

在商业革命的 大潮中

中国近代商事
习惯的变迁

严昌洪 著

华中理工大学出版社

.5

新学社

PDG

98
F729.5
6

在商业革命的大潮中

华中理工大学出版社

中国近代商事
习惯的变迁

严昌洪 著

XAJ4/19



458771

C



(鄂)新登字第 10 号

图书在版编目(CIP)数据

在商业革命的大潮中——

中国近代商事习惯的变迁/严昌洪 著

武汉:华中理工大学出版社, 1997 年 7 月

ISBN 7-5609-1448-9

I. 在…

II. 严…

III. ①商业史-中国-近代

②商务-习惯-演变-研究-中国

IV. F729

在商业革命的大潮中

——中国近代商事习惯的变迁

严昌洪 著

责任编辑 钱坤

*

华中理工大学出版社出版发行

(武昌喻家山 邮编:430074)

新华书店湖北发行所经销

华中理工大学出版社照排室排版

华中理工大学出版社沔阳印刷厂印刷

*

开本:850×1168 1/32 印张:8.5 插页:2 字数:208 000

1997 年 7 月第 1 版 1997 年 7 月第 1 次印刷

印数:1-2 000

ISBN 7-5609-1448-9/F·147

定价:9.50 元

(本书若有印装质量问题,请向出版社发行部调换)

《东方商旅》丛书编委会

主编 严昌洪

编委会委员 (以姓氏笔划为序)

朱英 严昌洪 余东升 陈 钧

唐力行 葛贤慧

东方商旅
PDG

内 容 简 介

在中国近代由农业社会向工商社会转型的历史时期,商业领域出现了广泛而深刻的变化。本书以过去人们较少论及的“商事习惯”为切入点,系统勾勒了中国商业由传统向现代转轨的历程。对于人们所关心的一系列问题,诸如在商业革命的大潮中,古老的商业习俗发生了怎样的演变,新潮商品如何改变人们的生活方式,西方商业的各种经营管理模式是怎样移植中国的,为什么会出现洋行“中国化”和华商“西洋化”现象,等等,书中都作了通俗而生动的回答。不仅鞭答了种种不道德的商业行为,而且对商业道德的讲求、商人形象的塑造、商业的文化包装提供了令人信服的历史借鉴。商界人士阅读此书,可增长智慧,知所抉择。商界以外人士阅读此书,可以史为鉴,正确理解当前商业文化演变的意义。



序 《东方商旅丛书》

章 开 沅

说“商人是人”，难免会引起公孙龙的传人们逻辑方面的非议；比较稳妥的说法为“商人也是人”，这样便无懈可击。

作为“也是人”的商人，在中国大地上存在已久，但其传统的社会地位却相当低下。“士农工商”，商为四民之末，经商则被贬之为末业。但在农业宗法社会，四民各有其特定的分工与职能，商虽位居其末，却又未能缺少，并且随着商品经济的发展而日渐趋于显要。作为非商的其他三民，特别是以社会正义代表自居的士，羡慕商的财富却又鄙薄其心术与行为。因此，在中国的文字记载中，商人大多与奸伪狡诈、奢靡挥霍相伴随，可圈可点的丰功伟绩并非甚多。

及至晚清，由于国门被迫开放与社会转型，人们的观念逐渐有所变化，重商主义与商战之论言者日多，商人的角色和形象都在明显提升。特别是到了20世纪初年，随着资本主义经济的初步发展和商会的建立，中国商人的地位与作用更显重要。

1906年秋，章太炎发表于《民报》第8号的《革命之道德》一文，在一定程度上反映了这种观念上的变化。他按职业把社会成员分成16种人，并且认为“其道德之第次亦十六等”。章太炎当时虽热衷于倡导国粹主义，但在这篇流传甚广的文章中却颇能因应时势，改变了传统的四民序列。他按职业与道德两重标准厘订的序列是：“一曰农人，二曰工人，三曰裨贩，四曰坐贾，五曰学究，六曰艺士，七曰通人，八曰行伍，九曰胥徒，十曰幕客，十一曰职商，十二曰京朝官，十三曰方面官，十四曰军官，十五曰

差除官，十六曰雇译人。”商人从四民之末，一跃而为仅次于道德高尚、辛勤劳动的农民和工人，并且位列于三种士人（学究、艺士、通人）之前。他对商贾的评论亦颇平实：“裨贩者，有二种，其有荷蕢戴盆，求鬻于市者，则往往与农工相类。若夫千里求珍，牵车载牛，终日辎重不离身，其人涉历既多，所至悉其民情谣俗，山谷陵阪之间，有戒心于暴客，则亦习拳勇，知击刺，其高者乃往往有游侠之风，恤贫好施，金钱飞洒，然俦张为幻之事，亦稍以益多矣。坐贾者，倚市廛，居奇货，其朴质不逮农工，其豁达不逮裨贩。以蓄为宝，以得为期，然不敢恣为奸利，懋迁有无，心济以信，其有作伪罔利者，取济一时，久亦无以自立，此则贾人自然之法式也。”中国传统商人以诚信闻名于世，但这一职业道德的形成必定经过漫长的岁月，以假冒伪劣谋取暴利可以得逞于一时，却无法取信顾客于长久。要从主客观两方面促成商人的道德自律，市场才能从无序走向有序，此即太炎所谓“贾人自然之法式也”。

此文值得推敲之处倒是作者对职商的评估。职商亦称绅商，实为商人之上层，且多为民族近代工商大企业的创始者。章氏列之为十一等，并且评估说：“职商者，非谓援例纳捐，得一虚爵，谓其建设商会，自成团体。或有开矿筑路通航制器，直隶于商部者。自满洲政府贪求无度，尊奖市儉，得其欢心，而商人亦自以为最贵，所至阻挠吏治，掣曳政权。已有欺罔赃私之事，长吏诤问，则直达商部以解之；里巷细民，小与己忤，则嗾使法吏以治之。财力相君，权倾督抚，官吏之贪污妄杀者不问，而得罪商人者必黜；氓庶之作奸犯科者无罚，而有害路矿者必诛。上无代议监督之益，下夺编户齐民之利。或名纺纱织布而铸私钱，或托华族寓居而储铅弹，斯乃所谓大盗不操戈矛者。若夫淫佚烝报，所在有之，则不足论也已。”

读者不难看出，太炎当时已是革命家，所以他标榜的“革命之道德”实以政治判断为前提。同时，他又是一个文明悲观主义

者，认为道德（善）并非与文明俱进，而恶行倒是与文明俱增。所以此文明确指出：“要之知识愈进，权位愈申，则高于道德也愈远。”农人劳苦而又未经开化，平时畏服官府，但如对之诛求无度，也会起而为变，视死如归。工人虽略开化而稍知诈伪，“然其强毅不屈，亦与农人无异。”农工勤劳朴实，受压迫最深，反抗性最强，是革命的基本动力，因此被认定为道德序列的前端。裨贩、坐贾虽然朴质不逮农工，但与农工近而离官府远，可以作为争取的革命助力，因此在道德序列上仅次于农工而位于士人之前。至于通士以上，由于知识愈进，接近官府甚至进入官府，很难支持革命甚至公然反对革命，所以“离于道德也愈远”。也正因为如此，作为上层的职商，由于得到清政府的扶植与培育并且维护固有统治秩序，便被认定为道德序列之第十一，仅略先于京朝官与方面官，堪称“准革命对象”。

章太炎的16等道德“等次”的划分，如果从革命策略层次着眼，颇有点近乎后此30多年《中国革命和中国共产党》的格局。但他作为文化保守主义者，显然是从《周礼·天官·太宰》“六曰商贾”之类言词得到启发。他对进化论已持怀疑态度，更没有把发展社会生产力作为价值判断的第一优先。因此，他对活跃于清末民初且在中国现代化过程中起过积极作用的绅商的评判，就难免失之于偏颇。在太炎思想深处仍然存在着传统士大夫的重义轻利、重农轻商情结。

其实，作为从士大夫转化为绅商的那一代创业者，内心深处又何尝没有轻商情结。以状元下海而名噪一时的张謇，就曾把自己这一转化说成是：“以皤然自恃之身，溷秽浊不伦之俗。”即使在已经成为大生资本集团领导人之后，他仍然没有舍弃传统道德理念。譬如，他对于金钱政治就极为憎恶。1921年他曾致函友人抨击时政说：“仆恶议会之齟齬久矣，此孽自项城（袁世凯）造之，而致项城之造此孽者又有人在。其故皆由于浮慕欧风，一若议会之有政党，政党之用金钱魔力，彼固有之。不知施于我国曾无一

致常识之人士，乃适得其弊。予金钱者，窃国而不止侯；受金钱者，窃钩而不胜诛。风掀雷颠，波谲云诡。凿混沌之顽窍，荡廉耻为灰尘，愈演愈奇，至有今日。”张謇的语言饱含悲愤，也相当平实。当时的中国商人，实力虽有所增长，但远远还不足以玩金钱（权）政治游戏，以金钱予受操纵政治者主要还是统治者本身，这与现今台湾地区的金权政治又有所区别。

中国商人虽然在历史上扮演过重要角色，发挥过积极作用，但总的来说还是生不逢辰，先天不足，后天失调，处境艰窘，市场与群体都未发育成熟。1949年新中国成立以后，政府虽曾考虑过允许私人资本主义在较长时间内存在并在一定条件下适当发展，但社会主义的理论构架已经预先确定要最终消灭资本主义，并且要把资产阶级作为一个阶级来消灭，而把资本家个人改造成成为自食其力的劳动者。1958年以后，由于“左”倾思潮的日益泛滥，某些社会主义的设计师们甚至连市场经济也看作势必消除的异端，计划经济遂成为统驭全部社会生活的神圣模式。其灾难性的结果早已彰显，但我们则迟至70年代末才开始醒悟，原来“士农工商”的四民也好，或是“工农兵学商”的五民也好，都是缺一不可，各有其特定而又必需的角色与功能。固然这并非历史循环论的回归原地，人们宁可理解为螺旋式地向社会更高阶段发展，但时间毕竟已损失20年左右。何况，从大一统的计划经济向社会主义市场经济深刻变革，我们还没有任何更为卓有成效的先例可以仿行，一切都得靠自己不断摸索与创造。

不过，也不能说我们自己的历史就丝毫不能提供借鉴，中国近代商人本来就是中西经济文化交会、冲突、融合的产物。历史条件虽然早已时过境迁，但中国商人（包括传统商人与近代商人）所走过的漫长而艰难的道路，其中确有许多经验教训可供后世参考。而且，作为也是人的商人，其聪明智慧并不低于其他职业人等，特别是他们在企业经营管理方面积累的丰富经验，更是一笔宝贵的历史遗产。

写到这里，我偶然想到航运企业家卢作孚在30年代发表的一篇短文《麻雀牌的哲理》，现照录如下：

几块麻雀牌儿，何以会使乡村以至都市的人，下层社会以至上层社会的人，无论男女老幼皆喜欢它，亲近它？这有一个很简单的答覆，便是搓麻雀已经形成了一个坚强的社会组织，在这个社会的组织当中，有它底中心兴趣，足以吸引人群，足以维持久远而不致于崩溃。

搓麻雀是在一个社会组织当中作四个运动：用编制和选择的方法，合于秩序的录用，不合于秩序的淘汰。把一手七零八落漫无头绪的麻雀局面，建设成功一种秩序，是第一个运动。全社会的人总动员加入比赛，看谁先建设成功，看谁建设得最好，是第二个运动。到一个人先将秩序建设成功时，失败者全体奖励成功者，是第三个运动。去年偶同黄任之（炎培）先生谈到此段哲理，他还补充了一点，就是：失败了不灭心，重振旗鼓再来，这是第四个运动。这样的哲理，实值得介绍与国人，移用到建设社会、建设国家的秩序上去，也许一样可以吸引整个社会、整个国家的人的兴趣于社会秩序和国家秩序的建设上去。

（载于《新世界》第50期，1934年7月16日）

卢作孚当然无意于提倡全体国人都来学点哲学，但他通过打麻将因小见大，领悟出建设社会秩序和国家秩序的重要与运动（游戏）规则，其头脑的精明与洞察之深刻确有过人之处。联想到此文发表四年以后，由于武汉失守民生公司不得不承担长江上游90%的航运任务。当时支前和后撤两重任务同时吃紧，大量西迁人员与10余万吨器材积压于宜昌，并且遭受日机狂轰滥炸。卢作孚作为民生公司总经理，同时又是接任未久的交通部次长，毅然受命于国家危难之际，冒着生命危险亲赴宜昌指挥，经过40天昼夜奋战，终于在宜昌沦陷前夕，将全部西迁人员和物资抢运入川，

而民生公司的船只与员工也遭到很大损失。中外誉之为“中国实业上的敦克尔克”。可以想见，卢作孚当年的运筹帷幄，指挥若定，其气概与风采也不会略逊于一军之统帅。可惜这一代中国商人的精英分子，在1949年以后长期未能充分发挥其聪明才智。及至我们醒悟以后的改革开放，他们或者早已离开人间，或者迅即进入衰暮之年，人生的黄金时段一去不返。这不仅是他们个人或群体的重大损失，也是国家和社会的重大损失，只能说是时也，命也！但他们留下的业绩和风范都是永远值得后世尊重与传承的。

正是有鉴于此，严昌洪教授主编《东方商旅丛书》，以商人与文化两者之间的关系为切入点，着重探讨中国商业文化中传统与现代化、东方文化与西方文化碰撞和融合的经验和规律。这套丛书第一批出版者内容涉及到徽商、晋商、沪商、南洋侨商、潮汕商人、汉商和中国商事习惯等。可以看出，作为区域研究的布局，已涵盖了沿海与内地、南方与北方、国内与海外，大体上可以看出中国商旅文化和中国商人群体的整个轮廓。作者队伍以历史学者为主，他们既注意历史学与文化学、社会学等学科的结合，又努力突显历史与现实之间的衔接，并且力求深入浅出、雅俗共赏。当然，出版物的价值与品位应该由读者自己来评判，无需我提前多发议论。

我国从计划经济向社会主义市场经济的转型还远远没有完成，新一代中国商人的崛起和市场发育一样，在某种意义上来讲仍然处于初级的甚至或多或少无序的阶段。商界人士每多诟病于投资经营环境的不够完善，却不甚强调中国商人的自我修养与品位提升，很多人还谈不上遵循“贾人自然之法式”的自觉。对于目前社会腐败和贪污腐化现象，中国商界亦应承担相当的责任。正如这套丛书所显示，随着商品经济的发展和商人地位的提高，商业文化对全民的文化传统和价值取向亦产生了潜移默化的影响。为了优化当前的商业文化，首要的任务是努力提高商人自身的伦理素质与文化品位。至少，当代中国商人的精英层应该显示更高

的精神境界与文化风貌。《新华字典》解释说：“商人就是做买卖的人。”做买卖当然要赚钱，但赚钱毕竟要遵守游戏规则，而且这并非人生的唯一目的。财富不一定会给财富所有者带来幸福，有时或许会带来痛苦，带来灾祸，甚至贻害子孙。关键是商亦有道，有其固有的伦理与规则，顺之者昌，逆之者亡，历史的殷鉴多矣哉！我希望有更多的商界人士阅读此书，增长智慧，知所抉择，迅速成长为活跃于中国乃至世界市场的明星。我也希望有更多商界以外的人士阅读此书，了解中国商旅的过去，对照中国商旅的现在，与商界人士一起营造中国美好的经济腾飞的未来。

1996年初夏于桂子山新居



前 言

本书所写的是，在中国近代“商业革命”大潮中商事习惯的变迁。

“商事习惯”与许多概念一样，有狭义、广义之分。从狭义来说，商事习惯是指人们在商业活动中长期形成的、约定俗成的商业例规与习俗惯制，它是商业习俗的一种具体表现。在没有“商法”或“商事法”的时代，它曾起着规范商事经济关系中商人、商业组织和商业活动的作用。它与法律规范相比较，基本上是一种民间的行为。在商业走向法制化的时代，商事习惯又是制定“商法”或“商事法”的基础。

早在公元 11~15 世纪，世界上国际贸易发展起来，地中海沿岸的欧洲国家如葡萄牙、西班牙、法兰西、意大利及希腊等国，开始出现由商事习惯向“商人法”演变的趋势。近代第一部资本主义的商业贸易法典是 19 世纪初期由拿破仑一世颁布的《法国商法典》，其制定基础是中世纪末期的海商规则与商业行会流行的商事习惯。中国自古以来诸法合体，没有专门的商法。直到 20 世纪初年清政府推行新政时，才仿效欧洲商法颁布了《大清商律》。在随后修订法律的过程中，修订法律馆也曾向全国各地商会调查商事习惯，作为编订商法的预备。这些史实说明了商事习惯与商法的密切关系。

因此，广义的商事习惯，在商法或商事法制定并实施之后，除

了民间原有的商业例规、习俗惯制以外，还应包括吸收进商法的商事习惯内容以及商人、商业组织按照商法调整商事经济关系或规范商业行为的一些做法。本书所涉及的时段——近现代（1840～1949年），正是中国由商事习惯向商法演变，商法从无到有、从不完善到逐步完善的时代。在这种情况下，商事习惯作为商法的补充，在商业活动中起着相当大的作用。据此，本书所论“商事习惯”系指广义而言。

“商事习惯”具体来说，包括哪些内容？1909年（清宣统元年）清政府修订法律馆（亦称法律馆）为编制商法，曾派遣该馆纂修朱汝珍等携带馆中所拟《商习惯调查问题》赴各地调查商事习惯。该问题格共5章，考其内容，实与各种商业法规相对应：第一章总则，对应商人通例；第二章组合及公司，对应公司法；第三章票据，对应票据法；第四章各种营业，对应商业法；第五章船舶，对应海商法。

从以上内容看，清末商事习惯调查的范围比较广泛。但由于调查的目的是为编订商法作准备，与商法无关的事项没有列入《商习惯调查问题》中，如行会、商会、商人信仰、商业道德等等，这些亦是商事习惯的重要内容。

笔者为写作此书，也曾在武汉地区老工商业者中进行商事习惯调查。当时所拟调研提纲虽然也不够完备，但可与清末《商习惯调查问题》互相补充。现抄录于下，俾读者诸君对本书所涉及的商事习惯有一个大致的了解。

商事习惯调研提纲（1993年5月）

一、开业仪式

开业前的筹备，开张吉日的选定，宾客致贺（贺礼名目），挂牌揭幕（取店名习惯、招牌书写形式、吉时挂匾、剪彩），店堂内外布置（柜台布置、商品陈列、吉祥语和楹联的张贴悬挂），祭神敬祖仪式，燃放鞭炮和鼓乐

吹打，开张优待。

二、日常营业

开门与打烊（时间、有无仪式或讲究），接待顾客（礼仪、洽谈、成交方式），服务项目和规矩（服务规范、额外服务、小费），经济往来（放帐、赊欠、借贷、租赁、契约）。

交易场所（集散地、市场、庙会、行业街、商业中心、交易所、公行、中人行），交易方式（行商、坐贾、批发、零售、小贩），交易时间，经纪人（掮客、拉房、回扣）。

三、招徕术

生产或经营特色（名优产品、老字号、信誉），广告宣传（幌子、招贴、试尝试用、上门推销、叫卖、留声机及响器的利用），行业竞争战术（商标、大减价、大甩卖、有奖销售、额外赠送、礼券发售、囤积居奇、倒买倒卖），各种骗术，生意经。

四、商业语言

行话，隐语，暗码，商谚，货声等。

五、商业簿记

单式记帐，复式记帐，流水帐，日清月结，年终盘存，总清算等。

六、行会组织

行帮、会馆、公所、同业公会、商会等组织的建立（动机、会所、会董选举、入会手续、成员的权利义务），经费来源与开支（会捐、捐赠、房地产经营收入、经费管理、开支项目），活动情况（公益善举、互助、祭祀、制定规约、集会议事、处罚、对外交涉、争讼械斗）。

七、商人信仰

信仰对象（宗教、财神、行业神），信仰源流，祭祀

仪式，年节活动（迎神赛会、营业与否、有无优惠、打牙祭、三节收帐、年关封帐、过年开张），禁忌（一般禁忌、行业禁忌及其原因）。

八、劳资关系与师徒关系

劳资关系（资本、股东、所有权与经营权、董事会、管理层、店员和杂役的招聘与辞退、地位与待遇、利润的分配），师徒关系（拜师仪式、投师保证书、技术传授、学徒地位与待遇、出师仪式、伴作）。

九、家庭关系

业主家族、家庭关系在经营中的表现：经营权力，财产利润分配，分店分号的设立，遗产继承，任用族人。

十、其他

商事习惯作为一种商业文化现象，在近代发生了巨大的变化。旧的习惯一部分衰微，一部分仍在发挥作用，一些新的习惯形成并推广，更多的是保存原来的形式（如概念名称等）而更新了内容，所谓旧瓶装新酒。考察这种变迁的原因，可从如下五个方面来看。

第一，是社会转型引起了文化变迁。中国近代社会处于封建专制制度走向衰亡，资本主义兴起并初步发展的历史时期。在这一时期，传统农业社会向现代工商社会转型，经济领域里发生了巨大变革，那些打着封建主义烙印、带着农业社会胎记的旧文化必然要被资产阶级新文化所取代。而各种带有前资本主义商业性质的商事习惯，因其不能适应新的形势自然要被改造或摒弃；资本主义经济初步发展的结果，也必然会产生与之相适应的新的商事习惯。于是，在近代“商业革命”的洗礼中，出现了商事习惯由传统向现代的变迁。

第二，是“西力东侵”激活了内在变力。中国经济本来就处在不断的、缓慢的演变过程之中，明清之际这种演变的趋势更为

显著。中国商业由物物交换到以货币为媒介的商品买卖形式，由“日中为市”到定期集市、固定市场，由“王商食官”到自由经商，也在不断地、缓慢地演变着，这说明中国商事习惯具有内在变力。19世纪40年代以来，西方资本主义大规模入侵中国市场，洋货、洋行、洋商带来了许多西方商业行为模式，为中国商事习惯的资本主义化提供了仿效的对象。因此，中国近现代商事习惯的演变不仅加快了步伐，而且以本土文化与外来文化的交融为特点。

第三，是社会风尚的演变促进了商事习惯的变化。由于商业与风俗习惯、社会风气的关系十分密切，甚至可以说，消费资料经营和服务行业完全是为满足人们的衣、食、住、行等生存需要、发展体力和智能的需要以及高级享受需要服务的，一旦人们在这些方面的需求、兴趣、爱好发生变化，也就是说社会风尚发生转移，必然要影响到商事习惯出现相应的变化。迅速地捕捉社会风尚的变化，及时掌握市场信息，适时地调整商业行为，是商业成功的重要条件。近现代是社会风尚日新月异的时代，商事习惯的变化也就显得非常突出。

第四，归根到底，商业是商人的经营活动，商人群体的素质、品德、观念、智谋、能力的变化，直接左右着商事习惯的变迁。近代商人的构成有所变化，商人群体的文化程度和素质逐渐提高，观念更新速度加快，经营能力增强，管理水平提高，他们主动地改变不合理的商事习惯，制订新的商业规范，他们是商事习惯变迁的推动者或促进派。

第五，是历届政府制定的具有现代精神的商业法规渗透到商事习惯中，也是商事习惯变迁的一个重要原因。

近代商事习惯的变迁是客观存在的历史事实，今天我们来研究它有何意义呢？

中国商业历史悠久，在汉唐、明清和近代都曾有过长足的发展，形成了丰富多彩的商事习惯。但由于人们的片面理解，以为商事习惯仅仅是一种商业民俗，多年来除了在民俗学著作中可以