

The *Shangshu* Phenomenon in the Ming and Qing Dynasties: Observation from Economic and Cultural Perspectives

Zhang Haiying

Abstract: Although ancient China has a long history of commerce, it was not until the late Ming Dynasty that there appeared *shangshu*, that is, commercial manuals or merchant handbooks that impart the knowledge of commercial business: rules, philosophy, ethics, skills, experiences, knowledge of commodities, business characteristics, and travel guides. The major readership of *shangshu* was merchants. The Ming-Qing *shangshu* can be roughly classified in three categories: (1) publications on trade routes and traveling knowledge, (2) publications on business performance, and (3) the “commercial encyclopedia.” The *shangshu* phenomenon was by no means fortuitous. Many factors were contributory to the phenomenon, including the growth of a commodity economy, maturation of a nationwide market network, formation of regional merchant organizations, expansion of book markets, and spread of public education. In addition, the prosperity of publication industry and improvement of printing technology provided the guarantee in production and technology for the large scale printing of *shangshu*, and the growth of private book markets provided broad channels for the sales of *shangshu*. The publishers of *shangshu* were private book firms with commercial benefits as their major motive, and growth of these private book firms, by doing away with the previous dominance of the official publication industry, marked the new change in the publicity body. The fact that *shangshu*, everyday life reference books, books on practical knowledge and other popular books were circulated and read among the middle and lower social classes indicated the fall of traditional officials and literati as the major readership of printed material and the rise of the new readership, with merchants being its mainstay. The number of *shangshu* of the Ming and Qing periods was huge and their content was rich, and they are important data when we study the transportation, trade, local customs and practices, the merchants’ ideology, business performance and philosophies during the Ming and Qing periods. If we examine the *shangshu* phenomenon in the context of world history, we may see it was not unique in late imperial China. Similar phenomena occurred in early modern Europe. The early modern European “*shangshu*” consisted of two major categories: (1) the publications on “propositional knowledge” of commerce and trade, and (2) those on “prescriptive knowledge” of trade performance. Their major difference from Chinese *shangshu* lies in the fact that they required young businessmen to have more command of mathematics, geometry and cosmology, and they laid great emphasis on religious asceticism. A comparison of the *shangshu* phenomenon during Ming-and-Qing-Dynasty China with its European counterpart during the same period of history gives researchers a new perspective of studying the different routes of commercial development and merchant training.

Keywords: : *Shangshu* phenomenon, Ming and Qing Periods, essence, Sino-European comparison

Author: Zhang Haiying received his BA and MA in history from East China Normal University (1985 and 1988, respectively) and received his PhD in history from Fudan University (2000). He is now a full professor and doctoral supervisor at the history department of Fudan University. His research focuses on the history of the Ming and Qing Dynasties, and his major publications include *Commodity Circulation and Market System South of Yangzi during the Ming and Qing Dynasties and Ming History*.

明清“商書現象”：經濟文化視野下的觀察

張海英



[摘要] 中國古代商業的發展歷史悠久，但真正的商業書——“商書”，即以講述商業規範、商業經營理念、商業道德、經商技巧、從商經驗、商品知識、行業特點、行旅指南等為主要內容和以商人為主要閱讀群體的讀物，卻是明代後期纔開始出現的。明清時期的商書大致可分為三類：一是關於商路知識的商書；二是着重介紹商業經營的商書；三是綜合性的商書。“商書現象”在明清時期出現絕非偶然，商品經濟的發展，全國性市場網絡的成熟，區域性商人組織（商幫）的出現而形成的閱讀市場需求，大眾教育的普及，都是“商書現象”出現的促成因素。而明清時期出版印刷業的繁榮，刻印技術的改進，則為商書的大量刊印提供了技術上與

生產上的保證。民間圖書市場的發展，為商書的銷售開闢了廣闊的通道。商書出版者主要是以商業利益為主要導向的民間書坊，而民間書坊的興盛，打破了此前以官刻為主的刊印系統，反映了出版主體的新變化。商書、日用類書、實用讀物等通俗作品在中下層社會的傳播與閱讀，標誌着大眾閱讀群體的興起，原有的以官僚、士大夫為閱讀主體的印刷品格局被打破，其中以商人為主體的新閱讀群體已然形成。明清商書為數衆多，所涉內容十分豐富，是研究明清時期交通和商品流通狀況、各地風土民情、商人們的思想意識、經營實踐與經營理念的重要資料。如果把“商書現象”放到全球史中來觀察，它並非中國明清時期所獨有，近代早期歐洲也出現了類似現象。其相關內容大致分為兩類：一類是關於商業貿易的“事實性知識”，一類是為需要實施貿易提供“規範性知識”。這些商書與中國商書的主要區別在於，除了要求年輕的商人掌握更多的數學、幾何學、宇宙學知識外，歐洲商書的宗教禁欲主義色彩比較濃厚。對比明清商書與同時期歐洲商業手冊，可以為研究者提供研究同一時期東西方不同的商業發展路徑與商人培養模式的新視角。

[關鍵詞] 商書現象 明清時期 實質 中歐比較

[作者簡介] 張海英，1985年、1988年在華東師範大學分別獲得歷史學學士和碩士學位，2000年在復旦大學獲得歷史學博士學位，現為復旦大學歷史系教授、博士生導師；長期從事明清史研究，代表性著作有《明清江南商品流通與市場體系》《明史》等。

中國古代的商業發展歷史悠久，在商朝和西周時期，由於“工商食官”，沒有私人商業，也尚未出現關於經商知識的文獻；到了春秋戰國時期，纔出現了很多自由經商的商人，《史記·貨殖列傳》中記載的數十位善於經營而致富的人物如范蠡（前536—前448）、子貢（前520—前456）、白圭（前370—前300）等，對後世影響很大，人們把與商業相關的經營計謀稱為“計然之策，陶朱事業，端木生涯，白圭之術”。范蠡還輯錄了他的老師計然關於經商的言論，參以自己見解，寫成《計然書》^①，後來人們又根據范蠡的經商思想，輯有《陶朱公商訓》^②，成為商家的經營寶典。但無論是《計然書》還是《陶朱公商訓》，均是後人根據口耳相傳所輯錄，在流傳過程中又經過多次改寫，散見於歷史典籍之中，談不上是正式的商業書。真正的商業書，是明代後期纔開始出現的。因此，這裏所說的“商書”，指的是明清時期由商人或民間書坊編撰出版並大量發行，以闡述商業規範、商業經營理念、商業道德和傳授經營技巧、從商經驗以及介紹商品知識、行業特點、行旅指南為主要內容，以商人為主要閱讀群體的讀物。這一現象，也可以稱之為“商書現象”。有關它的研究，以往學界雖多有關注，但總體而言，尚處於零散的個案狀態，或者是對有代表性的商書予以介紹，或者是對商書某些特點（如經營理念、商業思想、商人教育、商書的出版傳播等）進行分析，缺少對“商書現象”作整體性的深入研究。鑑於此，本文將分析探討這一現象及其相關問題，並從全球史角度，與同時期歐洲發生的類似現象做一比較，以期更好地觀察“商書現象”所折射的深刻內涵。

一 明清“商書現象”的發生

早在戰國和宋代，中國就曾出現過商業化高潮，宋代的商業繁榮更是被稱為商業革命^③，但那時並未出現大規模的“商書”，也談不上“商書現象”。祇是到了明清時期，纔有了“商書現象”的發生。

（一）商書種類

明代商書的公開刊印大多在明中後期。比較有代表性的商書主要有：黃汴《一統路程圖記》（又名《天下水陸路程》），隆慶四年（1570）刊；陶承慶增輯《華夷風物商程一覽》，萬曆間刊^④；余象斗《新刻天下四民便覽三臺萬用正宗·商旅門》（簡稱《三臺萬用正宗·商旅門》），萬曆二十七年（1599）刊；周文煥、周文煥編《新刻天下四民便覽萬寶全書》，萬曆間刊^⑤；商濬《水陸路程》、壯遊子《水陸路程》，萬曆四十五年（1617）刊^⑥；張應俞《（鼎刻）江湖曆覽杜騙新書》，萬曆間刊；程春宇《土商類要》，天啓六年（1626）刊；李留德《新刻客商一覽

^① 《計然書》也稱《計然策》。“計然”究竟是人名還是書名，學界說法不一。東漢以來，許多著作都認為計然確有其人，並稱計然是范蠡的老師。胡寄窗在《中國經濟思想史》中對“計然”的爭議做了梳理，傾向於把計然的言論當作范蠡的思想看待，認為“計然”是書名而非人名（胡寄窗：《中國經濟思想史》（上海：上海財經大學出版社，1998），上冊，第189—190頁）。

^② 《陶朱公商訓》，又稱《陶朱公生意經》《陶朱公商經》，具體成書年代不明，但從行文風格看，成書時間較晚。書中的諸多訓誠流傳下來，在後世的商書中多有體現。

^③ 斯塔夫里阿諾斯指出，“除文化上的成就外，宋朝時期值得注意的是，發生了一場名副其實的商業革命，對整個歐亞大陸有重大的意義”〔《全球通史》（上海：上海社會科學院出版社，1996），吳象嬰 梁赤民 譯，第438頁〕；費正清認為，該時期內（宋朝）制度和文化也有了重大的發展，這一發展的背後是中國經濟尤其是商業的飛躍，我們不妨稱之為中國的“商業革命”〔《中國：傳統與變革》（南京：江蘇人民出版社，1992），陳仲丹、潘興明、龐朝陽 譯，第134頁〕；劉毓慶也認為：“在中國歷史上有過三次商業革命浪潮，這三次浪潮皆發生在中國社會的重大變革時期，即戰國、兩宋和近現代”〔劉毓慶：“中國歷史上的三次商業革命浪潮及其啟示”，《山西大學學報（哲學社會科學版）》3（2017）〕。

^④ 作者陶承慶為新喻縣丞，是明清為數不多的“官員”所修商書之一；刊印者為福建書林坊主劉大易。

^⑤ 原本藏嘉興市圖書館。該書卷二十六《商旅門》，與余象斗《新刻天下四民便覽三台萬用正宗》卷二十一《商旅門》內容基本相同，特別是《客商規鑒論》一節祇有一字之差。目前尚不知這兩個版本有何關聯〔陳學文：《明清時期商業書及商人書之研究》（臺北：洪葉文化事業有限公司，1997），第57頁〕。

^⑥ 日本尊經閣文庫漢籍分類目錄“史部·地理類一”作商濬撰。這兩部《水陸路程》基本與黃汴《天下水陸路程》內容相同。日本學者山根幸夫、斯波義信認為，這兩本書實是黃汴《一統路程圖記》的重修本〔〔日〕山根幸夫：“明代路程書考”，《第五屆中國明史國際學術討論會暨中國明史學會第三屆年會論文集》，（合肥：黃山書社，1993）；〔日〕斯波義信：“《新刻客商一覽醒迷天下水陸路程》略論”，《李挺教授九十華誕紀念文集》（昆明：雲南大學出版社，2003）〕。

醒迷·天下水陸路程》（簡稱《客商一覽醒迷》）^①，崇禎八年（1635）刊；憺漪子《新鐫士商要覽》，崇禎間刊；明延陵處士編《商賈指南》^②；明末江湖散人輯《士商必要》三種，等等。

清代商書在數量上更多，其流傳較廣且較具代表性的主要有：康熙間馮琢珩的《辨銀譜》^③；乾隆六年（1741）寧壽堂的《銀譜》；乾隆十七年（1752）范銅的《布經》（八卷）；《布經要覽》（二卷，佚名）^④；乾隆三十九年（1774）賴盛遠的《示我周行》；乾隆五十七年（1792）吳中孚的《商賈便覽》；乾隆五十一年（1786）王秉元的《生意世事初階》（鈔本）《貿易須知》、（炳記）《貿易須知》；^⑤王鳴時的《商賈啓蒙 商賈格言》；汪敷五傳抄的《生意經傳》（又名《生意綱領直解》）；清謝光燧的《商賈格言》；光緒十八年（1892）《生意集話》^⑥；清末楊樹棠的《雜貨便覽》^⑦；等等。

此外，清代各地還有大量民間流行的各種刊本和鈔本^⑧，像歙縣茶商的《徽州至廣東路程》《沐雨櫛風》《萬里雲程》，休寧商人所編《江湖繪畫路程》等等。徽州書坊刊刻的《酬世錦囊》《萬寶全書》《士民便考雜字》等日用類書中，也有部分經營常識。另外，還有許多佚名的水陸路程書鈔本，如《自漢口至西安路程》《杭州上水路程歌》《徽州下水路程歌》《安慶至徽州路程》《安慶至徽郡》《萬里雲程》抄件；各類生意經鈔本如佚名《客商規略》《生意經傳》《（徽州績溪經營）生意經》《生意手冊》《營生集》《客孤思鄉》《商情雜覽》《商賈指南》《商賈格言》；各種專業指南鈔本如《典務必要》《當行雜記》《典業須知》^⑨《當譜寫本》^⑩，以及《當譜集》《論皮衣粗細毛法》《當譜》《成家寶書》《定論珍珠價品寶石沉頭》《皮貨論》《典業雜誌》《雜錄便覽》等，不下數十種。

以上這些文獻，儘管在題材、體裁、文風、格式以及刊印出版等方面有所不同，但都是針對商人經營所需要的知識和經驗的，因此都屬於商書範疇。

（二）商書內容與特點

就上述各類文獻內容看，明清時期的商書大致可分為以下幾類：

第一類是關於商路知識的商書。像黃汴《一統路程圖記》、陶承慶《商程一覽》、商濬《水陸路程》等文獻，詳細記載了明代由南北二京至各地、十三布政司至各地，以及各布政司之間、徽州出行各地的交通路線、所經站名、里程等內容。賴盛遠《示我周行》，以及《徽州至廣東路程》《徽州下水路程歌》《客孤思鄉》等書，也以記載水陸交通路線為主，故這些書籍可稱為商編水陸行程書。明清大量商編水路行程書的編撰，與商品經濟的繁榮、長途貿易的發展密不可分；因為，隨着長途貿易的不斷增多，商人的經營地域也不斷擴大，對商業地理方面知識的要求

^① 本文所據為楊正泰《天下水陸路程·天下路程圖引·客商一覽醒迷校註》（太原：山西人民出版社，1992）。楊正泰在該校註本中認為《客商一覽醒迷》的作者是李晉德，目前學界提及該書作者均稱“李晉德”。據日本學者龍野正二郎細核崇禎八年本《客商一覽醒迷》後指出，該書作者不是“李晉德”，而應是“李留德”。該信息為香港中文大學歷史系邱澎生教授示知，本文據此改正，謹此致謝。

^② 其主要內容與余象斗《新刻天下四民便覽三台萬用正宗》中的《商旅門》相同。

^③ 康熙五十五年刊，本文據清乾隆五十四年馬心恭刻本，又稱《新刊辨銀譜》，收入《四庫未收書輯》第10輯第12冊。

^④ 《布經要覽》作者、刊印時間不詳，本文據清汪裕芳鈔本，收入《四庫未收書輯》第10輯第12冊；范銅《布經》八卷，鈔本，收入《四庫未收書輯》第3輯第30冊。

^⑤ 《生意世事初階》系鈔本，署名為句曲（按句曲為江蘇句容縣的古稱）王秉元開初氏纂集，沙城西麓主人汪湜增訂。該本複印冊為南京大學歷史系范金民教授示知，謹此致謝。從書中汪湜序得知，該書是汪湜依據王秉元之書重加增刪潤色而成，而王秉元之成書時間，當在乾隆五十一年以前。此後，在王秉元此稿本的基礎上，又有《貿易須知》（本文據光緒五年刊本），該本題有嘉慶十四年王秉元序，道光二十四年杭州項名達續刊；光緒五年蠡城言慎金在王、項兩刊本基礎上再刊，內容多與《生意世事初階》同。《貿易須知》較之《生意世事初階》，所論學徒規矩相同之處甚多，祇是內容更加豐富，增加了如何處理東家與夥計的關係、“如何辨識洋鈔”“鴉片之危害”等適合時代需要的新內容。（炳記）《貿易須知》與《生意世事初階》的內容基本相同，祇是在語氣上帶有更多的山西地方色彩。張正明認為這是清代山西商人在“《生意世事初階》基礎上增刪而成的，更適合山西人使用”〔張正明：《晉商興衰史》（太原：山西古籍出版社，1995），第335頁“附錄二”〕。

^⑥ 該書由清代白人桂林、日本鶴江人御幡雅文合著，蘭西大學圖書館藏。

^⑦ 該書封面為《雜貨便覽清單》，楊樹棠鈔。觀其內容，當為清後期鈔本，東京大學東洋文化研究所仁井田文庫藏。

^⑧ 這些商書鈔本，大多數為徽商所傳，學界亦稱之為徽州商業文書。

^⑨ 原鈔本藏美國哈佛燕京圖書館，本文據楊聯陞點校輯本，刊於《食貨月刊》復刊第1卷第4期。

^⑩ 趙金敏點校整理：《當鋪鑒別珠寶文玩秘訣》（北京：北京燕山出版社，1991）。

也相應提高。

第二類是着重介紹商業經營的商書，主要談為商之道、強調經營者素質與經營原則、介紹各種經商專業知識。如明代李留德的《客商一覽醒迷》，內容偏重於論述商業行為規範、道德修養。余象斗纂輯的《新刻天下四民便覽三臺萬用正宗》卷二十一《商旅門》，則根據商賈經營的實際需要而編纂，既有行商經驗之談，又有商品知識、經營方法的總結，還有對經營者基本業務素質的要求。程春宇的《土商類要》，則兼及商路等交通線路和商業規範、經營經驗等內容，不但記錄了與《一統路程圖記》基本相同的百餘條交通路線，而且還另闢“客商規略”“買賣機關”“為客十要”“醒迷論”“戒嫖西江月”“省心法言”“思慮醒言”等專章，介紹相關的經營知識，強調商業道德及為商之道。

第三類是綜合性的商書。其中，清代吳中孚的《商賈便覽》被視為集大成之作，內容包括經營理念、經營技巧、出行出貨吉期推算、各地（包括外國）土產行情、關稅、演算法、用秤、辨銀、信函往來規範乃至水陸路程等方面內容，幾乎涵蓋了當時經營所能涉及的主要常識。^①其“江湖必讀原書”一節，總結輯錄了《三臺萬用正宗》《土商類要》《客商一覽醒迷》等書行商者必備的相關知識；“工商切要”一節，作者註明是“中孚新增”，除論及行商知識外，還列有“學徒稱呼須知”“學徒任事切要”等學徒之規及坐賈店家經營的相關諸事。而《生意世事初階》一書，專門立足“坐賈”^②，從師傅和學徒兩方面，傳授“坐賈”開店者如何培養學徒、選擇店址、迎對顧客、開店經營，學徒如何學習店鋪知識和為人處世之道等內容。

此外，還有一些專業針對性比較強的“技術指南”之類的文獻，如馮琢珩的《辨銀譜》、寧壽堂《銀譜》、范銅的《布經》、清後期的《生意集話》及典當行業的專書《典業須知》《典務必要》《當行雜記》和各類《當譜》《當譜寫本》《論皮衣粗細毛法》《定論珍珠價品寶石沉頭》鈔本等，皆屬此類。^③

總起來看，這些商書突出的特點有兩個：（1）所涉內容十分豐富。不僅有商業條規、關津稅則、商業道德與商業規範、各地風情物產、商品物價、交易技藝、防盜與防騙手段、演算法、辨銀、商家的禁忌與習俗等經營方面的基本知識，還有水陸路程、四季雜占、起居雜忌、四時調攝、歷代官制、帝王源流、科舉程序、文武官服色、文武職公署、先賢名士、書信稱呼、喪禮古制等歷史、地理、社會、制度、文化等方面的知識，可謂日常生活的小型“百科全書”。（2）史料價值甚高。內中記載了許多官方文書中難以尋覓的珍貴史料，有些著作更是編纂者的親身經歷，具有相當的可信度。將這些商書文獻與官方文獻及各地方誌相互參證，將有助於後人瞭解當時的交通及商品流通狀況、各地風土民情以及商人們的經營實踐。尤其是商書的大量刊行說明，這一時期的商人已不再僅僅滿足於僅憑經驗行事，或者傳統的父子相繼的經驗傳授，他們開始重視商業知識的系統累積與傳播，從職業教育的角度培養子弟生徒；商書的許多內容，還被採納入傳授民衆日常生活必備常識的書籍——日用類書之中，可見這些內容也反映了當時社會人們對商業的普遍看法。這些均賦予了明清商書彌足珍貴的文獻價值。^④

^① 本文所據《商賈便覽》為乾隆五十七年版，臺北中研院史語所藏複製本。道光版目錄上是六卷，但主要是把乾隆版的相關內容合併成六卷，實際內容並無二致。乾隆版《商賈便覽》共八卷：卷一，“江湖必讀原書”“工商切要”（中孚新增）；卷二，“經營糧食吉凶日期”“神誕風暴日期”“各省船名樣式”；卷三，“各省疆域風俗土產”“新增各省土產”“異國口外土產”“外國方向”“各省買賣碼頭”“各省關稅”“各省鹽務所分銷地方”“各省茶引”；卷四，“演算法摘要”；卷五，“平秤市譜”“辨銀要譜”；卷六，“應酬書信”；卷七，“時令佳句”“月令別名”“親族稱呼”；卷八，“天下路程（附土產、碼頭、關稅）”。

^② 在中國古代，儘管農業佔據社會經濟的主導地位，但人們對商人的商業活動及其社會功能仍有着比較清醒的認識，“自古有坐賈行商，為懋遷有無之計”的說法為人們所熟悉。同時，對於不同類型商人的職能特點也有較為清晰的區分，“遠商近賈”“坐賈行商”之類的表達方式，便反映了人們從心理上對於“商”之“行”的流動性、“賈”之“坐”的穩定性的形象描述。“行者，所謂行貨；曰商店，則居貨日賈也”。換言之，“行商”的作用在於流動性的集散和批發買賣，“坐賈”的作用在於以固定的店鋪門面承擔日常買賣交易的職能。本文之“坐賈”意指開店經營類之商人。

^③ 張海英：“從商書看清代‘坐賈’的經營理念”，《浙江學刊》2（2006）；“從明清商書看商業知識的傳知識的傳授”，《浙江學刊》2（2007）。

^④ 張海英：“明清社會變遷與商人意識形態——以明清商書為中心”，《復旦史學集刊》1（2005）。

二 明清“商書現象”的社會經濟背景

“商書現象”之所以發生在明清時期，有其深刻的背景。這其中，由社會經濟發展而帶來的市場網絡的成熟、商人組織的形成、大眾教育的普及等，是“商書現象”賴以出現的重要因素。

(一) 市場經濟的發展：促生“商書現象”的經濟基礎

明中後期以後，隨着社會經濟的發展，傳統經濟發生了重要的變化，商業經濟繁榮。以至於以往衆多學者認為此時中國出現了“資本主義萌芽”，更有學者將這一時期繁榮的商業發展稱之為“商業革命”^①。儘管說法不一，但說明在明中後期和清前期，中國經濟確實經歷着一個與以往不同的發展時期，即商業化的時期。

在這個時期，中國農業結構發生了相當大的改變，農產品商業化程度進一步提高。棉花、麻、苧、染料、煙、芋、蔗等作物成為明清的新興行業，其他如果樹、藥材、茶、油料作物以及林木等，也都因地制宜，得到了較快發展。江南、福建、廣東、四川、山東等地均出現了不同程度和不同類別的經濟作物種植區。這種地區專業化分工，推動了地區之間的商業發展。

與此同時，明代全國形成了衆多的手工業品生產中心。除蘇、杭、嘉、湖地區的絲織業、松江地區的棉紡業外，還有廣東的粵紗，福州的綢紗，漳州、泉州的紗絹、倭綬、天鵝絨等絲織品，江西景德鎮、廣東石灣、福建德化、浙江處州的陶瓷業，福建延平、廣東佛山的冶鐵業，浙江溫州的漆器業，江西鉛山、江蘇常州的造紙業，安徽歙縣的製墨業等等。這些產品各有特色，遠銷全國及海外。^②這種貿易，為明清市場經濟的繁榮發展奠定了基礎。

明代國內交通的發展，也為全國性的長距離貿易提供了便利。從洪武年間完成的《寰宇通衢》來看，早在明初，全國水陸交通網絡即已基本成形。宣德之後，國家繼續保持對水陸交通線的維護及驛站的增設修葺，在邊遠地區恢復和新添了許多驛站，其交通閉塞的情況大為改觀。據隆慶年間黃汴所著《一統路程圖記》和天啓間程春宇所著《士商類要》記載，包括漕運在內，其時全國已有一百餘條水陸商路。黃汴還對明代兩京至十三省、兩京十三省省會至該省所屬府、州的水陸交通，各邊路交通，江南、江北水陸路等交通狀況、驛站里程作了詳細介紹。從這些介紹中可以看出，北起遼東，南達福建、廣東，東到上海、山東，西至陝西、寧夏，全國已形成了比較完善的四通八達的商品流通網絡，而北京與南京則成為全國最大的商貿集散地。及至清代，全國性的市場運輸網絡進一步完善，國內市場突破區域性地方市場進一步向全國性市場發展。^③

明清時期的跨區域商業的發展及市場網絡的完善，於商書中也有所反映。從成書於乾隆年間的《商賈便覽》記載的商品流向可以看出，清代糧食市場網絡是從長江中游的湖廣流向華南、江南；鹽市場網絡是從東部沿海向西北延伸；茶市場網絡是從皖、浙、閩向東北、西北延展；絲綢市場網絡是江南向全國各地販運；棉花是河南、山東向江南運銷；棉布是從江南向北方各地運銷；五金是從西南向東南各地傾銷；藥材則從川、雲、貴、贛向全國銷售；皮貨則從西北、東北入關向華中、華東銷售；海貨洋貨從粵、閩、浙向各地轉銷。^④

較之前代，明清時期的商品貿易有諸多新特點：（1）貿易路線作為商品流通的渠道，發展

① 唐文基對明清時期的商業化評價甚高，稱之為“商業革命”：“16至18世紀，中國發生了一場未完成的商業革命，其表現是國內大宗商品遠距離貿易的發展和全國性市場的形成，以及海外貿易的擴張，中國是其時世界範圍內商業革命的重要組成部分。”〔唐文基：「16至18世紀中國商業革命和資本主義萌芽」，《中國史研究》3（2005）〕

② 唐森、李龍潛：「明清廣東經濟作物的種植及其意義」，《明清廣東社會經濟形態研究》（廣州：廣東人民出版社，1985）；李華：「明清時代廣東經濟作物的發展」，《清史研究集》（成都：四川人民出版社，1984），第三輯；許檀：《明清時期山東商品經濟的發展》（北京：中國社會科學出版社，1998）；張海英：「明清江南地區與其他區域的經濟交流及影響」，《社會科學》10（2003）。

③ 吳承明：「論清代前期我國內市場」，《中國的現代化：市場與社會》（北京：生活·讀書·新知三聯書店，2001）；李伯重：「中國全國市場的形成，1550—1850年」，《清華大學學報（社科版）》6（1999）；李伯重：「十九世紀初期中國全國市場」，《浙江學刊》4（2010）。

④ 〔清〕吳中孚：《商賈便覽·各省疆域風俗土產·新增各省土產·異國口外土產》。

迅速；及至清代中期，這一交通體系已經達到中國在前近代可能達到的最高水平。（2）明清進入商品流通的品種大量增多，商品量急劇擴大，各類生產、生活用品及包裝用料、運輸工具的零件，均進入了長距離的商品流通行列。（3）商品流通中需要的各種服務，如運輸、轉運、儲存、保管、食宿、納稅、保安等日益增多，為商品流通服務的各種設施如旅店、貨棧、鋪房、亭廊等也日益專業化。^①這些商貿新特點，都是戰國時期和宋代的商品經濟所不能比擬的；同時，它也給明清商人帶來新的挑戰。李和承認為：在前近代的中國，“國家向無專門規範商業的法律，再者，即使經濟規模日漸擴大，國家對商人的私人財產和商業活動的保障，也並未有任何加強”；“因此，商人在從事經濟活動時，不得不依附於傳統的聯繫中，即自發結成區域性夥伴（Fellow-regionalship），鞏固內部的凝聚力，用以保護和擴張事業”。^②換言之，商人經營，必須利用商人組織的資源與信息優勢，通過團體內成員的互助行為，協助個體商人更好地適應陌生的生活環境，保障商人及商人群體的相關利益。這種需要，是促成明清時期區域性商人組織（商幫）興起的重要原因。

（二）商幫的興起與商書市場需求的形成

所謂“商幫”，是以地域為中心，以血緣、鄉誼為紐帶，以“相親相助”為宗旨，以會館、公所為其在異鄉的聯絡、計議之所的一種既“親密”而又鬆散的自發形成的商人群體。大體而言，在明代以前，商人的經營活動多是以個人或家族為基礎的分散行為，沒有出現大型的、有特色的商人集團，因此是有“商”而無“幫”。到了明代，方有“商幫”出現。^③商幫的興起與發展，是商品經濟發展、國家政策調整以及民衆社會觀念轉變等各種因素綜合影響的結果，其背後蘊含着社會變遷的多重內涵。^④

不同地域商人組織（商幫）的形成和發展，意味着相關區域從商人數已經具有頗大的規模，並有一批積累了大量資本的富商鉅賈作為中堅力量。他們以群體的力量參與商業競爭，從區域市場向全國市場進軍，其活動的舞臺更加廣闊，影響力也與日俱增，形成新的商人文化。各個商幫在經營、制度、文化等方面都存在不同的特點，創立發展了諸如夥計制、聯號制、經理負責制、學徒制、股份制等一系列經營管理制度。^⑤其中一些行之有效的經營方式和制度創新，也成為其他商幫學習和仿效的對象。

商幫的興起，帶動了商書市場需求的形成與發展。因為，商幫經營管理的新變化，使商人需要更全面的專業知識。隨着運輸、儲存、保管、食宿、貨棧、鋪房等與經營密切相關的各行業的發展日趨繁榮，分工越來越細，經營對經營者的專業知識及綜合素質要求亦越來越高。此時，單憑以往的父子相傳、師徒相授的個體傳播從商經驗的傳統模式，已難以適應這一新的社會群體的要求。商人迫切需要一些專門講授經營知識的書籍。這一需求促進了商書的大量湧現，並使其廣泛流傳成為可能。

正是由於商幫的出現，明清時期的商業書纔有了一個相對固定而且日益擴大的閱讀群體，形成了對商書的市場需求。明清各類商書的序言中多有“宦輶之所巡，商泊之所趨，訪屐之所涉，庶此編之為旌導”之類的表述，就是最好的說明。而就商人群體而言，“大批的徽州商人懷揣幾兩碎銀，挾着《士商要覽》《天下路程圖引》，呼朋引伴地外出經營”^⑥的景象，則成為當時商

① 鄧亦兵：“清代前期全國商貿網絡形成”，《浙江學刊》4（2010）。

② [韓]李和承：《明清傳統商人區域化現象研究》（臺灣師範大學歷史研究所博士論文，1997），第253頁。

③ 明後期，全國範圍內號稱有十大商幫：山西以晉中為中心的晉商；歙縣、婺源等徽州地區的徽商；與晉商同時興起、亦被稱為晉商小兄弟的陝商；臨清、濟寧、聊城、煙臺等地的魯商；以龍遊縣為中心（包括常山、衢縣和江山五縣）的龍遊商；西洞庭山（今江蘇蘇州的東山鎮和西山鎮）的洞庭商；江西由人口流動形成的江右商；以浙江寧波為中心的浙商；以福建沿海為中心的閩商；以廣州、佛山一帶為中心的粵商。至清代，商幫更是全國性地發展壯大〔張海鵬、張海瀛主編：《中國十大商幫·前言》（合肥：黃山書社，1993）〕。

④ 張海英：“明中葉以後‘士商滲透’的制度環境——以政府的政策變化為視角”，《中國經濟史研究》4（2005）。

⑤ 唐力行：《商人與中國近世社會》（北京：商務印書館，2003），第58—65頁。

⑥ 王振忠：“斜陽殘照徽州夢”，《讀書》9（1994）。

人的閱讀心態以及商人與商書之間相互聯繫的生動寫照。

（三）大眾教育的普及：“商書現象”的文化基礎

商人通過商書來獲取商業知識的需要不斷擴大，是“商書現象”賴以出現的基本原因。但是，“商書現象”要想出現，還必須有一個重要的前提，即商人能夠讀商書，否則他們仍然祇能沿用先前的傳統，通過口耳相傳來獲取這些知識。而在明清時期，隨着社會經濟的發展，民衆教育較之前代亦有良好的發展，從而使很多普通商人具備閱讀書籍的能力。

明代已建立起比較完整的學校教育體系。有明一代，從南北二京的國子監到地方上的府學、州學、縣學、書院以及社學（義學）等官私興辦的不同形式、不同層級的學校，彼此銜接，形成一個全國性的教育網。^①特別值得重視的是，社學、族學、私塾、家塾等基層學校提供的基礎教育，有了重大發展，這對平民閱讀能力的提高有了很大的促進。

明清江南各大市鎮多有各類形式的社學和義學，並且常常得到官府的支持，甚至由官府出面興辦。嘉靖時的嘉定知縣李資坤、青浦知縣卓鉅等，都在治下的鄉鎮興辦學校多所。^②到了清代，從梁其姿所作的1644—1829年間江南社學、義學的統計來看，蘇、松、常、鎮、寧、杭、嘉、湖八府和太倉州，全都有民辦和官辦的社學和義學。^③康熙時蘇州巡撫湯斌（1627—1687）更發出告諭，要蘇南“城鄉村鎮，宜設社學一所，延學問純正之士為師。本鄉子弟及家貧無資者，州縣官量為廩穀，概送入學”^④。在某種意義上，這可以說是強迫教育（即義務教育）之濫觴。

在這個興辦教育的潮流中，商人也通過捐資助學和創辦學校，直接參與民間教育活動。明清時期大量的史料記載表明，商人支援教育事業發展的風氣十分盛行。他們或直接出錢在家鄉、寄住地資助官辦的府學、縣學，修復或創設書院、義塾、義學等各類學校；或通過捐錢、捐田用於學校開支及學生的生活費用等形式，資助家鄉或所住地的教育事業。^⑤明清時期，徽州的家塾、族塾、義塾、義學等遍佈城鄉各地，而這些大多是由徽商出資興建的，其目的是為宗族和邑里的貧困子弟提供接受教育的機會。這方面的材料，在徽州的譜牒、方志中俯拾可得。^⑥

這些不同類型、不同層次的教育機構，擔負着不同性質的教育職責。官辦府學、州學、縣學以及書院等，主要實施的是精英教育（科舉應試教育），而私塾（家塾、族塾）、義學（義塾）、蒙館等各類私立學校所實施的則是初級教育。除了為官學輸送受過啟蒙基礎教育的學子外，更多是為普通民衆提供大眾教育，為學生日後謀生提供基礎知識。從大量的明清史籍中可以看到，大多數人讀書並非是為功名，而是為以後從事工、商、醫（生）、幕（友）、訟（師）等工作做準備。因此，讀書識字、基本計算等技能便成為大眾教育學習的重要內容。通常情況下，經過兩三年的啟蒙教育，學童能認識1000—2000個左右的漢字，學會了簡單的加減運算，也就基本獲得了獨立從事一般經濟活動所需要的讀、寫、算的基本能力。^⑦

當然，這種基礎教育並不能提供從商所需要的專門知識。從清代商書的記載來看，許多學

^① 曹國慶：“明初的學校教育”，《江漢論壇》6（1986）；毛禮銳、沈灌群 主編：《中國教育通史·明清（鴉片戰爭前）的教育》（濟南：山東教育出版社，1987）。

^② 清乾隆《續外岡志·小學》，《蒲溪小志·小學》。

^③ Angela Leung: “Elementary Education in the Lower Yangtze Region in the Seventeenth and Eighteenth Centuries”, *Papers in Social Sciences* 2(1994): 94-95.

^④ [清]袁景瀾：《吳郡歲華紀麗》（南京：江蘇古籍出版社，1998），卷首。

^⑤ 王新田、汪立祥：“明清商人與教育”，《教育評論》4（1993）；張明富：“明清商人投資文化教育述論”，《西南師範大學學報（哲學社會科學版）》4（1997）。

^⑥ 李琳琦、王世華：“明清徽商與儒學教育”，《華東師範大學學報（教育科學版）》3（1997）；李琳琦“明清徽州的蒙養教育述論”，《安徽師範大學學報（人文社會科學版）》3（2000）。

^⑦ 李伯重：“中國的早期近代經濟——1820年代華亭一婁縣地區GDP研究·附錄11：學校教育”（北京：中華書局，2010）；嚴雄飛：“清代民間教育的特點及其社會地位”，《北京理工大學學報（社會科學版）》4（2002）。劉永華通過對閩西開支賬和徽州排日賬的分析證實，在清代，一個人雖然祇是粗通筆墨，但祇要掌握區區四五百至七八百字，便有能力處理記賬、借貸乃至記事等文字工作〔劉永華：“清代民衆識字問題的再認識”，《中國社會科學評價》2（2017）〕。

徒（小官）進店後，仍要學習寫字、算盤、理秤（稱戥子）等相關的從業必備知識。^①但這種教育帶來大眾識字率的普遍上升^②，使得普通民衆具備了一定的閱讀能力，以及日後從事商業活動（記賬、算賬）所要求的讀、寫、算等基本能力，並且使他們可以通過閱讀商書來獲得各類專業知識。因此，民間大眾教育的普及是明清商書得以傳播的文化基礎。

三 明清“商書現象”的實質

在一個處於前工業化的社會裏，書籍是信息和思想傳播的主要載體。同時，書籍又是一種特殊的商品。因此，人們既可以將它作為用以交易和謀利的商品來研究，又可以將它作為通過圖像和文本傳遞多重意義的文化符號來研究。仔細探究明清時期“商書現象”的實質，不難發現，它是應明清時期社會經濟發展——尤其是商業發展之需要而產生。商業的發展需要一種知識傳播的載體為從業者提供有用和可靠的知識，滿足這個特定讀者群體的需求，商書就是這樣的知識載體。明清時期社會經濟的發展，為這一載體的出現提供了相應的物質條件。

首先，明清出版業的發展興盛以及印刷技術的進步，為明清商書的大量刊印提供了技術層面的保證。像商書以及日用類書、戲曲、醫書、堪輿書等大眾讀物，形式上需要圖文並茂，版式上也要追求更為精緻活潑與多樣化。這一時期套印、彩印技術的發展，使出版商的願望得以實現；而饅版與拱花技術的應用，則令書籍中印製的圖案更為鮮活生動。這些新技術的應用，一方面滿足了民衆更高層面的閱讀要求，進一步吸引大眾對圖書的興趣；另一方面，也使得印刷成本大幅下降。有學者考證，宋元以降，雕版圖書的頁均印造價、頁均書板價和頁均刊刻成本呈現下降趨勢，到明代祇是前代的十分之一。^③這樣，書籍越來越便宜，一般圖書已不再屬於奢侈品，就連普通市民也可以購買。這就使得大眾讀物的市場需求不斷擴大，讀者群日益增多。^④“出版業的發展，使那些過去不能或者很少接觸書籍的底層鄉村社群成為書籍的消費者和受益者”，至清代，“出版業從中心城市向外擴展到清朝的各個角落和地區”。^⑤

其次，包括商書在內的大眾讀物的出版普及，也表現了明清時期民間圖書市場的繁榮，為商書的銷售開闢了廣闊的渠道，進而成爲“商書現象”的重要推手。晚明至清前期，民間圖書市場發展迅猛，北方主要是北京，而南方則以南京、杭州、蘇州、建陽、徽州為盛，在嘉靖至萬曆時達到一個高峰。有學者認爲，晚明時期整個南方的圖書貿易已經是一個統一的市場，將蘇州、杭州、南京以及建陽整合在了一起。江南地區的湖州等地則出現了刻書專業市鎮或村莊，如晟舍、匯沼就是著名的刻書之地，織里人則以販書為業，他們駕着一葉書舟，利用江南水鄉的便利交通，販銷於各地。大小各異的流動販書船，也形成了江南地區流動的圖書市場，映襯着江南經濟文化的繁榮。^⑥

值得一提的是，徽州作為明清徽商發源地，其深厚的文化底蘊與經商傳統也成為商書現象的重要促成因素。徽州民間刻書業享有很高的聲譽，徽板、杭板、蘇板與閩板齊名。^⑦當時，徽州商業經濟比較繁榮，商人很多，因經商需要，書坊為他們刻了不少書。如《水陸路程寶貨辨疑》

^① (清)王秉元《生意世事初階》(鈔本)第十二、十三、十四條。

^② 關於明清時期的大眾教育及民衆識字問題，羅友枝(Evelyn S. Rawski)、梁其姿、熊秉真、李伯重等學者均有關注〔Evelyn S. Rawski, *Education and Popular Literacy in China* (Ann Arbor: University of Michigan Press, 1979)；梁其姿：“‘三字經’裏歷史時間的問題”，《時間、歷史與記憶》(臺北：中研院民族學研究所，1999)；熊秉真：《童年記憶——中國孩子的歷史》(臺北：麥田出版股份有限公司，2000)；李伯重：“八股之外：明清江南的教育及其對經濟的影響”，《清史研究》1 (2004)〕。

^③ 周生春、孔祥來：“宋元圖書的刻印、銷售價與市場”，《浙江大學學報(人文社會科學版)》1 (2010)。

^④ 劉天振《明代通俗類書研究》(濟南：齊魯書社，2006)，第88—95頁；張獻忠：“明代商業出版的歷史定位及啓示”，《貴州社會科學》2 (2014)；張海英：“明清商業書的刊印與流佈——以書籍史/閱讀史為視角”，《江南社會歷史評論》(北京：商務印書館，2016)，第8期。

^⑤ 包筠雅(Cynthia Brokaw)：“17到19世紀中國南部鄉村的書籍市場及文本的流傳”，《史華慈與中國》(長春：吉林出版集團有限責任公司，2008)，第466頁。

^⑥ 陳學文：“論明清江南流動圖書市場”，《浙江學刊》6 (1998)。

^⑦ 張秀民：《中國印刷史》(上海：上海人民出版社，1989)，第375頁。

《程君房墨譜》等，內容涉及交通、辦貨、托運、廣告等方面。^①明清徽商留存衆多商書典冊，與此不無關聯。

民間圖書市場的發展，帶動了民間書坊的繁榮，明清時期大量的商業書都是民間書坊刊印的：黃汴的《一統路程圖記》由明代杭州胡文煥文會堂出版，陶承慶的《新刻京本華夷風物商程一覽》由福建書林坊主劉大易刊印，程春宇的《士商類要》由金陵唐氏書坊“文林閣”主人唐錦池出版，李留德的《客商一覽醒迷·天下水陸路程》由金陵李潮聚奎樓〔又作書林李潮（少泉），又作秣陵聚奎樓〕刊印，以上皆為明清時期頗著聲譽的坊刻名家。而清代刊印的《示我周行》一書，有英德堂、靈蘭堂、金闕文雅堂、寶善堂、富春堂、兩儀堂等多種版本。民間書坊的興盛，也顛覆了以往以官刻印刷佔主導地位的刊印傳統，帶動了出版主體的新變化。

在衆多的商書刊印者中，既有衆多的普通書坊，更有出版名家。像《三臺萬用正宗》的刊刻者余象斗，是晚明時期著名的出版家與書坊主人（號稱建陽刻書世家）。他身為三臺館主人，經營祖傳的刻書業，所刻之書均以三臺為記，自稱書林三臺館山人，或用“文臺”“象斗”名字並刻，有時又用“仰止”之字。余象斗經營有方，一生刻印書目甚多，其所經營的雙峰堂（又稱余文臺雙峰堂，亦稱潭陽余氏三臺館），在明萬曆時期達到鼎盛。黃汴《一統路程圖記》的刊印者胡文煥，是明代著名文學家、藏書家、刻書家。他所經營的文會堂，號稱是明代杭州書肆中刻書最多的。刊印程春宇《士商類要》的唐氏書坊“文林閣”，刊印李留德《客商一覽醒迷·天下水陸路程》的李潮聚奎樓，也均為明代金陵著名書肆。

在清代，也有一些商人組織投資商書出版業。清代最具代表性的商書之一是江西商人吳中孚編寫的《商賈便覽》，其初刻本是乾隆五十七年由揚州徽商經營的書坊務本堂刊刻^②，道光二年（1822）又由三益堂、同文堂重訂再版^③。值得注意的是，“務本堂”並不是書坊，它是以徽商為主體的兩淮鹽商在乾隆年間設立的商人組織。在清代前期，務本堂主要是辦公辦貢，支解各官養廉、應酬抽豐遊客等事務，還要辦理“扶孤恤貧、發放濟急賙乏的‘月折’”。揚州的鹽商，徽州商人佔了一大半，他們壟斷了兩淮鹽業的產、運、銷的各個環節。^④務本堂出資刊印由江西商人吳中孚編著的《商賈便覽》，可見其對經商者及經商知識普及的重視。

四 比較研究視野下“商書現象”

“商書現象”是商業化的產物，同時也是商業化的推手。明清時期出現“商書現象”，其原因和作用正在於此。如果把“商書現象”放到全球史中來觀察，可以發現，“商書現象”並非中國明清時期所獨有，近代早期歐洲也出現了類似的“商書現象”。

自中世紀晚期開始，西歐商業化急劇發展，被稱為“歐洲商業革命”^⑤。15世紀末開始，隨着印刷業的發展，歐洲也有大量的“商人手冊”（merchant handbook, merchant manual, merchant guide）“從商指南”（business handbook, trade guide）面世（包括流傳手稿和出版物），為商人提供經商經驗及市場狀況的信息。據凱澤（Wolfgang Kaiser）估計，1470—1700年間，歐洲出版商大約出版了3200多部商業手冊及印刷刊物。^⑥拉布齊（Daniel A. Rabuzzi）則認為，1470—

① 葉樹聲：“明代南直隸江南地區私人刻書概述”，《文獻》2（1987）。

② 《商賈便覽》題作“務本堂梓行”。明清徽商在徽州和他們僱寓的兩淮地區設立了若干“務本堂”。揚州的“務本堂”與徽州的“務本堂”有着密不可分的淵源關係。

③ 陳國棟指出，道光二年“同文堂”藏版實應為“三益堂”藏版之誤〔邱澎生：“由《商賈便覽》看十八世紀中國的商業倫理”，《漢學研究》3（2015）〕。

④ 王振忠：《明清徽商與淮揚社會變遷·前言》（北京：生活·讀書·新知三聯書店，1996）。

⑤ 中世紀晚期歐洲出現商業革命之說，是洛佩茲（Robert Lopez）於1973年提出的，爾後得到許多學者的支持，遂成為一種普遍接受的觀點〔Robert Lopez, *The Commercial Revolution of the Middle Ages* (New York: Cambridge University Press, 1976), 56—147〕。

⑥ Donald J. Harreld, “An Education in Commerce: Transmitting Business Information in Early Modern Europe”, *Information Flows: New Approaches in the Historical Study of Business Information* (Helsinki: SKS/Finnish Literature Society, 2007), 63—83.

1820年之間，歐洲大約有12000種類似的手冊出版。^①這些出版物，大致相當於明清中國的商書。

從內容上看，這些商業手冊的內容大致可以分為兩種類型：一類是關於商業貿易的“事實性知識”（propositional knowledge），一類是為需要實施貿易提供“規範性知識”（prescriptive knowledge）。近代早期歐洲的商業貿易基本上是跨國貿易，因此絕大多數早期手冊面對的對象是當時歐洲的長途商人，特別是文化層次不高的長距離批發商人，很多手冊相當部分的內容與那一時代跨國範圍的國際貿易特別是越境付款有關。因此，手冊內容包含各地的度量衡、貨幣交換信息、關稅表、通行稅，它與算術、會計類手冊一樣，在數量上佔據很大部分^②。

從時代特點而言，16—17世紀流行的商業手冊，其內容要點主要是貨幣轉換與度量衡指南。在17世紀，關於貿易規章的商業書開始出現。到17世紀末至18世紀，內容更為豐富的商業詞典流行甚廣，包括商業用語的解釋，商業中心與產品的界定規範，契約與商業技巧，歐洲最重要的商業中心的信息，甚至還有各類城市的貿易大全。17世紀是西歐各國實行重商主義政策時期，為幫助商人釐清各國規章制度，17世紀晚期與18世紀出版的商業手冊的主要內容，便從貨幣與度量衡、匯率轉換轉到聚焦通行稅與關稅制度。

與明清中國的商書對比，可以看到，無論在內容上還是讀者對象方面，二者有許多相似之處，但是也有諸多不同之處。例如，在從商者的培養方面，中世紀晚期歐洲教育從商的年輕人的傳統方式，是讓他們成為幾年的學徒與店員。這一點與明清時期中國的商業教育幾無區別，但在傳授從商知識的內容方面卻有很大的不同。歐洲的商業手冊除了通常所提及的與商業相關的論題如會計/記賬、交易、商品、商業法律之外，還要求年輕的商人掌握數學、幾何學、宇宙學等各方面的知識。^③

與明清商書一樣，這些商業手冊也強調對從商者品德的要求。他們認為，一個完美的商人，僅僅會“賬目報表，測量尺寸，過磅稱重，有娟秀的筆迹，會流暢地寫信，能輕鬆地與客戶周旋講價”是不夠的，還要有“誠實與善良的美德，然後他們纔可以被稱為商人”。^④

較之於中國商書受儒家思想影響較大的特點，歐洲商書的宗教影響色彩比較濃厚。18世紀，歐洲傳統的宗教禁欲主義思想影響非常大。這一時期出版的商業手冊大多要求經商從業者培養忠誠、誠實、堅貞、勤奮、禁欲主義、謹慎等品德。特別要一提的是，因為財富對人誘惑巨大，而經商（特別是海上貿易）又充滿風險，因此這些商業手冊強調要用理性約束欲望。^⑤

總之，明清時期的“商書現象”，具有豐富的經濟史、社會史、文化史內涵。商品經濟的發展，全國性市場網絡的成熟，區域性商人組織（商幫）的出現而形成的閱讀市場需求，大眾教育的普及等，是其出現的內在促成因素。明清時期出版印刷業的繁榮，刻印技術的改進以及民間圖書市場的發展，為商書的大量刊印提供了技術上與市場上的保證。大量商書的刊印者均是以商業利益為主要導向的民間書坊，而民間書坊的興盛，打破了此前以官刻為主的刊印系統，反映了出版主體的新變化。商書在社會中下層的傳播與流佈，標誌着書籍讀者群的社會組成發生了新變化，原有的以官僚、士大夫為閱讀主體的圖書出版格局被打破，其中以商人為主體的新閱讀群體已然形成。如果把“商書現象”放到全球史中來觀察，它並非中國明清時期所獨有，近代早期歐洲也出現了類似現象。從比較研究的角度，對比明清商書與同時期歐洲商業手冊，可以為研究者提供研究同一時期東西方不同的商業發展路徑與商人培養模式新視角。

^① Daniel A. Rabuzzi, “Eighteenth-Century Commercial Mentalities as Reflected and Projected in Business Handbooks”, *Eighteenth-Century Studies* 2 (1995/1996): 169-189.

^{②③} Donald J. Harreld, “An Education in Commerce: Transmitting Business Information in Early Modern Europe”, 70-71, 76.

^④ 拉布齊以1706年出版的德國商人手冊《施佩蘭德手冊：兢兢業業的批發商與貨幣兌換商》為主要個案，分析了18世紀歐洲商業手冊所展現與實踐的商業思想（Daniel A. Rabuzzi, “Eighteenth-Century Commercial Mentalities as Reflected and Projected in Business Handbooks”, 169-189），其文中涉及較多的德語、法語、拉丁語、荷蘭語書名及俚語。承蒙復旦大學歷史系張巍教授相助翻譯，謹此致謝。

^⑤ 即如拉布齊所歸納的那樣：“理性的資本主義不得不處理無止境的欲望與貪婪，減少非理性的衝動”（Daniel A. Rabuzzi, “Eighteenth-Century Commercial Mentalities as Reflected and Projected in Business Handbooks”, 175-177）。