

<<京商论>>

图书基本信息

书名：<<京商论>>

13位ISBN编号：9787501785834

10位ISBN编号：750178583X

出版时间：2008-5

出版时间：中国经济出版社

作者：王茹芹

页数：190

字数：213000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 内容概要

本书不揣浅陋，将到目前为止我们关于京商研究的一些基本认识加以介绍，对于我们，既是前进的第一步，也是自我激励和鞭策；也希望以此抛砖引玉，吸引更多学界同仁、企业界人士关注京商、关注京商研究，共同推进京商研究，也通过传承京商的历史文脉，共同创新北京的现代商业，共同发展京商。

本书共分六章，其中前四章是关于京商发展的基本概念、特征、发展环境及京商研究内容、重点等的研究。

第一章探讨京商研究的基本理论问题，主要介绍我们关于京商研究的基本认识；第二章着眼于京商的发展历程，初步勾勒京商的起源及基本发展脉络；第三章从政策的影响、消费的驱动和文化的涵养三个角度探讨京商的发展环境问题；第四章主要就京商与国内各商帮发展的异同加以评析；第五章和第六章主要分析京商发展中的两个重要方面，也是京商较国内其他区域商业自身特色更为突出、历史悠久且影响至今的两个方面：商业街和老字号，并对部分著名京商字号和京商代表人物予以点评。

书籍目录

序前言第一章 关于京商的基本理论分析 第一节 京商的基本概念及特征 第二节 京商研究的基本内容 第三节 京商研究的基本方法第二章 京商起源及发展脉络 第一节 历史上北京地区的基本沿革情况 第二节 京商发展脉络及发展特点第三章 京商发展环境分析 第一节 政策影响下的京商 第二节 消费驱动下的京商 第三节 文化涵养下的京商第四章 京商与商帮 第一节 京商与商帮之发展异同 第二节 京商中的商帮组织——工商分馆第五章 北京历史上的商业街 第一节 金代中都商业与古老的檀州商业街 第二节 元大都城商业的兴起与钟鼓楼商业街区 第三节 明北京城的商业盛景与东四商业街区 第四节 清代北京的商业布局与前门商业街区第六章 京商老字号与京商人物 第一节 明、清时期京商老字号发展状况 第二节 老字号的经营特征 第三节 京商老字号及著名京商人物的成功故事主要参考文献

## 章节摘录

第一节 京商的基本概念及特征 商业是城市发展的名片，商业文化是城市文化的重要组成部分。

北京的水土、文化滋养了京商，润泽了京商文化。

北京是我国著名的古都和历史文化名城。

据考古发现，距今70万~20万年前，北京地区就有原始人类“北京人”活动。

北京的建城史则至少可以上溯至商周时期，迄今已有3000余年历史。

公元10世纪，古代契丹民族建立的辽政权将当时的幽州（今北京）升为辽五京之一，命名为南京，这是北京作为都城史的开始。

公元1153年，女真族建立的金王朝正式定都中都（今北京），这是北京作为中央集权封建国家的正式首都的开始。

其后，历经元、明、清三代，北京的国都史，绵延850余年。

可以说，漫漫历史征程中，北京作为国都和皇城，留下了取之不尽的历史文化宝藏。

一、京商的基本概念 京商以北京3000余年的建城史和850余年的建都史为纵深的历史空间，以北京城市为母体，根植于这片古都的沃土中，见证了京华烟云，引领了历代市场的繁荣，也经历了朝代更迭、社会动荡。

可以肯定地说，京商文化是北京历史文化的重要内容，京商的发展史也是北京城市史的重要组成部分。

我们认为：京商是北京国都商业体系的总称。

京商是在北京这块特定的国都之地和历史文化名城中培育和发展起来的具有特定内涵的区域商业及其文化，是基于国都消费驱动为核心而形成的商业体系。

京商的基本特征主要表现为四个方面：一是京商具有鲜明的“贵气”和“官气”，满足皇家贵族、官员、士绅的消费，是京商服务的重要内容；二是京商具有较为突出的儒商特征，历史上的京商是受儒家文化影响深厚的群体；三是京商具有典型的海纳百川、兼收并蓄的特征。

北京古来为天下财货骈集之地，京商商人来源于全国各地，不同的文化因子在北京融合并升华为京商文化；四是京商在经营服务上具有精益求精、追求最高质量标准的特征。

京商所经营的许多产品、所提供的服务代表了当时国内同行业的最高标准。

编辑推荐

千百年来，京商文化穿越了厂史长河，汇聚了不同的文化因子，是我国地域型商业文化的典型代表。和徽商、晋商文化一样，京商文化具有独特性和不可替代性。全面系统地梳理京商发展文脉，总结京商学术体系，提炼京商文化精髓，需要我们这一代人的切实努力。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>