

简 报

(第四期)

中国商业史学会

2019年5月7日

一场别开生面的“中国商文化研讨会”

以商贸富国为核心的中国商文化是推动人类社会发展的强大力量。研究古今中国商人在商贸实践中积淀起来的商文化真谛，把准商人在社会历史演变中的角色，全面认识商贸对人类社会文明发展史的推动力，对于发展新时代中国特色社会主义、坚持“文化自信”有着重要的历史启示和指导意义。为此，中国商业史学会为了担当好国家一级学会在中国特色社会主义新时代建设和发展中国商文化的使命，发挥学会拥有研究商业文化的智库优势，于2019年4月16日，在洛阳召开“中国商文化研讨会”。来自北京大学、清华大学、中国人民大学、北京师范大学、中央财经大学、对外经贸大学、中国政法大学、首都经贸大学、福州大学、南京大学、山西财经大学、扬州大学、国声智库、秦商联合会等单位的122位专家学者，用历史和现代相贯通的视角，研讨交流中国商文化的特点及其蕴含的富国思想、产业政策和人文精神，尤其是对优秀传统商文化如何进课堂进行了大胆的思考。



本次研讨会得到原商务部副部长、中国商业联合会会长张志刚高度重视和支持，他在会上作了题为“古今中国商文化”的精彩演讲。400余年历史的制衣世家老字号企业——北京隆庆祥服饰有限公司大力支持并承办了这次会议。为了给专家学者提供更多的交流机会，研讨会按专题分总会场和分会场举行，总会场由中国商业史学会副会长、北京大学经济学院教授周建波主持，两个分会场分别由中国商业史学会副会长、首都经济贸易大学教授祝合良和中国商业史学会副会长、中商商业经济研究中心主任姚力鸣主持。学者们畅所欲言，各抒己见，成果丰硕。

1. 中国商文化的儒家和法家思想



原商务部副部长张志刚

原商务部副部长、中国商业联合会会长张志刚在“古今中国商文化”的学术演讲中，首先讲述习近平主席在给第二十二届国际历史科学大会贺信内容：

“人事有代谢，往来成古今。历史研究是一切社会科学的基础，承担着‘究天人之际，通古今之变’的使命。世界的今天是从世界的昨天发展而来的。今天世界遇到的很多事情可以在历史上找到影子，历史上发生的很多事情可以作为今天的镜鉴。重视历史、研究历史、借鉴历史，可以给人类带来很多了解昨天、把握今天、开创明天的智慧。所以说历史是人类最好的老师。”强调研究历史的重要意义。他高度评价《史记》中“货殖列传”商文化璀璨夺目篇章，还赞扬了中国商业史学会创始人吴慧老会长主编的《中国商业通史》对中国商业史学科建设的历史性贡献。

他重点阐述了历史上诸子百家中，对商文化产生深远影响的儒家和法家的见解。儒家的代表人物是孔子、子贡、孟子、荀子等。孔子重视商业，支持商业自然发展，主张“仁者爱人”、“和为贵”、“君子和而不同”、“见利思义”。法家的主张总体是重农抑商，以法治国。著名的法家代表人物是管仲、李悝、商鞅、韩非等。制止农民弃农经商，确保农业的基础地位不动摇，实现重农是法家的共同目标。但对抑商的具体主张各不相同，在抑商不轻商、抑官商还是抑私商方面主张各异。主张经济放任政策的儒家和主张经济干预政策的法家，在我国封建社会的历史上，围绕产业发展政策一直充满激烈的竞争。但是，继承与创新的文化根脉始终薪火相传，绵延不断。

同时，分析了十八世纪工业革命前后的中国商业发展状况。并阐述了新中国成立后，中国商业从计划经济走向社会主义市场经济，在改革开放中的中国商业发展成就。张志刚老部长特别强调在党的十八大、十九大精神指引下，中国商业在取得实践进步的同时，也实现了理论认识上的腾飞与升华。

2. 中国古代商业思想

中国商业史学会盐业史专业委员会主任、扬州大学黄倣成教授对学术界提出的中国古代“重农抑商”论断发表了独家之言。他说：多数教科书都说中国古代重农抑商，我认为此说不符合历史实际。毛泽东评点廿四史时说：为什么商朝称为商朝？因为那时商品经济已很发达。正因为商朝重视商业，所以成为公元前三千纪的东方大国，我国历史上第一个延续数百年的大朝代。周代部族也靠商业而

起，发展到与商抗衡，并取商而代之。周文王《告四方游旅》：“津济道宿，所至如归。作母以行其子。”可见，周代就是以商起家，为商人提供方便。历史上铸造大面值的货币（母）以方便商人，这比后来法家的“子母相权论”早了 500 年，比西欧的相关货币理论早了 2900 年。荀子似乎是抑商的代表，但他提“省工商之数”的同时又倡“减工商之负”。司马迁的自由放任说启迪了亚当斯密创造古典经济学，进而启迪马克思主义经济学。刘晏的宏观调控论拯救了二十世纪初西方世界经济大危机，他在洛阳建的常平仓，被华莱士用进农业法。欧阳修理财三术之一就是“权商贾”，即摆正政府与商人的关系。

中国商业史学会副会长、中央财经大学兰日旭教授就“秦汉抑商行为及其影响”发表了自己的观点：秦汉“抑商”行为，体现在两个方面：民间“去大工商化”，以及身份上的贬低。民间“去大工商化”的具体表现为，限制、打击大富商；发展官营。身份上的贬低表现在两方面：商人不得衣丝乘车；商人入市籍，不得为官。“抑商”行为构成了中国古代“官道”式社会发展路径，强化了以官营经济为中心的经济结构，国家经济模式牢固，这与中国科技现象有重要的关联性，也引发了“李约瑟之谜”。

中国商业史学会理事、南京大学教授杨德才就“人情化交易与中国古代商业发展的边际”发表了自己的看法：诺贝尔经济学奖获得者希克斯说过，商业革命是西方世界率先向近现代社会转型的起点，中西方发展分道扬镳的关键就在于是否发生商业革命。按照诺贝尔经济学奖获得者道格拉斯·诺思的划分，商品交易分为三类：人情化交易、非人情化交易、第三方实施的非人情化交易，且只有当人情化交易发展到第三方实施的非人情化交易的时候，才会发生商业革命。由于中国古代长期的“重农抑商”等正式制度和“君子喻于义，小人喻于利”等非正式制度的约束，中国古代商业长期锁定在人情化交易阶段，无法完成向第三方实施的非人情化交易阶段的转型升级，致使中国古代商业发展的最大化边际：即不可能发生商业革命，故此，中国古代被长期锁定在封建社会里而难以发展、转型。

3. 中国商帮文化

中国商业史学会副会长、陕西省秦商联合会会长刘阿津对秦商文化如数家珍。他认为在传统社会的中国，秦商文化是用秦腔吼出来的。秦商走到哪里就

会把秦腔带到哪里，秦商的经商范围就是秦腔的流播疆域，是秦商将秦腔推广到全国各地。由于秦晋商人酷爱秦腔，看戏观剧成为他们联络乡谊，商品交易，调节商业矛盾的基本手段。因此，秦晋商人率先将戏楼搬进了会馆，并将戏楼建造的华丽无比，成为商人会馆的一个显著标志，如安徽亳州山陕会馆就称为“花戏楼”，戏楼成为会馆的主体建筑，戏楼前边的天井就是看台。四川自贡西秦会馆的看台可以容纳上千人。他对秦商与《陕北民歌》和《山陕山曲》有自己的见解，在陕北《信天游》中，有相当一部分是咏叹明清秦商“走西口”，赴河套、甘陇、内蒙的生活遭遇与人生感受。如果抽去当时秦商走西口经商的内容，陕北民歌就不会唱的那么深情凄美，委婉动人。他认为明清时期秦商大量赴甘、青、宁推销百货，收购毛皮，而洮、岷汉族创造的《花儿》与临夏回、汉、东乡、保安等民族创造的《花儿》是古代秦商文化的重要表现形式。他还讲述了从2017年12月开始，广泛向社会各界征集关于“新时代秦商精神”表述语，共征集到400多条作品，经专家学者的充分讨论研究，最后凝练为“厚德重道、勇毅精进、融创实干、义利报国”的新时代秦商精神。他还交流了纪录片《秦商》的拍摄情况，共花费三年多时间，赴全国18个省市地区，行程3.5万公里，对秦商商号、会馆遗迹、遗存进行了实地拍摄，采访了全国相关研究学者、专家近百位，现已完成了《秦商》专题片的创作、拍摄、制作全部工作。

中国商业史学会理事、西安财经大学科研处处长任维哲对秦商品牌的坚持与有效传播提出了看法。他认为秦商的称呼可以涵盖周秦至明清时期整个发展历程，更加突出了陕西商人深厚的历史底蕴。秦商的称呼指明陕西商人的商业根据地是三秦大地，更加强调了陕西商人的地理位置。秦商的称呼同时也点出了秦文化对于陕西商人的影响，更加强调了陕西商人的敦厚质朴与率直坚韧。所以秦商的称呼可以不断扩大影响力和汇拢凝聚力，更有利于秦商品牌的坚持和有效传播。

中国商业史学会副会长、北京大学经济学院教授周建波对清末民初的新式银行发展与晋商票号的兴衰阐述了自己的看法。他认为：清末民初的新式银行兴起深刻地影响了山西票号的兴衰，山西票号的历史演变反映了晋商兴衰演变历史。从金融业态的演进角度讨论，金融发展与创新过程通常包括了新金融业态的产生、发展以及完成对旧金融业态替代的全部周期。在清末民初，上述周

期在新式银行进入市场并逐渐与票号开展竞争、最终完全替代票号的过程中得到了明确体现。新式银行首先以外资银行的形式进入晚清中国金融市场，在甲午战争后对晋商票号形成了巨大的竞争压力。本国银行于十九世纪末在外资银行的诱致作用下产生，至辛亥革命后迎来繁荣发展期，也抢占了票号的市场与客户资源。票号的衰落固然来自于辛亥革命的冲击以及清末外资银行、本国银行对其业务的分流，但更直接的原因是辛亥革命后的本国银行已经完全替代了票号原有的金融功能，致使票号彻底失去了赖以生存的市场需求。新式银行对票号的替代本质上是金融创新的必然结果，是新金融业态相对于旧金融业态的各项制度优势在竞争中发挥作用的结果。

中国商业史学会理事、江苏省民营经济研究会吴跃农秘书长认为，粤商、浙商、沪商、苏商等商帮具有坚守良好的政商关系、契约原则和创造力等共性，是商人的宝贵精神财富。他强调这些商业规则和商业精神在当今经济全球化进程中更要发扬光大，尤其在“一带一路”商贸畅通的国际合作中，让世界分享到中国历史悠久的商贸文明。

中国商业史学会理事、盐业史专业委员会秘书长、扬州大学副教授顾志红以陈撰为例赞扬徽商对扬州八怪文化的赞助。他讲道在康雍乾年间，扬州盐业达到了历史鼎峰。盐商们（大多是徽商）不惜重金建筑园林、演奏戏曲、举行诗文雅集、搜罗古玩字画，他们成为扬州艺术发展的赞助商。因此，来自全国大批画家转向这座富裕的城市，投奔热心艺术的赞助商。扬州八怪之一的陈撰，就是从浙江宁波投奔扬州盐商。他的艺术馆首建在仪征项綱的玉渊堂，项氏中落后，馆又建到程梦星的程氏筱园。晚年馆于江春的康山草堂。徽商成为陈撰的终生艺术赞助人。

中国商业史学会理事，鲁商史专业委员会秘书长杨秉强以鲁商为例就“商贸富国”文化体系发表了自己的看法。他认为鲁商以其“官商”传统和当代“国企”特色，是“商贸富国”坚定而自觉的追求与践行者，可以从理论学术、政策制度、行为实践等方位形成完整形态与体系。相比之下，西方各学派在这方面也成果斐然并有自己的优势，他们强调商贸对于各种资源力量的挖掘、激发、整合及测定等功能作用，以严密的语言、逻辑、概念构建起了科学完备的学术学科体系，很值得我们学习与借鉴。

中国商业史学会副会长、福州大学闽商文化研究院院长苏文菁发表了海商文化具有“商联天下”内涵的见解。她以闽商为案例，认为海上丝绸之路不仅是商贸之路，也是文化交流之路。她强调，唯有商贸交流能使多元文化主体之间互联彼此、互通有无、共享资源、共建文明，这可以认为“商联天下”。她提出研究闽商、海商群体、挖掘海商群体所携带的中国商贸文化至关重要。

中国商业史学会副会长、安徽师范大学梁仁志副教授直言指出了当下的中国商帮史研究主要处在各自为阵的问题，即主要放在区域史甚至地方史的脉络下进行。其结果只是大体了解了诸如徽商、晋商等等某个地域商帮的面貌，但“中国商帮”的整体面貌究竟如何？似乎又语焉不详。他认为：要想真正推动中国商帮史研究，必须要打破地域藩篱，从总体史的视角展开，将“中国商帮”视作一个整体，而不只是徽商、晋商等等单个地域商帮的集合体。不仅如此，中国商帮史的研究更应放到全球史的视野下展开，这既是中国商帮足迹“几遍宇内”的客观情况使然，也是揭示中国商帮特色的逻辑必然。

4. 中国老字号文化

中国商业史学会副会长、北京隆庆祥服饰有限公司董事长、袁氏制衣十五代传人袁小杰以 400 多年来始终坚守的“一寸布一寸丝物尽其用、不自高不自大量裁衣”的“袁氏裁作”标准为证，阐述了“中华老字号生命力就是追求卓越，止于至善，使顾客满意”的独家之言。明朝年间，隆庆祥祖上袁氏为隆庆帝曾专制裙袍，隆庆帝为袁氏亲书“袁氏裁作”四字。清乾隆私访时，看到“袁氏裁作”大量应用绣金、云锦等民间的工艺和材质，使服装的华贵气韵可比宫廷的技艺与服装，遂赐书袁氏“天庆祥瑞”。现在，袁氏后人坚守“袁氏裁作”标准，传承并发展“顶级专属”定制理念，将东方服饰特点与西服制作方式结合，创造出独具一格的袁氏服饰设计制作技法，成为私人定制的时代典范。

中国商业史学会副会长、首都经济贸易大学祝合良教授就新时代老字号品牌建设提出了七方面新思路：一是挖掘老字号真实性，在传承真实性核心要素基础上寻找创新之路，加强老字号的传承与创新；二是通过产品、服务、技术、商业模式、企业组织、体制机制、品牌要素、营销、管理等多维度加强品牌创新，提升老字号品牌实力；三是弘扬专业与专注精神，让老字号经久不衰；四是树立品牌联想思维，扩大老字号影响力；五是树立互联网和大数据思维，让老字号飞起

来；六是树立全球化思维，打造核心竞争力，加强全球供应链管理；七是树立人性化思维，注重精神需求和体验，让老字号深入人心。

中国商业史学会常务理事、北京财贸职业学院商业研究所赖阳所长对北京老字号要处理好传承与创新的关系作了深入的阐述，提出老字号要“新”起来的鲜明观点。他分析了北京老字号“贵气”和“官气”的儒商文化特征、对主流生活方式的把握、对商品和服务最高质量标准的追求、以及构建技术壁垒等老字号文化特征。他强调老字号要“新”起来主要在于以下几点：一是要跟上社会发展和消费方式的变化，增强应用社会新技术再造核心竞争力的能力；二是要重视产品和服务与消费新特点协同的变革和创新；三是以创新的理念传承经典，以传世经典文化拓展老字号新事业。

5. 商贸遗址遗产文化

中国商业史学会副会长、淮阴师范学院李德楠教授以 2017 年 6 月 4 日，习近平总书记专门就大运河文化带建设做出的“保护好、传承好、利用好大运河这一祖先留给我们的宝贵遗产”的重要批示为前提；以北京市委、市政府的大运河文化带建设规划和五年行动计划，把大运河文化带作为北京建设全国文化中心的示范工程为背景，讲述了中国商业史学会与北京市地方志编纂委员会合作编纂《大运河商贸文化丛书》规划的运河贡运与宫廷消费、运河商运与民生供应、运河商城与粮仓、运河商帮和商号、运河会馆和钞关等分卷内容。他认为，虽然漕粮本身不是商品，但其征购和物流具有了商贸的属性，同时漕粮的运输还带动了沿线地区商品经济的发展和城市的繁荣、平衡了全国南北物资供求关系；历史古都洛阳和北京分别是隋唐时期和元明清时期的都城，同时也是隋唐运河和京杭运河粮运的终点，两地的大运河粮仓和老街遗址已成为重要的文化遗产，具有独特的商贸历史文化价值。他还强调了大运河沿线的商城老街、粮仓盐库、钞关榷关、商人会馆等遗址和遗物，都活化着厚重的中国商贸历史文化。

中国商业史学会副会长、河南经贸职业学院校长王新庆对河南是人类社会商业文明的重要发祥地，是中华民族商文化的物质遗产和非物质文化遗产宝库作了深刻地阐述。他说河南商丘被称作“三商之源”，商族人以经商致富并建立了商王朝。洛阳作为千年帝都，古代商业更是繁荣夺目。学会始终致力于商业历史文化研究，围绕国家开放发展理念，准确把握商贸振兴脉搏，提出了许多切实可行的建议政

策，促进了商贸领域的各项工作，为中华民族的伟大复兴提供了强大动力。

中国商业史学会理事、《江苏商论》编辑部王波主编从中国历史上南朝商贸与宫廷消费的史实，强调中国古代政府就有运用商贸与消费的互为因果关系发展经济的智慧。他说古南朝时代是中国历史上第一次江南大开发时期，因是封建时代第一个在江南建立统治政权的政府集群，经济相比北朝先进，商业更比北朝繁盛。繁盛的商业带动了宫廷消费，庞大的宫廷消费促进了商业的繁盛。南朝时期的繁盛商业使宫廷消费不断上新水平，在金银珠宝消费方面，南朝宫廷将金银珠宝大量用于舆马装饰，在礼仪、建筑、酒食器、服饰中也大量使用珠宝；其次在服装鞋帽消费方面，历史上南朝的帽子很出名，有普通百姓用的，也有贵族甚至皇帝的专用帽子；在服装鞋袜消费方面，也是多种多样，不同的身份有不同的服装消费，表现了封建社会的等级制度；在饮食消费中，酒是常态消费，每天都要消耗大量的酒用于礼仪和接待；在车马交通消费中，南朝的金根车是皇帝的专用车，一旦这种车被权臣所用就意味着篡立，政权换代。王波认为，南朝宋、齐、梁、陈的政府运用消费和商贸正相关规律发展社会经济对现代经济发展仍有借鉴和启示。

中国商业史学会理事、河南省社旗县林业局张春岭主任就位于河南省西南部的赊店古镇的商业特性发表了自己的看法。他认为历史上的“地濒赭水，北走汴洛，南船北马，总集百货”赊店古镇的商贸文化独特，拥有横跨欧亚大陆的万里茶道枢纽文化和山陕会馆的商人会馆文化特征，现存的遗址遗产就是一座中国商文化博物馆。

中国商业史学会副会长、北京师范大学政府管理研究院副院长宋向清在会上提出各省市创建商文化博物馆的倡议。他认为由互联网引发的人类社会革命已经形成潮流之势，汹涌澎湃势不可挡。在这次社会革命中，商品的迭代愈演愈烈，且具有涉及领域广，迭代速度快，商品形态和性能变化大等特点。我们曾经使用多年的商品正在快速的退出柜台、退出消费市场、退出家庭、退出人们的视野。它们到哪里去了？垃圾回收站，然后被拆解、被粉碎，从此消失。加之现在垃圾处理手段的现代化，一台精美的老式缝纫机或钟表或收录机等瞬间可以化为乌有。然而，这些老物件和老商品是一个时代的符号，是一个时代的象征，任其消失，我们失去的不仅是一件物品，而是一段历史，一尊文化。如果我们不采取行动，

将他们中的一部分以可持续的收藏的形式保存下来，我们将永远失去它们。如此我们将无法面对子孙和未来。由此，这可能是我们这一代人对后代最大的失职。他强调中国商业史学会肩负着研究历史、保护历史、昭示未来的社会责任，对于即将在迭代中消失的物件和商品，我们有义务也有责任动员社会力量加以保护。各省市创建商文化博物馆刻不容缓。

中国商业史学会理事、北京第二外国语学院副教授骆欣庆对互联网发展对商业活动的影响作了深刻的分析，他认为未来的互联网发展会深刻地改变了人的生活消费习性和商贸交易的形态，对传统的商贸形式和物件急需记录和保护，保护好未来社会需要的今天的遗存。

6. 中国商业文化的研究与弘扬

中国商业史学会副会长、山西财经大学晋商研究院院长张亚兰教授就如何挖掘和弘扬中国商业文化发表了自己的看法。她说，挖掘和弘扬中国商业文化，第一个目的是寻根，即探寻当代商业文化与传统中华商业文化根脉体系的连接之处，旨在构建历史与现代贯通一体的商业文化体系；第二个目的是求真。有两个方面的含义，一是史学研究的真实不伪，二是现象背后，流通在商脉体系中的商魂，观查它如何在不同的时空背景下演绎出不同的商贸景象；第三个目的是铸魂。即史学研究是为铸造当代商魂而服务。我们应该为社会提供什么是商魂，怎么铸造，铸造的形式有哪些，对富国福民的商业发展目标会起到什么样的作用等问题的答案。

中国商业史学会常务理事、中国政法大学教授柴小青就法商管理理论研究如何向中国商业史领域拓展谈出自己的构想。他说：法商管理理论强调从商业经营规则和相关法规规则双重视角实现对企业经营活动的管理，法商管理作为一个新兴的管理学派逐步得到理论界和实务界的认可。历史上中国商业的成功因素是什么？我认为“君子爱财，取之有道”应该是最重要的因素之一，这个“道”就是契约精神，就是法治精神，是中国商业文化的精髓，是商业追求“效益和效率”价值观与法律追求“公平与正义”价值观融合的结果。法商管理，其内涵是由“管理”、“商”、“法”三个子概念构成的复合概念，其中“管理”是目的，是法商管理概念的核心；“商”泛指营利组织的经营活动，可理解为“商事”，是管理的对象；“法”指与“商事”相关的法律法规的集合。中国历史上的商业的成功，

是与契约精神、制度制衡、行为准则、商业文化等密不可分的。商业活动本质上是在遵守规则的前提下所开展的经营活动，其发展符合法商管理原理。将法商管理研究的维度拓展至中国商业史领域，探寻中国商业发展的法商管理基因，对丰富商业史学会的学术研究内容具有一定的意义。

中国商业史学会副会长、四川商务职业学院副院长许丹雅教授就商业职业教育弘扬中国优秀商文化发表了自己的意见。她认为，弘扬以商贸富国、商联天下、立德经商为内核的商贸文化是培育社会主义核心价值观的有效途径，对于坚持中国特色社会主义“文化自信”有重要意义。她表示，努力推进优秀商文化进校园、进专业、进课堂、进头脑，以专业文化与产业文化相结合，培育好商贸下一代以商富国、以商福民的志向，坚持好商人善于整合资源的创造力，传承好立德经商传统，为新时代中国特色社会主义建设把好人才培养的教育大关。

中国商业史学会理事、天津外国语大学李名梁教授交流了鲁班工坊的职教品牌与文化输出的经验。鲁班工坊是中国职业教育“走出去”、服务“一带一路”倡议的重要探索，不仅能加强与世界各国的技术交流，也带动相关产业的迅速发展，同时也有效提升职业教育的社会认同度和在国际上的影响力。

川商史专业委员会秘书长、四川商务职业学院吴萍教授以自己对商业历史文化教学的实践，交流了历史文化教学的历史渊源、发展脉络、基本走向、价值理念、鲜明特点、现代启示“六要素”商文化教学的思路。

中国商业史学会常务理事、苏州大学马克思主义学院副院长许冠亭教授就发挥学会的作用谈了自己的想法。他分析了现行社会环境中社会学术团体生存发展的难处，提出了社会缺乏面向社会学术团体购买服务通道，浪费了学术团体的智库资源问题。他认为，我们已经走进中国特色社会主义新时代，社会学术团体的智力支持作用尤为重要。

报：中国石油和化学工业联合会、中央财经大学、名誉会长

送：北京隆庆祥服饰有限公司、专家委员会委员

发：专业委员会主任、常务理事、理事

中国商业史学会秘书处供稿

2019年5月7日

（共印20份）