武漢大學學報(哲学社会科学版)
WUHAN UNIVERSITY JOURNAL (Philosophy & Social Science)
第79卷第2期 2026年3月
Vol. 79 No. 2 Mar. 2026 065~076
DOI:10.14086/j.cnki.wujss.2026.02.006

民国时期湖北的鱼客、鱼行与鱼市场及其变革尝试

徐 斌

摘 要 渔民常常被排除在陆地社会之外,形成自成体系的水上社会,又因为鱼货需要尽快售卖,而不得不与陆地社会发生联系。由于人们食用鲜鱼的习惯,并受制于保鲜等技术手段,使得晚清民国时期水产品的销售具有在地性,一方面导致市场层级呈现出基层鱼市、中级鱼市与中心鱼市三级市场的层级结构,另一方面又促使渔民与鱼行、鱼客间结成了紧密的联系,发展出熟人式的伦理关系,成为渔民与陆地社会联系的节点。国民政府在抗战胜利后,试图建立起由政府主导商人参与的鱼市场,将国家权力介入经济流通领域,但招致鱼行、鱼客的抵制并最终搁浅。这种市场与政府权力二者间的博弈与消长长期存续,成为理解现代中国历史发展的一条重要线索。

关键词 鱼行;市场网络;水域社会;同业公会;湖北省
中图分类号 K25 **文献标识码** A **文章编号** 1672-7320(2026)02-0065-12
基金项目 教育部人文社会科学重点研究基地重大项目(22JJD790062)

渔民,尤其是“连家船”渔民长期生活于水上,逐渐形成了自成体系的社会形态。由于渔业生产与市场有着天然的亲近感,除自己售卖外,在捕捞季相对集中等因素的影响下,渔民捕捞的水产品主要通过鱼客、鱼行等中间商与市场取得联系,因此,鱼客与鱼行成了联接水陆两个世界的关节点,同时具有面对水上与陆地两个社会的面向。以往有关鱼行的研究较多集中于沿海地区,对于内陆地区的关注不够,更为重要的是,关注的重点均放在了陆地的市场上,从而忽略了与渔民的联系[1](P76-85)[2][3](P92-101)[4](P92-101)[5](P50-53)[6](P124-133)。晚清民国时期,中国开启现代国家的各项建设,国民政府试图对水产市场进行管控,便可视作这一建设过程中的一次尝试,得失之间均透露出现代中国建设过程的曲折。基于此,本文将以民国时期湖北地区的鱼行与鱼客为研究对象,从连接点的角度关注水与陆两个面向,并揭示国民政府各项举措的用意及其成效,以期深化人们的认知。

一、以在地性消费为主的鱼货流通

一般而言,民国前期供应市场的鱼产品延续了长久以来的传统,分为鲜鱼和腌鱼两种类别,且两类产品分别对应着不同的市场:鲜鱼主要供应本地或邻近之地,腌鱼则销往较远的外地。如宣统《湖北江陵县乡土志》即云:

> 鱼有鲜鱼、腌鱼之别,因本境东南多水,颇饶鱼利。鲜鱼除销售本境外,多由长湖、三湖、白鹭湖行销邻近各州县;腌鱼则每年冬季有四川人到沙市来采办,合计不下数千担,合钱约数万串。[7](P387-388)

两类鱼产中,又以鲜鱼为主,类似的记载在民国时期的调查中均有所反映。1934年《工商半月刊》的

调查清晰地显示出湖北水产品的种类及销售范围,据称:

> 枣阳县:塘鱼产50余万斤,每斤0.30元,总价值20余万元,全数行销本地。近三年天气亢旱,塘内无水,几无出产。龟板产30余万块,每块0.10元,总价值3万余元,全数运销河南。
>
> 武昌县:鱼虾约产5万石,每石价13元,价额约60余万元,运销本地或武汉、樊口、大冶。近三年产额比较,增产三成。
>
> 荆门县:鱼8000斤,每斤0.30元,价额2400元,行销本地;虾6000斤,每斤0.20元,价额1200元。近三年产额比较,减少十分之八。
>
> 孝感县:鲤鱼554,000斤,每斤0.30元,价额16,260元,行销汉口277,000斤;鲫鱼223,000斤,每斤0.20元,价额44,600元,行销汉口66,900斤;青鱼412,000斤,每斤0.20元,价额82,400元,行销汉口206,000斤;白鱼118,000斤,每斤0.20元,价额23,600元,行销汉口59,000斤。
>
> 当阳县:鲤鱼100石,每百斤24元,价额2400元;鲫鱼50石,每百斤26元,价额1300元;鳝鱼20石,每百斤12元,价额240元。上列三项及总额系由沮、漳两河出产,人力挑运本境行销。[8](P255-256)
>
> 鄂城县(1934年调查):鱼50,000石,每石14元,总值700,000元;虾3,000石,每石8元,总值24,000元;蟹15,000只,总值1,800元。供给本县各乡日食之需,其余由贩户运售汉口及邻县。[8](P256)

这些记录显示,湖北各地产鱼水面有河湖也有池塘,水产品种类丰富,有鱼虾蟹龟等,此外尚有未计入统计的莲子、莲藕等,且产量颇丰,其中因龟板等易于保存而能销往邻省,但绝大部分的鱼产是以鲜鱼的方式运销本地或汉口。

正如渔谚所云,“鱼吃新鲜米吃熟”[9](P202),由于人们食用鲜鱼的饮食习惯,以及水产品储存、加工、运输技术等方面的限制,使得大部分水产品通常在本境或是邻近地区销售,以供当地民众的日常消费食用,这是鱼产以本地为基本销场的主要原因。清康熙进士查慎行《汉口》一诗,即有“鱼虾腥就岸,药料香过岭”之咏[10],可以说,这种鲜明的地方性客观上决定了新中国成立前湖北地区水产市场规模、市场网络,以及从业者的具体构成状况。

运往汉口的鱼产品亦大多供应城市内的民众日常所需,外销者并不占多数。根据新中国成立前鱼行从业者的回忆称,“(抗日至解放时期)武汉市鱼行是不组织鱼货外销的。只有少数资本较大的鱼贩组织,这些鱼贩分布天声菜场、百子菜场、华清街菜场等地”[8](P268)。外销的具体状况为:

> 外销的方式,由销区鱼店、鱼商派人到武汉坐庄采购,由武汉鱼贩负责组织货源售给。货源除来自武汉鱼行外,有些鱼贩卖不出去的鱼货低价整担售给。外销地区以广州、北京为主,河南的新乡、河北石家庄少数。外销的品种:广州走脚鱼、鳝鱼最多,龟鱼、才鱼少数,北京走鲤鱼、桂鱼、大咸鱼,1至3斤鲤鱼顶受欢迎。
>
> 外销多则六、七十件,少则上十件,每件100多斤。包装多用旧油桶装货、打冰。外销以冬季为主,要到零度以下才免打冰,这是运北京的货;广州由于脚鱼、鳝鱼、才鱼、龟鱼,均运活货,不要打冰。外销各地鱼货均走特快火车。[8](P268)

以上回忆显示,首先,通常由外地商人来汉采买,本地商人只是坐等客人上门,并不直接经营外销,本地鱼商中较大资本者一般存货较多,亦有供货网络及余力组织外销的货源,再补充以低价收自零星鱼贩卖不出去的鱼货。其次,因鲜鱼在外运途中会面临大量损耗等问题,为减少成本,外销的鱼产品或是选择脚鱼、鳝鱼等易于存活的品种,或是加工为咸干鱼,或是加冰保鲜,且多集中于易于保鲜的冬季,以销往较远的广州、北京等地。因技术与成本的限制,打冰也是晚近才出现的保存方式,民国时期更利用火车这一新出现的运输方式,以节省运输时间。

在打冰普及之前，销往外省的鱼货最为通行的做法还是将之制成干鱼或咸鱼，修成于1950年的《中南区土产参考数据》即称，“鱼产最多者为长江沿岸各县，如沔阳、团风、汉口一带。沔阳并盛行晒制干鱼、干虾等。鲜鱼多在附近各县消耗，干鱼则有一部分转销陕西、河南、湖南、贵州等地。每年约15，000市担”[8](P258)。湖北地区最大的外销市镇为汉口，其销往外地的鱼货多以盐渍方式处理，据《汉口中央支那事情》(明治四十年·1907)称：

> 汉口收买鱼者大别为二种：
>
> (一)汉口之风俗无论或旅馆、或商团(号口、帮口、行、公司)、或富家、或贵族，皆以新年用盐渍鱼，或饯送亲友，或张家宴。其为盐渍者，一尾大概5斤以上，其小者，渔业者零卖之于汉口或武昌。
>
> (二)所谓四川帮者，买鱼而为盐渍之后，盛之木桶，贩运于四川省，而在四川帮中，如恒裕公、同兴公等之巨商卖之最多。[8](P267)

此外，运输方式的改进不仅是体现在使用火车上，民国年间还创制活鱼船以运输鲜鱼，据称，“活鱼船始于民国20年武汉大水后，由汉川汊汉湖附近居住的鱼客王正宏试办。船头窄小，船尾稍宽，船舱两边的船板留有洞眼，便于流水贯穿，保证鲜鱼成活……鱼客必须胆大心细，具有熟练驾船的本领，熟悉航程路线，会游泳水性好，每船可装载活鱼千把斤，多则2千斤，价格比鲜鱼价要高一些，主要成交给较大的外江、内河鱼行”[8](P268)。正如其言，活鱼船所运鲜鱼仍是以本省为主要销场。这些情况说明，虽然民国时期在保鲜、加工与运输等技术方面有一定的提升，但依旧主要延续了传统时期的工艺，使得水产销售以本境或本省为主。

二、不同鱼市层级中的从业人员

由于水产销售的地方性，水产市场层级主要表现为三级，即初级鱼市、中级鱼市和汉口等中心市场，大多数水产品至中心市场便已完成售卖，不复进入全国市场①[2]。衡量市场层级的主要标准是水产品的来源与流向，其中，初级鱼市与中级鱼市的区别，主要在于是否有多余的水产品流向上一级的市场；中级鱼市与中心鱼市的区别则在于市场中交易的水产品主要来自本地还是下级的市场运输而来。由于交易规模等方面的不同，不同层级的市场从业者，以及从业者与买卖双方的关系亦都有所不同。

就初级市场而言，几乎遍布于各产鱼的湖区水域，主要由渔民与购买者在集市中直接交易。这种状况自有捕捞以来就长期存在，嘉靖《汉阳府志》即云境内位于江中的刘公洲，“一鱼一薪，朝夕为市”[11](P39)。朝夕为市者，民间多称“露水市”，类似的初级市场或是长期设置，但只是早晚开市，或是有着相对固定的集期，集期内全天开市，总的来说，它们在数量上占据大多数，多数鱼产品亦是在这一级市场就已完成售卖②[12](P150-164)。除渔民自行买卖外，在初级市场中还会有一些鱼贩，所谓鱼贩，“即零售商贩，分为固定鱼贩和流动鱼贩。固定鱼贩手上资本微薄，除零售外，还到餐馆做生意，淡旺季都经营；流动鱼贩大多是旺季卖鱼，淡季卖蔬菜瓜果或其他商品，以挑担形式在鱼行进货，再到市场出售”[13](P382-383)。可见，这些鱼贩多为忙于日常生计的小商小贩，与渔民一起构筑起水产品的销售终端。

在一些位于产鱼量较大的湖区及某些水运交通繁盛之处，从事鱼货贸易的人数颇多，如乾隆《汉阳府志》称，“(汉阳县)地多湖荡，民多贸渔以生”[14](P165)，本县的蔡店镇，“在城西六十里，为襄汉要道。纵横二街，商贾数千家。布缕之利，鱼虾之薮，实南北两乡一大都会”；又，“侏儒山，在县西南一百里太白湖之北岸，商贾辐辏，鱼利最盛”[15](P84)，即是该县较有名的鱼市。并且，由于渔业捕捞有着很强的季节

① 吴有为等曾经描述了我国近代水产品贸易的市场分布问题，不过，他并未注意到市场的分级以及市场中除鱼行以外的众多交易者。

② 任放考察了长江中游地区定期市的集期等问题。

性,在秋冬捕鱼之季,大量鱼产品的上市使得交易规模有所扩大,于是在一些邻近产鱼的湖区边便形成水产品集散市场,甚至出现某些渔业专业型市镇[12](P217-220)。这些市场中交易的水产品就不只是满足当地民众之需,而是会有更多的产品进入到更高级的市场。它们可归属为中级市场。基本上,中级市场亦是众多初级市场中的一员,质言之,大部分中级市场乃嵌入在初级市场之中,本身亦承担着初级市场满足当地消费的功能。在这里,水产品犹如水流,漫过初级市场的沙堆,大多没于沙中,在某些小的坑洼之处汇集成小水坑,这些"水坑"便是中级市场。可见,初级市场与中级市场属并列关系。

除渔民与零星鱼贩外,中级市场中开始有鱼行的设置。民国《蒲圻乡土志》称,"鱼行:神山、洪山、车埠、新店附近多湖泽,皆有鱼行"[16](P103)。今洪湖地区"清末新堤有鱼行21家,抗战时期发展到25家,除新堤外,张家大口、小港、汉河、峰口、沙口、张坊等地都有鱼行。1949年,整个洪湖地区约有鱼行80多家"[9](P189-190)。可知,并不是所有的鱼市都有鱼行,其设置一般需要有一定的交易量作为基础。鱼行为官府设置的牙行之一种,领有牙帖以营业,"以行为业者谓之牙人,牙人必领牙帖,领帖营业,须指定地段货物"[16](P103),汉川县在清代"牙行原请司帖六百七张",后咸丰三年(1853)遭贼扰害,至同治十年(1871),实存"鱼行五十五"[17](P242)。在中级市场内,鱼行便连接起渔民与市场,并由鱼客将水产品运往更高一级的中心市场。

在湖北地区的族谱中,有着一些关于鱼行商人或经纪的零星记录,如江夏《范氏宗谱》称,生活于晚清同光年间的族人范凤亭,"其少时困顿,固常为知己者道之乃迹。其为人不耕不读,非士非农,既无生产执业,尤匪钱癖者伧,自他人视之,鲜不谓难于措置。然发积之奇,在豹澥理一鱼行,自壮至老,由困而亨,俾克恒其德"[18]。由于湖北地区渔产丰富,不少鱼行藉此致富,范凤亭便属此列。当然,也有仅得温饱,养家糊口者,如黄陂周氏族人"元珍,宗明第三子,居梅田,务农为业,兼习制造鞭爆,嗣复改业箍匠及鱼行经纪。清同光间,为经祖祠堂经管,办事出力,遇有差遣事件,竭诚尽力,不辞劳苦"[19]。正如族谱所称,范凤亭"纳粟得功名,于亲邻济贫恤乏,于乡里排难解纷",周元珍"清同光间,为经祖祠堂经管,办事出力,遇有差遣事件,竭诚尽力,不辞劳苦",他们都与乡间保持着紧密的联系。

在湖北地区,能够称得上中心市场的,似乎只有汉口、新堤、沙市与黄石等数个大市镇。汉口等镇成为水产的中心市场,亦不在于它们承担起外销枢纽的功能,主要原因还是这里汇集大量的人口,拥有更大的消费市场。于是,当汉口本地产的鱼货无法满足需求时,便有了"鱼行的商品来源主要依靠各地鱼客的贩运"[8](P267-268)。中心市镇中的从业者,有鱼行聚集鱼货,以批发为主,鱼贩直接面对消费者,鱼客则负责将各地的水产品运往市镇,构成一个供与销的立体网络。根据回忆,汉口鱼行的人员构成大致如下:

> 一、司秤,就是鱼货买卖过秤的秤手。秤手是由行老板担任,股东担任也可以,别人不能代替。因为鱼客鱼贩只相信老板和股东。
>
> 二、提钩打捞。一般是提钩1人,打捞1人,两人轮换工作。
>
> 三、大司夫,就是炊事员。
>
> 四、带头先生,负责鱼行的货源组织,联系生意,接待鱼客。带头先生各行都有,有的请1-2人,有的请3-4人,行厘除给一定工资报酬外,还按来货销售金额提成2%。带头先生都与产区有广泛的联系,有亲戚,有朋友,或者本人就是产区的人,手中有大量的货源,能够组织到武汉行中经营,如果没有这样条件,就不能当带头先生,也没有人请他当带头先生。[8](P263)

大体上,湖北各地鱼行的人员结构与之类似。顾名思义,在鱼行的从业人员中,带头先生负责货源组织,起着关键性作用,他们有可能是产区的人,或是有人脉与湖区存在超出市场关系的情感联结,代表着鱼行与产区间进行紧密而直接的联系。

此外,鱼行还通过鱼客来收购鱼货。鱼客是"由产地贩鱼来城市鱼行成交的贩运商。鱼客贩鱼有三

种形式：一是包装运销，俗称‘包货鱼’，货源来自长江江段、湖区所产鲜鱼，经过装篓打包，随沿江客轮运汉口等城市；二是肩挑从陆路往返湖区贩运；三是以专业运输船贩运，多自备木船，亦有少数鱼客偶尔雇船”[13](P382-383)。在湖北地区，亦有将鱼客称为鱼贩者，根据《洪湖县水产志》记载，“鱼贩，分大贩和小贩，有专业，也有兼业。大贩又叫船贩，多半拥有活鲜船；小贩全是肩挑，故又称挑贩”[9](P189-191)。这里的鱼贩便与汉口所称的鱼客含义相当，与前文中处于销售终端的“鱼贩”并不相同，本文将处于运输环节的鱼贩统称为鱼客。在这些中心鱼市场中，正是这些鱼客将产地与市场连接起来，从而保障了市场的供应。

在施坚雅经典的市场网络理论中，中国农村市场区分为基层市场、中间市场和中心市场等不同层级，各类商品在各层级间双向流动着，他强调基层市场作为“农产品和手工业品向上流动进入市场体系中较高范围的起点”，以及中心市场的商品集散地等功能[20](P5-10)。与这一经典模型相比较，水产品市场表现出类似的层级体系，但在实际运行时，通常只表现出临近产鱼区的集市与销售区的两级市场运行形态，而且作为一种地方特产，大多又是在本区内完成销售的商品，水产品单向度从产区流向中心市场，从而各级市场主要体现的是作为消费市场的一面。

三、鱼货流通过程中鱼行、鱼客与渔民间的依存合作关系

各级水产市场中，从业者主要有渔民、鱼贩、鱼客与鱼行这四个群体，四者中，渔民人数最多，他们既出现在生产领域，亦活跃于流通领域中，鱼贩、鱼客及鱼行则专注于水产的流通与销售方面。由于水产品销售的在地性，一方面因为鱼类鲜食的饮食习惯，使得销售终端必须与产鱼区保持紧密而迅捷的联系，另一方面，作为生产者的渔民也需要将鲜鱼尽快交到食用者手中，以避免腐烂变质等损失，从而在四者之间形成紧密的相互依存关系，并且发展成具有熟人关系的信任纽带。

在鱼行与鱼客一方，如汉口的鱼行，由于鱼鲜产量很大程度上受到上年水势的影响，在收购时，鱼行为争生意、争货源，一般采取“包湖”的方式。即预先借钱给鱼货卖方有关的人，“一是借给带头先生，转借给渔民购置渔具；一是借给鱼客，作为修船、置物和生活费用”。鱼行扮演着专门的商业银行的角色，借出的钱没有利息，作为对鱼行的回报，受惠的渔民则将鱼货送到给予资金支持的鱼行出售。

在1947年武昌鱼行业同业公会给省政府的一份函电中，即称：“鱼行业与营他不同，每年必以巨款借贷给渔户及鱼客，商民等本身无力，为求营业上之繁荣起见，每出重息借款，以无息转贷渔户鱼客，必俟来鱼售价项下，陆续扣偿，再由佣金项下，弥补息金损失。”[21]这种提供贷款以帮助渔民生产的现象当然不只是出现在湖北地区。《中国民事习惯大全》(民国十二年九月)中记录了安徽霍邱县的习惯，谓：“鱼行对于渔户购置船网，以及春间用度缺乏时，均须接济，凭中书立契约，注明三分行息，该渔户至秋间所网之鱼，即投之该行，不再向他行出卖，若渔业畅旺，则本年之债务必清，如渔业淡薄，则分年还之，以所得之鱼价，坐扣本利。”[22](P541)不同的是，霍邱县鱼行的贷款要收取一定的利息，相同的是，他们都对渔民实施接济。作为回报，为使鲜鱼不在行中积存变坏，从而影响到鱼行的生意，在销售时，“鱼行对鱼贩普遍实行赊销，鱼贩卖后付款”[8](P267-268)。除贷款给渔民外，“渔民生产必需的物质，如桐油、秀油、麻线、网具、大钩等，都是由鱼行代办或私商经营”[23](P139)，从而在二者间形成相对固定的“伙伴式”合作关系。

一般而言，鱼客、鱼行的“带头先生”多为产区之人，与本地渔民的关系有着千丝万缕的联系，有时候湖区的湖主直接开设鱼行，充当起渔获物进入市场的中间商，如“大革命时期，洪湖地区最大的渔霸有两个：一个是洪湖张家坊的张泽厚，一个是大同湖畔西湖村的吴小光。张泽厚之父名张志默，不仅占有个大的湖面和罾场，而且还开了‘张一新’渔行。洪湖渔民不但要向张家交渔稞，还要向张家卖鱼”[9](P186)。为此，《洪湖县水产志》称，湖主、渔霸的种种剥削渔民的方式中，“把持渔行，强买强卖，大秤称进，贱价算账，从中剥削”便是其中之一[9](P187-188)。据民国年间的估计，汉口本市的鱼客约占20%，其

余80%的鱼客来自产区,与本地渔民联系紧密[8](P267)。《湖北省水产供销志》称,“这些人依仗在湖区的亲族势力,向鱼行索取订金进行‘包档’(付款定购某些水域的渔获物),到开湖时,再用收益分成的办法约集划运鱼客为之运鱼投行”[24](P11)。鱼客在湖区依仗的“亲族势力”,正是长期控制水面的湖主阶层,可见除了稍有资本的湖主开设鱼行外,成为贩运鱼货的鱼客亦是“湖主”的一项谋利手段①[25](P73-106)。在湖区捕鱼作业的渔民情况亦较为复杂。在湖区,以渔民的来源可区分为本地渔民与外来渔民。天然捕捞有着较强季节性,反映在鱼行业,便有“七死八活九转阳,十冬腊月闹一场”的口头禅,“意即七八月为业务淡季,九月开始好转,十至腊月旺季到了,就要大干”[9](P189-191)。这种季节性促成许多非本地渔民在秋冬季节离开原居地来到湖区捕捞。春夏淡季在湖区作业者,多以本地渔民为主,至秋冬捕捞季节,通常是外地渔民占据多数,他们或交纳一定的费用,或与湖主均分捕获物,得以入湖作业[26](P55-106)。新中国成立初曾以职业为标准,又将渔民分为纯渔民和半渔民,其中“专门从事捕捞渔业或以渔为主的是纯渔民,又称专业渔民;以农为主,农忙时务农,农闲时捕鱼的是半渔民,又称兼业渔民或副业渔民”[23](P73-78)。通常纯渔民是指“成年累月住船上”的连家船渔民[23](P73-78),在新中国成立初期统计时,这些连家船渔民尚存不少,如洪湖县“在1964年时有连家船渔民467户,2488人,渔船577只”[9](P61);黄冈地区“1956年全区有以船为家的443户,他们完全以捕鱼为生”[23](P73-78)。

在这几种分类标准中,“本地渔民”实则包括了“纯渔民”与本地的半渔民,但由于纯渔民生活于船上,且具有较强的流动性,一般并不为陆上居民所认可,故而常有“渔花子”等蔑称。本地的半渔民或是湖主宗族中的成员,或是居住在湖边,与鱼客、鱼行多有乡梓之谊,外地渔民既有来自本省其它地区如天门、汉川、沔阳等县,亦有来自湖南、江西等外省的渔民,虽然多是前往相对固定的湖区捕捞,但与鱼客鱼行间仍多为较单纯的市场关系,且较易受其压榨欺凌。

对纯渔民而言,由于只要按季或按月向湖主交纳水稞,即可获得捕捞资格,但每日所获鱼货则须及时卖出,因而他们与鱼行鱼客打交道的频率要远远大于与湖主间的联系。在售卖方式上,亦可反映出渔民与鱼行鱼客间的频繁联系之上,如黄冈地区的渔民在新中国成立前,“本区渔民出售鲜鱼,一般通过以下三种方式:一是船头交易,由鱼贩收购;二是送鱼上门,认付佣金,由鱼行代销;三是自产自销,提篮入市……尤以前两种方式最为普遍”[23](P139)。需要注意的是,淡季与旺季的捕获量差距较大,使得水产品在不同季节进入市场的数量及市场层级受到影响,也影响到渔民与市场打交道的频次。据民国二十五年(1936)《湖北省县政调查》记载,“渔民捕鱼后,如数量较少,大半亲携至场中售卖,倘数量较多,则先售与鲜鱼行或贩卖所。因之鱼行或贩卖所自不免从中取利,渔民稍受损失”[27](P21)。可见,在捕鱼旺季,渔民与鱼客及鱼行的联系更为紧密。

鱼行与鱼客以“包湖”“包档”等方式来保障货源,使得某一鱼行或鱼客便与该湖的渔民结成相对固定的合作关系。据《洪湖县水产志》记载:

> 有资本的鱼贩和船贩,多数和渔民挂勾,各自掌握有一部分“花户”(挂勾户)。平时,花户有困难,鱼贩尽力帮助解决,要钱给借钱,要东西代买东西。通过这种关系把花户拉到手,使花户的鱼不往别处走而卖给他。花户越多,鱼的来路则广,生意就做得活。[9](P189-191)

这种“挂勾户”当然不止存在于内陆湖区,华德英注意到了20世纪50年代香港的渔村中亦存在着渔民与商人相互依存的关系[28](P1-18)。二者关系的维系,当然与鱼行、鱼客帮助解决“花户”的资金困难有关,“代买东西”则显示出鱼行、鱼客实际上已经成为渔民与陆地社会打交道的代理人。这种代理人关系往往还使鱼行鱼客们在渔民中具有了一定的声望,从而介入渔民之间日常纠纷的解决中②,这种熟人

① 民国时期湖北地区的湖主大多是明初以来控制水面的渔户宗族。

② 2023年5月6日,尹玲玲、徐斌、徐维良等在岳阳县访谈胡强(时年53岁)所得。

关系有别于非人格化的市场行为，让两者间带有了熟人伦理关系的色彩。

四、国民政府对鱼货市场进行变革的尝试

晚清至民国初期，政府对于水产市场的关注，主要放在税收方面，设置牙行即出于此目的。国门大开后，偿还赔款、兴办洋务新政等一系列原因，加剧了政府对税收的需求，除原有牙税外，鱼行还派有“鱼行捐”。如夏口县“鱼行捐：（捐则）每鱼一石，征收钱一百文；（每年征收约数）每年三千串文；（征收手续，征收经费）由县署派委征收，月支夫马钱十六串文，在捐款内支给；（现定用途）以一千二百串作自治费，以一千二百串作警备队费，以六百串作育婴敬节费”[29](P43)；蒲圻县“神山市有渔行十余家，每家卖鱼钱日以百千计，警察附捐千钱一文，年可得钱四百串，则买价为四十万”[16](P88)。不过，此时政府仍只停留于汲取社会资源的层面，对于市场本身并没有太多的干预。这种状况一直得以延续，中间虽有起伏，但并未发生实质性变化，直接对水产市场进行干预，则主要发生于抗战胜利之后。

1946年12月12日，湖北省政府收到国民政府农林部的公函，“案奉行政院本年十月二十二日节京叁字第一六〇九三号指令，略以奉部呈送鱼市场设置办法，经时条文酌加修改，抄发修正本，仰即由部公布施行等因，奉此除公布并分行外，相应检同鱼市场设置办法一份，函请查照为荷”。该项政策的出台，应与国民政府有意整饬海洋渔业，以行使民族国家的主权等初衷有关，其直接结果便是宣告政府对于水产市场意欲进行强力干预。

公函指示湖北省开办鱼市场，并附有一份《鱼市场设置办法》（以下简称《办法》），其内容便有颇多值得细品之处，具体如下：[30]

> 第一条：鱼市场为水产品集散分配场所，以扩张销路、平准市价、改良运输、平衡产销，并使渔业从业人（渔民、渔商、水鲜商及与渔业有关之冷藏罐头、盐干、养殖等之经营者）各得从业上之便利为宗旨。

这一条规定是对政府设置鱼市场的目的进行说明。所谓“扩张销路、平准市价、改良运输，平衡产销”等宗旨，看起来与明清时期某些有作为的地方官员的仁政措施似无二致，不过，以国家法令的方式予以推行，隐含的意思却是一个现代国家试图干预经济运行、发挥国家在国民经济发展中的指导职能，显示出国民政府与传统王朝在本质上的区别。接下来对如何设置鱼市场的具体规定，进一步透露出国民政府与传统王朝的不同，据称：

> 第二条：鱼市场设于特别市者为一等鱼市场，受社会局之监督。设于省会或普通市区或渔业繁盛区域者为二等鱼市场，受当地市政府或县政府之监督。设于县城渔港或渔村者为三等鱼市场，受当地县政府之监督。
>
> 鱼市场目的事业之主管机关在中央为农林部，在省为建设厅，在特别市为社会局，在县为县政府。
>
> 第三条：鱼市场除转口之水产品外，为当地水产品第一次卖买必经之场所，以整卖为原则，每一单位为若干斤，其卖买方式以公开竞卖行之，其所决定之价格于市场公告之，但不得有期货抛盘近于投机性之行为。

其中，第二条是对鱼市场的设置层级予以规定，并明确各级鱼市场对应的政府管理部门。如前所述，湖北本地水产品流通的实际运行时主要分为两级市场，就此点来看，国民政府拟设置的各级鱼市场大体上与之相符。这里对特别市的单列，应当是国民政府出于淡水产品与海产品的整体考虑，强调它作为集散地的功能。很显然，这种整体性的安排可能会与各地的实际状况相抵牾，比方说上海特别市作为一个重要海产品集散地的功能非常显著，便有单列的必要，但汉口特别市主要还是一个本地淡水鱼产品的消费市场，似乎更应归于“省会或普通市区或渔业繁盛区域者”的二等鱼市场之列。

第三条规定鱼市场除“转口之水产品外”,“为当地水产品第一次卖买必经之场所”,显示出政府介入具体市场交易的决心,于是,在中国水产交易领域中,第一次出现这种将市场统一纳入政府控制范围的统摄式做法。在第七条中,政府进一步规定市场内售卖的鱼产“其定价不得超过当地同等营业市价百分之九十,不敷之数得作正开支,每年年终项目列报主管机关备查”(第七条)。很显然,此举的目的是以相对较低的价格增强鱼市场对于消费者的吸引力。于是,在卖的一端,政府使用行政命令,在买的一端则依靠市场规则,试图在买与卖两端入手,建立起对鱼市场的控制。

第八条“鱼市场以官督民营为原则”的规定,进一步显示出政府介入市场的目的。所谓“官督民营”,首先体现在鱼市场的出资方面,“一等鱼市场资金由中央政府(官股)渔业从业人(商股)各占百分之五十”“二等鱼市场资金由省政府(官股)渔业从业人(商股)各占百分之五十”“三等鱼市场资金由渔业从业人依组织合作社方式筹集之”。政府参股一、二等鱼市场,以国有资本介入经济领域,延续了晚清以来从传统向近代转型的进程。与晚清政府的“官督商办”“官督民营”等相比,国民政府的触角从实业领域进一步扩展至流通领域当中。

再据第九条规定:“一、二等鱼市场之筹设及组织依照公司法施行细则办理之。三等鱼市场之筹设及组织依照合作社法及合作社法施行细则办理之;”以及第十二条规定:“鱼市场之组织如为公司,应向经济部为公司之登记,如为合作社,应向社会部为合作社之登记。未经核准登记之鱼市场应由当地政府予以取缔,并停止其营业。但渔民赴场集市并无鱼市场之组织形式者不在此列。”在这里,国民政府将城市与渔村做了明确的区分,对二者采取不同的管理方式:在城市内,由政府直接参股,与渔业从业人联合组成的鱼市场,被定义为一种以营利为目的的“公司”类经济组织;贴近渔村与渔民的三等鱼市场,以“合作社”的方式进行组织,交由民众自我管理,以及第十二条中“但渔民赴场集市并无鱼市场之组织形式者不在此列”的规定,则显示出本《办法》专注于流通领域的管理,政府并没有与渔民直接打交道的意愿。

作为一种经济组织,当然有着追求利润的内在动力。在收入方面,鱼市场的主要赢利来自营业佣金,“鱼市场得依照规定收取必要之营业佣金,其拟额必须低于未设市场前依照旧有习惯应缴佣金及各项计费之总和,但至多不得超过营业额百分之十,并不得巧立名目征收其他费用”(第四条)。在支出方面,经济组织中的官股与商股等出资主要用于鱼市场硬件设施的置办,即“鱼市场应有码头、货栈、冷藏库、天然冰厂或机制冰厂等设备”(第五条)等,再加上维持日常运行的各项开支,“鱼市场为贯彻服务目的,对于有关渔业从业人之福利事业应予计划经营,如暴风预报、消费合作社公共食堂宿舍、防疫卫生设备以及协助渔贷、渔业保险及其他从业上必要物资之统购零售等事项”(第六条),等构成鱼市场“公司”的主要开支项。支出项中对“渔业从业人之福利事业”的强调,说明作为政府参股的带有国营色彩的经济组织,并非一味地追逐利润的最大化,还有顾及社会效益的考虑。这一点在第十四条中有进一步的反映,具体内容如下:

> 第十四条:各等级鱼市场于年终结算后,遇有纯益时,三等鱼市场或完全商股之鱼市场应提纯利百分之十。官商合办之鱼市场应由官股纯利中提百分之二十,商股纯利中提百分之十为渔业建设基金,提倡该区渔民福利之用,该项基金之动用除经股东大会出席股东(一二等鱼市场)或社员大会出席社员(三等鱼市场)三分之二通过外,呈明理由经主管机关之核准并呈报农林部备查。如鱼市场解散时,该基金经呈准主管机关交国家银行专款存储,其用途由主管机关呈请农林部核定之。

据此可知,“渔贷”“渔民福利”等开支,有着取代原有鱼行所承担之“商业银行”角色的意图,若依此执行,政府将剪断鱼行与渔民、鱼客间的情感纽带,在城市中以其控制下的鱼市场,替代传统时期延续下来的民间自主运行的鱼行。事实上早在1936年,国民政府实业部就曾决定效仿农业贷款成例,组建了由中央政府相关部门与银行业合办,专门从事渔业放款的金融组织,只是当时主要针对的是海洋渔业,对

内陆地区影响不大[31](P59-68)。

并且，为进一步掌握交易的实际情况，该办法第十一条还要求筹设各级鱼市场者，应将以下情况呈请当地主管机关核查，并转呈农林部申请登记：

> （一）发起人姓名籍贯住址职业。（二）当地鱼介藻类每年产销之总量（市担）及总值（国币）。（三）当地鱼介藻类卖买佣金鱼什费之负担（每百元货值为标准）。（四）设立鱼市场之地点及其理由（附城港略图）。（五）鱼市场之平面图。（六）鱼市场之组织章程其营业规程。（七）鱼市场之业务计划及概算。（八）鱼市场之设备计划及图样。

总结以上分析可知，国民政府对于鱼市场的改造，首先是以国家权力作为后盾，规定它必须“为当地水产品第一次卖买必经之场所”，借以掌控水产品的买卖。其次，城市与乡村区别对待，二者中，政府将重点放在城市，国资直接参股设于城市内的鱼市场，以“官督民营”的方式，则并没有完全排斥“渔业从业人”等民间力量，在广大贴近渔村的初级鱼市场中，政府也没有直接与渔民打交道的想法，而是仍交由民间力量自行处理。再次，海产品与淡水鱼产两类市场并未进行区别，难以完全符合各地的实际状况，就水产品的流向而言，两者在内陆地区的表现基本相反，即海产品由渔港集中流向中心市场，然后再分散运往内陆各地，淡水鱼产则基本上从分散在内陆的各产鱼水域，向上流入中心市场。

五、变革的搁浅：来自同业公会的抵制

接到公函后，湖北省政府开始着手此事。公函行至建设厅，建设厅便邀请社会处一起“召集武汉两市及有关渔业从事人员商讨设置武汉鱼市场”，准备首先在中心城市武昌、汉口进行设置。然而，事情远非想象中顺利，社会处首先就以“因事关渔业，系建设厅主管业务范围，本处未便代办”为理由，将此项任务完全推给建设厅[32]。当建设厅召集有关法团商讨设置武昌鱼市场时，旋即遭到“武汉两市商会及武阳夏渔业公会负责人”的抵制[33]。

这里的商会与渔业公会指的是在晚清民国时期陆续成立的武昌、汉阳、夏口鱼行与鱼贩的行业公会，代表着这类传统的市场力量。据记载，水产是个小行业，一向未被商号重视，汉口总商会不准（鱼行业）入会，清光绪十五年（1889），为维护本行业利益，有汉口襄河一带撮箕鱼行发起组织“晴明公所”会馆。1930年11月24日，汉口的鱼行业公会在药王庙正式成立，武昌的鱼行同业公会也于1931年3月成立，与此相同时期，旨在调解鱼行鱼贩之间的纠纷，维护鱼贩利益的鱼贩公会在1945年由鱼贩发起组织起来[8](P265-266)。可见，鱼行、鱼贩等传统时期的市场力量并不是各自为战，而是以联合的形式反对政府对于鱼市场的干预。

自1918年北京政府颁布《工商同业公会规则》后，对同业公会的建设与完善工作向为各期的国民政府所贯彻[34](P135)。在对近代中国工商业同业公会的系统研究中，魏文享曾经总结道：“在政策性的信息资源上，政府处于优势地位；而在企业与行业信息资源上，同业公会则处于优势地位。从总体上看，将同业公会纳入到政府行业管理体制之中，将政府的行政管理力量与同业公会的行业自治力量结合起来，是一种值得肯定的制度合作。”[35](P378-379)这种将同业公会定位为“中间组织”的做法甚为贴切，除了同业公会外，类似的组织还包括自传统时期的行会演变而来的“行帮”，如洪湖“新堤渔行和其它行业一样，都有一个组织，叫‘渔行帮’，属商会管理”[9](P189-191)。正是这种行业自治力量的存在，使得市场力量有了与政府进行博弈的能力，在一定程度上有利于市场的发育与交易秩序的稳定。

面对这种有组织的抵制，省建设厅得出“关于商讨进行一节，似应暂缓”的初步意见[33]。1947年1月，省建设厅再次专门派员，走访商会与鱼行业同业公会，据该员回称，武阳夏鱼行业同业公会罗列了组设鱼市场有诸多困难：“一、资金筹措不易：经营鱼行业者，除少数大行户外，多无大宗资金，全靠每日佣金维持生活，故无款投资，若吸收外资，一方面恐非鱼（渔）业人员不愿投资，即令有人投资，而渔业从业

人员之利益遭受剥夺,亦非渔叶(业)人员之所愿为,是资金筹措为设立鱼市场困难之一。二、鱼市场利润不能逐日分红:大规模鱼市场所获利润势难逐日分配,则多数行户无法维持生活,此为二。三、行贩利益矛盾:设立鱼市场必须容纳鱼行、鱼贩及渔民三者均参加同一组织,则行贩不分,行户收入微薄而鱼贩得到双重利益,鱼行业者极端反对,此为三。四、武汉水产并无生产过剩情事,不须加工制造以畅外销,故此刻尚无大规模经营之必要,此为四。”“再者,贺理事长以市民资格私人意见谓:武汉‘鱼市’采现行方式(自由竞卖)尚无人垄断操纵,市民还可以‘逢贱吃贱,逢贵吃贵’。设立鱼市场后,恐不免为少数人垄断操纵,则市民永无便宜鱼可吃了。”该员称,“综观以上各点,尚属不无理由,武汉鱼市场是否暂缓进行筹设之□,理合答请核示”[36]。

这一次,渔业从业者详细陈述无法按照政府要求设置鱼市场的理由。总共五点理由中,第一、二点理由强调鱼行业资本及利润的有限,以其“弱小”为武器来反对政府的统摄。第三、四点陈述国民政府关于全国鱼市场的整体性设想,与武汉本地的现实状况不相符合。武汉本地的情况是,渔业从业者分为不同的群体,各群体间既有合作,亦存冲突,加上武汉为本省鱼产品的消费市场,并不能起到商品集散枢纽的功能。第五点则是以“市民”的消费者口吻,从“买”的一端对鱼市场进行否定,其实质是指出,政府干预市价,而非由市场自行定价,将有损于经济的正常运行。另外,或许是鱼市场设置办法中有关渔贷部分的刺激,从业者反过来要求政府在这方面能有所作为,“最后并希望政府能大量举办渔民生产贷款,既可改善渔民生活,亦可以使鱼价低落”。

确如回报中所称“尚属不无理由”,上述说辞并非无中生有。政策难以落地,除与本地实际状况有所出入外,经过多年的战争,民生凋敝,鱼行业也深受影响。在与汉口特别市一江之隔的武昌市,鱼行业工业公会1947年5月20日发给省政府主席万耀煌的函电中即称:“在北战劫之后,渔业尤较他业更为萧条。武昌市府以奉令召集鱼行同业,官商合组鱼市场,以资改良鱼(渔)业,并使渔业从业人,得到福利。是项德意,自应遵行。惟劫后鱼行,资产损失殆尽,不仅无力摊担资本,且整个同业生活恐遭重大影响”,“设置鱼市场之资本额,已决定为二亿元,此种庞大经费,固然官商各半,而鱼行整个同业所有财产数值一亿元,均感无力担任”[37]。

最终,这些理由得到省政府的认可,省建设厅厅长谭岳泉在前述回报中批示:“暂缓进行。”于是,国民政府的这一举措在鱼行、鱼贩等市场力量的抗争下,在省府所在地及最大的中心城市汉口便已搁浅,遑论其他基层鱼市,由此亦宣告了国民政府直接干预水产市场举动的失败。

六、结　语

鱼货分鲜鱼与咸腌两类,由于人们食用鲜鱼的习惯,并受制于保鲜等技术手段,使得水产品的销售具有在地性。这种在地性一方面导致市场层级呈现出基层鱼市、中级鱼市与中心鱼市三级市场的层级结构,其中中级鱼市只是基层鱼市中的突出者,二者大多处于重合状态,而且也是因为拥有更大的消费市场,中心鱼市才得以成立。另一方面,水产品消费的在地性又促使渔民与鱼行、鱼客间结成了紧密的联系,发展出具有熟人色彩的伦理关系。

在抗战胜利后,国民政府颁布《鱼市场设置办法》,从其规定中可以看到,他们试图建立起由政府主导、商人参与的鱼市场,将国家权力介入经济流通领域,虽然政府主要将目光放在城市以及水产交易中“卖”的一端,且并不打算渗入渔民与鱼行、鱼客间的关系中,但仍遭到了鱼行、鱼客的抵制而最终搁浅。市场力量的组织化,与国民政府对于同业公会的制度设计有关,使得市场有了一定的自主性及博弈能力,能够提供政府无法全盘掌握的市场信息,在某种程度上也窒碍了政府政令的贯彻推行,可以说,二者间的博弈与消长长期存续,成为理解现代中国历史发展的一条重要线索。

民国时期尝试推行的政府主导鱼市场计划虽遭到搁浅,但新中国成立后,在水产流通领域实施了社会主义改造,促使现代国家力量深入到乡村的水域社会及水产品流通环节。国家力量的强势介入,取代

了原本处于国家与渔民之间的市场力量，改变了鱼行、鱼客与渔民间的“熟人式”伦理关系，建立起国营体系。国营体系以国家控制并信任，由此，新中国建立起水域社会及水产品流通环节“去人格化”的统治关系，最终完成了国民政府未能达到的目的。这也意味着水产流通领域自明清以来的历史变化轨迹，就此终结。

参考文献

[1] 蔡勤禹. 小农经济型态下的渔民组织及其职能——以民国青岛渔会为例. 中国社会经济史研究，2006，(3).

[2] 吴有为，徐荣. 我国近代水产品贸易概况. 古今农业，1990，(1).

[3] 魏文享，王增峰. 抗战后的上海渔会与渔业经济(1946-1949). 中国社会经济史研究，2011，(4).

[4] 谈群，周宁. 民国时期安徽鱼行贸易初探. 安徽农业大学学报(社会科学版)，2017，(3).

[5] 王兴文，王红. 整合与链合：民国渔会与鱼行的关系探析(1931-1945). 浙江档案，2019，(12)

[6] 严晨. 上海海产品市场的近代发展. 江西社会科学，2020，(12).

[7] 宣统《湖北江陵县乡土志》//北京大学图书馆. 北京大学图书馆藏稀见方志丛刊：第266册. 北京：国家图书馆出版社，2013.

[8] 曾兆祥. 湖北近代经济贸易史料选辑(1840-1949)：第2辑. 武汉：湖北省志贸易志编辑室，1984.

[9] 洪湖县水产志编辑室. 洪湖县水产志(内部资料). 1987.

[10] 查慎行. 敬业堂诗集：刻本. 海宁：查氏自刻，1719(清康熙五十八年).

[11] 嘉靖《汉阳府志》//天一阁藏明代方志选刊：第54册. 上海：上海古籍书店，1963.

[12] 任放. 明清长江中游市镇经济研究. 武汉：武汉大学出版社，2003.

[13] 湖北省地方志编纂委员会. 湖北省志. 武汉：湖北人民出版社，1992.

[14] 乾隆《汉阳府志》//中国地方志集成·湖北府县志辑：第1册. 南京：江苏古籍出版社，2001.

[15] 乾隆《汉阳县志》//稀见中国地方志汇刊：第36册. 北京：中国书店，1992.

[16] 民国《蒲圻乡土志》//鄂南乡土志三种. 北京：中国文史出版社，2016.

[17] 同治《汉川县志》//中国地方志集成·湖北府县志辑：第9册. 南京：江苏古籍出版社，2001.

[18] 范氏宗谱. 刻本. 江夏：守先堂刊本，1909(清宣统元年).

[19] 周氏宗谱. 铅印本. 黄陂：教稼堂刊本，1923.

[20] 施坚雅. 中国农村市场和社会结构. 史建云、徐秀丽译. 北京：中国社会科学出版社，1998.

[21] 湖北省政府关于武昌市鱼行业同业公会请从缓设置鱼市场得批、训令(1947-5-12)//湖北省政府、湖北省建设厅、湖北省政府社会处关于各县鱼市场设置办法的训令、函. 湖北省档案馆藏：历史档案LS031-003-0904-0009.

[22] 施沛生. 中国民事习惯大全：下. 上海：上海书店出版社，2002.

[23] 黄冈地区行政公署水产志. 黄冈地区水产志. 武汉:武汉大学出版社，1992.

[24] 湖北省水产公司. 湖北省水产供销志(1949-1985)(内部资料). 1988.

[25] 徐斌. 清代水域上的征课体系、产权与湖区社会——以湖北大冶河泾湖册为中心. 历史人类学学刊，2016，(1).

[26] 徐斌. 一九五〇年代初期新中国国家政权建设在湖区的推行——以湖南、湖北交界的黄盖湖为中心. 台大历史学报，2021，(67).

[27] 湖北省政府. 湖北省县政调查：铅印本. 武汉大学图书馆古籍部藏，1936.

[28] 华德英. 香港的一个渔村. 朱立德译//华德英. 从人类学看香港社会——华德英教授论文集. 冯承聪等编译. 香港：大学出版社，1985.

[29] 民国《夏口县志》//中国地方志集成·湖北府县志辑：第3册. 南京：江苏古籍出版社，2001.

[30] 社会部关于抄发鱼市场设置办法的训令(1946-12-12)//社会部、湖北省建设厅关于设置武汉鱼市场及鱼市场设置办法的训令、公函. 湖北省档案馆藏：历史档案LS006-002-0591-0002.

[31] 马振波. 融通渔业：国民政府渔业银团的创设及运行(1936-1948). 安徽师范大学学报(人文社会科学版)，2019，(3).

[32] 湖北省政府社会处关于商讨设置武汉鱼市场的公函(1946)//社会部、湖北省建设厅关于设置武汉鱼市场及鱼市场设置办法的训令、公函. 湖北省档案馆藏：历史档案LS006-002-0591-0001.

[33] 湖北省建设厅关于召集有关机关法团商讨设置武昌鱼市场的公函(1946-12)//社会部、湖北省建设厅关于设置武汉鱼

市场及鱼市场设置办法的训令、公函. 湖北省档案馆藏:历史档案LS006-002-0591-0002.
[34] 朱英. 中国近代同业公会与当代行业协会. 北京:中国人民大学出版社,2004.
[35] 魏文享. 中间组织:近代工商同业公会研究(1918-1949). 武汉:华中师范大学出版社,2007.
[36] 湖北省建设厅关于召集有关机关法团商讨设置武汉鱼市场的公函及湖北省政府社会处的公函(1946-1)//湖北省政府、湖北省建设厅、湖北省政府社会处关于各县鱼市场设置办法的训令、函. 湖北省档案馆藏:历史档案LS031-003-0904-0008.
[37] 湖北省政府关于武昌市鱼行业同业公会请从缓设置鱼市场得批、训令(1947-5-12)//湖北省政府、湖北省建设厅、湖北省政府社会处关于各县鱼市场设置办法的训令、函. 湖北省档案馆藏:历史档案LS031-003-0904-0009.

Fish Shops, Fish Customers and Market Networks in Hubei Province during the Late Qing Dynasty And the Republic of China

Xu Bin (Shenzhen University)

Abstract　Though fishermen were frequently excluded from land-based society, forming a self-contained water-based community, they had no alternative but to interact with it since their fish cargo required immediate sale. Due to people's preference for fresh fish and the constraints of fresh-keeping and other technologies, the sales of aquatic products during the late Qing and Republican periods were localized. On the one hand, this resulted in a three-tier market structure consisting of grassroots fish markets, intermediate fish markets and central fish markets; on the other hand, it also fostered close connections between fishermen, fish shops and fish dealers, developing acquaintance-based ethical relationships that became the nodes connecting fishermen with land-based society. After the victory of the Chinese People's War of Resistance Against Japanese Aggression, the Nationalist Government attempted to establish a government-led fish market with the participation of merchants, and to intervene state power in the field of economic circulation. However, this move was met with resistance from fish shops, fish dealers and ultimately ran aground. The game and ebb and flow between the market and government power run through the entire process of China's modernization, becoming an important clue for understanding the historical development of modern China.

Key words　fish shops; market network; water-based society; trade associations; Hubei province

■ **作者简介**　徐　斌, 深圳大学人文学院教授,广东 深圳 518061。
■ **责任编辑**　桂　莉