



買辦與近代中國

香港中文大學中國文化研究所文物館
香港中文大學歷史系 合編





買辦，從專門替洋人服務的中介人，搖身一變成為現代民族企業家，乃至近代中西文化交流的先行者，其角色的轉變，對近代中國，影響至為巨大；本書結集了內地及港澳十一位有關學者的最新研究成果，集中討論買辦家族的崛起、轉型、困境、衰落及其對近代中國政治、經濟、社會及文化的貢獻和影響。

ISBN 978-962-04-2907-1



9 789620 429071



三聯書店(香港)有限公司

Joint Publishing (H.K.) Co., Ltd. HK\$ 98.00

責任編輯 許麗卡
圖片編輯 李 安
書籍設計 陳務華
圖片處理 黃沛盈

書 名 買辦與近代中國
編 者 香港中文大學中國文化研究所文物館、香港中文大學歷史系
出 版 三聯書店（香港）有限公司
香港鰂魚涌英皇道1065號1304室
JOINT PUBLISHING (H.K.) CO., LTD.
Rm.1304, 1065 King's Road, Quarry Bay, Hong Kong
香港發行 香港聯合書刊物流有限公司
香港新界大埔汀麗路36號3字樓
印 刷 中華商務彩色印刷有限公司
香港新界大埔汀麗路36號14字樓
版 次 2009年11月香港第一版第一次印刷
規 格 16 開（170mm×238mm）304 面
國際書號 ISBN 978-962-04-2907-1
© 2009 Joint Publishing (H.K.) Co., Ltd.
Published in Hong Kong

買辦與近代中國

香港中文大學中國文化研究所文物館
香港中文大學歷史系 合編



序言

在中國近代史上，買辦，作為外商洋行的中介人，扮演了十分重要的角色。

香港中文大學中國文化研究所文物館於 2008 至 2009 年舉辦了「澄懷古今：莫家三代珍藏」展覽，展出歷任太古洋行買辦的香山莫仕揚 (1820-1879) 家族珍藏的中國文物藝術。

配合展覽，並為推動及深化有關近代中國買辦的研究，文物館特邀歷史系於 2009 年 3 月聯手舉辦「買辦與近代中國」學術研討會，邀得十一位內地、澳門及本地學者發表專題論文十篇，就買辦與近代中國之議題進行多角度及不同層面之深入探討。會後，得到各與會學者同意，與香港三聯書店合作，彙集該研討會論文，出版是書，祈為推動及深化買辦與近代中國之研究，有所增益。

是書出版，旨在拋磚引玉，一石激起千重浪，深信有關研究將陸續開展。本書付梓之際，欣悉中山市文學藝術界聯合會已訂於下月於中山市舉辦「香山買辦與近代中國」學術研討會。明年，上海社會科學院歷史研究所也擬召開相關的專題研討會。接二連三的會議，想必為近代中國買辦的研究，拓展又一嶄新廣闊之局面。

編者謹識

2009 年 10 月

目錄

01	上海買辦的生活	馬學強	
	買辦的社會與文化研究		12
	具消費能力的階層		24
	結語		47
02	買辦的企業家精神		
	——兼論買辦的歷史作用	張曉輝	
	買辦的企業家精神		56
	買辦的經營方式		67
	買辦企業家的歷史作用		71
	結語		77
03	買辦與社會轉型		
	——以香山買辦為中心	胡波	
	東西方之間的中介人		86
	中國近代工商業興起的關鍵人物		94
	近代中國社會新風氣的帶動者		108
	結語		120
04	何東買辦家族的政商網絡	鄭宏泰、黃紹倫	
	何東買辦家族的崛起		128
	奔走西東與政商糾纏		135
	內外逢源與左右為難		139
	多方押注與風險難避		147
	明爭暗鬥與時敵時友		152

	微妙處境中尋求平衡	156
	結語	159
05	香港莫仕揚買辦家族初探	丁新豹
	莫仕揚任瓊記買辦	170
	莫藻泉初任太古買辦	174
	莫幹生接任太古買辦	179
	結語	184
06	唐廷樞、徐潤與招商局之 籌建與改組	易惠莉
	唐廷樞、徐潤與招商局	194
	盛宣懷與招商局	197
	招商局與北洋政府	200
	招商局的改組	207
	結語	210
07	徐潤與晚清經濟	卜永堅
	徐潤的研究回顧	222
	徐潤與 1883 年上海金融危機	224
	結語	230
08	買辦生涯對鄭觀應的影響	陳麗蓮
	買辦生涯	236
	思想理論的形成	238

慈善事業的基礎	241
事業上的助力	244
買辦世家	248
結語	250

09 從買辦到華商

——劉鴻生煤炭經銷策略探析
(1910-1930 年代) 蔣寶麟

劉鴻生的買辦業務	258
與煤號的合作和發展碼頭堆棧業	261
從買辦到合作者和獨立經營者	265
結語	270

10 文化買辦、邊際人、之間人

——鄭富灼與伍聯德 梁元生

二十世紀初期港滬之文化買辦	278
以翻譯作為中西橋樑的文化買辦——鄭富灼	280
以出版作為溝通中外的文化買辦——伍聯德	288
結語	291

作者簡介	296
------	-----

圖片出處	300
------	-----

01 上海買辦的生活

馬學強

上海社會科學院歷史研究所研究員

「與外國人交往最多的是有錢善談的商人，特別是買辦，這些人接受了一種半西化的生活方式……視野卻伸向了世界。儘管他們還遵循某些儒家的禮數，也沒放棄傳統的習俗，如女子不得上學堂，纏裹小腳，但很快接受了外國人的娛樂方式：體育活動和賽馬。他們的文化結構是混雜的，上穿絲綢長衫，下套西裝長褲，頭戴瓜皮帽或禮帽，用洋涇浜式的語言與外國人交流，即在中國話中摻雜着印度式的英文和葡萄牙語的辭彙。」¹這是一位法國學者對買辦的描述，雖有些籠統，但道出了買辦生活的部分實質：「半西化的生活方式」和「混雜的文化結構」。

近代的上海是中西交匯之地，來自西方的意識形態與物資文明在這裡導致了政治、經濟、文化乃至社會生活方式的節節嬗遞，造就了一批批開新的人物或人群，湧動起一股股思潮與時

尚。買辦作為中國傳統經濟體制之外的人物，他們較早與西方的近代經濟發生關係，繼而成為中國口岸城市中較有影響力的社會階層，無疑是屬於「開新」式的人群。由於職業上的關係，買辦們與西方人接觸最多，交往也廣，相互間的利益關係尤為密切，所以他們對西方人與西方事物的瞭解更多，受其影響至深。同時，買辦也是近代中國財富的極大擁有者，具有充分的消費能力，去仿效、融合、消化西方人的生活方式，因此他們的生活方式包括衣着、住房、宴請、信仰、社會活動以及子女教育，都與傳統官紳、商人迥然有別，在許多方面都逸出了中國固有的傳統，為處於靜態、閉塞中的中國提供了一種新的生活方式。買辦在近代通商口岸城市所具有的這段獨特經歷與機緣，不僅改變了他們的生活世界，也使他們在中西交流中，有意無意扮演起重要的角色。

買辦的社會與文化研究

買辦的時代，已離我們遠去，經歷了若干年後，我們再來審視那個時代的買辦和買辦的問題，就會發現這個人群內部的複雜性以及所蘊涵的很多豐富的細節內容被遮掩了起來。在閱讀了大量檔案文獻及社會調查的基礎上，我們覺得以生活史角度，把買辦作為一個社會階層置於社會與文化視野之下去進行探討，似乎更為合適與恰當。

通常說來，對一個階層的劃分，有一些指標，主要包括職業、收入、消費、認同感、社會影響力等。一個社會階層的形成有許多因素，其中一點就是階層意識或者群體意識的培育，這是一個自然的歷史過程。在近代上海，買辦作為一個階層的形成，與他們的職業生活、社會生活、文化生活的參與過程是緊密的聯繫在一起的，並通過各種各樣的方式，而每一種方式都會給這一群體帶來關於自身、自身與其他社會階層群體的關係、自身的權利、自身的發展前途等的不同體認、判斷和思考。作為一個階層的形成，其重要標誌是它的文化內涵，即該階層成員具有相近的生活方式、價值觀念和文化特徵。鑒於此，需要我們從多個角度對買辦階層進行分析。同時，要把買辦的社會生活放置於現實的場景中，這是重構買辦記憶的基礎。而由此涉及的一個重要問題是資料的來源與重新解讀。

經過多年的工作，我們（另一位合作者是張秀莉博士）通過不同途徑的尋訪收集，着手編輯一部有關上海買辦生活的資料長編，內容相當豐富，這裡主要介紹其中的兩個部分：

其一，我們整理了一千餘名買辦的人名錄，梳理了他們的主要事蹟。資料來源是中外報刊（包括《字林西報行名簿》、《北華捷報》、《申報》等）、檔案資料、地方誌（買辦集中的廣東、江蘇、浙江、安徽等地，在當地的方誌中，有一些買辦事蹟的記載）、一些買辦的家譜，並對一些買辦的後代做了口述採訪，瞭解到更多細節性的內

容。我們認為，把買辦作為一個社會階層來研究，必須有一定的數量。同時，對各個時期和各個階段、各個行業、各種類型的買辦人群要有一定的分析。不同行業之間的買辦收入差距、社會狀況差異很大，一些人、一些作品之所以誇大買辦階層的收入及生活狀況，就是過於簡單化，把一二個事例放大。那是取樣上的問題，如果取樣過少，那後面的分析與結論自然有問題。所以，要避免這一問題，必須掌握足夠的買辦數量以及對不同類型買辦的分析。

其二，長編也包括了二十世紀三四十年代有關買辦社會生活的調查資料。這主要集中在中國徵信所和上海商業儲備銀行的檔案資料中，這些資料以前很少有人引用過。這些調查資料是上海商業儲蓄銀行等對與之相關的個人進行的信譽和資歷調查，調查對象包括該行員役和透支的擔保人、往來存款戶、透支戶、其他商家委託調查的人，調查主要由該行調查部經手，也有部分委託中國徵信所代為調查。這些調查資料共約三百卷，調查對象在萬人以上，以姓氏歸類，材料豐富。調查時間在 1932 到 1949 年間（個別人物的資料更早），調查地域遍佈以上海為主的各口岸城市。在這些調查資料中，涉及買辦共計五百四十餘名，內容包括籍貫、履歷、教育、收入和資產、信譽狀況、家庭結構、社會關係、日常生活、宗教信仰等，我們以這些調查資料為基礎，又進行了相關拓展，形成了我們這次研究的一個核心材料。

買辦的多重形象

買辦是近代中國通商口岸興起的一個階層，也是近代中國社會中最有爭議的人群之一。有人說他們是「洋奴」、「帝國主義的走狗」，更極端地稱其為「賣國賊」；另一種評論則不同，認為買辦是中外通商的居間人（中間人），是東西兩種文化的中介人（線人），一些學者基於他們「對於近代中國的經濟發展、社會變革和全面的文化移植起了戰略性的重要作用」，而評價其為十九世紀「東西間的橋樑」。²

對買辦認識上的分歧及所構造形象的差異，此源於不同的視野與語境。特定的歷史時期與語境下對買辦論述的泛政治化，使買辦在社會大眾中留下了「概念化」、「臉譜化」的印記。事實上，從十九世紀中葉上海開埠初期到二十世紀三四十年代，近百年來買辦的作用與地位發生了很大變化，人們對買辦的認識也一直在改變之中。對這一過程的梳理，不僅有助於理解買辦的產生背景、職業特徵及所擔當社會角色的轉變，而且也可以清楚地瞭解在不同語境下買辦形象的演變。

買辦與「擺渡」

何謂「買辦」，馬寅初先生曾作這樣的表述：買辦這個名詞（英文 Comprador），「起源出自西班牙之 Comprar（=to buy），譯作買；現今則遠東各國，莫不有之。印度稱之為 Banian；日本稱之為 Banto；而我國名之為 Comprador，譯為買辦；要皆代人買賣之意也。」³ 法國學者白吉爾（Marie-Claire Bergère）認為：「買辦，原本是負責向廣州的外國倉庫和輪船供貨的單純的僕役或者總管，在南京條約使貿易自由化後，他們成為外商真正的合作者和經濟夥伴。他們的存在對克服語言障礙、對付複雜的貨幣體系和滲入當地貿易社團是必不可少的。」⁴ 這是後來學者對買辦的詮釋。

開埠初期的上海，對買辦有不同的稱呼，如「康八杜」、「康白度」、「糠擺渡」、「糠擺度」等，皆係譯音。楊勳的《別琴竹枝詞》有：「多少洋行康八杜（當手也，粵人呼為買辦），片言茹吐費疑猜。」《滬遊竹枝詞》謂：「糠擺度名不等閒，寧波邦口埕香山。逢人自詡呱呱叫，身列洋行第幾班。」《洋涇浜山歌》中有「洋行買辦糠擺渡（Comprador）」。⁵ 譯名「糠擺渡」者，巧妙借用「擺渡」一詞，形象而傳神，道出了買辦在東西方交往中所起的類似橋樑的作用。

作為職業人的買辦

在上海早期買辦中，廣東人因為具有對外貿易的經驗和鑒定茶葉、絲綢等商品能力成為首選。1842 至 1860 年間，他們跟隨外商