

Electronic Commerce

电子商务文化概论

覃征 等 编著



清华大学出版社

Electronic
Commerce

电子商务文化概论

覃征 张伟哲 葛磊 张镛 等 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

《电子商务文化概论》一书从文化的角度审视电子商务,紧扣电子商务的内涵和外延,讲述电子商务在其短短数十年的发展历程中如何推动了新经济的发展,以及如何对人们的消费习惯、商务理念产生潜在的影响。第1~2章主要介绍电子商务的产生与发展、定义和分类;第3~4章从电子商务文化的内容及其对社会各层面的影响出发,为读者呈现电子商务文化的现状;第5章将电子商务文化上升到战略层面,浅析电子商务文化与企业战略、国家战略的关系。

本书可作为电子商务相关学科本科生、研究生以及电子商务相关的专业人员、政府官员、企业管理人员的参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

电子商务文化概论/覃征等编著. —北京:清华大学出版社,2014

ISBN 978-7-302-36766-6

I. ①电… II. ①覃… III. ①电子商务—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第120551号

责任编辑:沈洁 张民

封面设计:常雪影

责任校对:焦丽丽

责任印制:王静怡

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795964

印 刷 者:北京富博印刷有限公司

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:13 彩插:1 字 数:301千字

版 次:2014年7月第1版 印 次:2014年7月第1次印刷

印 数:1~2000

定 价:29.00元

产品编号:056259-01



葛磊，清华大学信息学院/软件学院研究助理，从事计算机视觉与图像处理、移动电子商务等领域研究。

覃征，清华大学信息学院/软件学院教授，从事大数据、软件系统结构、海量信息处理、电子商务等领域研究。

张伟哲，清华大学信息学院/软件学院研究助理，从事大数据、软件系统结构、电子商务文化等领域研究。

张铤，清华大学信息学院/软件学院研究助理，从事大数据环境下数据建模、移动电子商务等领域研究。

图中左二为本书第一作者，清华大学覃征教授；另外三位为本书主要作者，左起依次为：葛磊、张伟哲、张铤。

电子商务是一门尚处于发展时期的、日新月异的学科。从产生到现在数十年的时间内,它的发展十分迅速,不仅影响到商业、IT产业、金融、工业、农业、医疗、教育等领域,而且还深刻地改变着各个国家的政治、军事、文化和社会面貌。电子商务不仅仅是对各行各业的一场革命,更是对人类文化的巨大冲击。

电子商务和网络经济的迅猛发展得益于全球经济一体化的迅猛发展,得益于信息处理技术和通信技术的快速成熟,更是源于其自身适应知识经济时代商务模式的内在特点。它是一种全新的商务手段,从根本上改变了人们传统经济活动中的交易方式和流通技术,同时改变了人们传统的生活方式和思想观念。

“文化”是一个十分宽泛的概念。从定义上说,它指生物在其发展过程中逐步积累起来的跟自身生活相关的知识或经验,是其适应自然或周围环境的体现,是其认识自身与其他生物的体现;从实际来讲,文化是一种社会现象,是人们长期创造形成的产物,同时又是一种历史现象,是社会历史的积淀物。确切地说,文化是凝结在物质之中又游离于物质之外,能够被传承的国家或民族的历史、地理、风土人情、传统习俗、生活方式、文学艺术、行为规范、思维方式、价值观念等,是人类之间进行交流的普遍认可的一种能够传承的意识形态。

而本书之所以探讨电子商务文化,是因为电子商务是时代的产物,其革命意义不仅体现在开创一种新的商务方式,更体现在:第一,它是一个潜力巨大的新兴产业;第二,它创建了一种全新的工业秩序;第三,电子商务造就的与传统商务文化截然不同的社会意识形态。显然,电子商务已经对传统的经济活动产生了深远的影响,而随着电子商务的进一步发展,它将触角伸向人类社会的各个角落,将对人们社会活动的各个方面产生更加深远的影响,改变人们的世界观、方法论、思维方式、行为方式、生产模式。而这些影响,势必是彻底的、革命性的。

在探讨电子商务文化的过程中,本书首先从电子商务新商品概念、新技术领域、电子商务新形势分析了电子商务文化具体有哪些表现形式,之后通过探讨新的消费观念、新的营销理念、新的企业组织形式,展现了电子商务文化究竟对人类社会产生了哪些影响。而事实上,电子商务文化的内容和影响还有更丰富的细节,也将在更长久的时间内作用于人类发展的进程。凭电子商务的发展

之快以及信息时代社会变迁之迅猛,我们有理由相信电子商务文化将不断改变其面貌、不断更新“文化”这一概念的总和。

全书共分为5章,其中第1~2章从电子商务的由来与发展,定义与基础出发,抓住电子商务的概念和内容;第3~4章阐述了电子商务文化的内涵与电子商务文化对社会产生的影响;第5章则将文化与战略相结合,将文化的意义上升到新的高度。在编写过程中,一方面着重阐述电子商务的基础知识和理论,另一方面又紧扣文化,注重电子商务新理论、新发展与社会快速变革的相互影响。因此,本书作者参考和借鉴了大量的出版物和网上资料,引用了相关领域的一些最新研究成果及部分案例,在此谨向资料的作者和提供者表示诚挚的谢意。

本书主要由覃征、张伟哲、葛磊、张镓共同完成。其中覃征负责写作内容的确定与审核,张伟哲、葛磊、张镓负责内容的组织,张伟哲负责第1,4,5章的写作,葛磊负责第2章的内容,张镓是第3章的负责人。刘本兰在第1章的成稿过程中也做出了贡献。同时,刘希杰、段鸿杰、陈志强参加了部分内容的写作工作。由于时间仓促,加之作者的水平有限,书中出现错误在所难免,希望读者批评指正。

作 者

2014年5月

第 1 章 电子商务的发展历程	1
1.1 商业的诞生和发展	2
1.1.1 原始商业的萌芽	2
1.1.2 货币的诞生与商人的形成	4
1.2 电子商务产生的基础	10
1.2.1 国际贸易的发展和经济全球化的形成	10
1.2.2 计算机及计算机网络的诞生	13
1.2.3 现代物流的诞生	18
1.3 电子商务的产生	19
1.3.1 早期的电子商务——基于 EDI 的电子商务阶段	19
1.3.2 电子商务的发展——Internet 电子商务阶段	19
1.3.3 E 概念电子商务阶段	21
1.4 电子商务的未来	22
1.4.1 移动计算技术对电子商务的影响	22
1.4.2 大数据时代与电子商务	24
1.4.3 前瞻：从 O2O 谈起	26
1.5 小结	27
第 2 章 电子商务基础	29
2.1 电子商务的概念与定义	30
2.2 电子商务的基本模式	34
2.2.1 电子商务中的交易主体	34
2.2.2 企业对企业的电子商务模式	36
2.2.3 企业对消费者的电子商务	39
2.2.4 企业对政府的电子商务	42
2.2.5 政府对政府的电子商务	44
2.2.6 个人对个人的电子商务	45
2.2.7 线上对线下的电子商务	47
2.3 电子商务的主要技术	49

2.3.1	电子商务支撑技术	49
2.3.2	电子商务门户技术	60
2.3.3	电子商务支付技术	64
2.3.4	电子商务安全技术	75
2.3.5	物流技术	83
2.4	电子商务的社会属性	88
2.4.1	电子商务与传统贸易	88
2.4.2	电子商务中的商业伦理	91
2.5	小结	93
第3章	电子商务文化	94
3.1	电子商务环境下的商品文化	95
3.1.1	电子商务环境下的商品形态	95
3.1.2	电子商务环境下的商品文化特征	101
3.2	电子商务环境下的技术文化	111
3.2.1	电子商务的技术价值	111
3.2.2	电子商务与计算机技术	115
3.3	电子商务环境下的社区文化	117
3.3.1	社区文化的基本形式	117
3.3.2	由电子社区所产生的语言文化	125
3.3.3	电子商务环境下网络社区文化的特点	127
3.4	小结	134
第4章	电子商务文化对社会的影响	135
4.1	电子商务所产生的新经济	136
4.1.1	电子商务对社会经济的影响	136
4.1.2	电子商务经济学	136
4.2	电子商务文化产生的新消费观	138
4.2.1	电子商务时代的新消费环境	139
4.2.2	电子商务时代的新商品构成	144
4.2.3	电子商务时代的新消费理念	149
4.3	电子商务文化产生的新营销	151
4.3.1	电子商务环境下的新营销理念	152
4.3.2	经营者与消费者的新型关系	154
4.3.3	电子商务环境下的新营销策略	157
4.4	电子商务文化产生的新企业组织	165
4.4.1	电子商务文化使传统企业发生转型	165
4.4.2	新的平台企业组织模式	168

4.5 小结	170
第5章 电子商务战略与文化	171
5.1 电子商务战略概述	172
5.1.1 战略与电子商务战略.....	172
5.1.2 电子商务战略的研究.....	175
5.2 不同层次的电子商务战略	177
5.2.1 国家级电子商务战略.....	177
5.2.2 企业级电子商务战略.....	186
5.3 文化视角下的电子商务战略	190
5.3.1 中西方商务文化差异.....	190
5.3.2 文化差异带来的电子商务战略影响.....	192
5.4 小结	197
参考文献	198

第1章 电子商务的发展历程

电子商务作为商业的重要组成部分,来源于商业的发展和科技的进步,因商业的实质是交换,电子商务其实就是网络世界的虚拟交换和现实世界实物交换的结合。纵观历史,交换伴随着整个人类的进化发展,是生产力发展的标志。而电子商务,则随着人类生产力的发展,随着技术的进步应运而生。

本章从历史的角度出发,按照过去—现在—未来的时间主线,首先介绍手工商务的产生与发展,然后介绍电子商务的萌芽与诞生,最后根据当前科技发展的大趋势对电子商务的未来进行展望。本章的组织结构图见图 1-1。

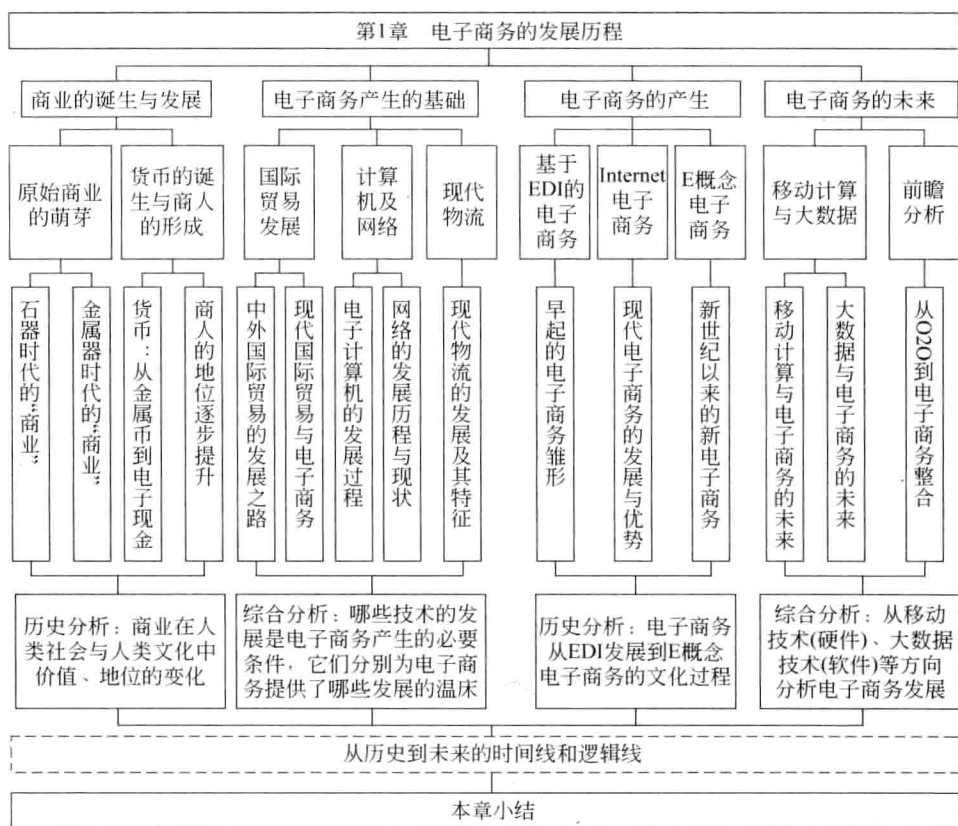


图 1-1 本章的组织结构图

面临世界经济复苏步伐放缓的严峻形势,电子商务作为战略性新兴产业和重点服务性行业的地位被确定。电子商务打破了传统商务活动中商品与一般等价物交换的固有模式,在网络的虚拟世界里重新建立起一个信用体系,使得传统的商务活动可以借助于移动计算技术、现代物流等来实现,进一步推动社会的发展。它在创新商业模式、开拓零售市场和行业市场方面发挥了重要作用,促进了经济增长方式的转变和流通现代化,是扩大内需、促进消费、自主创业的重要途径之一。因而,电子商务的发展受到了各行各业的高度重视,各级政府部门也推出了各种政策来推动电子商务的发展。根据《中国电子商务报告》统计,截至2012年底,中国网络购物用户规模达到2.42亿人,其中手机网购用户为5550万人。2012年,中国电子商务市场交易总额突破8万亿元,达到80163亿元,比2011年增长了31.7%;网络零售市场交易规模达到13110亿元,同比增长67.5%;电子商务服务业收入达2080.4亿元,比2011年增长了73.4%;第三方互联网在线支付市场全年交易规模达38039亿元,比2011年增长76%。在世界范围内来看电子商务的发展,截至2012年6月,全球互联网使用人数达到24.05亿人,已经占到全世界人口的34.3%。2012年,全球网络零售电子商务交易额达到1.09万亿美元,较2011年增长21.1%。同时,电子商务在不断开拓新的领域、发展新的模式,跨境电子商务发展迅猛。

如上所说,电子商务正在人类商业、信息技术、管理等多个领域创造着一个又一个奇迹。但是电子商务因何而生,从何而起,却是我们探讨电子商务相关文化问题所必须了解的问题。而这,也是本书接下来所要探讨的。

1.1 商业的诞生和发展

商业是以货币为媒介进行交换从而实现商品的流通的经济活动。商业有广义与狭义之分。广义的商业是指所有以营利为目的的事业;而狭义的商业是指专门从事商品交换活动的营利性事业。商业,是一种有组织的提供顾客所需的商品与服务行为。商业的发展并不是一蹴而就的,在人类漫长的历史长河中,商业的发展反映了生产力的发展以及科学技术的进步。一般认为,商业源于原始社会以物易物的交换行为,它的本质是交换,而且是基于人们对价值的认识的等价交换。在原始物物交换里面,交换是偶然的,目的只是为了获得自己生活所需要的物品,有可能一把石斧就能交换一头羊。但是随着交换频度的增加,偶然的交换成功并不能满足人们的需求,于是原始人类试着把自己的物品先交换成为一些便于交换的物品,然后再换取自己需要的物品。便于交换的物品在交换过程中的地位逐渐凸显出来,最后被提取出来固定的充当一般等价物——这是商业诞生的必要前提。由交换发展成为商业必须具备几大条件:一是社会分工,二是私有物品的产生,三是货币的诞生,四是商人的产生。

1.1.1 原始商业的萌芽

原始社会漫长的发展过程就是人类产生的过程,也是人类由猿变成人的过程,是劳动逐渐将人与动物区分开来的过程。在人类的发展过程中,人造工具的诞生具有重大意义,因为它代表了生产力的进步,推动着生产关系发生变革。在原始社会中,最早出现的工具

是石器。在考古学上石器的演进分为3个时代：旧石器时代（相当于蒙昧时代的中级阶段），它又分为早期（约在300万年至20万~30万年前的猿人年代）、中期（约在20万~30万年至5万年前的早期智人——古人年代）、晚期（约在5万年至1.5万年前的晚期智人——真人年代）；中石器时代（相当于蒙昧时代高级阶段）是旧石器时代到新石器时代的过渡，人类进入中石器时代约在1.5万年前；新石器时代（相当于恩格斯提到的野蛮时代的低级阶段），各个地区进入这一阶段的年代早晚不一，最早约在8000~9000年前。

1. 石器时代

石器的出现将原始社会划分为原始群和原始公社两个发展阶段，后者又可分为血缘家族、母系氏族公社、父系氏族公社3个时期。原始群是从猿到人的转换过程中形成的，在群里，人们共同劳动，会使用简单的工具，然后逐渐产生了语言，开始创造工具。

（1）旧石器时代

随着原始社会生产力的发展，原始的群居生活开始按照血缘关系分群。在旧石器早期和中期，人类的社会组织形式是血缘家族，他们生产活动的主要内容是采集和狩猎，主要靠采集野生植物的根、茎、果实和猎取小动物为生。早期的血缘家族中，男子主要从事狩猎，其成果带有偶然性，而妇女从事的采集和原始农业取得的生活资料比较可靠，她们的活动对于维系整个氏族的生存和繁衍起着重要作用，世系是按母方确定的，这就决定了在公社中妇女处于领导地位。到了旧石器时代的晚期，石器的加工比以前更规整，同时还出现了复合工具和复合器具，如木柄的石矛、石斧等，同时，人们开始定居，于是产生了母系氏族公社。

（2）中石器时代

中石器时期出现了石器（制作精细、形状端正、体积较小）、弓和箭，并开始驯养家畜（最早的是绵羊和狗）。到了新石器时期，磨光石器广泛流行；已能制作陶器；狩猎逐渐发展为原始畜牧业（猪、羊、牛等先后成为家畜），采集逐渐发展为原始农业（开始栽种大麦、小麦、稻、小米、玉米、马铃薯等）。畜牧业和原始农业的发展，让人类开始告别居无定所、食不果腹的日子。随着定居生活和原始畜牧业、农业的发展，逐渐有了家庭手工业，制作陶器和皮革，编结篮筐，纺织麻、棉、毛等。新石器时代是母系氏族公社的繁荣时期。但是整个母系氏族公社发展过程中生产力低下，剩余产品几乎没有，群体内部大家共同劳动，共同消费，平均分配采集或猎取到的食物，在公社之间偶尔开始出现物物交换。

（3）新石器时代

在新石器时代的晚期，人类开始利用天然金属，如金、银、铜等，逐渐向金属器时代过渡。原始的农业和畜牧业随着工具的进化而改变，主要由男子来承担，男子在整个生产活动中的作用日益重要，妇女则主要从事家务劳动。氏族公社有了剩余产品，畜牧部落与农业部落分离使部落之间的交换愈发频繁。这种男女经济地位的变化必然导致彼此社会地位的变化，男子往往凭借其在生产活动中的地位，把剩余产品占为己有，于是出现了私有财产，继而产生了将占有的财物传给子女的强烈愿望，这也促使母系氏族向父系氏族转变。父系氏族公社时期是私有制产生、发展和原始社会解体并逐步向阶级社会过渡的时期。

2. 金属器时代

父系氏族公社时期,人类已经逐渐告别石器时代并逐渐过渡到青铜时代。青铜时代是以使用青铜器为标志的人类物质文化发展阶段。青铜时代处于铜石并用时代之后,早于铁器时代之前,在世界范围内的编年范围大约从公元前 4000 年至公元初年。世界各地进入这一时代的年代有早有晚。中国、西南亚、伊朗南部、土耳其和美索不达米亚一带在公元前 4000—前 3000 年已使用青铜器,欧洲在公元前 4000—前 3000 年、印度和埃及在公元前 3000—前 2000 年,也有了青铜器。埃及、北非以外的非洲使用青铜较晚,大约不晚于公元前 1000—公元初年。美洲直到将近公元 11 世纪,才出现冶铜中心。最早的铜器大都是装饰品(指环、手镯、项圈等),后来才用铜制造工具、器皿和武器。但最初的铜器是红铜(即纯铜),熔点高、硬度低,不能大量使用,作为主要工具的仍然是石器。因此,这一时期在考古学上称为金石并用时代。约到公元前 3000 年代中期,人类开始学会冶炼青铜(铜锡合金),并大量用来制造器具,从而进入青铜时代。最早使用青铜的是西亚两河流域和南亚印度河流域,然后是埃及、中国和其他一些地区(约在公元前 2000 年代)。

在公元前 2000 年代后半期至公元前 1000 年代上半期,西南亚、东南欧、南亚次大陆、北非以及中国等广大地区先后开始冶铁,进入了铁器时代,但石器、青铜器仍然和铁器并存了很长时期后才最终被铁器所代替(考古学上的金石并存和金属器时代大致相当于野蛮时代的中级和高级阶段)。金属器的使用表明,生产力已发展到一个新阶段,原始的锄耕农业逐渐变为犁耕农业,原始畜牧业也有了进一步的发展,出现了畜牧部落和农业部落的分工。与此相适应,母系氏族公社过渡到父系氏族公社;同时,交换和私有制得到发展,氏族制度开始解体,原始社会逐步向阶级社会过渡。

中国的青铜文化起源于黄河流域,始于公元前 21 世纪,止于公元前 5 世纪,大体上相当于文献记载的夏、商、西周至春秋时期,约经历了 1500 多年的历史。这与中国奴隶制国家的产生、发展及衰亡相始终。中国已经建立了国家(郭沫若按照马克思主义历史观认为是奴隶制国家,有争论),有了发达的农业和手工业,并且汉字也已经发展成熟。在商前期的炼铜遗址中,从可辨认的铸范中,铎范为数不少,虽然青铜的生产工具在早期的随葬物中较少,但在出土的商初青铜器中,仍看到生产工具占相当比重,说明在商代的手工业中,青铜工具如斧、锯、凿、锥等已广泛使用,青铜兵器也日益增多,至于青铜农具,虽然奴隶主不会为奴隶提供,但在当时,还有一部分作为自由民的农民都会拥有,历年出土的青铜农具有锄、铲等,这说明青铜的大量使用主要还是从事制作工具。

在原始社会到奴隶社会发展的过程中,商业开始萌芽并发展,但是农业和手工始终占据着社会生产的主要地位,自然经济是社会经济的统治经济,商品经济艰难地发展着。

1.1.2 货币的诞生与商人的形成

1. 货币的诞生

当物物交换发展到交换媒介——货币的出现时,是商业发展的里程碑,从此,买和卖分开为两个独立的过程。

随着交换的产生以及发展,原始简单的物物交换逐渐转变,人们开始把自己的物品先

换成当前比较方便交换的物品,再换成自己所需要的,于是一些物品凸显出来被当作一般等价物用于商品交换。据史料记载和大量出土文物考证,在贵金属固定充当货币以前,许多商品(如牲畜、食品、布帛、生产工具、生活用具、玉、贝等)都固定地充当一般等价物的商品,就是货币。在父系氏族公社时期,畜牧部落和其他部落交换的主要产品是牲畜,特别是牛。在交换中许多物品用牛来估价并作为交换媒介,被当作货币来使用,成为占有的对象。

货币是商品交换发展到一定阶段的产物。货币的本质就是一般等价物,具有价值尺度、流通手段、支付手段、贮藏手段、世界货币的职能。历史上不同地区曾有过不同的商品交换充当过货币,后来货币商品逐渐过渡为金银等贵金属。随着商品生产的发展和交换的扩大,商品货币(金银)的供应越来越不能满足对货币日益增长的需求,又逐渐出现了代用货币、信用货币,以弥补流通手段的不足。进入 20 世纪,金银慢慢地退出货币舞台,不兑现纸币和银行支票成为各国主要的流通手段和支付手段。中国的钱币文化源远流长,代表了东方的钱币文化;而以古罗马为代表的地中海钱币文化是西方钱币文化的源头,并且演变成为现代世界钱币文化的主流,以印度为代表的是南亚大陆钱币文化。

(1) 金属币的发展

在货币发展史上,金属货币在流通使用中逐渐取代了自然物货币和其他商品货币,固定充当一般等价物,这是货币发展的必然趋势。第二次社会大分工,手工业从农业中分离出来,各种金属出现了,熔炼技术的发明与发展使金属在交换中逐步成为主要对象,经常进行流通,从而使金属成为一种实物货币。金属具有价值比较稳定、易于分割、保存,便于携带等特点,具有一般实物货币不可替代的优越性。

现有的历史资料和考古资料显示,中国夏朝(约为公元前 2070—前 1600 年)就有贝币的出现,商朝(公元前 1600—前 1046 年)已经开始制作金属币。中国最早的金属铸币,出现于春秋晚期,战国时期进入发达的阶段。在春秋时代以前,交换中主要用货贝、麻布、工具或铜块之类的实物作为等价物。春秋晚期,随着社会生产力的提高,实物货币逐渐被具有固定形状、重量的金属铸币所代替。东周铸币有刀币、圆钱和金银铸币等。东周各国流通的钱币也各有特点。金属铸币的出现,标志着社会经济的重要发展和历史的进步。图 1-2 中为中国最早的货币——贝币。

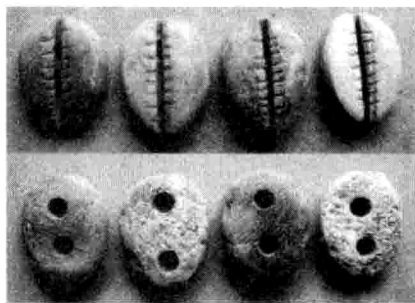


图 1-2 中国最早的货币——贝币

在后面的发展中,中国的金属币材质和形状都有发生变化:

- ① 先秦: 商朝人善于经商,以贝为币;战国时期,各国出现了铁钱,秦国使用圆形方孔钱,称半两钱(齐国使用刀形币,赵国使用铲形币,楚国使用蚁鼻形币)。
- ② 秦汉: 规定圆形方孔钱作为通行全国的货币。汉代以黄金和铜钱为主要货币。汉代的铜钱重量几经变化,至武帝铸五铢钱才稳定下来。
- ③ 三国: 那时货币减少,布帛、谷物成为主要的流通手段。曹魏曾以法令形式废止

铜钱,使用实物交易,以后行废不定。

④ 隋唐:仍铸五铢钱,禁止使用前代大小不一的旧币,有利于贸易的发展。唐初改革币制,唐高祖下令“废五铢钱,行开元通宝”。新铸的“开元通宝”,成为唐朝通用的货币,后来发行量很大。以后历代的货币都以它为范式。设柜坊专营货币的存放和借贷,是我国最早的银行雏形,比欧洲地中海的金融机构要早六七百年。

⑤ 宋元:北宋时在四川地区出现了世界上最早的纸币“交子”。由金属货币发展到纸币,是社会经济发展的必然结果。纸币的推广,减轻了商人携带金属货币的负担,有利于商品交换,反映了商业的高度发展。

⑥ 明清:明初,主币是纸钞,辅币是铜钱,禁止民间使用金银交易。到明中后期,白银成为普遍流通的主要货币。

熔铸成锭的白银始自汉代,其后各代皆有铸造,但流通不广。至明代盛行,但不是国家法定货币。至清,始作为主要货币流通。战国初,铜币大量出现,各国所用之钱,也形状不一。《明史》记载,此时“朝野率皆用银,其小者乃用钱,惟折官俸用钞”。明朝成化以后,田赋、商税、盐钞、匠役以及官俸等项收支中,折银的范围日趋广泛。银两逐渐成为主要的支付手段。此时,形式上银两与铜钱并用,但铜钱的价值太小,发行量又不大,不能适应大宗交易的需要,在交易中银两使用的比重逐渐增大。

但明代仍无银币。作为通货用的白银,主要是铸成两端翘起的船形银锭(银元宝),银条和码形的银锭都少见,小额交易则使用碎银。元宝银锭大小不等,大元宝一锭有重至五十两者,也有重二十两的。其上有铸造地点、重量和银匠姓名等文字。小锭上的文字多少不一。银锭和碎银的重量有区别,成色也各有差异,每次支付时都需秤称分量和鉴定成色,多有不便。

清代实行银钱平行本位制度,规定制钱一千文准银一两。银两是法定通货,不仅民间交易收藏使用,官府收纳地丁捐税也使用,由此形成银两制度。清朝的银两多以马蹄形的元宝出现,故亦称为宝银。经过熔铸,又可分为大锭、中锭、小锭,通称银块或银锭,此外还有碎银。由于各地均可自行熔铸宝银,以致宝银的种类和名称虽然全国大体一致,但成色与重量并不一律。各地使用不同成色名目的银两,相互兑换均有一定的折算比率。银两有实银和虚银之分。虚银是指它作为价值符号或记账单位。清初法定的纹银、咸丰年间出现的上海规元银、汉口的洋例银以及天津的行化银,都是作为通行的计算单位的虚银,但它们可以随时折合兑取实在的银两。此外,还有作为特定用途从而具有特定衡量标准的虚银,主要有用作官库收捐纳税标准的库平银、用作征收进出口货物关税标准的关平银和用作征收漕粮折色的漕平银。

鸦片战争后,外国洋银大量流入和自铸银元流行,并没有根本改变或取代银两制度的地位。混杂的货币制度,在对外贸易的金融调度上和在与英镑比价的变化上,都符合外国资本的需要。1933年宣布废两改元后,银两不再使用。

(2) 纸币的发展

交子是因铁钱不便于流通与交换而产生的,是发行于北宋于仁宗天圣元年(1023年)的货币,曾作为官方法定的流通货币,称作“官交子”,在四川境内流通近80年。早在唐代后期,由于商业贸易兴盛,货币流通量增大,市场上已感到移转铜钱的困难,于是社会信用

制度逐渐发展。在城市之间有所谓“飞钱”和“便换”，其性质和作用颇类似近代的汇票，在一些大城市之内有所谓“柜坊”、“寄附铺”，经营铜钱寄存业务。宋初，政府还特置“便钱务”，掌管京师与外地的便换。这些社会信用制度为解决川蜀铁钱与交换的矛盾提供了信用基础和手段，从而产生了交子。“交子”是我国最早由政府正式发行的纸币，也被认为是世界上最早使用的纸币，比美国(1692年)、法国(1716年)等西方国家发行纸币要早六七百年。首次在欧洲使用的纸币是1661年由瑞典银行发行的，不过那时发行纸币只是权宜之计，并不是作为真正的货币。美国联邦铸印局从1877年10月1日开始制造美国货币，现在很多国家都有美元储备，美元在一定程度上行使着世界货币的功能。中国的人民币则是在1948年12月1日中国人民银行成立以来发行的，是中华人民共和国大陆地区的法定货币符号。随着经济的发展，许多商人联合起来成立专营发行和兑换交子的交子铺，这是最早期的银行雏形。1157年威尼斯成立了全球第一家现代银行。1823年建立的平遥日升昌票号，其运转经营模式已经比较接近现代银行的经营模式。图1-3中是北宋时期的纸币——交子。



图 1-3 北宋时期的纸币——交子

(3) 电子现金的产生

电子现金是随着互联网电子商务的发展在20世纪90年代诞生的一种新型货币，是纯粹的信息和可以交换的数据。电子现金以数字信息形式存在，通过互联网流通。它比现实货币更加方便、经济。它最简单的形式包括3个主体：商家、用户、银行；4个安全协议过程：初始化协议、提款协议、支付协议、存款协议。第一个电子现金方案是由Chaum在1982年提出的，他利用盲签名技术来实现，可以完全保护用户的隐私权。但这种完全匿名的电子现金也为不法分子提供了方便，他们利用电子现金的完全匿名性进行一些违法犯罪活动，例如贪污、非法购买（如购买毒品、军火等）、敲诈勒索等。警方即便拿到赃款，也不能抓出犯罪分子。基于这个原因，合理的电子现金系统应该是不完全或条件匿名的。1995年，Stadler等人提出了“公平盲签名”(fair blind signature)的概念，可以用于有条件匿名的支付系统。1996年，Camenisch等人 and Frankel等人分别独立地首次提出了公平的离线电子现金(fair off-line electronic cash)的概念，同时给出了两个方案。公平电子现金中的用户的匿名性是不完全的，它可以被一个可信赖的第三方(TTP)撤销，从而可以防止利用电子现金的完全匿名性进行的犯罪活动。电子现金依托电子设备、移动设备，让消费变得更加智能化，使得货币可以在全球范围内瞬间流通，减免了现金交易的很多烦琐细节。伴随着电子现金的出现，网上银行、手机银行诞生，各种各样的银行卡、信用卡、购物卡、消费卡出现了，终端刷卡、自动存取款机、无人售票的公交车系统等让人们的生活变得更加便利。商业也更加发达起来，打破传统的商业模式，买卖双方可能并不需要见面协商就能够实现可靠的交易，足不出户也能够买到自己所需要的东西。

2. 商人的形成

在商业萌芽后,交换的频度、涉及交换的剩余产品迅速增加,原有的交换模式已经逐渐不能够满足社会的需要。因而,在商朝(公元前1711年—公元前1066年)建立以后,一个特殊的社会群体出现了,他们是一批不事生产而专事交换,并且以牟利为目的的人。后来,人们就将做买卖的人统称为“商人”。

(1) 商人的诞生

史料记载,夏朝中期商部落首领王亥驯服了牛并发明牛车,使生产力得到发展,物品出现剩余,王亥便率领族人到其他部落进行以物易物的交易,于是其他部族的人开始称其为“商人”,他们从事的行业也被称为“商业”,王亥则被尊为“华商始祖”。史学家郭沫若先生在《中国史稿》中这样写道:“传说相土作乘马,王亥作服牛,就是驯养牛马,作为运载的工具……在各部落之间进行贸易。”郭沫若在《中国史稿》中还提到,王亥到了有易氏的部落(今河北易水)一带后,“有易氏夺取了王亥的牛,杀死王亥。”另据古籍记载,王亥的儿子上甲微为报父仇,起兵灭了有易氏,商人的势力由此扩展到易水流域,并把商人的经商传统带到更远的地方。进而,王亥的七世孙商汤靠经商而兴盛起来的部族实力一举推翻了夏朝。

(2) 城市的发展

夏、商、周时期,都城是全国的政治、交通中心,都城有城门供居民出入。战国时期,新兴封建制度日益确定起来,各诸侯国的都城大多发展成为规模大小不等的城市,如齐国的临淄、赵国的邯郸、楚国郢,都是繁华的商业中心。魏晋时期,北魏洛阳城内市场很多,规模很大。荆州、扬州、益州的商贸活动较为兴盛;建康城内店铺林立。

隋唐时期,全国的政治、文化中心——长安、洛阳,是全国的商业大都会;唐后期扬州成为全国最繁华的工商业城市。这段时期,市场较前代发达,出现夜市,市内有邸店和柜坊——我国最早的银行雏形,在农村定期举行草市。长安城内有东西两个市,唐玄宗时在西市开潭,便利物资通过水路运入市内;洛阳城内有三个市,工商业也很繁荣。武则天时,引漕渠开新潭,使船进入市内;盛唐以后,随着经济的发展,商业和手工业的活动已发展到市外。长江流域的商业都市是扬州和成都:①扬州地处运河和长江的汇合处,成为南北交通要冲,又是对外贸易的重要商埠。江南的物产大多在这里集散,大食、波斯等国的商人在此云集。唐朝后期,由于经济重心南移,扬州成为全国最繁华的工商业城市,经济地位超过了长安和洛阳,有“天下之盛,扬为首”的说法。繁华的夜市也是扬州城的一个特点。②成都物产富饶,与扬州号为“天下繁殖”。当时的谚语称“扬一益二”,说明成都工商业地位的重要。南方的商业都会和国际贸易港口是广州。北方还有商业大城市——位于通济渠沿岸的汴州。

明清时期,北京和南京是全国性的商贸城市,全国还有数十座较大的商贸城市,江浙一带城市以工商业著称。国内市场扩大,投放市场的商品品种达两百种;区域间长途贩运贸易发展较快;全国出现了数十座商贸城市,北京和南京是全国性商贸城市;江浙地区蓬勃兴起以工商业著称的市镇。

随着城市逐步增多,商业性和工业性逐步加强。