

◎文化趣谈

古代集市和商家的生意经

这段时间,各大购物平台非常热闹,商家的各种优惠和促销手段层出不穷。其实,商业活动自古就有,且花样迭出。那么在古代,人们购物是怎样一番景象呢?

“买”的甲骨文由上下两部分组成,上部是“网”字,像一张网;下部是“贝”,贝壳曾经被作为货币、贵重物品,因此“买”字的意思就是指网罗财富。最初,“买”指商品交易活动,兼有买、卖两种意思,直到秦汉时“买”字的含义才缩小,专指买入,表示卖出时,则在甲骨文“买”上部加上“出”,就演变成了“卖”。

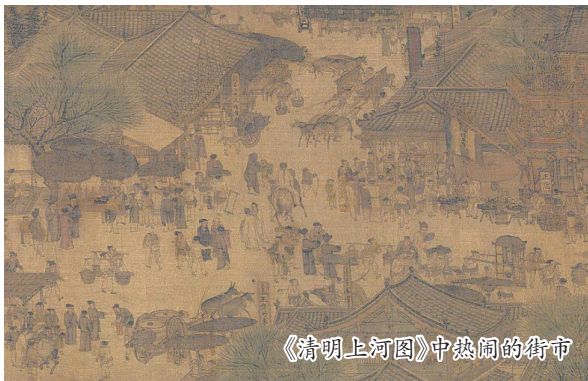
由此可见,买卖活动在人类社会早期就已存在。三国时期的谯周在《古史考》里写道:“神农作市,高阳氏衰,市官不修,祝融修市。”可见在远古社会就已经有了买卖活动的场所:“市”。《说文解字》也载,“城,以盛民也”,而“市”为“买卖所之也”。

古人虽然没有专门的购物节,但人们常常利用原有的节日,将过节和购物合二为一。早在先秦时

期就已经出现了在固定地点买卖货物的市场:“集市”,人们在一些固定的日子去购物就叫“赶集”,等到集市到来时,人们往往会把想买的东西尽量买齐全。有人还会“赶早集”,甚至半夜就要起来。逢年过节,集市上更是热闹非凡。集市有着悠久的历史,即便是殷商时期,交通工具不发达,货币流通也不成熟,但商业依然非常繁盛。《周易》中记载:“日中为市,致天下之民,聚天下之货,交易而退,各得其所。”

随着商业的发展,集市也发生了翻天覆地的变化。北朝乐府民歌《木兰诗》中花木兰代父从军前,“东市买骏马,西市买鞍鞯,南市买辔头,北市买长鞭”,由此可见,在北朝时期,集市里就出现了类似现在的“百货专区”、“食品专区”、“洗护专区”等。

到了两宋,集市更加兴旺。根据北宋赵抃的《成都古今集记》记载,成都月有集市,他这样写道:“正月灯市,二月花市,三月蚕市,四月锦市,五月扇市,六月香市,七月七宝市,八月桂市,九月药市,



《清明上河图》中热闹的街市

十月酒市,十一月梅市,十二月桃符市。”每月集市虽有专属的名字,但不限于销售的货物内容,如酒市出售文君酒、锦江春、鹅黄酒等,也出售农具、铁器、草药等商品。

书中记载,成都的大慈寺是佛教圣地,唐三藏曾在此受戒,它又是成都“十二月市”的重要交易平台,常呈现出“商列贾次,茶炉药榜,贩脂卖浆,倡优杂戏之类全然其中”的繁荣景象。当时,人们并不认为集市的热闹,会影响寺院的神圣,“以游观之多,而知一方之乐也;以施予之多,而知民生之给也;以兴葺之多,而知太平之久也。”

想推销货物,免不了

打广告。古代商家为了卖出自己的货物,敲锣打鼓,高声叫卖,印发广告,降价促销等方式应有尽有。古代商家最简单又实用的广告莫过于“吟叫”。宋代商人善于推销商品,叫卖声非常有特点,不仅各有语调,更会附上精心编写的辞章。宋代高承在《事物纪原·博弈嬉戏》中有过记载:“京师凡卖一物,必有声韵,其吟哦俱不同,故市人采其声调,闲以词章,以为戏乐也。今盛行于世,又谓之吟叫也。”

到明清时,吆喝已是一种最广泛的宣传方式。清代一位叫做闲园鞠衣的人,专门将各种市声辑撰于《燕市货声》一书,现在的人们通过书籍,能了解

当年的叫卖声:“口琴来!卖口琴来!”——说是卖口琴,其实是卖骰子、纸牌、骨牌等小玩具的;“喂,活鲤鱼呀!”——并非活鲤鱼,而是由纸制成,初二祭财神时往河里放的。“牛儿芒儿,过年的小黄历!”——一文钱两张的《春牛图》,从十月份一直卖到开春,是每一位种田的农夫必备的幸福物。

除了吆喝,广告宣传单也不可或缺。宋代时,印刷术推广后,商家的广告形式推陈出新,广告内容也更加多元丰富。北宋时期,山东济南出现了世界上最早的铜版印刷“宣传单”:“济南刘家功夫针铺”的印刷广告。这则广告中间印着白兔抱铁杵捣药的图案,图案左右标注“认门前白兔儿为记”,下方写有说明商品质地和销售办法的具体内容:“收买上等钢条,造功夫细针,不误宅院使用,客转为贩,别有加饶,请记白。”也就是说,若买家批量购物还可以优惠,无形中也扩大了店铺的影响力。

对于大多数人而言,购物节最大的吸引力就是

降价促销。在古代,商人同样深谙此道。《史记·货殖列传》记载,秦汉商人早已意识到“贪贾三之,廉贾五之”,意思就是贪图厚利的只能赚三成,倒不如在价格上给出优惠,薄利多销,反而可以赚五成。

为使货物尽快出售,古代商家们可谓“八仙过海,各显神通”:给人赠送的优惠券,那时候叫做“红票”;送货上门,叫“送力”;推出“跳楼”折扣,叫“削价”……

不仅如此,利用名人提高商品关注度的方式,古人早已轻车熟路。名人带货最出名的莫过于《晋书·王羲之传》记载的“王羲之题扇赠老姥”的故事。王羲之题字后,这位老妇人卖扇子时打出书圣的名号,十分好卖,尽管价格翻了好几倍,仍被众人抢购一空,“人竞买之”。无独有偶,《晋书·谢安传》中东晋名人谢安从罢官同乡的五万把蒲扇中拿走一把,一直随身携带。市井百姓见谢安如此钟爱这把蒲扇,便竞相购买,就有了“京师士庶竞市,价增数倍”的场面。(据《北京晚报》)

古人如何旅游?

孔子爱“漫游” 徐霞客跑遍大半个中国

“旅游”一词,古已有之,如南朝沈约的《悲哉行》中说:“旅游媚年春,年春媚游人。”我国关于游的记载,典型的要算老子和孔子的“漫游”。老子曾做过管理史册的小官吏,由于崇尚自然,向往与世无争的隐逸生活,于是辞职而去。他向西漫游,到关中后,与当地的周大夫尹喜交友,在陕西关中西部的周至东南山筑台讲学,著成《道德经》。后来,老子又继续西游,不知所终。孔子的漫游则是其政治生涯的一个组成部分。孔子为实现自己的政治抱负,在辞去鲁国司寇官职后,率领弟子出游列国,过了十三年的漫游生活。他路过泗水时,望着奔腾不息的河

水,发出“逝者如斯夫,不舍昼夜”的感叹。这样的感叹无疑是受山水自然的启发,领悟到了人生哲理。

在古代,像老子和孔子一样,有机会漫游的人并不是很多,因为中国传统社会是一个农业社会,这就决定了普通大众的生活方式是“日出而作,日落而息”,没有闲工夫来旅游。另外,受孔子“父母在,不远游”的影响,加上生产力落后,经济条件有限,因而旅游活动无法在普通大众中展开。因此,中国传统的旅游者不是王孙贵族,就是文人士子或宗教僧侣。

对于古人而言,旅游是追求一种“人在旅途”的生活方式。在漫游的过程

中,寻找人生的目标和意义。南北朝时期诗人谢灵运将山水视为审美的对象,从中参悟人生哲理,排遣愤懑之情,消解浮躁之气,使心理得到慰藉,精神得到寄托。谢公对寻山访水的热爱与“五岳寻仙不辞远,一生好入名山游”的李白颇为相似,但从他们的人生轨迹来看,李白视野更开阔,阅历更丰富。李白成年后,除了有过短暂的宦宦生活外,似乎大多数时光都是在旅行中度过的,各地的名山大川都曾留下过他的足迹。

清代文人张潮说:“文章是案头之山水,山水是地上之文章。”游览山水也是在阅读文章。古人一次漫游的时间通常比较长,

一般在旅途中寻找学习的机会。西汉史学家司马迁为了“网罗天下放失旧闻”,弥补读书学习的不足,到名山大川、历史圣地去实际考察,获取第一手可靠的历史资料,《史记》就是司马迁在壮游后完成的。

我国幅员辽阔,自古就是各种地形错综排布,平原丘陵、湖泊高山,古时出趟远门就意味着翻山越岭、跨越江河,“行路难”可不是嘴上说说。李白在《蜀道难》中发出感叹:“蜀道难,难于上青天。”古人出门使用的交通工具,侧面反映经济地位和阶级等级:老百姓多靠双脚徒步,士大夫、文人爱骑马,马车则是威权富贵的象征。

古代文人热衷于漫游



宝应湖国家湿地公园

名山大川,凭吊历史遗迹,徜徉在山水之间,陶醉于田园风光之中,寻找精神的慰藉和心灵的寄托。地理学家徐霞客历时39年,足迹遍布大半个中国。他每天坚持写日记,以清新简练的语言记述亲身经历和旅途见闻,其日记被后人编成《徐霞客游记》。由于这部书文笔生动,记述精细,具有较强的艺术感染力,因此它不仅具有地理学价值,而且具有较高的文学价值。

元朝时,意大利人马

可·波罗来中国游历17年,写成的《马可·波罗游记》详细记录了他在中国的所见所闻,对欧洲的发展进程产生了重要影响。

此外,旅游也是文化传播的契机。汉代张骞凿空西域之行,开辟了丝绸之路文化交流的通道,成为文化传播的使者。古代地域文化的丰富性和多样性,使游历成为认识自然和社会的重要途径,使旅行、游览成为文化传播、文化交流融合的主要渠道。

(据《北京日报》)