



“中国金融文化”
在线开放课程

*Financial
Culture of China*



周建松 章金萍
—— 主编

中国 金融文化

普通高等教育经管类文化素养在线开放课程新形态一体化规划教材
中国商贸经典文化系列教材

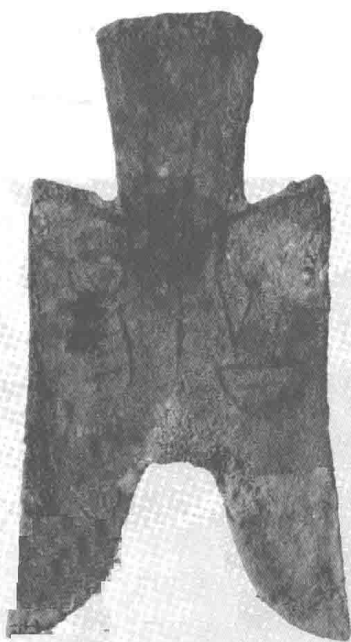
中国钱币文化、中国纸币文化、中国典当文化、中国钱庄文化、中国票号文化、中国银行业文化、中国保险业文化、中国证券业文化

高等教育出版社

中国 金融文化

周建松 章金萍
—— 主编

*Financial
Culture of China*



普通高等教育经管类文化素养在线开放课程新形态一体化规划教材
中国商贸经典文化系列教材

高等教育出版社·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

中国金融文化 / 周建松, 章金萍主编. -- 北京:
高等教育出版社, 2017.11

中国商贸经典文化系列教材

ISBN 978-7-04-048785-5

I. ①中… II. ①周… ②章… III. ①金融-文化-
中国-教材 IV. ①F832

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第262222号

中国金融文化

Zhongguo Jinrong Wenhua

策划编辑 康 蓉

封面设计 赵 阳

插图绘制 杜晓丹

责任印制 赵义民

责任编辑 康 蓉

版式设计 赵 阳

责任校对 胡美萍

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市西城区德外大街4号

邮政编码 100120

印 刷 北京盛通印刷股份有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 19.5

字 数 310千字

购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

网上订购 <http://www.hepmall.com.cn>

<http://www.hepmall.com>

<http://www.hepmall.cn>

版 次 2017年11月第1版

印 次 2017年11月第1次印刷

定 价 46.80元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物 料 号 48785-00

内容简介

本书为 2015 年国家新闻出版改革发展项目库的“中国商贸经典文化”出版项目子项目“中国金融文化”在线开放课程的配套教材。

本书以中国货币演进及文化、中国金融机构演进及文化为两条主线,介绍中国各种货币演进发展的历史、中国主要金融机构产生发展的历史,以及在金融业发展进程中出现的各种文化现象。全书分为:中国货币文化的缘起、中国铜钱文化、中国白银货币文化、中国黄金货币文化、中国纸币文化、中国典当文化、中国钱庄文化、中国票号文化、中国银行业文化、中国保险业文化、中国证券业文化 11 个专题,将知识、方法、能力训练联系起来,培养学生在学习中思考、在思考中学习的能力。

与本书配套的在线开放课程“中国金融文化”,可通过扫描封面的二维码,登录“智慧职教”(<http://www.icve.com.cn>) 平台进行在线学习。“中国金融文化”在线开放课程建设了课程标准、教学课件、微课、动画、视频、习题等类型丰富的数字资源,精选其中具有典型性、实用性的资源在书中进行了标注,并将优质资源以二维码方式标出,供读者即扫即用。其他资源服务见“郑重声明”页资源服务提示。

本书适用于高职高专院校、应用型本科院校、成人高校和民办高校商科类专业教学使用,也可作为社会人士学习、了解中国金融文化的读物。

“中国商贸经典文化”丛书委员会

顾问:

胡 平 张志刚 吴 慧

专家:

阎守诚 魏明孔 宁 欣

编委会主任:

王茹芹

编委会副主任(按汉语拼音排序):

李琳琦 马广水 赵丽生 周建松

委员(按汉语拼音排序):

程淮中 程龙刚 戴裕崴 邓昌大

姜义林 兰日旭 李 飞 李富森

李宇红 梁仁志 梁伟样 庞 毅

陶昌学 王安兴 徐汉文 徐盈群

薛茂云 易思飞 俞步松 张宝忠

张 红 张 卿 张维东 齐小萍

商贸的力量——“中国商贸经典文化”总序

世界上任何一种文明的兴起和繁盛，几乎都是从商贸开始的。古希腊文明的兴起就是源自其独特的自然地理环境所造就的海外贸易与工商业的发达。古印度文明的兴起也得益于其与古代阿拉伯地区繁荣的贸易往来的推动。古代中国更是如此，我们在讨论先秦历史时，总是要谈到商人与商业在其中扮演的极其重要的角色，以范蠡、白圭、吕不韦等为代表的一大批富商大贾已经成为先秦中国的重要标志。后来，美国的兴起也遵循着这样的规律，它既是因贸易而建国，更是因贸易而发展繁荣直至达到鼎盛，甚至连改变美国历史的美英战争也是因贸易分赃不均而引起。凡此种种，均揭示了商贸在人类文明发展史上的重要影响或强大力量。

商路、商帮、商号的崛起，可以说是中国传统社会商业发达的三大标志，也是传统中国发展最为鲜活的推动力量。丝绸之路的兴起，为汉唐盛世奠定了重要的基础，一大批因商而兴的世界级城市拔地而起，成为当时中国富庶与强盛的重要标志，从而使中国文明成为令外人艳美的楷模。宋代以后，陆上贸易继续发展的同时，海上贸易更是大踏步前进，从汴梁到临安，从宁波到广州，在商业的催生下一大批城市迅速出现，市民经济光彩夺目，文化发展空前繁荣。还出现了世界上最早的纸币——交子。宋室南迁而带动的南方商业的快速发展，更是直接推动了中国经济中心南移国策的最终完成。明清时期，中国的商业经济呈现出一片繁荣景象，此时的中国已然成为世界商业的中心、经济的中心和文化的中心。此时的商人空前活跃，商人地位也日渐提升，以山西商帮、徽州商帮、陕西商帮、山东商帮、福建商帮、洞庭商帮、广东商帮、江右商帮、龙游商帮、宁波商帮“十大商帮”为代表的商帮集团异军突起，对当时的社会政治、经济、文化发展等各个领域均产生了重要而深远的影响力。此时的与百姓生活息息相关的一大批知名商号兴盛繁荣。它们以精益求精取胜，研制出一个个世代相传的绝技精品，创造出一块块蜚声中外的金字品牌，今天的各种著名中华老字号主要就是明清传统老字号的延续和发展。同时，为了顺应商贸的发展，钱庄、票号等金融组织日趋发达，机构遍布海内外，对全国统一市场的形成和发展对外贸易发挥了重要作用；“龙

门账法”“四脚账法”等会计方法也促进了商贸管理水平的不断提高,并领先于世界。

从某种意义上说,商路不只是商贸之路,也是文化之路、创新之路。不同地域的文化通过商路而流动传播、交汇融合;商路上的商品和经商手段不断创新,推动着中国传统商业文明的不断进步和中外商业文化和经营理念的不断更新。商帮不仅是商人群体,也是文化群体和创新群体,他们推动传统商业的进步、经济的发展和商业文化的不断传播。商号也不只是商业店铺,它们也是传统文化的重要载体和创造者。金融也不只是钱庄和票号,其文化更是光辉灿烂,仅就商品交换媒介的货币,其本身的制作工艺、文字书法、图案设计等均体现出当时的思想意识形态和精神追求,货币文化随商贸往来而传播各地。同时“龙门账法”和“四脚账法”等会计方法也反映出当时的核算经济活动的簿记水平的科学高度,并代表着管理者对经济活动收支盈余关系认识的先进水平。正是商路、商帮、商号、钱庄、票号和会计,让中国传统商贸的力量展现得淋漓尽致,使商贸具有了富国福民的意义,成为沟通中外、汇通天下、变革古今的重要载体和力量。也正是它们,为传统中国的辉煌奠定了基础。可以说,它们给传统中国的发展和进步提供了不竭的动力和源泉。

尽管从今天的眼光看来,传统商路、商帮、商号、票号和钱庄不可避免地带有时代的局限,传统会计方法也已经作古。但我们认为,任何一种事务只要适应了它所在的时代和社会,并为那个时代的人民的利益和社会的进步做出了贡献,它本身就是有益的。我们不能以今天的眼光去审视传统,而必须将其放在特定的历史或时代背景下加以认识,加以评判,这样的认识和评判才会更加客观、公正和科学。从这个角度看,传统中国的商路、商帮、商号、票号和钱庄,以及传统会计方法对中国传统社会的发展,无疑起到了非常重要、积极的作用。

与此同时我们也发现,几千年来中国商业在发展的同时,商人的权益和地位却没有得到很好的制度性保障,商业的发展还会遭受种种严苛环境的磨砺甚至限制打击。商人因而往往缺乏一种安全感和对商人身份的应有的认同感。正是在这样的一种背景下,抑商现象比比皆是,几乎成为传统时代的一种社会潮流。一面是商业的不断发展和商人队伍的日趋壮大,一面是商业环境的严峻和商人的不断被打压,这看似矛盾的场景却在中国传统社会商业发展史上不断上演。这种现象如何认识?对今天有何深刻的启示?这些都是

颇值得深思的问题。

今天，中国商业史学会与高等教育出版社合作的“中国商贸经典文化”项目，编写了《中国商路》《中国商帮》《中国商号》《中国金融文化》《中国会计文化》这五本书，就是要弘扬商贸文化，感受商贸的魅力，让商贸更大地发挥对富强国家、造福人民、传播文化和发展社会的推动力量！同时也要通过考察、研究中国传统时代商路、商帮、商号、票号和钱庄的兴衰发展演变的历史规律，来为破解现代中国商业和文化发展的密码提供帮助。同时，我们也希望这几本书能够为财经商贸、旅游类专业师生和对商贸文化感兴趣的朋友学习选用，为中国传统商业文化的传播做一些有益的贡献。如此，则我们的心愿就达到了。

中国商业史学会会长 

2017年6月28日于北京

前言



“中国金融文化”
在线开放课程

本书是2015年国家新闻出版改革发展项目库的“中国商贸经典文化”出版项目子项目中国金融文化在线开放课程的建设成果之一。本书的编写以“创建中国商贸文化课程体系，发掘中国商贸经典故事，总结‘以商富国、以商福民’的商贸文化内涵，传承民族优秀商贸传统，推进商贸经典文化进教育，拓展弘扬优秀传统文化新领域”为指导思想，挖掘和阐释中华优秀传统文化金融文化，使学生不但了解中华民族的历史文化，而且学习中华民族传承下来的价值理念、道德规范、商贸精神、商业思想，做到古为今用、推陈出新。在内容和教学组织安排上，突出知识传授与能力培养的融合，把学生的职业思维观念和职业能力培养作为教学的重心，将核心知识、核心能力与文化素养进行有机地结合。在形式上，实现了在线开放课程与新形态一体化教材的“互联网+”式互动，以知识点和技能点为颗粒度，建设了大量包括课程标准、微课、动画、视频、课件、习题等在内的丰富的数字化教学资源。

本书围绕“创建中国金融文化课程体系，发掘中国金融经典故事，总结‘披沙拣金、融会贯通’的金融文化内涵，传承民族优秀金融传统，推进优秀金融文化进课堂”的具体目标，“写金融故事，颂金融精神，讲金融意义，描述金融历史和演变”，以中国货币演进及文化、中国金融机构演进及文化为两条主线，介绍中国各种货币演进发展的历史、中国主要金融机构产生发展的历史，以及在金融业发展进程中出现的各种文化现象。全书分为十一个专题，每个专题由故事导入、基本知识、小故事、拓展阅读、自测题等部分组成，让学生在 学习中思考、在思考中学习，切实调动学生的积极性和主动性。

为了达到较好的教学效果，本课程建议设置36课时，各专题参考课时如表0-1所示。

表 0-1 各专题参考课时

专题序号	教学专题	参考课时
一	中国货币文化的缘起	2
二	中国铜钱文化	4
三	中国白银货币文化	2

续表

专题序号	教学专题	参考课时
四	中国黄金货币文化	2
五	中国纸币文化	2
六	中国典当文化	4
七	中国钱庄文化	4
八	中国票号文化	4
九	中国银行业文化	4
十	中国保险业文化	4
十一	中国证券业文化	4
总计		36

本书由周建松、章金萍主编，参加编写的人员及具体编写分工为：朱海城（专题一）、于继波（专题二和专题五）、俞滨（专题三和专题四）、章金萍（专题六）、陈亮（专题七和专题八）、潘锡泉（专题九）、沈洁颖（专题十）、徐侃（专题十一）。最后由周建松、章金萍对全书进行统稿及最终定稿。

本书在编写过程中，参考了大量著述和资料，在此一并致谢。

由于时间仓促，编者水平有限，不足之处在所难免，敬请批评指正。

编 者

2017 年 6 月

目 录

专题一		
中国货币文化的缘起	1.1 源于自然的货币——贝币	002
	1.2 布币与中国农耕文化	006
	1.3 刀币与中国渔猎文化	010
	1.4 圜钱与纺轮文化	015
专题二		
中国铜钱文化	2.1 古代铜币演变	023
	2.2 现代机制铜币的发展	030
	2.3 铜币与中国文化	037
专题三		
中国白银货币文化	3.1 白银货币的产生与发展	050
	3.2 白银货币的制度文化	054
	3.3 白银货币的铸造与计量文化	060
专题四		
中国黄金货币文化	4.1 中国黄金货币文化的产生与发展	073
	4.2 中国黄金货币文化的历史、现状与展望	082

专题五		
中国纸币文化	5.1 交子的诞生及古代纸币制度发展	090
	5.2 近代中国纸币制度的演进	098
	5.3 人民币	103

专题六		
中国典当文化	6.1 源于质贷的中国典当业	116
	6.2 典当业的经营文化	128
	6.3 典当业的建筑文化	136

专题七		
中国钱庄文化	7.1 经济社会的发展与钱庄的产生	149
	7.2 钱庄的制度文化	152
	7.3 浙商钱庄	163

专题八		
中国票号文化	8.1 票号的产生与汇通天下	175
	8.2 票号的经营管理文化	181
	8.3 出类拔萃的票号	194

专题九		
中国银行业文化	9.1 中国近现代银行业的演进	205
	9.2 中国银行业文化的内涵、 特征与具体表现	213
	9.3 中国银行业品牌及其文化	223

专题十		
中国保险业文化	10.1 中国民族保险业的诞生和兴起	237
	10.2 中国保险文化的内涵及核心价值观	249
	10.3 中国保险业品牌及其文化	251

专题十一		
中国证券业文化	11.1 中国证券业文化基础	267
	11.2 中国证券文化的两面性与创新性	273
	11.3 中国证券业制度文化、 法治文化与合规文化	281

参考文献	289	
------	-----	--

中国货币文化的缘起

知识目标

通过本专题的学习，理解中国货币文化的缘起，认识夏商周时期主要的货币及其演变，理解夏商周时期主要货币与文化的关系。

能力目标

通过本专题的学习，能够分析中国货币文化的缘起，辩证地看待古代货币对文化的交互作用。

基本文化素养目标

通过本专题的学习与训练，养成勤于分析和思考的能力，乐于学习和探究的态度，善于合作和创新的精神。

诗歌赏析导入

贝壳
席慕蓉

在海边，我捡起一枚小小的贝壳。

贝壳很小，却非常坚硬和精致。

回旋的花纹中间有着色泽或深或浅的小点，如果仔细观察的话，在每个小点周围又有自成一圈的复杂图样。

怪不得古时候的人要用贝壳来做钱币，在我手心里躺着实在是一件艺术品，是舍不得拿去和别人交换的宝贝啊！

❶ 你知道吗？

—

1. 你知道“宝贝”一词的由来吗？

2. 席慕蓉的诗道出了贝壳能成为货币的一些原因，你能找到几个原因？

1.1 源于自然的货币——贝币

1.1.1 中国货币的起源

货币是商品交换的产物，货币的出现是生产力发展的结果。

在我国远古时期，因为生产力水平低下，物质极不丰富，所以一个部落或者一个家庭没有多少剩余产品可以用来交换，部落或家庭之间偶尔发生的交换活动也只是以物易物。随着生产力的发展和社会的进步，社会物质财富相对丰富了，以物易物的交易方式已经越来越不能适应社会生活的需要了。大约在原

始社会末期,出现了人们普遍接受的实物货币。一般来说,游牧民族用牲畜、兽皮等作为实物货币,而农业民族则以五谷、布帛、农具、陶器、海贝、珠玉等充当实物货币。考古发掘的新石器时代晚期遗址中,如半坡出土了大量的陶罐;大汶口文化墓葬中,发现大量猪头和下颌骨。这些都表明猪和陶器在原始社会后期可能充当过实物货币。

但是作为货币,猪、牛、羊等牲畜不易分割,五谷会腐烂,珠玉太少,刀铲笨重,故最后集中到海贝这一实物货币。中国文化发源地在黄河流域,而贝类主要生长于热带亚热带浅海,相距甚远,不易获取,因此海贝较为珍贵,具备了作为货币的属性之一——稀缺性。海贝小巧玲珑,色彩鲜艳,坚固耐用,便于携带和计数,可作颈饰,有使用价值,因此在长期商品交换中被遴选为主要货币。

朋是贝的单位,但说法不一。《说文解字》(简称《说文》)贝字下注:古者以二贝为一朋。王国维说:殷制五贝一系,二系一朋,因为古文朋字确像二系,而五贝不能分为二系。《毛诗》郑笺曰:古者货贝,五贝为朋。古代贝币近似圆形,为了便于用绳索穿起来,上面凿一小孔,与后世的环钱及秦半两的基本特征有相似之处。

1.1.2 天然海贝及其演化

1. 贝的种类

(1) 海贝。海贝可分为贝子与紫贝。海贝是我国货币史上一类重要的实物货币,最早的贝币就是天然海贝。

(2) 环纹贝。是中华人民共和国成立前后出土的贝币,呈卵圆形,背部高隆,顶部周围有一圈橘红色的环纹。环纹内有的呈淡褐色,有的为淡灰蓝色;环纹外呈灰褐色或灰白色。

(3) 虎斑贝。这种贝是殷商、西周时期的实物货币,流通于中原及某些沿海地区。亦有说法称该贝只是一种珍宝,并未实现货币的职能,较为罕见。

(4) 拟枣贝。这种贝是夏、商、西周时期的实物货币,流通于中原和某些沿海地区。形体略显瘦长,背部光滑似枣,两侧无结节。



微课

贝币的演化

（5）阿文绶贝。这种贝是殷商、西周时期的实物货币，形似虎斑贝。腹部稍平，壳口狭长，两缘有齿状突起。

2. 贝币的仿制品

商代中后期，随着商品经济的发展，交易范围的不断扩大，中国北方因不易获得数量众多的南方海贝，贝币出现了供不应求的局面，这时，便出现了用其他材料仿制的贝币，包括石贝、骨贝、陶贝、玉贝、铜贝等。

石贝的价值相对较低，骨贝、陶贝的价值稍高。骨贝是用兽骨刻成的，较扁平，上下两端较锐，成板状的枣核形。一般因与铜器长期接触，出土时，骨贝多呈翠绿色或淡绿色。玉贝，其交换的价值相当于或略低于天然货贝。但春秋之后，玉贝逐渐失去了它的流通功能，变成了一般饰品，有的也做殉葬品。铜贝是人类最早的金属铸币。最初的铜贝铸行于商朝后期。

贝币一直使用到秦始皇统一全国后，秦始皇统一货币为“秦半两”，贝币等原始货币被废除，所以在《说文·贝部》中有“古者货贝而宝龟，周而有泉，至秦废贝行钱”的记载。

拓展阅读	贝币在印度	在九、十世纪的印度，仍有一些地区在使用贝币。苏莱曼（851年）记载：拉赫玛王国……居民用贝壳进行交换，这是王国的货币，也就是说王国的财产。马苏第（943年）也有类似的记载：（拉玛赫王国）通商贸易用贝壳，贝壳是国币。《旧唐书·天竺国传》亦说：以齿贝为货。 请思考：古代印度也曾使用贝币，由此你想到了什么？
-------------	--------------	---

1.1.3 贝币与中国传统文化

1. 金属贝币与冶炼文化的关系

贝壳曾是原始先民重要的饮水器具，也是重要的颈饰物品，且得之不易。因而，贝壳自然充当了社会上层人员互相馈赠的礼品和赐赏的佳品。经过馈赠、