

商道现象学

李舒东 编著

中国物资出版社

图书在版编目(CIP)数据

商道现象学/李舒东编著. —北京:中国物资出版社,1999.9
ISBN 7-5047-1604-9

I. 养… II. 张… III. 商业经营 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 19705

中国物资出版社出版发行

(北京市西城区月坛北街 25 号 邮编 100834)

全国新华书店经销

北京宏飞印刷厂印刷

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张: 7.625 字数: 125 千字

1999 年 9 月第 1 版 1999 年 9 月第 1 次印刷

ISBN7-5047-1604-9/Z·0088

印数: 0001—3500 册

定价: 16.00 元

自序

《商道现象学》是我运用“由用求体”的方法,对商业和服务业领域中某些特定的现象进行观察分析,进而达到对这些现象背后的本质性的、规律性的认识。

在此,有两个概念需要作一解释,一是现象学,一是商道的“道”。

现象学可以说是一种方法论,按照德国古典哲学大师黑格尔的理解,现象学就是由现象去寻求本质。现象学的产生可追溯到德国启蒙哲学家朗贝尔特。他发现,在现实中,人们往往把假象等同于错误。他认为假象不是错误,假象中包含着真理与错误。他的现象学就是要系统地划分假象的种类,借以避免错误,认识真理。继朗贝尔特之后,西方哲学大师休谟、康德成为现象学的主要代表,但他们的现象学否认人对现象背后本质的认识,从而陷入主观唯心主义和不可知论。德国哲学家黑格尔从客观唯心主义出发,建立了自己的现象学,他的现象学的可取之处在于他从现象与本质的统一性出发,认为现象学的目的在于由外以求知其内,由表现在外的现象以求把握其内在本质。在中国哲学史上也有朴素的现象学,即“格物穷理”。“物”即现象,“理”即本质,“格物穷理”就是由现象出发穷究事物的本质。另外,“实事求是”也有现象学的

意义。“实事”就是客观存在的事物,即现象,“是”就是客观事物内部联系及其规律性。“实事求是”就是从客观存在的事物的现象出发,进而达到对这些事物的本质的认识。本书运用的就是这一意义上的方法论。它与以往现象学的区别在于它是唯物论,同时又是可知论。

“道”在中国文化中有其丰富的内涵与外延。中国道家圣者老子曰:“执今之道,以御今之有,以知古始,是谓道纪。”意思是:能把握古以固存的支配物质世界运动变化规律,并能驾驭现实存在的具体事物者,是因为他悟出了“道性”。道家另一位代表庄子则曰:“以天为宗,以德为本,以道为门。”这里的道意指根本途径。中国儒家也崇“道”,如《系辞传·上》曰:“一阴一阳之谓‘道’。继之者善也,成人之者性也。”虽然都称“道”,但对“道”的内涵与外延的理解却是丰富多彩的。既有具体可感知的道,如道路、途径,思想体系、理想境界、道德规范等,“目击而道存”、“人能弘道,非道弘人”。这里的道即道德而言,还有家道、父道、妇道、政道等等,这里的“道”,指必须遵循的规范。又有玄妙抽象的“道”,如“道可道,非常道”;“道不可闻,闻而非也;道不可见,见而非也;道不可言,言而非也。知形形之不形乎!”“形而上谓之道,形而下谓之器。”这些玄而又玄之道,多指“无名天地之始,有名万物之母”之本体性的东西。

无论中国文化对道有多少解释与理解,它们都道出了一个真理:凡事要成功,须取之有道,行之有道,循之有道。政治

家得天下有道，“得其民，斯得天下也。”军事家用兵制胜，须“兵者，论道也。”本书所弘扬的营商之道，并非老庄“无为无形，可传而不可授”“可得而不可见”之玄道，也不是“见义去利”的迂腐之道，而是有与无、具体与抽象、义与利、智与德高度统一的正道。

《商道现象学》的主要任务就是通过对营商之中的历史与现实发展道路、历程，营商的精神观念、道德，营商的策略、方法，营商的服务与知识问题进行考察、分析与思考，达到对以上问题内在联系以及规律性本质性的认识。由于本人水平有限，未必能达到此效果，但“心驰神往”。

《商道现象学》即将出版之际，我首先要感谢中国物资出版社，特别是本书责任编辑张冬梅女士，她的鼓励和支持使我完成了一项有意义的工作。同时，我真诚感谢天津商学院、兰州商学院、郑州粮食学院的领导和朋友，他们对本书的问世有着不可磨灭的功绩。

作者

1999年6月于北京

目 录

自 序

第一章 历史之道(一)..... (1)

- “贱商抑末”:商与中国政治经济 (1)
- 抑商是中国封建社会之国策..... (1)
- “重农抑商”的外在与内在原因..... (2)
- 商与意识形态..... (6)

- 义利之辩:抑商的文化背景..... (8)
- 抑商与义利之辩..... (8)
- 走向极端的重义轻利 (10)
- 兼重义利,推崇农商互补..... (14)

第二章 历史之道(二) (17)

- 难解的“俄狄浦斯情结” (17)
- 萌芽与成长:古希腊是西欧商业的发源地..... (17)

破坏与促进:西欧商业的双重作用·····	(20)
西方商业发展的文化背景 ·····	(23)
“轻商”:古希腊与中世纪占主导地位的商业 思想·····	(23)
“重商”:西方近代占主导地位的经济伦理 思想·····	(29)
中西商文化的三大差异 ·····	(34)
海洋型与大陆型·····	(35)
重商与轻商·····	(36)
功利至上与道德至上·····	(39)
第三章 道德之道(一)	
——中国商德·····	(42)
中国古代之商德 ·····	(42)
中国封建社会的官商之德·····	(42)
中国传统商德的优秀精华·····	(47)
中国近现代之商德 ·····	(52)
第四章 道德之道(二)	
——西方商德·····	(60)

资本积累时期的商德	(60)
“采取不道德的手段来达到不道德的目的”	(60)
商业与道德的二律背反	(65)

近现代之商德	(69)
商业经营指导思想与经营方式上的伦理要求	(71)
商业政策与商业惯例中的道德问题	(74)

中西商德比较	(76)
赚钱还是满足需要	(77)
重契约与重人际关系	(81)
重法律与重道德	(84)
结论与启示	(86)

第五章 精神之道

——商人的伦理精神	(90)
-----------------	------

中西商人的伦理精神	(90)
西方商人的伦理精神	(90)
中国儒商的伦理精神	(93)
潜能之实现与“内圣外王”	(96)

商人精神的基本体现	(100)
冒险精神	(100)
活用金钱	(101)

永不满足·····	(103)
-----------	-------

第六章 营销之道

——商家制胜之术·····	(107)
---------------	-------

智者必用“六术”·····	(107)
审时度势 善于决策·····	(108)
以变制胜 适时改变游戏规则·····	(112)
得人心者得天下·····	(116)
借钱不借道·····	(118)
“错误的必要性与价值”·····	(122)
树立全球观·····	(125)

“22条商规”与《三国演义》·····	(129)
何谓“22条商规”·····	(130)
不谋而合·····	(132)

第七章 服务之道

——“全面客户服务”的哲学诠释·····	(140)
----------------------	-------

“全面客户服务”的哲学诠释·····	(145)
目的与手段的统一·····	(145)
上与下的统一·····	(149)
硬与软的统一·····	(153)

从“微笑服务”到“知识服务”	(157)
知识服务正改变着企业营销方式	(157)
“价格打折,服务也打折吗?”	(163)
知识与技术要求在国家标准中的体现	(165)

第八章 知识之道

——成功商人的必由之路	(200)
-------------------	-------

知识经济及其特征	(201)
何谓知识经济	(201)
知识经济的基本特征	(203)

商业新纪元微露晨曦	(205)
新一代富翁的摇篮:“网络经济”	(206)
新一代的付款方式:电子货币	(208)
资本概念的更新	(210)

愚者赚今天 智者赚明天	(212)
——积极应对知识经济的挑战	(212)
做好“终身学习”的心理准备	(213)
变革市场营销的理念	(217)
实现由传统管理向现代管理的转变	(220)
学会“知识管理”	(227)
创造“商业生态系统”的良性循环	(228)

第一章 历史之道(一)

一、“贱商抑末”：商与中国政治经济

1. 抑商是中国封建社会之国策

纵观中国封建社会近三千年的历史,各个王朝都一脉相承地奉行了一条抑商政策。大一统的专制政权与“重农抑商”的国策之间,似乎有着一种“剪不断理还乱”的关系。中国封建社会,有四个传统的阶级,即士、农、工、商,在地位和排序上,商是其中最后最下的一个。秦汉以来,轻商、贱商形成政策并付诸实施。秦始皇曾在著名的《琅琊刻石》中铭刻上“上农除末,黔首是富”八个字,农,即农民,之所以称为“上农”,有两层含义:一是指农业比商业重要;二是指农民使用的是土地,很难搬动,所以一旦国家有难,他们不会弃家而逃。而商人的财产很容易转运,所以一旦国家有难,他们总是携财产而逃,由此断言,不仅在经济上农业比商业重要,而且在生活方

式上农也比商高尚。所谓“末”，是相对于“本”而言。中国古代，“本”指农业，“末”指商业，秦始皇把商人及其子孙视同罪人，发配到边郡作戍卒。刘邦统一中国后，继续以抑商为国策。商人不得为官，不得衣丝绸和坐车，赋税特重，且要随时应召为国家服役。秦汉之后，抑商政策一直延续，并且不断系统化。徐光启的《农政全书》记载：明王朝朱元璋下令农民之家许穿细纱绢布，商贾之家只许穿布，农民之家一旦有人为商，亦不许穿细纱。整个封建社会，商人没有形成独立的力量，其生存和发展，都依附于官僚的庇护之下。

历代封建王朝实行抑商的措施，主要有三种：①禁榷。即政府垄断那些销售额最大，利润最大的工商业，实行官营，禁止私人经营。先始于盐铁，后又扩及茶、酒、矾、香药等。采取此项措施，意在限制乃至堵塞商人发财之路；②土贡。即为了把民间工商业者排挤出最广阔的市场之外，防止他们成为市场的最大主顾，官府越过商业的正常买卖程序和市场交易，而以任土作贡的方式，把统治阶层所需要的大量高档消费品，直接要人民上贡；③为官工。即由官府自设作坊或工场进行铸钱、织染、军器生产等，以割断工商之间的产销衔接。

2.“重农抑商”的外在与内在原因

中国封建社会为什么必然要抑商、贱商？可以从内在与

外在两方面来分析这种历史现象产生的原因。从外在原因来说,既定的地理环境,规定了生存于其中的民族与自然作物质交换的方式的基本特点。中国与西方一些国家相比,有自身特定的地理环境:古代中原地区地处温暖带,地势平坦,土壤肥沃,林草茂密,雨水丰润,是发展农业的理想天地。使中国早在六千年前后出现了以农耕为主的与自然作物质交换的特殊方式,形成了“以农立国”的农业社会。历史上,历朝帝王都有耕籍田、祀社稷、祷求雨、下劝农令的仪式和措施。传说中的先王,无论是“教农稼穡”的神农、“敬授民时”的皇帝,还是“使其民致力于洫”的夏禹,“尚农”思想一以贯之。冯友兰先生在他的《中国哲学简史》中也认为,由于中国是大陆国家,中华民族只有以农业为主。在农业国,土地是财富的根本基础,农业是生产的主要形式,农业关系到生产,而商业只关系到交换。在能有交换之前,必须先有生产。所以,贯穿在中国历史中,社会、经济思想和政策的中心总是围绕着土地的利用和分配。“重本抑末”便成为封建社会历代统治者的“理想之道”。

从内在原因分析,中国封建统治者之所以要采取“重本抑末”的政策,这是由封建社会的政治经济制度所决定的。中国封建专制政权是建立在小农经济基础之上的,而且也只有在小农经济的基础上,封建统治才能巩固。因为封建的生产关

系的实质不在于生产资料的私有制,而在于以私有制为基础的人身依附关系。这种人身依附关系,把国人和野人都成了“编户齐民”,封建国家征收赋税力役,有按田亩征收和按人工征收两种方式。早期以人工为本,北魏以后为了与门阀世族争土地和农民的控制权,实行了均田制,农民被固定在固有的土地上耕作,人身束缚达到了最强。这种人身束缚造就了农民对地主的依附性,服从性和奴性。其次,农业经济是中国封建经济的主干,而家庭又是农业经济乃至农业社会的基本单位。以血缘关系为根基的家庭小生产,是农业经济的主体,这种封建的农业家庭小生产把封建的生产关系和血缘宗法关系融为一体,给社会经济关系及活动和社会其他关系及活动都染上了浓重的氏族血亲宗法的色彩。这样,由封建经济所决定的封建政治权力和社会作用,主要地不是通过法律表现,而是由人伦关系再现出来。因为,在封建社会,“家”是社会的基本单位,又是一个重要的社会要素,“家”与“国”是一体的,“家”就是一个“小国”,“国”就是一个大“家”。只有“齐家”,才能“治国平天下”。中国封建社会的家族制度无疑是世界上最复杂、最严密的制度之一。封建社会中五种社会关系:君臣、父子、兄弟、夫妇、朋友,其中有三种是家族关系。其余两种,虽然不是家族关系,也可以按照家族来理解。君臣关系可以按照父子关系来理解,朋友关系可以按照兄弟关系来理解。

由于这种家与国的关系,在封建伦理规范中,把君为臣纲,父为子纲,夫为妻纲并列为三纲,三纲明确了等级尊卑关系,使个体与家的行为,都不会越出封建主义的轨道。这对于中国封建的生产关系能够在历时数千年的政权更迭、社会动荡中保持稳定不变,确实起到了难以置信的作用。由此可以看出,中国特定的地理位置、自给自足的农业经济和以血亲为基础的宗法式家庭组织形式,这三者的交互作用、相互补充,是封建社会“重农抑商”的根源所在。封建生产方式的基础是个体的小农经济,社会的再生产过程是基础薄弱和生产力不高的简单再生产。为了保证再生产过程的顺利进行,它所需要的是稳定,而不是发展,是保守,而不是变革。而商品经济却是一种活跃的“革命的要素”,“商品的商品被发现了,这种商品以隐散的方式包含着其他一切商品,它是可以任意变为任何随心所欲的东西的魔法手段。”^① 与超稳定的小农经济不同,商品经济既有破坏性,又有建设性、促进性,它破坏旧的东西,建设和推动新的事物。首先,商品经济的发展,会破坏封建社会小农经济的稳定性。由于商业发展,土地允许自由买卖,商人兼并土地便成为严重的社会问题,农民脱离土地,田租口赋没有着落,直接影响国家财政收入。其次,也会影响

^① 《马克思恩格斯全集》,人民出版社,1965版,第21卷,第190页。

社会稳定性。脱离土地的农民增多,必然导致社会流动性增强。最后,商人势力的膨胀还会对封建统治构成威胁。由于以上种种原因,封建统治阶级必然会采取重农抑商的政策。

3. 商与意识形态

意识形态总是一种经济基础的产物,反过来,它又服务于经济基础。从中国封建社会商业政策和商业经济思想的发展演变过程来看,其中包含有封建统治阶级的意识形态的要求,这些意识形态体现了封建统治阶级的整体利益和长远利益,对调整统治阶级内部的关系,消除阶级内部不同阶层、不同集团之间的矛盾冲突,维护社会稳定有一定作用,其主要内容如下:

(1)封建社会占主导地位的商业思想、商业政策,大都是抑“奸商贪贾”,尊“良商诚贾”,体现了浓厚的伦理色彩。从春秋战国自由商人大批出现开始,一般都把随行就市、按照“农商俱利”原则经营的商人,称之为“良商诚贾”;把垄断市场、投机倒把的商人,称之为“奸商贪贾”。据《战国策·赵策》记载:“良商不与人争买卖之贾,而谨司时。时贱时买,虽贵已贱矣;时贵而卖,虽贱已贵矣。”与此相反,在《韩非子·说林下》中记载宋国一商人监止子,他与人“争买百金之璞玉”,因唯恐买不到手,便“佯失而毁之”,赔了人家 100 两黄金,把璞玉归为己

有。经过修补再卖,获得 1000 多两黄金。这类人便称为“贪贾”,司马迁在《史记·货殖列传》中提倡商人做“廉贾”,他说:“贪贾三之,廉贾五之”,廉贾不仅受社会尊重,还可得 $5/10$ 的利润;贪贾虽可获暴利一时,平均算来却只能获得 $3/10$ 的利润,还要受到社会的轻视和谴责。他认为“富者,人之情性,所不学而俱欲者也”,但不可以“异法犯奸”的手段去求富。

(2)不准欺骗顾客、贪赃作弊,在交易中,要讲求诚与真。诚:诚实待人;真:货真,不掺杂掺假,不以劣充优。战国时期的《法经》中规定:“诸校斛、斗、秤、度不平,杖七十;监校者不觉,减一等;知情与同罪。”又规定:“诸造器用之物及绢布之属,有行滥、短狭而卖者,各杖六十。”这些都是制裁“贪贾”欺骗顾客、偷工减料,不顾商品质量的不法行为。《法经》还有一个特点,它不仅对贪贾奸商严加处理,而且对道德堕落的贪赃受贿行为,包庇失职的官吏也严加处置,它规定:“得利赃重者,计利准盗论,贩卖亦如之。市及州、县官知情,各与同罪;不觉者,减二等。”

(3)在中国封建社会,一部分经济学家提出农工商并重思想,从物质决定精神的原理出发,分析了贫与德的关系。代表人物有西汉思想家司马迁和东汉的王符。司马迁把商业看作社会经济活动不可缺少的部分,他认为,农、士、工、商四者,是人们衣食的源。这四种职业发达了,财富才充足,否则,财用