

中西不同文化背景与中国近代企业 经营活动中的买办与非买办

马俊亚

近代中国的买办服务于外商的公司洋行,广泛地接触了外部世界的思想、文化和经营管理方法,被誉为东西方之间的桥梁;^[1]他们新型的商业知识,敢于承担风险的气质,以及他们积累的巨额资金,使他们在投资、经营近代的工矿企业时,具有独特的优越条件。从第一代资本主义企业——官督商办企业的创办开始,买办在中国近代化进程中始终处于举足轻重的地位;近代早期有作为的企业家中,买办独领风骚,唐廷枢、郑观应、徐润等都曾有过杰出的成就。有的学者认为:“买办不独拥有创办现代工厂所必须具备的大量资金,并且拥有创办现代工厂所必须具备的某些‘洋务’知识,而这却是一切官僚、地主、高利贷者等等土财主纵使花费巨额资金也是无从购买的。”^[2]诚然,中国买办阶层中涌现出许多著名的企业家,但为什么这个阶层中没有涌现出扛鼎压轴的实业巨擘?^[3]为什么儒家经典孕育的知识分子中会产生张謇那样的实业大王,传统观念极为浓厚的商人集团中会脱颖而出荣德生那样的粉纱大王?为什么两手空空的卢作孚、范旭东能够成为航运大王和化工大王?纯粹的经济因素似不能完满地解答这些问题。应当说,这些企业家们的成败与他们各自所受的中西文化影响的差异很有关系。

第一,最早受西方文化熏陶的买办阶层是中国近代企业活动中的先行者。

在中国,地主阶级的性格具有典型的特点,自然经济的封闭性和地租剥削的相对稳定

性,使这个阶级形成了闭塞、守旧的性格;在经济活动中,他们同样显得缺乏魄力和进取心。地主阶级内部的官僚、绅士阶层,无不带有这样的性格特点,他们在强有力的封建政权下面,只能百依百顺;中国历代的“重农抑商”政策,使他们对工商业的投资望而却步;虽然有部分商人和钱庄主参与了早期的投资活动,但若与买办相比,显得十分逊色。

在企业经营活动中,买办远远走在其它阶层的前头,他们很早就把手中的资金大规模附股于外商企业,同时也大规模地投资到民族近代企业。洋务运动时期著名的轮船招商局、开平煤矿等,股本“皆徐、唐诸公因友及友辗转邀请”,^[4]其中唐廷枢为招商局筹集的股本达47.6万两,买办徐润则在该局先后投资了48万两,“招徕各亲友之入股者不下五、六十万”。^[5]唐廷枢为开平煤矿募集的股本达100万两,徐润则在该局投资了15万两。中国第一批大型新式企业,多由买办投资创办,如上海第一家华商机器厂——源昌机器五金号与第一家华商碾米厂——源昌机器碾米厂,由怡和洋行买办祝大椿创办;第一家华商面粉厂,由协隆洋行买办陈可良创办;第一家华商造纸厂——上海机器造纸总局的主持人,是禅臣洋行买办曹子俊和曹子为;天津自来水公司由汇丰买办吴懋鼎投资创办;^[6]中国最早的华商机器印书局——同文书局,^[7]由买办徐润投资创办;中国最早的华商保险公司——仁和水险公司、济和水火保险公司则是由徐润、唐廷枢、刘

绍宗、陈树棠等买办投资创办。^[8]

在企业活动中,买办率先采用了西方的经营管理方式以及西方先进的技术设备。唐廷枢在经营轮船招商局、开平煤矿时,“纯用西法经理”;^[9]郑观应主持上海机器织布局时,大胆地聘用美国人丹科(A·D·Danforth)为总技师,主持购机建厂事宜,丹科对中国原棉进行科学的试验,根据中国棉花纤维较短的特点,让美国厂家对纱机进行专门改进,使其更适于中国原料,郑观应还较早地派人去美国学习棉花的种植和加工;祝大椿的源昌丝厂“机器装备……由怡和洋行代办的著名的伦敦驼纳公司的最新出品,”公益纱厂“装备是由怡和洋行代办的伦敦推司公司最好的机器。”^[10]

中国近代经济形态的变化,主要表现在传统的产业结构向近代的产业结构的转型,这次转型完全由于工业化西方影响的结果。非买办阶层的官僚、绅士、地主在近代化的起步阶段,还如同孩童般的蒙昧、无知、幼稚,甚至同西方的近代化过程相似,中国的土地贵族、商人、金融贵族曾非常恐惧,乃至反对机器工业的出现。中国早期许多工厂的设立,常遭到地主、绅士的阻挠。轮船招商局成立时,沙船商人也曾设法抵制过,即使参与官督商办企业的官僚,如拿他们和买办相比,可以证明他们不能胜任的事例俯拾皆是。作为东西方之间桥梁的买办,以其积累的巨额资金以及丰富的经营管理知识,“极易为外贸利益与外国人展开竞争,”^[11]他们率先投资、经营近代企业,客观上充当了中国传统产业结构向近现代产业结构型的桥梁。这个作用是非买办阶层所无法比拟的。

第二,把西方的工业文明与中国传统文化相互结合起来,是非买办企业经营的成功之处。

甲午战后,非买办阶层开始大规模地登上企业经营的舞台,官绅、商人、知识分子构成了中国企业活动中的主体成份。这些来自传统社

会的企业家,既有缺乏洋务知识的不足之处,又有了解中国的民情、国情的长处;他们既不主张中国完全封闭,又不主张中国完全西化。经营过苏州苏纶纱厂、苏经丝厂的状元陆润庠曾说:“成规未可墨守,而新法亦须斟酌行之,若不研求国内历史以为变通,必至窒碍难行。”^[12]荣德生也说:“从来旧学为体,新学为用,最合时宜。”^[13]他们既注重运用传统文化,尤其是儒家的伦理道德观念来经营管理企业,又乐于学习西方的经营管理方法。实业大王张謇虽是位传统儒生,但他的思想,他的计划,他的行为都非常注重科学的原理,任用科学的人才,日本人驹井德三也说张謇“头脑清晰、学识丰富、眼光远大……且尊重科学,有研究应用之才。”^[14]开运大王卢作孚在《工商管理》一书中,提出了系统的企业管理理论,以及一系列具有西方行为科学的见解,创立了中国式的管理科学。范旭东实业集团的第一个信条就是:“我们在原则上绝对的相信科学。”^[15]传统商人出身的荣德生也曾潜心钻研过西方的社会经济学说。这些企业家对科学知识的尊重,弥补了自身洋务知识缺乏的缺陷,比较容易地采用了近代新型的经营管理方法。国外有位学者指出:“确实有一‘群’中国的模仿者仿效了熊彼特式的创新者。”^[16]

在西方,近代化的发生是通过渐进的、革命的手段来进行,工业革命伴随着社会系统的变革而发生;中国的近代化则来得较为急促,整个社会结构也没有发生大的变动,各地在由传统社会向近代社会转换的过程中,步伐凌乱不齐,沿海与内地之间、城乡之间十分不等,形成了中国社会较为复杂的多元经济结构,“微弱的资本主义经济和严重的半封建经济同时存在,近代式的若干工商业都市和停滞着的广大农村同时存在,几百万产业工人和几万万旧制度统治下的农民和手工业工人同时存在。”^[17]中国广大的农村在近代还不曾有过的社会变动,事实上仍然沉睡在传统社会里。

即使与企业家最为接近的产业工人,成份也相当复杂,棉纺织业中的许多工人都是来自农村的季节工,具有产业工人、手工业者、农民三种身份。近代工业产品销售对象,也更多是生活在传统社会里,如以棉纺业为例,外商纱厂生产的多是细纱,在通商口岸等大都市销售,华商纱厂多生产粗纱,主要销往内地。企业家的客观使命是在传统思想根深蒂固的企业中经营管理,对传统文化不可能弃之不理。美国管理学家德鲁克在《管理——任务·责任·实务》一书中说:“管理越能利用社会的传统、价值与信念,则管理的成就越大。”许多非买办企业家自觉或不自觉地意识到这一点,他们非常注重运用传统文化来经营管理企业。正如美国学者邓伯格(Robert·F·Dernberger)指出的那样:“在同西方隔绝的长时期中,中国发展了一种不同的价值观念体系和经营方法,因而,当这种隔绝被打破后,中国人就不得不从零开始学习西方企业家的经营方式。然而,中国人有着长期官僚统治的行政和组织经验,一旦接触到现代化的企业,他们就会在适当和有利的地方显示出学生般的聪明。”^[18]

张謇经营的大生纱厂,从纱厂的命名到厂规厂约,从制订“进花、出纱”策略到整个实业计划,都借鉴了《易经》的经济思想,以此形成了因时变通的经营策略与灵活多变的供销艺术。荣德生则更清楚地阐述了他实业上的成功与儒家文化的关系,他说:“古之圣贤,其言行不外《大学》之‘明德’,《中庸》之‘明诚’,正心修身,终至国治而天下平。吾辈办事业亦犹是也,必先正心诚意,实事求是,庶几有成。”^[19]荣德生不但以儒家伦理作为经营企业的道德标准,还把《史记·货殖列传》中范蠡等人的传统经营艺术作为企业经营的方针策略。他说:“余历次受经济困难而解除之,推而社会至省、省至国、国至国际,均密察盈虚消长,记之于心;对市面升沉,颇有会通,凡吾所管,即得此旨。尝思陶朱公,忆则屡中,非偶然也。每以此

语与同人及学生讲之,陶朱商学,购进如草芥,卖出如粪土,我以勤俭为主,附以平心守古语,所以经营之事业,利多害少,随意指挥。”^[20]继承陶朱商学“人取我弃”、“人弃我取”的经营策略,是荣氏企业乐用的经营方法,是继承和发中国传统经营思想成功的范例。早在1914年,荣德生曾用“人取我弃”的方法为茂、福新产品树立了信誉,打开了销路;“人弃我取”的策略则被运用于申新纺织系统的发展中。

与买办相比,非买办企业家缺乏巨额的资金积累与近代的经营管理知识,但他们创造性地把传统的经营管理思想运用于近代企业管理,同样获得了较大的成功,这表明东西方文化对中国近代企业的经营都有深刻的影响,都起着巨大的作用。

第三,东西方文化差异对两类企业家素质的影响。

在西方,封建贵族竭力要消费比自己的财产更多的东西,炫耀自己有不计其数的游手好闲的侍从,以显示自己的阔绰。而资产阶级政治经济学则宣扬积累的重要性,并谆谆告诫人们,为了积累,需要明智,不应该把全部收入吃光用尽,而应该把其中相当的一部分用来雇佣生产劳动者,他们提供的东西比他们得到的东西更多。^[21]

在中国,直接来自传统社会的大实业家非常注重勤俭积累,而深受欧风美雨影响的买办资产阶级则相当挥霍。

张謇创办大生纱厂,自倡议至购机建厂开车,历时44个月,其间,张謇往来于上海、南通、海门等地,常常“旅费乏,鬻字”,先后五年的生活仅靠书院薪俸维持,未挪用厂中一文钱。在他成为大实业家后,生活也十分俭朴,衣服都是补丁加补丁,他常说:“应该用的,为人用的,一千一百万都不眨眼顺手就用;自用的,消耗的,连一个钱都得想想,都得节省。”^[22]与张謇一样,荣德生的一生向来“刻苦耐劳、勤慎从事,暇则学书读报,专心向上。”^[23]荣氏兄弟从

事实业活动,既无雄厚的资本,也没有政治权势作靠山,他们的发迹完全靠筚路蓝缕、苦心擘划、惨淡经营;完全靠荣氏兄弟“同力合力、靠思想勤劳耐苦。”^[24]航运巨擘卢作孚的生活也非常俭朴,长期与公司职工穿着同样的粗布制服,与公司职员一道排队买饭,夫人还常做一些手工针线活补贴生活,“作为一个创造了令人眼花缭乱的成就的全国闻名人物,他已将童年时期的许多事物忘记,然而他却从未抛弃他在普通人民中艰苦一生所形成的个人简朴习惯和谦逊品德。”^[25]近代化学工业之父范旭东的生活也非常俭朴,没有任何嗜好。久大盐业公司添新股时,有几位素不相识的人登门投资,他们对范旭东说:“我们看见你出入不坐汽车,步行时居多,同别的公司经理不一样,所以我们拿辛苦积累起来的钱投资入股,你办的事业一定会发达的。”^[26]

这些企业家不是坚持禁欲主义的徒众,他们的勤劳俭朴,也不是小市民气的行会手工艺匠式的省吃俭用;他们的勤劳俭朴,既是为资金积累的需要,更是中华传统美德的继承和发扬。企业家良好的生活作风,为企业树立了信誉。

买办在实业活动中,把追求最大利润看得高于一切。当他们从外商那里学到商务知识和经营管理知识的同时,也学来了西方资产阶级穷奢极侈的生活方式,投机和享乐成了买办的共性。近代化初期有着卓著劳绩的买办徐润,热衷于投机活动,“癸未年败事负累数至二百余万,家业因此荡尽。”^[27]无锡振新纱厂在荣德生主持下,年年盈利颇丰,而当丰泰洋行买办荣瑞馨经营时,却大搞空买空,纱厂从此一蹶不振。以至于有人说,买办的活动,一言以蔽之曰:“投机剥削。”^[28]至于买办把剥削来的利润用于骄奢淫逸的生活,实乃司空见惯。如信义银行买办孙仲盈的一套花园住宅造价在50万元以上;天津汇丰银行买办吴懋鼎一家人口不足20人,而每年日常生活费就在5万

元以上;徐润为修祖坟、看风水曾耗资10余万元;买办陈廉伯在香港耗巨资筑的藏娇洋楼,装修精美,后竟作专门招待广东省主席处所;买办企业家刘鸿生在上海的一套住宅曾卖20多万元。^[29]

西方资产阶级的享乐是由这个阶级在它不同发展阶段上生产出来的物质资料决定的,这种享乐服从于金钱利润;买办阶级的享乐主要是由它在流通领域中牟取的暴利决定的,这些享乐与企业活动相脱离,造成对企业活动的反动,他们不但挥霍了企业资金,更有悖于中国人传统的价值观念,最终破坏了企业形象,影响了他们经营上的成就。张謇对勤劳俭朴与企业信誉的关系作过精辟概述:“吾见夫世之企业家矣,股本甫集,规模初具,而所谓实业家者,驷马高车,酒食游戏相征逐,或五、六年,或三、四年,所业既倒,而股东之本息悉付之何有之乡?即局面阔绰之企业家,信用一失,亦长此已矣。吾观于此,乃知勤勉节俭,任劳任怨诸美德为成功不二之法门。”^[30]

在近代化过程中,中华民族劳俭朴的传统美德,非常有利于企业家优良素质的形成,与大肆宣扬积累的西方资产阶级政治经济学有异曲同工之妙,所起的作用非常相似,这是非买办企业家成功的原因之一;而享乐思想极为浓厚的买办,把攫取的利润大肆用于挥霍,影响了企业的资金积累、企业形象,进而影响到企业的扩大再生产,这是买办不能成为实业巨擘的原因之一。

西方文化对买办企业家精神的形成有很大的影响,西方传统社会向近代社会的转型就是在几艘远洋航行的帆船驱动下进行的,开拓、进取、冒险成了西方近代文化的主题精神。与外商有着较多接触的买办,也潜移默化地培养出了一种与中国传统文化迥然有别的开拓、冒险精神。如前所述,中国第一批新型企业多由买办投资经营,买办是中国近代企业活动中的先行者,买办的这种开拓、进取的企业家精

神正是西方文化熏陶的结果。

中国传统文化则对非买办企业家坚韧不拔的精神的形成有很大影响。

西方近代工业资本家的产生,是在资本原始积累、国债、信贷、保护制度发生之后,企业的成功完全依赖剩余价值率。在中国,工业资本家产生以前,所有上述条件都未成熟或尚未出现,中国近代企业家面临的问题和困难绝非西方企业家所能比拟。因而,中国的企业家更强调个人的精神素质。事实上,我们如果仅把中国近代成功的企业看成由创办时机、营运资金、购销环境和政治靠山来决定,则很难令人信服地解释中国近代企业活动中所有的兴衰成败。如同样是从事航运业活动,买办虞洽卿拥有的资金、机遇绝非卢作孚所能比拟,前者掌握的洋务知识也并不比后者逊色,但航运业之牛耳,却为卢作孚所执。同样是官僚办纱厂,杨宗瀚、杨宗瀚兄弟的业勤纱厂与张謇的大生纱厂无论是资金来源、创办时机、原料产地、销售市场等条件都极为相似,业勤纱厂则时盛时衰,大生纱厂则发展成庞大的实业集团。当代“台湾企业家精神的代表者”王永庆指出,在企业家创业过程中,白手起家的第一代,虽没有外在条件,但由于事事必须耗费苦心,在困难中创立起来的基础却很踏实;而第二代、第三代在优越的环境中反而容易丧失志气,所以对于企业家来说,外在的条件并不足依赖。这些话虽有点过份,但至少可以说明外因并不能决定一个企业家所有的成败。中国早期企业家的成功,与他们坚韧不拔的毅力很有关系。

张謇以自己的切身体会说:“要举办大事业,必须痛下决心,预备吃苦。”^[31]他在筹办大生纱厂时,“时时存必成之心,时时作可败之计。”^[32]范旭东筹创永利碱厂时表示:“为了这件大事业,虽粉身碎骨,我亦要干出来。”^[33]即使象杨宗瀚这样的企业家,由于纱厂缺乏流动资金,也曾变卖了家中田地和妻女首饰。刘国钧经营常州大成纱厂时,为了一些技术问题,

曾苦心钻研,废寝忘食,即使睡至半夜,“一有心得,立即起床在日记簿上记录,或跑进车间实地试验,弄得浑身五颜六色。”^[34]

这种坚韧不拔的企业家精神,正是中华民族优秀文化的结晶,也是买办企业家所难以具备的。刘鸿生指出,对于买办来说:“办理工厂既需巨额资本,关于经营管理,一不适当,受外界或外货影响,即要赔钱的,不比贩卖事业与买卖地产等容易获利。”^[35]商业和房地产活动的高额利润,吸引了买办绝大部分资金,1840—1894年,买办交存外商企业的保证金占其投资总额的50%,投资商业、银钱业的占总额的26.5%,投资房地产的占15%,投资中国近代工业、航运业的仅占2.5%。^[36]而许多官僚、士绅为了创办企业,不但投进了全部资金,也投进了全部身心,他们只知“一味专心事业,”兢兢业业,百折不挠,这种精神素质实为他们事业成功的关键。

第四;东西方文化差异使买办与非买办具有不同的企业家形象。

在近代中国,那些不择手段、唯利是图者都没有成为实业巨擘,中国伟大的企业家不仅仅是为了追求剩余价值,还在于施行自己的经世主张,在于改良社会。荣德生认为:从事实业,不投机、不奢侈、从基础做起,步步为营,成功了不张扬,失败了不气馁,时时都要开阔胸襟、放大眼界,只有这样才能保证企业永久昌盛。^[37]荣氏兄弟秉承其父的遗训:“治家立身,有余顾族及乡,如有能力,即尽力社会。以一身之余,即顾一家;一家之余,顾一族一乡,推而一县一府,皆所应为。”^[38]他们由一名被人差遣的小学徒,变为驰名中外大实业家,其中三昧,实非常人所能想象,如果仅靠唯利是图,再高明的手段也恐难以如此奏功。航运大王卢作孚一向把个人的实业活动与国家的命运结合起来,他抱着“以个人影响社会,以事业影响环境,以社会影响国家”为宗旨,创办民生公司,以求“服务社会,便利人群,开发产业,富强国

家”。^[39]范旭东实业集团同样抱着“我们在行动上宁愿牺牲个人，顾全团体；我们在精神上以服务社会为莫大光荣”的信条，^[40]把企业的命运与国家的前途联系在一起，以国家富强、民族振兴为追求的目标，他们的经营活动是“为社会造福，非为自己享福。”^[41]目光之宏大，实非买办所能及。

在中国，传统的价值观念、行为准则、修身方式、经世思想与西方社会差别很大。近代的买办向以精明著称于世，他们带着锋芒毕露、咄咄逼人的态势，不择手段追求剩余价值，在一定程度上构成了对中国社会习尚、伦理道德、传统心理的侵犯。那些非买办出身的实业巨擘则是“谦和虚躬、平心和气、待人以诚，实为忠厚长者，”^[42]予人以安全感与信任感，这种泱泱气度，很能赢得企业职工的敬重，再加上他们一系列的社会福利事业，颇能迎合中国人的普遍心态。如1922年，上海与北京先后举办成功名人测验，投票选举“最景仰之人物，”^[43]结果以张謇的得票数最高。这种优良

的形象，对于企业的成败，甚至比物质设备、洋务知识更重要，因为物质设备可以购买，洋务人才可以聘请，而企业家的优良形象则是花费巨额资金也是无从购买的。在买办企业家中，即使是“堪备各国使臣”的唐廷枢、徐润辈，也显得“气局尚小”，^[44]难以成就伟业。这种不同的企业家形象实是东西文化差异造成的结果。

综上所述，买办与非买办在中国近代企业经营活动中都曾有成功的范例，受西方文化的影响买办企业具有开拓、进取、敢于冒险的精神素质，但买办又具有不择手段、唯利是图的本性，往往进行投机剥削；受中国传统文化影响较深的非买办阶层，继承了中华民族勤劳俭朴的优良传统，具有坚韧不拔的精神素质，他们比买办更注重社会事业与国家前途，往往能给人们留下良好的形象，但他们又具有中庸、保守的性格。把中国传统文化与世界工业文明相结合，是那些实业巨擘们成功的奥秘。

[1][美] Harvard East Asian Series 45 Yenping Hao: The Comprador in Nineteenth Century China; Bridge between East and West, 'Preface'.

[2] 严中平《中国棉纺织史稿》第141页，科学出版社1963年。

[3] 1952年毛泽东与黄炎培谈话时，指出中国实业界有四人不能忘记，他们是张之洞、张謇、范旭东、卢作孚，四人无一不是买办。见《状元改行》，载《青年一代》1982年2期。

[4] 汪熙《关于买办和买办制度》，《近代史研究》1980年2期。

[5][7][27] 徐润《徐愚斋自叙年谱》，中国近代史资料丛刊《洋务运动》第八册第176页、121页、171页。

[6] 参见汪敬虞《唐廷枢研究》第134页，中国社会科学出版社1983年。

[8] 《申报》1875年11月5日。

[9] 《上海远东月报》1878年6月，《洋务运动》第八册第150页。

[10] 汪敬虞《中国近代工业史资料》第二辑下册第959页。

[11][美] Mary Clabaugh Wright: The Last Stand-

of Chinese Conservatism. P. P. 179, Stanford University 1962.

[12]《清史稿·陆润庠传》。

[13] 无锡第一棉纺织厂档案馆《无锡第一棉纺织厂厂史》第40页，1983年油印本。

[14] 沈怡遗著《我对张季直先生的认识》，台北《传记文学》1969年11期。

[15][26][31][33][40] 陈调甫《水利碱厂奋斗回忆录》，《工商史料》2期。

[16][18] 张仲礼《中国近代经济史论著选译》第63、32页，上海社会科学院出版社1987年。

[17]《毛泽东选集》（合订本）第172页。

[19] 荣德生《乐农自订行年记事续编》1940年记事。

[20][24][38][41] 荣德生《乐农自订行年记事》1930年记事、1919年记事、1896年记事、1919年记事。

[21]《马克思恩格斯全集》49卷第227页。

[22]《台北》近代中国史料丛刊续编《南通张季直（謇）先生传记》第344页。

[23][42] 江苏省工业协会《无锡工商大集》第1页，中国图书馆1948年。

（下转第96页）

能拈出李渔其人的特色。对此,单锦珩作了如下解释:
“读过《李渔全集》,才会知道李渔贡献的丰富。他是文学家、批评家、出版家,同时他在所涉及的其他方面,从水平看,也无一不可名家。但他在各方面有个共同特点,就是通俗。他追求通俗,善于通俗,是世界少有的通俗文化大师。他的作品俗而不粗,富有哲理和趣味,真正做到深入浅出。”^[17]类此的评价,李渔当之无愧。李渔之前,冯梦龙在通俗文学领域内作出了重大贡献。《三言》的从容淡雅,细致入微,非笠翁《无声戏》《十二楼》可及。但平心而论,李渔文化上多方面的建树,对中国戏曲理论的贡献,小说的虚构特色,传奇的编剧技巧,特别是他对通俗情趣的提倡,也非冯梦龙可及。如果要在中国文化史上推举一位通俗文化大师,李渔确实是极合适的人选。随着李渔研究的深入,称李渔为“通俗文化大师”的说法,将会得到越来越多人的认可。

注释:

- [1]《浙江师院学报》1982年第4期。
- [2]《李渔传》,四川文艺出版社出版。《李渔全集》,浙江古籍出版社出版。
- [3]《杭州师院学报》1991年第5期。
- [4]《马克思恩格斯选集》第三卷《德意志意识形态》。
- [5]《李渔全集》第十九卷《李渔交游考》前言。
- [6]《浙江师大学报》1991年第4期。
- [7][8][13][14][15]《李渔传》。
- [9][11][16]《李渔的品格》,《戏文》1981年第2期。
- [10]《李渔的心声》,《读书》1981年第9期。
- [12]《多丽·过子陵钓台》沈因伯评语。
- [17]《通俗文化大师的杰出贡献》,《博览群书》1991年第2期

(责任编辑 单桂茹)

(上接第6页)

[25]孙恩山《卢作孚和他的长江船队》,《美>Asia and Americas》第44卷,1944年6月,转引自卢国纪《我的父亲卢作孚》第263页,重庆出版社1984年。

[28]吴培初遗稿《旧上海的外商银行买办》,上海《文史资料选辑》1980年第1辑。

[29]《刘鸿生企业史料》上册第134页。

[30][32]《张季子九录》教育录卷四,别录《年谱》。

[34]朱希武《大成纺织染公司与刘国钧》,《工商史料》第1期。

[35]1937年刘鸿生在“工厂法”实施讨论委员会中代表工商界的发言稿,刘鸿记帐房存卷。

[36]许涤新等《中国资本主义发展史》第二卷、第181

页。

[37]参见陈文源等《百折不回、开拓进取——荣氏兄弟企业活动述略》第47页,江南大学荣氏研究中心1989年12月油印稿。

[39]凌耀伦《卢作孚与民生公司》第4页,四川大学出版社1987年。

[43]宋希尚《记张謇先生》,国语日报副刊《书和人》39期,1960年8月27日。

[44]《洋务运动》五册第503页。

(责任编辑 单桂茹)