



浙江商業職業技術學院 校本教材
Zhejiang Business College



21世纪高职高专规划教材
公共课系列

中国商贸 与文化传承

主 编◎王婉芳



Chinese
Commerce & Its
Cultural Inheritance



浙江商业职业技术学院 校本教材
Zhejiang Business College



21世纪高职高专
公共课系列

中国商贸 与文化遗产

Chinese
Commerce & Its
Cultural Inheritance

主 编 ○ 王婉芳

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国商贸与文化遗产 / 王婉芳主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2015. 9
21 世纪高职高专规划教材·公共课系列
ISBN 978-7-300-21851-9

I. ①中… II. ①王… III. ①商业史-中国-高等职业教育-教材 IV. ①F729

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 206503 号

浙江商业职业技术学院校本教材

21 世纪高职高专规划教材·公共课系列

中国商贸与文化遗产

主 编 王婉芳

Zhongguo Shangmao yu Wenhua Chuancheng

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511770 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京七色印务有限公司		
规 格	170 mm×240 mm 16 开本	版 次	2015 年 9 月第 1 版
印 张	13.75 插页 1	印 次	2015 年 9 月第 1 次印刷
字 数	250 000	定 价	29.80 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

前言

Preface

我国的经济发展进入了一个转型升级的新时期，社会需要更多的“懂经营、会管理”的商贸人才，尤其需要商贸企业的中层、基层管理人员以及操作人员，如连锁经营企业的店长、流通企业的经营管理人员等。目前我国的商科教育在培养什么样的现代商人上，基本上是学习西方发达国家的，但 2008 年金融危机后，几百年前“山西票号”的金融管理学被美国华尔街搬出来研究，值得我们深思。我们的“老祖宗”（各地商帮）创立并遵守的经商之道、商业伦理、处世哲学，需要我们的商科教育去挖掘，去提炼，去传承。

商帮是我国的一种特殊经济形态，它是以地域为中心，以血缘、乡谊为纽带，以“相亲相助、扶持发展”为宗旨，以会馆、公所为其在异乡的联络、计议之所的一种既“亲密”又松散的自发形成的商人群体。商帮在我国经济发展史上创造了辉煌的业绩，我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。改革开放以来，日渐崛起的浙商、苏商、沪商、京商、粤商和闽商，正悄然发展的鲁商、豫商，已经成为我国经济的代表商帮，而商帮成长的那片土地，也是我国经济的支柱所在。商贸业是城市化的内涵与基础，城市越发达，商贸业越繁荣；反过来，商贸业的繁荣又促进了城市的进一步发展。经济全球化起源和萌芽于海洋贸易，现代商贸业是经济全球化的纽带。我国经济在转轨、转型过程中，各种矛盾和问题都将会在流通领域中显现出来。因此，商贸业的调整与发展，既是经济结构调整与优化的结果，也是产业结构优化升级的先导。

有着百年历史的浙江商业职业技术学院，目前已拥有市场营销、国际贸易、连锁经营等 30 多个专业及方向，基本涵盖了商贸类人才培养所需的知识结构体系。然而，到目前为止，对我国传统商贸文化的整理、挖掘、提炼还没有系统化和规范化，更没有引入我们的课堂教学。如何将我国的“运河物流与贸易”、“丝绸之路”、“茶马古道”等这些历史悠久、内容深厚的商贸文化，通过我们的专业认知课程和职业素质教育课程渗透到我们的商业职业教育之中，使我国新一代的商贸人，了解我国的商业史，熟知我国的商贸发展历程，弘扬我国的商贸文化，

传承我国勤劳智慧、开拓进取的商帮精神,是该校当前研究和探索的重要内容之一。由此,我们开设了“商贸文化”与“浙商文化”课程,并编写授课用的讲义,经过试用及吸收广大师生的意见及建议,逐步完善成校本教材。

本教材以我国商贸业发展为主线,以商帮活动、运河漕运、丝绸之路、茶马古道、中华老字号等为载体,展示我国商品贸易与物资流通的经营发展历程,介绍我国商人的职业道德与经商精神,展现我国源远流长的商贸文化。

本教材共分九章,每章先提出学习目标,然后以一小段文字简要介绍本章的主要内容并点出主题,接着引入思考与讨论题,通过学生的简短讨论引发学生思考,继而导入教学内容;每章的最后设置课后习题和延伸学习的内容,以激发学生进一步学习的兴趣,这也是将商贸文化知识的学习作为商贸类职业院校学生生涯中全过程学习的引导,具有职业教育特色和区域特色。本教材是浙江商业职业技术学院2014年立项的校本教材,得到了浙江商业职业技术学院教材建设资金资助。

本教材由王婉芳老师主编并撰写第一章、第二章、第三章、第五章,石琼老师撰写第六章,吴亚军老师撰写第四章,杨敏老师撰写第七章、第九章,陈幼红老师撰写第八章。全书由王婉芳统稿、修改并定稿。

在编写本教材过程中,我们通过百度文库,查阅并参考了前辈们提供的有关我国商帮及其文化、大运河漕运文化、丝绸之路文化、茶马古道文化、中华老字号文化等资料,也汲取了众多专家、学者的研究成果,在此谨表示衷心的感谢。但由于编者水平有限,对我国博大精深的商贸文化在编撰上难免挂一漏万,同时由于时间仓促,在教材内容的取舍上难免有不当之处,敬请广大师生多提宝贵意见,以便及时修改与完善。

王婉芳

2015年7月于杭州

信息反馈表

尊敬的老师，您好！

为了更好地为您的教学、科研服务，我们希望通过这张反馈表来获取您更多的建议和意见，以进一步完善我们的工作。

请您填好下表后以电子邮件、信件或传真的形式反馈给我们，十分感谢！

一、您使用的我社教材情况

您使用的我社教材名称			
您所讲授的课程		学生人数	
您希望获得哪些相关教学资源			
您对本书有哪些建议			

二、您目前使用的教材及计划编写的教材

您目前使用的教材	书名	作者	出版社
您计划编写的教材	书名	预计交稿时间	本校开课学生数量

三、请留下您的联系方式，以便我们为您赠送样书（限1本）

您的通信地址			
您的姓名		联系电话	
电子邮箱（必填）			

我们的联系方式：

地 址：苏州工业园区仁爱路158号中国人民大学苏州校区修远楼

电 话：0512-68839319

传 真：0512-68839316

E-mail: huadong@crup.com.cn

邮 编：215123

微信号：cruphd

QQ（华东分社教研服务群）：34573529

网 址：<http://www.crup.com.cn/hdfs>

目 录

Contents

第一章 商帮与商帮文化 / 1

第一节 商帮的兴起与社会基础 / 2

第二节 我国的商帮文化 / 8

第三节 文化传承与现代商帮 / 13

第二章 明清时期的十大商帮 / 20

第一节 明清时期十大商帮简介 / 21

第二节 晋商——一部读不尽的工商管理史书 / 27

第三节 徽商——书写“无徽不成镇”的传说 / 37

第三章 明清时期的浙江商人 / 47

第一节 龙游商帮 / 48

第二节 宁波商帮 / 54

第三节 湖州商人 / 65

第四章 商帮文化传承与现代浙商 / 74

第一节 现代浙商的兴起与发展 / 75

第二节 现代浙商文化 / 81

第三节 现代浙商的创业故事 / 86

第五章 京杭运河与商贸文化 / 95

第一节 大运河及其漕运 / 96

第二节 钞关与运河商贸 / 105

第三节 杭州的运河贸易 / 112

第六章 丝绸之路与商贸文化 / 120

第一节 丝绸之路的开启与汉唐长安城 / 121

第二节 商旅驼队与河西商业重镇 / 128

第三节 丝绸之路商贸文化 / 136

第七章 茶马古道与商贸文化 / 144

第一节 茶马互市与古道物流 / 145

第二节 古道贸易与沿途经济 / 152

第三节 普洱茶与古道资源开发 / 160

第八章 中国零售贸易与文化 / 167

第一节 百货业的产生与发展 / 168

第二节 连锁经营及管理技术 / 174

第三节 杭州零售业变迁与消费文化 / 180

第九章 中华老字号与商贸文化 / 190

第一节 中华老字号概述 / 191

第二节 老字号的创业故事 / 197

第三节 老字号经商文化与传承 / 207

参考文献 / 215

第一章 商帮与商帮文化

学习目标

1. 了解我国商帮兴起的历史根源与发展。
2. 掌握我国商帮文化的内涵与经商之道。
3. 弘扬我国的商帮精神，传承商帮文化。

本章导读

商帮是中国的一种特殊经济形态，它是以地域为中心，以血缘、乡谊为纽带，以“相亲互助、扶持发展”为宗旨，以会馆、公所为其在异乡的联络、计议之所，自发形成的一种既“亲密”又松散的商业群体。明清时期初步形成的传统市场体系，正是有赖于作为市场主体的各个地方商帮来连接市场中的网络，商帮在商业往来中起了很大的作用，有效地整合了商业资源。商帮的经营活动是推动商品经济发展的支柱性力量，商帮的兴衰史是工商企业管理学的实例课程，我国市场经济的发展需要传承商帮精神与商帮文化。历史悠久、内容深厚的商帮文化是我们的财富。

引入思考与讨论

1. 什么是商帮？什么是商帮文化？
2. 为何要学习商帮文化？如何学习？
3. 商帮的形成受哪些地域文化的影响？



图 1—1 明清时期商帮会馆

第一节 商帮的兴起与社会基础

一、我国商帮的起源

中国的经济和文化在宋朝曾达到相当高的水平，经元朝发展之后，在明朝又

迎来了一个高潮。据专家估计,明朝万历年间农产品总量达 696 亿斤,江南水稻单产量到 2 石(300 斤)左右,与当时的欧洲处于同一水平。农业的发展为工商业的发展提供了物质基础。明朝,在官营手工艺衰落的同时,民营的手工业有了快速的发展。尤其是江苏的丝绸业、广东佛山的冶铁和铁器的铸造业、江西景德镇的制瓷业以及其他地方的棉纺织业,无论在生产技术上还是生产规模上,都有了相当的发展。经济的大发展为商贸业的发展打下了良好的基础。

我国商品经济在世界上发展较早,但一直处于缓慢的发展阶段。纵观我国商业发展史,商品经济在几千年的发展出现了 3 次发展高潮。第一次高潮为秦汉时期,出现了大商人;第二次高潮为唐宋时期,出现了南北商派;第三次高潮为明清时期,地域商人建立会馆,形成了各个不同的商业组织或商业团体——俗称“商帮”。

伴随几百年来商品经济的发展,到明清时期从事商品贸易的行业繁杂,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政策,在社会阶层“士、农、工、商”的排序中,商也是屈尊末位。对于商人而言,国家没有明文的法律保护,而民间又对商人冠以“奸商”的歧视。因而,在那样的年代,商人只好利用他们天然的乡里、宗族关系联系起来,在市场开拓和商品贸易方面互相支持、和衷共济,既是市场价格的接受者,又是市场价格的制定者和左右者,这样,商帮在规避内部恶性竞争、增强外部竞争力的同时,还可以在封建体制内利用集体的力量保护自己。我国的商帮就是在这样一种特定的经济、社会背景下应运而生的。

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。由于籍贯相同而使用相同的方言,具有相同的生活习惯,甚至拥有相同的思维习惯和价值取向,从而形成了同乡间特有的亲近感。俗话说“亲不亲,家乡人”,体现了中国人极为浓厚的乡土观念。明清时期交通业的发展和科技的进步,催生了大规模的商业集团,这些商业集团大都是以家族背景或血缘关系、同乡关系建立起来的,目的在于壮大商业资本,增强竞争力。为方便商业集团内部成员之间的联系,他们开始自筹资金组建商业会馆,商业会馆的兴建也是我国商帮形成的标志之一。明清时期先后活跃在商业领域的商帮有:山西商帮(简称晋商)、陕西商帮(简称陕商)、山东商帮(简称鲁商)、福建商帮(简称闽商)、徽州商帮(简称徽商)、洞庭商帮、广东(珠三角和潮汕)商帮(简称粤商)、江右商帮、龙游商帮、宁波商帮。这些商帮后人称其为“中国十大商帮”。

商帮的兴起,反映了区域文化对从事商业活动的个人及群体的影响,不同的区域文化孕育了不同的经济形态和相应的经济人格——商人的不同理念和行为形成了独特的商业气质。“守信不欺”的山西商帮,“克勤兴业”的陕西商帮,“长袖善舞”的宁波商帮,“因地逐利”的洞庭商帮,“冒险犯难”的广东商帮,“积

极进取”的福建商帮，“信以为先”的徽州商帮，“讲究商德”的江右商帮，“稳中取胜”的山东商帮，“无远弗界”的龙游商帮，等等，都是商帮在长期的经营实践中逐渐积淀而形成的经商特质与经商精神。

商帮在商业往来中起了很大的作用，有效地整合了商业资源。毕竟个体资源是有限的，想获得更大发展就需要更多的资源。大家都有这个需求，组合起来，作为互助形式，形成内部的游戏规则。他们的内部也有分工，按每一个买卖进行，每做一桩买卖，大家就会决定谁负责买卖，谁负责运输，谁负责产品的完好无损。但帮会的内部成员很不稳定，在一桩桩买卖中形成并更换，时间长了也会形成一些固定的不成文的潜规则，不像企业那样形成固定的组织。不可否认，商帮在整个商业往来中发挥了很大的作用，其内部共同分享资源，在竞争中获取优势，但弱点明显，个人意图突出，整体利益很少。商会（帮会）的作用很多，包括相互之间的团结合作、互补及信息交流。

二、商帮形成的社会基础

（一）明清时期的社会背景

（1）商品生产的发展及其结构有利于商人集团的兴起。明朝商品生产最突出的是棉布和丝绸。棉花在宋朝已在闽广及陕西地区种植，到元朝中后期棉花已在全国较大范围内种植。明朝的丝绸生产，以江南的杭州、嘉兴、湖州和苏州部分属县最为兴盛，形成了江南丝绸畅销海内外的单向商品流程，为徽州商人、洞庭商人、山陕商人、福建商人和广东商人从事大规模、远距离的生丝和丝绸贸易提供了可能。

（2）白银货币化改变了支付手段，提高了结算效率，推动了商品的大规模流通，有利于商帮群体的产生。明朝中期开始的一系列改革，推动了白银货币化的进程，客观上推进了商品流通的进程，为商人大规模开展经营活动创造了有利的前提。

（3）明朝商业税率偏轻或相形变轻，降低了商人的商业经营成本，有利于商人实力的增加和商人集团的产生。

（4）明朝中后期的社会观念也有利于商帮的兴起。随着商品经济的发展和商品流通的发达，社会各阶层对商人的看法也在发生变化。

（5）明朝中后期交通条件的改观，有利于大规模、远距离的商品贩运，从而推动了各地商帮的兴起。商人从事的行业是商品贸易，商品流通离不开交通，交通闭塞的地方所做的买卖是小买卖，商业也是小商业，如古时候走沙漠、闯戈壁滩的丝绸之路。还有在云贵高原，因为交通不便，就发展出马帮经商文化。而在交通发达的地方，就可以发展大商业，甚至成为繁华的商业中心。所以交通条件在很大程度上决定了一个地区的商业结构，也决定了该地区商帮的经营规模、经

营水平和影响力。

（二）商帮发源地的地域因素

1. 徽商发源地

徽州四面环山，地形多变，人多地少，出外经商是一条比较好的出路。徽州不宜种粮，却盛产林、竹、茶、桑、药材等物品，黄金水道新安江又为徽州人的货物贸易提供了一条物流通道，以至于有“七山半水半分田，两分道路和庄园”的说法。徽商就是在这样的自然环境中兴起的。

2. 晋商发源地

山西商帮兴起的晋南地区，同样人多田少，地土瘠薄，所产不敷食用，当地人只好外出经商。山西具有丰富的煤炭资源和盐业资源，又具有“极临边地”的区位特点，北上出大同，经绥远、归化可达恰克图，南接中州河南，经开封可通岭南广东，西与陕西相连，经西安、沿河西走廊可达新疆、中亚等地，这种区位特点到了明朝与北方边境长期军事对峙和战乱局面相结合就成了最大的商机优势。这是山西商帮兴起的重要原因。

3. 其他商帮发源地

考察明朝各地商帮的诞生地，几乎都是人多田少或地瘠不足食用、人田矛盾较为突出、自然条件较为恶劣的地区，经商成为当地人无奈也是必然的选择。

（三）政府的政策推动

明朝初年，为了保卫北部边防设了“九边”（九个军区），80多万强军和30多万匹战马给政府财政造成了极大的压力。大明洪武三年（1370年）开始实行的以粮换盐引的开中制是晋商和陕商形成的契机。可以说，没有开中制，山西和陕西的商人就难以成气候。明朝中期，开中制转变为折色制，以及官府授权的私人盐业垄断经营是徽商成长的关键推动力。明朝中期，在辽东和张家口分别开放东、西马市，对晋商由以盐业为主转向多种经营有重要的促进作用。没有这种政策，就没有在“走西口”中成长壮大的晋商。同样，明朝中期海禁的放松也是浙商、闽商、粤商得以形成的直接原因。

（四）社会结构与社会价值体系的变化

明朝中叶后，中国的社会结构与社会价值体系发生了深刻的变化。传统的“士、农、工、商”中的“商”已不再被排在末位，“士商常相混”，亦商亦儒，甚至弃儒从商，在一些商帮崛起的地方，似乎成了普遍的趋势。商人的成功对士人是极大的诱惑，明清的捐纳制度又为商人开启了入仕之路。

“士商常相混”无疑缩短了士与商的距离，强化了儒学对经商理念或商业伦

理的渗透。晋商家族中一、二流的读书子弟去经商，三、四流的读书子弟才去参加科举考试，甚至出现过获得功名后不做官而从商的进士。

明朝中后期各地地域商帮的产生，正是那时各地自然条件、商品生产特点、国家的经济和对外政策以及人们的社会观念等各种因素综合影响的结果。商帮的兴起，也是中国近代社会转型的具体标志。

三、我国商帮形成的标志

“商帮”一词其实是后来人们对明清时期出现的地域性商人的称谓。如何定义商帮，商帮形成及其存在的标志是什么，这些都难以定论。但从一般意义上理解，商帮是中国一种特殊的经济形态，它是以地域为中心，以血缘、乡谊为纽带，以“相亲相助”为宗旨，以会馆、公所为其在异乡的联络、计议之所的一种既“亲密”而又松散的自发形成的商人群体。商帮的形成或存在也有相应的标志，大致可以从以下几个方面来理解。

（一）出现商人会馆

会馆是某地同乡人士在客地设立的一种民间社会组织，相当于今天所说的NGO（非政府组织）。其目的在于“敦亲睦之谊，以叙桑梓之乐，虽异地宛若同乡”。其基本功能是“祀神、合乐、义举、会约”。“祀神”是祭祀某地共同的神灵崇拜，“合乐”是为寓居客地的同乡人提供聚会与娱乐空间，“义举”是帮助寓居客地的同乡人解决生活和事业中的各种困难，“会约”是要求参加者遵守各种规章制度，以维护集体利益。会馆成为各种商人联络一个商帮的纽带，通常是由有经济实力又有威望的成功商人或士绅主持，在规模变大之后也成立董事会领导，并聘有专职管理人员。成熟的会馆在选举方式、议事制度、办事规则、经费收支等方面，均有一套较为完善的制度。

会馆出现于明初，据考证，最早的会馆是安徽芜湖人在北京设立的芜湖会馆。会馆按参加者的身份分为三类：第一类是以官吏为主的会馆，它们是为同乡的官员、士绅和科举士子居停聚会的场所；第二类是士商兴建的会馆，发起创立者以官员居多，出资兴建的以商人为主；第三类是由商人建立并控制的会馆，商人会馆的出现，表明商帮有了自己的标志性建筑和经商议事活动的专用场所。

商人会馆分为两种类型。一种是以地域为纽带，包括某地在客居地从事不同行业的商人。地域的范围大小不一，有的地域有一省或数省的，如山陕会馆包括从事不同行业的山西和陕西商人，有的地域以一府和一县为主，如宁波会馆。另一种是以行业为纽带，主要包括某地在客居地从事同一行业的商人。如山西人在北京的平遥颜料会馆，就是以平遥县从事颜料业的人为主。

会馆为了有效运行有各自的规则，这些规则不仅包括管理体制、经费来源，

而且包括对成员的各种约束。某一地方的商人以会馆为纽带在各居地组织起来，对原籍商业和商帮的发展、对客居地的经济发展起到了重要的作用，具体体现在以下几个方面：

- (1) 会馆为同乡或同行商人提供了祭祀神灵的地方；
- (2) 会馆为同乡办理善举；
- (3) 以会馆的形式将商人组织起来，用集体的力量摆脱牙行的盘剥；
- (4) 以会馆的形式代表本商帮商人向官府交涉，维护商人的利益；
- (5) 约束本帮商人的行为，制止非正常竞争手段，维护竞争秩序，维护本商帮的商业道德，树立本商帮的形象；
- (6) 会馆为本帮商人提供仓储、销售等所需的物质条件；
- (7) 会馆是本帮商人庆典活动的场所。

明清时期，中国商业经济有了一定的发展，但社会仍缺乏规定的制度和组织。在这种情况下，商人出于规范竞争行为而实现共存共荣，就会自发地组成各种行会。这种行会就成为商人结“帮”的纽带。无论是有官方背景的行会，还是民间自发的行会，对中国商业的发展都起到了积极作用，而且无官方背景的民间行会作用更显著。

（二）有支柱性产业和典型人物

明清时期的各个商帮都有支柱性产业。晋商的支柱性产业是盐业、茶叶和票号，在这些产业中，晋商不仅垄断了中国北方贸易和资金调度，而且插足于整个亚洲地区，甚至把触角伸向欧洲市场。如中国的第一家票号“日升昌”，是一个在商界中几乎无人不知、无人不晓的名字。徽商经营的支柱性产业主要有盐业、典当业、茶叶、木材、稻米、棉布等，尤其是盐业，明清两淮盐商多为徽人担任，对于淮盐产销方面的各个环节，亦为徽商所把持，到了清朝，徽州盐商内部的专业分工及其组织机构，较之明朝更为细密。

晋商的标志性人物有乔致庸，山西的祁县乔家（电视剧《乔家大院》的原型）是晋商中靠勤劳诚信白手起家的典型。徽商的标志性人物有胡雪岩，胡雪岩因捐助及辅佐陕甘总督左宗棠有功，清朝政府赏封布政使衔，从二品文官顶戴红珊瑚，赏穿黄马褂，“红顶商人”的称谓也由此得来。

明末清初，宁波商帮形成阶段的支柱性产业是药材业和成衣业；清末民国鼎盛时期的支柱性产业是金融业、西药业和电影业等，标志性人物为西药业黄楚九、电影业邵氏兄弟等。

（三）社会财富集聚与家族性建筑出现

晋商作为我国明清时期最为活跃的商帮之一，在贸易、金融行业曾经称雄一

时，为当时的中国创造了巨大的财富，并集聚在少数富商手中，形成了著名的山西八大家（乔家、范家、祁家、侯家、常家、亢家、曹家、孔家）。据史料统计，仅仅把山西几个县域中富户的家产相加，数量就超过一亿两白银。这个数量甚至比当时国库的存银还要多。与著名的八大晋商相对应的就是八大家族性建筑，后人称为八大晋商大院。如今这些晋商大院仍保存完好，成为一座座博物馆供人参观游览，从榆次的常家庄园、太谷的曹家大院、祁县的乔家大院和渠家大院到灵石的王家大院（注：渠家和王家当时排名在十位以后，故不在八大家之列，但其建筑却完整地保留了下来），每一座大宅都气势宏大，深邃富丽。这些大院既是晋商五百年兴衰史的见证，也是晋商文化的标志之一。

（四）形成各自的势力范围或垄断性行业

（1）晋商的势力范围：1）垄断西北市场，我国西北地区出产的名贵药材及当地所需的茶叶、布匹、绸缎等经销活动基本上都是由晋商完成；2）独占北京商业之鳌头；3）垄断对蒙贸易；4）在国外开设分号，从事海外贸易。

（2）徽商的势力范围：掌控长江、淮河及江南运河的水上运输与贸易，在江南基本垄断了盐业、典当、茶叶、木材等行业的贸易，从而在江南各地有“无徽不成镇”之谚。

（3）宁波商帮：晚清时期在上海、北京及浙江等地几乎垄断了西服、旗袍制作业；领导近代金融业与工商业的发展。如“红帮裁缝”的影响并没有随着一个旧时代的结束而消失，即使在1949年以后，毛泽东等新中国领导人身上的服装，几乎都是由“红帮裁缝”的传人巧手制作的。

（4）广东商帮：在东南亚和香港、潮汕地区基本垄断了海上贸易，几乎垄断了广东一带的牙商行。

（5）其他商帮也一样，或掌控某一地域范围的商品贸易，或在某些行业上从事垄断性经营业务活动。

第二节 我国的商帮文化

一、商帮文化概述

（一）什么是商帮文化

商帮文化是商帮在长期的经营实践中逐渐积淀而形成的经商特色与经商精神。具体包含以下内容：一是集体人格，即商帮有什么性格特征，或者是商人精

神，体现什么样的价值取向和商业道德；二是营销策略，即商帮采取什么手法和策略来销售商品、争取客源；三是组织制度，即商帮的经营机构（企业、商号、店铺）和行会（会馆、同乡会、同业公会）是按照什么样的制度建立和运行的。

既然同为商帮文化，为什么还要分为晋商文化、徽商文化、浙商文化呢？原因就在于商帮文化并不能等同于商业文化，它是地区文化和商业文化的综合。在商帮文化中既有商业文化的属性，也有地区文化的特色。例如，在老徽商中有造诣的文人较多，所以，常怀仁爱之心是徽帮文化的特色，但其他商帮文化未必尽然。当然，商帮文化也有其共同的特征，主要表现为：第一，由于常年在外地长途跋涉，形成了特别能吃苦耐劳的精神；第二，由于经常到各地从事商品购销，见识广、经验多，因此富有创新精神，晋商首创汇兑业务就是一例；第三，由于常年结帮运销，商人之间互相支持、互相帮助，形成了一种团队精神。可见，自古形成的上述商帮文化在今天仍有其积极意义。

（二）商帮文化形成过程中的“三缘”因素

商帮文化形成过程中的“三缘”因素，即血缘、地缘和业缘，是商帮文化区别于商业文化的基本特征之一。

商帮文化形成过程中的第一个因素是血缘关系。最早的商帮文化就是由具有血缘关系的家族做生意发展起来的，成功的家族带动同宗族的人发展成家族式商帮。

商帮文化形成过程中的第二个因素是地缘关系。大家生活在同一块土地上，乡里乡亲，相帮相带，形成地缘商帮。

商帮文化形成过程中的第三个因素是业缘关系。比如晋商当年做金融，到兴盛时期，把金融同业（未必是山西本地人开的）的钱庄都整合进来，形成蔚为壮观、独领风骚的晋商大商帮。

（三）商帮文化中的“诚信”保证制度

商帮文化中的“诚信”保证制度分为有形与无形两种。无形的制度即习俗。在明清时期，商业交易的范围还不广，交往的主要是“熟人世界”。熟人之间互相了解，也就是每个人对其他人都有一个“诚信度”评价。在这样的圈子里，无需什么制度，相互保持诚信已成为一种大家公认的“习俗”。这种习俗在人类历史上起过重要作用。社会学家称之为“无形的制度”，即没有什么文字写成的制度，但商帮内部及商帮之间大家都会遵守。而有形的制度即写为文字的制度。在这种制度中，一种是商号或个人之间的契约或合约，另一种则是行会或会馆的公约，通过行会和会馆结为帮的目的之一是加强相互之间的信任。把每个人的这种愿望写出来并得到公认就成为一种制度，违背这种制度，在这个“熟人世界”中