

# The Transition and the Modern Significance of the Cultural Connotation of Brokers

Yang Hu<sup>1</sup>, Jinsheng Zhou<sup>2</sup>

<sup>1</sup>School of Economics, Central South University of Forestry and Technology, Changsha Hunan

<sup>2</sup>Hubei University of Technology, Wuhan Hubei

Email: jszhou@126.com

Received: Nov. 24<sup>th</sup>, 2016; accepted: Dec. 12<sup>th</sup>, 2016; published: Dec. 16<sup>th</sup>, 2016

Copyright © 2016 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

---

## Abstract

Brokers are a very special group in China history and they are often called the merchant of merchants. The earliest history of brokers can date back to the slavery ages of China. They have been given different appellations all along, such as Yaren in Tang Dynasty, compradors in modern history who took refuge in foreign merchants and formed the well-known comprador classes, and intermediary in contemporary commerce. After going through thousands of years of historical and cultural influence, brokers in nowadays still have special vitality.

## Keywords

Broker, Yashang, "Broker Politics", Comprador, Intermediary, Differences between the East and the West

---

# “掮客”文化内涵的变迁和现代意义

胡 杨<sup>1</sup>, 周金声<sup>2</sup>

<sup>1</sup>中南林业科技大学经济学院, 湖南 长沙

<sup>2</sup>湖北工业大学, 湖北 武汉

Email: jszhou@126.com

收稿日期: 2016年11月24日; 录用日期: 2016年12月12日; 发布日期: 2016年12月16日

文章引用: 胡杨, 周金声. “掮客”文化内涵的变迁和现代意义[J]. 国学, 2016, 4(4): 47-54.

<http://dx.doi.org/10.12677/cnc.2016.44007>

## 摘要

“掮客”在中国是一个很特殊的群体，被称为商人中的商人。可以在中国奴隶制时代寻觅到掮客的历史遗迹，历来对其称谓有很多。唐代时称其为“牙人”；近代掮客投靠洋商，成为著名的“买办阶级”；现代商业通常称其为“中介”。经历了几千年历史文化的积淀和洗礼，如今掮客依然有着特殊的生命力。

## 关键词

掮客，牙商，“掮客政治”，买办，中介，东西方差异

## 1. 引言

“掮客”在中国经济文化史上是一种特殊群体，随着历史的发展起起伏伏，发生了一系列变异，不同时代对其不仅称谓不同，甚至褒贬不一，尤其是“掮客”与政治挂上钩后，其身份和意义就更加复杂了。到了现代社会，由于经济通联的需要，“掮客”又充当了甲乙之间的中介身份，更是褒贬难分。本文试图从历史发展的角度，梳理一下其变迁的脉络，尝试初步探讨其利弊功过。

## 2. “掮客”

《辞海》中关于“掮客”的解释十分简单：“掮客，原指为他人搬运货物上山，以赚取辛苦费的人。<引>也指替人介绍买卖，以赚取佣金的人。”这寥寥几字的解释虽然很简单，但“掮客”这个词根植于“汉字文化圈”这片广阔的文化土地上，亦有丰富的文化内涵在其中。

很多方言里对掮客这类人物也有特殊的称呼，比如东北地区一般把从事中介活动的人叫“拼缝”。这“拼缝”也叫“拼板”，最早其实是木匠工作中的一个程序，是指木匠实际操作中把两块木板用“刨子”刨平，再用的“粘合剂”粘牢固，形成一块更大的板子。在商业活动中，掮客这类人也正是充当“刨子”和“粘合剂”的。另外比较有趣的是上海土话里把掮客称之为“吃白相饭的”。鲁迅先生在上海生活期间所写的文章中有提到过这种称谓的地方性内涵，“要将上海的所谓‘白相’，改作普通话，只好是‘玩耍’；至于‘吃白相饭’，那恐怕还是用文言译作‘不务正业，游荡为生’，对于外乡人可以比较的明白些。” ([1], p. 20)。

客观世界中存在的事物现象，反映到人的大脑中，就形成了人们对与这些事物现象的认识，这种认识同一定的声音结合起来，就成为词义[2]。也就是说，词义是客观事物在语言中的反映。“掮客”这一事物具有用多个词汇均可表达其意的特性，这种特性又可以从侧面印证其意义的复杂性。

## 3. “掮客”在经济领域

### 3.1. 从掮客到牙商

历史上“掮客”这一称谓，其意义是逐渐扩大的。在唐代时形成了一种专替人介绍生意撮合买卖以赚取佣金的职业——牙人。可见“替人介绍买卖以赚取佣金”这一点是不变的，也正是出于这一点，从“掮客”到“牙人”是一脉相承的。

唐朝初年，统治者实行“休养生息”的政策，这使得社会生产力有了长足的进步，封建经济也呈现出空前繁荣的景象。牙商的经营范围和行业规模也迅速扩大，形成了历史上有名的商业团体——牙行。当时的牙行受到官府极大的重视，被政府委以监督其他商人纳税之职责，牙商也因此被称为“商

人中的商人”。自唐之后历代，中国的商品经济不断发展，牙商的影响力也随之扩大，据《清会典》记载，清代“凡城庙衢市……舟车所凑，货财所聚……择民之良者，授之帖以为‘牙侩’，使之辨物平价，以通贸易。”意思是政府会在贸易繁荣的地区选出一些可靠的人充当“牙侩”，让他们来平衡市场的秩序。可以看出清代时，牙商的经营活​​动已渗透到了国家经济的方方面面，并且也有了一定的社会地位。

可悲的是在中国的历史上，商人是从未站在高峰的。历代的宫廷史官在撰史时一般都对商人避而不谈，所谓“商贾之事，阙而不录”。整部《二十四史》商人未得一传。这说明在中国主流的历史价值观中，行商坐贾之辈是不入流的。汉高祖刘邦就曾“乃令贾人不得衣丝乘车，重租税以困辱之”[3]。牙商作为商人的一类，其社会地位自然也就高不到哪去。

## 3.2. 从牙商到贱民

### 3.2.1. “商人”的奴隶出身

为何商人的历史地位如此低下，究其原因还要从“商人”的起源说起。李二和《殷商时期的水运·商人的由来》是这样说的：“……商朝的商业贸易得到空前发展，并出现了专门从事商品流通和交换的商人。但是，当时却并不叫‘商人’也并没有‘商人’这个名称。后来，武王伐纣，商朝灭亡；可是周公旦对商朝心存疑虑，不仅对商朝的贵族集中于处严加管束，更是对其善于经商的遗民采取限制自由的管制措施，并只准许其继续经商。这些被集中管束的商遗民经商者被通称为‘商人’，以便与周部落的宗氏区别开来，这显然带有轻蔑和歧视之意。”

在遥远的周代，封建的国体还未形成，社会仍处于奴隶制阶段。殷商遗民实际已成为周代统治者的奴隶，只能从事处于社会边缘的商业，因此社会地位也十分低下。

### 3.2.2. “重农抑商”

西周中后期，随着“铁犁牛耕”的普遍使用，社会生产力得以发展，大量农民从土地上解放出来得以从事手工生产及商业贸易等其他行业，剩余产品的增加使商品经济也有了长足的进步。封建国家出现了商业同农业争夺劳动力的现象。

土地是国家之本，农业理所当然是“百业之本”。在封建帝王看来，私人工商业主一方面通过商品交换与高利贷等方式盘剥农民，另一方面商业活动丰厚的利益回报又吸引着相当一部分农民“舍本趋末”，从而大大削弱了封建王朝的统治基础。为解决这一棘手的社会问题，战国名臣李悝提出了“尽地力”和“善平余”两项举措，想借此保证和鼓励农业的发展。“尽地力”即“尽地力之教”，意思是教导农民耕种土地要精耕细作，要把多种作物混合种植。这一措施既能提高产量从而促进生产，又能避免因作物单一而在年景不济时无粮可收的现象；“善平余”即“平余法”，主要内容是由国家平定粮价，丰年以平价收购粮食，灾年以平价出售仓粮。有效防止了“谷贱伤农，谷贵伤民”现象的出现，与现今社会主义国家的宏观调控十分类似。这两项举措即从生产和分配两个方面基本解决了上述问题。商鞅变法继承并发扬了“尽地力之教”和“平余法”两项举措，并在此基础上提出了“重义轻利”的社会道德准则，进一步贬低工商业的地位；至汉代，汉武帝推行盐铁酒专卖、货币官铸、官定物价以及向工商业者施加重税等措施，进一步抑制了富商大贾的势力。这些政策为历代封建统治者所沿用，成为封建国家的基本国策一直延续了两千余年，史称“重农抑商”。

联想到商人可怜的社会历史地位，揆诸在中国的历史上也就并不曾是什么“振臂一呼便应者云集的英雄”了，甚至有些“臭名昭著”的意味。究其原因，恐怕就出在这“重农抑商”的封建家规之中。要论封建统治者赞赏的，那自然是农田里勤恳劳作的农民。因为封建社会的根基就在于农业，农业即为国家之“本业”，而与“本业”争夺利益的商业就只能算是“末业”。倘若“本末倒置”，那封建统

治必然不能稳固，封建国家也必将灭亡。

### 3.3. 从牙商到买办

时至近代中国，由于西方列强的入侵，中国的社会性质发生了根本性的转变，由曾经的封建国家变成了半封建性质的殖民地国家。小农经济也因而逐渐解体，帝国主义更是乘机迅速扼杀了脆弱的民族资本主义萌芽。“掮客”摇身一变，竟成了专替洋人盘剥同胞百姓的“买办”。“买办”这种商业中介制度在中国传统经济体制的框架中具有一定的历史传承性。封建“牙行”即有类似中介人的职能。与牙行不同的只是“买办”是通过契约关系，受雇于外商。但买办的职业经验也是从封建公行制度中获得的[4]。根据以上的资料来看，“牙商”到“买办”实为我国不同历史时期“掮客”的不同称谓。

#### 3.3.1. 买办之滥觞

买办，狭义的讲即为中国近代史上处于中西方之间，主要替洋商办事的中国商人。西方著名学者马士(B. H. B. Morse)从外来者的视角看中国的“买办”，认为“买办”即在中国的各外国商号经常雇佣的那种经纪人、会计和出纳的总称[5]。买办者，盖乃华人与外商根据互订之契约，在一定报酬之下充外商使用之人，居于外商与华人之间，充外商之名义与华商交易，且于一切交易负无限保证之责任，同时得其规定之佣金者也[6]。

这类被外商雇用的商人一方面可作为欧美商人与中国商人的翻译，同时也可处理欧美国家商界与中国政府之间的双向沟通问题。除此以外，这类商人多半受到洋人雇主的庇护，拥有自营商铺的特权。可以看出，买办在近代的中国拥有相当的政治和经济自由。

#### 3.3.2. 买办之群像

鲁迅在《准风月谈》中生动描述了这样一副上海街头的“奇景”：“假如你常在租界的路上走，有时总会遇见几个穿制服的同胞和一位异胞(也往往没有这一位)，用手枪指住你，搜查全身和所拿的物件。倘是白种，是不会指住的；黄种呢，如果被指的说是日本人，就放下手枪，请他走过去；独有文明最古的黄帝子孙，可就‘则不得免焉’了。这在香港，叫作‘搜身’，倒也还不算很失了体统，然而上海则竟谓之‘抄靶子’”( [1], p. 18)。

这是一副上海街头常见的“洋大人”带着中国“买办”盘诘中国市民的图景。何谓“抄靶子”？鲁迅先生是这样解释的，“抄”就是“搜”的意思，那“靶子”和现在的意思并不差太多，大概就是一种该用枪或者刺刀攻击的目标，是一种只会挨打不会还手的死物。试想那时的买办虽在同胞中是“上层阶级”，可在洋人眼中大概也不过是一条听话的走狗，所以买办要时常摇尾巴讨主人的欢心，不管是否是心甘情愿。对待同胞，那大概又是所谓的狗仗人势，洋大人的狗是万万不能骂，也不能打的。若是狗咬了人，追究起来，倘若主人的情面够大，那被咬的人是绝不敢还口的([1], p. 77)。这画面把国民的愚弱，走狗的谄媚，“洋大人”的趾高气昂都刻画得“声色俱到”。不难想见，买办在当时是何等的风光了。

“掮客”自从投靠了“洋大人”，同封建时代的境遇相比，其社会地位和经济实力都已不可同日而语了，何况又成了“洋大人”的走狗来压迫同胞。买办便成了中国近代历史上最早的“汉奸群体”，真正的“剥削阶级”。

这样的一种人物，鲁迅先生曾用“二丑艺术”生动的刻画过。戏曲艺术中有“生、旦、净、丑”四种角儿，这丑角儿多半是演些插科打诨的笑料，多半是些横行霸道的花花公子，或是仗势欺人的宰相家丁，就是现在所谓的“小丑”。这些人最后往往成为“主角儿”消灭的对象。可这“二丑”又不同，多半是扮演些保护公子的拳师，或是趋奉宰相的清客。总之是身份比小丑高而性格却更坏。这些人多半有些本事，头脑不笨，但多半是仗着靠山有恃无恐地欺压良善。优伶要表现出这种角色的精髓，多半是对

着台下做些鬼脸，然后说：“列位看官可瞧好了，这家伙可要倒霉哩！”

鲁迅先生总结的这最末的一手，是二丑的特色。因为他有些本事，头脑不笨。更因为他清楚地明白自己所靠的是冰山，一定不能长久。戏文里也说他将来还要到别家帮闲，所以当受着豢养，分着余炎的时候，也得装着和这贵公子并非一伙([1], p. 7)。

我们遵循马克思主义哲学的辩证唯物观点，不因一个事物的片面消极就将其全盘否定。买办之流虽为剥削阶级和汉奸群体，然而从客观上讲，买办的出现也推动了中国的洋务运动，催生了中国的新兴民族资产阶级。

### 3.3.3. 买办之末路

1949年新中国的成立改变了许多，比如“一边倒”，比如“另起炉灶”，再比如“打扫干净屋子”。单说这“打扫屋子”，打扫的是一切在华的外国侵略势力，洋商也是被算在其中的。这意思就很明确了，既没了洋商，那买办之流也就只有灭亡。就这一点，恐怕彼时的“掮客”们的力量就要损之大半。剩下的恐怕也是参加了“斗私批修”的社会主义改造而成了工农分子。在当时的社会背景下，商业更是被冠以了“投机倒把”的高帽子而被严厉批判了的。但凡和商业扯上关系的都被认为是资本主义世界的毒瘤。倘若有谁不幸感染了这“毒瘤”，那多半是要被认定成是挖了社会主义墙角的叛徒而惨遭毒打的。

## 3.4. 从买办到中介

二十世纪七十年代，邓小平在中国的南海画了一个圈。中国的商业同世界接轨也就从当时开始。“掮客”的称呼大概也在那时改作了“中介”。中介是一种向客户提供中间代理服务的机构，它本身并不能直接提供相应的服务和产品，但是它能够替你寻找这些服务和物品，供你选择和经营。从这种经营方式中我们可以提炼出两点，一是中介不提供客户的目标商品；二是中介了解客户所不了解的市场信息。不难看出，客户相较于中介是处于劣势的。

蔡明和郭达 2013 年春晚的小品《梦幻家园》中就有这样一段精彩的演出，剧本是这样写的——

“郭：你能行行好，按照合同上的规定，给我们修房子吗？”

蔡：还是看合同吧。翻到第 5 页第 55 条。

郭：这哪有 55 条啊？

蔡：给你(放大镜)。

郭：干嘛？

蔡：在缝里……”

“在缝里”似乎成了部分中介的口头禅。因为规则写在缝里，消费者看不到就成了消费者的过失，这看似并非欺骗，实则是更大的欺骗，是何异于刺杀之而曰“非我也，兵也。”这种行为比起“自相矛盾”的拙劣营销也只能是“以五十步笑百步了”。中介们可以选择欺骗，并继续以“在缝里”的方式欺骗着，但这欺骗最终换来的也只能是眼前的利益和整个行业的停滞不前。

古代的掮客自诞生起就背负了太多的来自文化的“偏见”和政治的“迫害”。他们永远活在中国封建社会的最底层，就算积累了再多的财富也摆脱不了统治者的打击和百姓口中“奸商”的骂名。最终也只能成为封建地主的附庸和封建社会废墟中的炮灰。但新时代给了所有人从新起航的机会，商人已不是奴隶，“重农抑商”也早已成为过去，这“奸商”的骂名掮客们就不想摘一摘吗？倒也不必担心说中国的中介就早已“失掉了自信力”<sup>1</sup> [7]。中国的中介人，必须不以搽在表面的自欺欺人的脂粉来诓骗，要学着强健自己的筋骨和脊梁！

<sup>1</sup>语出鲁迅《且介亭杂文》，文中意为“若失掉了‘自信力’，则必陷入幻灭之境”。



## 4. “掬客”在文化领域之拓展

### 4.1. 从“舆论”到“政治掬客”

掬客的“掬”，属于形声字，《说文解字》中“掬”属手部，从肩，单独解释为“用肩膀扛东西”。是形义结合的汉字典型。

说到“掬”，还有一个与之意义十分相近的字——舆。这个字现在已不再单用，往往是作为词组出现，比如“舆论”等。“舆”字，本意是指“车”或“轿”一类的交通工具。后其含义“义动化”，引申为“用车载”或“人为地搬运”。“舆论”中的“舆”原本就是用的这个引申义，其本意是指“某人在彼地听到了彼人一句话，到了此地再说给此人听”。这个“由此及彼”的过程中就包含了“搬运”的意思。

纵观“二十四史”，在两千多年前的西周，曾经出现过一次后人难以企及的思想高峰和难以再现的文化奇景，那就是春秋战国时代“百家争鸣”的文化格局。由于生产力的极大发展而产生的新兴阶层“士”伴随着“地主阶级”的崛起而走上历史政治舞台。他们游说各个诸侯国，宣传自己的政治主张，以此左右统治者的决策，从而达到自己的政治目的并获得一定的政治利益。

百家中最以游说见长的当属鬼谷子所创立的“纵横家”学派。史书有载，“纵横家……知大局，善揣摩，通辩辞，全智勇，长谋略，能决断……无所不出，无所不入，无所不可。”[8]。纵横即“合纵连横”，纵横家往往早上还主张“合纵以抑秦”，到了晚上可能又主张“连横以强秦”。历史上的纵横家多朝秦暮楚，事无定主，反复无常，设计谋多从自身的政治需要出发。这也正是“政治掬客”最大的特点。

如关于历史上有名的“纵横家”苏秦，《战国策》这样记载：“苏秦始将连横说秦惠王”，极力主张“车骑之用，兵法之教，可以并诸侯，吞天下，称帝而治”，结果“说秦王书十上而说不行，资用乏绝，去秦而归”。便又转而“见说赵王于华屋之下……约纵散横，以抑强秦”。后来苏秦的政治策略得到了赵王赏识，“封为武安君，受相印。革车百乘，锦绣千纯，白璧百双，黄金万镒，以随其后”。在当时显赫一时，发出了“贫穷则父母不子，富贵则亲戚畏惧，人生世上，势位富贵，盖可忽乎哉”的感叹。为了个人的荣华富贵，他不惜出尔反尔，不顾百姓生死存亡，借各国纵横争锋之机得爵获利，最终却没有逃脱被识破而腰斩的命运。十分形象地刻画出一个朝秦暮楚、因时而变的“政治掬客”的典型性格。

百家的这种游说活动其实可以看成是最早的“掬客政治”，纵横家也可以说是中国历史上最早的“政治掬客”。政治掬客“随机应变”的手段和“应时而变”的立场决定了这一文化群体在历史长河中特殊的身份和地位。

### 4.2. “政治掬客”在当代

随着今日信息时代的到来，“政治掬客”这种文化群体似乎有增无减，渗透到日常生活的方方面面。现代社会舆论的爆炸式增长，其声势恐怕早已超出了千百年来历史演进中“纵横家”们的总和。例如当下几乎泛滥成灾的各大“八卦周刊”的“作者”和各种“不懈”蛊惑民众的“专家”们，鲁迅先生总结社会上的这些人的做法时这样说过：“我们只要取一种刊物，看他一个星期，就会发见他忽而怨恨春天，忽而颂扬战争，忽而译萧伯纳演说，忽而讲婚姻问题；但其间一定有时要慷慨激昂的表示对于国事的不满”[9]。这些“作者”和“专家”们无不附着历史上“政治掬客”的亡魂！他们的所作所为正是“掬客政治”的亡灵在现代社会堂而皇之的“复活”！

鲁迅先生居住上海期间，曾对上海的舆论界有过这样的描写：“我们在上海的报章上所看见的，几乎常是这些人物的功绩；没有他们，本埠新闻是决不会热闹的。但功绩虽多，归纳起来也不过是三段，

只因为未必全用在一件事情上，所以看起来好像五花八门了。

第一段是欺骗。见贪人就用利诱，见孤愤的就装同情，见倒霉的则装慷慨，但见慷慨的却又会装悲苦，结果是席卷了对手的东西。

第二段是威压。如果欺骗无效，或者被人看穿了，就脸孔一翻，化为威吓，或者说人无礼，或者诬人不端，或者赖人欠钱，或者并不说什么缘故，而这也谓之‘讲道理’，结果还是席卷了对手的东西。

第三段是溜走。用了上面的一段或兼用了两段而成功了，就一溜烟走掉，再也寻不出踪迹来。失败了，也是一溜烟走掉，再也寻不出踪迹来。事情闹得大一点，则离开本埠，避过了风头再出现” ([1], p. 21)。

近百年前，鲁迅先生就对这种政治掮客们赖以生计的“手段”做了细致的描写和辛辣的讽刺，在笔者看来，这些描写和讽刺在今天依旧适用。“掮客政治”真可说是一脉相承而又毫无新意。

### 4.3. “掮客之道”

掮客的求生之道除了伶牙俐齿、巧言令色，最关键的还要数“人脉”。掮客将自己所拥有的人脉有机的结合起来，形成一个又一个人脉圈，即通俗来说的“圈子”。掮客这一群体也就渐渐异化出了一种奇怪的文化现象——“圈子文化”。细细想来，这人脉的精髓恐怕就在于要办什么事你得找什么人，找对了人你就好办事。但前提是你得在“圈子”里。

#### 4.3.1. 《围城》中的“掮客之道”

钱钟书在《围城》中把这种“圈子文化”形象地比喻为“围城”，“城里的人想逃出去，城外的人想冲进来”。有共同利益的人集合到一起，为了各自的利益而自发组建成利益共同体，外人是难以进入的。这种圈子开始是为了大家方便，到最后又往往成为束缚个人自由的隐形枷锁。但无论是谁，上至高官巨贾，下至平头百姓无不身处“围城”之中。

好似“围城”一般的圈子现今并不罕见，甚至有些普遍的意味。“商圈”、“文化圈”、“演艺圈”等词汇常常见诸报端，成为时下流行的词汇。圈子这一概念甚至超出国界，辐射到中国周边的国家，形成了具有鲜明东方色彩的“汉字文化圈”或“儒家文化圈”。

#### 4.3.2. 以“姓氏圈”为例

中国的这种“圈子文化”，并不是偶然形成的，而是深植于中国人的“集体主义”性格当中的。比如中国人自古重门第，门第意识非常浓重，这与古久的宗法制度密不可分。作为中国人，出生的第一时间恐怕就会涉足“姓氏”这个圈子。“姓者，统其祖考之所自出；氏者，别其子孙之所自分；姓氏者，标示家族血缘之符号也” [10]。

譬如东晋时的王、谢二姓，门第极高，因此权势极大。先后出了许多名人，如王敦、王导兄弟，王献之、王羲之父子，谢安、谢玄叔侄，谢灵运、谢朓两大诗人。史载，南朝侯景想依仗朝中的地位与王、谢两家结亲，梁武帝却讽刺他说：“王谢门第非偶，可于朱张以下访之？”意思说王、谢两家门第举世无双，岂是门第不及朱、张的那些小姓可随意攀附的？后世也有“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”的诗句。

由于推崇高门大姓，便产生了所谓的“郡望意识”。“郡望”原是指某一姓氏世居某郡而为人们所仰望，后借指某一姓氏的社会影响力。实际上这一概念就形成了一个特色鲜明的“郡望圈”。如“唐宋八大家”之一的著名唐代文学家韩愈自称“韩昌黎”，但其并非昌黎人，实为河阳(今河南省孟州市)人。这是因为当时韩姓以昌黎为郡望。

随着社会的进步，门阀制度早已衰亡，郡望意识也早已淡化，但由于某些姓氏在社会经济文化进程中的特殊表现和作用，它们在近现代的中国仍发生令人瞩目的影响。如江浙钱氏，其祖为五代吴越国的开国君主钱鏐。他的三十多个儿子分赴各州任职，其后裔就在江浙一带分布开来。明清以来江浙钱姓名

人辈出，灿若群星，如明末清初的大诗人钱谦益，清代大学士钱大昕、钱大昭兄弟。近代学者钱玄同以及当代的钱伟长、钱学森、钱正英、钱三强、钱其琛和台湾的钱复等其血缘都属于这一族系。不可否认，宗法制和门阀制早已退出了历史舞台，但“姓氏圈”在今天仍发挥着强大的影响力。

### 4.3.3. “文化掮客”

这种影响力倘能积极的利用，那便会产生积极的社会影响，但若利用不善，就真的贻害无穷。不难想见，人与人之间一旦有了共同的利益就有了“圈子”，商人有商人的圈子，文人有文人的圈子。商人想拿文化赚钱，文人想靠文化发家，苦于有两个圈子的隔膜。“掮客”一来，这情形就会发生戏剧性的变化，掮客对着商人的耳朵说些什么，滴溜地转眼扮些鬼脸，商人便大惊“当真？”掮客答道“当真！”掮客又去文人的耳边说些什么，滴溜地转眼扮些鬼脸，文人也大惊“果然？”掮客答道“果然！”，大家就一拍即合，商人也赚了钱，文人也发了家。掮客这时却又跳将出来，一边分着余炎的时候，一边又装着和他们并非一伙。反倒可怜起“文化”来，末了还发出些“人心日下，文化已死”的感叹。这感叹，不但针砭世人，还可以从“日下”之中，除去自己。这个“掮客”，用的是掮客该有的手段，卖的是文化圈这块肥沃土地中的瑰宝，那我们不妨就叫他“文化掮客”好了。

文化掮客出卖文化，并不是说文化掮客就一定是商人，相反的他可以是任何人，唯一不同的是文化掮客缺乏的是对文化本身的敬畏与尊重。好的文化应该具有一定的价值，更应该创造一定的价值，可这文化本身是该拿来卖的吗？一个强壮的人，用自己的勤劳与汗水换来美好的生活这是进步的社会应有的规则。若将强壮的肢体用来交易，把自己的灵魂出卖于他人，则成了实质上的“奴隶主义”，就成了开历史的倒车。奴隶出卖自己的灵魂，是把自己的灵魂看的轻贱，文化掮客出卖文化，则是把文化看的轻贱了。因为看轻了文化，商人把文化视作商品；因为看贱文化，文人迎合商人而扭曲文化。文化是一个民族精神的集中体现，是一个民族的筋骨与脊梁。很多时候不是黄金太贵了，而是筋骨与脊梁被看得太轻贱了。商人懂什么文化呢？可文人是懂的，“丈夫四方志，安可辞固穷”不正是文人应该追求的么？

这种洒脱的人生情怀也许并不适合普通的大众，因为我们正进入到一个任何成就与价值都需以金钱衡量的时代，但不是说“黄金”就是这个时代的名称，恰恰相反的，真正的“黄金时代”却正是不以黄金为最贵的年代，这是人人都是可以追求的。

## 参考文献 (References)

- [1] 鲁迅. 准风月谈[M]. 北京: 北京师范大学出版社, 2013.
- [2] 邢福义, 汪国胜. 现代汉语(第二版) [M]. 武汉: 华中师范大学出版社, 2011: 138.
- [3] 司马迁. 史记·平准书[M]. 北京: 中华书局, 1982.
- [4] 郝延平. 十九世纪的中国买办[M]. 上海: 上海社会科学出版社, 1988.
- [5] 马士. 中华帝国对外关系史(卷一) [M]. 北京: 商务印书馆, 1963: 8.
- [6] 沙为楷. 中国买办制[M]. 北京: 商务印书馆, 1927: 6-7.
- [7] 鲁迅. 且介亭杂文[M]. 北京: 人民文学出版社, 1993.
- [8] [汉]应劭. 风俗通义[M]. 上海: 上海古籍出版社, 1990.
- [9] 鲁迅. 鲁迅杂文精编[M]. 北京: 北京工业大学出版社, 2005: 66.
- [10] 程裕祯. 中国文化要略[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2011: 55.



**期刊投稿者将享受如下服务：**

1. 投稿前咨询服务 (QQ、微信、邮箱皆可)
2. 为您匹配最合适的期刊
3. 24 小时以内解答您的所有疑问
4. 友好的在线投稿界面
5. 专业的同行评审
6. 知网检索
7. 全网络覆盖式推广您的研究

投稿请点击：<http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱：[cnc@hanspub.org](mailto:cnc@hanspub.org)