

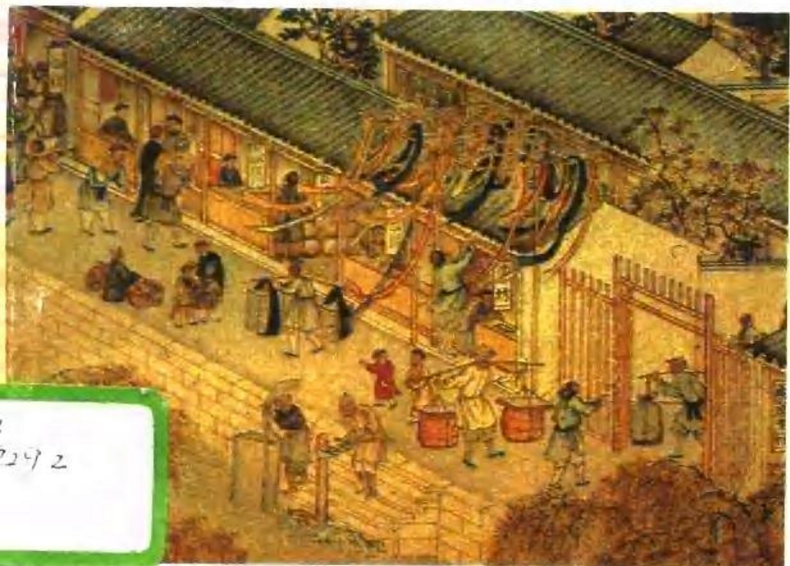
中国文化史知识丛书 ● 主编 任继愈 ●



ZGWHSZS

中国古代商业

吴 慧



天津教育出版社

●中国文化史知识丛书●主编 任继愈●

ZHONG GUO WEN HUA SHI ZHI SHI CONG SHU

中国古代商业

吴 慧

天津教育出版社

(津)新登字006号

中国文化史知识丛书
中国古代商业
吴 慧

天津教育出版社出版、发行
(天津市湖北路27号)

深圳市海天出版印务公司印制封面
天津市蓟县印刷厂印制正文

787×960毫米 32开 4.5印张 4插页 63千字

1991年11月第1版

1991年11月第1次印刷

印数1—17000

ISBN 7-5309-1264-X

F·21 定价：2.25元

鄂君启节



东汉东门市图





敦煌壁画《商旅图》

《清明上河图》（局部）



山西洪洞广胜寺壁画《卖鱼图》



明人绘《南都繁会图》（局部）





姚文瀚《卖浆图》



王麻子
刀剪铺幌子

编者献辞

我们伟大的祖国在几千年漫长的发展中,创造了丰富、灿烂的古代文化。中国文化是中华民族延续和发展的精神支柱,它曾长期居于世界文明的前列,为人类的文明与进步作出了贡献,是世界文明史上的巨大财富。世界上的文明古国都曾对人类文化做过贡献,但是随着历史的前进,它们多衰落了。只有中国和中国文化屹立于世界之林,一脉相承,历久而弥新!

中国文化是个发展的、历史的范畴,具有包容性与持续性:首先,除了时代差异外,尚有着地域与民族的差异性。它是在连绵几千年中,以华夏民族为主体的中华民族各地域文化(包括中原文化、齐鲁文化、荆楚文化、巴蜀文化、吴越文化、岭南文化、闽台文化等)和各民族文化(包括壮、满、蒙、回、藏等中国 56 个民族的文化)长期的、不断的交流、渗透、竞

争和融合的结果。在这个意义上说，中国文化的发展是具体的、历史的、多地域、多民族、多层次的立体网络；其次，中国文化是起源于上古贯穿至现在，在黄河、长江及其周围地域形成并延续至今的中华民族共同文化、共同的社会心理与习俗的结晶。

继承中国文化遗产，并不是对古代文化毫无选择地一概接受，而是要继承其优良传统，摒弃其封建糟粕。

我们要继承、发扬中国文化优良传统的基本精神是指刚健自强的革新进取精神，注重道德教化，强调民族凝聚意识，以及重视历史智慧等几个主要方面。

今天，中国正处在向现代化迈进的新时期。了解过去的优秀文化，正是为了创造未来的新文化。这对提高民族自信心、增强民族的凝聚力，有着极为重要的意义。青少年是祖国的未来，民族的希望，对他们进行传统文化的教育，既是当务之急，又是长远大计。要让中学生及具有中等文化程度的读者掌握中国文化史的基本知识，即了解中国文化的辉煌历史与它的优良传统，从而给爱国主义打下稳固的思想基础，为建设中华民族

的新文化创造条件。这是一件意义重大的事业，也是我们编辑这套丛书的初衷。

我们设计了历史、考古、地理、思想、文化、教育、科技、典章制度、军事、经济、文艺、体育、生活习俗等方面的 110 个专题，希望这一套丛书从多角度、多层次、系统地反映中国文化的主流与特点。如果海内外读者能从中认识中国文化的基本面貌。这就是编者的最大满足了。

对于本书的批评与建议，我们将十分欢迎。

《中国文化史知识丛书》编委会

1991年2月22日 北京

目 录

一 萌芽之始,成长之初 —— 远古至	
夏商西周的交流与商业	1
1 远古的物物交换	1
2 商、商人、商业	5
3 西周的商业	8
二 第一次飞跃——春秋战国时期	
的商业	12
1 春秋战国商业的新发展	12
2 商税的征收和列国对商业的 重视	18
3 货币、高利贷和土地、人身、 劳动力的买卖	21
4 商品经济发展的局限性	25
三 发展的“马鞍形”——汉唐的商	
业	29
1 汉唐商业的概貌	29
2 地区间的贩运贸易和市场上	

流转的主要商品·····	41
3 城市商业与农村商业·····	46
四 新阶段的新变化——宋元的商 业·····	55
1 宋元商业的概貌·····	55
2 市场商品和贩运贸易的变化·····	63
3 城乡商业的发展,市场形制 的演进·····	66
五 “夕阳无限好”——明清(前期)的 商业·····	74
1 明清(前期)商业的概貌·····	74
2 大发展的商品经济·····	83
3 繁荣的城市商业,活跃的农 村贸易·····	88
六 人物、阶级、集团——古代社会 的商人·····	93
1 新兴的自由商人及其代表人 物·····	93
2 富商大贾和中小商人·····	100
3 商业集团的形成,新型商人的 兴起·····	108
七 政策和思想——值得重视的历 史文化遗产·····	114

1	重农抑商政策	115
2	商品专卖制度	119
3	两种对立的商业思想	124

一 萌芽之始，成长之初——远古至夏商西周的交换与商业

在商品经济相当发达的今天，提到商业，已是大家都很熟悉的事。可是，在人类悠久的历史，在漫长的岁月里却是没有商业的。到底商业如何产生，又如何发展？不同时期各有什么不同的特点？这一个历史过程确很有一些复杂的内容。要了解其中的情形，得先从商业的“萌芽”和成长的初期谈起。

1 远古的物物交换

商业是在生产力发展到一定水平，有了社会分工和生产物的剩余之后，才逐渐产生的。其初始的萌芽状态是生产者之间的直接的物物交换，后来才有发展了的交换形式——商业。

最早的交换发生于原始社会。距今六七千年，河南、甘肃、陕西属于早期仰韶文化的村落遗址中都有产于沿海的海贝发现（装饰

用),这就是自外地交换而来的物证。当时的交换尚带有偶然性。至距今五千年的原始社会晚期,畜牧业与种植业分工,手工业(制陶、红铜)也相继与农业分离,交换相应扩大。《易·系辞下》所说的:“神农氏作……日中为市,致天下之民,聚天下之货,交易而退,各得其所”,即表示交换已较经常,并且有了比较固定的时间和场所。古书中还有“因井为市”的传说,交易常在井旁进行,以便于汲水将货物洗净,供人畜饮用。所以后世常把“市井”连称。

交换初起,发生在生产门类、自然条件不同,而拥有不同产品的氏族、部落之间,由氏族、部落首领为代表,对外进行交换。有虞氏部落的首领舜就是擅长于从事交换活动的一位有名的历史人物。传说舜曾“作什器于寿丘(今山东曲阜),就时于负夏(今河南濮阳附近)”。(《史记·五帝本纪》)“就时”即乘时逐利进行交易的意思。又说舜“贩于顿丘”;“顿丘买贵于是贩于顿丘,传虚卖贱于是债于传虚。”(《尚书大传》、《尸子》、《帝王世纪》)顿丘在今河南浚县,传虚在今山西运城。顿丘缺少一些物品,所以“买贵”,舜就在这里出售为

人所需的物品——主要是舜部落的特产，上好的陶器，以及其他“什器”；而传虚方面有些产品很多，所以“卖贱”，舜在那里以赊购（债）方式收进那些产品——主要是河东的池盐。舜利用两地东西的贵贱，从中获利。为了掌握河东池盐，舜在当上尧的继承人后，把政治中心迁于靠近盐池的蒲坂之地。今蒲坂城中尚有舜庙。舜在位时更花力气发展食盐生产。相传舜作五弦琴，曾弹琴，歌南风之诗：“南风之薰兮，可以解吾民之愠兮（愠，愁闷）；南风之时兮，可以阜吾民之财兮。”（见《古今图书集成·食货典·盐法》）夏季薰风及时南来，池盐就自然结晶，部落的财富就可增多，素稔食盐交换之利的舜，对池盐生产的好坏当然要付以极大的关心了。

舜命禹治洪水，禹曾设法组织粮食在地区间的调剂，通过交换以解决洪灾后人民的生活问题。《尚书》记载禹所说的“懋迁有无，化居，烝民乃粒”，即指此事而言。懋（贸）迁即贸易；化居，“交易其所居积”，即以其所有，易其所无，“调有余相给”；烝，众多；乃粒，乃有粒食（粮食）。后世称作生意为“懋迁有无”即源于此。

交换本来先起于不同氏族部落之间，同一氏族部落内部的交换的发生乃是后来之事。由于制陶器、铜器、玉器需要比较专门的生产技术，需要长期固定的操作人员和合适的原料，部落中的某些氏族、家族以至家庭，逐渐成为分工专门从事某项手工业的氏族、家族和家庭；牲畜更日益增多地转由个体家庭放牧或家内饲养。至此，交换不但对外，而且也在部落、氏族内部发生。在交换中占有利地位以至握有权力的新兴家族和氏族首领不断富裕起来；交换并促进个体家庭经济的发展，成为它们积累财富的重要手段。这些都为私有制的逐渐形成，原始社会的逐渐解体打开缺口。可以说交换实是推动私有化、瓦解公产制的催化剂。禹死，其子启接位，开创家天下的夏王朝，奴隶制国家即已宣告确立。

尧舜时以珠玉为上币，牲畜、生产工具等成为一般的交换媒介。“夏后以玄贝”，夏代用海贝(染黑色)为货币，以后贝币一直广泛使用，直至被金属铸币取代为止。由物物交换到交换媒介——货币的出现，是交换向前发展的标志。原先物物交换时是买卖同时同