

王明蓀主編

古代歷史文化

研究
輯刊

十六編 第十五冊

氣與志：明代「儒賈」意象的興起 以徽商為中心的考察

明旭著



古代歷史文化

研究
輯刊

十六編

王明蓀主編

第15冊

氣與志：明代「儒賈」意象的興起
——以徽商爲中心的考察

明旭著



國家圖書館出版品預行編目資料

氣與志：明代「儒賈」意象的興起——以徽商為中心的考察
／明旭 著——初版——新北市：花木蘭文化出版社，2016〔
民 105〕

目 2+254 面；19×26 公分

（古代歷史文化研究輯刊 十六編；第 15 冊）

ISBN 978-986-404-760-4（精裝）

1. 商人 2. 明代 3. 安徽省徽州

618

105014268

ISBN-978-986-404-760-4



9 789864 047604

古代歷史文化研究輯刊

十六編 第十五冊

ISBN：978-986-404-760-4

氣與志：明代「儒賈」意象的興起 ——以徽商為中心的考察

作 者 明 旭

主 編 王明蓀

總 編 輯 杜潔祥

副總編輯 楊嘉樂

編 輯 許郁翎、王筑 美術編輯 陳逸婷

出 版 花木蘭文化出版社

社 長 高小娟

聯絡地址 235 新北市中和區中安街七二號十三樓

電話：02-2923-1455／傳真：02-2923-1452

網 址 <http://www.huamulan.tw> 信箱 hml 810518@gmail.com

印 刷 普羅文化出版廣告事業

初 版 2016 年 9 月

全書字數 225416 字

定 價 十六編 35 冊（精裝）台幣 68,000 元

版權所有・請勿翻印



氣與志：明代「儒賈」意象的興起
——以徽商爲中心的考察

明旭 著

作者簡介

明旭（1978～），男，四川南充人，現為浙江傳媒學院管理學院講師。浙江大學行政管理學本科、碩士，政治經濟學博士，從事明清社會經濟史研究；北京大學高等人文研究院博士後，跟隨杜維明教授，從事儒商與儒家商業思想研究。近幾年的主要研究方向與關注點有兩個：明清以來中國社會經濟轉型與信息時代儒家商業思想的重新湧現。2008年，受國家留學基金資助，訪學加州大學洛杉磯分校（UCLA）中國研究中心一年。2015年，受日本渋沢栄一紀念財團支持，短期訪問渋沢栄一紀念館與關西大學文學部，並作學術報告。曾參與多項省級課題，在周生春教授指導下，校對《吳地記》、《錢塘記》等地方志，在《哲學研究》、《浙江大學學報（人文社科版）》、《浙江學刊》等刊物發表專業論文5篇。

提 要

二十世紀九十年代，「儒商」成為了中國大陸的一個社會熱詞，屢現於報刊雜誌及口耳相傳中。迄今為止，「儒商」已發展成一個顯著的公共論域，甚至逐漸催生出一些獨特的文化現象。通過史海鉤沉與意義闡發，學術界做出了不少研究成果，但是對於「儒商」話語的溯源工作仍然不夠。學術界普遍將「儒商」追溯至明代的「儒賈」，並將其視為當時科舉與人口壓力下讀書人「棄儒就賈」現象的產物，或者認為由於傳統儒者的社會地位高，商人不得不向他們的價值觀靠攏，而出現所謂的「賈而好儒」現象。這種宏大敘事主要受激於韋伯關於「新教倫理與資本主義精神」的論述，又受到余英時先生「士商合流」以及「儒家思想的世俗化轉向」理論構想的影響。人們對明代「儒商」的形成，也大多停留在商人尤其是徽商的「棄儒就賈」以及「賈而好儒」的社會風氣的轉變上面。這類解釋忽視了面臨科舉壓力之下，不斷增長的人口與科考名額之間的矛盾並非在明代嘉靖、萬曆間才突然出現，「棄儒就賈」、「賈而好儒」的現象，也絕非明代嘉靖、萬曆間所僅有。很難就此認定，「棄儒就賈」、「賈而好儒」的潮流下就一定會有「儒商」話語的出現。「儒賈」話語的出現，雖然跟社會大環境當然密不可分，但也不能忽視具體創作者的志向與背景的影響。「儒商」或「儒賈」成詞首先作為一個歷史的語言事件，其附著的意義隨後在社會擴散時自我實現，從而產生巨大的社會動員力量，改變徽州等地區的社會風氣。



目

次

第一章 引言：主題與方法	1
第一節 核心問題的提出	3
第二節 回顧徽商研究的視野	11
第三節 敘述方式與策略選擇	23
第四節 本書的結構安排	28
第二章 由氣觀化：明代徽州社會經濟的轉化與變遷	31
第一節 商業力量的復蘇與發育	34
第二節 明代徽州人的「出賈」及徽州農田市場的變化	44
第三節 「春夏秋冬」：易變的歷史——明末儒生眼中的社會變遷	75
第四節 「生意」：一種儒家式的商業觀？	90
第三章 由意生象：想像的群體——「徽商」——作為新話語的浮現	93
第一節 「徽商」概念的辨析	94
第二節 「歙商」、「休商」的成詞	107
第三節 重族與重賈：徽州刻板印象的形成	110
第四節 象徵性邊界的形成	115
第五節 徽商的奢侈品消費：一種源於社會認同的行為	121
第四章 興文善俗：明代「儒賈」意象的出現	125
第一節 士商合流與「類儒者」的商人	125
第二節 汪道昆的「儒賈」觀：新期望與新意象	128
第三節 耿定向心學理念下的「儒賈」	133
第四節 「儒賈」話語成為萬曆年間的流行語	138
第五節 商業知識與商業倫理的形成與擴散	147
第六節 競爭性的商人類別：廉賈與隱賈	149
第七節 儒賈認同的經濟學分析	154
第五章 「詩賈」：明代儒賈的一類具體意象	177
第一節 「詩賈」成詞於明代萬曆間	178
第二節 弘治以前徽商與名士交遊、收藏文章字畫的傳統	180

第三節	弘治至嘉靖間的徽州詩賈·····	182
第四節	嘉、萬之際汪道昆及徽州詩賈·····	190
第五節	萬曆後至崇禎間徽州詩賈的衰落·····	196
小 結	·····	199
第六章	關係網絡、節點競爭與認同擴散·····	201
第一節	人格化交易、關係網絡與遊道·····	201
第二節	節點的設置與競爭：明代的綱紀商人·····	213
第三節	儒商：一種社會經濟史的可能解釋·····	229
附錄一：	1473～1628 年「冊年」前後徽州賣田契 「稅收推割」項一覽表·····	233
附錄二：	明代徽州農田市場交易等價物變遷一覽表 ·····	239
附錄三：	耿定向《儒賈傳》·····	251
初衷與致謝	·····	253
圖表次		
表 2.1：	明代徽州土地買賣年均契紙數一覽表·····	48
表 2.2：	明代徽州賣田契中畝步換算表·····	57
圖 2.1：	明代徽州畝價、田價年租比的標準差係數 分佈圖·····	58
圖 2.2：	明代徽州畝價散點分佈圖及平滑曲線·····	61
圖 2.3：	明代徽州田價年租比散點分佈圖及平滑 曲線·····	61
圖 2.4：	1393～1461 年明代徽州農田市場的等價物 類型分佈圖·····	64
圖 4.1：	基於認同的兩人互動博弈·····	165
圖 6.1：	異地遠程貿易流程圖·····	206

第一章 引言：主題與方法

氣與志，天與人，有交勝之理。聖人在上而下民咨，氣壹之動志也；鳳凰儀，志壹之動氣也。

——張載

二十世紀九十年代，「儒商」成為了中國大陸的一個社會熱詞，屢現於報刊雜誌及口耳相傳中。迄今為止，「儒商」正發展成一個顯著的公共論域，甚至逐漸催生出一些獨特的文化現象。通過史海鉤沉與意義闡發，學術界也做出了不少研究成果，但是對於「儒商」話語及現象的溯源工作仍然做得不夠。

學術界普遍將「儒商」追溯至明代嘉靖萬曆間的「儒賈」一詞。很多學者認為，從外在的社會環境看，明代「儒賈」是在當時科舉名額少與人口增多的張力之下，讀書人「棄儒就賈」現象的產物；或者是由於傳統儒者的社會地位高，商人迫於政治、經濟、社會等壓力，不得不向儒家的價值觀靠攏，從而出現的「賈而好儒」現象。誠然，基於事後的實證分析，很自然地將「儒賈」看成「棄儒就賈」、「賈而好儒」這兩種「士商合流」現實的必然結果，從而構建出一些由外在需求與社會壓力所推動的社會經濟變遷的「合理」解釋。然而，如果進一步思考，我們又很難真正認定「士商合流」的潮流下就一定會有「儒賈」話語的出現與傳播。因為「士商合流」的現象，絕非明代嘉靖、萬曆間所僅有，至少宋代就已經有過此類現象；但是，「儒賈」話語為什麼只在嘉靖萬曆間突然出現並擴散？「儒賈」話語到底蘊涵了什麼樣的特殊期待和志向？而這些不是外在壓力所能完全解釋的。

從內部的思想脈絡看，余英時先生則提出儒釋道思想的「世俗化轉向」的理論構想，的確也可以用來印證和詮釋「士商合流」現象的出現。不過，由於注重一種整體性的、長期性的詮釋，仍然會忽視「儒賈」話語首創者的具體志向與特殊心態。「儒商」或「儒賈」並不是先天就存在的絕對理念，也不是學者對當時社會現象的事後理性提煉，而是一些具體的、變動的、複雜意願的表達。從詞語擴散的自然過程來看，它們首先是蘊藏個體志向與期待的單個語言事件，然後該事件所附著的意義與訊息在社會網絡中擴散、補充、滑轉、變異與實現，從而通過改變具有創造力的接受者的心態和習慣而產生巨大的社會動員力量，以之塑造當時某些特定地區的商業文化風氣，並最終沉澱為一種明清以來極具特色的商業文化現象。

因此，要真正描述好明代的「儒賈」現象，一方面需要對當時社會環境與社會思想的遷移有整體的把握，另一方面也要進入具體的個人思想空間中，探索新詞語的創作者的心志與期待，以及個人心志是如何逐漸影響到社會心態與社會行動上來。

為此，我特意在文章標題中引入了兩個古老的統攝性詞彙——「氣」與「志」——來提醒：兩個方面需要綜合在一起。如果說，「氣」暗示著某種推動環境遷移與變換的基本結構與動力，以及人們可能對這種基本結構與動力的理性詮釋，亦即「氣之理」；那麼，「志」就暗示著個體因應環境變化而展開的具體的情感重塑與意義建構的核心傾向，即將「志」視為「情理之樞」。周遭的自然、社會與人文環境的變化，雖然很可能會被某些學術精英表述為受到某些本質的、或者結構性力量的影響；但是，這種影響具體落實在每個在相互影響的個體身上，實際上卻會展開為特殊的、多樣的、具體的生命狀態。「氣」與「志」兩個方面有可能會是相互抵觸，但又絕不會是毫無關聯的。唯有實現二者的有機結合，我們才有可能得到關於人之存在的一種涵融性敘述。

「氣」與「志」無疑是中國傳統文化中的兩個核心術語。坦白地說，我引入它們並不是出於某種頑固的復古情懷，而是藉此暗示一種相對於現代理論來說對研究主題的不同處理方式——也就是試圖在歷史解釋時捕獲一種「入戲的讀者」的身份，以便同情地理解歷史文本，並與文本作者的創作精神形成某種程度的「諧振」。這樣的處理方式，很自然地被認為與現代學術所推崇的「價值中立」的約定大相逕庭，從而被人懷疑會破壞歷史

研究的所謂「公正客觀性」。尤其是在當下，中國的舊有意識形態於政治利用上趨於破產、價值相對主義甚囂塵上的時候，這種指責可能會變得更具威力。事實上，我既不想走入價值相對主義的死胡同，也不想讓自己的寶貴注意力陷入各種特殊的權力意志所構建的宏大敘事中；而是試圖讓理性的頭腦可以在現實與歷史的具體性中獲得治癒，在情感、理性交織而成的生活中獲得珍貴的「健全的存在感」，而這種「健全的存在感」正是我如此研究儒商歷史的根本目的。

第一節 核心問題的提出

對歷史學者而言，當下現實是不可能被真正隔絕的。歷史與現實都會在學者的心靈中形成精神性的溝通。這種溝通的一個成果，就是從歷史中發現當下現實，從當下現實中確認並敘述歷史。本書的主題就是由此方向展開。當下現實約束了我們理解歷史的語言、技術、觀念與情感。有關歷史儒商的研究，必須從當代「儒商」話語的湧現開始，通過對當下的深刻反省來驅散歷史認知的迷霧。

一、在當代「儒商」話語的大規模湧現

1992年，「儒商」迅速成為中國大陸的一個社會熱詞，大量出現於報刊雜誌及口耳相傳中。當時的一些語言文字研究者認為：「儒商」是當代人所造就的嶄新詞彙，作為「讚譽之詞」進行社會動員之用。例如，中國社會科學院語言文字應用研究所將「儒商」看作當年出現的新詞語選登出來，認為儒商就是「書生經商」，並引用《解放日報》1992年8月27日的話：

在一次座談會上，聽說了一個新名詞「儒商」——真是90年代的絕妙好詞！自古以來，文人出仕、歸隱、從戎，都有許多贊譽之詞。唯獨書生經商，被人不齒。今天，文化人的思想解放了。……文化人不再輕商，而是滲入商界並開始從商。同時，許多商人為提高經商的素質，為充實自己的精神，也以各種形式滲入文化界。時代造就了一個嶄新的漢語詞彙——儒商。〔註1〕

〔註1〕中國社會科學院語言文字應用研究所新詞新語新用法研究課題組，《1992年出現的漢語新詞語選登》《語言教學與研究》，1992年第4期，第52～53頁。

該文的「儒商」一詞〔註2〕，既不與人們對儒商傳統的歷史記憶相關聯，也不與儒家思想在中國大陸的隱秘復興相呼應。這個社會熱詞的流行，主要是由當時兩種強大的政治、經濟願望所促成：其一，1992年初鄧小平南巡講話後，中央政府大規模地鼓勵體制內的知識分子下海經商，宣傳部門及部分媒體人開始稱呼這些人為「儒商」。一個有趣的例子是，1993年9月，一部名為《儒商》的電視連續劇播出，所描述的「儒商」就是一群老、中、青三代科技工作者。該劇是由國家科委火炬辦、中央電視臺影視部、武漢電視藝術中心聯合攝製，其中國家科委火炬辦就是80年代末開展的「火炬計劃」的管理與推

〔註2〕 需要指出的是，「儒商」並不是一個90年代新出的詞彙。即使經過五四以來對儒家文化的大規模批判和否定之後，該詞仍一直零星地存留在近現代儒家學者、徽閩浙等地的文化人、徽商研究者的話語與記憶中，並根據個人與時代的要求附著上不同的意義。茲列舉幾例，使讀者知悉。1) 1941年，新儒家賀麟《儒家思想的新開展》一文寫道：「就生活修養而言，則新儒家思想目的在使每個中國人都具有典型的中國人氣味，都能代表一點純粹的中國文化。也就是希望每個人都有一點儒者氣象，儒者風度。不僅諸葛孔明有儒者氣象，須擴充為人人皆有儒者氣象。不僅軍人皆有『儒將』的風度，醫生皆有『儒醫』的風度，亦不僅須有儒者的政治家（昔時叫作『儒臣』），亦須有儒者的農人（昔時所謂耕讀傳家之『儒農』）。在此趨向於工業化的社會中，所最需要者尤為具有儒者氣象的『儒工』『儒商』，和有儒者風度之技術人員。若無多數重忠孝仁愛信義和平的道德修養之儒商儒工出以樹立工商的新人格模範，商者憑藉其經濟地位以剝奪人，工者憑藉其優越技能以欺凌人，傲慢人，則社會秩序將無法安定，而中國亦殊難走上健康的工業化途徑」（見賀麟，《文化與人生》，載《民國叢書》第二編，上海書店，1947年，第7頁；據商務印書館1996年版說明，原文刊登於1941年8月《思想與時代》第1期）；2) 1946年12月19日《申報》第9版，浙江寧波人陳如一在介紹中國駐教廷公使吳經熊博士的文字中寫道，「吳氏以一八九九生於浙江鄞縣，乃父葭窓公，係一儒商，為寧波商會之首任會長」；3) 1981年3月24日《人民日報》載李百臻《貨的故事》一文，講述作者推銷產品時被人索「貨」，而不知其意，「只好以『儒商』風度到圖書館去查《辭海》」，最後嚴詞拒絕向採購方行賄；4) 福建漳州歸僑陳布倫於1984年11月2日從曼谷的來信，也在使用「儒商」一詞：「由於出書難，老作家黃病佛洋洋六十萬字的巨著《錦繡泰國》一書，遲遲未能出版，直至他去世後十年，幸得儒商李建南捐鉅資六十萬銖，才將該書精印出版」（見陳布倫，《泰華文壇掠影》，《華文文學》，1985年第1期，第95頁）；5) 福建莆田學者鄭振滿描寫徽州歙縣溪南吳氏商人時，寫道：「明清的吳氏商人，具有儒商的特點。就其個人閱歷來說，一般『少治儒業』，『以儒兼商』，『蓋拙者力不足於賈，去而為儒，贏者才不足於儒，則反而歸賈』（見鄭振滿，《塋山、墓田與徽商宗族組織——〈歙西溪南吳氏先塋誌〉管窺》，《安徽史學》，1988年第1期，第11頁）。1992年以後，報刊雜誌中提及「儒商」的文字開始大量出現，有興趣的讀者可以自行檢索，茲不贅舉。

動機構。其二，中國東南沿海地區大規模地吸引東南亞的華商家族回國創業，這些認同明清至民國儒家傳統的家族投資人，也通常被時人譽為「儒商」。例如，1994 年暨南大學潘亞暉教授舉辦的第一次儒商大會，就是與東南亞華商的招商會合二為一的。

可以這麼說，新名詞的誕生，不僅包含了對既有事實的敘述，還潛藏著對未來的某種心意與期待；正由於心意與期待的主動性與創造力，現實才可能被想像與改變，社會風氣才有可能被進一步塑造或轉化。「儒商」話語在 1992 年以後得以大規模出現，起初主要是作為一種社會動員的輿論，通過贊譽的力量，塑造「讀書人下海」與「華人回國投資」的社會預期，吸引國內知識人和海外華商投入中國大陸的經濟活動中。「儒商」一詞也不單單是在描述「文化人經商」或「文化型商人」這些後來日漸被自我強化或自我實現的社會認知，更是在想像並推動該潮流的大規模湧現。在這個意義上，「儒商」現象首先是一種具有創造轉化潛力的個體語言現象，隨後經過「社會」選擇的過程，成為被集體建構的社會文化現象。

對於強調儒家「正名」傳統或受過經驗實證訓練的當代學者來說，早期的儒商研究像是一處化外之地、一種口耳之學，並沒有積累豐富的經驗事實和建立紮實的學理體系，因此在學術作品中只得到較少的關注與認可。然而，隨著哲學家、歷史學家、管理學家、經濟學家、企業家、媒體人、政府官員、社會活動家等不同群體持續地加入討論，通過史海鉤沉、闡發意義、積累案例甚至制度設計，一方面恢復了對儒商傳統的歷史記憶，一方面重新注入具有時代性的哲學精神，「儒商」作為一個公共論域正在形成，新的合理性敘述日漸獲得聲譽和影響，人們也在人倫日用中已不自覺地使用這個詞。這個詞語也彰顯了一種複雜心理意識正在改變人們的心態，然後逐漸影響著人們的行動與選擇，終會成為促使社會改變的一股重要力量。

二、儒商研究的現狀簡述

如果說，「儒商」話語的大規模出現是自發湧現的社會現象；那麼關於儒商的知識與意義，則是學術界有意供給的精神產品。這些精神產品大多以專業學術的面貌呈現，並沒有在世俗社會中獲得巨大影響力，因此有必要簡單地瞭解一番。

在近代以來國內外知識精英對儒家思想的激烈解構之後，隨著上世紀

七、八十年代以來「工業東亞」與「儒教文化圈」在觀念上的緊密關聯，毫無疑問，大陸「儒商」話語的可被接受性在一定程度上重新得到了增強。八十年代初，儒家學者杜維明先生在新加坡開展儒家倫理與企業家精神的研究，為後來的「儒商」論說提供了重要的精神資源〔註3〕。同樣，明清徽商研究也為「儒商」論域提供了寶貴的歷史視野。例如，1984年，徽州研究者張海鵬、唐力行雖然沒有在詞彙上使用「儒商」或「儒賈」，但是卻提出了「賈而好儒」是明清徽商特色的觀點。不過，當時在「資本主義萌芽」理論範式的籠罩之下，好儒的徽商主要作為一種被批判或者被惋惜的對象，並沒有得到較正面的評價〔註4〕。80年代中後期，歷史學家余英時先生發表「新儒家、禪宗、新道教的入世轉向」與「士商合流」等系列論說，作為一種新的指引性構想，替代「資本主義萌芽」構想下儒家思想阻礙商業發展的全盤批判的理路；同時他對韋伯命題的反思性引入，使學界得以進一步反省唯物史觀，重新認識意識形態與經濟之間的複雜關聯〔註5〕。余英時雖然同樣沒有注意到「儒商」一詞，但是他的新構想對90年代「儒商」話語的大規模復興具有破除歷史偏見的關鍵作用。1995年谷迎春將儒商現象視為中國自改革開放以來出現的第三次「商潮」，即90年代知識分子成批下海經商所形成的士商合流〔註6〕。不過，這種實證主義的觀點，並未闡明「儒商」話語起初是作為社會動員力量而出現，隨後該話語實現了其自身，成為當時某些大陸商人的自我認同或者自我標榜，而最終呈現為一種獨特的文化形態。美國學者 Richard John Lufrano 同樣質疑了西方社會科學家和歷史學家關於儒家思想阻礙著中國向資本主義發展的觀點，認為儒家的「個人修身」可以合理地嵌入中國傳統的商業環境中〔註7〕。香港中文大學教授張德勝、金耀基則利用社會學方法，訪談了40餘位中國大陸、港臺、新加坡、馬來西亞的企業家，指出「受訪儒商雖然人數很少，但其重要性不應因此而受到忽視，因為他們的存在，顯示出儒

〔註3〕 請參閱 TU Weiming: *Confucian Ethics Today*, Singapore: Federal Press, 1984.

〔註4〕 張海鵬、唐力行，《論徽商「賈而好儒」的特色》，《中國史研究》1984年第4期，第57~70，80頁。

〔註5〕 請參閱余英時，《中國近世宗教倫理與商人精神》，聯經出版事業公司，1987年。

〔註6〕 谷迎春，《「儒商現象」析》，《社會學研究》，1995年第7期，第13~18頁。

〔註7〕 請參閱 Richard John Lufrano. *Honorable Merchants: Commerce and Self-Cultivation in Late Imperial China*, Honolulu: University of Hawaii, 1997.

商不光是概念及歷史現象，而是現實社會裏面活生生的人。他們人數稀少，不是因為與時代脫節，而是他們所懷抱的價值，沒有像傳統時代那樣得到制度上的支持」，而隨著東亞地區的日漸現代化，被重新肯定的儒家思想可以制約高度現代化社會中工具理性泛濫的問題〔註8〕。

由於90年代以後儒商思潮高漲，各種「儒商」的用法參差不齊，如潘亞暉所說的文商〔註9〕，前引媒體所謂的知識人經商（即士商）等等，對儒商概念的正名、溯源的需求日益突出。2000年，儒家學者成中英指出，儒家與儒學的使命，是防止人類經濟全球化的逆向發展和促進其正向發展，作為參與全球化經濟發展的儒家文化的代表者，無論是第一義的儒商（指不僅在經濟事務上，也在社會與文化事務上履行儒家倫理，發揮儒家精神的商人或企業管理人，他們是慈善家、社會文化事業的支持者與資助人），還是第二義的儒商（指僅在經濟事務上履行儒家經濟倫理），都將在21世紀發揮巨大的經濟推動、社會演進與文化融合的作用〔註10〕。2004年，中國人民大學葛榮晉教授考證了「儒商」是一個歷史範疇，指出明代已出現「儒賈」、「士賈」的提法，並認為儒商有三類定義，一種是文化型商人，一種是道德型的商人，還有一種是文化與道德相結合的商人，而現代儒商要超越儒家君子人格論中的片面道德型人格，就要吸取儒家「智仁勇」三達德為一體的人格模式〔註11〕。浙江大學周生春教授及其博士生楊纓開展了「儒商」或「儒賈」在歷史上相連成詞的考證，認為自「嘉靖、萬曆起，隨著工商業的迅速發展和大批讀書人棄儒就商，商賈而非士人成為社會的明星，人們對儒而賈行者批評增多，對商賈中之儒者的讚揚開始出現，且日漸流行；儒行的體現者儒商、儒賈越來越多的被用作褒義詞，漸成以褒義為主的詞語；這一現象表明，在社會迅速商業化和道德日益淪喪的同時，人們開始呼喚和強調士人，尤其是商賈的道德和商業倫理，以重建以儒家價值觀為基礎的道德規範、商業倫理和商業精神，促進商業和社會的良性

〔註8〕 張德勝、金耀基，《儒商研究：儒家倫理與現代社會探微》，《社會學研究》，1999年第3期，第37～47頁。

〔註9〕 請參閱潘亞暉，《儒商大趨勢》，暨南大學出版社，1995年。

〔註10〕 成中英，《創造二十一世紀的人類命運：全球化經濟發展與儒學及儒商的定位》，《孔子研究》，2000年第2期，第4～10頁。

〔註11〕 葛榮晉，《儒學與儒商》，《河北大學學報（哲學社會科學版）》，2004年第5期，第10～15頁。

發展」〔註 12〕。華中師範大學的馬敏教授研究了張蹇、經元善為代表的近代儒商的商業倫理觀，及其對當今道德文化重建的意義〔註 13〕。其它的學術研究、論壇與討論會的文字還有很多，茲不贅舉。

三、問題的提出：「儒賈」話語如何在明代湧現的？

正如前面所言，徽商研究是儒商論域的寶貴歷史視域。因此，早期儒商的研究就不可迴避明代徽州商人研究。在明代的社會經濟變遷中，徽州商人迅速崛起，成為與山陝商人並執商界牛耳的地域性商人群體之一。學者將徽商的成功崛起歸因於多種決定性的力量。例如，葉顯恩認為：徽商「善於把經濟資本與人力資本（指賈而好儒的文化素質、豐富的營商經驗）、社會資本（指廣闊的商業網絡、與官府的深相結托）結合起來」，以及「尤其善於抓住明中葉海洋貿易帶來的機遇，全面參與，並海陸相結合地建立起商業網絡，快速地非常規地創造與增值其資本，而與做西北邊境生意起家的內陸性商人晉商相對壘，共占商界鰲頭」〔註 14〕。「賈而好儒」被學界視為明清徽州商人的重要文化素質，甚至還有人爭論這是不是徽州商人所獨有的特徵。一方聲稱，賈而好儒是徽州商人的獨有特徵。例如，張海鵬、唐力行就認為，徽州商人「賈而好儒」是徽州地區「儒風獨茂」的歷史文化環境以及商人兼地主的階級利益驅動而形成的〔註 15〕。「封建化」是這種意見的核心概念：商業資本在所謂的「封建社會」中找不到出路，只有進行奢侈消費、購置土地、加強宗族力量、攀附政治勢力和官商勾結，直到商人被納入到封建體制（自然經濟、小農經濟為特徵）而被「封建化」，這個過程也就是所謂的「儒商」的形成過程。然而，撇開意識形態上的爭論，引入時間線索用歷史事實進行檢驗，這種論點就會遇到挑戰。例如，徽州商人「賈而好儒」的社會印象主要形成於嘉靖萬曆之間，這段時間恰恰是明代商業發展迅速、融資活躍的時期，

〔註 12〕周生春、楊纓，《歷史上的儒商與儒商精神》，《中國經濟史研究》，2010 年第 4 期，第 152～158 頁。

〔註 13〕Ma Min. The Confucian Merchant Tradition in the Late Qing and the Early Republic and Its Contemporary Significance [J]. *Social Science in China*, 2013: 165～183.

〔註 14〕葉顯恩，《總序》第 9 頁，載王廷元、王世華，《徽商》，合肥：安徽人民出版社，2005 年。

〔註 15〕張海鵬、唐力行，《論徽商「賈而好儒」的特色》，《中國史研究》，1984 年第 4 期，第 57～70，80 頁。

很難將其說成因為商業資本找不到出路而不得被「儒」化；同時，這也是徽州田價低迷、徽人不重田土的時期〔註 16〕，因此也很難認為這是商人資本回歸農業，不得不與代表「農業社會」、「自然經濟」的主流儒家價值妥協的結果。事實恰恰相反，正是借助這批儒商的言傳身教與資源投入，才使得歙縣、休寧二縣出現了濃厚「儒風」的文化環境。

另一方則試圖挑戰「獨有說」。例如，張明富認為，「賈而好儒」並非徽商特色，江浙、山西、廣東商人也有此特徵，並認為崇儒是主流社會價值觀，「張賈」獲利後「張儒」是其性格合乎邏輯的發展；商人未能掙脫農業經濟的羈絆的經濟環境而趨同，自然經濟規定了明清商人好儒的方向，以及馬斯洛的需求層次決定了商人「賈而好儒」的需求〔註 17〕。當然，這種意見遭到了徽州學者的激烈批評。王世華稱，強調明清徽商「賈而好儒」已取得當時人的共識，有其特殊的地域性原因，需求層次理論這種具有普遍性的理論不能解釋明代徽州商人「賈而好儒」現象的特殊性〔註 18〕。

在我看來，這些將「賈而好儒」視為徽商的一種普遍的、內在的定性描述，在那些堅信傳統社會是靜止的、流動緩慢的人當中或許可能找到一些接受者。實際上，明代中後期的社會是一個變動劇烈、躁動不安的多元社會，這一點大多數歷史學家是不會質疑的。因此，要使人相信「賈而好儒」本來就是明代徽商的文化特質，而且該特質會一直局限在該區域的商人群體內部，無疑是吃力不討好的。

因此，我們需要放棄一些定性的、本質主義的思維，避免陷入結構凝固的簡單敘述中，從而不自覺地將時間簡化為一種與其它因素無關的或聯繫微弱的外在變量；而應將時間視為事物的持續展開的多元化過程（也就是《大學》「本末觀」所啓示的演化時間觀）。某些徽商的「賈而好儒」，可以是商人與其它群體不斷創新、選擇和修正後的一種認同結果，但絕不是唯一的結果，同時它也不會局限在一種特殊群體內部。即便在明代徽商的

〔註 16〕 參見劉和惠、汪慶元，《徽州土地關係》，安徽人民出版社，2005 年，第 201～202 頁；周生春、明旭，《明代徽州田價發覆》，《浙江大學學報（人文社會科學版）》，2011 年第 3 期，第 70～80 頁。

〔註 17〕 張明富，《「賈而好儒」並非徽商特色——以明清江浙、山西、廣東商人為中心的考察》，《中國社會經濟史研究》，2002 年第 4 期，第 10～18 頁。

〔註 18〕 王世華，《也談「賈而好儒」是徽商的特色》，《安徽史學》，2004 年第 1 期，第 96～102 頁。

內部，所謂「賈而好儒」的問題仍然異常複雜，不僅僅涉及官府與商人、商人與宗族、商人與文人的多重動態關係，還涉及市場發育、社會轉型與文化創新等問題，過分的理論抽象與簡化有可能使我們喪失對歷史複雜性的把握。

當前的明清儒商研究，主要存在兩個問題。首先，過份重視靜態的宏觀敘事、忽視創作者的個人志意。因此，人們對明代「儒賈」的形成，就停留在商人尤其是徽商的「棄儒就賈」以及「賈而好儒」的社會風氣變化上。明代「儒賈」作為新生詞語的意義，往往被消解在思想史或經濟史的整體宏觀敘述之中，忽視了該詞語創作者、使用者對歷史情景的判斷以及由之生發出來的情感、志向與心意。更進一步，由於儒商的詞語史研究的不足，人們又易於臣服於一些簡單化的質疑：「儒商」只是浪漫的、想像的歷史虛構，一種對商人的贊譽之詞，並不是歷史事實。對於早期的儒商而言，商人言行的細節大多出自儒家學者的手筆，這種責難似乎更難以逃避，因此該詞語的可被接受性也一直面臨著巨大挑戰。事實上，這類責難暗含著一個經驗主義式的前提預設，即「儒商」是對某種社會「事實」的描述性概念，而忘記了它在初期是主要作為一種具有精神指引性、並能夠自我實現的「文化意象」而存在的。我們不能因為一些虛假的「儒商」行為而否認「儒商」現象的真實存在。

中國傳統儒家學者積極參與風化社會的行動，所創設的文化意象也通常蘊含著強烈的「經世濟民」的色彩，不是現代職業學者超越世局之外的、「科學的」事後分析。現代職業學者的這種理性化工作，黑格爾有一個形象化的比喻，就是「密納發之鷹」〔註 19〕。即指羅馬神話中司職工藝、智慧與戰爭的女神密納發的鷹，它要等到黃昏到才會起飛，比喻思想只有在現實結束其形成過程並完成其自身後才會出現。如果相信思想一定滯後於經驗現實，就會帶來了知行分離的問題。然而這有悖於傳統儒家的入世參與和「知即行」的精神。忽略傳統「知行合一」與現代「知行分離」的差異，我們就不足以同情地理解儒家學者的志向與經驗現實之間「相為有功」的「交勝之理」。在儒家思想中，觀念意志與經驗現實，經常出現相互利用、互為動力的複雜關係；並不是人的思想、志向被現實經驗所決定或者它們完全脫離於經驗現實而虛無化。正如張載所體證的：

〔註 19〕黑格爾著，范揚、張企泰譯，《法哲學原理》，北京：商務印書館 1979 年，序言第 14 頁。