

# 明代商人商业经营研究

曹琳 著



中国社会科学出版社

013045735

F729.48  
09

# 明代商人商业经营研究

曹琳 著



北航

C1653942

中国社会科学出版社

F-729.48

09

图书在版编目(CIP)数据

明代商人商业经营问题研究 / 曹琳著. —北京: 中国社会科学出版社, 2013. 5

ISBN 978-7-5161-2279-2

I. ①明… II. ①曹… III. ①商业史—研究—中国—明代  
IV. ①F729.48

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 055733 号

---

出 版 人 赵剑英  
责任编辑 冯春风  
责任校对 邓晓春  
责任印制 王炳图

---

出 版 中国社会科学出版社  
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)  
网 址 <http://www.csspw.cn>  
中文域名: 中国社科网 010-64070619  
发 行 部 010-84083685  
门 市 部 010-84029450  
经 销 新华书店及其他书店

---

印 刷 北京君升印刷有限公司  
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂  
版 次 2013 年 5 月第 1 版  
印 次 2013 年 5 月第 1 次印刷

---

开 本 710 × 1000 1/16  
印 张 14  
插 页 2  
字 数 238 千字  
定 价 39.00 元

---

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社联系调换  
电话:010-64009791  
版权所有 侵权必究

# 目 录

|                                |        |
|--------------------------------|--------|
| 引言 .....                       | ( 1 )  |
| 第一章 明代商业的发展与商人自我价值的觉醒 .....    | ( 7 )  |
| 一 明代商业的发展状况 .....              | ( 8 )  |
| (一) 商品生产的扩大 .....              | ( 8 )  |
| (二) 各地的商业往来和商业中心区的广泛出现 .....   | ( 10 ) |
| (三) 城市的繁荣和市镇的兴起 .....          | ( 11 ) |
| 二 明代社会对商人观念的显著变化 .....         | ( 13 ) |
| 三 明代商人自我价值的觉醒 .....            | ( 16 ) |
| 第二章 商业经营的原则与策略 .....           | ( 22 ) |
| 一 经营地点选择的规律与原则 .....           | ( 22 ) |
| (一) 经营地选择的基本规律 .....           | ( 23 ) |
| (二) 经营地选择的基本原则 .....           | ( 28 ) |
| (三) 店铺具体位置的选择 .....            | ( 32 ) |
| 二 开拓商品市场策略 .....               | ( 34 ) |
| (一) 明代商人开拓商品市场策略基本分类 .....     | ( 34 ) |
| (二) 明代商人开拓商品市场策略市场细分角度分类 ..... | ( 40 ) |
| 三 经营中的原则与策略 .....              | ( 42 ) |
| (一) 经营原则 .....                 | ( 43 ) |
| (二) 经营策略 .....                 | ( 50 ) |
| (三) 财务原则 .....                 | ( 58 ) |
| 第三章 商业经营形象的树立 .....            | ( 64 ) |
| 一 商人本身良好形象的树立 .....            | ( 64 ) |
| (一) 衣着服饰形象 .....               | ( 65 ) |
| (二) 言谈举止形象 .....               | ( 67 ) |
| (三) 文化修养形象 .....               | ( 78 ) |

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| (四) 专业技能形象 .....          | (82)  |
| 二 良好品牌形象的树立 .....         | (87)  |
| (一) 品牌树立 .....            | (88)  |
| (二) 广告宣传 .....            | (92)  |
| (三) 店堂文化 .....            | (102) |
| 第四章 内外关系的处理 .....         | (106) |
| 一 团队的形成与管理 .....          | (106) |
| (一) 形成与凝聚团队 .....         | (106) |
| (二) 组织结构模式 .....          | (113) |
| (三) 经营管理制度化 .....         | (117) |
| (四) 对经营继承人的培养 .....       | (121) |
| 二 商人之间关系的处理 .....         | (127) |
| (一) 积极交流 .....            | (127) |
| (二) 慷慨帮助 .....            | (128) |
| (三) 同心合作 .....            | (130) |
| (四) 牙人与客商的良好关系 .....      | (131) |
| (五) 诚信的商贸往来 .....         | (134) |
| (六) 确立在同业群体的领导地位 .....    | (135) |
| 三 与士绅阶层关系的处理 .....        | (139) |
| (一) 与士大夫在政务层面的关系 .....    | (139) |
| (二) 与文人士绅在日常交际层面的关系 ..... | (145) |
| 四 与一般大众关系的处理 .....        | (149) |
| (一) 明代商人的社会功能 .....       | (149) |
| (二) 明代商人的社会关怀 .....       | (152) |
| (三) 社会关怀中的计划性 .....       | (158) |
| (四) 商人社会关怀的其他动机 .....     | (161) |
| 第五章 经营条件的改造与协调 .....      | (166) |
| 一 商业经营硬件条件的改造 .....       | (166) |
| (一) 修造桥路 .....            | (166) |
| (二) 修建仓储 .....            | (168) |
| (三) 修葺城池 .....            | (169) |
| 二 商业经营软件条件的协调 .....       | (170) |

---

|                               |              |
|-------------------------------|--------------|
| (一) 主动维护正常的经营秩序 .....         | (170)        |
| (二) 主动维护和争取自身利益 .....         | (173)        |
| (三) 自觉保护地方安全 .....            | (175)        |
| <b>第六章 明代商人发展水平的不平衡 .....</b> | <b>(178)</b> |
| 一 部分商人的经营缺陷 .....             | (178)        |
| (一) 经营原则与策略方面 .....           | (178)        |
| (二) 经营形象树立方面 .....            | (183)        |
| (三) 内外关系处理方面 .....            | (186)        |
| (四) 维护自身利益方面 .....            | (191)        |
| (五) 其他 .....                  | (193)        |
| 二 明代商书所体现的商人理论自觉 .....        | (195)        |
| (一) 经营原则与策略 .....             | (196)        |
| (二) 经营形象的树立 .....             | (199)        |
| (三) 内外关系的处理 .....             | (200)        |
| (四) 关于明代商人理论水平的一点看法 .....     | (203)        |
| <b>参考文献 .....</b>             | <b>(205)</b> |
| <b>附录 .....</b>               | <b>(214)</b> |
| <b>后记 .....</b>               | <b>(219)</b> |



## 引 言

中国有着古老而悠久的商业经营传统，“商人”作为社会中的一个特殊群体，在中国历史上扮演了极其重要的角色。中国社会商业规模的扩大、商人财富的增长和社会地位的提高，始于宋元，而在明清时期，“商业的规模、商人的活动范围和商业资本的累积，都大大超越了前一个历史阶段的水平”<sup>①</sup>。尤其明代，是中国封建社会商品经济空前繁荣发展的历史时期，“人们都习惯以明代作为中国古代经济史发展的一个重要‘过渡’阶段，各种活跃的因素在那时先后萌发”<sup>②</sup>。于是，在明代这样一个特殊的历史时期，商人的商业经营活动到底呈现出怎样一种状况，与中国封建社会商人比较，能够得到怎样的历史定位，这是非常值得进行深入、全面而系统研究的。

应当说，“中国封建时代末期的商人”这个问题较早就在学术界引起了学者们的浓厚兴趣，学者们对此展开了深入而卓有成效的研究工作，取得了数量巨大、质量上乘的丰硕成果。不过，通过对现有研究成果的综览和总结，笔者发现，现有论著，大都是以“明清”为时间跨度从宏观上对商人进行考察，且在资料选择上普遍倾向于多取清代，同时，其中多数研究更倾向于以区域商人也即商帮为重点，即便是极少数以明代商人为题的研究，也几乎着重在论述明代士商关系的嬗变、商人地位的变化等，未曾对明代商人的商业经营活动进行专门的考察。如此，明代商人的面目似乎还是显得比较模糊和笼统，而后学在前辈学者们所奠定的基础上就还有继续努力的空间，有必要更广泛地搜集史料，对明代商人的商业经营活动从方方面面进行更详细、系统、深入的研究。当然，由于时间、资料和个人能力的限制，本书未能对明代商人经营活动的所有相关问题都加以剖析

---

① 傅衣凌：《明清时代商人及商业资本》，人民出版社1956年版。

② 丁言模等：《中国商帮传奇》，广东经济出版社2002年版。

探讨,而是选择其中最为重要的若干方面进行深入考察,即以明代商人的经营原则和策略为核心,兼探讨与之紧密联系的商人经营形象的树立、商业组织内外关系的处理、经营环境的改造与协调等,以求抛砖引玉,促进对明代商人问题更深入的研究。需要特别强调的是,虽然学界现有相关成果都非专以明代商人商业经营为研究对象,但是其中很多极富学术价值的论著,在研究明清商人、商业及相关问题时,从总体上作出了颇具高度和深度的、有重要借鉴作用的分析,这启发了本书撰写的思路、观点与结构。

早在20世纪40年代,傅衣凌先生就对明清时期的商人及商业问题开始了一系列的探讨,并在50年代末汇总成集,即《明清时代商人及商业资本》(人民出版社1956年版)一书,其中对中国古代自战国迄明清的商人和商业活动进行了综述,并分别对明代徽州、苏州洞庭、福建、陕西商人的资本积累途径、从事行业、活动范围等方面进行了首次但颇为深入的研究;此后,傅先生还连续对浙江龙游商人、江西的工商业人口、河南武安及泉州安平商人进行相关资料的归纳总结和深入分析,收录在其《明清社会史论文集》(人民出版社1982年版)中,虽然傅先生自己总结说这些研究“只是作为个别论文被提出的,各章之间的内在联系和线索,是不够清楚的”,只是“鸟瞰式的叙述”<sup>①</sup>,但这些研究无论从史料上、还是从结构上都可以说是明清商人研究这个领域的奠基之作。70年代至80年代末,韩大成先生出版了他的《明代社会经济初探》(人民出版社1986年版)、《明代城市研究》(中国人民大学出版社1991年版)两本佳作。前一部著作中收录的《关于明代高利贷资本的几个问题》一文,对高利贷资本相关问题作了全面的分析;《明代的富商巨贾》一文则在概述明代富商巨贾的简况后,着重揭露他们发财致富的种种不良手段,包括商业骗术、高利盘剥、压榨工仆等,以及他们对封建政府和权贵们拉拢勾结的方式,最后总结了他们对当时社会所产生的影响。文章虽然认同明代富商巨贾对社会商品经济发展和提高工商业者社会地位的作用,也是对明代商人经营活动的初步整体性总结,但其出发点和侧重点集中在批判和否定明代富商巨贾的经营活动上,基本没有对他们的经营活动作正面分析。在后一部著作中,韩先生仍然延续了他对富商大贾的批判和否定态度,但书中以

<sup>①</sup> 傅衣凌:《明清时代商人及商业资本》,人民出版社1956年版,第1页。



专节论述的商人在“竞争与工商业管理”中的主要措施，为后人在此问题上的深入研究作了很好的铺垫。

20 世纪 90 年代以来，涉及明代商人、商业问题的论文和著作大量涌现。从总体情况来看，正如业师南炳文先生在其力作《20 世纪中国明史研究回顾》（天津人民出版社 2001 年版）一书中所指出的，这些论著着力最多的地方应属区域性商人集团。关于对明清商人整体研究的著作，有张海鹏先生与张海瀛先生主编的《中国十大商帮》（黄山书社 1993 年版）一书，首次系统全面地将区域性商人集团研究进行了综合，书中所收录文章论述了明清时期山西、陕西、宁波、山东、广东、福建、洞庭、江右、龙游、徽州十大商帮的形成、发展、经营范围和特点、历史作用。再有唐力行先生《商人与中国近世社会》（浙江人民出版社 1993 年版），张明富先生《明清商人文化研究》（西南师范大学出版社 1998 年版）两部著作，前者勾画了 16 世纪至 20 世纪前叶商人阶层的发展脉络；后者则是对明清商人文化从制度文化、物质文化和精神文化三个层面的全面研究，并设有专章对明清商人的资本组合方式及其经营原则作出系统的分析论述，颇多创见。张先生还先后发表一系列论文，就明清商人经营活动的相关问题给予更加全面、深入的探讨。陈大康先生《明代商贾与世风》（上海文艺出版社 1996 年版）一书，专门以明代小说中反映的社会现实为材料基础，生动刻画了明代社会随着商品经济的发展，商贾势力在经历艰难挣扎和长期奋斗之后，到了明代中后期如何逐渐膨胀，以及这种势力的膨胀怎样影响于社会风气的整个历史过程。陈宝良先生《飘摇的传统——明代城市生活长卷》（湖南出版社 1996 年版）及《明代社会生活史》（中国社会科学出版社 2004 年版）两部著作，既有很高的学术水平，又写得趣味盎然，它们以清新活泼的笔触勾勒了明代城市和市民生活的各个方面，尤其是随着商业活动在人们生活中地位的愈发重要，进而发展或者扭曲出的形形色态。关于对明清商人整体研究的相关论文，最具有代表性和学术价值的有石忆邵先生《明清时期中国商帮崛起的动力机制及地域分异特征》（《同济大学学报》1997 年第 2 期），从地理环境和客观生存条件角度出发，研究了商帮崛起的地理原因和地域特征。赵毅先生等《传统文化与明清商人的经营之道》（《东北师范大学学报》1998 年第 1 期），首次系统、深刻地阐述了明清商人在商业经营中所遵循的诚信原则、缘义取利原则的形成，是出自儒家传统思想文化的浸润、是对儒学伦理规范的转化，明清商

人的经营理念和经营原则是对传统儒学理论、先秦商人经营哲学乃至佛教教义的主动的、创造性应用和发挥。陈学文先生《明清商人经营规范与职业道德的趋同》（《东北师范大学学报》1999年第1期），以明代商业书中所提出的种种经营规范为基础进行理论分析，肯定了明清商人将社会道德内化为职业道德来严格遵守的良好风气。高建立先生《明清之际士商观念的转变与商人伦理道德精神的塑造》（《中州学刊》1999年第5期）、段江波等《试论明清社会的变迁及其商业伦理的发育》（《江苏社会科学》2001年第6期），则着重论述了明清时期传统四民观的变化、启蒙思想家对商业活动的肯定和明清商人商业伦理道德的形成。赵轶峰先生《晚明北方下层民众价值观与商业社会的发展》（《东北师范大学学报》2003年第1期），以北方下层民众的生财行为为研究对象，指出因中国社会的地域差异、下层社会的宗教多元化和伦理价值的多样化，决定了庶民的价值、伦理、信念要比儒家的价值系统和商业化发展的关联更实际而紧密，并开创性地指出明中叶以后中国商业社会的发展走的是一种独特的道路，其商业化的特征不在于商人这个特殊的社会阶层如何壮大，而在于商业活动成为四民大举卷入的活动这一事实；《晚明经济生活中的诈骗现象二则》（《沈阳电力高等专科学校学报》2004年第1期），则透过明代社会商品经济繁荣发展的表象，分析并探讨了民间经济生活中存在种种诈骗现象的社会和政治原因。陈宝良先生《明代的致富论——兼论儒家伦理与商人精神》（《北京师范大学学报》2004年第6期），考察了商人精神和儒家伦理之间存在的冲突，并指出儒家传统在这个过程中的逐渐变化，而商人则在此基础上开始建立起属于自己的新的伦理，还由此推测儒家伦理只要得以创造性的发挥，完全可以适应中国近代化的需要，走出一条独特的近代化之路。

以明清某个区域性商人集团为对象的研究，数量最为众多，主要代表学者与著作有：张海鹏先生等《徽商研究》（安徽人民出版社1995年版）、李琳琦先生等《徽商与经营文化》（世界图书出版公司1998年版）；张正明先生《晋商兴衰史》（山西古籍出版社1995年版）、日本学者寺田隆信先生《山西商人研究》（山西人民出版社1986年版）；李刚先生《陕西商帮史》（西北大学出版社1997年版）；黄启臣先生《明清广东商人》（广东经济出版社2001年版）等。上述著作分别深入、系统地探讨了其研究对象形成发展的历史和环境因素、社会构成、经营范围、经营方式和

道德观念、资本来源和去向、商帮特点和历史作用，从商帮研究来讲上述著作最为权威和完善。此外关于明清各个商帮的论文数量相当庞大，也很有值得重视的价值，如王日根先生等《明清福建商人与社会环境》（《福建论坛》1990年第3期）、陈伟明先生《明清广州儒商的社会构成与商业经营》（《暨南学报》1999年第3期）、范金民先生《洞庭商人的经营方式和经营手段》（《史学月刊》1996年第3期）、陈学文先生《中国历史上西部开发的先驱者——龙游商帮》（《浙江学刊》2003年第2期）、方志远先生等《明清江右商人的经营观念与投资方向》（《中国史研究》1991年第4期）、余龙生先生《简论明代江西商人的行商特色》（《江西社会科学》2003年第5期）、戴光中先生《明清浙东学术与宁波帮的发展》（《宁波大学学报》2003年第4期）等，即各有特色和贡献。

本书在写作过程中，得到了上述论著的启迪，并力求在前辈学者的基础上有所前进。

本书共分三个部分。第一部分为第一章，论述了在明代商业空前繁荣发展的历史背景下，整个社会对于商人的观念发生显著变化，而同时，商人们自身对于职业的认同感和自豪感也普遍确立。第二部分为第二章至第五章，分四个问题论述明代商人在商业经营实践中的卓越表现：其一，经营原则和策略问题。从经营地点选择、开拓商品市场策略、经营中的原则与策略三个方面进行探讨。其二，经营形象的树立问题。从商人们通过衣着、言谈举止、知识和专业技能修养塑造自身形象，以及通过品牌建立、广告宣传和店堂文化塑造品牌形象两方面进行探讨。其三，内外关系处理的问题。从商业经营团队的形成与管理、商人之间的关系、商人与士绅阶层的关系、商人与一般大众的关系四个方面进行探讨。其四，经营环境改造与协调的问题。从商人们对商业经营硬件设施、软件环境的改造两个方面进行探讨。第三部分为第六章，论述明代商人们在经营活动中除了上述卓越表现之外，也有部分商人在经营活动中存在着种种缺陷和不足，而同时又有一些商人，能够在积极实践的基础上对自身及他人经营活动的经验、教训进行理论概括和总结，具有先进的理论自觉，由此说明明代商人发展水平存在一定的不平衡性。最后，基于以上论述，作出对明代商人在中国古代封建社会商贾发展史上地位的客观评价，并就研究明代商人商业经营活动的现实意义、明代商人商业精神的现代性转换途径加以阐述。

本书力争首次以明代为时间范围，通过对这一时期相关史料广泛、充

分的挖掘,对明代商人商业经营的若干重要问题进行全面、系统、详细的研究,并对明代商人整体发展状况作出符合历史事实的评价,以稍稍弥补学界对于这一特殊历史时期商人经营活动研究的不足。本书对于前人研究中曾略有涉及的某些方面,就明代状况进行了更完整、深入的探讨,如商业经营中的原则与策略、广告宣传、士商关系及商人与一般大众的关系处理;更多的则是对前人研究中极少涉及甚至完全没有涉及的方面加以初次探讨,如商业经营地点的选择和开拓商品市场的策略、商人本身良好形象的树立、商人之间关系的处理、商人对经营条件的改造与协调,以及发展水平不平衡的表现,等等。

本书的原始研究资料,主要来源于《文渊阁四库全书》、《四库全书存目丛书》、《续修四库全书》、《四库禁毁书丛刊》中史部传记类和地理类、子部杂家类以及集部别集类这几部分,此外还有《中国地方志集成》丛书,并参考了《明代社会经济史料选编》及若干部明代小说作品,如“三言”、“二拍”、《型世言》、《金瓶梅》等。笔者尽力广泛地搜求、阅读原始资料,并在唯物史观的指导下,借鉴管理学、社会学等学科的理论和方法,尽力去粗取精,深入钻研,力求实事求是地对明代商人商业经营活动的史实加以分析探讨,并进行合理的推测,使明代商人的历史面目更加清晰,使其在中国封建社会商贾发展史上的地位更加明确,给予他们恰如其分的定位和评价。

## 第一章 明代商业的发展与商人自我价值的觉醒

明代，尤其是明代中期以后，随着国内商品生产的扩大，长距离商品流通更加频繁，商品经济得到了空前的发展，大大小小的墟市和商业城镇如雨后春笋般大量涌现，区域市场的发展更加成熟，国内市场显著扩大，统一的国内市场逐渐开始形成。与此同时，商人资本空前活跃，其中最为典型的当数秦晋商人和徽州商人：他们“白银动以数万计，多或数十万两”<sup>①</sup>（卷七，《食货五》）；“平阳、泽（州）、潞（安）豪商大贾甲天下，非数十万不称富”<sup>②</sup>；万历时徽商“藏镪有至百万者，其他二三十万，则中贾耳”<sup>③</sup>（卷四，《地部二》）。如此看来，明代中后期商人资本的大致标准是，存银二三十万两只能算是中贾，四五十万两以上方可称大贾。关于这个标准，还要参考严嵩的儿子严世藩论天下富豪的一段史料：“严世藩……尝与所厚屈指天下富豪，居首等者凡十七家，……积资满五十万以上者，方居首等。”<sup>④</sup>（卷三六）也即是说，在嘉靖、万历年间，积资满五十万两以上才称得天下头等富豪，而在严所列举的十七家中，王公宗室、勋戚、大官僚、土司、太监之外，大商人则有五姓与其比肩，另外，他还特别指出正德年间尚有两个资产各百万、五十万的大商人。虽然与以后时代的发展相比，资产五十万这个标准并不算高，但明代商人普遍性资本积累的数量之大却是空前的，富商大贾的数量之多也可谓空前。而他们之所以能够取得这样的成就，其前提和基础就是时代环境的显著变化与他们自身职业意识的普遍觉醒，本章即将对此作一论述。

---

①（清）叶梦珠：《阅世编》，上海古籍出版社1981年版。

②（明）沈思孝：《晋录》，《四库全书存目丛书本》，齐鲁书社1997年版。

③（明）谢肇淛：《五杂俎》，《续修四库全书本》，上海古籍出版社2002年版。

④（明）王世贞：《弇州史料后集》，《四库禁毁书丛刊本》，北京出版社1997年版。

## 一 明代商业的发展状况

明代、尤其是明代中期以后，商品经济的空前繁荣主要表现在如下几个方面：

### （一）商品生产的扩大

在明代、尤其是明代中期以后农业和手工业生产高度发展的基础上，商品生产也得到了空前的扩大。这是当时社会经济发展的一个极为突出的特点。

#### 1. 在植棉业上

河南是当时的重要植棉区之一，据钟维新《救荒图说》记载：“中州沃壤，半植木棉，乃棉花尽归商贩。”<sup>①</sup>（卷五，《钟维新·钟忠惠公赈豫纪略》）其中所谓“尽归商贩”，也就是说产品全部被投入了市场，这表明河南的植棉业已经属于商品生产。

在棉纺织业上。当时棉布生产中心的松江，其棉布生产就主要是以出卖为目的。棉纺织业的另一发达地区嘉善，为出卖而生产的情形也有不少明确记载。如朱国桢《涌幢小品》说：嘉善“地产木棉花甚少，而纺之为纱，织之为布者，家户习为恒业，不止乡落，虽城中亦然”。为此，商人们往往从旁郡贩来棉花，在此设店出售。“小民以纺织所成，或纱或布，侵晨入市，易绵（棉）花以归，仍治而纺织之。明旦复持以易，无顷刻间。纺者日可得纱四五两，织者日成布一匹。燃脂夜作，男妇或通宵不寐。田家收获输官偿债外，卒岁室庐已空，其衣食全赖此。”此处的“田家”、“小民”，虽然只是把纺纱织布当做副业，但其产品既非用来自给自足，也非首先满足自身需要、而后有余方出卖，它们是全部被当做商品出卖的，故这种生产，很明显是地地道道的商品生产。

#### 2. 在蚕桑业上

湖州是蚕桑业的中心之一。据明末当地人朱国桢记载，当地的经营情况是：“畜蚕者多自栽桑，不则予租别姓之桑，俗曰秒桑。凡蚕一斤，用叶百六十斤，秒者先期约用银四钱。既收而偿者，约用五钱。再加杂费五

<sup>①</sup>（清）俞森：《荒政丛书》，《文渊阁四库全书本》，台北：台湾商务印书馆1986年版。



分。蚕佳者用二十日辛苦，收丝可售银一两余。……本地叶不足，又贩于桐乡、洞庭，价随时高下，倏忽悬绝。谚云：仙人难断叶价。故栽与秒最为稳当，不者谓之看空头蚕。”<sup>①</sup>（卷上，《蚕报》）这则史料中，就秒桑和看空头蚕者来说，所用桑叶靠买进，其最后产品丝则卖出，说明它也是商品生产。另外，秒桑和丝价都有相对稳定的价格，这只能在商品生产相当发达时才能出现；而看空头蚕者所遇到的桑价随时高下的问题，是商品流通中供求规律发生作用的反映，这从另一角度说明了湖州蚕桑业的商品生产性质。

### 3. 在丝织业上

如苏州丝织业，其商品生产的性质即极为明显。正德《姑苏志》卷一三《风俗》记载：苏州一带居民，“工纂组，故男藉专业，家传户绩，不止自给而已”。这也就是说，产品的一部分甚至大部分是用于出卖的。《醒世恒言》卷一八《施润泽滩阙遇友》中，还具体描述了苏州附近盛泽镇居民出卖丝织品的情形，使我们看到了不同规模的丝织业商品生产状况。

### 4. 在陶瓷制造业上

明代官窑的生产虽被封建国家所严格控制，但兴起于各地的民窑，却完全是为了出卖而烧造生产。如景德镇周窑、崔公窑的产品“四方争售”；宜兴时大彬、陈仲美、徐友泉等人的制品“四方皆争购之”<sup>②</sup>，都能够清楚地证明这一点。

上述行业之外，在造纸、印刷、矿冶等许多行业中都存在类似的商品生产和交换的情形。

商品生产的扩大与发达，增加了投入市场的商品种类和数量；再加上以自给为主要目的的生产，也会将多余产品投入市场，遂使得明代中后期的商品市场，出现了空前繁荣的局面。《明会典》<sup>③</sup>卷三五载，景泰二年（1451年），大兴、宛平两县召集各行，根据当时的市场价格定出了一个“收税则例”，详细列出了230种以上商品的收税金额，由于它是收税的章程，而且对每种物品所定税额都以市场价格为依据，所以，这些物品必

①（明）朱国祯：《涌幢小品》，《四库全书存目丛书本》。

②（清）吴騫：《阳羨名陶录》，《续修四库全书本》。

③ 万历《明会典》，中华书局1989年版。

然都是已经进入流通领域的商品，其种类之多令人瞩目。然而，就是这高达 230 种以上的统计数字，也还远远不能反映当时实际投入市场的商品种类。在这则“收税则例”的末尾，就附有这样一句话：“其余估计未尽物货，但照价值相等则例收纳。”在统计并不完全的情况下，所列流通商品数量还如此之大，这更有力地反映了明中后期市场的商品种类十分繁多，折射出当时商业的繁荣。

## （二）各地的商业往来和商业中心区的广泛出现

明代中后期全国各地的商业往来，道路畅通，交换频繁。而由于各地商业往来的不断加强，在物产丰富和交通方便的地方，便形成了大大小小的商业中心区。

### 1. 关于各地的商业往来

宋应星曾说：“滇南车马，纵贯辽阳；岭徼宦商，衡游蓟北。”<sup>①</sup>李鼎曾说：“燕、赵、秦、晋、齐、梁、江、淮之货，日夜商贩而南；蛮海、闽广、豫章、楚、瓯越、新安之货，日夜商贩而北。”<sup>②</sup>（卷一九，《借箸编·早计第一》）都真实描述了当时东西南北互通商业的繁荣景象。还有其他许多记载也可以印证他们的描述。如徐光启说：“今北土之吉贝贱而布贵，南方反是。吉贝则泛舟而鬻诸南，布则泛舟而鬻诸北。”<sup>③</sup>（卷三五）王世懋说：“福之绸丝，漳之纱绢，泉之蓝，福延之铁，福漳之橘，福兴之荔枝，泉漳之糖，顺昌之纸，无日不走分水岭及浦城小关，下吴越如流水。”<sup>④</sup>王宗沐说：景德镇瓷器“自燕云而北，南交趾，东际海，西被蜀，无所不至”<sup>⑤</sup>（卷五，《物产志》）。嘉靖《河间府志》卷七《风土志》则载：“河间行货之商，皆贩缙、贩粟、贩盐、铁、木植之人。贩缙者至自南京、苏州、临清。贩粟者至自卫辉、磁州。……贩铁者农器居多，至自临清、泊头，皆驾小车而来。贩盐者至自沧州、天津。贩木植者至自真定。其诸贩瓷器、漆器之类，至自饶州、徽州。”<sup>⑥</sup>如此，等等，

① （明）宋应星：《天工开物》，广东人民出版社 1976 年版。

② （明）李鼎：《李长卿集》，明万历四十年刻本。

③ （明）徐光启：《农政全书》，《文渊阁四库全书本》。

④ （明）王世懋：《闽部疏》，《续修四库全书本》。

⑤ 乾隆《浮梁县志》，1960 年江西图书馆油印本。

⑥ 嘉靖《河间府志》，上海古籍书店 1981 年版。

充分反映了当时全国各地商品流通的盛况。

## 2. 关于各地的商业中心区

长江下游的江南地区和地处东南沿海的福建，是当时全国物产最丰富、商业最发达的地方，这里的商业中心区最多，也最繁华。全国各地的许多货物都汇聚在这些商业中心，如为苏、浙、闽、广交通枢纽的江西广信府铅山县，就有来自四面八方的各种货物在此出售。<sup>①</sup>（卷一，《食货》）而这些地区向外输出的产品同样也很多，如浙东“桑麻遍野，茧丝绵苧之所出，四方咸取给焉”<sup>②</sup>（卷四，《商贾纪》）。国内其他地方亦有众多的商业中心区，张瀚《松窗梦语》对此便有大量反映。如华北地区，“河间、保定，商贾多出其途”，“蒲坂一州，富庶尤甚，商贾争趋”。河南地区，“开封其都会也，北下卫彰，达京圻，东沿汴泗，转江汉，车马之交，达于四方，商贾乐聚”。齐鲁地区，“川陆孔道，并会德州、临清、济宁之间”。江淮地区，“庐凤以北，接三楚之旧，苞举淮阳，其民皆眇羸轻沙，多游手游食，煮海之贾，操巨万资以奔走其间，其利甚巨”。另如西北地区，三原“俗十七服贾”<sup>③</sup>（卷一一，《明员伯子墓志铭》）等。甚至与内地远隔千山万水的岭南、滇中某些地方，商业也有很大程度的发展。如广东“高、廉、处、琼，滨海诸夷往来其间，志在贸易”。云南“会城之中，土沃饶食，不待贾而贾恒集”。

## （三）城市的繁荣和市镇的兴起

明代中后期，全国各地有很多商业发达的城市，同时兴起了很多市镇。这也是当时商业发展的重要表现。

最繁荣的城市莫过南北两京。北京，“因帝都所在，万国梯航，鳞次毕集”<sup>④</sup>（卷三，《地部一》），海内外四方万货、山海之珍“不产于燕，而毕集于燕”，“以故畜聚为天下饶”<sup>⑤</sup>（卷四，《百工记》、《商贾纪》）。南京，则是明朝“开基之地，北跨中原，瓜连数省，五方辐辏，万国灌

① 万历《铅书》，明刻本。

② （明）张瀚：《松窗梦语》，中华书局1997年版。

③ （明）温纯：《温恭毅集》，《文渊阁四库全书本》。

④ （明）谢肇淛：《五杂俎》，《续修四库全书本》。

⑤ （明）张瀚：《松窗梦语》，中华书局1997年版。