



山西历史文化丛书 (第五辑)

总主编/李玉明

# 儒贾融汇话常家

张玑德

张晓萍

张晓刚

/ 著

新近开发出的常氏庄园向世人展示了榆次车辋常家曾经有过的豪华与气派。而这本小书揭示的是常家儒贾融汇，既是外贸世家，又是文化世家的内涵与神韵。



山西人民出版社

责编:王灵善 张建英  
复审:田红  
终审:张安塞

山西历史文化丛书(第五辑)

图书在版编目(CIP)数据

儒贾融汇话常家/张巩德,张晓萍,张晓刚著. —太原:山西人民出版社,2001.12  
(山西历史文化丛书.第5辑/李玉明主编)  
ISBN 7-203-04453-X

I. 儒… II. ①张…②张…③张… III. 商业史  
—山西省—明清时代—史料 IV. F729.48  
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 094102 号

7 元好问

8 元代书籍经

9 明清思想家傅山

10 儒贾融汇话常家

山西历史文化丛书 第5辑

儒贾融汇话常家

张巩德 张晓萍 张晓刚 著

\*

山西人民出版社出版发行

030012 太原市建设南路15号 0351-4922102

<http://www.sxep.com.cn> E-mail: [sxep@sx.cei.gov.cn](mailto:sxep@sx.cei.gov.cn)

新华书店经销 太原市新华胶印厂印刷

\*

开本:850×1168 1/32 印张:15 字数:300千字

2001年12月第1版 2001年12月太原第1次印刷

印数:1-3000册

\*

ISBN 7-203-04453-X

K·241 定价:30.00元

## 《山西历史文化丛书》编委会

顾问：王 谦 李立功 王庭栋 马 烽

姚奠中 侯伍杰

主任委员：赵雨亭

副主任委员：李玉明

委员：(按姓氏笔画为序)

|     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|
| 马玉山 | 马志超 | 王志超 | 王宝库 |
| 王灵善 | 牛崇辉 | 申维辰 | 白 云 |
| 任茂棠 | 刘 江 | 刘 巩 | 刘在文 |
| 刘纬毅 | 刘贯文 | 成葆德 | 齐荣晋 |
| 李元庆 | 陈扬炯 | 陈墨章 | 张 领 |
| 张国祥 | 张捷夫 | 罗广德 | 赵劲夫 |
| 赵瑞民 | 赵曙光 | 郭维明 | 高专诚 |
| 高培湖 | 陶正刚 | 柴泽俊 | 阎广洪 |
| 梁豫秦 | 谢洪涛 | 楚 刃 | 雷忠勤 |

## 山西历史文化丛书(第五辑)

- 1 叔虞封唐  
三家分晋
- 2 卜子夏与三晋儒学
- 3 赵武灵王与胡服骑射
- 4 唐代名相狄仁杰
- 5 宰相世家:河东裴氏
- 6 汾阳王郭子仪
- 7 元好问
- 8 元代名儒郝经
- 9 明清启蒙思想家傅山
- 10 儒贾融汇话常家

# 目 录

|                    |      |
|--------------------|------|
| 一、一条“捎马”创业起家 ..... | (2)  |
| 二、恰克图发迹 .....      | (4)  |
| 三、商路遍希国内外 .....    | (7)  |
| 四、投资金融事业 .....     | (10) |
| 五、创办近代新式工业 .....   | (16) |
| 六、兴学育人 儒贾融汇 .....  | (17) |
| 七、文化世家 .....       | (21) |
| 八、常家的几位文化名人 .....  | (23) |
| 常麟书 .....          | (23) |
| 常赞春 .....          | (27) |
| 常旭春 .....          | (30) |
| 常  风 .....         | (31) |
| 常乃德 .....          | (34) |
| 九、常宅风貌 .....       | (37) |

主 编 任茂棠  
副主编 孙丽萍

## 引子

晋商文化，源远流长。翻开厚厚的历史卷宗，你会惊奇地发现，山西商人的对外贸易可以追溯到明清时期。当时山西曾是全国的“富甲之地”，晋商位居全国十大商帮之首。明清两代的数百年间，晋商贸易远达日本、俄国以及南洋诸国，中俄两国间的恰克图贸易，由山西商人垄断达两个世纪之久。经济史学家们常常把山西商人与威尼斯商人相提并论。而榆次车辋常家，便是当时富甲一方的晋商大富豪人家之一。

提起榆次车辋常家，在我们上一辈人的心目中是满怀崇敬之情的。这不仅是因为这个家族在从清朝初期到民国初年的二百多年中，不畏艰难，开创市场，由一个小布摊发展成为一个集绸缎庄、茶庄、布店、百货店、当铺、钱庄票号等多种经营为一体的商贸财东，商号遍及全国各地乃至俄国、朝鲜、日本等国家，成为全国闻名的、兼营中外贸易的商业世家；更是因为这个家族在历代经商过程中注重对子弟的文化投资，不仅走出了一条道德与经济合一的良性发展道路，而且还逐渐发展成为山西的一个文化世家。常家以儒、商互相融汇而显示出独特的魅力，其商业活动无不渗透着儒家文化的根底和精神内涵。常家在鼎盛的晋商史上写下了极为辉煌灿烂的一笔。

## 一、一条“捎马”创业起家

谈到常家的经商史，他家祠堂中供奉的“捎马”（也叫“褡裢”，是一种两头有袋的行包）不能不提。据史料记载，常家祠堂曾将这条“捎马”供奉了百余年，这捎马的主人便是常氏八世祖常威。

常威生于清朝康熙初年，原籍太谷县惠安村。始祖常仲林于明朝弘治年间迁徙到榆次车辋村，世世代代以务农为生，生活不很富裕。在当时的山西，小孩子读几年书便去学生意是很正常的事。常威幼年时，虽然聪明好学，“四书五经”读了不少，成绩也很优秀，但他既不为仕途所动，又不甘心过一辈子从土中刨食的生活，便决心到外面去闯一闯。于是，常威就用一条捎马装了些白银，带上前辈放羊时用过的鞭子，作为自己的激励之物，步行千余里去往塞外，走上了寻求致富之道的漫漫长路。一路上，他省吃俭用，以给人打卦算命为生，不动用捎马中的一分银两。就这样风尘仆仆地徒步走到了河北张家口。常家之所以能从零开始，逐渐发展壮大，正是因为有常威这样吃苦耐劳、不畏艰辛、敢冒风险的奠基人。

由于带的银两少，不能做大买卖，常威在动脑筋摸清行情后，凭小本钱购进了一些棉布，做起了行商。走街窜巷，沿街叫卖，不论天阴下雨、下雪，都天天如此。这样经过两三年的艰辛拼搏，渐渐积累了一笔资金，在张家口开了一个小布店，常家算是有了正式经商的人。常氏布铺

专门经销榆次大布。榆次大布幅宽、线紧、耐磨，在北方市场颇有名气。张家口是关内外货物的集散中心，常氏布铺经营有特色，所以在商铺林立的张家口生意也很兴旺。更为重要的是常威遵循儒家道德，恪守诚信，视信义为生命，使这个小小常氏布铺很快就名声大震。

张家口的经济地理位置十分重要。蒙古民族的毛皮、马匹通过这里销往内地，而内地的布匹绸缎和各种杂货也要通过这里运往蒙古牧区和俄国。常威利用这样的地理优势，扩大了商品经营范围，开设了常家第一个商号“大德玉”，除经营布匹外，还兼营杂货、茶叶。常威在大德玉商号中采取了以货易货的方法，以茶叶、布匹、绸缎等从蒙古等地换取马匹、毛皮货。因为这是一种两头挣钱的生意，所以买卖很兴隆。从此，常家商业逐渐扩大，在张家口站住了脚，而且有了一定的地位，积累了较丰富的经营经验。

随后，常威又以“大德玉”的字号创办了一个专营茶叶的商号，并在湖北和蒙古都设有分号，专门从江南进茶叶，运往蒙古销售。茶叶是蒙古牧民的生活必需品，蒙古人崇尚信义，常威以诚为信，不瞒不欺地经营优质茶叶，很快就在蒙古人中建立起了较高的威望。常威和他的伙计们搞的是长途贩运，北至俄国边境，南至大江两岸，到处留下了他们的足迹。辛勤的汗水换来了收获，常威的生意逐渐发展壮大。这时的常威仍然是自兼掌柜，所有事务都是一手经营，而且生活也很简朴，过着夏无布帽、冬无长衣、食无兼味的生活。他将经商挣来的银子不断用于商业的扩大经营，到雍正初年，常威便成了晋商中的大户了。常家

后人对常威艰苦创业的精神十分敬重，尊其为“发迹祖”。常威这种肯吃苦的精神，勇于争占市场的气概，也很值得我们学习。常威在自己苦心经营商业的同时，他还精心培养他的孩子们，让他们成为商业能手。

常家在经商的过程中走出了一条独特的路。常威在雍正年间，便将大儿子常万圮带在身边，让他学习经商。在商海波涛中，常万圮耳濡目染，很快成为精通商务的行家里手。次子常万旺，对商业不感兴趣，一心只想作务农桑，常威对其也不勉强，在张家口郊外买了一些土地，让常万旺用雇工的办法专门务农。三子常万达，康熙五十六年（1718）年出生，从小聪明好学，一直留在老家私塾中学习，经历了十年寒窗之苦，考取进士很有希望。常威回乡后，经过了解，发现常万达的品德与学业皆非庸俗之辈，处处高人一着，如果搞商业同样一定会有所成，就执意让常万达弃儒而继承父志，走“学而优则贾”的道路。结果，常万达和常万圮一样，均不负父望，弟兄二人很快都成了晋商中的佼佼者。

## 二、恰克图发迹

雍正五年（1727年），俄国派使臣来华，中俄两国政府签订了《中俄恰克图条约》，条约确定中俄两国以恰克图为通商之地。恰克图（今蒙古人民共和国阿尔丹布克）地处当时中俄边界的色楞格河与鄂尔浑河交汇处，是当时中俄间的一条交通孔道。《恰克图条约》的签订，使这个边疆小

村很快繁荣起来，成了有名的边贸市场。《恰克图条约》的签订，也给常家带来了福音，商业经验丰富的常威近水楼台，捷足先登，带领常万圻、常万达参与了恰克图市场的创建。以此为契机，常家商业步入了旺盛时期。

恰克图城从雍正五年（1727年）条约签订后开始修建，逐步成为贸易兴盛之地。到了乾隆年间，常威已年迈回到老家，常家的商业也传到了常万圻、常万达的手中。随着恰克图贸易的繁荣，常家的商业也开始发达起来。当时，出口商品主要是茶叶和绸缎。我国北方冬季寒冷异常，需用大量皮货御寒，俄商就将西伯利亚皮货大量输入我国。俄国上流人物，以穿丝绸、喝茶为荣，甚至“宁可一日无食，不可一日无茶”。常氏兄弟以敏锐的经商眼光，立即抓住这一商机，便以茶叶为开路先锋，大力开拓中俄贸易。特别是常万达，依其聪慧的才智和惊人的毅力，艰苦创业，在对俄贸易中取得了极大的成就。为了开辟茶源，他还派人到福建武夷山，先鼓励和指导当地的山民种茶，再兴办制茶作坊进行茶叶加工。

在茶叶贸易中，最困难的是运输问题。当时最主要的一条茶叶之路，是从福建的崇安、分水关将茶运到江西铅山，再从铅山装船，沿信江西下，到鄱阳湖，然后从鄱阳湖出九江口，进入长江，再经武昌转道汉水，从湖北樊城（今襄樊）上岸，改船运为驼队。驮运的路线是：从湖北转河南，然后从河南转入山西泽州，再经山西的潞安、平遥、祁县、太谷、忻县、大同，入张家口。从张家口转库伦（现蒙古人民共和国首都乌兰巴托），直到恰克图。这条茶

叶之路全程近万里，每次运输时间需要三个月。运输过程中，既需要人力，也需要畜力，还须用帆船；既有漫长的水路，也有曲折的山路，还要经过沙漠。可以想象，每次运输需付出多大的艰辛和毅力！而有坚强事业心的常万达就是这样坚持拼搏数十年，不仅和其他商人们共同开创和保持了一条国际茶叶的商路，而且还促进了武夷山地区的经济发展；不仅繁荣了恰克图的中俄贸易，而且使常家从中获取了丰厚的利润，商业更加兴旺发达。

在恰克图的中俄贸易中，中国一直处于出超地位。因为俄国货的进口量不能抵偿中国货出口量的价值，只好用大批现银来支付中国货款。因此，中国商人们就获得高额的利润。以嘉庆二十四年（1819年）为例，中国向俄国输出茶叶高达500万磅，茶商们的收入大致在500至600万卢布之间，约合白银200多万两。在山西商人中，业务量最大的是常家，所以获利最大的自然也是常家。当时常家为了把大量的白银安全运回山西，就将零碎的白银熔铸成巨块，每块重达千斤，然后再用特制的多轮车运回山西老家。显然，常家是从恰克图的对外贸易中发迹的。常万达是常家，也是晋商中开创对俄贸易取得最大成功、获得最大利润的代表人物。常万达、常万玘兄弟先后逝世，他们的子孙们除在全国范围内进行国内贸易外，恰克图的对外贸易一直是常家的主营业务。尤其到了清末，常家在恰克图中俄贸易中已处于举足轻重的地位，堪称清末山西省的外贸世家。

### 三、商号遍布国内外

常家从八世祖常威一条“捎马”创业，经九世祖常万玘和常万达、十世祖常环海、十一世祖常秉公、十二世祖常麒麟、十三世祖常维春以及常立训和常立仁，到十四世祖常旭春任保晋公司第四任总经理，历康熙、雍正、乾隆、嘉庆、道光、咸丰、同治、光绪、宣统九朝，直到民国年间，沿袭了两百多年。在这两百多年中，常家共设立过商号、账局、票号等字号数十处。从这些商号分布的地区看，可以说是遍布国内外。

从第九世的常万达、常万玘起，常家的商号分为两大系。常万达一系所开的商号，主要以“玉”字为号，计有“大德玉”、“保和玉”、“大升玉”、“大泉玉”、“大美玉”、“大昌玉”、“大涌玉”、“大珍玉”、“大顺玉”、“独慎玉”等，后有“十大玉”之说；常万玘一系所开的商号，主要以“德”字为号，计有“大德川”、“大德昌”、“大德兴”、“大德宏”、“三德玉”、“慎德玉”等，后来就有“十大德”之说。除此之外，还有不用“玉”、“德”两字的商号，如“成吉厚”、“三和源”、“瑞隆裕”、“笃信成”等等。常家商号数目众多，这是常家兴旺发达的主要标志，也进一步说明常家商业在全省、全国所占的重要地位。

《常氏家乘》中说：“吾常氏起家于商，凡高、曾之所经划，子孙之所衣食，皆在张垣（张家口），他如辽、沈、京、津，暨吴之苏淞，荆之汉河，列肆而平均者数十所。”

这段话既说明常家商号数目之多，更说明常家商号散布地区之广。最早起家于张家口，首先扩展到恰克图（今蒙人民共和国阿尔丹布克）、库伦（今蒙古人民共和国首都乌兰巴托）、归化（今内蒙呼和浩特），然后向北向东辐射，致使东北的奉天（沈阳）、锦州、营口、安东均有了常家的商号，就连俄国的莫斯科也有了常家的商号，与朝鲜、日本也常有贸易往来；从蒙古向南，北京、宣化、天津、亳州、徐州、开封、济南、邢台，即各省的主要城市也都成了常家商号的所在地。不仅如此，常家的商业还发展到长江流域，上海、苏州、南京以及长江上游的汉口等城市的大街上均可以见到挂着常家招牌的商号。至于山西本省，榆次、太谷以及北路的繁峙、丰镇、大同等地的常家商号，不仅开业时间早，而且维持的时间更长。总之，在长江南北的中国广大地区及俄国和蒙古，常家的商号已经形成了一张笼罩国内外的商业网。

人们不禁会问：常家商业长期兴旺不衰，到底是因为什么？常家在经营方面到底有什么妙诀？归纳起来，有以下几个方面：

首先，勤俭办店，力戒奢华。从常威的一条“捎马”创业起，常家长期坚持着吃苦耐劳、勤俭办店的作风。在对俄贸易中取得很大成绩的常万达，为了教育后代，把他父亲常威在张家口创业时的那条粗布“捎马”供在祠堂里，让子孙们世代代铭记“成由勤俭败由奢”的道理。他有句名言，叫做“视有若无，视盈若虚”，教育后代不能满足现状，任何时候都要力戒奢华，积极进取。正如《常氏家

乘》中所记述的：常氏祖先“居艰辛，弗避暑，数十年如一日，居恒薄于自奉，无事不戒其奢华……由是生意日隆，出入倍常，事业之隆肇基于此。”

第二，讲究商业信用，诚实不欺。首先，常家商号一贯讲究货物质量，绝不以次充好。即使因不慎出现货物质量问题，一经发现便主动退换。另外，对于交货日期以及其他向顾额承诺的事项，都坚决予以保证。例如，常家从福建制茶、运茶，再销往恰克图和俄国，为保证茶叶的质量和交货日期，在制作中，在水、陆的长途运输中，都需要付出大量的资金和极大的艰辛。即使如此，常家也从未马虎从事，从而在对俄贸易中赢得了极高的信誉。又如，瑞隆裕商号在山西境内经销农业用品，为了保证麻绳这一货物的质量，他们要到和顺县去选购质地优良的“青条麻”，到临县采购“上白麻”，在制作工艺上又十分讲究，因而所产出的麻绳不仅柔软，而且坚固耐用。因此，当时榆次流传着一句农谚：想买好井绳，要去瑞隆裕。

第三，多处扎庄，互通信息。遍布国内外的商号，并不都是出售货物，有的只是为其他地区的商号通报信息和组织货源；有的是在出售货物的同时，也与其他商号互通信息，互相代为组织货源。这样一来，一地的商号就成了常家各地商号的基地，把常家国内外的商号联成一个整体，对常家的商业兴旺发达起了重要的作用。

第四，一业为主，多业经营。常家以经营茶叶、布匹、绸缎起家，后来也一直以经营这几种商品为主，同时不断扩大经营范围，经营的种类日渐繁多。这就极大地增强了

对市场的适应性，促进了常家商业的发展。

第五，采购、制作加工和销售一体化。常家所经营的商品，大多是自产、自购、自运、自销。从福建制茶，然后再经过水、陆的长途运输，再销往蒙古、俄国等地，是常家商业这一特点的典型。再如瑞隆裕商号所销售的许多商品，大部分也都是如此。该商号除了具备运输的车辆外，还成立各种作坊，聘任有经验的师傅进行加工制作，就是因这种原因，使瑞隆裕的商业得以长期兴旺发达。

第六，结交政界，疏通渠道。常家从常万达起就重视结交政界和地方上层人士，而且其后代的子孙们取得秀才、举人甚至进士功名的人很多，这就更容易与地方官吏交往。从《常氏家乘》可以看到：常万达以及后世的常怀珪、常怀珩、常怀玠等人的 70 或 80 岁寿序，都是知府、道员、翰林们撰文；他们逝世后为其写哀文的，又都是府尹、侍郎、学政等。可见常家和当时政界的关系是相当密切的。这样，常家的商业不仅容易获得政府内部信息，而且可以在各个方面得到政府的支持，账局、票号还能获得政府及大小官吏的大量公私存款，为常家的商业创造了比较宽松的外部环境。

#### 四、投资金融事业

票号，产生于道光初年，是当时中国的一种金融机构，经营业务先是汇兑，后又增加存款和放款。从清末到民国初年，全国各地先后开办票号 51 家，山西人创办的票号就

有 43 家，占到全国票号的 84%。山西票号在中国历史上产生过极为重要的作用，给山西人创造了 2 亿多白银的收入。作为晋商大户的常家，于光绪年间也办创了两家票号。一家是常万达的后代创办的“大德玉”，另一家是常万圻的后代创办的“大德川”。

大德玉票号创建于 1885 年（光绪十一年），是由茶庄改办的。财东是常立训，总号设在太谷，属于山西票号中的太谷帮。

常立训开办大德玉票号，投资 30 万两白银，与全国最早创立也是最有名的日升昌票号的投资一样多。应该说资金是非常雄厚的。大德玉票号开创不久，很快就在北京、天津、沈阳、锦州、营口、归化（今内蒙古呼和浩特）、库伦（今蒙古人民共和国乌兰巴托）、恰克图（今蒙古人民共和国阿尔丹布克）、张家口、上海、苏州、南京、汉口等地开设分号。由于大德玉票号与其他一些票号相比开办较晚，所以吸收了其他票号的经营机制和管理经验，并在某些方面办出了自己的特色，在 28 年的经营中，赚取了近 200 万两白银的利润。

山西票号都是采取股东和经理两权分离的机制，经理一经股东聘任，就有管理营业的全权。首先，股东在聘任经理之前，要对被聘人的品德、才干有全面的了解；聘任经理之后，股东和经理之间就完全建筑在“信”与“义”的基础上。股东对经理“用人不疑”，除在结账时听取经理的经营汇报之外，平日不干涉具体业务；经理既受财东信赖，就一心一意地领导同仁精心经营，决不肯稍有疏忽。常立

训为大德玉的财东，先后选用了常恽、常子训任经理，委他们以全权。常恽等也就在全号实行集权制，全号同仁除了有建议权外，一切号内大事由经理裁决。常立训对经理们信任，常恽等品德好，又精明能干，这是大德玉票号长期兴旺发达的最主要原因。

山西票号的股分，有银股，也有人力股。银股是财东的投资股，一般是白银1万两为1股。人力股，俗称“顶身股”，或叫“吃生意”，并不是交纳资金，而是以经理和部分店员的劳力为若干股。具体地说，财东根据经理的工作成绩给经理一定的股分，一般是经理持1股，也有持1.2或1.3股的；经理又根据店员工作的情况和表现好坏，决定他们谁可以有顶身股以及顶身股的数目。一般是店员们一部分或大部分可有顶身股，数目是每人0.1股或0.2股。每到结账时，经理和店员就以顶身股参加分红。人力股的设立是一种激励机制，也是山西商人的老传统。大德玉票号成功地运用了这种机制，把号内的全体人员的个人利益与票号的利益联系在一起，号兴我富，号亏我穷，从而调动了全号人员的最大的积极性。除了银股和人力股之外，大德玉票号还有“财神股”。在分红时“财神股”分得的红利，不给任何个人，而是留在号内，专门作为应付号内发生意外事件的备用金。如万一发生亏赔倒账，产生信用危机，这时就动用这些银两来应付危机。所以说这种“财神股”，也就是预提的“护本”风险基金。

大德玉票号，在采取人力股激励号内人员的积极性的同时，还制定了严格的规章制度：号内人员，一律不得长