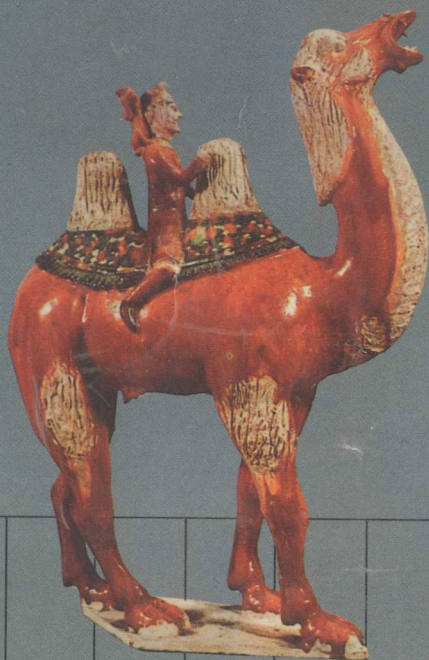


顧駿

传统中国商人的智谋解构



1073582

F 129.2

<10>



20162213

顧駿

传统中国商人的智谋解构

中国传统商人丛书 顾晓鸣 主编

徐州师院图书馆

海天出版社

《中国传统商人》丛书

总 序

顾晓鸣

在文人纷纷“下海”自救的当口，“商”和“文”、“商人”和“文人”的关系已经是一笔糊涂账了，这里一批文人竟还要不知天高地厚，编出关于商人的书来教育商人，岂不是更令人啼笑皆非了吗？幸好我们想起了在世界范围以“商”著名的犹太人的一则寓言：

“富豪与智者，何者比较伟大？”

弟子对此百思不解，遂问其师，其师断然答曰：“当然是智者！”

弟子闻言反问：“既然如此，为何学者和智者经常出入富豪之家，却未曾看见富豪眷顾智者之家？”

其师答曰：“徒儿们啊，那是因为智者聪明，深知财富重要。反之富豪徒拥财富，但却不知要向智者学习智慧。”

这种代偿和互补性的机制，其实是世间万物和文化的

奥秘之一。所以，真正的智者和学者从不讳言商，从不讳言钱，从不讳言发财致富。中国上古就出了个伟大智者司马迁，开世界先例在历史中为商人树碑立传，心理极其健康，无丝毫红眼、妒嫉和假道学，他向世界公然宣布：“天下熙熙，皆为利来，天下攘攘，皆为利往。”中国上古又出了一个身为大商人却懂得向智者和学者学习智慧的伟大商人吕不韦。《史记》和《吕氏春秋》成为传统中国文化中“文”与“商”美妙关系的历史见证。

可叹如德国大学者韦伯者，一是太急于想凑一个理论体系，另一方面不懂中文，并且未曾出到中国，与中国商人和智者尚未真正交往过，结果无论对中国商人还是中国文人，多有隔岸看花的臆测和误解。更可叹我们中国人自己，一是急于同以西方文化为基础的“国际”接轨，一是来不及细读自己的《史记》和《吕氏春秋》之类的文化典籍，以讹传讹，有时真的大大错怪了祖先，对传统中国商人及其在传统中国文化中的地位同样不得要领。所以，单纯从书本上做学问和谋生活的人未免惊诧中国商人何以既有今日在全球的业绩，又有触目惊心大兴伪劣“商不厌诈”。越是幼稚地断言传统文化是重仁义礼智信而“抑商”的人，越是会大喊看不懂啦。

其实，随着中国商人和商业在全世界的崛起，外国人也正在惊呼对中国商人的路数看不懂了。所以，法国人最近翻译了《淮南子》，目的是通过对传统中国文化那些不同于腐儒陈词滥调的部分的学习研究，弄懂中国商人心理、行为的文化背景和内在模式。进行这种工作的，有许多是

大公司大商人，这些人真是身兼智者的商人！

这样，无论为国人，还是为外人，在传统中国文化的背景中凸显和勾勒出中国商人的本质，就成了最时新的任务了——《传统中国商人的精神弘扬》、《传统中国商人的贾道透视》、《传统中国商人的心理分析》、《传统中国商人的智谋解构》、《传统中国商人的文化洞察》和《传统中国商人的文学呈现》等，这些就是我们精心设计的视角，把中国文献和文化事项（例如故事、人物、谚语和象征物等等）所体现的商人，进行跨学科多维度的解析，以显示传统中国商人丰富复杂多重的内在素质和外在形象。无需武断，只要把传统中国商人的方方面面亮出来了，今日的中国商人也许会突然洞达自身，因为我们总是传统商人的后代；今日的学者也许会对讨论已久的话题顿生新见；一般读者和外国人则可能因“我看得懂啦”而喜形于色。不管怎么说，也不管可能有幼稚、粗糙甚至不妥之处，这套书所代表的工作具有开先河的意义。中国传统商人课题的提出，使素来“目中无人”的商业研究和叙说走向活生生的人的活动；使“目中无商”的文化研究补上了不可或缺的另一侧。这一点非同小可，因为坊间许多洋洋洒洒的“中华文化史”，文中无商竟然到了这种地步：仿佛只有时至西方商人借坚船利炮打碎国门，乡土的传统文化之数千年历史行将终结，国人不得不用某种形式以西方文化为导向时，才有“商品”与“炮舰”和“西学”一齐进来。仿佛古代中国文化中无商业、商品和商人的一席之地，更不必谈深入探讨作为文化之经济基础重要部分的商业和商

人对传统文化形成的决定性作用了(例如在中国小说戏曲中这点特别明显)。因此,《中国传统商人》丛书提出的“文”与“商”的相互关系和商人所体现的传统中国文化的又一深层结构,负载起文化与经济关系研究的当代重大课题;《中国传统商人》丛书传播的传统中国商人积极的精神、德性、智慧和行为型式,充当着当代人生活技能增加和心理素养提高的催化剂。

不懂商人和财富的智者不是真正的智者;真正智慧的商人是经常眷顾学者之门的商人。如果因为商人太忙,或者因为学者太忙,大家还无暇见面的话,那么——

让商人和学者先在《中国传统商人》丛书中见面吧。

顾晓鸣 识于上海离斋

1993年7月1日

目 录

《传统中国商人》丛书总序	顾晓鸣
--------------------	-----

序言:聪敏人经商	1
----------------	---

第一章 一文钱创天下	8
------------------	---

心力决定一切	8
--------------	---

骨牌撞翻摩天大厦	12
----------------	----

体力是最原始的创业资本	16
-------------------	----

以权生财乃最佳捷径	20
-----------------	----

无本生利的负债经营	22
-----------------	----

本钱要投在根本上	26
----------------	----

第二章 经商靠机遇	31
-----------------	----

机遇是看出来的	32
---------------	----

机遇是一次性的	36
---------------	----

机遇是等来的	40
--------------	----

机遇是遇上的	43
--------------	----

第三章 强化物用中的人性	47
--------------------	----

买椟还珠	49
------------	----

秀“名”可餐	52
--------------	----

推“新”出“陈”	57
----------------	----

色即是空	60
量“年”裁衣	64
科学算命	67
政治点心	69
情急生“利”	73
“丧”伦之乐	77
“移”株待兔	80
买空卖空	83
脚踏“空”地	88
正经儿戏	90
分文不“漏”	94
第四章 以人为主的广告术	98
欲盖弥彰,欲彰弥盖	99
物以人贵的名人效应	103
难得的是让人上口	108
难得的是暗通灵犀	112
难得的是有悖常理	116
难以拒绝的权威意见	119
只要眼见,便能为实	122
道听途说诚则灵	125
不是广告的广告	128
第五章 “利”不惊人死不休	132
道理越足,利润越高	133
坏得越快,利润越高	136
质量越劣,利润越高	140

做工越差,利润越高	144
档次越高,利润越高	148
越不值钱,利润越高	154
第六章 不落把柄的违规	160
语言永远是模糊的	161
合同背面的“但书”	164
靠不住的口头允诺	168
自身难保的度量衡	171
善违不追究之规	174
先斩后奏宰“洋盘”	177
第七章 不争之争的竞争术	181
坐山观虎斗	182
中介者的离间计	185
人为制造第三支力量	190
攘外必先安内	194
第八章 名利双收的经商正道	198
“五贼”可用不可去	199
仁厚利亦厚	202
义声之下利百倍	205
礼让让不掉的利	210
智不因利昏	214
信在有利处	218
第九章 天下岂止一文钱	222
子不用钱,钱将用子	223
钱吾所欲,命亦吾所欲	230

忍也得忍,不忍也得忍 235

文亦人为,商亦人为 243

序言 聪敏人经商

中国人传统上(甚至至今)对商人的评价中,最为传神、最为深刻、最为普遍的一种看法,莫过于这样四个字:无商不奸。

这个“奸”字首先当然表明了中国传统文化对商业活动与商人的一种道德谴责态度和对钱与富的复杂社会心理。对于这种道德评判及其背后深刻的社会原因,我们不作探讨,因为这本来就不属本书的范围。我们感兴趣的是这个“奸”字内含的另一层意思:奸者,狡诈也,狡诈者,善用智谋也;奸商者,智者也。

这不等于说,自韩非明确把商人称之为“奸贾”并归入为害国家的“五蠹”之列之后,几千年来中国人都普遍承认,商人都是聪明人,经商就是用智了吗?

中国历史上第一个在正史中为商人立传的司马迁,在其巨著《史记》中专门设立了记录、塑造历代商人群像的《货殖列传》,其中,他一再把经商致富同用智相联系:

节俭和劳动,是生财的正路。但求富的人,还必须

用奇巧制胜；

齐、赵的人民很聪明灵巧，靠投机谋财利；

贫乏或富足的原因，并不是别人夺取或送给他们的，而是聪明的就能富裕，笨拙的就会贫穷；

没有钱财的穷人，只能出卖劳力为生；略有钱财的，才能以智巧去求小财；富饶的，就可以乘时投机发大财。①

同样的意思在明人吕柟的一则寓言中得到了同样明确的表达：

西邻之人有五子焉。一子朴，一子敏，一子蒙，一子倭，一子跛。乃使朴者农，敏者贾，蒙子卜，倭子绩，跛者纺，五子者皆不患于衣食焉。（《泾野子》）

让朴纳者去务农，聪敏者经商，眼瞎者算卦，驼背者搓麻线而病足者纺线，这是真正的“人尽其才”！

中华民族是个智慧的民族，智慧民族中又是聪敏人经商，这些经商者的聪敏到底是什么样的？中国传统商人的经商智谋究竟是什么？对今日的经商又有什么意义？

中国传统商人经商智谋的根本要旨是：借驾驭人理来变幻物理，借调度人性来开发物用，借策动人心来提升物价，借操纵人事来消弭物争！一句话，就是“以人为本”。

商业活动是一种中介活动，商人是一个中介人。从形

① 《白话史记》，台湾六十教授合译，岳麓书社，1987年，第1117—1128页。

式上看，商人是生产者与消费者之间的中介；从实质上看，商人更是物与人——需要对象与需要——之间的中介，是将物的属性转变为人的意义(效用无非是人的意义的一种！)的中介。就此而论，商人内在地就承担着沟通物的世界与人的世界、融合物理与人理的使命，经商智慧内在地就应该是一种驾驭物的规律、调度人的天性的智慧。如果赢利率可以看作经商者智慧水准的一般尺度的话，那不难发现，赢利本身往往不来自于物自身属性的变化，而来自于物的属性在多大程度上被转化为人的意义。

所谓世界珍邮的那几张纸片，年年以远远超过通货膨胀率的比例增值，绝不是因为它们从里到外发生过任何可以察觉的物理或化学变化，而纯粹是因为人类敬畏那辆拖不住的时间马车这种天性所使然。

说得极端一点，商人的成功与其说取决于其驾驭物的规律的成功，毋宁说取决于其调度人的天性的成功！

所以，以德意志民族的认真，只够做一个生产者民族而不得跻身于世界商人前茅，便是明证。只有一个认真得恨不能将人本身都用钢模来浇铸的民族，才会在追求雅利安种族纯洁性的狂热中开办人类育种场！崇高的爱情自不去说它，连造物主特地赋予人的性交快感也非得让它变得如植物传递花粉一般地无知无觉。这样一个谙熟“物性”的民族能在商业场上有多大作为，是可以怀疑的。①

① 据报载，1992年德国全部出口商品中有四分之一是纯以技术取胜的独家产品。

与此相反，中华民族历来是一个谙熟人理甚于事理，热心于人理甚于事理，遵循人理甚于事理的民族。

不过，中国人对人理的偏爱并不是因为中国人对事理的无知无能。根本没有这么回事。中国人只是对事理不那么热心，或者说得更确切些，事理由于过于简单而引不起中国人多大的兴趣。

现在不是流行着这样一句笑话吗？“中国人可以让卫星上天，却修不好抽水马桶的漏水。”要是卫星能够像抽水马桶一样带病运行照样上天，难保也一样“漏水不止”；而要是抽水马桶漏水会带来“挑战者号”一样的毁灭性后果，这漏水绝对不可能发生。

把这番道理用到商业上去，就是：既然卖得出去，何必过于认真多费手脚自找麻烦脱裤子放屁？中国商人“唯售是念”（见刘禹锡《昏镜词》），只要能出手且出了手，其他与我何干！

这种态度对于提高产品质量当然没有多大的好处，但从纯粹经商的角度来看，不能不承认它抓住了商业活动最根本的要旨：对于商人来说，一切商品本来就只有一个完全相同的效用，即为他带来赢利的效用。

所幸的是，现代社会是一个生产过剩的社会，生产者闲着想没事干百无聊赖之时，自会去精益求精地雕琢自己的产品。不为谁，只为自己消遣。

生产过剩的背后乃是需要不足！用当代文化哲学的术语来称呼，就叫“欲望枯竭”：机器空转资金闲置产品积压生产者束手无策不知道应该给物赋予什么样的“人的

意义”！

“人的意义”来自何方？来自“人的天性”，“人的天性”靠什么去把握？靠“人理”、靠谙熟“人理”的人、靠谙熟“人理”的中国传统商人的智谋去把握！

中国传统商人的经商智谋之所以会同今日世界的要求如此吻合，一则因为中国智慧的一般性质，二则因为中国传统商人长期所处的社会条件的影响所使然。

传统中国社会从来就是一个贫富极为悬殊的社会。先秦典籍中已把人分作“肉食者”与“菜食者”。几千年中，“肉食者”中不乏秦始皇这样到阴曹地府还要穷奢极侈的，而“菜食者”中更包括穷得只剩“两袖清风”的官吏。“朱门酒肉臭，路有冻死骨”，匮乏与过剩以如此触目惊心的形态长期共存，使中国传统商人始终面临着两种性质各异的需求不足：一种起因于购买力的不足，无钱可使；另一种起因于欲望的不足，有钱没地方使。前者使得商人没必要注重产品的质量，因为再差的东西也已经够好的了，足以把消费者口袋里的钱钩出来，只要他们口袋里有钱；而后者则使得商人仅注重产品的质量已经远远不够了，因为再好的质量也已“过剩”了，只有激发他们新的需要，才能把他们口袋里的钱给钩出来。

显然，这后一种情境恰同今日商人所面临的困境完全一致。中国传统商人在数千年中为应付这一困境所作出的努力及其成果，自然对当今的乃至未来的商人具有极大的启发意义和借鉴价值。

本书的主旨在于深入开掘中国传统商人这种“以人为

主”的智谋，在全局安排上，没有仅限于单纯的“推销术”，而是将此智谋渗透到商业活动的若干主要方面之中，从各个角度来探究其作用方式和社会—文化条件，再按照一定的逻辑线索，使之共同构成一个总体框架。

需作特别说明的是，本书所使用的素材中，中国传统商人的经商智谋以反面形象出现的较多。我们之所以采用这类“不上台面”的材料，其中的一个原因是，掌青史留名之生杀大权的古代文人，除司马迁等大智者之外，从来很少让商人上台面，更不用说让他们的“奸术”上台面了。偶尔出现几个正面人物，往往是道学家的死板多于商人的机敏，而其余则差不多全是姿阿鼠式的打扮，只配当道德批判的靶子。传统道德与经商智谋如此水火不能相容，在经商智谋千载难逢地当一回主角的本书中，假道学只好委屈一下，做一回靶子了。

况且像骗局之类的把戏，虽则不登大雅之堂，总比杀人放火焚书坑儒的政治军事智谋多一点人情味，多顾及一点社会规范。更重要的是，骗局所利用的最基本的资源，恰恰也是永恒的人性及其永恒的弱点。说得再透彻一点，所谓“骗局”往往都是一种“道德界定”，而非法律界定。这种事情法律不管(因而也就是“合法的”)道德管不了(因为没人听)而经济生活中又多的是(尤其在国际贸易中)，我们不把它们中的相当一部分看作一种正常的交易模式，是很难说得过去的。

尽管如此，作者对这些骗局等的处理，侧重于揭示其发生作用的内在机制和深层机理，尤其是受骗者的“人性

的弱点”。明白了骗术中的道理，也就不难将其运用于更道德的场合，更不难在遇到似曾相识的骗局时早作准备。

至于将骗局等放进智谋的框架内加以剖析，是否会成为如新道学先生所说的“灰色作品”，作者不敢存此奢望，就像作者不敢想象有人会因为看了这本书而发财一样。其实“灰色现象”到处存在，哪有真到书中去学的？多半还是道学先生怕别人拿他们的拿手好戏来对付他们，才如此义愤填膺。

本人对商业活动的感性认识，基本上局限于逛商店和在自由市场上讨价还价的范围内，没有能力将此书写成“发财秘诀”。书已写成，究竟像个什么，自己也说不清，留给读者去品评吧。

最后，谨对顾晓鸣主编的信任、指教和宽容表示感谢，对我提供良好作业环境的陈莲凤女士表示感谢，还要感谢为我承担了不少学校内的事务，使我得以安心写作的王小真先生。

作 者

1993年5月15日

于上南五村15号