

第三部 人本商业论

代雨东 著

全商



中国财经出版社

第三部《人本商业论》

全 商

代雨东 著

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

人本商业论/代雨东著. —北京: 中国财政经济出版社,
2003.12

(全商; 3)

ISBN 7-5005-6989-0

I. 人… II. 代… III. 商业经济—经济理论 IV. F710

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 122121 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com.cn>

E-mail: cfeph@drc.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

850×1168 毫米 32 开 6.5 印张 154 000 字

2004 年 2 月第 1 版 2004 年 2 月北京第 1 次印刷

印数: 1—3 000 定价: 16.80 元

ISBN 7-5005-6989-0/F·6115

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

序 言

代雨东先生的新作《全商》第三部《人本商业论》即将出版，我欣然为此部商业论著作序。

在现代社会，商业已成为先导产业，商业的发展将直接影响着其他各行业的发展。就世界范围来看，在商业发展进程中存在诸多问题：在商业理论上存在着混沌商业思想，在商业实践上存在商业混沌现象。混沌商业思想与混沌商业实践的结合构成了物本思想驱动下的混沌商业。由于混沌商业的存在，致使流通领域出现了大量的恶性成本，严重损害了社会大众的福利，并产生了不良的社会后果。为了消除混沌商业带来的消极后果，应当树立起人本商业观念，建立起人本商业体系。

就当前学术界来看，不乏介绍人本和商业的论著，但将人本和商业相统一，专门研究人本商业的论著当属凤毛麟角。雨东先生已经出版《全商》第一部《中介商业论》和《全商》第二部《主权商业论》，《全商》第三部《人本商业论》可以说是前两部论著的提升与完善。雨东先生是一位实业家，经商多年，有丰富的商业经验。人本商业的提出，可以说是雨东先生实践经验的结晶，是商业实践经验的理论升华。值得重视的是，《人本商业论》中提出了一些很有价值的范畴，比如由物本商业到人本商业，由非标准的人本商业到标准的人本商业，由狭义商业到广义商业等，可以说这是对商业发展理论的有益探索。

理论是行为的先导，商业理论创新是商业实践创新的基



础。《人本商业论》的理论创新，也必将影响到商业实践的创新。当然，作为一项新的研究成果，还有一些需要进一步探讨和完善的地方，但本书能够突破传统观念，提出诸多有价值的商业理论观点，又实属难能可贵。以上所言，是为序。



《全商》

第三部

《人本商业论》

郭冬乐

2003年11月于北京

基础..... (90)



第一节	产品初探·····	(91)
第二节	提供人本产品 实现人本商业·····	(98)
第六章	人本商业企业——走向人本商业的关键	
	·····	(113)
第一节	人本商业企业的定位·····	(114)
第二节	人本商业企业的基本特征·····	(121)
第三节	人本商业企业模式·····	(125)
第七章	人本经营——实现人本商业的重要	
	途径 ·····	(129)
第一节	人本经营的内涵·····	(130)
第二节	实现人本经营的基本途径·····	(131)
第八章	人本管理——走向人本商业的核心	
	环节 ·····	(136)
第一节	人本商业管理是商业成功的关键·····	(137)
第二节	人本商业管理——新的商业管理模式·····	(145)
第九章	人本社会——人本商业发展的崇高	
	目标 ·····	(157)
第一节	走向人本社会·····	(158)
第二节	人本社会展望·····	(165)
第十章	人本经济——人本商业发展的必然	
	趋势 ·····	(174)
第一节	由人本商业到人本经济·····	(175)
第二节	人本经济的实现形式·····	(176)
第三节	人本经济结构探究·····	(196)
后记	·····	(200)

第一章 迎接标准的人 本商业时代

“人本”和“商业”并不是新颖的话题，但“人本商业”却是一个崭新课题。人本商业不是一种相对独立的商业形式，而是一切商业发展的指导思想，是商业发展的最高目标。各种思潮、各种实践活动都将表明，我们的社会将步入一个人本社会，我们的时代将进入一个人本时代。商业作为现代社会的先导产业，在经历了人本商业成分含量不同的商业发展阶段之后，也必将进入人本商业发展的高级阶段——即标准的人本商业时代……

迎来了 21 世纪，我们对如约而至的新世纪充满憧憬，充满热望。新世纪会是怎样的，我们尚无法预料，但可以断定：这又将是一个大变革的时代。在这个新时代中，人类文明进步的速度与跨度将会超过以往任何一个时代，甚至超出我们的想象。

新世纪究竟将是什么呢？IT 精英说：21 世纪是“数字化时代”；白领阶层认为：21 世纪是“知识经济时代”；哲学家指出：21 世纪是“后工业时代”。本书预言：21 世纪将进入“标准的人本商业时代”。

标准是一种尺度，是衡量事物的准绳。商业作为生产力发展到一定历史阶段的产物，它的发展应当是有标准可循的。商业发展的历程将是一个由非标准的人本商业到标准的人本商业的历史进程。标准的人本商业时代将是商业发展的必然趋势。商业发展所遵循的标准是不断升华的，将是与时俱进的，正如由 ISO9000 上升到 ISO9001 或者更高。

标准的人本商业时代是指人类的多种文明发展到人类的“健康”需求得到最大化满足的商业境界，是由非标准人本商业向标准的人本商业渐变过程中的商业发展目标。

第一节 世界混沌商业透视

就当代社会来看，对商业的定位莫衷一是，表现为各种混沌商业思想；对商业运作缺少规范，表现为各种混沌商业现象。这些混沌商业思想和混沌商业现象的存在，在一定程度上阻碍了商业的发展与繁荣。在新世纪之初，有必要“正本清源”，还商业之“人本商业”的本来面目。

一、混沌商业思想

在理论界，对商业问题有一定的论述，但并没有真正明确商业的本质特征。通常认为，商业是人类社会第三次社会大分工的产物，是从农牧业、手工业中独立出来的专门从事商品交换的行业，是在物物交换基础上发展起来的、以货币为媒介的商品交换的发达形式。同时认为商业是连接生产与消费的桥梁和纽带，贱买贵卖是商品交换的本质。

上述理论观点在一定的历史阶段无疑是正确的，但笔者认为这些理论观点没能对未来商业发展进行本质性定位，没能形成指导商业发展的系统指导思想，更不能成为指导商业未来发展的理论准绳。因此，对商业的论述却有必要进一步深化和完善，尤其是要明确商业从诞生之日起就具有人本商业的成分，人本商业才是真正的商业本质特征。与商业的本质特征相联系，最大限度满足人类在物质和精神方面的健康需求是商业的本质目标。

商业之所以从农牧业和手工业中分离出来，很大程度上是由于商业是直接满足人类需求的行业。人们的衣食住行等多方面的需要，大部分是通过商业活动来满足的。最大限度地满足人类多种多样的需要，就是商业的人本特性。从此意义上讲，人本商业是商业的本质特征。

诸多的商业专著或者文章，所论及的观点大同小异，但没有任何论著指出了商业的人本特征和商业的本质目标。由于人本商业理论研究的滞后，导致了商业思想的混乱，并在不同的国度里出现了一些不同的混沌商业现象。

二、混沌商业现象

就世界范围来看，混沌商业现象有诸多表现形式。商业欺





诈、商业伦理丧失和商业老大欺客等都是混沌商业现象的主要表现。

（一）商业欺诈已成为世界性的难题

制假售假、赖账盛行、虚假广告、短信“抢钱”已经是当代社会司空见惯的现象。

号称中国国内第五大 IT 分销商的仪科惠光的倒闭，引发了近年来最强烈的中关村信用危机。在长长的债主名单中，像神州数码、英迈国际、和光商务这些已经“成功”实施了企业资源计划（ERP）、有着“严格”信贷管理制度的分销巨头竟无一幸免。高达 3 000 万元的被骗货款沉重地打击了中关村原本依赖个体道德与私人关系的、脆弱的赊销模式，一度几乎倒退到最原始的现款交易。整个事件惟一善意的结果就是直接导致了中关村科技园区于 2001 年 12 月 1 日启动企业信用制度的试点。

2002 年 7 月 30 日美国总统布什签署新法，旨在对付美国近来大量曝光的公司财务丑闻，以打击商业欺诈。又据报道，2002 年 8 月 6 日，美国联邦调查局在旧金山开通了一条举报公司商业欺诈行为的电话热线和一家网站，希望通过此举收集举报信息，打击硅谷高科技公司的商业欺诈活动。这是联邦调查局在全国开设的首个这类电话热线和网站，反映出美国政府在“安然”和“世界通信”公司丑闻曝光后正在逐步加大打击大公司商业欺诈活动的力度。联邦调查局解释说，证券欺诈犯罪包括提供关于一个公司的虚假财政报告、在给证券交易委员会的报告中提供虚假信息、向公司审计人员说谎、内幕交易、操纵证券交易和券商侵占或挪用资金等。

以上事例说明，不论是以美国为代表的发达国家，还是以中国为代表的发展中国家，都存在严重的商业欺诈问题，并带来了商界的信用危机。

当然，以上所讲的是“大商业”现象。就商品流通而言，虽然发达国家的商业信用较为规范，但由于“双人本”思想的匮乏，使其仍然徘徊在“混沌商业”的泥淖之中。

（二）商业伦理的丧失带来了严重的社会后果

商业伦理是一个专业学科，商业伦理不是商业说教。在一个市场成熟的国家中，商业伦理是基本的经济根基，是一种商业理念、商业规范和商业规矩，是市场竞争从无序到有序的一种必然结果。但在当代社会，商业伦理的残缺已经带来了不良的后果，如图财害命，借非典敛财，为赚钱出怪招等等。

要消除商业伦理丧失带来的严重社会后果，长远之计是全社会构建起健康向上的主流文化，加强商业伦理教育，强化商业法制，构建起标准的人本商业体系。

（三）商业老大欺客导致了“恶性成本”增加

由于缺少明确的商业理论指导，加之政策导向上的模糊不清和商业法制不够规范等原因，出现了一些令人警醒的混沌商业现象。

1. 商场收费过多过滥^①

商业是满足人类最大需求的行业，是通过最大限度满足人类需求而造福人类的组织系统，但就当前来看，普遍存在着商场收费过多过滥的情形，这是混沌商业现象的一个重要反应。

商场对供货商收取的首先是销售货款费，一般采用倒扣的方式结算，倒扣的比例一般为15%~30%。也就是说，如果一个品牌卖出100元钱，商场结算时就扣除15元~30元，作为商品在此销售的费用。

但是，除了这15%~30%的扣额外，从商品进入商场开始，就要一路用钱铺下去。首先是人所皆知的进场费，通常从

◇

《全商》

第三部

《人本商业论》

^① 根据《北京青年报》2002年8月4日改编。

◇

《全商》

第三部

《人本商业论》

几千元到数万元不等，3万~5万元是最常见的。

进了商场自然要摆放货品，商场就要收取上架费，从几百到上千元不等。有了货，当然还要有推销员来卖。商场要向每一位推销员收取每月200元管理费。每个推销员还要缴纳1000元押金，作为“推销员在服务中给消费者造成损失或施其他有害行为的赔偿金”，如果工作不足3个月，推销员的押金不退。

商品开始出售了，商场每月要向供货商固定收取实际结款额1%~2%的数额作为促销费。如果一个服装品牌每月卖出80万元的话，就要被扣除8000到16000元的促销费。

但是这个促销费绝不能代替商场、超市在“五一”、“十一”、春节、情人节、妇女节、店庆等各种节日的促销费。以店庆为例，商场要向供货商收取下列费用：店庆赞助费，少则3000元，多则2万元；店庆广告促销费，也是3000元~2万元不等；店堂布置费，从悬挂的POP旗帜到条幅，都要花钱，一张纸做的POP旗最低的30元，最贵的80元，条幅一面200元~400元；店庆厂家的服务员都要穿商场统一制作的文化衫，一件也要几十元，比市场价贵2~3倍；连店庆时专卖店门口摆的小花篮商场也要向供货商收取几十元。另外，店庆时商场所有的折扣损失都要厂家自己负担，如全场6折，或卖100送40等等。

除以上费用外，商场还将收取如网络费（网上结算），每月要收厂家50元~150元不等；质检费，每月50元~150元；更衣柜，每月几十元；供货商的小票乃至价签都是供货商向商场买的。另外还有服务员证章费，商品包装袋费用，店堂公共区域的保安、保洁、保险及相关行政管理费等等，名目之多，让人咋舌。

各种商场收费真可谓多如牛毛，让供货商不堪重负，他们

只能通过提高商品的销售价格来减少损失。由于过高过多的商场收费致使商品成本和销售价格恶性环高（一环扣一环地增高），受到伤害的最终是国家经济和广大消费者。

2. 强买强卖，拖欠货款^①

现在的产品要进入商场简直难于上青天，签进店合同就像是签“卖身契”。商场不仅要求产品要有知名度、要好卖，而且还要求供货商交纳其单方面规定的商品进店费、新品上架费、新店赞助费、节庆赞助费等，就连商家举办店庆活动也要供货商“出血”“随份子”。对这些费用，一旦厂家稍有怠慢，就要立刻清场走人。

更荒唐的是，商场丢失了货品，也要由供应商负责赔偿，如果不承担，就要在结款时扣款。

令供货商为难的是，商场收取这些费用本应开具正规的增值税发票，但他们只给开普通收据，更有甚者打张白条了事。这些收入 100% 地逃避了国家税收。实际上，供货商迫不得已将交纳的费用“最终还是转嫁到消费者”身上。为维持企业运转，厂家必须把这些费用打入成本，其结果是一些商品在商场的销售价格“大大高出了商品的真实价格”。这也是作者在《中介商业论》中指出的流通恶性成本。

让供货商更为头疼的是很多商场都不按照合同规定结款。部分商场把结款时间限定在半天或 1 天之内，这就要求商场内所有商品的供货商都要在这一期限内前来结款，不然就不知要等到什么时候了。为了能及时拿回货款，这些厂家的业务员不得不提前来到商场排队。据说有的业务员早晨 6 点去，就已经排到 60 多号了。听说有些厂家的业务员、财务人员干脆在车里等了一宿。为了及时结清货款，有的供货商不得不通过向商

^① 根据《人民日报》2002 年 7 月 29 日改编。

场负责收款的人送礼来“联络感情”。

更为混乱的商业现象是，相当一部分商家欠款不归、赖账不还。还有一些商场过了今年春节旺季后突然盘点，并通知供货商：“我们已经关门歇业了。”由于有些供货商还有货款尚未结清，听到这个消息，马上赶到，只见卖场里一片混乱，很多供货商都在“抢货”。方便面、牙膏都没了；有的只抢到一些果冻、饼干和火腿肠；商场进价7元、售价9元的东西，就折中为8元给供应商顶货款了。为将损失降到最低，工业企业供货商要也得要，不要也得要。有的供货商来晚了，什么都没拿到。

供货商因商场倒闭而血本无归的事并不罕见。

最常见的一种恶性拖欠货款情况让供货商头发昏。有许多商场通常是说好3个月或者4个月支付货款，结果八九个月也支付不了，严重耽误了工业企业的资金周转，影响了资金流通速度，加大了流通成本。

3. 洋超市繁华表象的背后^①

据调查，成千上万个本土供应商为巨大的“洋卖场”提供商品，却首先深受其累。正是通过对这些供货商的种种收费，洋超市才得以在中国迅速“发展”。

根据调查，在国内众多的“洋超市”中，有些“洋超市”的收费名目繁多。如：

无条件扣款：第一年扣掉供货款的45%，第二年扣掉供货款的24%。

咨询服务费：2001年前征收比例是全年含税进货金额的0.5%，2002年增加到1%，分别于6月、9月和12月份结账时扣除。

^① 根据《北京晚报》2002年7月29日改编。

无条件折扣：折扣比例为全年含税进货金额的 3.5%，每月从货款中扣除。

有条件折扣：全年不含税总进货额 ≥ 70 万元时，折扣比例为全年含税进货金额的 0.5%；全年含税进货金额 ≥ 100 万元时，折扣比例为全年含税进货金额的 1%。

另外还将收取：

配货费：每店提取 3%；

进场费：每店收取 1.5 万元，新品交付时扣除；

条码费：每个品种收费 1 000 元；

新品上柜费：每店收取 1 500 元；

节庆费：1 000 元/店次，分元旦、春节、“五一”、中秋、圣诞共五次；

店庆费：1 500 元/店次，分国际店庆、中华店庆两次；

商场海报费：2 500 元/店次，每年一次；

商场促销堆头费：1 500 元/店次，每年三次；

全国推荐产品服务费：含税购货金额的 1%，每月结账时扣除；

老店翻新费：7 500 元/店，由店铺所在地承担；

新店开办费：2 万元/店，由新开店所在地承担；

违约金：合同外商品增加或调换一个单品，终止合同并罚款 5 000 元；

交货时间：包括订单日在内 3 天，每延迟一次罚合同额的 0.3%，不送货罚 3 000 元。

据了解，以上所列金额全部都是未税账，供应商还需要替洋超市为这些费用交纳增值税。

仔细算下来，这些名目繁多、令人眼花缭乱的费就是天文数字！北京有一家生产厂商，其产品在全国销量位居第三，2001 年 5 月~2002 年 6 月，在供给某洋超市的商品中，出库



产品价值 25 万元，实际到账款项只有 9 万元，其余全部被账后项目扣掉。

以上所举，仅仅是混沌商业现象的部分例证，但已可看出进商场需要一路铺钱和拖欠货款的“商老大”现象是多么严重。之所以会出现这些混沌商业现象，除了这个经济转轨的一些客观原因外，更大程度上是由于缺少正确的商业思想为指导。其结果是，人为增大了商业交易的成本，影响了商业的发展与繁荣，减少了人类福利，使消费者最终受害。

产生以上商业混沌现象的原因主要来自几个方面：一是由于商业思想混沌和商业理论匮乏，致使商业发展思路不明，带来了实践中的商业混沌现象。二是由于在实践中还没有形成符合国情的商业运行主框架及科学的商业运行规则，致使缺少商业网络的“主动脉”，带来了商品的流通不畅和“发育畸形”，进而出现了商业混沌现象。商业混沌现象的出现，已经带来了极大的内耗和浪费，并阻碍着生产的发展和人民生活水平的提高。

这些混沌商业现象是混沌商业思想的折射，是物本商业思想本质弊端的反映。由于商业理论的滞后，已经给现实商业运作带来了严重后果（没有正确的商业运行理论就没有正确的商业运行规则，没有正确的商业运行规则就没有完善的商业运行主框架）。在这样一种商业理论和商业实践处于混沌的情形下，提出划时代的商业理论应该是民众之呼声，时代之需要。人本商业理论体系将承担起这一历史使命，并将指引现实商业走出物本商业之混沌，进入标准的人本商业之清纯，以实现由物本商业向人本商业过渡的历史性转轨。

◇

《全商》
第三部
《人本商业论》