

<<话说汉商>>

图书基本信息

书名：<<话说汉商>>

13位ISBN编号：9787801934918

10位ISBN编号：7801934911

出版时间：2008-4

出版时间：中华工商联合出版社

作者：朱英，魏文享 著

页数：357

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>

## &lt;&lt;话说汉商&gt;&gt;

## 前言

武汉商人在历史上创造了辉煌的业绩，是这个城市发展最重要的活力来源和主体之一。在江汉竞流、帆樯逐浪之间，他们留下了机敏睿智的商业谋略，令人感佩的创业故事。遗憾的是，业绩虽然彪炳，精彩仍在继续，但武汉商人群体的历史群像却并不清晰。与史上有名的晋商、徽商、洞庭帮、宁波帮等著名商帮相比较，武汉商人“帮”的形象似乎并不鲜明。

与此相反，武汉作为一个明清以来在全国处于领先地位的商业城市，作为“九省通衢”、“东方芝加哥”的城市记忆却深入人心。

城市商业形象与商人历史形象之间的这种反差表明，乡缘性的商帮并不能代表所有的商人群体。故土乡情，谋利为家，光宗耀祖，出发地当然对于商人的集体行为有着重要的联结作用，但是商人在经营地成就事业，其个体经营行为深受当地文化及经济环境的影响，相当多的商人都会在异地安家立命，扎地生根，因而商人与经营地也有着不可分割的关联。从前者可以了解到一地商人的乡土情结和先天特质，从后者则可以了解一地商人的应变和创造才能，更可以看到一个城市的吸引力与容纳性。

武汉和武汉商人无疑属于后者，因此也不能以分析传统商帮的眼光来审视我们所称为“汉商”的群体。

汉商是在一个动态的历史过程之中形成的，也是与武汉的发展进程紧密相联的。

汉商的原籍并非来自同一地区，也不局限于本地或本省，但是汉商的主体范围仍然是十分明晰的。

明清以来数百年间，来自全国及本地的商贾在这里谋生、创业、安家。

经营平常者，得以养家糊口；小有所成者，开号立店；大有成就者，创名立万，他们都属于汉商之列。

在长期的发展过程中，商人们创建了一大批名店名牌，一些老字号至今仍在继续经营，他们更是武汉经济发展的重要推动力，也是武汉商业文化的重要代表。

不论他们是否是武汉及湖北本土商人，不论事业成败大小，只要他们曾经在此奋斗，就与这个城市结下了不解之缘。

论业绩，武汉商人在全国工商界的地位及武汉本身的经济地位也为社会所公认。

无论是在明清时期，还是在民国时期，武汉的工商业在全国都处于领先地位。

汉口曾被称为“天下名镇”，“天下四聚”之一。

到近代，武汉的洋务企业和民用工商业的发展也为全国瞩目，武汉长期是近代中国仅次于上海的经济中心，汉口曾被列为直辖市，也是全国经济发展与革新的先锋城市。

武汉的企业家在工商界有着广泛的影响力，民初成立的汉口总商会曾是全国几大总商会之一，与上海总商会、天津总商会、北平总商会并肩而立。

在诸多经济事务及政治运动之中，都可见到汉口总商会的身影。

武汉因商而兴，但文脉同样绵长。

在3500年前，盘龙城就已是工商繁盛、文化昌盛的都邑。

在汉阳和武昌，文人佳话、历史古迹留名青史，与汉口商城相映生辉。

鼎盛文脉与湖光江色赋予这个城市以灵气，工商振兴、企业竞争则赋予这个城市以活力。

商人与城市是互相促进、互相影响的，武汉的地域文化会影响到商人的个性，商人的经营活动也在改变着这个城市。

武汉商人虽然来自全国各地，但在这个城市，他们形成了独特的商业文化和生活方式，已经与这个城市合为一体，难以分离。

武汉被称为市民化的城市，而其市民化的特色与商业化是密不可分的。

不同地域、不同行业、不同时间段的商人虽然都是为利而谋，但其发家之路、经营方式、思想观念、生活方式都各具特点，难以优劣判之。

今言汉商，我们关注的是明清以来武汉商人的创业史和经营方略。

武汉商人善合众家之长，面对内外局势，他们趋利避害，险中求胜，终成大业，他们的智慧、勇

## &lt;&lt;话说汉商&gt;&gt;

气、谋略都是宝贵的历史财富。

不过，在差异化、个性化的经营之中，武汉商人还是体现出一些群体性的特点。

首先，仍要从武汉商人的地域结构来加以分析。

武汉商人来自全国各地，融合各方英豪。

武汉三镇之中，汉阳兴起较早，明清以前商业也很发达，但是后来因河道变迁而衰落。

武昌长期是行政及文教中心，近代以来因为书院及大学的兴起，来此求学者更多。

汉口是武汉扩张最快的区域，自明清以来，作为商业中心的地位不断加强，吸引了千万来此经商谋生之人，开埠以后，汉口贸易更为发达，更兼工业的兴起，对周边省份及附近县市的辐射吸纳能力更加明显。

武汉不仅是区域市场的核心，本身的消费能力也非常可观。

正如查慎行在《汉口》一诗中云：“人言杂五方，商贾富兼并。

纷纷隶名藩，一一旗号整。

”这种情况不仅在明清如此，在近代也十分明显。

武汉商人中不仅有湖北帮、本地帮，还有其他各省商人。

各地商人有各自的组织，也有各自的传统，但是在长期的市场活动当中，他们既相互竞争，也相互合作，逐渐都融入到这个城市之中，成为汉商群体的一部分。

武汉、商人讲竞争，但是没有那种凭地域优势排外的习气。

只要“才”、“财”兼备，都可在这里创出一片新天地。

武汉有些老字号原本是总部设在外地的分店，但是经营得法，自成一体，在外地总部衰败以后，汉地字号仍然兴盛发达，反而成为家族延续的依托。

武汉也正是以这种平等、兼容的胸怀吸引了来自全国各地的商人。

从工商业的比重来看，商业一直是武汉经济发展的主轴。

近代工业自开埠以后才次第展开，武汉也随之成为工商并举的经济中心。

清代学者潘耒在《遂初堂集》中有诗记汉口云：“朱甍十里山光掩，画舫千橹水道遮。

北货南珍藏作窟，吴商蜀客到如家。

”四通八达的水道使武汉成为华中地区的物流中心，也是各类商品和物资贸易的大市场。

长期以来，武汉的经济是以商业和服务业为主。

当然，也有不少的手工业作坊和手工工场，但在工业化之前，规模都不大。

开埠以后，辅以铁路及轮船航运业的发展，武汉的贸易更为发达，外贸及新兴的银行业都有长足发展

。

在张之洞创办洋务工业以后，武汉的新式工业得以诞生，形成工商并举的发展态势。

不过，就工商比重及从业人员来看，武汉仍然是一个以商业贸易为主的城市。

武汉商人还有一个特点，那就是重商轻儒。

重商自然是所有商人的特点，武汉虽然也是地区性的政治中心和文化中心，但是商业才是这个城市发展壮大的最大推动力。

作为天然的创业舞台，武汉绝少儒家的繁文缛节，也不重功名仕业。

武汉商人很少受传统束缚，善于趋新求变。

商家的重利、竞争、平等、世俗给这个城市带来更多市民化的气质。

为何武汉商人有着与晋商及徽商不同的特质？

这与武汉商人所从事的行业经济特征不无联系。

武汉商人所从事的是具有充分竞争性的商业贸易，而不是有官方授权的垄断性贸易。

这就决定了他们的交易对象主要是市场同业，以及市井小民，虽然也有官方机构，但是很少通过读经通儒来予以结交。

武汉商人大多不重科举之名，在商人家族之中，缺乏科举向儒的传统，何况武汉商人的家族性特色并不浓厚。

晋商和徽商所从事的钱业、淮盐、粮食等行业中，官方授权、官方业务及商人家族的背景占有很重要的地位。

## &lt;&lt;话说汉商&gt;&gt;

当然，这并不是说武汉商人不会结交官府，但是家族性的官商分工或者商学一体现象显然并不突出。

机敏善变是外界对武汉商人的普遍印象。

湖北人被称为“九头鸟”，是说其机变灵活，足智多谋，当然也有一点贬损的意思。

不过，这个头衔用来称呼武汉的商人或许更为贴切。

武汉商人之经营主要不是靠官府授权，也难有垄断的能力。

在这个巨商小贩云集的城市，要想在竞争中立足取胜，是龙游潜底，还是风云际会，全凭个人的经营本领。

武汉商人的机敏善变表现在善于寻找商机，善于创造条件，善于顺时应变，善于创新求存，同时他们也不缺乏恒心、勇气和信誉，当然其中还夹杂着一些小聪明。

这样，既有传承数百年的老字号长盛不衰，在时局转变的重要关头，也不断有新的商业英雄应时而生，层出不穷。

在此发展过程中，武汉商人的商业谋略也在不断丰富、拓展。

武汉商人也有其自身的局限，有人指责说武汉商人外向开拓精神不够，这也和武汉的市场特点有关。

武汉是众商的目的地，是商人的竞技场，市场容量既大，辐射能力亦强，各地商人均想在此争一席之地。

能够在武汉市场创出名号，企业经营就已获得相当大的成功。

因此，如非必要，武汉商人走出去的欲望并不强烈。

但是，一些资本雄厚、实力超群的成功企业在湖北甚至省外都开有分店分厂，经营也十分成功，只是就数量规模而论，还未达到与徽、晋商帮相若的程度。

也有人批评说武汉的商人善于内斗，在外也不团结。

湖广会馆、两湖会馆虽然在各地遍设，毕竟还是涵括太广，难以完全代表武汉商人的集体形象。

晋商、徽商或者其他商帮，在外地往往合帮结社，互助互利，因此有着更深的异乡情缘。

这一批评有一定的合理性，但是这也和武汉商人的移民结构有关。

武汉商人本身是一个组合体，来自各地各乡，没有强烈同一的情感记忆和家乡认同。

武汉是他们事业的成功地，但是还不足以成为合帮成会的强有力纽带。

此外，武汉商人经营遍及各行各业，竞争激烈但少有全国性的垄断行业，也难以在外地形成鲜明的商帮形象。

集体的历史形象不鲜明，并不代表武汉商人缺乏个性化的特质。

对于身处宏阔的华中腹地的武汉商人来说，他们较少受到儒家传统的束缚，他们在经营活动中，形成的是务实趋新、重商趋利、敢为人先的传统，这或许也是近代武汉能够时时在全国处于先锋地位的原因之一。

本书通过众多的具体事例，讲述武汉商人个性化的创业故事，期望能够为现今的工商人士提供历史的经验与教训，也期待这些成功的创业故事能够在江城不断上演！

后记 这套《中国商人谋略坊》丛书从策划、组稿到第一批《话说徽商》《话说晋商》《话说京商》《话说津商》四个分册的出版，经历了四年多的时间，说长不算长，说短也不算短了。

图书是出版人的孩子，如今，自己总算给这孩子梳妆打扮，送出了家门，疲惫之余，心中的欣慰自不待言。

（一） 这套丛书讲述的是近代中国（有些商帮上溯到明清时期）各地商人的传奇故事，展现的是异彩纷呈、悲喜交织的商战大戏。

丛书名中的谋略是广义的谋略，不仅包括经营的谋略，更包括人生的大方略、大智慧。

读者从中可以看到历史上中国商人的方方面面，领略他们植根于中国传统文化的丰富多彩的精神内涵，颇具各地域社会历史地理特色的钟灵毓秀的文化禀赋，在长期商业实践中形成的博大精深的经营法则，于艰难困苦世事沧桑社会动荡中历练的从容不迫的人生智慧。

可以说，源远流长的中华商业文化到这一时期达到了前所未有的辉煌，展现了惊人的魅力，也为后继者留下了无尽的宝藏。

丛书每一分册的内容都包含三个部分：一是正文，二是各地商业谚语，三是图片。

## &lt;&lt;话说汉商&gt;&gt;

本套丛书的作者，可以说个个都是行家里手，他们的研究领域，集中在中国经济史、商业史等方面，著述也颇丰富。

主编徽商分册的李琳琦先生，出版有《徽商研究》《徽商与经营文化》《徽州文化全书·徽州教育》等著作；写作晋商分册的张正明先生，出版有《晋商兴衰史》《晋商与经营文化》（《平遥票号商》等著作；写作京商分册的齐大之女士，出版有《北京商业记事》《百年浮沉》《中国企业史·近代商业卷》等著作；写作津商分册的宋美云女士，出版有《近代天津工业与企业制度》《近代天津商会》《近代天津房地产交易习惯与民事诉讼》等著作。

这套丛书因此具有了大手笔写普及读物的特点。

专家学者手中掌握大量第一手资料，对所论问题颇有研究，故比起那些文坛二传手、三传手们来，他们的视野开阔得多，史料丰富得多，论述也到位得多。

正因为是大手笔写普及读物，对他们而言也是个探索，是个尝试，是“大姑娘上轿头一回”。

如何根据策划方案安排内容，如何把资料剪裁得体，如何将故事叙述生动，都是不小的难题。

有人戏言比写同样篇幅的学术著作费力得多。

从写作过程中我们之间通过的无数电话、电子邮件、信件，我相信这是真话，也相信读者朋友能包涵探索中的不成熟。

我还真诚希望，有更多的专家学者加入他们的行列，参与本套丛书以后各分册的写作，为读者朋友提供更多用真材实料烹饪的通俗文化大餐。

各地商业谚语是这套丛书的又一看点。

商谚是商人情感与智慧的化身，是一方水土不可替代的文化创造，是各地商人买卖生涯的纪念碑。

它们句句可称要语妙道，记述着艰辛和磨难，表达着立场和主张，蕴涵着嘲讽和警策，寄寓着理想和期待。

不是吗——那“读书好营商好效好便好，创业难守成难知难不难”和“贵莫贵于顺天，大莫大于得地，重莫重于知人，神莫神于识物，巧莫巧于投机，妙莫妙于遇时”的徽商谚语，是不是说明徽商具有客观务实超前的营商观念，也表现了他们得中国传统文化之精髓，寻求天人合一、物质与精神和谐的积极的人生态度？

那“勤是生财的匣子，俭是聚宝的耙子”和“十分干抵不上三分算”、“视行情随机应变，巧经营左右逢源”的晋商谚语，是不是道出了晋商白手起家的致富根本和称雄商界数百年的智慧源泉？

那“买卖不在人情在，好店三年不换客”和“炮制虽繁，必不敢省人工；品味虽贵，必不敢减物力”的京商谚语，是不是让你觉得知书达礼的北京商人经营的是一份礼仪、一份仁义，而不仅仅是一份生意？

那“门路多，东西南北，头头是道；经营活，春夏秋冬，季季丰收”以及“死店活人开”的津商谚语，是不是反映出九河下梢的天津商人对经营之道有一种特别的悟性？

说到每分册中所配的百十余幅图片，虽然在策划之初即有考虑，但由于底气不足，经验也不足，最初只想配个三五十幅即可。

但实施起来就像发现了另一个宝库，欲罢不能。

这中间经历了几多曲折，几多困难，也得到了许多认识的不认识的朋友鼎力相助，花费的力气可说比花在文字稿上的力气还要多出一二倍。

最终的结果表明，这样做是值得的。

不是吗——透过古村落的粉壁黛瓦马头墙，透过经商的执照发票代沽单，透过田野中的牌坊、山林中的书院，你是不是更深地领略了徽商的底蕴？

透过大院的高墙灰瓦红灯笼，透过票号的秤杆秤盘巧暗码，透过沙漠中的驼队、会馆中的戏台，你是不是更深地理解了晋商的精神？

透过京城的牌楼胡同四合院，透过故宫的大殿华表铜乌龟，透过琉璃厂的牌匾、同仁堂的药目，你是不是更深地感受了京商的气派？

透过天津卫的舟渡电车铁工厂，透过租界的教堂墓地小洋楼，透过劝业场的繁华、天后宫的热闹，你是不是更深地品味了津商的境界？

（二）20多年来，正是中国社会的重要转型期，经济发展的高速增长期。

## &lt;&lt;话说汉商&gt;&gt;

不容讳言，随着各地GDP数字的直线上升、城乡建设的热火朝天，我们民族传统文化（包括商业文化）的实物形态正在快速消失。

面对这种情况，不少有识之士表示了深深忧虑，发出了种种呼吁，采取了种种行动。

比如，人大代表提案保护旧民居旧街道，国学专家从娃娃抓起倡办咏诗读经的蒙学班，艺术家深入穷乡僻壤整理演出原生态歌舞。

我想，面对上述情况，出版人能做的不仅是空怀感叹，更要扎扎实实地在我们熟悉的园地上耕耘，下大力气策划运作好的选题，以我们一双手有形的手来与市场那只无形的手博弈，用图书形式将我们民族文化的精华保留下来，展示出来，以当代人喜闻乐见的形式让读者接受、欣赏、记忆、应用。

实际上，自现代出版业诞生，几代中国出版人一直在做着这项工作。

我们的难题是，在社会生活日益多元化、各种新兴媒体竞相争夺受众眼球的今天，如何探索图书内容和形式的创新。

在这方面，这套丛书做了一些稚嫩的尝试。

比如：第一，在内容上，我们以当今提及频率极高的谋略为载体或称主线，将各地商人的故事娓娓道来，其中不乏今人特别关注的经营之道、奇招妙法、人情世故、商战案例。

同时注意写出传统文化对中国商人的滋养，各地风土人情在商人商事上的反映。

第二，在文字风格上，我们追求通俗流畅生动，夹叙夹议，必要时借鉴一点小说笔法，以期生动有趣。

第三，在形式上，我们适应读图时代的阅读需求，配发大量相关图片，在书眉上配发大量商业谚语。

这第三点在本文前面已具体提到，这里不再赘述。

可以说，这套丛书是经济与文化的联袂，文字与图片的辉映，历史对现实的观照，传统文化商业文化地域文化的融合。

我们期待着读者对这种尝试的认可。

（三）当今中国，怀旧之风劲吹。

怀旧服饰、怀旧饮食、怀旧阅读、怀旧旅游……总之，怀旧是当代流行文化的一个亮点。

是迈过了温饱门槛的大众需要更多精神的愉悦？

是整日浸淫在纷繁竞争多变气氛中的心灵需要传统文化的慰藉？

是谋求个人成功团体兴旺事业发达急需汲取前人生存的智慧？

……似乎是，又似乎不完全是。

一方水土养一方人，我们不可能改变我们的过去，我们必须守住民族文化的根本、弘扬民族文化的精髓——这是本套丛书的每一位作者都表述过的意见。

这不禁让我想起了周一良先生关于文化三层次的论述。

他说：“文学、艺术、思想属于‘狭义文化’，这些再加上政治经济制度以及衣食住行、生产工具等，可算‘广义文化’，而在一个民族的各个文化分支中，还可能潜存着一种共同素质，贯穿于各个方面”，他称为“深义文化”。

他认为，“这三个层次由狭而广、由表及里、由浅入深，共同组成一个立体的文化定义和文化类型的分析模式。

”他还认为，“狭义和广义的文化是比较容易相互学习、引进的，而深义文化，却不大容易被移植或引进”，“深义文化最终构成了一个民族的灵魂。

”我只是一个出版人而不是学问家，引用上面的论述不是想探讨高深的理论问题，而只是想说明，我觉得，在当前世界经济一体化的进程不断加速、中国社会文化生活与国际接轨的程度不断加深的形势下，如何在学习引进发达国家狭义文化、广义文化的同时避免我们民族深义文化的缺失和与他种文化的同质化，这是一个严峻的课题。

了解历史上的中国商人和商业文化，对于研究和弘扬中华民族深义文化，无疑具有重要意义。

或者说，中华民族深义文化的许多密码潜存于历史上各地的商人商事商情之中。

比如，有的专家就曾指出，诚信意识是现代商业社会的精神基石，但诚信意识不应该盲目从国际嫁接，而应该从我们自身的文化传统中延伸。

中华民族并不缺少诚信文化，如果说现代中国商业社会缺乏诚信意识，那是因为我们的文化出现了某

## <<话说汉商>>

种断层，这实在是值得反思的事情。

研究断层产生的原因和弥合断层的办法，又实在是很沉重的话题。

作为这套丛书的策划者、责任编辑、第一读者，几年来浸润在各地多姿多彩的商业风情之中，我感到了莫大的愉悦，也非常希望与读者朋友共享。

这套丛书可说是一幅各地商业文化地图，由作者与我共同绘制，期待着读者朋友手持着它，与我们共同开始一次重新发现之旅。

## <<话说汉商>>

### 内容概要

古今中外的商业竞争，归根结底是人的竞争，是文化的较量，是精神的博弈。

本丛书讲述近代中国（有的商帮上溯到明清时期）各地商人的传奇故事，展现丰富多彩的经营之道、处世之理。

旨在对中华商业文化的内容和精神做深入发掘总结，为当今商人群体的成长和成功提供历史借鉴。

历史有传承，文化有根基。

一方水土养一方人。

中国商人和消费者，中国特色经营模式和消费方式，都与我们的前人有千丝万缕的联系，都与我们的国情乡情密不可分。

弘扬各商帮和各地域商业文化的特色，对于当今打造名省名市名街名企名店名商，实施特色竞争、差异定位，具有重要现实意义。

十几省市专家学者精心打造，中国经济史学会、中国商业史学会指导支持。

本丛书视野开阔，气势雄浑，史论结合，深入浅出，图文并茂，赏心悦目。

既是政府官员的历史读本，又是商界人士的经营指南，还是文化爱好者的收藏佳选。



<<话说汉商>>

书籍目录

序言第一章 江汉朝宗话汉商 1.1 高水流水，黄鹤故里 1.2 九省通衢，运通天下 1.3 汉正街起，汉口镇兴 1.4 有容乃大，百业聚集 1.5 会馆林立，商帮竞雄 1.6 东方芝城，无处不洋 1.7 洋务重埠，开拓风气 1.8 重商趋利，市井繁华 1.9 九首翱天，商行九州第二章 地利人和觅商机 2.1 “太平洋”上，“皂”立乾坤 2.2 “八卦汤”里，别有真经 2.3 换技偷艺，“显真”突起 2.4 开领风气，西服中用 2.5 一把蚕豆，生根发芽 2.6 风险投资，牛气冲天 2.7 容人谅人，团结共进 2.8 效法名店，自创金牌 2.9 无心插柳，顺势而为第三章 机敏诚信闯大业 3.1 诚实是金，水起风生 3.2 药关人命，存心天知 3.3 百折不挠，自开航道 3.4 眼明心快，善觅良机 3.5 顺时应变，另辟蹊径 3.6 白手起家，敢拼才赢 3.7 历经磨难，终成正果 3.8 诚厚不欺，巧遇伯乐 3.9 勤奋智敏，内联外通第四章 运筹商道巧经营第五章 精益求精创佳绩第六章 营销制胜有奇谋第七章 胜情重法揽人才第八章 竞合有常两相宜第九章 相交天下利相随

## 章节摘录

第一章 江汉朝宗话汉商 1.1 高山流水，黄鹤故里 武汉是武昌、汉阳、汉口的合称，一城辖三镇，两江通九省，这种城市布局和区位优势在中国众多的城市之中别具一格，尽显开怀入大江的宏阔大气，又不乏内争自强之道。

东汉蔡邕在其《汉津赋》中道，武汉“南援三州，北集京都，上控陇坂，下接江湖”，正为东西南北之商路中心。

武汉也没有辜负这样的天赐良质，经历明清以来数百年的迅速发展，一直担当着华中地区和长江中游的经济、文化中心的历史重任，不仅是辐射全国的商业都会和工业基地，还是誉满全国的文化教育中心。

虽然武汉是作为一个商业城市而崛起的，但这片土地的历史同样源远流长。

在武汉市郊发掘的盘龙城遗址距今已有3500多年历史，是长江流域发现的第一座商代古城，遗址规模庞大，城内分布着宫殿建筑群，城外四周分布着手工作坊、民居点和小型墓地，已经具有完备的城邑形态。

在遗址中还发掘出大量精美的商代青铜器、玉器和陶器，显示这个地区已发展出灿烂的青铜文化、较发达的农业和手工业经济。

“大汉口”、“汉正街”是武汉作为商业城市最为鲜明的标识，但在三镇之中，汉口其实是最晚发展起来的。

在明代以前，武汉乃是武昌、汉阳两地的合称，元代诗人余阙在诗中把武昌、汉阳并称“双城”，汉口在很长一段时间内一直隶属于汉阳。

……

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>