

传承长三角商业文化精神

打造世界级城市群文化内核

杨嬛 郭龙飞¹

(上海财经大学 200433)

【摘要】: 商业文化是长三角地区经济长期繁荣的基础,也是长三角城市群的重要精神纽带。在全面建成全球一流世界级城市群的目标下,长三角地区应充分发扬长三角商业文化中的“工匠精神”“竞争精神”“开放精神”,重视商业文化的传承,重塑新时代的“长三角商人”,打造长三角世界级城市群的文化内核,使共同的商业文化成为长三角一体化发展的助推器和黏合剂。

【关键词】: 长三角 商业文化 苏商 浙商 徽商

【中图分类号】:F207 **【文献标识码】:**A **【文章编号】:**1005-1309(2022)08-0064-007

一、长三角商业文化的历史溯源

长三角地区,尤其是广义的江南地区,自古就是中国的经济中心,商业文化深入江南文化的血液和骨髓。从商父范蠡开始,长三角地区在商业方面就表现出特有的天赋。这和长三角地区特有的地理、历史、经济发展传统密不可分。

一是长三角地区人地关系紧张,缺乏发展耕作的有力条件。^[1]与中国北方地区广袤的平原相比,长三角地区地表主要以山地和丘陵为主,平原面积较少,相当多的地区缺少发展农业耕作的有利条件。如表 1 所示,长三角大多数历史商业活动活跃的地区,其历史人均耕地面积都远低于当时的全国平均水平(2.157 亩/人)。“七山一水二分田”(浙)、“八山一水一分田”(徽)、“人稠地狭”(苏)就是对其地理环境的形象描述。在这样的地理环境下,人们不得不依靠工商业作为其谋生手段。^[2]因此,历史上,长三角地区的经济结构就是农商并重的二元经济结构。

表 1 长三角历史商帮所在地与 1820 年人均耕地面积 单位:亩/人

历史地名	现地名	人均耕地面积	历史地名	现地名	人均耕地面积
安徽商帮			浙江商帮		
徽州府	黄山市	0.76	鄞县	宁波市	1.47
歙县	黄山市	0.76	绍兴府	绍兴市	1.20

¹作者简介:杨嬛,管理学博士,上海财经大学财经研究所副教授、博士生导师。郭龙飞,上海财经大学财经研究所博士研究生。

休宁县	黄山市	0.76	金华府	金华市	2.45
祁门县	黄山市	0.76	台州府	台州市	1.19
太平府	马鞍山市	0.95	常山县	衢州市	8.79
太平府	芜湖市	0.95	江苏商帮		
南陵县	芜湖市	0.95	洞庭	苏州市	1.06
宁国府	宣城市	0.80	苏州府	苏州市	2.19
宣城县	宣城市	0.80	句容	镇江市	1.06
旌德县	宣城市	0.80	松江府	上海市	1.42
泾县	宣城市	0.80	常州府	常州市	1.24

资料来源：根据《中国历代户口、田地、田赋统计》^[3]和《明代地域商帮的兴起》^[4]整理。

二是在主要依靠水运的历史时期，长三角地区密集的水道为商业文化的孕育提供了良好基础。长江和京杭大运河的繁荣更是从东西和南北两向奠定了长三角地区商业文化的基石。^[5,6]此外，由于中国北方海岸线大多是不便于停泊船只的沙岸，中国的海上贸易主要集中在长江以南地区。江南水网，长江、大运河和海运造就了长三角地区的“四水”经济，也同时助长了长三角地区的商业之风。^[1]

三是长三角一带丰富的物产为企业家文化的形成提供了土壤。苏商的丝、茶，浙商的“百工”，徽商的文房四宝和漆器都非垄断产品。^[7]因此，有别于晋商的“盐引”、粤商的特许经营(十三行)，长三角商业文化从最初就表现出非常明显的商品经济、自由竞争的特点，最贴近现代企业家文化的定义。^[8]

四是近代的通商开埠为长三角地区的商业发展创造了新的机会。如表2所示，在近代开埠的50多个港口中，长三角地区的港口虽只占9个，然其规模却是最大的。特别是上海，在国民政府的黄金十年时期，上海的货物吞吐量持续占全国货物吞吐总量的50%以上，诞生了一大批现代企业及企业家(图1)。对苏、浙、徽等江南腹地的经济发展具有明显的带动作用。

表2 1877—1937年长三角地区港口城市贸易情况

地区	港口船舶 吞吐量/万吨	港口贸易 净值/海关万两	港口税收 总值/海关万两
上海	1213.17	31586.69	2395.11
南京	531.23	1997.36	63.00
苏州	23.31	972.34	43.47
南通	59.48	278.45	7.17
镇江	453.42	2012.99	100.01

杭州	34.00	1653.09	64.47
宁波	137.87	2190.81	81.32
温州	17.71	330.55	8.61
芜湖	482.38	1952.90	73.05
全国平均水平	24.36	488.74	23.74

资料来源：《中国旧海关史料》。^[9]

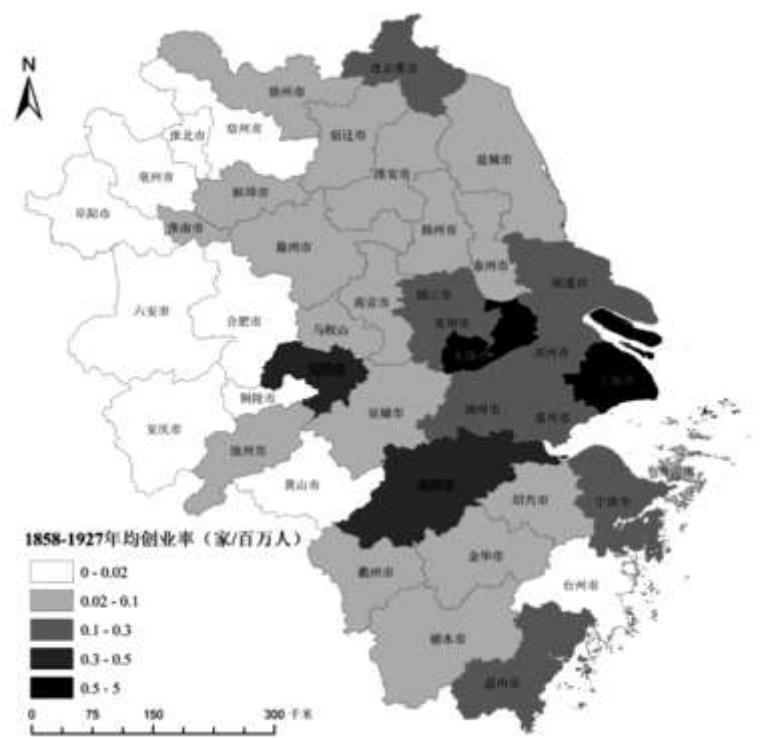


图1 1858—1927 年长三角各地区的历史商业活动

资料来源：《民族资本主义与旧中国政府(1840—1927)》。^[10]

二、长三角地区商业文化百花齐放

长三角地区的浓厚商业文化孕育了中国五大商帮中的苏、浙、徽三大商帮，形成了中国近代最贴近现代商业文化的商人群体——沪商。全国没有一个地区像长三角地区一样，表现出如此强烈的商业文化。这种共同的商业文化基础正是长三角地区发展的助推器。然而在共同商业文化的基础上，长三角各个地区在商业秉性上也表现出很大的差异，了解差异、尊重差异、求同存异，正是促进现代长三角地区经济一体化发展的重要保障。^[11]

在长三角的四大商帮中，苏商主要崛起于江苏太湖流域；浙商分别来自浙江宁波和龙游两大地区；徽商主要来自徽州一府六

县；沪商主要指“五口通商”之后来沪经商的各类商人的总称。这些商帮群体在长三角这片土地上勤奋耕耘，结出了丰硕的文化果实，对现代的地区发展产生了深刻影响。

（一）苏商——绅儒办厂、实业兴国

历史上的苏商大都亦儒亦商，这是苏商有别于其他商帮的重要标志。其中代表性人物就是张謇，其创办的大生纱厂是史无前例的“状元办厂”。张謇还积极兴办教育和投身社会公益事业，造福乡梓，影响深远，习近平主席称其是中国民营企业家的先贤和楷模。苏商这种士绅的身份，也使苏商和政治之间始终有着千丝万缕的联系。张謇就曾在1904年被清政府授予三等官衔。^[12]此外，最早提出“官督商办”的著名官商盛宣怀也来自江苏。改革开放以后，江苏集体所有制性质的乡镇企业曾名噪一时，虽然后期大都转制，但也仍无法脱离和地方政府的关系。

与其他受限于人多地贫的自然条件，不得不背井离乡的商帮不同，纵横明清600余年的苏商产生于当时中国最富庶的太湖流域。丰饶的物产为苏商从事商业活动提供了良好条件，而江南秀美的山川则把他们熏陶得心思慧巧。“以货殖为急”“重利而轻生”是苏商的典型特点。因此，苏商本土情结较重，商人多在本地扎根经营。这种“坐商”的性质，也孕育了苏商“实业为主、商贸为副”，侧重发展工业的特性。江苏被誉为中国近代工业的发祥地，1895—1913年，江苏先后创办了200多家工商企业，资本总额约占全国新办民族企业的50%。苏商多表现出踏实稳重、树立品牌、稳扎稳打的经营风格。

改革开放以来，苏商传承和弘扬了近代苏商“实业救国、实业报国”的光荣传统，艰苦奋斗、锐意进取，坚守实业，涌现出一大批知名的企业家，树立了当代苏商的良好形象。当代苏商不仅传承敢于争创一流、乐于回报社会的优秀精神品质，更突出地展现不畏艰难、迎难而上的可贵品质，面对危机表现出稳健务实的不屈精神力量和雄厚实力。苏商不断提升自身素质、拓展实体经济，使得“江苏制造”和“江苏创造”闪耀世界，在此过程中形成了“敬业、诚信、儒雅、稳健、创新”的现代苏商精神。^[13]

（二）浙商——民本经济、行贾四方

发达的民营经济是浙商最大的特点。追本溯源，浙江悠久的商业历史以及“百工之乡”的肥沃土壤孕育出浙商的“民本”属性。^[14]与苏商不同，浙商多来自底层农民，义乌的“鸡毛换糖”、温州的“永嘉弹棉郎，挑担走四方”都是早期浙商的真实写照。这种民本经济造就了浙商“抱团取暖”和涉及行业广泛的特点。其中，依靠地缘、血缘、宗族形成的浙商商会体系更是中国最发达的商业网络之一，遍布全国甚至全球；^[14]而海宁皮革之乡、嵊州领带之乡、乐清低压电器之都等称号也从另一个侧面反映出浙商从事“百业”的特点，“只要能挣钱，哪怕再微薄的利润，浙江人也会干”。

此外，丰富的海洋资源使浙江人过着“十五习渔业，七十犹江中，历年试风涛，危险无西东”的生活。与大海的搏击养成了浙江人开拓、进取的精神，使浙商具有强烈的进取和冒险风格。这一方面体现在浙商左右逢源的经营风格上，另一方面则体现在其地域分布上。与苏商不同，浙商多为“行商”，上海滩大亨虞洽卿、刘鸿生都是云游浙商的杰出代表。当今浙江商人的足迹更是遍及世界各地，“只要有鸟飞的地方，就有浙江人经商”，这是对浙商经营风格的生动写照。

进入现代以来，随着“义利并重、工商皆本”重商文化观念的进一步发扬光大，浙商在激烈的市场竞争中表现出惊人的创造力、凝聚力、承受力和亲和力，在商场上迸发出巨大的潜力。特别是在1990年代初，浙江东北地区出现的专业市场以及浙江沿海地区出现的家庭企业和小规模个私企业在全省加速发展，推动了浙商以及浙商文化在新时代的发展。党的十一届三中全会之后，在“解放思想”“实事求是”思想路线的指引下，浙江人“率先打破对私有观念的怀疑”，迅速掀起了经商的热潮。浙商凭借对市场、经商、求利的文化认同，靠着自主改革、自担风险、自我发展、自强不息的“四自精神”，以及广为人知的“两板”作风（白天当老板，晚上睡地板）和“四千”精神（走过千山万水、历经千辛万苦、说遍千言万语、想尽千方百计），“大胆尝试”“大胆开拓”，创造了新时代浙商的辉煌。^[15]

(三) 徽商——贾而好儒、仕商结合

徽州地区重峦叠嶂、山川险峻，自东汉初期开始，为了躲避战乱不断迁入的北方世族导致徽州人口迅速膨胀，人多地少的压力造就了徽州重商的传统。同时，北方世族的迁入也为徽商带来了儒家文化的影响，徽商多“贾而好儒”。^[16]这种影响主要体现在3个方面：一是重视教育，徽商有捐资助学、创办书院的传统，历代靠科举步入仕途的徽州宗族子弟更是不乏其人。^[17]二是徽商表现出强烈的宗族观念，与主要建立在地缘关系上的浙商不同，“徽商多以父带子、兄带弟、叔带侄的形式外出经商”，带有较强的家族化的特点。^[2]三是仕商结合的特点。盐业是徽商涉足的最主要的产业。由于盐业长期控制在政府手中，因此徽商的发展夹杂着强烈的政商利益交换的特点。^[17]其中近代著名的红顶商人胡雪岩就是徽商这一特点的典型代表。

自近代以来，徽商在多种因素的影响下衰落了。徽商在封建政权的庇护下得到发展，在享受优惠的经营条件和特权的同时，也遭受封建王朝的勒索和榨取。各种各样的捐输、急公济饷、佐修河工、城工、灾赈、报效成为徽商的沉重负担，加之清道光年间朝廷将纲运制改为票盐法，官商一体的包销制被打破，徽州盐商遭受重创。继盐商败落之后，典当业也因“左宗棠增质铺”而几败，茶商也一连“亏耗不可胜数”，清嘉庆以后徽州的缙绅势力式微，使徽商失去了政治靠山。发生于1850年代至1860年代的太平天国运动导致的社会动乱，加速了徽州商帮的衰落。最后，地理环境的变化也导致了徽商的衰落。^[18]

徽商虽在近代有所衰落，但新徽商也在改革开放后迅速崛起。徽商文化中“贾而好儒”的人文情怀、敬业进取的“徽骆驼”精神、诚信为本的商业伦理、“新四民观”的创新精神对于发扬和传承徽商的文化传统和徽商精神具有丰富而深刻的当代价值。

^[19]

(四) 沪商——海纳百川、现代商业

上海是一座典型的移民城市，近代上海通商开埠之后快速的崛起和发展为上海吸纳了大批的人才、资金和劳动力。与具有鲜明地域特征的苏、浙、徽商业文化相比，沪商是各地商人多元文化融合杂交的产物，表现出“海纳百川”的特质。^[20]与其他3个形成于封建制度下、小农经济中的商业文化不同，沪商文化形成于近代工商业发展过程中，并不断受到西方商业文化的熏陶而发展壮大，因此表现出较强的现代商业文化特质。这一方面体现在对待商业的态度上，沪商文化完全打破了中国历史上长期形成的“士农工商”的传统定位序列和“重农抑商”的传统观念。在“论人数以商界为至众，论势力以商业为最优”的情况下，沪商的社会地位及其影响力更加突出。^[21]另一方面则表现在其对商业关系的处理态度上。传统的商帮在商业关系的处理上具有强烈的宗族式、人情化特点，而受到西方商业文化的影响，沪商主要采用契约模式对商业关系进行约束，“契约精神”“在商言商”是沪商精神的最好诠释。近代上海是一个竞争十分激烈的商业社会，沪商面临的不仅是同业华商之间的竞争，更为激烈的是与洋商的角逐，因此尊重并崇尚竞争也是沪商文化的一大特点。^[20]

改革开放之后，尤其是1990年浦东开发开放以来，新的产业、新的商业模式和新的资本运作模式使上海打破了“上海只出经理人不企业家”的谶语。由此，新沪商受到越来越多的重视和关注。与传统沪商相比，新沪商在新的社会背景下呈现出更加鲜明的聚集性、国际性和创新性特征。一方面，新沪商引领着中国现代经济的发展方向；另一方面，又传承和发扬了传统沪商精神。在开放的国际化都市背景下，新沪商吸纳来自五湖四海的人才，呈现出“海纳百川”的特征。同时，新沪商也具有鲜明的国际化特色。如家把现成的西方连锁酒店方式引入中国；携程和盛大则在国外商业模式的基础上作出符合本土市场的改进。新沪商秉承“海纳百川”和“融合中西”的沪商商业文化，在应对国内外环境变化中，通过不断地对外吸纳和对内融合实现了在新时代的崛起。

三、传承长三角商业文化精神，打造世界级城市群文化内核

发达国家的经验表明，地区的商业活动在长达百年的历史中常常表现出非常强烈的历史延续性，即使战争和地区分裂等外部冲击也不能改变这种趋势。研究普遍将这种商业活动在地区上表现出的持续性归结于地区商业文化的长期影响。

在全球化的背景下，城市群在形态、制度、规划和商业等方面不断趋同，而具有标识性的文化内核才是提高城市群竞争力、促进生产要素融合、增强国际影响力的关键因素。长三角地区当前经济活动的繁荣，其基因早已蕴藏于其长久以来的地区商业文化之中。继承和发扬商业文化，使商业文化成为长三角城市群的文化内核，是将长三角城市群建设成为世界级城市群的重要路径。

（一）继承江南“工匠精神”，坚持“工”与“商”并重发展

相较主要集中在流通领域的晋商和粤商，长三角地区的商业长期以来始终坚持“工”“商”并重发展。历史上，苏商素有实业兴国的美名；浙商则被称为“百工之乡”；徽商以木器和文房四宝等颇具工匠精神的特产闻名；上海则是中国近代工业的发祥地。长三角地区丰富的物产、精湛的工艺、独有的审美传统和长期以来对精致生活的追求，塑造了江南地区特有的工业发展模式，形成了江南的“工匠精神”“精致审美”。

当前，我国正处于从制造业大国向制造业强国转型的关键阶段，习近平总书记多次强调要弘扬工匠精神，在2022年4月召开的首届大国工匠创新交流大会上更是指出，“实体经济是我国经济的重要支撑，做强实体经济需要大量技能型人才，需要大力弘扬工匠精神”。而长三角的“工匠精神”正契合了这一发展趋势。在此过程中，应继续重视长三角地区精湛技艺的传承和人才的培养，构建集教育、交流、竞赛为一体的长三角“工匠”交流体系；建立一批重大标志性工程和产品项目库，继续弘扬和宣传长三角“工匠精神”；结合三省一市各自优势产业，创新技能合作机制，将江南“工匠精神”融入产品的设计、制造和营销的每一个环节，做到精雕细琢、追求完美，提升品牌形象。这对助推长三角地区制造业转型，形成长三角制造——长三角智造的不断升级，具有重要的意义。

（二）重视市场化营商环境的营造，促进中小企业繁荣发展

江南商人有别于晋商（垄断“盐引”）和粤商（特许经营“十三行”）的另一重大特点是其多从事非垄断产业的经营（丝、茶、手工业等）。因此，长三角商业文化从最初就表现出强烈的市场经济、自由竞争的特点。通商口岸开埠后，西方商业文化的影响和现代商业秩序的建立，进一步强化了长三角地区自由竞争的商业文化。历史实践证明，公平的市场竞争才能促进地区创新，激发地区发展的活力。

市场化的营商环境是优化和提高资源配置效率的前提条件，也是长三角城市群至今保持强大经济发展活力的重要原因。在此基础上形成的众多中小企业，更是地区韧性和经济繁荣的重要推动力量。因此，在长三角一体化发展的进程中，应重视对这种市场化营商环境和中小企业的保护，强化竞争政策的基础性地位。以“竞争中立”原则为准绳，对不同行业、不同规模、不同所有制、不同地区的企业采取一视同仁的政策。借鉴国际营商环境先进城市的经验做法，营造公平竞争的市场环境，保障各类企业能够依法平等使用生产要素，通过市场竞争实现企业优胜劣汰和资源优化配置。加快推进市场化改革，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，构建合理完善的市场制度。简政放权，在市场准入、审批许可、知识产权保护等方面提高政府服务效能。创新监管模式，对新技术、新产业、新业态和新模式实行包容性审慎监管，为中小企业的发展营造更加宽松的市场环境。

（三）坚持开放发展理念，依托自贸试验区赋能高质量城市群建设

长三角地区江（长江）、河（大运河）、湖（太湖）、海（东海）形成的密集水运网络促进了各类生产要素的地区间流通，孕育了长三角地区开放的商业文化。历史上通商口岸的开埠和现代商业理念的引入，进一步强化了这种开放性。从2013年9月29日中国（上海）自由贸易试验区正式成立，到2017年4月1日中国（浙江）自由贸易试验区正式挂牌成立，2019年8月30日中国（江苏）自由贸易试验区正式揭牌，再到2020年9月中国（安徽）自由贸易试验区设立，长三角城市群实现了自贸试验区的全覆盖，这标志着长三角城市群迈向更高水平的开放。

长三角一体化发展应以自贸试验区为依托，各地区竞相发挥优势，加强地区开放和合作，包括推进上海金融产业的开放、江苏制造业产业的开放、浙江电子商务产业的开放以及安徽科创产业的开放。此外，长三角地区各自贸试验区应探索建立跨区域的利益分享和协调机制。一是找准功能定位，积极做好沟通和对接，在谋求自身发展的基础上相互借鉴、相互融合，实现自贸试验区的协同发展。二是根据自身资源禀赋优势明确产业定位和产业规划，促进优势产业发展和劣势产业转移，形成优势互补、梯度有序的现代产业体系。三是促进区内区外的互通互补，在交通设施、要素资源和公共服务等方面实现资源共享。四是加强在国际贸易上的合作，推动形成与国际通行规则相衔接的投资贸易规则体系，促进长三角地区营商规则的相互衔接。以自贸试验区为依托的长三角城市群的协同开放，将提升长三角在世界经济格局中的能级水平，推动该地区的高质量发展。

(四)注重人力资本的积累，加强商业文化的宣传和传承

江南地区历史上人才辈出。苏商、徽商和浙商都有重视教育的传统，沪商融贯中西的教育理念更是培育了中国第一批适应现代工业社会的人才。人才是现代社会竞争与发展的重要生产力，同时也是商业文化传播和传承的重要载体。

长三角地区地缘相近、文化相同、人缘相亲，具有一体化发展最牢固的自然和人文基础，长三角地区要突破行政区划的分割约束，创新体制机制，加强不同城市之间的人员往来和交流，以自身行动切实推动长三角一体化发展。同时，在新的经济形势下也应认识到商业文化的传承不能局限于家族、宗族之内，而应加强地区性商业文化的传承，包括：政府通过扩大对初创企业和中小微企业的政策和金融支持，建立风险分担机制，提升社会对创业活动的认同；教育机构通过开展创业课程加强企业家创业技能和知识的获取；媒体通过企业家成功案例和经验的宣传为社会提供创业的榜样示范作用，增强地区个体的创业意愿，使商业文化精神成为长三角城市群发展的持续推动力。在传承江南商业文化方面，应提升文化自信，弘扬苏商、浙商、徽商、沪商文化中的先进成分，结合当代经济社会的最新发展成果，推动内部不同商业文化之间的融合，使得长三角商业文化在相互融合中得到传承和发展。

(五)以共同的商业文化为基础，以各地商会为桥梁，打造一体化背景下的“长三角商人”

长三角一体化发展最主要的障碍之一，在于缺乏能够有效解决城市间矛盾和纠葛的文化交流和心理认同机制，而共同的商业文化是长三角一体化发展最好的黏合剂。一是长三角地区的商人都具有儒商的秉性，秉承利义为重、诚信为先的传统，是地区企业家合作的重要软实力。二是长三角地区重商的历史传统为本地区建立了一套成熟的商业准则和价值标准，为企业家的发展提供了良好的商业氛围。三是虽然长三角各地的商业文化存在差异，但历史上商人之间的互通互助已频繁存在，沪商更是在多地商业文化融合的基础上成长壮大的。

因此，在长三角一体化发展的进程中，应将企业家作为主体，促进企业的跨地区投资、交流和合作；以商业文化为核心，构筑一体化发展进程的文化内核；建立健全商会等非政府组织的沟通和长效机制，支持商会拓展服务企业发展的各项功能，以长三角地区各驻外商会的繁荣和发展为桥梁，有力地促进长三角一体化发展，打造一体化发展背景下的“长三角商人”。

(六)重视长三角商业文化的传承和创新，形成现代长三角商业新文化

长三角地区密集的水运网络，形成并塑造了本地区的共同商业文化，历史上通商口岸的开埠也强化了长三角内部的商业联系。同时，徽商、浙商、苏商都受儒家教化，在儒家思想的熏陶和影响下，讲究义利并重，重视诚信，相同的儒家文化也形成了共同的重视教育的观念，这些都有利于长三角地区企业家的合作，为长三角协同和一体化发展打下深厚的文化基础。

随着经济活动的发展、城市化水平的提升和流动人口的本地化融合，长三角地区已成为比以往任何时代都联系得更加紧密的经济共同体。在这样的背景下，过去狭隘的以地域、宗族、血缘为传承基础的商业文化已不能适应现代社会的发展需求。应进一步建立更现代化和专业化的企业家培育体系；依靠科技创新、金融支持为企业家提供更多的发展机会；通过改善区域营商环境

境、构建多层次的区域合作体系，为企业家提供更好的发展环境；通过宣传和引导提高长三角地区的商业软实力，为长三角商业文化注入新活力，形成适应新时代发展的长三角商业新文化。

参考文献:

- [1]吴松弟.中国近代经济地理第一卷:绪论和全国概况[M].上海:华东师范大学出版社,2015.
- [2]孔翔,陆韬.传统地域文化形成中的人地关系作用机制初探——以徽州文化为例[J].人文地理,2010,25(3):153-156.
- [3]梁方仲.中国历代户口、田地、田赋统计[M].北京:中华书局,2008.
- [4]范金民.明代地域商帮的兴起[J].中国经济史研究,2006(3):93-103.
- [5]王战.江南崛起的文化密码[J].探索与争鸣,2019(2):11-12.
- [6]刘静,卢雄勇.水文化与苏商伦理[J].学海,2012(3):212-216.
- [7]潘彤.江南的坐商与岭南的行商探讨[J].现代商贸工业,2019,40(31):127-128.
- [8]李锋.江南文化引领长三角地区一体化新发展刍议[J].江苏省社会主义学院学报,2019(4):70-73.
- [9]中国第二历史档案馆,中国海关总署办公厅.中国旧海关史料:1859—1948[M].北京:京华出版社,2001.
- [10]杜恂诚.民族资本主义与旧中国政府(1840—1937)[M].上海:上海社会科学院出版社,1991.
- [11]陈雯,何雨.从文化资本到文化整合:新时期长三角一体化的重要战略[J].现代城市研究,2009,24(10):24-28.
- [12]潘彤.近代苏、粤两地商业文化的比较[J].现代商业,2019(36):43-45.
- [13]吴跃农.论苏商文化精神[J].江苏省社会主义学院学报,2013(3):57-61.
- [14]卢君.我国商帮文化的比较研究[J].商业时代,2012(2):142-143.
- [15]章剑鸣.浙商文化的历史探源[J].广西社会科学,2005(11):194-196.
- [16]邢伟,俞海山.中国传统商帮文化的当代诠释[J].特区经济,2009(1):277-279.
- [17]卞利.无徽不成镇——明清时期的徽商与城市发展[J].社会科学,2011(1):154-159.
- [18]王世华.徽商研究:回眸与前瞻[J].安徽师范大学学报(人文社会科学版),2004(6):631-643.
- [19]江灶发.论徽商文化的形成、特点与现实意义[J].江西财经大学学报,2017(6):111-117.

[20]朱英. 论近代上海商人文化的特征[J]. 社会科学研究, 1998(5):97-102.