

論文

論商人的關公信仰

傅含章*

摘要

關公的神格化，是經過歷代的追贈始成，發展至明清，由於市場經濟的日益繁榮，加之統治者的大力提倡和小說《三國演義》的問世，使民間的關公信仰達到高潮，而關公也在此時增添了新的神職，成為各行各業所敬奉的「財神」。對從商者來說，關公不僅可以護佑一切與商業有關的流程，例如行商始，求關公保護；行商中，請關公護利；發生爭執，請關公判訟。更重要的是，關公義氣千秋的凜然精神，感召了商人要守信用、重義氣、敬然諾，意指關公至今仍為商界所尊崇，除了結合財神、保護神的功能之外，在他身上所體現的傳統文化與道德精神，亦是商人持續信仰的主因。

關鍵詞：關公信仰、關帝信仰、財神、行業神、晉商

一、前言

在諸多對關公信仰的研究中，學者們對於關公崇拜的歷史淵源、盛行原因、信仰活動與教化功能等各方面都曾作過深入的剖析與探討。¹確實，在歷史上僅作為劉備麾下一介武將的關羽，歿後竟逐步追封為公、王、帝君、大帝，甚至還成為武廟主神與孔子文廟並祀，並受到儒、釋、道三教的尊崇，此一由人成神的殊榮，非其他歷史人物皆能享有，是以顏清洋說：「關公成神，是英雄武將成神的一例，但關公成神後，神格步步高升，則是英雄成神的特例。」²然而隨著時代變遷，民眾的需求也因之而異，進而導致民間信仰中神祇功能的多元化，關公即是例證之一。據李喬《中國行業神崇拜》一書的初步統計，供奉關公的行業就多達二十二種以上，³其在行業神中的神職範圍已

* 國立屏東科技大學通識教育中心助理教授

¹ 關公相關研究目錄可參見：李福清編，〈關羽研究目錄：附關索目錄〉，《漢學研究通訊》(1994年12月)，頁257-262；以及蕭為、樂聞輯錄，〈關羽目錄〉，收錄於盧曉衡主編，《關羽、關公和關聖》(北京：社會科學文獻出版社，2002年)，頁253-306。〈關羽目錄〉係蕭為、樂聞據俄國學者李福清〈關羽研究目錄：附關索目錄〉所增補。

² 見顏清洋：《從關羽到關帝》(臺北：遠流出版社，2006年)，頁143。

³ 李喬所列行業包括：描金業、皮箱業、皮革業、煙業、香燭業、綢緞商、成衣業、廚業、鹽業、醬園業、豆腐業、屠宰業、肉鋪業、糕點業、乾果業、理髮業、銀錢業、典當業、軍人、武師、教育業、命相家等。參見李喬：《中國行業神崇拜》(臺北：雲龍出版社，1996年)，頁174。

遠超過其他諸神。整體觀之，商家們祭祀的原因各有不同，但普遍將關公當成財神或保護神的作用佔絕大多數，其中，尤以關公的財神一職最令人費解；因為這位在人們印象中忠義勇武、堅貞不二的武將關羽，一生應與財富無直接關係，卻和比干、范蠡、趙公明一起被民眾尊為財神，同受人間香火，其箇中原因頗值得一探。至今已有部分學者提及相關議題，不過通常僅將關公的神職簡略地以武財神、行業神或全能神帶過，或略述其背景因素，而對商人如何擇取關公意象的原因較無通盤論述，因此，本文欲由此著筆，先探討商人崇拜關公的背景因素，是否受到時代環境與地域文化之影響；接著再逐一探討商人如何從小說或民間傳說中，找尋關公意象與商業之間的關聯性；再從商人角度出發，分析其崇奉關公的心理要素；最後再論及關公信仰在商業界所發揮的影響力，期望藉此脈絡分析，可以在多元的關公信仰研究中，嘗試看到不同以往的關公詮釋。

二、商人崇拜關公之背景因素

首先必須強調的是，民間信仰的特色多半傾向於功利主義，所崇拜之神祇常是因應民眾需求而供奉的，換言之，神職是由人製造的，對民間業者而言更是如此。李喬指出：「行業神是從業者根據自己的需要和一定的標準，從自己所知的材料中選擇某一對象製造出來的。所選對象包括人和神。由人變為行業神，是將人神化，使之具有神的特徵；由其他神變為行業神，則是神性、神的職司的轉換。」⁴是以各行各業依其需求造出行業神，且某些行業神常具備著財神的作用，畢竟對商人來說，鮮有不以謀取「財富」為最終目標的，供奉財神即是這種心理上一種鮮明的表露，這同時也非常符合中國宗教信仰的「務實」特色；由此可知，關公後來衍生的財神身份，即是神職上的一種轉換，為因應商人需求而起。不過，若單是為了求財而拜，大可供奉其他早於關公的財神，為何還要別立關公呢？這是否表示商人拜關公的原因不僅止於「求財」、「護財」而已？筆者認為，應該還有其他功能是只有關公本身才具備的，也是促使商界群起膜拜的原因。據此，若要探討商人拜關公的關鍵，就必須先從背景因素著手，方能一探究竟。總地來說，明清時期商業的發達與晉商的大力推崇都有著推波助瀾的作用。

(一)時代背景--明清商業發達使然

明清時期，由於統治者的大力提倡，⁵關公已被人們普遍接受，其信徒「自

⁴ 見李喬：《中國行業神崇拜》，頁23。

⁵ 明清時期統治者對關公的加封晉爵，可參見顏清洋：〈帝君篇〉，《從關羽到關帝》，頁223-368。

王公卿士，下迨販夫走卒，窮鄉荒徼之氓，莫不搏醵走之恐後。」⁶加之《三國演義》改寫問世，扶箕術⁷流行，善書及經典的增加，文人紛紛題詠頌揚，神話及靈應事跡遍各地，關公的信徒因而有增無減，個個忠誠狂熱。⁸關廟的數量更是驚人，明初，南京和北京都建有壽亭侯廟(後改為漢壽亭侯廟)、白馬廟、忠武廟。到了清代，如顧炎武所言，已經是「關壯繆之祠，至徧於天下。」⁹明清時期關公信仰風靡全國之盛況，可見一斑。這段時期，同樣也是民間商業活躍和商品經濟繁榮的肇始，在坊間甚至還出現大量為了適應社會需求及商賈活動方便的「商書」，「商書」主要的閱讀對象即是從事商業活動的商賈，其功用在於傳授商業經營的知識、規定商業活動的準則、作為職業道德的讀物及初涉商場的啟蒙教材。就因為社會的需求量大，所以明清時期才會大量編纂、刊刻、發行這類書籍，由此即可推想當時商業繁榮之盛景。¹⁰

而隨著商業發展，財神便自然而然應運而生，民間社會所崇奉的財神有文武之分，文財神指的是比干、范蠡，武財神指的是趙公明、關公。比干成神來自其「修善行仁，以義自持」的德性，人們敬仰其公正無私的行為，期待他能為人間帶來財運；范蠡以其專有的經營智慧被賦與財神職能，是肯定其致富的才華，與高瞻遠矚的謀略；趙公明的職司則是從驅雷役電、保病禳災，逐漸演變到掌管公平買賣、使人得利的財神，後來又與其四位司財部下：招寶、納珍、招財、利市合稱為「五路財神」，是最為民間所熟知的財神形象。¹¹其中，關公的角色卻是相當特殊的，他不以精明幹練、獲利豐厚為主要特徵，反而是以「守信忠誠」的形象著稱於世。因著商品經濟的繁盛，商人們在長期經商的過程中逐漸發現，要在商界立足，取得商業夥伴的信任，以獲取長

⁶ 見〔清〕馮桂芬撰：〈上海重修武廟記〉，《顯志堂稿》卷 3(臺北：文海出版社，1981年)，頁 399。

⁷ 扶箕，或稱扶乩、飛鸞、降筆，其法術據許地山說：「扶箕……最初只以箸插箕上，受術者扶著動的箕，使箸在沙盤上寫字，毋須筆墨。後來纔改箕為丁字形桿，插筆於垂直一端，用兩手或兩個人執著橫的兩端，在紙上寫字；或不用筆，只彎曲垂直的一端安置在沙盤上，用兩手或兩人扶著橫的兩端在沙上書寫，隨即記錄下來。」見許地山：《扶箕迷信底研究》(上海：上海文藝出版社，1988年)，頁 10。

⁸ 參見顏清洋：《從關羽到關帝》，頁 222。

⁹ 見〔清〕顧炎武著，楊家駱主編：《日知錄集釋(下)》(臺北：世界書局，1991年)，卷 30，頁 713。

¹⁰ 參見陳學文：《明清時期商業書及商人書之研究》(臺北：洪葉文化，1997年)，頁 3。

¹¹ 參見鄭志明：〈千年不變的生命願望--民間財神信仰的宗教意義〉，《傳統藝術》(2003年 1月)，第 26 期，頁 15-17。

期利益，必須以誠信為本、以信義立業，而關公講求「誠信」的道德情操，正好符合商人的心理需求。他們崇奉關公，就是把誠實守信的商業倫理寄託於他身上，使關公成為一個「信義」的倫理符號；同時也將營利行為提升到社會道德的層次，藉以肯定忠誠與信義的為商之道。

其次，對從商者來說，商品是他們所仰賴的生計，保護商品就是維繫他們生存下去的動力，以是，商人們亦強烈希望關公這個享譽三教的強大神祇，能為他們的身家性命和財產安全提供保障，畢竟在人們以往的認知裡，關公是「武聖」，其神職是驅邪除惡，護衛一方民眾的平安，此一驍勇善戰的武神形象已是社會大眾的普遍共識，所以關公才被人們尊為「武財神」，雖名為財神，卻同時行使保護的功能。此現象正反映出一種解釋：市場經濟的快速發展，並不必然是商人崇拜關公的絕對要素，充滿爾虞我詐和危機四伏的商業環境，才是關公在商界中出現乃至於興盛的主因。¹²由此可知，關公正是憑藉著在明清時期極高的聲望，以及商人現實裡的心理需求，才逐漸增添了財神一職，¹³名為財神，實為信義與保護之神的綜合體。

(二)地域背景--晉商的有意抬舉

晉商在明清時期堪稱一商界勁旅，極為活躍，所經營的行業「上至綢緞，下至蔥蒜，無所不包」，其商號曾遍及全國各地並遠達日本、阿拉伯、東南亞，且雄霸商界達五百年之久，創造了不朽的輝煌。據梁小民所言，最早崇奉關公的即是山西商人，而關公本身正屬山西人，因此晉商群體一直將關公視為

¹² 參見宣朝慶：〈關公信仰與商人精神--一種基於宗教社會學的分析〉，《天津社會科學》(2006年)，第3期，頁138。

¹³ 「根據民間傳說，關公成為財神大約是在清代。傳說乾隆皇帝登基後早朝上殿，常聞身後有甲葉靴板之聲，心裡很是驚奇，有一次早朝，乾隆剛入金鑾殿，又聽到了那種聲音。乾隆回頭驚問：『身後何人保駕？』答曰：『二弟關雲長。』此後，乾隆把關公封為財神。從此人們在關帝廟門聯寫上『漢為文武將，清封福祿神』，橫批『協天大帝』的楹聯。」見呂威：《華夏諸神--財神卷》(臺北：雲龍出版社，1999年)，頁22-23；此一說法亦同於釋印旭、張家成所著《中國財神文化》(北京：宗教文化出版社，2008年)。又李天錫認為：「筆者認為，至清光緒年間(1875-1908年)，關帝成為財神已基本定型，因為俞樾編纂的光緒《鎮海縣志》載：『聖帝殿又名文武殿，向為關聖殿……分供文武財神。』此處既稱『關聖殿』，『武財神』無疑就是關帝，『文財神』當然是陶朱公范蠡或趙玄壇。由於該志修於清光緒年間，因而這至遲是光緒末年之前的情況。由此可見，大約於清末關帝已經與陶朱公分別以文武財神的身份並稱於民間了。」見李天錫：〈試析關帝的財神崇拜〉，收錄於泉州市區民間信仰研究會編：《關岳文化與民間信仰研究》(廈門：廈門大學出版社，2008年)，頁449。根據學者的說法，可以得知的訊息是，至少關公在清代已具備財神一職，至於其出處與始末，目前只見於民間傳聞，雖可信度有限，亦茲錄於此，以供讀者參考。

精神偶像，所涉足之地皆為其建廟立祀，使他成為商賈們財源廣進、富貴平安的財神和保護神。所以在他們的商號、票號，以及遍布全國的會館中，關公是必供的神祇；過年時，晉商不僅要祭祖，祭祖先創業用過的扁擔、菜筐或小石磨，還要祭關公，並在關公像前發誓、反思或懺悔。晉商對關公的崇拜不僅是一種儀式，主要還是把關公當作一個符號，一個足以代表他們企業文化的道德符碼。¹⁴

明清時期，社會商業活動的良性發展需要一套良好的信譽系統，在那個缺乏法律與契約保障的時代，商業活動者本身的道德意識和思想約束顯得格外重要。明代儒、商開始合流，商人因深受儒家倫理濡染，將誠實不欺、遵守承諾、講求信譽等視為經營準則，藉以樹立良好的信用形象，¹⁵其中尤以晉商為甚，對晉商來說，良好的經營作風是商業成功的一大關鍵，其中「誠信」即是他們內部至為重要的核心價值，張正明曾說過：

山西商人認為誠信不欺是經商長久取勝的基本因素，所以把商業信譽看得高於一切。他們認為經商雖以營利為目的，但凡事又以道德信義為標準，經商活動屬於「陶朱事業」，須以「管鮑之風」為榜樣。對待顧客、商家，無論大小，都以誠相待。銷售商品，應不缺斤短兩，貨真價實，童叟無欺。如發現貨質低劣，寧肯賠錢，也絕不拋售。他們深知，只有講信用，重然諾，不欺不詐，人們才樂與他們交易。¹⁶

如此看來，「誠信」二字正是晉商的經營之道，其商業營利靠商品的質量和服務態度來取得，永保信譽才能長久成功，他們因此還總結出許多有關誠信的商諺，如：「寧叫賠折腰，不讓客吃虧」、「買賣不成仁義在」、「售貨無訣竅，信譽第一條」等，足見其誠實不欺的信條。梁小民更進一步分析晉商如何在企業內外部闡揚「誠信」：

晉商的誠信其實包括了兩項內容。一是在企業內部，員工對東家、下級對上級的忠誠。所謂「受人之托，忠人之事」，就是誠信的中心。二是在企業外部，企業對客戶的忠誠。「重合同、守信用，一諾千金」，以誠對客戶。晉商企業的制度 and 業務特點決定了誠信的重要性。¹⁷

¹⁴ 參見梁小民：《小民話晉商》（北京：北京大學出版社，2007年），頁133。

¹⁵ 參見孫強：〈中國古代商人的誠信傳統與當代商業道德建設〉，《瀋陽師範大學學報（社會科學版）》（2004年），第28卷第2期，頁68。

¹⁶ 見張正明：《晉商興衰史》（太原：山西古籍出版社，1996年），頁149-150。

¹⁷ 見梁小民：《小民話晉商》，頁134。

以誠信作為商業經營之價值觀，對內指導著每一位員工的行為，並將其融入到員工的生活理念中；對外則展現在各商號均規定以「重信義，除虛偽」、「貴忠誠，鄙利己，奉博愛，薄嫉恨」為營業準則，反對以卑劣手段騙取錢財，要求商人恪守「誠信仁義，利從義出，先予後取」的正道。此一捨利取義的觀念不僅是儒家倫理思想的核心，同時也成為商人經營活動的理論基礎，可見誠信義利的價值觀，對晉商有著導向性的至深影響。¹⁸因此，無論是在山西會館、山陝會館還是西秦會館等皆塑有關公神像，會如此熱烈地崇祀，其原因不僅因為關公是山西同鄉，更重要的是他以誠信為要、以義氣為重的特質。

此外，勇猛善戰、武藝高強的關公也是離鄉背井、漂泊四海的晉商們的精神護佑。劉軍麗曾形容當時晉商所面臨的壓力：

山西地處黃河中游的東端，北依萬里長城，與內蒙相鄰，自古便有「天寒地瘠，生物鮮少」之說，貧瘠的黃土地上生產出的糧食根本難以解決當地人的溫飽。窮則變，變則通，通則生財。迫於生存的壓力，山西人只能外出謀生。明朝後期即十四世紀中葉，山西商人隨朝廷「開中制」政策的實施，開始了連接長城內外、依靠運送軍糧、售鹽而獲利的「晉商」時代，他們的足跡踏遍萬里長城、朔北大漠，踏出了一條以山西、河北為樞紐，北越長城至俄境西伯利亞，東達扶桑，南到東南亞的國際商路。商場如戰場，險象環生。晉商經商範圍的廣泛使他們經常面臨惡劣的自然環境，生命也時常受到威脅。尤其是清朝嘉慶以後，社會日益動亂，盜賊四起，商人經商隨時面臨著被殺傷搶掠的危險。¹⁹

從商過程中，巨大的風險與代價使晉商們急切地需要一位保護神，能替他們保全財物、護佑平安，於是勇武絕倫的關公就成了晉商必奉的神祇，傳聞他們從朔北大漠的呼和浩特到東南亞都建有關帝廟，就是希望關公能一路為他們逢凶化吉，保佑人財平安。至此，全國各地的商人也紛紛起而效法，祭祀關公之風才會愈演愈烈，成為中國傳統文化中一個奇特的現象。林葉連更總結了關公對晉商的影響：「關公可謂晉商推出的集體品牌形象，因為鄉親們出外闖蕩，彼此照應，常仿效桃園三結義，並將關公的忠誠義氣美德廣為流傳。同時，既要維護商賈的合法利益和要求，又要限制他們的『唯利是圖』，所以

¹⁸ 參見劉軍麗：〈晉商與關公崇拜〉，《四川烹飪高等專科學校學報》（2006年），第4期，頁56-57。

¹⁹ 見劉軍麗：〈晉商與關公崇拜〉，《四川烹飪高等專科學校學報》，頁56。

才會從商界傳出『以義制利』、『以義取利』，表示誠信，以及同心同德的團結。」²⁰可知晉商能成就明清第一商幫的不朽之名，受到關公忠誠、守信等形象的感化很大，與此同時，晉商對關公的有意抬舉，也成為日後關公被商界重視的決定性要素之一。

三、商人對關公意象的擇取

承前所述，人們依照自己的需求和標準來選擇對象並創造神職，而關公能在諸神裡雀屏中選，成為商界崇奉的財神之一，想必商人自有其選擇的一套標準。前面說過，業者供奉關公的主因有二：一是誠信原則，二是強大的保護神力，這兩項是最普遍的認知，然筆者好奇的是，難道只有誠信與神力威強這幾項原因而已嗎？尚有哪些因素促使商人崇祀關公？這些因素的來源根據又是如何形成？這些都是值得留意的問題。一般來說，民眾並不會無故將神職依附於某一對象身上，當中需有一個合理的關聯性才行，換言之，當商家欲崇祀關公時，他們便會刻意尋求意象上的連結，好把「關公」與「商人」兩者結合起來；其方法就是在找尋的過程中，將關公與商業有關的事蹟(包括神話、傳說)、神性、特徵等擇取出來，以作聯繫。歷來研究相關問題的學者，無不指出《三國演義》對關公形塑成功的巨大影響，其中當然也涵蓋了關公之所以成為「誠信」、「重義」等代表的精采情節，然本文仍希望藉此機會，嘗試將文本中與商人崇拜相關的關公意象提出並加以闡述，以使兩者的關聯性更加清楚明瞭；此外，除了《三國演義》中的關公意象，民間亦盛行一些可與商人信仰相附會的關公傳說，在此一併論之，以求論述完整。

(一)受《三國演義》情節之影響

明朝羅貫中(約 1330 年－1400 年)所撰《三國演義》(以下以《演義》稱之)可謂從商者的最愛，因為它正是商家們造神運動的重要依據。關公被許多行業奉為祖師、行業神或保護神的憑據皆是受到《演義》的影響，如剃頭匠奉關公為祖師是據其所用的「青龍偃月刀」，香燭業奉其為祖師是據其「秉燭達旦」、「恪守叔嫂之禮」，²¹至於工商各業奉關公為武財神、義財神或信義合作之神則是據其尚忠義、守誠信以及不貪財的特質而來，以下即依小說情節具體分述之。

²⁰ 見林葉連：〈「關公」的影響層面探析〉，收錄於彰化市公所主辦：《關公文化學術論壇論文專輯「2013 年關公文化節·人文藝術教育展」彰化展》(彰化：彰化市公所，2013 年)，頁 43。

²¹ 參見李喬：《中國行業神崇拜》，頁 27。

1.尚忠義

《三國演義》第一回「宴桃園豪傑三結義」即刻畫出名聞遐邇的結義場景，小說一開頭由張角亂事寫起，接著轉入劉、關、張三人的相識過程，「販履織蓆為業」的劉備、「賣酒屠豬」的張飛和殺人亡命²²的關羽，皆因「好結交天下豪傑」的志趣而一見如故，遂同往張飛宅後桃園，祭告天地，結拜為兄弟，其結義情景描寫得甚為感人：

飛曰：「吾莊後有一桃園，花開正盛；明日當於園中祭告天地，我三人結為兄弟，協力同心，然後可圖大事。」玄德、雲長，齊聲應曰：「如此甚好。」次日，於桃園中，備下烏牛白馬祭禮等項，三人焚香，再拜而設誓曰：「念劉備、關羽、張飛，雖然異姓，既結為兄弟，則同心協力，救困扶危；上報國家，下安黎庶；不求同年同月同日生，但願同年同月同日死。皇天后土，實鑑此心。背義忘恩，天人共戮。」誓畢，拜玄德為兄，關羽次之，張飛為弟。²³

就結義本身而言，焚香盟誓，既表現異姓兄弟同心共死的情誼，又具有草莽英雄危難互助的江湖信義；因此「桃園結義」不僅顯露忠義之思想觀念，還把異姓結拜的情感與約束力推向極至。這段令人欣羨的兄弟情誼，自然成為歷代行會或幫會的典範，人們在歃血為盟時往往藉由劉、關、張三人的結義精神來強化彼此的忠誠與信義，在商業界亦作如是用途。而《演義》第五十回的「華容道義釋曹操」和第五十三回的「義釋黃忠」等橋段，亦皆為關公家喻戶曉的忠義表現，人們將「尚忠義」的精神引進商業領域，還是為了長遠的商業利益著想，因為明清時期為商不易，無論是他鄉謀生，還是貿易往來，處處可見風險，因此各工商業的組織透過設立會館和公所來起到集合同鄉、連結鄉誼的作用。²⁴此時，業者所仰賴的即是同行間的信義關係，對行業本身來說，內部成員必須團結一致；對同行之間來說，在人情義理上也要互相關照；而在買賣者之間更要營造忠誠信義的氛圍，業者才有永續經營的可能。換言之，就是因為他們強烈意識到信義為立業之本，所以才認為以忠義

²² 關公亡命奔涿郡事，見關羽出場語：「吾姓關，名羽，字壽長，後改雲長，河東解良人也。因本處勢豪，倚勢凌人，被吾殺了；逃難江湖，五六年矣。」見〔元〕羅貫中撰，〔清〕毛宗崗批，饒彬校注：《三國演義》，第一回〈宴桃園豪傑三結義 斬黃巾英雄首立功〉，（臺北：三民書局，2013年），冊上，頁4。

²³ 見《三國演義》，第一回〈宴桃園豪傑三結義 斬黃巾英雄首立功〉，冊上，頁4-5。

²⁴ 參見文廷海：〈論明清時期世俗社會的關帝崇信〉，《西南民族學院學報(哲學社會科學版)》(2002年11月)，第23卷，第11期，頁199。

終其生的關公是守護商業繁榮的神祇，同時也是講求義氣、凝聚眾商的主要象徵。

2. 守誠信

為商者，「講義氣」和「守誠信」是缺一不可的，業者除了要在同行間互守信義外，更重要的還是要和顧客建立起彼此的信任感，生意才會興旺，錢財才會源源不斷，而這種信任感正是來自於商家的以誠待人，關公在《演義》中所展現的「誠信」意象，促使他成為商家崇祀的不二人選。《演義》第二十五回「屯土山關公約三事」，描述建安四年(199年)，劉備襲殺徐州刺史車胄，令關羽守下邳，自己返回小沛。次年，曹操親自率兵攻陷下邳，關羽為保劉備妻小而受降，但前提是和曹操約法三章：「一者，吾與皇叔設誓，共扶漢室，吾今只降漢帝，不降曹操；二者，公二嫂處請給皇叔俸祿贍，一應上下人等，皆不許到門；三者，但知劉皇叔去向，不管千里萬里，便當辭去。三者缺一，斷不肯降。」²⁵所以才有後來千里走單騎、過五關斬六將之舉，這是關公對結義兄弟劉備的誠信；而身陷曹營期間，備受曹操禮遇之恩，是以關羽雖常懷去意，但是對曹操的厚愛亦感念於心，曾曰：「吾固知曹公待吾甚厚；奈吾受劉皇叔厚恩，誓以共死，不可背之。吾終不留此，要必立效以報曹公，然後去耳。」²⁶所以事後才會出現為曹軍誅顏良、文醜的勇武表現，這是關公對曹操的誠信。由此觀之，關公的誠信是不分敵我的，一旦受恩於對方，承諾相報，日後有機會必如實做到。而小說中特意強調關公的「誠信」意象，正好也和商家標榜童叟無欺的原則相吻合，因為商人不僅要打出誠信的旗號以爭取買家，同行之間也要求以誠信為本來進行交易，何況在商品交易中，也常發生契約合同一類行為，正需以誠信為基礎，所以商人對關公的崇拜自與「誠信」意象密切相關。

3. 不貪財

小說中另一段流傳千古的佳話即是關公的「掛印封金」，當他身陷曹營時，曹操先是送以金銀器皿、綾羅綢緞，既而餽贈錦衣戰袍、千里赤兔馬，又有「上馬金下馬銀」之待遇，可謂豐厚至極。加上他在力斬顏良後，立了大功，加官晉爵，被敕封為「漢壽亭侯」，並受贈官印，位高權重非他人能比。然而在得知劉備去向後，旋即掛印封金而去，掛印者，是指「懸漢壽亭侯印

²⁵ 見《三國演義》，第二十五回〈屯土山關公約三事 救白馬曹操解重圍〉，冊上，頁210-211。

²⁶ 見《三國演義》，第二十五回〈屯土山關公約三事 救白馬曹操解重圍〉，冊上，頁214。

於堂上」²⁷；封金者，是將「累次所受金銀，一一封置庫中」²⁸，離開時，只帶原隨從及隨身行李，無怪乎曹操讚嘆關公「財賄不足以動其心，爵祿不足以移其志」²⁹。但這其中的矛盾在於，關公廉潔清正、不貪財富的意象，應與商人重財輕義的作風背道而馳才是，畢竟商人愛財本是天經地義，怎麼會崇奉這位一生與金錢相距甚遠的人物？但仔細想來，這其中並無相悖之處，人常言：「君子愛財，取之有道」，愛錢財如商人者，同樣也要取財以義，不貪不義之財，還要取其帳目清楚，以示不苟取，³⁰如此看來，關公日後被民間納入財神之列，被商人奉為圭臬，也是順理成章之事。

(二)受民間傳說之影響

在《三國演義》情節渲染的加持下，我們可以觀察到關公被商家崇奉，並非來自於和財富的直接關聯，主要還是依據關公在小說裡所展現的高尚品德所致。不過，還有一些民間流傳的相關說法，對商人為何崇拜關公的解釋，相較於《演義》的道德衍繹，民間傳說的內容反倒世俗、貼切多了。以下即臚列出幾類民間傳說的版本。

1. 善於理財

關公會成為商業界之神，是因為商人公認關公首創「原、收、出、存的記帳法」。³¹這個說法是承續《演義》「掛印封金」之情節衍生出來的，其內容大要為：

據說關公被曹操所俘之後，曹操甚為禮遇，常贈送金銀財寶，後來關公知悉劉備消息之後，即將曹操所送的金銀財寶與帳冊依「原收出存」一一清楚還給曹操。³²

又有一說：「關公生前從事兵站工作，長於算數記帳，曾設筆記法，發明日清簿。」³³這兩種傳說的最初來源已不可考，只知商界盛傳此說。在第一則敘述裡，我們可以明顯看出民間穿鑿的痕跡，但傳說內容畢竟由小說情節衍生出來，有個聯想的依據，相較之下，第二則敘述對關公擅長算數記帳的部分似

²⁷ 見《三國演義》，第二十六回〈袁本初敗兵折將 關雲長掛印封金〉，冊上，頁 223。

²⁸ 見《三國演義》，第二十六回〈袁本初敗兵折將 關雲長掛印封金〉，冊上，頁 223。

²⁹ 見《三國演義》，第二十七回〈美髯公千里走單騎 漢壽侯五關斬六將〉，冊上，頁 224。

³⁰ 參見吳彰裕：〈關公信仰研究〉，收錄於盧曉衡主編：《關羽、關公和關聖》，頁 115。

³¹ 參見飛雲居士(王世禎)編著：《細說台灣民間信仰》(臺北：益群書店，1993 年)，頁 147。

³² 見飛雲居士(王世禎)編著：《細說台灣民間信仰》，頁 147。

³³ 見飛雲居士(王世禎)編著：《細說台灣民間信仰》，頁 147。

乎就不屬文本的延伸了，因而也就無從得知這則傳說的來源根據。但這兩則傳說的出現，皆不約而同突顯同一主旨：關公是善於理財的。「挂印封金」的行為本身即代表著計算分明、歸還一切、不受貪賄，並公開記錄，筆筆清晰，可謂現代員工應當具備的基本素質，對商界來說是非常受用的，後世商人佩服關公為會計專才，故而奉為財神，這對關公與財神神職之間的聯繫，也是較為合理化的解釋。³⁴

2. 曾經從商

相傳關公在遇到劉備之前，曾做過賣豆腐的生意，所以才有「關老爺賣豆腐，人硬貨不硬」的歇後語；還有傳聞關公早年以打鐵為業，³⁵或曾為賣布匹的商人，³⁶但無論何種說法，都指出關公從軍前曾經為商。試看其中一則紀錄得較詳細的內容：

關公在外逃亡期間，曾幫人賣豆腐餬口。有一次遇到一位賣糖的硬說關公的豆腐中摻假，理由是「豆腐裡面都是水」。關公說：「你賣的糖不也是糖水結成的塊，化成水才能喝麼？」「水與糖可不一樣，你那水是騙人的，我這水是實在的。糖水熬成糖，糖又化成水，這水還可以熬成糖，三反五覆終究是糖。」賣糖的說，「你的豆腐是豆子加水磨成漿，再加石膏做成的，去了那麼多渣，還有那麼多豆腐，裡邊該有多少假呀？更何況它無論如何也還原不成豆子或豆漿，怎麼能與我這實實在在的糖比呢？」關公覺得自己是個講誠信的人，不能幹這種弄虛作假的勾當，從此後再也不做豆腐、不賣豆腐、也不吃豆腐。至今在湖北襄陽一代還流傳著這樣一首〈蓮花落〉：「關公曾把豆腐志，反倒討厭這碗菜。關公窮、關公富，關公不吃水豆腐。」³⁷

這則傳說道出了幾項要點：1.由「關公在外逃亡期間」一句可知同樣是從《演義》故事推衍而來，因為小說中關公曾自述道：「因本處勢豪，倚勢凌人，被吾殺了；逃難江湖，五六年矣。」³⁸；2.關公從商(賣豆腐)的經過；3.既然賣豆腐被別人稱作是「弄虛作假的勾當」，就乾脆收手不賣了，強調出「誠信」為

³⁴ 參見林葉連：〈「關公」的影響層面探析〉，收錄於彰化市公所主辦：《關公文化學術論壇論文專輯「2013年關公文化節·人文藝術教育展」彰化展》，頁42。

³⁵ 參見林葉連：〈「關公」的影響層面探析〉，收錄於彰化市公所主辦：《關公文化學術論壇論文專輯「2013年關公文化節·人文藝術教育展」彰化展》，頁43。

³⁶ 參見飛雲居士(王世禎)編著：《細說台灣民間信仰》，頁147。

³⁷ 見周濯街：《關聖帝君》(臺北：國家出版社，2003年)，頁451-452。

³⁸ 見《三國演義》第一回〈宴桃園豪傑三結義 斬黃巾英雄首立功〉，冊上，頁4。

做生意的基本法則。職是之故，我們可知這類傳說的出現，是商人的關公信仰中不可或缺的一環，因為這則傳聞不僅情節架構完整，且展現關公曾經從商的經驗及其堅守的誠信原則，在在都顯示出與商人崇拜之間的關聯性，而不致有突兀之感，是對商人的關公信仰頗具說服力的例證。

3.佛、道教的加持

關公會成為財神，亦與佛道兩教的刻意加持、附會有關。就佛教方面來說，毘沙門天王本為古印度教之天神俱毘羅，別名「施財天」(Dhanada，意為「財富的贈與者」)，在古印度神話中，他兼有北方守護神(或指戰神)和財神的雙重功能。在玄奘《大唐西域記》的敘述中，他已作為財寶守護神出現。³⁹而敦煌所出的毘沙門天王像中，仍繪畫他於渡海行道之際撒布異寶金錢，可知隨密宗信仰傳入中土時，仍舊保留著他在印度的形象和功能。只是後來毘沙門天王在中國佛教中逐漸隱沒，其職司為關公所代替，亦即關公取代其戰神稱號，也接收了施財之神的功能。⁴⁰

從道教部份來看，關公作為財神還有另一個隱性的引申層面，即明嘉靖後，關公已正名為「南方赤火神」。其緣由有二：其一，明世宗嘉靖皇帝出身於湖北鍾祥，升為承天府後即將荊州、當陽劃為治下，敕建正陽門小關廟，釐定關公為南方神，亦即護佑帝祚之保護神。其二，關公赤面，正應火神之象。以五行論，南方屬火，北方屬水，均為財富之象。此外，舊時亦設立一種財神組合，為「關公、財神、火神」，多少帶有模仿佛教「西天三聖」或道教「三清道祖」的形式，久而久之，關公與火神、財神的職司自然互相重疊，乃至於被同化了。⁴¹據此可知，佛、道教出於各自的需求，將關公的神職納入宗教的領域並進行比附，這當中多少也摻入了民間傳說的成份，但使關公財神一職名正言順才是其最終目的。所以關公與財神之間的淵源，藉由宗教的有意推展，也為商人之所以奉關公為財神又提供了有力根據。

³⁹ 《大唐西域記·卷1·縛喝國》：「僧伽藍，此國先王之所建也。大雪山北作論諸師，唯此伽藍美業不替。其佛像則瑩以名珍，堂宇乃飾之奇寶，故諸國君長利之以攻劫。此伽藍素有毘沙門天像，靈鑿可恃，冥加守衛。近突厥葉護可汗子肆葉護可汗傾其部落，率其戎旅，奄襲伽藍，欲圖珍寶。去此不遠，屯軍野次。其夜夢見毘沙門天曰：『汝有何力，敢壞伽藍？』因以長戟貫徹胸背。可汗驚悟。便苦心痛，遂告群屬所夢咎徵，馳請眾僧，方伸懺謝，未及返命，已從隕沒。」見〔唐〕玄奘，辯機原著，季羨林等校注：《大唐西域記》(北京：中華書局，2007年)，冊上，頁117。

⁴⁰ 參見林葉連：〈「關公」的影響層面探析〉，收錄於彰化市公所主辦：《關公文化學術論壇論文專輯「2013年關公文化節·人文藝術教育展」彰化展》，頁42。

⁴¹ 參見胡小偉：《關公崇拜溯源》(太原：北嶽文藝出版社，2009年)，冊下，頁484-485。

4. 「麥城」之釋

關羽後來在《演義》裡因兵敗而走麥城是眾所皆知的事，殊不知「麥城」二字竟與財富有所關聯，這則民間傳說得從玉皇大帝說起。相傳玉帝看見凡間關廟香火鼎盛，不滿竟有神靈的威望超越自己，便囑咐赤腳大仙去幫祂查明真相，在詳細了解箇中情形後，玉帝發現關公的確是憑真本領拚到「左玉皇」這個頭銜的，但在深怕自己的地位有朝一日會被關公取代的情況下，就想出一招妙計：讓關公去當財神。因為武財神趙公明和文財神范蠡都曾抱怨財神爺的工作是「天下第一難事」，讓關公去接掌這個職位正好可以挫挫他的銳氣。但唯一的難題是，關公一生馳騁沙場，似乎和「財神」這個職位毫不相干，於是玉皇大帝又召來赤腳大仙，希望祂能想想辦法，赤腳大仙學問淵博，便藉著闡釋「麥城」與財富之間的關聯，來證明關公足以兼任財神的可能性：

關羽的一生中只有「走麥城」這件事與錢財連得最緊－麥城者，財興富裕之城也。麥城正好處在沮水與漳水之間，而且是沮、漳二水的匯合之處，地勢低下，不宜屯兵。但就商業而言，漳河在其東，沮河在其西，二水在城南交匯，然後又分別流入長江，使其水陸交通四通八達，從而商旅雲集，經濟繁榮，成了楚都北方的門戶。⁴²

從古文字學的角度去考證，「麥」本意為帶來或賜予美好之物的意思，源於古代關中平原上興起的周人。他們相信「麥」是神人從遠方帶來施惠於人的東西。當初的「麥」，就是古象形文字的「來」－用來描寫成熟的麥穗下垂之狀。在唐代以前，「麥」、「來」發音也相同，可以通用；差異在於「來」的下面加一個象形的「止」（後來書寫為「夕」），將「來」、「夕」連起來而成「麥」。於是更明確地表達出「財致、富到」之意。這就是「麥」的本意。所以「麥」、「來」、「齎」都屬於同一系列的文字，如「來賜」、「齎賜」都是表示送人貴重之物的意思。由此而引申為招財致富、商業發達、經濟繁榮的涵義。這便是以「麥」命城的緣由。也就是說，在從前「走麥城」的人都走了鴻運，賺了錢，發了財，成了富商巨賈。所以人們認為它是個財源廣進的風水寶地，才稱之為「麥城」。後來由於字義的轉化，「麥」、「來」二字各有其義，

⁴² 見周濯街：《關聖帝君》，頁442。

一般人就很難理解「麥城」的本義了。⁴³

上述兩段或根據風水之說，或從其文字考證，皆在闡述「麥城」實為一商旅雲集、財源廣進的風水寶地，然而麥城雖因關公而聞名，但關公只是敗走麥城，並非在麥城營商，與錢財之間的連結性仍不甚明顯，所以赤腳大仙又補充道：

其實錢財並不等於金錢。對於某些人而言，即使他一貧如洗，仍然可以擁有終生財富。這種財富不是別的，而是這個人物本身。關羽便是這樣的人。他本身便是一個有待開展的金礦。⁴⁴

凡間有一種說法：「關注便是財富。」關羽早已引起君臣百姓的關注。與眾不同的是，關羽是因「以忠事主，以勇立功，以義待人，忠不避死，義不負心」的美德，引起各方面關注的。這就是說，無論是誰，也不管他是幹什麼的，只要他關注並效法關羽的種種美德，便不乏發財的機會。⁴⁵

這則民間傳說不知學者周濯街採自何處，是較少見的關公財神之釋，雖然可信度未見高明，但錄此以聊備一說。對於關公意象與財神神職的連結，在這則傳說中可以分兩個層次來看，第一個層次是「麥城」二字和財富之間的關聯，但與關公只能算是間接關係；第二個層次則昇華為關公的個人特質即是「終生財富」，人們只要關注並效法關公的美德「便不乏發財的機會」，明顯把「財富」一詞的觀念提升到較崇高的境界，會出現這樣的解釋，或許正是因為第二個層次較符合當初傳播這則民間傳說的作者的初衷，到頭來關公雖被民間奉為財神，但業者所倚重的依舊是其深植民心的高尚節操與美德。

四、關公信仰對商業界的影響力

關公信仰對商界人士具備多重涵義，它既可以遏止人性的貪念，也可以為商人提供精神安慰，還能幫助商家塑造誠信形象，帶來實際的經濟利益；同時，關公信仰所蘊涵的倫理價值對市場經濟具有重要的影響力，有助於商界發展出一套與市場經濟相對應的市場經濟倫理。⁴⁶雖然對商人而言，財富是賴以生存和發展的條件，也是他們努力不懈的目的之一，故而將關公當成財

⁴³ 見周濯街：《關聖帝君》，頁442-443。

⁴⁴ 見周濯街：《關聖帝君》，頁443。

⁴⁵ 見周濯街：《關聖帝君》，頁443。

⁴⁶ 參見宣朝慶：〈關公信仰與商人精神--一種基於宗教社會學的分析〉，《天津社會科學》，第3期，頁137。

神來拜，正是他們追求富裕生活的傳統心態的一種普遍反映。然而，身兼財神一職的關公，除了負起幫助商人生財的責任外，從商者更重視關公本身所具備的忠、義、誠、信等人格特質，這也是關公有別於其他財神之處。換言之，關公信仰對商業界的影響力，遠比表面上的武財神或義財神作用還要來的複雜多了。以下本文將從兩項重點探討起，一是就商人的部分，聚焦於關公信仰對他們在人格提升和精神慰藉上的影響；二是就商界的部分，分析崇拜關公對其約束商業行為和樹立良好市場形象的助益何在，希望藉此釐清商人崇拜關公的心理動機，以及關公信仰對商界的具體影響。

(一)對商人人格的提升

宗教社會學家呂大吉曾說：

一切宗教中的神的神性就是人的人性，神的本質就是人的本質。神靈觀念之所以產生，是人通過想像力把人的人性和本質異化或對象化為一個神聖對象的結果。⁴⁷

人們之所以崇拜神明，是欲把人性異化為神性，然後在對神的崇拜過程中，通過信仰和皈依，使靈魂得到改善與淨化，使人格得以昇華，商人對關公的信仰亦是如此。現今商業經濟發展的刺激，導致拜金主義、享樂主義和極端個人主義思想氾濫，商業道德水平下降，要克服這些不良現象，就必須倚賴關公的道德力量與精神感化。大抵來說，關公信仰對商人人格的提升集中體現在兩方面：一是信徒把關公身上的智、勇精神，轉化為企業家精神與勇於開拓、積極進取的意識。因為在激烈的市場競爭中，如果沒有百折不撓、當面挑戰的勇氣，和處變不驚、勇擔重任的心理素質，是難以成就大業的，職是之故，商人把關公視為偶像，目的之一便是以關公所展現的人格特質來自我激勵，希望自己也能像他那樣有敢作敢當、不避艱險的勇氣，就算處在暗潮洶湧的商場中亦能站穩腳步、乘風破浪；二是信徒把關公所承載的道德倫理轉化為忠義、誠信精神，感召所有商人都能以信義為本，講誠信重義氣，做買賣需講誠信，日常交往需重義氣，這才是中國商人或社會成員間穩固的社交文化心理。誠如周濯街所言：

關公文化的信義精神，可以引申為市場經濟活動中的信譽和守信原則。誠信，是市場經濟倫理的基本原則。市場經濟是一種信用經濟。各種市場機制與市場工具，如商品、貨幣、買賣、支付、借貸、合同、

⁴⁷ 見呂大吉：《宗教學通論新編》（北京：中國社會科學出版社，1998年），頁157。

期貨等等，都體現著信用關係。由於這種信用經濟關係所規定的道德原則和要求必然是講誠信，所以市場經濟越發展、越完善，市場競爭越激烈，越是要要求人們在道德上恪守誠信，排斥背信棄義的敗德行為。

48

在關公信仰中，此一誠信理念的掌握，正是強化商界人士品格的關鍵，關公的「忠義、誠信」精神，不僅是一種品行，更是一種責任；不僅是一種道義，更是一種準則；不僅是一種聲譽，更是一種資源。⁴⁹因此，商人將關公信仰中所包含的誠信原則發揚光大，在一定程度上彌補了現今市場經濟中的道德淪喪，以及信任危機的缺陷。

(二)商人的精神慰藉與寄託

明清以來，隨著市場型態的轉型，商家之間的競爭日趨激烈，商業風險、市場複雜性和經濟不穩定性同步增長，導致商人在買賣交易中，往往有各種損耗流失，加上同行之間的明爭暗鬥，市場上行情的瞬息萬變，使商界始終存在著極大風險，種種不確定因素都是個人難以把握控制的。無怪乎人常言「商場如戰場」，個人的所有決策都充滿了風險，有基於此，為了與激烈的市場經濟競爭，與各種風險所造成的壓力相抗衡，許多商界人士便借助於神明的力量以獲取精神上的慰藉與寄託。這若以宗教社會學的理論來解釋，即是因為在人類文明進程中，由於生產力水平和人類認識水平的限制，人們永遠面臨著諸如孤獨、痛苦、恐懼等生存困惑，在這種情況下，人們自然會求助於神靈的威力控制這些異己力量，以滿足自身願望。⁵⁰

商人選擇了關公，是因為他們深信只要發自虔誠，一定會得到智勇雙全的關公的庇佑。人類學家李亦園在對類似現象的研究中指出，這種現象不能單用「迷信」、「愚昧」等予以概括，因為它是一種非常現實功利的手法。⁵¹為應對各種風險和不能控制的未來，商界人士把寄託成敗於關公視為至關重要的環節，前述的晉商即是如此，關公的道德提升了他們的價值觀，神威慰藉了他們的身心，事蹟鼓勵了他們在失敗之後東山再起，從古至今，它起到了穩定商人心理、平撫商人壓力以及鼓勵商人積極創業等重要作用，相較於僅

⁴⁸ 見周濯街：《關聖帝君》，頁468。

⁴⁹ 參見丁孝明：〈論關帝信仰的成因及其文化意涵〉，收錄於蕭登福、林翠鳳主編：《關帝信仰與現代社會研究論文集》（臺北：宇河文化出版有限公司，2013年），頁376。

⁵⁰ 參見〔美〕約翰斯通(Ronald L. Johnstone)著，尹今黎、張蕾譯：《社會中的宗教：一種宗教社會學》（成都：四川人民出版社，1991年），頁48。

⁵¹ 參見李亦園：《人類的視野》（上海：上海文藝出版社，1996年），頁299-300。

幫助業者發財的實質功能，這些讓商人們得到心理慰藉與寄託的作用或許還更有意義。

(三)約束商業行為

我們必須承認，人與神之間的關係是有功利意涵在其中的，能幫人安定心靈及消災解厄、增福添利者才拜；一旦發現感應不靈，人們可能就轉向另一個偶像崇拜，因此，全國各地廟宇香火及各種神祇偶像的崇拜才有興廢凌替的現象。令人訝異的是，關帝信仰能在兩岸三地、東南亞乃至歐美等地歷久不衰，除了有其屹立不搖的道義形象外，與商界中盛傳的關帝顯靈、神蹟顯赫也密切相關。關公神話所建構的種種顯靈傳說，促使人們相信頭上三尺有神明，敬畏和服從之心油然而生，對不法行為自然會產生約束作用。

在鉤心鬥角的商界裡，極易產生背信忘義以及由此引起的秩序混亂，自明清以迄現代，經濟消費中嚴重存在著商業詐欺、背信毀約、交易不實、投機取巧等現象，如周濯街所言：「既是經濟上的不法行為與政治上的腐敗行為，更是道德上的墮落背棄，是對市場經濟文明進程的破壞，是對市場經濟秩序在文化上的反動。」⁵²在如此險惡的商業環境下，關公信仰對商人而言，又多了一項功能，即是幫助商業行規、幫法的執行，並從而起到約束、控制同業同幫的作用。尤其商界時常充斥著「謀人財產，唆人爭訟」、「損人利己，肥家自潤」、「瞞心昧己，大斗小秤」、「明瞞暗騙，橫言曲語」⁵³等現實情狀，據泉州關岳廟所摹鐫的《覺世真經》中，就提醒世人若行不軌，必將「近報在身，遠報子孫。神明鑒察，毫髮不紊。」⁵⁴而許多商界人士在信仰過程中抱持著「寧可信其有，不可信其無」的態度，對關公神話中的類似警告不敢不認真對待，在經商過程中，就會自覺地減少各種詐欺、貪婪行為，如此看來，對神明的畏懼實是一種對商人最佳的約束力。

(四)樹立良好的市場形象

在市場經濟體制逐步健全的今天，越來越多的商人體悟到靠坑蒙拐騙、製假售假、以次充好等手段，損害他人利益，以獲取眼前利益，終將是搬石頭砸自己腳的行徑，尤其是希冀永續經營的企業團體，在經營實踐中逐漸認

⁵² 見周濯街：《關聖帝君》，頁 468。

⁵³ 見蔡相輝：〈臺灣的關帝信仰及其教化功能〉，收錄於盧曉衡主編：《關羽、關公和關聖》，頁 178。

⁵⁴ 見蔡相輝：〈臺灣的關帝信仰及其教化功能〉，收錄於盧曉衡主編：《關羽、關公和關聖》，頁 178。

識到「信譽就是金錢」，商譽是市場經濟的信條、企業的無形資產，這點由晉商成功的案例即可獲得驗證，誠實不欺，不僅是其處世立業之道，同時也是他們為商價值觀的體現，久而久之，自然樹立出良好的聲譽和品牌形象。晉商不以利益掛帥，採取「義中取利」的核心管理思想，將誠信和品質當作企業成功的利箭，成為當時最高明的管理策略，除了大幅提升晉商在商場上的交易信用，拉大與其他地區商人的競爭能力，更使他們在中國商場上享有崇高的地位。

在晉商的商會、會館裡必定要供奉關公，會館建築的格局完全仿照關帝廟的式樣，關公像也要供奉在顯要位置上，其作用就是把關公忠義誠信的形象作為一種商譽廣告，以達到宣傳商業形象、爭取客戶信任的目的。事實證明，關公信仰在商業中是一種極為有效的道德投資，許多企業通過對關公的崇奉來強調誠信為本，為企業建立了市場商譽，增加了市場競爭力，也獲得了較為長遠的社會回報，因為一旦建立起民眾對商業的信心、信任，社會經濟才會持續成長發展，這些雖然都表現於無形，但都是商人從關公信仰中所獲得的珍貴資產。

五、結語

綜上所述，我們必須體悟，明清以來關公成為各行各業所敬奉的財神，此一選擇是意味深長的。求關公庇佑鴻圖大展、財源廣進只是表層現象，更重要的是資本主義工商業的發展所面臨的特殊困境，使行業集團特別需要一個精神支柱作為行會發展的動力，於是，這位本與財富最無關聯的關公便被選作各個行業的保護神，以保護商業利益免受外界有形無形的侵害。⁵⁵對工商業者來說，關公與其說是一位能夠招財進寶的神人，不如說是一位集團文化的象徵，對內突顯忠誠，既可以避「無商不奸」、「無奸不商」之嫌，又可以號召員工學習關公「以忠事主，以勇立功，以義待人」的精神；對外強調誠信，無論對顧客或同行，都不要有欺詐行為。同時，也請關公護佑與商業有關的一切流程，例如行商始，求關公保護；行商中，請關公護利；發生爭執，請關公訴訟。更重要的是，關公義氣千秋的凜然精神，感召了商人要守信用、重義氣、敬然諾，換言之，關公至今仍為商界所尊崇，除了結合財神、保護神的功能之外，在他身上所體現的傳統文化與道德精神，才是商人持續信仰的主因。

⁵⁵ 參見呂威：《華夏諸神--財神卷》，頁 30-31。

參考文獻

一、專書

- 王世禎編著，《細說中國民間信仰》，臺北：武陵出版社，1985。
- 〔唐〕玄奘，辯機原著，季羨林等校注：《大唐西域記》，北京：中華書局，2007。
- 〔俄〕伊·尼·亞布洛柯夫著，王孝雲、王學富譯，《宗教社會學》，成都：四川人民出版社，1989。
- 呂大吉，《宗教學通論新編》，北京：中國社會科學出版社，1998。
- 呂威，《華夏諸神－財神卷》，臺北：雲龍出版社，1999。
- 李亦園，《人類的視野》，上海：上海文藝出版社，1996。
- 李喬，《中國行業神上、下卷》，臺北：雲龍出版社，1996。
- 李喬，《中國行業神崇拜》，臺北：雲龍出版社，1996。
- 周濯街，《關聖帝君》，臺北：國家出版社，2003。
- 泉州市區民間信仰研究會編，《關岳文化與民間信仰研究》，廈門：廈門大學出版社，2008。
- 〔美〕約翰斯通(Ronald L. Johnstone)著，尹今黎、張蕾譯，《社會中的宗教：一種宗教社會學》，成都：四川人民出版社，1991。
- 胡小偉，《關公崇拜溯源》，太原：北嶽文藝出版社，2009。
- 飛雲居士(王世禎)，《細說台灣民間信仰》，臺北：益群書店，1993。
- 馬書田，《華夏諸神》，北京：北京燕山出版社，1990。
- 張正明，《晉商興衰史》，太原：山西古籍出版社，1996。
- 梁小民，《小民話晉商》，北京：北京大學出版社，2007。
- 許地山，《扶箕迷信底研究》，上海：上海文藝出版社，1988。
- 陳學文，《明清時期商業書及商人書之研究》，臺北：洪葉文化，1997。
- 傅佩榮，《宗教與人心安頓》，臺北：洪建全教育文化基金會，1998。
- 〔清〕馮桂芬撰，〈上海重修武廟記〉，《顯志堂稿》卷3，臺北：文海出版社，1981。
- 彰化市公所主辦，《關公文化學術論壇論文專輯「2013年關公文化節·人文藝術教育展」彰化展》，彰化：彰化市公所，2013。
- 鄭建斌編，《中國財神》，北京：中國工人出版社，2007。

盧曉衡主編，《關羽、關公和關聖》，北京：社會科學文獻出版社，2002。

蕭登福、林翠鳳主編，《關帝信仰與現代社會研究論文集》，臺北：宇河文化出版有限公司，2013。

顏清洋，《從關羽到關帝》，臺北：遠流出版社，2006。

〔元〕羅貫中撰，〔清〕毛宗崗批，饒彬校注，《三國演義》，臺北：三民書局，2013。

釋印旭、張家成，《中國財神文化》，北京：宗教文化出版社，2008。

〔清〕顧炎武著，楊家駱主編：《日知錄集釋(下)》，臺北：世界書局，1991年。

二、期刊論文

文廷海(2002年11月)，〈論明清時期世俗社會的關帝崇信〉，《西南民族學院學報(哲學社會科學版)》，第23卷，第11期，頁195-200。

仲巖(1999年)，〈關公緣何當財神〉，《天津市財貿管理幹部學院學報》，第3期，頁46。

李福清(1994年12月)，〈關羽研究目錄：附關索目錄〉，《漢學研究通訊》，頁257-262

宣朝慶(2006年)，〈關公信仰與商人精神--一種基於宗教社會學的分析〉，《天津社會科學》，第3期，頁137-140。

段珂，〈歷史·文學·社會：關羽崇拜現象漫議〉，《中國古代小說戲劇研究叢刊》，頁88-98。

孫強(2004年)，〈中國古代商人的誠信傳統與當代商業道德建設〉，《瀋陽師範大學學報(社會科學版)》，第28卷第2期，頁67-69。

常海燕(2003年)，〈試論晉商對關公成為專職財神的影響〉，《運城學院學報》，第21卷，第4期，頁18-20。

劉軍麗(2006年)，〈晉商與關公崇拜〉，《四川烹飪高等專科學校學報》，第4期，頁56-57。

鄭志明(2003年1月)，〈千年不變的生命願望--民間財神信仰的宗教意義〉，《傳統藝術》，第26期，頁14-18。

羅宏杰(1999年)，〈復活的財神〉，《民間文化》，第3期，頁67-69。