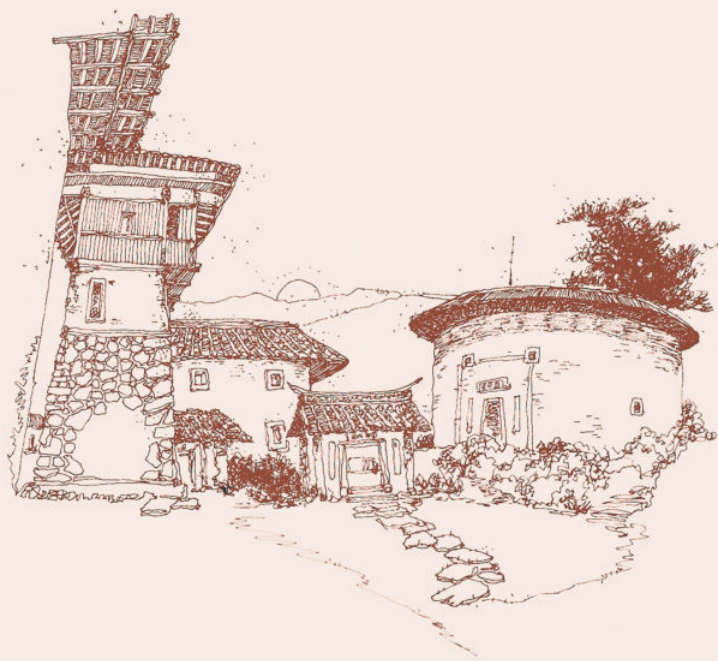


梅州人文社科丛书
梅州市社会科学界联合会 编纂

客商与近现代中国

闫恩虎 主编



SPM 南方出版传媒 广东人民出版社



作者简介

闫恩虎，1968年生，陕西蒲城人，广东嘉应学院县域经济研究所所长、“客商”研究所所长，经济学教授。主持完成省部级科研项目多项，在《中国人民大学学报》《经济纵横》《经济经纬》《经济问题探索》等刊物发表专业论文30多篇。公开出版的专著有：《县域经济论纲》（暨南大学出版社，2005年）；《“客商”概论》（文汇出版社，2009年，首届世界“客商”大会主材料）；《广东“客商”》（广东人民出版社，2009年）。另出版文学随笔集《人性闲话》（人民文学出版社，2001年，人民文学出版社建设50周年隆重推荐书目）。

梅州人文社科丛书
梅州市社会科学界联合会 编纂

『客商』与近现代中国

闫恩虎 著



SPM 南方出版传媒 广东人民出版社

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

“客商”与近现代中国 / 闫恩虎著. —广州: 广东人民出版社,
2017. 11

(梅州人文社科丛书)

ISBN 978 - 7 - 218 - 12293 - 9


I. ①客… II. ①闫… III. ①客家人—商业史—研究—中
国—近现代 IV. ①F729

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 276788 号

“KESHANG” YU JINXIANDAI ZHONGGUO

“客商”与近现代中国

闫恩虎 著

 版权所有 翻印必究

出版人: 肖风华

出版策划: 钟 菱

责任编辑: 钟 菱 王红星 李丹瑶

装帧设计: 奔流文化

责任技编: 周 杰

封面及内页插图: 曹知博

出版发行: 广东人民出版社

地 址: 广州市大沙头四马路 10 号 (邮政编码: 510102)

电 话: (020) 83798714 (总编室)

传 真: (020) 83780199

网 址: <http://www.gdpph.com>

印 刷: 广州佳达彩印有限公司

开 本: 787 mm × 1092 mm 1/16

印 张: 18.75 字数: 307 千

版 次: 2017 年 11 月第 1 版 2017 年 11 月第 1 次印刷

定 价: 48.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与出版社 (020 - 83795749) 联系调换。

售书热线: (020) 83795240

《梅州人文社科丛书》编委会

顾 问 王 晓

总 策 划 张丽霞

总 主 编 杨剑忠

副总主编 丘 灵 张广珍 李卓臣 刘小勇

编 委 （按姓氏笔画顺序）

古求能 丘 灵 丘国明 刘小勇 刘加洪

安国强 杨才珍 杨剑忠 李卓臣 李国泰

肖文评 宋德剑 沈 健 张广珍 罗青山

房学嘉 胡希张 钟伟光 黄立基





《梅州人文社科丛书》总序

客家是中华汉民族中人口众多、独具特色的族群支系，是广东省三大族群（广府、潮汕、客家）之一，对中国乃至世界文明的繁荣发展都有重要影响。英国学者布肯顿认为，客家人勤劳耐苦、节俭慷慨、团结爱国、敢作敢为的精神就是“亚细亚精神”。日本作家山口县造认为，客家是中国最优秀的民族（民系），他们的爱国心比任何一个民族都强，没有客家就没有中国革命。自1815年徐旭曾的《丰湖杂记》发客家研究之滥觞以来，客家研究在国内也有超过200年的历史。从清末爱国诗人黄遵宪在人境庐成立“客家研究会”，到国学大师章炳麟、中山大学创校校长邹鲁，以及著名学者陈寅恪、顾颉刚、朱希祖、潘光旦、罗常培、李济、饶芙裳等撰文论证客家与中原汉人同宗同源，再到罗香林第一次把客家的形成与我国历史上数次大规模移民运动相联系，正式提出“客家民系”的概念，客家研究越来越受各方重视，成为跨人类学、文化学、民族学、历史学等学科的活跃显学，美国哈佛大学和法国高等研究实验学院以及日、韩的著名大学均设有专门的研究部门。

从煌煌河洛到巍巍南岭，由西晋经宋元迄今，中原先祖为避寇乱瘟疫，筚路蓝缕、辗转南迁，最后在粤东梅州落脚生根，再从梅州出发，开枝散叶、衍播四海，梅州因而被誉为“世界客都”，成为全世界最具代表性的客家人聚居地、全

“客商”与近现代中国

球客家人的精神家园。集客家文化大成的梅州人，在长期的积淀、传承和创新中也形成了以“知识为本、诚信为道、家国为魂、四海为商”为主要特征的梅州人文精神。

近百年来，无论是胡曦的《广东民族考》，罗蔼其的《客方言》，还是罗香林的《客家学导论》《客家源流考》，房学嘉的《客家源流探奥》，这些专著要么专攻方言音韵、族群族谱，要么围绕客家民俗展开田野调查，各自取得了丰硕成果，梅州本土也推出了《客家与梅州书系》《客家文化丛书》《客家研究大讲坛丛书》等大型丛书。但在应用性、对策性研究方面，大型人文社科丛书尚付阙如。令人高兴的是，梅州市社科联立足建设梅州特色的新型智库，着眼应用性、对策性和前瞻性研究，因时而作、顺势而为，推出这套《梅州人文社科丛书》，成系列（每年2~3种）地出版“讲梅州、论梅州、议梅州”的人文社科专著，以接地气、有质量、有影响的人文社科研究服务梅州振兴发展，这实在是一件值得祝贺的事情。

希望全市社科工作者牢记职责、不辱使命，扬长避短，找准定位，努力做好学术研究与政策研究的对接，当好党委政府的“思想库”“智囊团”，以扎实而丰富的人文社科研究，为梅州经济社会发展提供更有力的思想保证、精神动力、理论支撑和智力支持。

是为序。

中共梅州市委常委、宣传部部长：



目 录

前 言！"

第一章 中国传统商帮及商帮文化！#

第一节 中国传统商帮形成的背景及商帮文化！#

第二节 传统商帮文化及！客商" 文化特征！"\$

第二章 近现代中国与！客商" 的关系！"%

第一节 近现代中国的发展主题!!! 现代化！"%

第二节 中国的现代性要素与！客商" ！\$&

第三章 ！客商" 的形成与演变！\$'

第一节 客家人及其悠久的商业传统！\$'

第二节 客家商帮的形成及其演变！()

第四章 南洋开埠！*(

第一节 ！客商" 被誉为南洋的开埠先锋！*(

第二节 南洋人民至今纪念的开埠！客商" 领袖！*'

第三节 ！客商" 对南洋开发的重要意义！)"

第五章 盟结华商!!! ！客商" 与海外华商网络！))

第一节 家国情怀是海外华商结盟的基础！))

第二节 ！客商" 与海外中华商会的建立！+&

第六章 力助革命！'"

第一节 革命是近现代中国的核心主题！'"

！客商" 与近现代中国

第二节 ！客商" 与中国民主革命！''

第三节 ！客商" 与民族革命！"\$&

第四节 ！客商" 与中国的工农革命！"*'

第七章 倡行实业救国！"##

第一节 ！商战" 是近代！客商" 实业救国的创举！"##

第二节 近现代实业救国的杰出！客商" 代表！"##%

第三节 ！客商" 与粤东山区近代民族工业的发展！")#

第四节 ！客商" 与近现代国货运动！")+

第五节 当代！客商" 中的实业巨子！")'

第八章 声教南暨!!! ！客商" 与海外华文教育及传播！"+\$

第一节 文化的传播与沟通是世界和平发展的基础！"+\$

第二节 ！客商" 开启并推动海外华文教育！"++

第三节 ！客商" 与海外文化传播！"''

第九章 ！客商" 与国家现代化建设！"%%

第一节 海外华商是中国近现代化建设的重要促进力量！"%%

第二节 ！客商" 与中国的现代化！\$&"

第十章 政坛翘楚!!! 风云政坛的！客商" 及！客商" 子弟！\$**

第一节 ！客商" 的仕宦情结: 客家文化与开埠精神的表现！\$**

第二节 ！客商" 及！客商" 子弟的从政特征分析！\$*+

第三节 风云政坛的！客商" 及！客商" 子弟！\$#&

第十一章 ！客商" 建筑!!! 承载沉重的东方传奇！\$)+

第一节 ！客商" 建筑的思想形态与人文特征！\$)+

第二节 著名的！客商" 建筑介绍！\$+)

第三节 ！客商" 建筑的历史反思！\$' %

前言

客籍商人（简称“客商”）以及“客家商帮”在近代以前传统中国的商界并不很突出，原因一是“客商”的发展方向主要是东南亚；二是在国内由于区位原因没有取得大宗商品的专营权或垄断权。但是近代以来，“客商”却是中国现代化进程中的活跃力量。他们不仅是近现代“实业救国”和“实业兴国”的重要力量，是近现代民主革命和国家建设的积极支持者，也是现代“儒商”文化的积极践行者，更是近现代“华商”网络的倡建者和积极推动者。

现代商道绝不仅仅是经营之道、赚钱之道或者竞争技巧，而是在一定文化背景下关于社会发展的独特思考。因为商业、商人的概念已经发生了巨大的变化，商人的现代名称是实业家、企业家，已经是创新发展的中坚力量。熊彼特（Joseph Alois Schumpeter，1883—1950年）认为：企业家及其创新行动就是资本体系的利润之源。因此，现代商业文化探讨的就不再是什么买卖公平、童叟无欺之类，而是企业作为社会细胞的健康发展问题：创新发展与社会责任。一个成功的企业家应该是一个社会活动家或思想家。

本书研究一个商人群体“客商”在近代以来和中国现代化发展的关系，显然，这已经不是一个商业史或一个族群研究的问题，而是一个社会学的问题。“有史以来，从来没有过任何一个商业组织和商人群体能够像‘客商’这样，近两百年间，深刻影响一个文明古国及其周边国家的社会发展和文明进程！”我希望这个个案研究能够对新时期的商业文化学和商业伦理学的构建有所贡献。

客家人是中华汉族的一个民系，“客商”当之无愧是这个民系近代以来的优秀代表。当前，古老的中华民族正在以更开阔的视野自强自新，中国也以文明古国的辉煌历史和经济建设的独特成就成为世界格局中有担当的大国，

在这样的背景下研究“客商”及“客商”文化，对于国家建设具有以下意义：

第一，以“客商”个案深化中国商业文化和商业伦理研究，促进当前商业文化学和商业伦理学学科建设。目前我国商业理论领域的基础研究严重滞后，国内高校尚没有商业文化学和商业伦理学学科体系，只有个别论著和泛论的教材，有些甚至以营销学代替商业文化，这是目前我国高等商科教育的重大缺陷。在经济全球化竞争的背景下谋求发展，有中国特色的商业文化学和商业伦理学意义重大。以“客商”研究作为个案，系统探索中国传统商业文化和商业伦理，促进我国商业文化学和商业伦理学学科建设，以坚实的基础研究推动商科教育的发展，培养学养深厚、视野开阔的经济管理人才和企业家人才。

第二，强化中国参与国际商业规则的制定和演化力度。长期以来，国际商业规则主要由欧美国家主导，成为“地中海文明”的专利。中国有着悠久的商业文明和商业传统，从春秋时期齐桓公的“葵丘会盟”就可以看出当时完善的对外贸易规则体系。通过“客商”的实证研究，深化中国商业文明和商业伦理的研究整理，以令人信服的学术成果强化中国参与国际商业规则的制定与演化。

秦晖先生根据近期欧洲学者的研究成果认为欧洲早期也不存在什么“重商主义”，古希腊古罗马一样是重农抑商的。“所谓‘古代的重商主义’被认为是一种神话，无论希腊还是罗马都以重农抑商为国策，以贵农贱商为正统价值观，商业的发达只不过是一种‘末世’的腐败现象（就像中国历史上的王朝末世那样）。在这一代学者笔下，过去的‘现代主义’者用以宣扬工商业重要性的种种论据几乎都被一一否定；科路美拉开列的农场主经营账只不过是寓言式的虚构，与实际状况毫不相干；罗马人消费的埃及小麦以及其他舶来品也不是商品，而是征服者勒索的贡赋；罗马发达的公路系统主要不是用于工商业运输，而几乎完全是为军事与行政服务的；罗马的葡萄酒风行高卢，这并非由于生产葡萄酒的罗马‘企业’通过技术、成本或价格上的竞争而赢得了市场，而仅仅是因为当地富豪出于‘本地的姜不辣’的心理，为炫豪夸奢摆阔气才形成了这种时髦；等等。总之，这里不存在过去被视为西方‘传统’的那种理性的‘经济人’，所谓市场的刺激只不过是今人臆想出来的‘乌托邦’，成本、利润、竞争、投资、需求之类的概念也从未为古希腊罗马人所

有”。^[1]

第三，弘扬“儒商”文化，进一步提高民族企业家素质。在经济全球化竞争的背景下，发展壮大民族实业，积极的先进的商业文化是重要的促进因素。研究“客商”和“客商”文化，弘扬优秀儒商文化，积极改革和充实民族企业文化，提高企业家素质，增强企业竞争实力。正如著名历史学家李约瑟、黄仁宇所言：“中国商人不缺乏积极主动、诚实、节俭、精打细算、机敏灵活的品格。这已经充分表现在他们作为商人的成功上——在19世纪中国人侨居的所有海外国家，中国商人的成功远远超过当地人。但是，其他中国人所关心的只是政府以及它的难处。这些背景真正反映的是，中国问题的解决方案更可能要从传统主旨的调整中去寻找，而不是模仿外面的世界。”^[2]

第四，有利于促进巩固国家安全。随着中国综合国力的增强，中国正在成为海洋大国。由于能源的现代传输体系，国家安全的重心（特别是主权安全、经济安全）已经推移到海洋领域，尤其是南海（历史上的南洋）。由于“客商”在南洋开发中的杰出历史贡献，东南亚各国政府和人民对“客商”领袖充满尊重和怀念，至今，仍以各种形式纪念他们。历史上“客商”领袖及其后裔担任东南亚国家领导人的有很多，如泰国的他信兄妹、新加坡的李光耀父子、菲律宾的阿基诺母子等。东南亚各国是目前我国经济贸易与合作的重要伙伴，也是关系我国国家安全尤其是经济安全的重要和敏感区域。进行“客商”与南洋开发的历史研究，对于加深友谊，促进我国与东南亚各国的友好往来，抑制错误的“排华”意识有重要的意义。同时，对于增强东盟“10+”合作中中国的参与力度有积极的作用。《中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议公报》审议通过的《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》中着重强调，“当今世界正处在大发展大变革大调整时期，文化在综合国力竞争中的地位和作用更加凸显，维护国家文化安全任务更加艰巨，增强国家文化软实力、中华文化国际影响力要求更加紧迫”。

第五，加强华商网络的联系，促进中国的对外贸易。历来的海外中华商会，尤其是在以新加坡为代表的东南亚各国的中华商会中，“客商”有着重要的影响。海外中华商会是目前华商网络的核心组织，是发展我国对外贸易的重要桥梁，研究“客商”领袖，对于了解海外中华商会的历史和贡献、增强

当前华商网络的团结发展有积极作用。尤其是客籍商会领袖对祖国民主革命和经济社会建设的贡献，对于增强海外华商的爱国精神有积极的促进作用。^[3]

本书是在作者主持完成的广东省人文社科省市共建重点研究基地——客家研究院 2009 年度招标课题《“客商”与近现代中国》（课题批准号：09KYKT04；结题证书号：20160405）的成果基础上扩展而成的，并融合了作者前专著《“客商”概论》（文汇出版社 2009 年出版）的有关资料。感谢政协广东省委员会副主席刘日知先生，嘉应学院原院长程飏先生、副院长薛访存先生等对本课题研究的大力支持，感谢嘉应学院原院长张亮教授、副院长谢友祥教授对我研究工作的长期支持。本书由于时间关系以及本人学识局限，存在许多不足之处，希望专家学者批评指正！

参考文献

- [1] 秦晖. 文化决定论的贫困——超越文化形态史观 [A]. 学问中国 [C]. 南昌：江西教育出版社，1998.
- [2] 李约瑟、黄仁宇. 中国社会的特质——一个技术层面的诠释 [J]. *Journal of Oriental Studies (Hong Kong)*, 12; 1/2 (1974).
- [3] 闫恩虎. 客家商帮的形成演变及历史影响 [J]. *社科纵横*, 2016 (11).

第一章 中国传统商帮及商帮文化

第一节 中国传统商帮形成的背景及商帮文化

一、传统商帮形成的社会背景——重农抑商的国策

1. 中国传统重农抑商的国策与商帮的产生

秦统一以前，中国的商业是很发达的，商人的社会地位也很高。《周书》有云，“农不出则乏其食，工不出则乏其事，商不出则三宝绝，虞不出则财匮少”，说明当时商业已是社会重要的四业之一。春秋时期，弦高可以“犒师救国”，范蠡则“三迁其富”，战国后期的吕不韦可以“奇货窃国”，说明商人的社会影响很大。当时商人在经济上可以“与王者埒富”；政治上“国君无不分庭与之抗礼”；生活上有“田池射猎之乐，抑之人君”。但秦汉以后，商人的社会地位便开始低下了。因为统一中国的秦帝国，是以农业为基础而建立强大的，农业的发达为帝国的统一大业奠定了雄厚的物质基础。因此，秦国的统治者认为天下财富源于最初的实物生产，工多为奇技淫巧，商则为贱买贵卖的不义之举。在灭六国的过程中，秦每征服一国，便迫使当地商人离开本乡迁往异乡。统一中国后，秦始皇“徙天下豪富于咸阳十二万户”，其财产绝大部分都被官府没收。秦始皇还命人在琅琊石刻碑文中书写“上农除末”，即重农抑商。秦时的法律规定，商人必须编入市籍，有市籍的商人及其子孙，与犯罪的官吏和赘婿一样，都在谪戍之列，即随时都可以被押往边疆服役或定居。任嚣南攻百越占领广东后，秦始皇将被贬的官吏、罪犯、商人大批迁往岭南。其中商人最多，秦始皇规定，连父母、祖父母入过商籍的人也要迁往“瘴疠之气弥漫”的岭南。

秦朝被推翻后，秦始皇的苛政大多被废除，但对商人的蔑视不但一如既往，而且进一步强化。汉高祖规定商人不得穿丝绸衣服，不得乘车，不得购买土地，还必须与奴婢一样，加倍交算赋钱（主要是人头税）。到汉武帝时，恢复秦朝的滴戍制度。当时的政治家和学者无一不认为农业是“本业”，而商业是“末业”，“崇本抑末”是当时的主流意识。代表人物是贾谊和晁错，他们高度强调农业的重要性，认为商人是“食者”“游食之民”，将农村的兼并和农民的贫困归咎与商人，把商业发达当成粮食储备不足的主要原因。

传统中国的2000多年间，“重农抑商”一直是王朝统治的主导思想。这样，商人便成了被封建统治边缘化的社会群体：在政治上，他们被搁浅甚至被排斥。依据唐朝制度，工商者或三代之内不得为官乘舆。唐太宗立国之初立下原则：“工商杂色一流……必不可超授官秩，与朝贤君子比肩而立，同坐而食。”^[1]在文化上，他们被歧视，“君子喻于义，小人喻于利”，商人的社会角色被封建主流文化排斥在“正道”之外；在社会伦理上，他们被另类，“无商不奸”成为他们无法摆脱的道德阴影。民间竟有所谓“车、船、店、脚、牙，无罪也该杀”之说！在社会统治权力被科举出身的文官集团高度垄断的情况下，商人的生存和发展，一是必须结群，这样才能拥有和官场谈判的实力；二是必须同官员建立一种隐秘的权力——利益交换网络。而两者都必须建立在一定的社会关系上，或乡亲、或同行，只有这种社会化的关系，在王朝时代士大夫“家国天下”“仁义之道”的从政处世思想里才可以公开确立的。因此，以行业或地域为纽带的“商帮”产生了。

2. 抑商是人类社会发展到一定阶段的一种普遍历史现象

长期以来，经济思想界大都认为早期地中海文明是欧洲重商主义的发源地。其实不是这样！“在世界历史上，‘贱商’的现象并只存在于中国。在欧洲历史上，商人地位也很低下。早在希腊—罗马时代，柏拉图就批评商人说：‘一有机会赢利，他们就会设法牟取暴利。这就是各种商业和小贩名声不好，被社会轻视的原因’。亚里士多德也说：‘（商人）在交易中损害他人的财货以谋取自己的利益，这是不合自然而是应该受到指责的’。西塞罗更加指责说：零售商和各类小商贩都是卑贱的、无耻的，因为他们‘不编造一大堆彻头彻尾的谎话就捞不到好处’。到了中世纪，商人受到主流社会的歧视，往往只有犹太人等被排除于主流社会之外的族群才做商人。这些人被挤到社会的边缘，

即如马克思所言，他们‘只存在于古代世界的空隙中，就像伊壁鸠鲁的神只存在于世界的空隙中，或者犹太人只存在于波兰社会的缝隙中一样’。欧洲中世纪多次展开迫害犹太人的运动，一直发展到纳粹对犹太人的种族灭绝。这些都与中世纪‘贱商’传统有关。”^[2]

秦晖先生根据近期欧洲学者的研究成果也认为欧洲早期根本不存在什么“重商主义”，古希腊古罗马一样是重农抑商的。“所谓‘古代的重商主义’被认为是一种神话，无论希腊还是罗马都以重农抑商为国策，以贵农贱商为正统价值观，商业的发达只不过是一种‘末世’的腐败现象（就像中国历史上的王朝末世那样）。在这一代学者笔下，过去的‘现代主义’者用以宣扬工商业重要性的种种论据几乎都被一一否定；科路美拉开列的农场主经营账只不过是寓言式的虚构，与实际状况毫不相干；罗马人消费的埃及小麦以及其他舶来品也不是商品，而是征服者勒索的贡赋；罗马发达的公路系统主要不是用于工商业运输，而几乎完全是为军事与行政服务的；罗马的葡萄酒风行高卢，这并非由于生产葡萄酒的罗马‘企业’通过技术、成本或价格上的竞争而赢得了市场，而仅仅是因为当地富豪出于‘本地的姜不辣’的心理，为炫豪夸奢摆阔气才形成了这种时髦；等等。总之，这里不存在过去被视为西方‘传统’的那种理性的‘经济人’，所谓市场的刺激只不过是今人臆想出来的‘乌托邦’，成本、利润、竞争、投资、需求之类的概念也从未为古希腊罗马人所有。”^[3]

著名经济思想史学家、美国经济学会前副会长海尔布隆纳（Robert Heilbroner）研究认为抑商是欧洲中世纪的主导思想，比中国有过之而无不及。“中世纪教会不准基督徒经商，因为他们认为商人是社会动荡的根源。在莎士比亚的时代，非上流社会的一般百姓的生活目标不是要改善生活，而是要维持现状。即使对于我们从英国移居美洲的清教徒祖先来说，也只有‘邪恶’的人才会认为得利的观念可以被容忍，甚至是有用的。”“当然，至少早在圣经故事中，贪求财富之心就已出现。但是，一小群有权有势的人贪求财富和整个社会都为了财富而汲汲营营之间有极大的差别。古代腓尼基水手之中就有商人冒险家，历史上的罗马投机客、威尼斯贸易商、汉萨同盟，以及为了追求个人财富，寻求前往印度之航道的伟大的葡萄牙与西班牙航海家们，都是这一类人。然而，少数人的冒险与整个社会为投机精神所驱动之间有着天

壤之别。”“早期的资本家们非但不是社会支柱，反而常被社会排斥。偶尔也会有像芬夏尔的圣戈德里克这种积极进取的年轻小伙子，起初，他在海边晃荡，等他捡了足够的来自遇难船只的物品后，就转而成为商人。在赚取大量财富后，又退下来成为虔诚的隐士，但这种人还是太少。只要人们仍然认为，尘世生活只不过是到达永生的一个先行阶段，商业精神就不会被鼓励，也没有理由自行滋长。国王为财宝而争战，贵族为领土而征服，有自尊的贵族都不愿出售祖先的领地。但是像农奴、村里的工匠，甚至制造业同业公会的领袖，都只想不受打扰地过着像他们的父亲一样的生活，并希望儿子们也过着同样的生活。”^[4]

3. 中国传统重农抑商国策的历史影响

西方有些学者认为，虽然政府理念上重农抑商，但传统中国（前现代时期）仍然是一个开放的社会，商业的自由竞争和商人的发展没有受到实质上的抑制。美国著名社会学家、普林斯顿大学教授罗兹曼认为：“在中国，阻挡这类变化的法律阻碍非常之小，参加科举、买卖土地和经商致富这三条主要进身途径对每个社会阶层都是畅通的。”^[5]“国家满足于对贸易状态实行一定程度的节制，但对民营部门的管理和控制不愿过深地卷入。并不像有些人的论断所言，中国对商人的积极性大加限制和压抑，以致形成了普遍敌视商业的气氛。”^[6]“从19世纪和20世纪初中国到海外谋生的华侨企业家崛起中可以看到，中国原有的那种教育并不是商业和工业发展的绝对障碍。”^[7]罗兹曼同时也强调：“由于长期以来就比较融洽地与社会其他阶层混为一体，中国的功名士子和大地主就难以从中分离出来，要说服他们去扮演新的角色也不容易。他们开创不出新的消费局面，不能指导农业走上商业化的道路，也没有在现代化的开创阶段迅速转到新的职业和新的投资方向上去。由于长期以来不乏机会把财力转换成土地所有权或变成谋取上层社会地位所需的求学费用，中国商人很难把自己看作是一个有赖于外国或官府支持进行再组织才能获得成功的与众不同的集团。”^[8]

但著名华人经济学家、耶鲁大学陈志武教授认为：儒家文化长期主导中国社会必然会产生两种后果。第一，相对于家族而言的外部市场难以有发展的机会。市场的特点之一是交易的非人格化，是跟陌生人的交易，是只讲价格、质量的好坏，而不必认亲情。因此，“家”之内的交易功能太强，外部市