

可爱的南京丛书

第三辑

丛书主编 陈安吉



后文洙 崔书玖 编著

南京商贸史话

南京出版社

可爱的南京丛书

第三辑

丛书主编 陈安吉

南京商贸史话

后文洙 编著
崔书玖

南京出版社

图书在版编目(C I P)数据

南京商贸史话 / 后文洙编著. - 南京: 南京出版社,
1999.5

(可爱的南京丛书 / 陈安吉主编)

ISBN 7-80614-461-7

I . 南 … II . 后 … III . 商业经济 - 经济史 - 南京
IV . F729.531

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 08860 号

可爱的南京丛书

南京商贸史话

后文洙 崔书玖 编著

南京出版社出版发行

(南京市北京东路 41 号 邮编 210008)

丹阳市教育印刷厂印刷

开本 850 × 1168 毫米 1/32 印张 8 字数 185 千

1999 年 5 月第 1 版 1999 年 5 月第 1 次印刷

印数 1 ~ 5000 册

ISBN 7-80614-461-7

F · 23 定价: 8.50 元



目 录

丛书第三辑总序 陈安吉(1)

引 言..... (1)

南京商贸源头

早期产品交换活动 (2)

六朝建都 商贸兴起

东吴立“市” 农商并茂 (7)

“聘使贸易”、“互市”和“军市”..... (11)

东晋出现“草市” 南朝市场兴旺 (13)

王公开“邸店” 僧尼放高利贷 (17)

皇妃派人劫市场 (20)

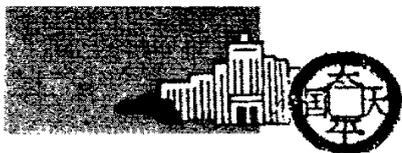
六朝海外交往和通商 (23)

从江边小邑到商贸名城 (26)

隋唐时期 重建商贸

隋代商贸遭受浩劫 (30)

唐代后期商贸崛起 (33)



两宋元代 市场放开

- 北宋突破坊市制度····· (37)
南宋商贸市场活跃····· (41)
元代粮食、丝织品走俏市场 ····· (45)

明代商贸 再现繁荣

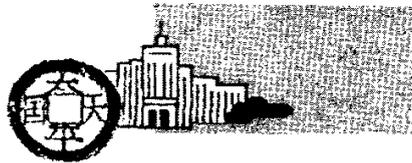
- 明初推行扶农恤商政策····· (49)
严格的市場管理和盐茶专卖····· (52)
铺户贸易兴旺 廊下买卖盛行····· (55)
郑和七下“西洋” 开通亚非商道····· (59)
《南都繁会图卷》反映的市場风貌····· (62)
“深松居”——南京第一家素菜馆····· (65)
明代徽商称雄南京····· (68)

清代商贸有起落 “天京”商业曲折多

- “秣陵之民善织” 摆脱市場萧条····· (73)
南京布销海外 金饼糖受欢迎····· (77)
清代中期 市場转旺····· (80)
南京的“会馆”····· (84)
“天京”商业曲折多····· (88)
清末南京开埠····· (93)
“南洋劝业会”在南京举办····· (96)

民国时期 商业转型

- 民国初期传统商业发生变化····· (100)
英商和记洋行····· (104)



提倡国货运动和“首都国货陈列馆”……	(108)
南京第一家大商场——中央商场开业 …	(112)
日伪统治下的南京商贸 ……………	(116)
市场无货不“美” 官僚买办资本泛滥 …	(120)
“商联会”和“商人节”……………	(122)
物价飙升 店家货架空空……………	(125)
风起云涌的消费合作社……………	(128)

发展中的南京现代商贸

国营商业初露头角……………	(131)
开展城乡物资交流 粮油棉统购统销 …	(134)
私营商业的社会主义改造……………	(137)
“大跃进”和商业网点撤并……………	(140)
贯彻“八字方针” 缓和市场矛盾……………	(143)
“文革”十年的南京商贸……………	(145)
拨乱反正 商贸趋向新发展……………	(148)
横向联合·“抢购风”·承包经营……………	(150)
名鱼佳蔬一度走俏市场……………	(154)
新型商业协会应运而生……………	(157)
大型商场实行股份制……………	(159)
“八五”期间商贸业突飞猛进……………	(161)
对外贸易大发展 内贸企业搞“外向” …	(165)
新型文明商业街——湖南路……………	(168)
加速市场建设 迎接新的世纪……………	(172)

老南市·老行业·老字号

上新河木材市场和中华门外米行大街 …	(176)
--------------------	-------

- “黑市”..... (179)
- “花市大街”..... (182)
- 花牌楼书市..... (184)
- 夫子庙元宵花灯市场..... (187)
- 花鸟市场 情趣盎然..... (190)
- 庙市合一的夫子庙东、西市场..... (193)
- 老商业中心三山街与新商业中心新街口... (196)
- 南京旅店业话旧..... (199)
- 金陵美食业..... (202)
- 重阳卖糕是南京传统的老行业..... (205)
- 茶馆业和浴室业..... (207)
- 古玩店和旧书业..... (210)
- 兴盛一时的酱园业..... (212)
- 南京商贸行业楹联..... (214)
- “泰和生”中药店..... (216)
- 南京曾有七家张小泉剪刀店..... (219)
- 清真马祥兴菜馆..... (222)
- 胡开文墨店和溧水贡笔..... (225)
- “老天福”绸布店..... (227)
- “眼镜王”和“钟表大王”..... (230)
- “要做好衣裳,女金谷,男顺昌”..... (233)
- 鹤鸣鞋帽店..... (236)
- 老字号的店招及青龙牌..... (238)
- 后记..... (240)



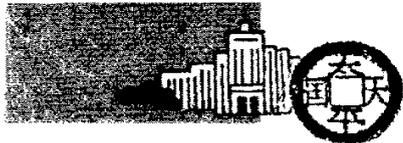
丛书第三辑总序

陈安吉

在《可爱的南京》丛书第二辑推出后不到一年的时间,第三辑又陆续与广大读者见面了。

每当一部新的书稿在我手中阅改定稿时,内心就感到一些宽慰。因为我始终记着我在丛书第一辑的《总序》中向广大读者表达的心愿——希望这套反映南京可爱之处的丛书能够继续编下去。当然,反映南京的可爱之处的好题材并不是我和我的同事们所能穷尽的,但我觉得通过我们的努力,似乎在向那个充满希冀的目标一步步靠近。

第三辑的五本,选取的是邮票、六朝石刻、雨花石、商贸等题材。这些题材是以前两辑所未写过的,但在叙述方法、语言风格上则依然与前两辑一脉相承,即:循着历史发展的脉络,用通俗生动而又平实简洁的语言,描述一个个富有典型意义的历史片断,其场景、人物、事件都散发出浓郁的时代气息和地方特色。这种风格已为广大读者所熟悉并接受了。我们的目的就是让读者在轻松



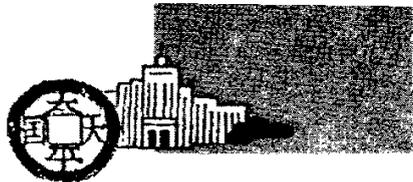
愉快的阅读中获取真知,陶冶情操,了解南京,热爱南京。

回顾我主持编撰这套丛书的三年中,寒来暑往,孜孜矻矻,未敢懈怠。在不断摸索和总结中,也颇有些心得。我把自己主持编撰工作的意图,或者说是要求,概括为五个方面、十个字:

一是独特。即视角独特。著名文史学家黄裳先生曾说过:“南京这地方真是浸透了历史的气氛的”,“中国的古都不只南京一处……可是没有哪一处像南京,这简直是一座无比的历史博物馆”(《金陵五记·后记》)。在这套丛书中,贯串其间的红线是历史演进的脉络,观照南京历史的最重要的视角是文化视角,从不同侧面反映南京的文明发展史、社会进步史。

二是准确。即传播的知识一定要准确。编撰过程中,把材料的真实性、科学性放在第一位。对写作的素材严格审核,谨慎使用。做到不凭空杜撰,不片面夸大。在前两辑的印行中,每再版一次,都做一次修订,力求不致以讹传讹。

三是鲜明。即每本书都突出重点,精选精写。这体现在两个方面:首先是选题的策划上,即考虑构成南京历史诸侧面的完整性,更注意突出南京富有地方特色、为中外人士津津乐道的题材;其次是每一册的谋篇布局上,既照顾到历史线索的绵延不绝,又把那些对南京发展产生较大影响的历史时期的人和事,作为铺陈的重头戏,浓墨重彩地加以描绘。



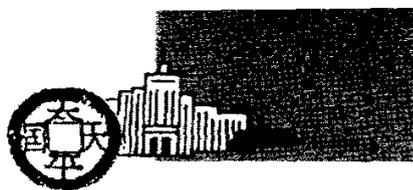
四是生动。即在表述上注意通俗易懂、活泼有趣。在书中,力避陈言,不板面孔。尽量通过一些具有情节性、趣味性的事例,体现文章的主旨。语言也要求明白晓畅,清新优美。要做到这一点并不容易,唯有反复推敲、锤炼。俗话说:“千锤百炼钢,化为绕指柔。”

五是美观。即要把书做成深受读者喜爱的艺术品。这套丛书,从封面、插图、题花,到装帧、印刷,都是很费了一番功夫的,力图做到图文并茂,雅俗共赏。这一努力正是要使这套丛书与南京深厚的文化底蕴相契合,表里协调,相得益彰。

经过参与丛书编撰、出版工作的诸位专家、学者、编辑的共同努力,我的这些意图已经转变为丛书的特色风格呈现在广大读者面前。这套丛书是集体智慧的结晶。在此,我要向那些为这套丛书的出版付出了辛勤劳动的各位表示真诚的感谢!

在丛书第三辑陆续面世时,还要向在丛书一、二辑出版后,对之呵护有加、提出宝贵意见的读者致以谢意。同时,我还想说,尽管编者已经付出了很多努力,但书中还难免存在一些不足之处,敬祈读者指正!

1997年11月10日
于南京公教一村寓所

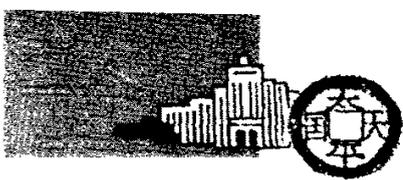


引 言

一个城市的兴起和繁荣,是与当地的商贸经济紧密相连的。我们要了解南京的发展历史,就不能不了解南京商贸的发展史。

南京是海内外知名的历史文化名城,也是长江下游“百舸争航,万商云集”的大商埠。这里,交通便利,物产富庶,人文荟萃,景观秀丽,自古以来就有发展商贸的有利条件。

“六朝”300多年间,南京商贸从起步到兴盛。孙权立大市、东市,拉开了商贸序幕。此后,秦淮河两岸设商市多处,南京地区的商贸活动次第展开。“聘使贸易”、“军市”、“互市”、“会市”等多种贸易形式,把商品流通搞活了,使市场“交贸相竞,喧哗隍呶”。其时还曾遣使海外,开辟了南京与海外的交往和通商渠道。东晋时,建康都城郊外创立“草市”,把城市商贸推向郊外农村,扩展了商贸空间,活跃了城乡经济,不仅为各地仿效,而且成为中国集市贸易的先声。随着北方人民因避战乱而渡江南来,江南和南京地区的农田水利迅速开发,农产品、手工业品日渐增多,为商

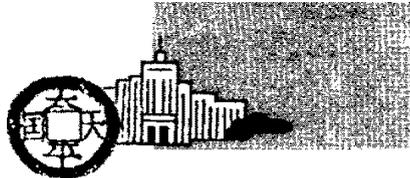


贸发展提供了物质基础。“千斛为货”、“万斛为市”的粮食和农产品交易,促进了建康地区贩运贸易的发展。麻绢织物、丝织锦缎、青釉瓷器、藤角纸、银光纸、“灌钢”农具及用具等建康名品,除本地需用外,也广销各地。那些体小值高,只在“卷握之间”、“一篋之内”的玉器、金饰、玩物,也成为奢侈品贸易的热门商品。邸店业在建康兴起,对商贸活动也是有利的。到六朝梁代末期,商贸业一直蓬勃发展,其间虽有几次战乱的冲击,但为时不久。到陈代时,市场又趋活跃。可以说,“四十余帝三百秋”的六朝时期,是南京商贸史上第一个辉煌的高潮,对南京商贸的发展影响深远。

隋灭陈后,不仅结束了六朝都城商贸的繁华局面,而且毁掉城池、建筑,平荡耕垦,造成建康城第一次大破坏,商贸陷于停顿。此后,隋、唐 300 多年间,商贸业在低谷中挣扎,缓缓复苏。直到公元 937 年,南唐定都金陵后,几次修建城市设施,并采取“保境息民”、“轻徭薄赋”政策,致力发展农桑和工商业,其辖区“比年丰稔,兵食有余”,市场上商品买卖大增,邸店、牙行普遍开业,秦淮河水道货运再现繁荣,金陵又成为我国东南商贸中心城市。可是,为时不久,南唐中主以后国力渐衰,商贸又趋低落。

北宋年间,金陵降为江宁府城,城市商贸活动在封闭的“市”内进行。由于社会经济逐步发展,工商业日益兴盛。宋太宗之后,江南地区也和中原一样,突破“市”的束缚,所有街坊、屋下均可开店买卖,摆脱了限制商贸发展的枷锁,可以自由进行经营活动。这是宋代商贸的一大进步。金陵行商坐贾开始自谋发展,南北运销买卖渐趋活跃。《景定建康志》记述:“行商分屯之旅,借道之宾客,杂沓旁午,穷日夜不止。”

南宋,政治中心南迁,又给江南商贸发展带来了机遇。建康城内虽一度受金兵洗劫,商贸受到破坏,但很快恢复了市面。建

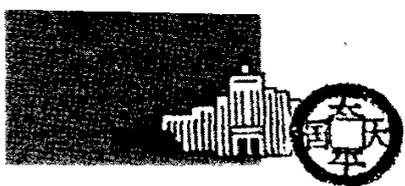


康知府叶适采取“通商惠工”、“支持商贾”的政策,致使农副产品、手工业品大量上市,贩运贸易十分活跃,市场商品种类增多,成交数量扩大。为适应商贸发展的需要,市面上开始流通纸币“会子”。这种纸币起初由商人发行,称为“便钱会子”,后改为官方发行,方便了大宗交易。当时江南农村经济兴旺,乡镇贸易大为发展。建康地区商贸之盛,仅次于南宋都城临安(杭州)最繁华的时候,是长江下游最大的商埠。

元代 90 年间,建康商贸以粮食和丝织品为大宗。元朝对商贸控制较严,垄断对外贸易。蒙族商人经营商业可以免税,建康城内有不少蒙商大做买卖,还兼放高利贷。本地商人不仅受官方的重税和勒索,还受到蒙商的欺压和盘剥。当时建康和长江中、下游商人之间流行一种“行话”或称“市话”,实则是一种商界的暗语,以保护商情秘密,对付他人。这种微妙的市场特色,一直保持了很多年。

明朝初期建都南京,在早期的休养生息、扶农恤商政策下,农产品丰富起来,粮食价格下落,贩运贸易又兴起,市场欣欣向荣。建都后,人口激增,消费扩大。当局规定,货物买卖,各有区肆,一些同类铺户集中交易,主要商市在廊下买卖。明成祖迁都北京后,商家摆脱了繁重的负担,南京的贩运贸易反而更加发达起来,粮、棉、丝织品、木材、纸张、瓷器等大量集中在南京,再转运各地。大批外地商人带来雄厚资金,在此开店设行,大做长途贩运生意,以致明代中、后期,南京市场空前繁荣,形成了商贸发展又一个高潮。

清代初年,南京城市地位下降。因受征战影响,负担繁重,市场萧条。康熙二十年(1681年)后,商市好转,农村集镇和贩运贸易复苏,丝织业转旺,“秣陵之民善织”称誉全国,带动各行各业生意好转。长江水面商船络绎不绝,市区百货纷呈,酒馆、



茶楼林立。清代中期,南京商贸再现生机。

1853年3月,太平天国建都“天京”于南京,历经11年。太平天国虽在经济方面有独特举措,但采取停止一切商业活动,凡物不须钱买,统由圣库发放等做法是违背经济发展规律的。到天京城内粮尽物乏,圣库空虚,供应极端困难而想改变时,形势严峻已来不及了。太平天国在南京为时不久,其商贸方面的教训是十分深刻的。

清末,商贸活动渐次恢复,江南织造局重新设立,上新河木材市场和城内商贸行业、服务行业也恢复营业。

1899年,在不平等条约规定下,南京开埠,下关正式成为对外贸易的通商口岸。洋货凭借低关税的特权大肆进入市场,我国民族工商业受到打击,对外贸易严重入超。

1911年辛亥革命后,国内局势动荡,军阀混战,南京市场萧条。1914年至1918年第一次世界大战期间,列强忙于战事,放松了对中国的经济侵略,我国民族工商业有了一个发展机会。当时,人民群众的经济生活和消费习惯受潮流的影响,也发生变化。一些传统的比较落后的商业更新改造,向近代化商贸发展。

1927年,南京定为国民政府首都,人口猛增,机关林立,各项消费需求日益扩大。至1933年,全市商店除未登记的零星户外,已达13000多家。正当南京商贸向近代化前进时,1937年12月,日本帝国主义侵略军侵占南京,商贸行业又一次遭受惨重摧残,商市一片狼藉,市场满目凄凉。汪伪政权登场后,实行“战时经济体制”,日伪勾结,大肆掠夺各种物资,形成日本帝国主义独占下的殖民地式商贸市场。

1945年8月抗战胜利至1949年4月南京解放,三年多时间里,南京商贸从恢复秩序到市场畸形繁荣,再到混乱和窘迫。美国商品大量倾销,买办资本操纵垄断,消费市场畸形发展,投机

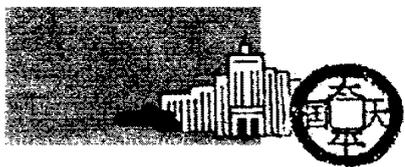


倒把盛行,直至恶性通货膨胀,物价一日数涨,市场极度混乱,商家货架空空,无法经营。

1949年4月,人民解放军占领南京。南京商贸从此进入了一个新时期。解放初期,各业凋敝,市民购买力很低,商贸业面临重重困难。中华人民共和国成立后,至1953年经济恢复时期,首先打击投机活动,平抑物价,恢复市场秩序,稳定消费心理;接着调整城市商贸结构,建立国营商业和合作社商业,淘汰奢侈、迷信和淫秽行业,扶持国计民生所需的日用品供应;再后,调整公私关系、劳资关系和产销关系,调动私营商业的经营积极性。这一时期,还组织三次城乡物资交流大会,活跃城乡之间、地区之间的商品交流,恢复和发展商品流通渠道。经过三年多的一系列工作,1952年市区社会商品零售总额达到19354万元,比1949年的4659万元增长了3倍多,商贸业迅速恢复和发展。

1953年至1957年第一个五年计划时期,南京的国营商业由高度集中的大回笼、大调拨制度改为企业经济核算制,对农产品实行统购、预购,对工业品采取统购、包销办法。1956年,对全市私营商业进行了全行业的社会主义改造。通过生产资料所有制的变更,资本主义商业退出市场,计划经济体制的社会主义商业开始运作。“一五”期间,物价平稳,职工收入增加,人民的物质文化生活得到一定的改善。但是,对私改造操之过急、集中过多,以及把一部分个体独立劳动的小业主划入资本主义商业范围等,是不恰当的,后来予以纠正。

1958年开始的三年“大跃进”,商贸部门盲目大购大销,甚至提出“工业不姓工,商业不姓商,大家都姓国”,见货就收。实行政企合一,合作商业“一步登天”升格为国营商业,撤并商业网点,取缔自由市场等。这些做法是在“左”的错误思想指导下进行的,造成了难以估量的损失。“大跃进”带来国民经济比例严

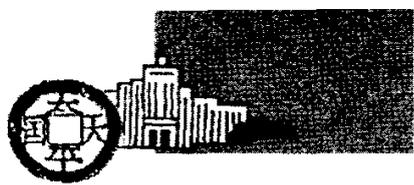


重失调,农业减产,市场商品供应紧张,凭票证、凭户口供应的生活用品愈来愈多,供应量一再压缩。1961年,在中央提出的“调整、巩固、充实、提高”八字方针指引下,南京市商贸部门采取一系列措施,纠正了一些失误,缓和了市场供求矛盾。1958年至1965年8年间,从冒进到调整,历程是艰难曲折的,教训是深刻的。

1966年开始,“文化大革命”风暴席卷南京,市场混乱,商贸主管机构瘫痪,内贸政策受到破坏,商贸经济理论被歪曲,市场供应长期紧张,服务质量下降。十年动乱,南京商贸又处于逆境中。

1976年10月“四人帮”被打倒,“文化大革命”结束。1978年12月,中共中央召开了十一届三中全会,决定把全党全国的工作重点转移到以经济建设为中心的现代化建设上来,这是具有深远意义的伟大转折。南京商贸部门认真学习、领会和贯彻十一届三中全会精神。1979年4月以后,调整商业机构,改革流通体制,实行多条流通渠道、多种经济成份、多种经营方式、少流通环节的“三多一少”的重大改革,从指导思想上纠正过去统得过严、少渠道、单一经营的呆滞局面。这一重大转变后,市场活跃起来,各方面经营积极性充分调动,商贸企业面貌一新,活力大增。到1985年底,全市社会商品零售总额达到37亿多元,比1980年的17亿多元增长了一倍多。

1986年至1990年第七个五年计划期间,南京商贸业在改革中加速发展。通过开展横向经济联合,商贸企业实行“承包经营责任制”,加强企业内部管理,进一步拓宽商品流通渠道,每年增长速度在20%以上。随着工农业生产的发展,人民收入连年增加,1988年3月间,南京市场需求过旺,零售物价指数比上年同期上升23%,发生部分日用品“抢购风”。经过各方面采取措



施,至当年10月以后,“涨价风”、“抢购风”被抑止,市场趋向缓和,但商贸企业的经济效益随之下降。

进入20世纪90年代,商贸企业的改革开放进一步深化。商业、粮食、物资、供销社、蔬菜等部门跳出多年来单一经营的小圈子,开拓以本业为主的多元化、多方位经营。国有大型零售企业推行产权制度改革,办股份有限公司。内贸部门采取引进来、走出去等方式,参与开放型经济活动。一些连锁商店、超级市场、仓储式售货等国际盛行的商贸形式也在南京街头出现。市场商品琳琅满目,购买踊跃,家用电器、服装等热点突出。城市商贸网点大量增加,从事商贸经营者众多,带动了整个第三产业大发展。市场格局明显变化,国有商业和合作社商业市场份额下降,私营商业和个体商业大量增长,外资、中外合资商业开始出现,并逐渐增加。至90年代中后期,在改革开放的大潮涌动下,市场竞争更趋激烈。许多商贸企业为抗御市场风险,扩大规模经营,纷纷实行集团化。企业内部管理采取电脑操作,逐步走向现代化管理。对外注重企业形象,调整市场定位,转变营销策略,突出品牌效应,增强促销手段。在流通市场方面,南京的生产资料市场规模日益扩展,金属、机电、汽车产品的国内协作有新的突破,物资部门经销制、代理制在南京首先推行,建筑材料、装饰材料市场大发展,为过去所未见。生活资料市场丰富,粮油食品市场货多价稳。经营日用品的金桥市场、银桥市场和家电、服装、鞋类专业市场活跃兴旺,成交量大。蔬菜、水果、土特产等农副产品批发市场,从全国各地来货,是历史上最好时期。如下关白云亭农副产品批发市场年吞吐量300多万公斤,成交金额达20多亿元,成为全国大型农副产品批发市场之一。各类市场与全国同类市场联成网络,互通有无,有些还与国外相关市场挂钩,初步形成大流通、大市场的新格局。