

王茹芹 著

# 京商论

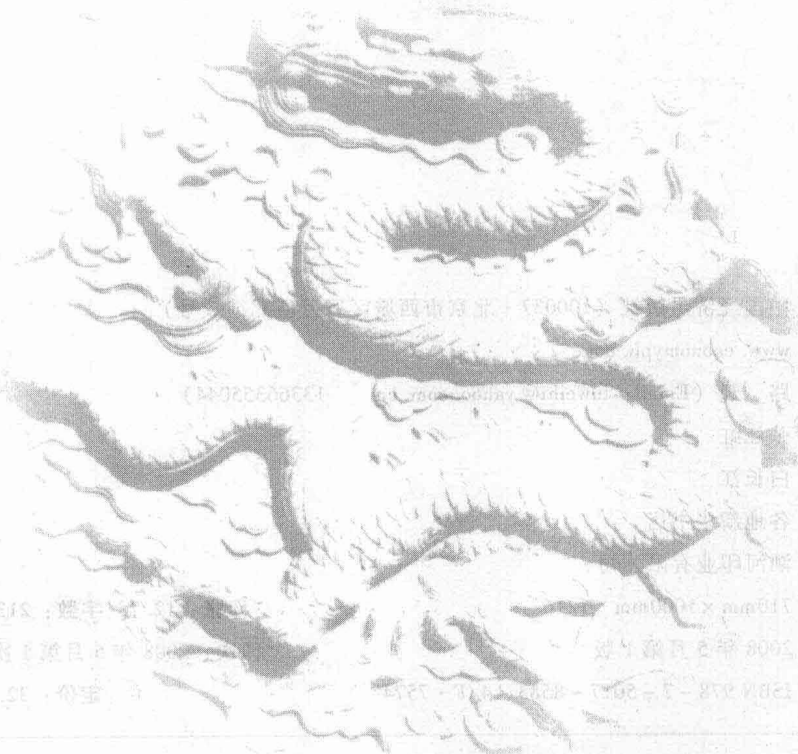
千百年来，京商文化穿越了历史长河，汇聚了不同的文化因子，是我国地域型商业文化的典型代表。和徽商、晋商文化一样，京商文化具有独特性和不可替代性。全面系统地梳理京商发展文脉，总结京商学术体系，提炼京商文化精髓，需要我们这一代人的切实努力。



中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

# 论商东

王茹芹◎著



中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

**图书在版编目 (CIP) 数据**

京商论/王茹芹著. - 北京: 中国经济出版社, 2008. 5

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8583 - 4

I. 京… II. 王… III. 商业经营—经验—北京市 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 055545 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: [www.economyph.com](http://www.economyph.com)

责任编辑: 路 巍 (Email: [luweihi@yahoo.com.cn](mailto:luweihi@yahoo.com.cn) 13366355044)

责任印制: 张江虹

封面设计: 白长江

经 销: 各地新华书店

承 印: 潮河印业有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印张: 12.75 字数: 213 千字

版 次: 2008 年 5 月第 1 版

印次: 2008 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 8583 - 4/F · 7574

定价: 32.00 元

---

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878

## 序

《京商论》是我们关于京商研究的第一部学术著作,反映了我和我的同事们关于京商研究的初步认识。

为什么要研究京商?我们主要基于以下认识:

京商文化是北京文化的重要组成部分,为传承北京商业文化,推进北京历史文化名城建设,需要开展京商研究。

北京具有3000多年的建城史和850多年的建都史,是我国著名的历史文化名城,也是最重要的消费型大城市,商业在城市社会经济生活中占有重要位置。千百年来,在北京这块特殊的地域上,伴随着人们的生产、生活和消费,形成了京商,产生了京商文化,并传承、发展至今,留下丰厚的商业文化遗存,具有重要的历史价值和学术研究价值。同时,京商历史文化作为民族商业瑰宝,凝聚着中华民族特有的文化个性,是北京重要的非物质文化遗产。研究、发掘和保护京商文化,既传承和汲取北京优秀的商业历史文化,也为北京历史文化名城建设尽一份绵薄之力。

京商文化是北京商业发展的重要资源,京商文化的发掘不仅有助于老字号企业提升品牌,更可资现代京商借鉴,汲取其养分,并将其发扬壮大,促进首都流通现代化的建设。

北京老字号数量之多,行业之丰富,保存资料之完整程度,在全国属领先水平。数百年的积累使京商老字号具有了巨大的品牌价值,降低了品牌的开发成本。2005年在世界品牌实验室发布的《中国500最具价值品牌》排行榜中,全聚德的品牌价值已高达106.34亿元人民币。相对于新建品牌而言,通过激活京商老字号品牌,可以大大降低企业在宣传方面的投入,使企业将更多精力放在产品开发和提升企业

核心竞争力方面,对于提升市场的竞争水平、效率和需求满足能力都有着积极的意义。开展京商研究,着力发掘京商历史品牌价值,对于北京老字号企业的创新和发展具有重要价值,也是我们学院为企业服务、为社会服务的重要举措。

京商文化的挖掘,也有助于丰富中国商业文化的研究,促进我国区域商业与商帮研究的深化。

从国内看,徽商、晋商等商帮已有了系统的研究,从国际上看,犹太商人、印度商人等商业文化也已形成研究体系,相关的博物馆、文化教育基地建设也有了一定的规模。而拥有前门—大栅栏、王府井、西单等著名商业街区,拥有同仁堂、六必居、瑞蚨祥等世界闻名老字号的北京,还缺乏对京商文化的系统研究,这与北京商业的地位、与京商的历史贡献显然是不相称的。通过系统的京商研究和学术交流,将有助于促进京商与国内其他区域的商业文化交流,共同推动中国商业文化的进步与繁荣。

为此,我们在北京市教育委员会和北京市商务局的支持下,组建了由北京财贸职业学院和北京商业经济学会为核心的研究团队,开展京商研究。团队以王茹芹为课题组长,成员有王成荣、赖阳、韩凝春、王希来、李诚、缪克洋、袁家方、朱祖希、陈鹤鸣、吴晓辉、胡昕、康健、黄爱光、赵挺等。

2006年1月,在由北京财贸职业学院主办的首届京商讨论会上,我代表学院首次提出了京商研究的概念,将京商研究作为学院学术系统工程,视为学院最重要的科研发展项目。

京商研究得到了社会各界的广泛支持,北京市老字号协会、北京商报社、各区县商务局和北京众多老字号企业都为研究提供了大量的支持,许多商业专家、历史学家、北京学专家也提供了很多资料和研究建议,并帮助把关,使本书得以形成。

作为北京市教委“高校科技创新平台”项目的重要内容,《京商论》主要以1911年以前的北京商业为研究对象,以不同历史时期的商

业政策、消费特点、卖方结构、商业街、经营文化等为主线进行发掘与研究。《京商论》初步总结了我们近两年有关京商研究的成果,反映了我们对京商历史文化的基本认识和体会。《京商论》主要明确了关于京商研究的几个基本问题:

### 1. 阐明了京商和京商研究的基本概念

我们认为,京商是北京国都商业体系的总称。京商是在北京这块特定的国都之地培育和发展起来的,具有特定内涵的区域商业及其文化,是基于国都消费驱动为核心而形成的商业体系。

### 2. 明确了古代京商的发展脉络和基本特征

本书对京商发展的历史脉络进行了梳理,特别对金以后的京商历史发展状况进行了追溯,并以明清时期为重点,对历史上京商发展的特点进行了分析。

我们认为,尽管因为历史上朝代的不断更替,不同朝代的历史背景和商业政策不同,使不同时期的京商表现出不同的侧面,但作为一种具有历史延续性的商业文化,古代京商具有共同的发展特征。从国都特点和京城的消费需求出发,京商具有四个明显特征:一是京商具有鲜明的“贵气”和“官气”,满足皇家贵族、官员、士绅的消费,是京商服务的重要内容;二是京商具有较为突出的儒商特征,历史上的京商是受儒家文化影响深厚的群体;三是京商具有典型的海纳百川、兼收并蓄的特征。北京古来为天下财货骈集之地,京商商人来源于全国各地,不同的文化因子在北京融合并升华为京商文化;四是京商在经营服务上具有精益求精、追求最高质量标准的特征。京商所经营的许多产品、所提供的服务代表了当时国内同行业的最高标准。

### 3. 对京商的发展环境进行了重点分析研究

我们认为,影响京商发展的环境最基本的体现于三个方面:从政策层面看,京商的发展和北京商业格局的形成深受国家、城市发展政策的影响;从消费层面看,京商是基于国都消费驱动而形成的商业产业体系,京商具有鲜明的为不同时期高层次消费对象服务的特性;从

文化层面看,京商是我国不同区域商业文化的集大成者,既具有浓郁的京味文化风味,又深蕴儒家文化精神。政策的变化影响了京商,消费的驱动繁荣了京商,文化的涵养培育了京商,使京商成为有自身特质的具有皇城、国都色彩的国内独一无二的商业体系。

#### 4. 分析了历史上北京著名商业街和老字号的发展环境及特点

北京商业街和老字号是古代京商研究中具有代表性的两大内容,是北京城市繁荣和京商文化发展的有形载体。北京商业街区区别于其他大城市商业街区的明显标志,在于它的皇权主宰思想、对称布局模式的特殊性。北京老字号是京商文化的重要载体,目前我们已知的创立于明清时代的京商老字号就有97家。本书研究主要着眼于介绍北京老字号的发展环境,挖掘京商老字号企业的文化发展脉络。

京商博大精深,京商研究也不可能一蹴而就。为了更系统、全面、有序地开展研究,我们明确了近期京商研究的阶段和不同阶段的工作重点。2005~2006年是第一阶段,以1911年以前的京商历史为研究对象,以古代京商资料搜集和京商基本特征研究为工作重点;2006~2008年是第二阶段,以1911~1956年公私合营前夕的京商历史为研究对象,以近代京商资料搜集和京商老字号、北京商业街、京商人物等专题研究为工作重点;2008~2010年为第三阶段,以1956年以来京商的发展为研究对象,以现代、当代京商资料搜集和京商文化研究为工作重点。在资料整理、分析和研究的基础上,根据不同时期的京商文化特征和表现,逐步撰写京商学术专著,《京商论》是我们的初步尝试。

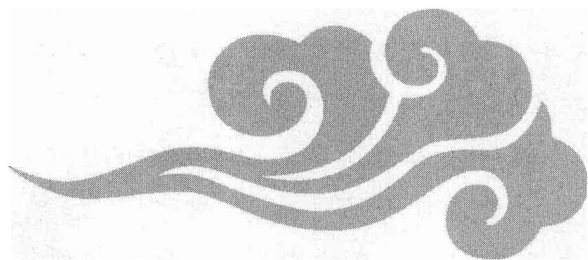
我们还要进一步联合北京商业文化研究领域的专家学者,结盟北京商业老字号企业,开通京商文化网站,举办不同时期的京商历史文化展览,创办京商文化展馆,并最终创建京商博物馆。希望通过我们这一代人的切实努力,全面系统地梳理京商发展文脉,总结京商学术体系,提炼京商文化的精髓。

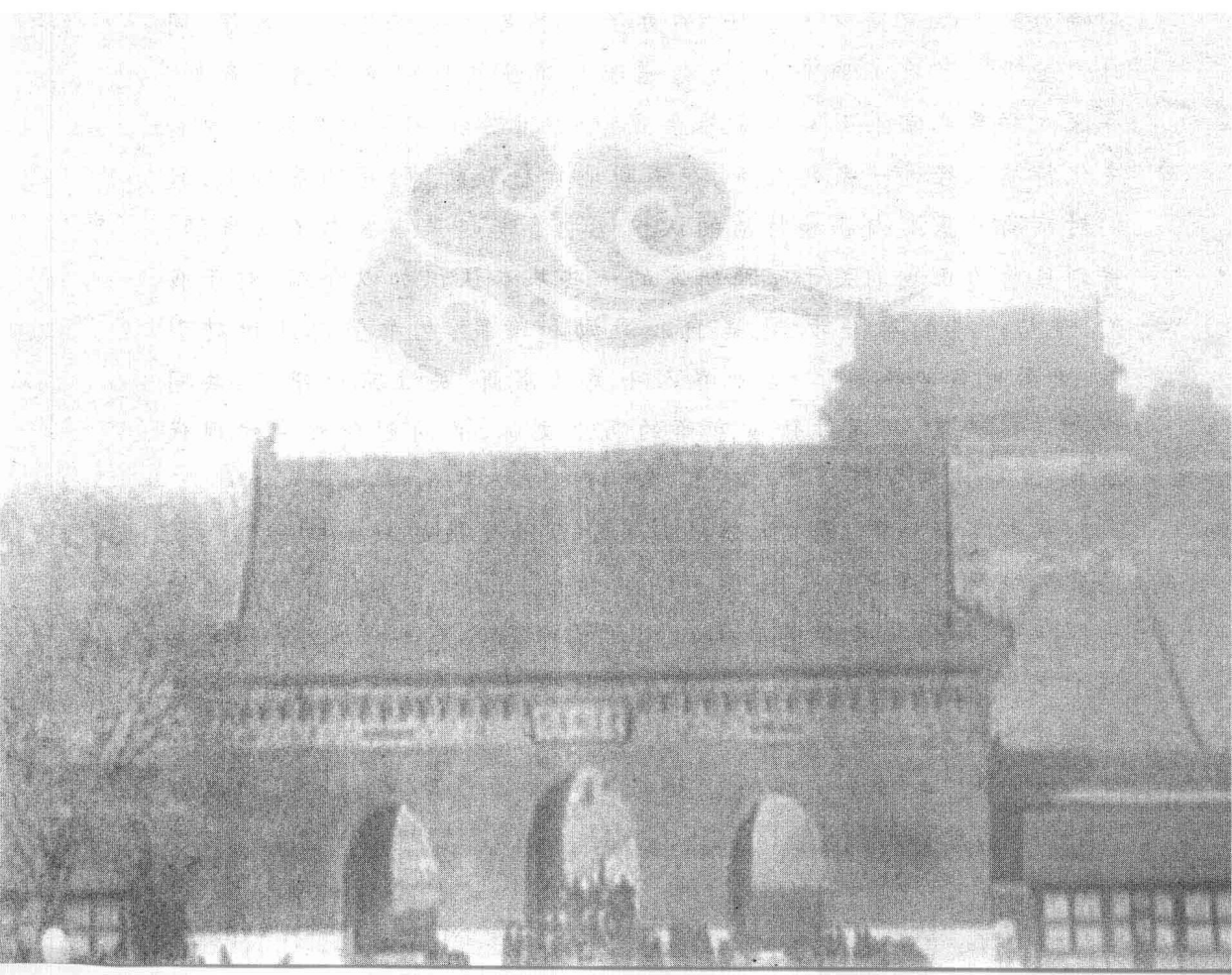
《京商论》仅是我们对京商研究的初窥门径之作,今后随着研究

的逐步深入,我们将陆续推出京商研究系列专著,对京商发展政策、北京商业街、北京老字号、京商人物等予以专题研究。我们期待着结出更多的京商科研硕果,还原京商历史,将京商导向未来,将京商告诉世界!

作 者

2008. 3. 30





## 前 言

本书是以京商为研究对象,关于京商研究的专业著作。

2006年1月,北京财贸职业学院主持召开了“首届京商讨论会”。会上,我们第一次提出了“京商”这一概念,准备集中力量开展京商研究。经过近两年的努力,我们搜集了可资搜集的京商研究的相关史料、资料,对北京的商业发展史做了初步梳理;汇聚国内著名商业经济研究专家和各主要商帮的研究学者,主办了两次具有重要影响力的大型京商学术论坛;举办了古代京商的历史文化展览,同时广泛听取了有关商业史、历史地理和商业文化研究学者的意见,并深入联系北京上百家老字号企业,了解北京老字号的发展渊源和文化特质。经过一系列准备,在不断地资料分析、研究的基础上,我们对京商的基本内涵和特质的认识逐步清晰起来。本书不揣浅陋,将到目前为止我们关于京商研究的一些基本认识加以介绍,对于我们,既是前进的第一步,也是自我激励和鞭策;也希望以此抛砖引玉,吸引更多学界同仁、企业界人士关注京商、关注京商研究,共同推进京商研究,也通过传承京商的历史文脉,共同创新北京的现代商业,共同发展京商。

本书共分六章,其中前四章是关于京商发展的基本概念、特征、发展环境及京商研究内容、重点等的研究。第一章探讨京商研究的基本理论问题,主要介绍我们关于京商研究的基本认识;第二章着眼于京商的发展历程,初步勾勒京商的起源及基本发展脉络;第三章从政策的影响、消费的驱动和文化的涵养三个角度探讨京商的发展环境问题;第四章主要就京商与国内各商帮发展的异同加以评

析;第五章和第六章主要分析京商发展中的两个重要方面,也是京商较国内其他区域商业自身特色更为突出、历史悠久且影响至今的两个方面:商业街和老字号,并对部分著名京商字号和京商代表人物予以点评。



# 目 录

|         |   |
|---------|---|
| 序 ..... | 1 |
|---------|---|

|           |   |
|-----------|---|
| 前 言 ..... | 1 |
|-----------|---|

## 第一章 关于京商的基本理论分析

|                      |   |
|----------------------|---|
| 第一节 京商的基本概念及特征 ..... | 3 |
| 第二节 京商研究的基本内容 .....  | 6 |
| 第三节 京商研究的基本方法 .....  | 9 |

## 第二章 京商起源及发展脉络

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 第一节 历史上北京地区的基本沿革情况 ..... | 13 |
| 第二节 京商发展脉络及发展特点 .....    | 19 |

## 第三章 京商发展环境分析

|                    |    |
|--------------------|----|
| 第一节 政策影响下的京商 ..... | 41 |
| 第二节 消费驱动下的京商 ..... | 47 |
| 第三节 文化涵养下的京商 ..... | 59 |

## 第四章 京商与商帮

- 第一节 京商与商帮之发展异同 ..... 79
- 第二节 京商中的商帮组织——工商会馆 ..... 87

## 第五章 北京历史上的商业街

- 第一节 金代中都商业与古老的檀州商业街 ..... 95
- 第二节 元大都城商业的兴起与钟鼓楼商业街区 ..... 97
- 第三节 明北京城的商业盛景与东四商业街区 ..... 100
- 第四节 清代北京的商业布局与前门商业街区 ..... 112

## 第六章 京商老字号与京商人物

- 第一节 明、清时期京商老字号发展状况 ..... 129
- 第二节 老字号的经营特征 ..... 136
- 第三节 京商老字号及著名京商人物的成功故事 ..... 144

- 主要参考文献 ..... 187

# 第一章 关于京商的基本理论分析





## 第一节 京商的基本概念及特征

商业是城市发展的名片,商业文化是城市文化的重要组成部分。北京的水土、文化滋养了京商,润泽了京商文化。

北京是我国著名的古都和历史文化名城。据考古发现,距今 70 万 ~ 20 万年前,北京地区就有原始人类“北京人”活动。北京的建城史则至少可以上溯至商周时期,迄今已有 3000 余年历史。公元 10 世纪,古代契丹民族建立的辽政权将当时的幽州(今北京)升为辽五京之一,命名为南京,这是北京作为都城史的开始。公元 1153 年,女真族建立的金王朝正式定都中都(今北京),这是北京作为中央集权封建国家的正式首都的开始。其后,历经元、明、清三代,北京的国都史,绵延 850 余年。可以说,漫漫历史征程中,北京作为国都和皇城,留下了取之不尽的历史文化宝藏。

### 一、京商的基本概念

京商以北京 3000 余年的建城史和 850 余年的建都史为纵深的历史空间,以北京城市为母体,根植于这片古都的沃土中,见证了京华烟云,引领了历代市场的繁荣,也经历了朝代更迭、社会动荡。可以肯定地说,京商文化是北京历史文化的重要内容,京商的发展史也是北京城市史的重要组成部分。

我们认为:京商是北京国都商业体系的总称。京商是在北京这块特定的国都之地和历史文化名城中培育和发展起来的具有特定内涵的区域商业及其文化,是基于国都消费驱动为核心而形成的商业体系。

京商的基本特征主要表现为四个方面:一是京商具有鲜明的“贵气”和“官气”,满足皇家贵族、官员、士绅的消费,是京商服务的重要内容;二是京商具有较为突出的儒商特征,历史上的京商是受儒家文化影响深厚的群体;三是京商具有典型的海纳百川、兼收并蓄的特征。北京古来为天下财货汇集之地,京商商人来源于全国各地,不同的文化因子在北京融合并升华为京商文化;四是京商在经营服务上具有精益求精、追求最高质量标准的特征。京商所经营的许多产品、所提供的服务代表了当时国内同行业的最高标准。

上述京商的基本概念反映了我们对京商的基本认识,可归纳为三个方面:

### 1. 京商扎根于北京,是在北京这块国都之地培育和发展起来的区域商业

我们认为,不同于其他地域商业和城市商业,京商是在具有悠久国都史的京华之地形成的。国都和皇城商业模式不同于其他商业模式,在文化认同、消费规模、服务对象、商品类别、商业资本形式,以及商业街区的形成、字号的分布等方面,都具有特殊性,遵循特殊的规律。为了更明确京商之“京”的特性,我们以1153年金王朝定都中都为京商研究的起点。金定都中都,也意味着北京在历史上正式成为一个中央集权国家的政治中心城市和经济、文化中心城市,同时也是一个重要的消费中心城市。京商研究主要侧重于1153年以后作为国家首都的北京商业的研究。另外,我们也认识到,京商不是一蹴而就的,虽然北京历史上商品交易的历史比较漫长,但京商的形成和发展经过一个较长的培育期和发展期,期间因朝代兴替和动荡,多次起伏,可以说,直到明、清时期,京商才趋于成熟,京商体系也才臻于完善。

### 2. 消费的驱动对京商的形成起到积极促进作用

北京历史上就是一个人口众多、购买力较为强劲、消费需求量大极大的区域,特别在古代社会,北京是少有的大型消费城市。据有关学者研究:金泰和七年(1207年),北京人口为40万人;元至元七年(1270年),北京人口为62.8万人;明正统十三年(1448年),北京统计人口为96万人(若算上当时的大量流民,应过百万之数);清光绪八年(1882年),北京人口为77.61万人。<sup>①</sup> 在生产相对落后,剩余产品相对不丰富的古代社会,要负担如此巨大规模的人口消费,没有高水平的商业供应是不可想象的。也正因为北京聚集了大量人口,具有持续不断的大规模、高层次的消费需求,也促进了北京商业的发展,吸引了众多商人前赴后继奔赴北京,也带动了全国各地的物资源源不断流向北京。因此,消费在京商的形成中起到了积极的驱动和带动作用。

### 3. 京商是一个复杂的商业体系

京商不限于某一商帮、某类商品,更不是某条商业街、某种字号,京商涉及与京城各阶层生活及生产相关的各个领域,而是涉及北京的衣、食、住、行、游、购、娱等多方面,涉及数以百计的商业行业,涉及数以万计的历史上存在过的商业字号,涉及来自全国不同地域并带有不同文化基因的众多商人,京商是不同的商业

<sup>①</sup> 韩光辉:《北京历史人口地理》。