了古代著名的商人、商号与商帮，以期为读者进一步了解古代商业的发展提供一定的帮助。

目录



第一章 古代商业的产生

 第一节 商业发展简史	2
古代的物物交换	2
西周的商业	3
春秋战国商业的新发展	4
城市商业与农村商业	5
宋元的商业	7
明清的商业	9
 第二节 商人与商业	12
商人重利轻别离	12
商人的起源	18
先秦时代的商人	20
秦汉魏晋南北朝的商人	23
隋唐的商人	24
宋元的商人	25
明清的商人	26
 第三节 官商与儒商	28
官营商业	28



商人做官	30
弃儒从商	31
贾服儒行	34
由贾入儒	35



第二章 历代著名商人

第一节 职业商人的出现与发展

姜子牙经商	40
管仲的商业政策	42
郑以商业为立国之本	45
陶朱公的辉煌	47
大盐商猗顿	51
智勇仁强的白圭	51
大冶铁主郭纵	53
大行商鄂君	55
大统一的赞助商	55
自由商人的形成	57

第二节 古代名商趣话

重商奇才桑弘羊	59
远行的外贸专家	63
杂货商孙春阳	67
“乐善好施”的徽商鲍志道	69
财神爷——沈万三	70
世界首富——伍秉鉴	72
红顶商人胡雪岩	73
清代皇商范毓麟	76

第三章 古代商团组织与商帮商会

 第一节 商帮	82
商帮的出现	82
商帮的特征	83
 第二节 会馆	86
会馆的出现	86
会馆的发展情况	87
会馆的建立	88
会馆的管理与活动	90
会馆的性质	91
 第三节 公所	93
公所的出现	93
公所的职能	94
 第四节 行会	95
行会的出现	95
行会的主要作用	97
行会的管理职能	98
 第五节 商会	99
商会的出现	99
商会的组织与管理	100

第四章 古代著名的商帮与商团

 第一节 北方著名的商帮商号	106
“汇通天下”的晋商	106

独霸西部的陕西商帮	109
-----------------	-----

声名显赫的山东商帮	111
-----------------	-----

 第二节 南方著名的商帮商号	115
---	-----

“无徽不成镇”的徽州商帮	115
--------------------	-----

手段高明的龙游商帮	118
-----------------	-----

敢闯天下的福建商帮	119
-----------------	-----

精明能干的宁波商帮	121
-----------------	-----

势力庞大的广东商帮	124
-----------------	-----



第五章 古代著名商号与老字号

 第一节 京城著名老字号与商号	128
--	-----

吴裕泰茶庄	128
-------------	-----

张一元茶庄	129
-------------	-----

全聚德烤鸭店	131
--------------	-----

正阳楼饭庄	133
-------------	-----

都一处烧麦馆	137
--------------	-----

砂锅居	138
-----------	-----

同仁堂药店	139
-------------	-----

鹤年堂药店	142
-------------	-----

六必居酱园	144
-------------	-----

盛锡福帽店	147
-------------	-----

内联陞鞋店	149
-------------	-----

牛栏山二锅头	150
--------------	-----

 第二节 其他著名商号与老字号	152
--	-----

果仁张	152
-----------	-----

狗不理	154
-----------	-----



楼外楼	155
老鼎丰	157
张小泉	160



第六章 古代商人的社会生活



第一节 商人的社会活动

修路、筑桥、兴水利	166
-----------------	-----

建宗祠、办义学、开设书院	168
--------------------	-----



第二节 商人宗族与家庭生活

商人的宗族势力	170
---------------	-----

商人的婚姻与家庭	175
----------------	-----

历代商人的奢靡风气	179
-----------------	-----

参考书目	182
------------	-----



古代商业的产生

在商品经济相当发达的今天，提到商业，大家无不熟悉。商业到底如何产生？又如何发展？不同时期有什么不同的特点？这个历史过程却有很多复杂的内容。因此，要了解其中的情形，必须先从商人和商业的出现和成长谈起。



古代的物物交换

当生产力到达一定水平后，社会就会出现不同的分工，有了剩余生产物时，便形成了商业。一开始只是在萌芽状态，生产者之间进行直接的物物交换，后来才发展为钱物的交换形式——真正的商业。

最早的物物交换产生于原始社会。距今天六七千年前，在河南、甘肃、陕西这些属于早期仰韶文化的村落遗址中，人们发现了被制作成装饰品的原产于沿海的海贝，这也就是从外地交换而来的直接物证。当时只是带有偶然性的交换。在距今 5000 年前的原始社会晚期，出现了第一次社会大分工，畜牧业和种植业分工，手工业（制陶、红铜）也相继和农业分离，交换进行的空间进一步扩大。《易·系辞下》中写道：“神农氏作……日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”意思就是说交换在此时已经较为常见，并且有了比较固定的时间与场所。古代文献中还有“因井为市”的记载，意思是说交易的场所经常设置在水井旁，这不仅为人们清洗货物提供了方便，也为人畜饮水提供了便利。因而后世经常以“市井”连称。

最先进行的物物交换，大多发生在生产门类与自然条件不同而拥有不同产品的氏族和部落之间，由氏族与部落首领作为代表，对外进行物物交换。舜作为虞氏部落的首领，就十分精通于货物交换活动。《史记·五帝本纪》中说舜曾“作什器于寿丘（今山东曲阜），就时于负夏（今河南濮阳附近）”。“就时”的意思是说根据季节变化进行不同的交易。又说舜“贩于顿丘”“顿丘买贵于是贩于顿丘，传虚卖贱于是债于传虚”。其中的“顿丘”在今河南浚

