

RU SHANG FA DIAN

反映中国商人的经商智慧
一本不可多得的商战宝典

儒商法典

■ 邹进文 赵玉勤 主编



儒家文化滋润的中国商人经商理念
既有高屋建瓴的统御术
也有贸迁有无的货殖高手
既有运用成功的韬晦谋略
也有可供借鉴的经验教训



湖北人民出版社



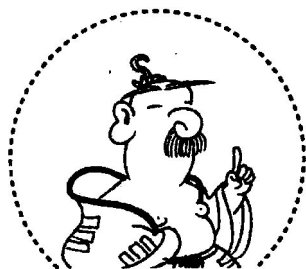
儒商法典

RU SHANG FA DIAN

■ 邹进文 赵玉勤 主编



湖北人民出版社



鄂新登字 01 号
图书在版编目(CIP)数据

儒商法典/邹进文赵玉勤主编.

武汉:湖北人民出版社,1999.9

ISBN 7-216-02657-8

I. 儒…

II. 邹…

III. 商业经营—经验—中国—古代

IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 15976 号

儒商法典

邹进文 赵玉勤 主编

出版: 湖北人民出版社
发行:

地址:武汉市解放大道新育村 33 号
邮编:430022

印刷:枝江市新华印刷厂

经销:湖北省新华书店

开本:850 毫米×1168 毫米 1/32

印张:13.25

字数:460 千字

插页:5

版次:1999 年 9 月第 1 版

印次:1999 年 9 月第 1 次印刷

印数:1—3 920

定价:21.20 元

书号:ISBN 7-216-02657-8/F·468

《儒商法典》编委会成员名单

主 编：邹进文 赵玉勤

副主编：甘行琼 郑国霞 田 园

撰 稿：丁桂兰 甘行琼 甘福行
刘水军 陈 钢 邹进文
杨 君 杨应顺 赵玉勤
郑国霞 徐良敏 喻平阶
熊红芳 陈新国 李 杰
林识音

前 言

中国说到底是一个以儒学为文化传统的国家，一种事情，一带上儒字，便会底气高雅，非同凡响起来。比如战争是武事，偏偏能出儒将，远者如三国时的吴将陆逊，近者如民国时期的蔡锷。三国时吴国杀了关公，刘备起倾国之兵报仇雪恨，在吴国面临生死存亡的关头，孙权毅然决定起用陆逊。于是，便有了“书生拜大将”的有声有色的活剧。民国初年，袁世凯称帝，倜傥风流如一介书生的蔡锷在云南首举义旗，天下景从，蔡锷在历史上成就了再造共和的赫赫功勋。商家言儒，儒者为商，这是中国商业史中的一大特色，它使得从根本上以创利为目的的商业带上了浓厚的文化意蕴，无论是古是今，儒商者总令人高看一等。

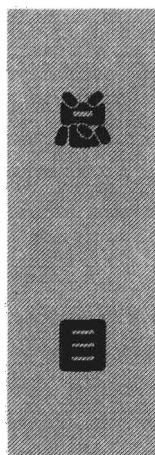
“儒”，一般泛指知书达理、博学通经的知识分子。称为儒商，自然具有一定的文化素养，这种人在中国历代商人中比比皆是。如春秋战国时期的子贡，他是儒家学说的开创者孔子的七十二位得意门生之一，范蠡（陶朱公）是越国大将军，白圭为魏国丞相，都是很有学问的人。而明清时期那些“贾而好儒”的商人颇有书卷气、文士名。近代的著名资本家张謇，更是以状元身份“下海”经商的。当然，具有较高的文化素养这只是儒商的特征之一。作为儒商，更重要的是要以儒家的一些带有民主性精华的观念，在经商过程中确立商业道德。儒家的一些伦理道德观念实际上与商业是相通的。孔子云：“人而无信，不知其可也”，“人无信不立”。现在好多大商场门前的招牌：“诚招天下客，誉从信中来”。这难道说没有历史文化的承接？儒家的重义轻利的思想，己所不欲，勿施于人的道德箴言，在当今的商业实践中难道没有它的借鉴意义吗？国外如日本、新加坡、韩国等工商人士，对儒

家思想也推崇备至，日本工业之父涩泽荣一说，他是靠《论语》加算盘使企业兴盛的，日本已故著名企业家、有“经营之神”之称的松下幸之助，说他是靠一部《论语》起家的。

中国人具有经商的天赋。早在上个世纪末有一位名叫利希霍芬的德国历史学家指出：世界上有两个公认为聪明的民族，同时也是最善经商的民族：一个是犹太人，一个是中国人。儒家文化滋润的中国商人经商理念博大精深，源远流长，不逞他让。中国商人不仅曾开启过傲视世界的古老商业文明之旅——丝绸之路，而且其支脉海外华商以迥异于基督文明浸染的西方商人的经营谋略和行为方式跻身当代世界商人之林，向世界展示着古老文明的智慧风采。受儒家文化辐射的日本及东南亚经济奇迹般崛起更展示了儒商的独特魅力。面临 21 世纪世界经济格局的中国商人只有秉承中国传统的经营之魂，并在此基础上加以发扬光大，才能迎击有着自己的文化、背景、经商传统的世界各民族和地区的商人。刻意模仿他人无异东施效颦。

在中国传统社会中，商人的社会地位相当低下。“士农工商”，商为四民之末，经商被贬为末业。作为非商的其他三民，特别是以社会正义代表自居的士，羡慕商的财富却又鄙薄其心术与行为。因此，在中国的文字记载中，商人大多与奸伪狡诈、奢靡挥霍相伴随，可圈可点的正面记载并非甚多，中国历史上儒商的伦理文化和营销文化远未形成一个完整的体系，只散见于各历史著作之中。

《儒商法典》立足于古为今用的原则，将中国古代经商经验、经商成果挖掘整理，从经营管理、经商谋略、商场应变及经商者的个人素养等各个方面，将中国历史上经商致富技巧等古代商业精华，较完整、系统地呈现于读者面前。其中既有高屋建瓴的统御术，也有贸迁有无的货殖高手；既有运用成功的韬晦谋略，也有可供借鉴的教训。它为新时代的诚贾良商提供了弥足珍贵的启迪和借鉴。



一、商德篇	(1)
二、择业篇	(30)
三、行业竞争篇(上) ...	(49)
四、行业竞争篇(下) ...	(86)
五、理财篇	(107)
六、信息篇	(125)
七、商情预测篇	(143)
八、商战兵法篇	(160)
九、外贸致胜篇	(179)
十、广告篇	(201)
十一、包装装潢篇	(228)
十二、商标字号篇	(237)
十三、公关篇	(256)
十四、安全篇	(285)
十五、商业语言篇	(320)
十六、行业崇拜篇	(331)
十七、商人生活篇	(348)
十八、教子授徒篇	(379)
十九、尚贤重才篇	(393)

目 录

一、商 德 篇

- 诚招天下客 (1)
- 义纳八方财 (2)
- 欲取之,必先予之 (4)
- 能知取予,是为行仁 (6)
- 天下兴亡,商人有责 (8)
- 古商人何为尊关公 (9)
- 弦高谢赏 (11)
- 冯媛买义 (12)
- 忠商卜式 (12)
- 孟信赎牛 (13)
- 李珣卖米 (14)
- 药商与鞭贾 (14)
- 茶商还金 (15)
- 陶四翁烧紫草 (16)
- 李疑重义 (16)
- 巷深酒香 (17)
- 鼋汁狗肉 (18)
- 晋商笃守信用 (18)
- 外儒内商 (19)
- 信义之报,取尝于后 (20)
- 不贪不义财 (20)
- 红顶商人戒欺 (21)
- 足尺加一 (22)
- 万金油大王子还父债 (22)
- 陈嘉庚的“诚”、“信” (23)
- 德有德报,恶有恶报 (24)
- 聪明反被聪明误 (26)
- 言而无信,商人溺水 (27)
- 心术不正,雷击奸商 (27)
- “内贼”与“外贼” (28)
- 一锤子买卖 (29)

二、择 业 篇

- 千行百行,皆可经商 (30)
- 选好“风水宝地” (32)
- 行铺码头择热闹 (34)
- 鄙人学盖 (34)
- 卓氏冶铁 (36)
- 孤邱赶车 (37)
- 蹶叔三悔 (38)
- “无财作力” (40)
- “少有斗智” (41)

- “既饶争时”……………(42) 金字招牌……………(70)
 诚一专注……………(42) 提倡商德常打假……………(73)
 不把鸡蛋放在一个篮子里 拉回头客……………(74)
 ……………(45) 吃轻亏摔……………(74)
 产品市场定位要准……………(47) 要经商,走四方……………(75)

三、行业竞争篇(上)

- 物以稀为贵……………(49) 坐商变行商,财货两兴旺
 贵出如粪土,贱取如金玉……………(79)
 ……………(50) 百里不贩樵,千里不贩粟
 人弃我取……………(51)……………(80)
 寻找市场空档……………(52) 货高招远客……………(80)
 随行就市……………(54) 制御药的同仁堂……………(82)
 调价技巧……………(55) 六必居的来历……………(83)
 样品展示诀窍……………(56) 开创名牌的近代企业家
 讨价还价术……………(56)……………(84)
 让利销售……………(58)
 买一分,卖一分……………(59)
 前店后厂……………(59)

四、行业竞争篇(下)

- 基地自辟……………(61) 虞孚种漆……………(86)
 节日促销……………(62) 蜀地三贾……………(87)
 请用国货……………(63) 公叔种树……………(89)
 松紧有度……………(64) 避债茶(酒)馆……………(89)
 衣食父母……………(65) 狗猛酒酸……………(90)
 人盯人服务术……………(66) 杠王……………(92)
 主雅客来勤……………(67) 量心裁衣……………(92)
 软硬兼施……………(68) 白胜卖酒……………(93)
 店门不可常闭……………(68) 二百文扳本……………(94)
 财从伴生……………(69) 巧取美玉……………(95)

- 妙法招客 (95) 夺人产业遗患子孙 (123)
- 店铺被焚,并不自救 (96) 会账要急,记账要勤 (124)
- 高桥谋 (97)
- 御神用宝谋 (98)
- 百符一马 (99)
- 杨子投店 (100) 出门看天气,买卖看行情 (125)
- 犁冥奇宝 (100)
- 纪昀之叹 (102) 买卖问三家,价钱不会差 (126)
- 贱卖定水带 (102)
- 野尻风波 (103) 眼观六路,耳听八方 (128)
- 一叶障目 (104) 睁起眼睛看行情,竖起耳朵听动静 (129)
- 牛膝鸡爪 (105)
- 冯妇搏火 (105) 运筹帷幄之中,决胜千里之外 (130)

五、理财篇

- 多做生意少占本 (107)
- 薄利多销 (110)
- 带回头货 (112)
- “看银水”的技巧 (113)
- 代客存银务必小心 (114)
- 赔三千,不如现八百 (115)
- 亲兄弟,明算账 (116)
- 借鸡生蛋 (117)
- 巧妙的析产方式 (118)
- 数学与理财 (119)
- 国有国法,家有家规 (120)
- 榷征莫漏,赋役当供 (121)
- 提防借债的人 (122)
- 受寄人家财物极不妥 (123)
- 顾客来问货,行情送上门 (131)
- 趋时如猛兽鸷鸟之发 (132)
- 子贡经商,亿则屡中 (134)
- 辽东白豕 (135)
- 信息灵通,家藏金穴 (136)
- 世界最早的商业情报网 (137)
- 令狐楚用假信息平抑物价 (137)
- 中国商人的环境信息意识 (138)
- 贪心不足,坐失良机 (139)
- 穆兴永抓信息得利 (139)
- 郭商首创戏院 (140)

六、信息篇

张裕葡萄酒公司乘机而兴	(140)
宝元通的“三快”信息管理 制度	(141)

七、商情预测篇

预测立,不预测废	(143)
预测三要素	(145)
防患于未然	(146)
一贵一贱,极而复反	(147)
囤贩贵审时宜	(149)
早则资舟,水则资车	(149)
雨则资瓜,旱则资盐	(150)
天时不可违	(151)
天时预测商谚	(153)
天时不如地利	(154)
地利不如人和	(155)
焦贾积炭	(157)
无盐氏出货起家	(158)
预测失败如何补救	(158)

八、商战兵法篇

辉煌古兵法	(160)
古商人与兵法	(161)
商战权变	(162)
知己知彼	(164)
以镒称铢	(166)
兵贵神速	(167)

出奇制胜	(168)
商海谍战	(170)
商战中的战地侦察	(172)
六十算以上为多算	(173)
治商莫如仁	(174)
后发制人	(176)
城濮“让威”与公司“显威”	(177)
登高望远	(177)

九、外贸致胜篇

驰关市之禁	(179)
问俗知禁	(180)
欲投其好,须知所好	(182)
斗国相泄	(185)
因己之术	(186)
因人之术	(188)
乘时之术	(190)
乘势之术	(191)
挟天子以取利他国	(193)
垄断市场,取赢它国	(194)
借鸡生蛋,借船出海	(195)
不龟手之药缘何走俏	(197)
求代国之狐皮	(198)
收衡山之器	(198)
币制不同,有利可乘	(199)

十、广告篇

一声叫卖,十里客来	(201)
百啭啼,唤娇娘	(203)
红杏梢头挂酒旗	(204)
幌子广告,异彩纷呈	(206)
“挂羊头,卖狗肉”	(207)
数字广告	(209)
印刷广告	(210)
招贴广告	(210)
灯笼广告	(211)
草标广告	(211)
彩楼广告	(212)
壁画广告	(212)
回赠广告	(212)
醉死刘伶	(213)
“擒奸酒”	(213)
崔涵誉柏	(214)
“状元香”	(215)
胡庆余堂	(215)
借冕增誉	(216)
千金买骨	(217)
乾隆封匾	(218)
一顾千金	(219)
“眼见为实”	(220)
“广、大、小、活”	(221)
吃小亏占大便宜	(222)
秦重巧作广告	(222)
大手笔广告术	(223)
王婆卖瓜	(224)
“自相矛盾”	(225)
广告行伪	(226)

十一、包装装潢篇

陶质包装,开启新元	(228)
纸质包装,独步世界	(229)
包装技艺,巧夺天工	(229)
人要衣装,货要装潢	(231)
经营靠门面,店雅客自多	(232)
店面装饰“四不”	(234)
中国古老的食物罐头	(235)
工之侨卖琴	(236)

十二、商标字号篇

取个美名好促销	(237)
古代商人的商标意识	(239)
人有人名,店有店号	(241)
古怪奇特吉祥字	(244)
行业不同,雅名不一	(244)
新潮店名趋新潮	(245)
名牌,历史的积淀	(246)
玉波楼命名的由来	(247)
“王麻子”刻意创名牌	(248)
文商结合,妙用错觉	(249)
“李鬼”战“李逵”	(249)
“王麻子”、“老王麻子”、“老 老王麻子”	(251)
“汪云从”、“蒋云从”、“劳云从”	(251)

“起首老店,并无分出”	借机造势	(276)
..... (252)	千金买邻	(277)
五桶为记	“陋吏铭”	(277)
..... (252)	聚族致和	(278)
“亨得利”斗倒“亨达利”	和协互济	(279)
..... (253)	联姻政治	(280)
巧借谐音	巧求荐书	(281)
..... (253)	八面玲珑	(282)
天厨味精佛手商标	与邻为友	(283)
..... (254)		

十三、公关篇

广结良缘	(256)
结交官僚	(257)
中庸之道	(258)
摆平关系	(260)
以和为贵	(261)
人品·人缘	(263)
寻找门路	(264)
消除内耗	(264)
求人技巧	(265)
“行”	(266)
“帮”	(267)
“会馆”	(268)
“公所”	(269)
孔氏公关	(269)
吕不韦钓奇	(271)
卓氏承租	(272)
卮金一拜	(273)
窦公借名	(274)
赔钱买路	(274)
西门庆逃税	(275)

十四、安全篇

暗箭难防	(285)
以财自卫	(286)
拥财借势	(287)
王戎种李	(289)
事以密成	(291)
“暗码”标价	(291)
祖传绝技,特殊资产	(292)
传子不传女	(293)
传儿不传媳	(294)
偷师	(295)
“绝”技	(296)
用忍避祸	(297)
小不忍则乱大谋	(299)
末富本守	(300)
警惕美人计	(302)
张霸贩蜡	(303)
偷鸡蚀米	(304)
珠宝遭骗	(305)

旅途宜慎	(306)	祖师爷	(331)
守己不贪	(309)	无事不登三宝殿	(333)
投牙三相	(310)	借神自重	(334)
遇盗勿追	(311)	以神治人	(336)
江湖老客不露财	(312)	一业多神与多业一神	(337)
不显山不露水	(313)	从业祭拜	(339)
骗驴带鞍	(313)	敬财神避凶煞	(339)
舍小求大	(314)	辟邪宜忌	(342)
换日偷天	(315)	经商禁忌	(343)
顺手牵羊	(315)	占卜问卦	(345)
釜底抽薪	(316)	开张与停业习俗	(345)
勿留把柄	(317)	结账与讨账习俗	(346)
嫁祸害己	(318)	馈遗主顾习俗	(347)
“良辰吉日”	(318)		

十五、商业语言篇

商贾市语	(320)
说话由来橘子多	(322)
局中明白旁人味	(324)
言简意赅的商谚	(324)
大舞台对过——天晓得	(326)
商店门联楹联	(327)
妙联招财	(329)
诗谜竞猜	(329)

十六、行业崇拜篇

三百六十行,行行都有自己的

十七、商人生活篇

贾而好儒	(348)
身在商海心在仕	(349)
财大气短	(352)
重孝轻利	(353)
父母在,不远游	(354)
商人文化生活	(354)
商人藏书	(355)
商人刻书、售书	(356)
商人的著述	(357)
商人与科学技术	(358)
商人与江湖诗	(359)
商人与楹联	(361)
商人与书画	(364)
商人与戏剧、文学	(365)

- 商人的消闲娱乐 (367) 历览前贤国与家,成由勤俭
 “徒有名园好花枝” (368) 败由奢 (386)
 商人的丧葬 (368) 戒奢警世商谚 (388)
 商人蓄奴 (369) 杜赌根源须知 (389)
 慷慨慈善家 (370) 勤俭持家的华侨商人 ... (390)
 “光头经理” (371) 富不过三代 (391)
 锦衣玉食非为福 (371)
 “泪珠” (373)
 早婚晚育 (375)
 讨有钱的寡妇做小老婆
 (376)
 妇节夫淫 (377)

十八、教子授徒篇

- 儒商初阶 (379)
 不可送子弟入大店学生意
 (381)
 因材施教,虚心学艺 (381)
 习艺须乘时 (382)
 做生意要勤学苦练 (383)
 诚意敬业 (384)
 勤能补拙,俭可养廉 (384)
 克勤于邦,克俭于家 (385)

十九、尚贤重才篇

- 人才是第一财富 (393)
 用人须知人 (395)
 智勇仁强 (397)
 选贤与能 (398)
 百年树人 (400)
 用人的“鲶鱼效应” (402)
 用人不疑 (402)
 任其所长 (404)
 破心中贼难 (404)
 事有轻重,人有主次 (406)
 高薪聘才 (407)
 感情留人 (408)
 史掌柜妙法招徒 (408)
 胡雪岩慧眼识商才 (409)

一、商德篇

诚招天下客

中华民国之父孙中山也对中国商人重视信誉的传统备加赞赏，他曾说：“依我看来，就信字一方面的道德，中国人实在比外国人好得多。在什么地方可以看得出来呢？在商业的交易上，便可以看得出，中国人交易，没有什么契约，只要彼此口头说一句话，便有很大的信用。……譬如定货的时候，那批货价订明是1万元，在交货的时候只值5000元，若是收那批货，便要损失5000元，推到当初订货的时候没有合同，中国人本来把所定的货可以辞却不要，但是中国人为履行信用起见，宁可自己损失5000元，不情愿辞去那批货。所以，外国在中国内地做生意很久的人，常常赞美中国人，说中国人讲一句话比外国人订了合同的，还要守信用得多。”

重视信誉的观念在海外华商中也潜移默化地产生了影响。华侨在海外被称为最讲信誉的民族，在华商的店堂里一般都高悬着“货真价实，童叟无欺”的横匾。不管是做小本生意，还是经营大公司，华商能取得成功的最重要的秘诀，就是取得顾客和往来厂家的信用。并且，一旦取得了信用，就会不顾一切地去维护它。华商往往视信誉重于生命，他们经常督促企业员工注重质量，发觉有问题立即追根究底，对出错者作出警告，严重或多次犯错误者甚至要开除出商号。他们认为只有如此严格要求，才可保证质量。也正因为有了优质，华商企业才能在强手如林的经济竞争中顽强地生存，并创造出非凡的业绩。

“诚招天下客。”诚信对于一个企业或商业组织来说，就是一种企业信誉或商业信誉。俗话说：“百金办名，千金买誉”，它说明信誉的重要性，它比“名”还可贵；同时也说明，信誉是要花大力、下大本钱才能形成的。

今之经商者，注重“信”的自然不少，但其反面人物却渐有增多之势。量短质差，加码涨价，坑蒙哄骗，以此为发财的捷径，致伪劣之货泛滥，贪奸之贾横行，使生产和消费两头受害。其原因之一是文化素质、道德修养较低，被一个“钱”字牵着鼻子跑，成为狂热的拜金主义的信徒。了解古时诚

贾的风范，了解古时商帮经商重视信誉的精神，以此对比，可供借鉴，可资警戒，这对树立商业道德，提高今之经商者的经营道德水准，从而改善商业企业形象，应该是大有裨益的。

一个企业或商业组织怎样才能做到诚信呢？这个问题，实质上也就是如何维护企业或商业组织的信誉问题。要把维护企业信誉的措施具体落实到企业经营的各个方面。这些方面主要有：

质量信誉。要始终坚持生产、销售符合顾客所需功能的产品和服务。要以严谨、挑剔的态度对待质量问题。在质量出现问题，消费者受到损失时，要承担责任，主动予以经济补偿。决不可搞“假、冒、伪、劣”，也不可搞欺诈，否则将自毁信誉，断送前程。

价格信誉。要公平作价，合理让价，以质论价，决不以次充好，不混杂等级档次，不变相涨价。要明码标价，不可因人而异。

合同信誉。要严格履行合同，按合同定价，按质、按量、按时，按规定的交割地点交货，按合同规定的时间、形式结算货款，按合同规定提供服务、供应零配件等等。尤其在执行合同过程中，遇到企业所无法控制的“不可抗力”时，仍能千方百计履行合同，是最能赢得客户信任的。

金融信誉。要严格如期、如数履行债务关系。为此，企业在筹集资金时，首先就要分析、研究资金及其利息的偿还能力，切不可盲目举债。

广告信誉。广告宣传，必须求实、求真，名符其实，不讲过头话，不作人为夸张，更不做无中生有的虚假广告。广告，消费者本身对它有一种逆反心理。如果广告本身失真，对企业信誉的丧失，无疑是火上浇油。

计量信誉。产品销量要足尺、秤满、量平。切忌短斤缺两，或用改换包装的形式行短斤缺两之实。

包装信誉。包装要确实起到其功能，充分保护商品，使商品免受损失。同时，包装要表里一致，名正言顺——要注明生产、经营单位和必要的其他资料，文字说明不可言过其实。

服务信誉。对产品要负责到底，售后服务不能失信于民，更不可“产品出门，概不负责”。

义纳八方财

中国传统的儒家思想特别注重义利之辨。所谓义，就是指正当的、合宜的行动准则。“贵义贱利”被称为中国古代经济思想三大教条之一（另两大教条为“黜奢崇俭”和“重农抑商”）。饱浸儒家文化的中国商人在经营思想