

The Series of
Shandong Merchant Culture

鲁商文化丛书

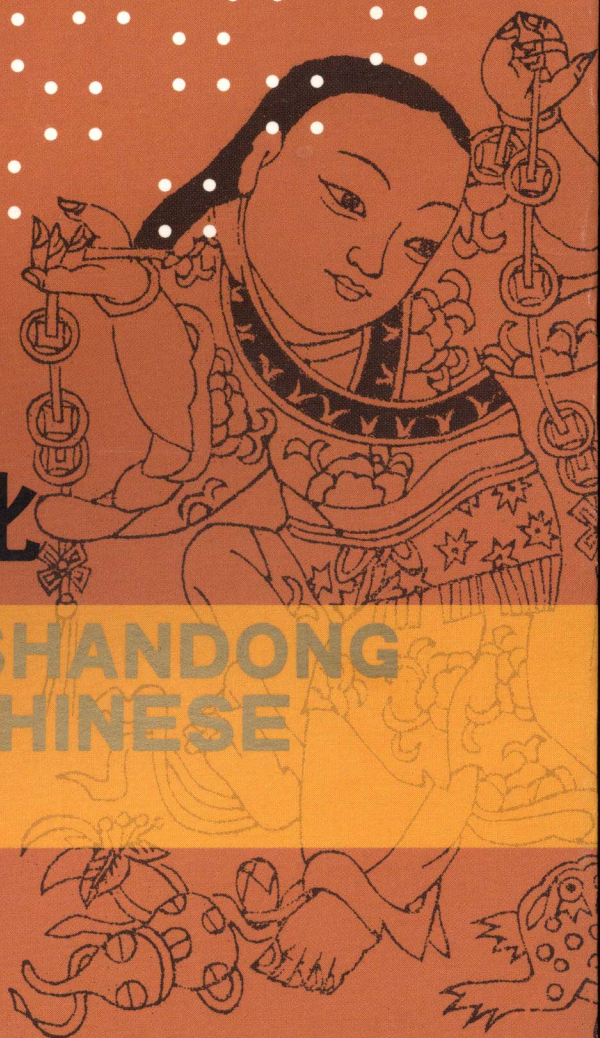
张全新 刘宝莅 总主编

李鑫生 著

鲁商文化与中国商帮文化

CULTURE OF SHANDONG
MERCHANTS AND CHINESE
MERCHANT BLOCs

山东人民出版社



The Series of
Shandong Merchant Culture
鲁商文化丛书

鲁商文化与中国商帮文化

李鑫生 著

THE CULTURE OF SHANDONG
MRECHANTS AND CHINESE
TRADING BLOCS



山东人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

鲁商文化与中国商帮文化/李鑫生著. —济南: 山东人民出版社, 2010. 6

ISBN 978-7-209-05287-0

I. ①鲁… II. ①李… III. ①商业史—研究—山东省
IV. ①F729

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 055236 号

出版统筹: 金明善

出版组织: 刘海涛 丁 莉

责任编辑: 马 洁

装帧设计: 蔡立国

鲁商文化与中国商帮文化

李鑫生 著

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

社 址: 济南市经九路胜利大街 39 号 邮 编: 250001

网 址: <http://www.sd-book.com.cn>

发行部: (0531)82098027 82098028

新华书店经销

山东新华印刷厂印装

规 格 16 开(165mm×238mm)

印 张 26.5

字 数 310 千字 插 页 2

版 次 2010 年 6 月第 1 版

印 次 2010 年 6 月第 1 次

ISBN 978-7-209-05287-0

定 价 53.00 元

如有质量问题, 请与印刷厂调换。电话: (0531)82079112

总序

李群

齐鲁大地，物华天宝，人杰地灵。寻访山东大地，颇感中华文明光辉璀璨，熠熠传承。在历史的演进过程中，博大精深、源远流长的齐鲁文化孕育了包括自强不息、厚德载物的文化精神，锐意进取、追求卓越的发展理念，崇德重义、诚实守信的价值准则，以人为本、和谐共荣的经营哲学等具有鲜明特色的鲁商文化。改革开放以来，齐鲁大地之所以“群象经济”崛起，涌现出一批在全国甚至在全世界都有影响的大企业和大企业家，重要的一点就是其植根于齐鲁文化沃土，汲取民族文化精髓，传承着具有优秀历史文化传统和独特价值体系的鲁商文化。

作为一个群体，鲁商的足迹遍布世界上几乎所有的国家和地区，在世界范围内产生了良好的口碑。鲁商是在中华民族传统文化背景下成长发展起来的。近几年来，全国各地有识之士和许多海外人士，瞩目于鲁商和鲁商文化，他们从不同渠道向山东传递一个信息，那就是为了能让鲁商更好地走向全国、走向世界，让世界更多的人了解鲁商，让鲁商更好更全面地融入世界经济之大潮，希望能编纂出版反映鲁商文化的著作。

正是在这样的历史文化背景下，中共山东省委宣传部组织省内外社科理论工作者，以开放的视角，考证鲁商文化的历史渊源，通过个案研

究、比较研究、区域研究，梳理历史上鲁商代表人物和重要事件，努力挖掘鲁商文化内涵及体系特征，分析当代新鲁商文化内涵，提炼鲁商文化的基本精神。

这套丛书的作者，是由多学科的学者组成的群体，有历史学、社会学、文化学、管理学、经济学、政治学等方面的专家教授，也有政府实际工作部门的领导和理论工作者。他们通过收集整理丰富的史料，进行广泛深入的调查研究，努力把波澜壮阔的鲁商文化发展脉络全方位地展现出来。

这套《鲁商文化丛书》，包括《鲁商文化概论》、《鲁商文化史》、《鲁商文化与齐鲁文化》、《鲁商文化与中国商帮文化》、《鲁商文化与中国传统经济思想》、《鲁商文化与现代企业管理》、《新鲁商文化与现代企业文化建设》、《鲁商撷英》、《周村商埠文化与鲁商文化研究》、《鲁商与运河商业文化》、《古代鲁商文化史料汇编》和《近代鲁商史料集》，共12卷。由于资料和时间所限，也由于有些观点学术界尚存争议，所以该丛书还有许多需要今后完善之处，在此，也请海内外专家学者及广大读者等一切有识之士，提出宝贵意见。

该丛书的出版，适逢上海世博会召开。在此，山东人民愿将此书作为一份厚重的礼物献给世界性历史性盛会——上海世博会，献给一直关注关心着山东和鲁商发展的广大中外读者。

目 录

总 序	1
-----	---

第一章 中国商帮概述	1
------------	---

一、商帮的产生及历史作用	2
二、古代商业的发展为帮会的形成和发展奠定了社会基础	4
三、工商奴隶的出现是中国古代商人的雏形	12
四、私商的出现标志着职业商人群体的诞生	14
五、古代商业文化的初步形成	18
六、商帮的特征和局限	20

第二章 地域文化孕育了不同商帮	22
-----------------	----

一、地缘经济孕育了中国商帮	22
二、传统文化孕育了商帮文化	25
三、不同地域文化形成了商帮的不同特点	27
四、商帮的文化核心及承接关系	30
五、中国商帮的发展趋势	32

第三章 古代十大商帮中的鲁商 37

- 一、明清十大商帮的出现 37
- 二、特定历史环境中的鲁商 41
- 三、鲁商的文化特征 52

第四章 鲁商的文化性格分析 75

- 一、厚道耿直，淳朴坦率 75
- 二、义气当先，气节至上 78
- 三、重诺守信，言行必果 80
- 四、中庸含蓄，大智若愚 84
- 五、重视伦理，以德为本 86
- 六、勇猛刚烈，智勇率真 87
- 七、吃苦务实，勤劳节俭 90
- 八、好汉意识，争强好胜 92
- 九、五常之道，知行合一 94

第五章 鲁商与晋商 98

- 一、历史的见证 98
- 二、晋商是最早把儒家学说引入商业文化的典范 102
- 三、鲁商文化与晋商文化的比较 105
- 四、鲁商对晋商的借鉴 108

第六章 鲁商与徽商 115

- 一、古代徽商在山东的经营活动 116
- 二、鲁商与徽商的比较 122
- 三、当代鲁商与徽商的合作 131
- 四、鲁商对徽商的借鉴 134

第七章 鲁商与粤商 146

- 一、历史上粤商在山东的商业经营 147
- 二、粤商促进了山东工商业的发展 149
- 三、粤商促进了鲁商商业活动范围的拓展 152
- 四、鲁商与粤商的商业性格比较分析 155
- 五、鲁商与粤商的经济与社会发展比较 162

第八章 鲁商与苏商 167

- 一、历史上苏商在山东的商业活动 167
- 二、苏商对山东工商业的带动 170
- 三、鲁商与苏商的协作 173
- 四、鲁商与苏商的比较 176
- 五、鲁商对苏商的借鉴 184

第九章 鲁商与浙商 189

- 一、历史上浙商在山东的商业活动 189
- 二、当代鲁商与浙商的合作 195

三、鲁商与浙商比较	200
四、鲁商对浙商的借鉴	206

第十章 鲁商与闽商 218

一、闽商与鲁商合作的历史见证	218
二、闽商促进了鲁商的工商经营	221
三、当代鲁商与闽商的合作	223
四、鲁商对闽商的借鉴	227

第十一章 改革开放中的鲁商发展轨迹 234

一、恢复生存和复苏阶段（1978 ~ 1982）	236
二、民营经济的第一次发展浪潮（1983 ~ 1988）	238
三、徘徊不前阶段（1988 ~ 1992）	241
四、高速发展阶段——第二次发展浪潮（1992 ~ 1996）	242
五、持续快速发展阶段——第三次发展浪潮（1997 ~ 2001）	244
六、全面、高速、稳定发展阶段（2002 ~ ）	247

第十二章 鲁商现状分析 254

一、鲁商在富民强省战略中的地位	255
二、鲁商企业当前的基本态势	258
三、鲁商与苏商、浙商、粤商、沪商的比较	272

第十三章 鲁商家族企业的发展特征 298

一、家族企业的历史必然性	299
--------------	-----

二、家族企业是鲁商首选的创业方式	312
三、鲁商家族企业的特征分析	313
四、鲁商家族企业的类型	315
五、鲁商家族企业的发展趋势	322
六、鲁商家族企业的管理创新	327
七、鲁商家族企业对海外经验的借鉴	330
第十四章 鲁商社会阶层分析	337
一、私营企业主是一个迅速崛起的新社会阶层	337
二、私营企业主阶层是一个推动社会进步的阶层	342
三、私营企业主阶层的总体构成和社会文化特征	347
四、私营企业主的一般经营形式	351
五、私营企业主的社会地位	354
六、私营企业主的总体特征	356
七、对私营企业主阶层的多角度透视	364
八、为私营企业主阶层正名	368
第十五章 鲁商的发展战略	373
一、鲁商经济面临的机遇和挑战	373
二、鲁商发展的战略举措	389

第一章

中国商帮概述

山东大地，是一块古老而又神奇的土地。她背靠欧亚大陆，面向太平洋，腹地广阔，位置独特。山东，雄踞祖国东方，地处中国沿海中部，北通京津，南及宁沪，隔海与日本韩国相望。美丽富饶的胶东半岛直插渤海与黄海之间，翘首傲视，状如昆仑出世。古人称山东“负海而扼天下之吭”，是“天下制胜之地”。“山东安而天下皆安”，可见自古以来，山东在全国就具有举足轻重的地位和作用。

鲁商，这个古韵悠悠的商帮就是在这块大地上产生、发展、壮大起来的。从春秋战国起始，到汉朝的初具规模，到明清之际的高峰，直至今天的兴旺发达。

中国的传统商帮有不同的划分方法，但在明清之际，公认的十大商帮是：晋商、徽商、鲁商、浙商、粤商、闽商、苏商、龙游商、洞庭商、陕西商、江西商。而在当代则公认为有五大强势商帮，即：徽商、晋商、浙商、粤商、鲁商。

其中，徽商和晋商的辉煌在明清达到顶峰，此后却一蹶不振；粤商后来居上，尤以潮汕帮影响最大，曾经统治了20世纪后20年的中国商界，在港澳、东南亚也有很强的辐射力；浙商中的宁波帮在近代影响很大，是上海商业文化的主要源头之一，近年来浙商复兴势头很猛，势力遍布全国；而鲁商历史最悠久，生命力也最顽强，稳健而有力。它在自

己的发展历程中，没有太多的大起大落，而是一直平稳地向前发展，不管天下多少风云，鲁商一直保持着一种特有的沉稳，一种无法阻止的执著，从事着自己的事业，演绎着自己的历史，从春秋战国延续到了今天。

山东一直是中国的文化中原。山东文化保持了较长跨度的连续性，商业文化则一直保持了它的厚重和坚韧。所以鲁商具有鲜明的地域特征和文化特征。

一、商帮的产生及历史作用

1. 帮会的雏形

商帮古已有之，古代丝绸之路就已留下它的传奇故事，从历史中我们可以找到它的原型。在历史发展的各个时期，帮会的表现形式是不同的。它是随着社会、文化、经济的发展，在一定区域内、一定时段在资源整合上自发形成的一种组织形式。

中国商人的成长及商人队伍的壮大可谓一波三折。一般认为，中国商品经济的发展经历了秦汉、唐宋、明清三次高潮。与此相应，商人的成长也有三个生机勃勃的时期。早在秦汉之际，就有富商大贾周游天下；唐宋时代发生的社会经济变革，促进了当时商品经济的发展，也造就了一代商贾；明清之际，经济社会有了进一步的发展，出现了富有特色并与地域文化相统一的商帮群体。

中国商帮的形成是经济与文化发展的产物。首先它是中国最早商业出现的产物，因此，研究中国的古代商帮不能不研究中国古代的商业。

2. 帮会是自发的群众组织

从历史发展看,帮会是个必要的商业组织,全国各地的各种办事处实际上都在发挥这种作用,但没有用这个名称。帮会是一种自发性的群众组织。实际上内地在招商引资时,也是到外地将当地的本地人组织起来,如泰国华商会、潮州商会等都是这一形式。

以文化群体为单位,认同同一文化的商会,对经济发展的作用是很大的,但需要政府引导,并充分利用。

3. 帮会的作用

商帮在商业往来中起了很大作用,有效地整合了商业资源。毕竟个体资源是有限的,想获得更大发展就需要更多的资源。大家都有这个需求,组合起来,作为互助形式,形成内部的游戏规则。它们的内部也有一个分工,按每一个买卖进行,每做一桩买卖,大家就会决定谁负责买卖、谁负责运输、谁负责产品的完好无损。但帮会的内部成员很不稳定,在一桩桩买卖中形成并更换,时间长了也会形成一些固定的不成文的潜规则,不像企业那样形成固定的组织。不可否认,商帮在整个商业往来中发挥了很大作用,其内部共同分享资源,在竞争中获取优势,但弱点明显,个人意图突出,整体利益很少。

帮会的作用很多,包括相互之间的团结合作、互补、信息交流等,尤其对各地政府招商引资意义重大,可以引导籍贯所在地经济的发展;其次是互助性,但需要成功的引导。

发展到今天,这股完全起源于民间的力量,以一种现代的自治组织形式——民间商会,继续出现在中国的商业舞台上。而最终他们将成为中国社会格局中一支举足轻重的力量。从民间来讲,帮会能吸引更多人的关注。现在讲究文化搭台,经济唱戏,它也是从传统中吸取力量,找

一个历史的根源和依据去做，充分发挥文化的影响。在现代社会通常是一种创新，加以重新阐释，促进当地经济发展，如山西的打造新晋商文化。山西这个地方封闭，小农经济较浓，现在这样做的结果是鼓励山西人走出去，重振雄风。

中国具有悠久的历史，作为士农工商四民之一的商，一直是推进社会经济发展的不可或缺的力量。

二、古代商业的发展为帮会的形成和发展奠定了社会基础

中国古代商业及其不断发展，既是商帮出现的社会基础，也是其不断发展和完善的社会条件。因此，在分析中国古代商帮的形成过程中，首先要研究分析中国古代的商业发展。

1. 古代商业的产生

具体说来，中国古代商业有以下特征：

第一，剩余产品的出现，使商业成为可能。

商业是一个重要的国民经济部门，它是联系生产与消费、工业和农业的桥梁。在今天看来，没有商业，人们的生产和生活将受到巨大影响。然而，商业却不是与人类并生的。人类诞生了300多万年，而商业出现才几千年，在远古漫长的岁月里，人类社会没有商业。

到原始社会末期，生产产品有了剩余，出现了社会分工以后，在不同产品所有者之间发生了“以其所有，易其所无”的交换。这种交换的初始形态，是生产者之间物与物的直接交换。以后才作为交易媒介的货币和居间的商业出现。要认识古代中国商业的起源，就得从物与物的交换谈起。

从历史发展的总体情况看，母系氏族社会时期，在产品偶然出现剩余时，才有氏族之间发生交换的可能，但这只是偶然的个别的行为。随着生产力的提高，农业和畜牧业普遍发展起来，促使社会分工进一步发展，交换就由偶然、个别的行为，转变成经常、普遍的行为。《易·系辞》说：“包牺氏没，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。”市场的出现，说明交换已经是经常、普遍的行为了。即便这样，神农氏时代还不能算是有商业，只能算是有商业萌芽。因为它是生产者之间物与物的直接交换，没有一般等价物充当交换的媒介，也不是以牟利为目的。

到父系氏族社会，交换关系达到相当高的水平，性质也在变化。孔子说：黄帝“设五量”，是说黄帝时代创造了度、量、衡、亩和数。这些创造保证了交换的公平与合理。所以，孔子评价说：它起到了“抚万民、度四方”的作用。尧时，“宫中三市”。在尧所居住的邑内有三个常设的市场，显然，当时交换是很平常的事情。《史记·五帝纪》说：舜“作什器于寿邱，就时于负夏”。“寿邱”和“负夏”，都是古地名；前者在鲁都曲阜东门之北，后者在鲁都曲阜西面。“就时”即乘时逐利。舜将手工制品从寿邱贩运到负夏去卖，目的是乘时牟利。舜的交换活动是：“顿丘买贵，于是贩于顿丘；传虚卖贱，于是债于传虚。”顿丘缺少某种物品，所以“买贵”，而那种物品在传虚盛产。这样，舜就利用两地的差价，通过交换牟利。舜的交换活动很有商业味道。

伴随着商业发展应运而生了各种商业货币形态。

《史记·平准书》说：“虞夏之币，金为三品，或黄，或白，或赤，或钱，或布，或刀，或龟贝。”司马迁认为，虞舜夏禹时有货币，而且货币种类很多。但是，至今没有考古证据让人相信虞舜时代存在货币，所以，舜的交换活动是否使用了货币，还是个疑问。

古代中国使用货币始于夏代。司马迁提到夏代的货币有“龟贝”。“龟”在夏代用于占卜，不可能成为货币流通；“贝”作为货币流通完全可能。“货”字从贝从化；化，变化，含交易的意思；而交易则用“贝”。由此可见，“货”字本身暗藏着货币起源于海贝的信息。在汉字中，跟货币有关的字大多带“贝”旁，如贡赋、贿赂、贫贱、買賣（买卖）、赏赐、贮、贪、赈、贩、赊、贷等。这说明早在汉字形成之前，贝已经作为货币在交换中充当媒介了。这个认识得到考古材料的支持。

夏代不仅出现了货币，而且出现了专门从事交换工作的商人。商，原本是居住在黄河下游的一个古老部落。传说商的远祖名契，契佐禹治水，因功始封于商（今河南商洛县）。商部落畜牧业比较发达，常以畜牧跟其他部落交换。契的六世孙王亥发明服牛（仆牛）技术，开始驾牛车到黄河北岸扩大贸易。在一次贸易中，狄人有易氏杀死王亥，夺走牛车和其他财物。王亥之子上甲微起兵灭掉有易氏，报仇雪恨。这件事情在先秦典籍《易》卦辞和系辞、《世本》、《竹书纪年》、《楚辞》、《吕览》和《山海经》中都有记载。王国维先生发现在殷墟卜辞中称王亥为高祖，祭祀王亥礼仪最隆重，有一次用牛竟达三百头。王亥生活在夏代，“商人”和“商业”之名起源不与夏部落相联系，而与商部落相联系，足见商部落是以专门从事交换闻名的。那么，夏代已出现商人是可信的。

夏代既有作为交换媒介的货币——玄贝和专供交换的市场，又有专门从事交换、以牟利为己任的商人，根据这些情况，我们说商业在夏代已经初具雏形，这决不是无稽之谈。如果保守一些，把古代中国的商业形成推迟到商代早期，在学术界没有疑问。

在荷马史诗中，我们可以找到用牛作价值尺度的描写，如讲一套

盔甲值九头牛，一名女奴值四头牛。当时希腊可能是用牛作货币的。总之，荷马史诗时代希腊的交换关系不如中国夏代的交换关系发达。

或许有人会问：古代中国以玄贝为货币，古代希腊以牛为货币，它们都属于实物货币，以玄贝为货币难道就比以牛为货币先进吗？

马克思在《政治经济学批判》第二章中说：“只要理解了货币的根源是在于商品本身，货币分析上的主要困难就克服了。”正像马克思在《资本论》中分析的那样，货币是交换的结晶，由于交换的扩大与加深，发展了在商品性质中的使用价值与价值的对立。为了方便交易，就需要把这种对立外部地表现出来，这就要求有一个独立的商品价值形态，从而促使某种商品变成其他商品的等价物——货币。换句话说，货币是在交换过程中，从一般商品中分离出来，成为一种与其他商品相对立的特殊商品的。

首先取得货币形态的东西，不是一种，而是多种；并且在不同地区和不同情况下也不一样。比如工具——斧、刀、锛，牲畜——牛、羊、猪，外来交换品——珠、玉、贝等，都曾取得过货币形态。这种情况，无论在古代中国，还是古代世界，都是一样的。但是，这些首先取得货币形态的东西，充当货币的时间长短不一样。它们当中，以海贝充当货币的时间为最。在古代中国中原地区，从夏商至秦统一，贝币使用长达1300年；在古代中国边地云南，从春秋晚期到明末清初，贝币使用长达2100多年；而两者衔接起来，在古代中国，贝币使用长达3400多年。

为什么海贝充当货币的时间最长呢？因为跟其他那些首先取得货币形态的东西相比，海贝天生具备货币的几种职能：第一，海贝光泽绚丽，作为装饰品，深受人们喜爱，有使用价值。第二，海贝有天然单位，既可以一个个分离可数，又可以穿孔串联起来，便于表示商品价格差别。在冶炼金属技术尚不发达的古代，海贝的天然单位具有成为货币