

东方商人地图

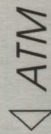
MAP OF ORIENT BUSINESSMAN

欧人 王保国 陈丽华

00000 6668886688668

郑州大学出版社

2006/10



欧人 王保国 陈丽华

东方商人地图

郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

东方商人地图/欧人,王保国,陈丽华著. —郑州:郑州大学出版社,2007.1

(中西管理智慧丛书)

ISBN 7-81106-403-0

I. 东… II. ①欧…②王…③陈… III. 商业经营 - 东方国家 - 通俗读物 IV. F715-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 125061 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人:邓世平

全国新华书店经销

河南第二新华印刷厂印制

开本:710 mm × 1 010 mm

印张:15.25

字数:180 千字

版次:2007 年 1 月第 1 版

邮政编码:450052

发行部电话:0371-66966070

1/16

印数:1~8 000

印次:2007 年 1 月第 1 次印刷

书号:ISBN 7-81106-403-0/F·95 定价:26.00 元

本书如有印装质量问题,请向本社调换

目 录

序:寻找企业家的财富基因	001
中国商人:一个讲究人脉的商业群体	007
犹太商人:用金钱思考的民族	087
阿拉伯商人:阿里巴巴与阿拉伯商人的财富之门	143
印度商人:宗教是他们的精神发动机	163
韩国商人:商道与韩商的文化精神	187
日本商人:混合文化与聪明的日本商人	203
后记	239

序

寻找东方企业家的财富基因

一、向谁要经营智慧

对于中国商人来说,最近这一二十年是有史以来最光彩照人的时期。一方面他们不再遭受“奸商”的骂名,商人的地位得到了整个社会肯定,财富观念得到了整个社会的广泛认可。更重要的是商人的财富得到了快速的积累,一个财富阶层在中国社会迅速崛起。

这就像一个长身体的孩子,在身体快速成长的过程中,他们哭着喊着:谁能给我强

身健体的营养药？谁能给我百战百胜的智慧树？谁能让我成为武林江湖的黄药师？谁能给我摇钱不止的枕边书？

人们先是找到美国人，向美国人要经营智慧。以美式管理为核心的西方管理经验的引进，是近年中国管理的主流。仅从近几年畅销书的流行就可以看出大致的脉络。从《基业长青》、《追求卓越》、《第五项修炼》到《把信送给加西亚》、《谁动了我的奶酪》，一路走来，都一度成为超级畅销书。美式管理以其强大的经济基础和成熟的管理为依托，以激发人的潜能为核心，以追求效益的最大化为目标，以高效的经营运作为手段，以财富的积累为目的。自己有企业的老板们在读这些书，自己没有企业的未来老板们也在读这些书。他们接受了这些理念，并且为之迷狂，以为找到了通向财富之门的阿拉丁神灯，好像找到了独步天下的武林秘笈。

一阵恶补下来，人们发现，美式管理也不是灵丹妙药，它和中国的现实对接有些困难，而且追求财富也不是人生的唯一目的。一个中国顶级经济学家站在中央电视台“对话”的圣坛上向他的学生们——中国商人布道：不要在向美国人学习的同时，忘了我们的祖宗。于是人们又重新寻找，找到了中国人，找到了中国传统管理智慧，导致了中国传统管理智慧的复兴。

时下，《水煮三国》、《细节决定成败》、《中国式管理》、《向解放军学习》这些中国传统经营管理智慧的书压倒性地占据了畅销书的排行榜。中国智慧强调以智胜，认为做企业最重要的是把握商机，认为做企业最重要是中庸之道，认为“三十六计”可以用于商务谈判，认为“水浒”和“三国”讲的都是商界江湖，认为只有修身才能治企，认为商道即人道。一个叫做曾仕强的台湾老

人,到处宣讲他的“中国式管理”,他要让每一个中国商人都成为圣人。在北京大学的总裁培训班上,企业家们聆听着国学大师们宣讲孔孟之道。

对于中国式管理的大行其道,现在已经有人开始质问了:孔孟之道一直存在了两千多年,为什么中国就没有出一个世界级的企业家?台湾有一个名为趋势科技的企业,它的财务总部在日本,销售总部在美国,研发总部在中国,开发中心在马来西亚,它应该采取什么样的管理呢?

近来,管理学上一个新的动向已经引起人们的注意,就是红色管理的提出,一些企业家表示要向中国革命要智慧。中国共产党有最高纲领和最低纲领,这好比企业的愿景,中国共产党作为世界上最大最有效的政党,这好比企业的组织。有一家以豆制品生产为龙头的企业,从企业开办的第一天起,就高举学雷锋的大旗,按照部队的编制来设立自己的部门。10年时间,资产从1000元做到了1个亿。实际上,红色管理最经典的故事是河南南街村的神话。在这个红色的企业里,可以听到《大海航行靠舵手》的歌声,可以看到毛主席的巨幅雕塑耸立在最显眼的位置。从《向解放军学习》开始,《党史商鉴》、《红色管理》都是红色管理方面的著作。

说到这里,明白人一看就清楚,中西管理的争论涉及近代以来中西文化冲突中的一个最基本的命题:是中体西用还是全盘西化?对这个命题已经形成一个约定俗成的答案:这两种态度都不对,正确的态度是应该吸收人类文化的所有优秀成果。

管理之学作为应用之学更是如此,一个成熟的企业家,应该向整个世界要智慧,应该向全部的人类文化要智慧。不管是德

国商人的严谨、印度商人的空灵还是日本商人的精细、犹太商人的精明,同样可以使我们受益无穷。

所以我非常自信地说,中国企业家即将经历一个向世界文化要智慧的阶段。

原国务院总理朱镕基在清华大学经济管理学院的一个博士研究生毕业典礼上说:“我们国家现在缺少什么样的企业家呢?缺少博古通今的企业家,既懂国外的经营管理,又懂中国的《孙子兵法》,又懂《共产党宣言》的企业家”。这里的“博古”是指中国传统智慧,“国外”是指外国的经营智慧,而《共产党宣言》则是指红色管理智慧。

正基于此,我们编辑了这套“中西方经营智慧”丛书,系统梳理世界文化中优秀的经营智慧,寻找世界商人的财富基因。本期共推出5本,包括《东方商人地图》、《西方商人地图》、《中国传统经营智慧10讲》、《中国红色管理智慧10讲》和《中西管理智慧大PK》。在此之前我们出版了《商人地图——中国商人的地域性格与文化精神》。以后有条件的话我们会继续做下去,迎接这个中国企业家向世界优秀文化要智慧的时代的到来。

二、东方商人的财富基因

一种文化决定了一个企业群体的财富基因。

一种文化决定了一个民族的商人性格和一个民族的企业成长轨迹。

不管是中式管理,还是西式管理,就其本质来说,都可以从文化上找到性格基因。严谨的科层结构发生于德国,现代经理人制度发端于美国,精细的管理和团队精神出现在日本。科层

管理的背后是德国严谨的日耳曼民族精神,现代经理人制度之所以发源于美国,主要是美国的个人英雄主义和鼓励个人创新,而精细管理之所以更多地出现在日本,是因为大和民族的团队精神、强调服从与忠诚。这些都是与民族文化有关系的。

本书中我们勾画了东方商人的财富地图,分析了中国商人、犹太商人、阿拉伯商人、印度商人、韩国商人和日本商人这六大东方商人的财富基因。

中国商人、日本商人、韩国商人同在大中华文化圈,儒家文化是其文化基因。在这种文化氛围下成长起来的商人必然会强调商人的责任担当,必然会强调人脉的重要性,必然会强调雇主与职员之间的忠诚。

犹太商人在世界上以第一商人著称。犹太人的历史决定了他们的商人性格。犹太人有两点是各民族所独有的,一个漂泊,一个是宗教。漂泊导致了他们的金钱本位,任何问题都用金钱来思考,而宗教则导致了他们的契约精神。这些成就了犹太商人。

阿拉伯文明的一个重要特征就是它更多地体现为游牧文明。他们没有中国这样良好的土地可以耕种,阿拉伯人过着逐水草而居的漂泊无定的生活。由于伊斯兰教的游牧文化特质,使得这些人习惯过田园牧歌式的悠闲生活,而不愿意去辛苦劳动。在阿拉伯人的故事里,常有一个梦,那就是发财梦。其中有两个经典的故事,一个是阿里巴巴与四十大盗,还有一个是阿拉伯神灯。就像他们所想像的那样,石油成了阿拉伯商人芝麻开门的咒语。

印度商人必须从它的宗教说起。在印度,99%以上的人都

是宗教信徒。印度商人与其他民族不同,他们轻蔑外在的、物质的东西,崇尚内在的、精神的东西。美国人崇拜经济大鳄和娱乐明星,中国人崇尚才子佳人和民族英雄。印度人不是这样,他们把那些隐居于森林之中半裸体的圣者视为最崇高的人。

总而言之,东方文化决定了东方商人的性格,东方文化决定了东方商人的财富基因。东方文化里宗教成为一种生活方式,基督教、佛教、伊斯兰教这些世界主要宗教都出现在东方,这构成了东方商人的性格基因,必然造成东方商人性格里讲求人际和谐,讲求精神力量,讲求忠诚和讲求家族血缘关系。在利与义之间,东方商人更宁愿舍利取义。他们更重圣人,而不是更看重财富英雄。他们把一个公司当成一个家庭,雇主就是这个家庭的家长,雇员则是这个家庭的成员,雇主与雇员之间有很强的责任关系。

这些构成了东方商人的财富基因。

需要特别说明的是本书所指的商人不是狭义从事贸易的商人,而是指一种广义商人的称谓,相当于企业家的称谓。

中国商人

一个讲究人脉的商业群体

崇商与抑商

中国文化里既有低看财富的传统,也有迷信财富的现实。在考察世界各国商业智慧与传统的的时候,我发现像中国这样低看财富和商人的现象非常少见。像犹太民族,就有一块非常适合商业文化生长的沃土,不仅商人受到社会的尊重,而且有非常好的商业规则。





而中国商人成长的文化土壤则非常贫瘠,中国不仅是一个缺乏商业传统的国度,而且是一个缺乏商业规则的国度。商人长期作为被贬抑的对象而存在。有网络天才和中国首富之称的陈天桥深有感慨地说,他的家乡人把他现在看作是一个处级干部,而不是一个有着亿万财富的商人。

自古以来,中国有抑商的传统。在讨论这个问题的时候人们喜欢把“重农”和“抑商”放在一起,好像重农是为了抑商似的。实际上抑商就是抑商,与重农没有太大的干系。

先从秦汉之际的“贱商令”说起。汉初,有些商人趁战乱和灾荒的机会,囤积居奇、投机倒把、导致粮食紧缺,物价飞涨,出现了极大的社会混乱,米价高至一石万钱,马价高至一匹百金。这使汉王朝的建立者刘邦感到商贾之祸。这位作为汉代开国者的汉高祖认为,灾难之源就在商人的逐利,他即帝位后就下了一道命令:商人不得穿丝织衣服,不得乘车骑马,不得携带兵器自卫,不得做官府的属僚,还有很多很多的“不得”,把商人们当作苦役差使。

这就是历史上有名的“贱商令”,其目的就是要造成一种贱商抑商的社会风气。

应该说对财富的追求是人的本能,不论你崇也好,抑也好。个人财富的积累都是呈加号的。刘邦去世后,汉王朝出现了“法律贱商人,商人已富贵;尊农夫,农夫已贫贱”的局面。

然而,秦汉时期的贱商政策是两千年来中国轻商思想的基础。这导致了中国商人在一个酸碱度不平衡的土壤中成长。

到了汉武帝时,传统的轻商政策与贱商思想交汇,形成了中国文化中牢固的抑商理论,这种理论借助儒家学说“重义轻利”

的思想垄断优势,几乎影响到社会的每一个阶层,这就为在两千年漫长的封建时代中国商人的存在与发展造成了很不理想的环境。

自古以来,中国的主流意识形态是这样看待财富的。天下财富均来源于生产,而贸易则是奇技淫巧。商人干的纯粹是贱买贵卖的勾当,是投机倒把之徒之所为。因而大力贬低商人的人格,好像天下万事万物,惟商人最恶。

在中国文化中,“奸商”成了一个特指的专门术语,“投机倒把”和“为富不仁”是对“奸商”的注释。一些先贤后哲们唱的是“君子喻于义,小人喻于利”的调子。在中国这样一个讲求仁义礼智信的国度,给商人一个“奸”字,让商人们永远抬不起头来。须知,这个“奸”字在中国是很要人命的,为官奸则遗臭万年,为人奸则狗屎不如,为商奸则狗屎不上墙,永远上不了台面。历史上的汉奸有几个能平反昭雪的?大汉奸秦桧至今还跪在大忠臣岳飞的面前呢。

历史偏偏把这么一个损人的谥号罩在了商人的头上,任你铁打的腰杆,也休想直起来。何况说,还有“无商不奸”一条,干脆把普天下的商人一股脑儿地判了死罪。你从商,你就是奸人,你就是小人,你就失去了人的尊严,从而就谈不上品位与档次。

改革开放第一批富起来的人是什么人?是个体户。这批个体户大多以卖衣服为生。认真想一想,这批个体户大多是一些什么人?不是劳改释放人员,就是游手好闲者。为什么是他们不是别人呢?因为他们没有工作,无事可做。而其他入是不齿于做生意的。正是这种特殊的土壤造成了改革开放后第一波富裕阶层的形成。

在中国用在商人身上的一些词反义词比褒义词要多得多，如“为富不仁”，“无商不奸”、“舍义取利”等等。我曾经对我12岁的女儿作过一次测试，让他列出成语中对对中国商人的评价。结果她把上面的成语都拟出了，找不到什么褒义词，几乎都是贬义词。

在中国人的传统观念里，对钱没有太好的形象。似乎自金钱自诞生之日起，就沾满了血污。因此，高尚的人不屑于谈钱。谁要是谈钱，就没有了身份，违背了节义。《世说新语》里有个叫王衍的人，高雅玄远，鄙视他妻子口口声声说钱；于是王衍从不说钱的事。他老婆想试试他，有一次，她让婢女把钱绕床堆起来。王衍早上起床，呼婢女说：“来把阿堵物清除掉！”于是钱又多了个别号——阿堵物。

王衍这样做，除了与妻子对着干外，恐怕还有两个原因：一是受了君子耻言利思想的影响，从骨子里鄙视钱；二是为了显示清高，有意地做出这个样子，其实骨子里还是很爱钱的。就像鲁迅先生写的《肥皂》中的那个假道学四铭，看上去道貌岸然，实际是个流氓；他看到卖唱的穷姑娘，表面上目不斜视，和几个臭味相投的朋友在一起，则津津乐道，说领回来“用肥皂咯吱咯吱洗八遍，好得很哩”！

由于各种因素的影响，贱商轻商的习俗在中国长期沿袭难改。“士农工商”的四民定位，也成为中国传统社会中一成不变的凝固模式，商人始终处于极为卑贱的地位抬不起头来。提起商界，在一般人眼中似乎也只是充满倾轧欺诈、无信无义的污浊世界。

这里，有一个最为典型的例子足以说明商人地位的落魄。



中国传统的排序是士、农、工、商，商为末。宋元时期，将人分为十等，一官、二吏、三僧、四道、五兵、六农、七匠、八娼、九儒、十丐。君不见，那十等人之中，竟无“商”半席之地，有娼有丐，却无商。商人已居等外。

重本抑末，重农轻商，结果是商品经济不能得到正常发展，商人不能形成一股社会力量。

明代以后，商人的地位似乎有了转机。明太祖朱元璋，可能由于出身关系，曾有使“农、士、商、工”各安其业的思想，并对汉武帝之抑商表示不同的意见。其后，张居正提出厚农而资商、厚商而利农的双轨政策；以后，黄宗羲等人更有“工商皆本”的思想。相对宽松的政治环境，使得中国的商品经济在明清之际有了一定程度的发展，并已形成具有雏形的国内市场，资本主义萌芽也已经出现。与此相适应的是商人队伍的壮大并形成了一个阶层。

明代以后，商人的地位与以前相比，有变化。但总的来说，仍然处于最低等。洪武皇帝蛮不讲理地规定，农家可穿绸纱、绢布，商贾只能穿绢布。绸纱是高级品，绢布则是粗厚的丝棉织品，可见在明代的观念上仍然是贱商。在政治上，尽管有的商贾已家财万贯，居室豪华，交结官宦，与文人学士互相来往，但是他们仍然没有大官僚、大地主那样显赫的地位。明朝商人，虽可向政府购买官爵，但得到的空名多于实权。黄宗羲的“工商皆本”思想只能作为一种观念存在，不可能实际操作。整个明代商人被官府敲诈、勒索、鱼肉之现象仍比比皆是。由此，我们就不难理解中国商人赚了钱后，为何不愿继续扩大生意，而是转向买田置地，或者用于个人享受，或者干脆把钱贮藏起来；我们也不难



理解为何中国早有资本主义萌芽却不能得到进一步发展；我们还不难理解十大商帮在西方资本主义势力侵入中国后，为何显得那般茫然无措而一败涂地。

到了近代，中国商人除了遭受封建势力的勒索外，还要受外国殖民势力的欺压。他们在夹缝中求生存，其境况之险恶便可想而知。为摆脱封建官府的敲诈，中国商人或在外国注册，或挂洋行的牌子。为摆脱外国殖民势力的欺压，中国商人不得不采取官督商办、官商合办等形式，与官府进行“合作”。因此，近代中国商人表现出双重人格。

由于商人的地位得不到保证，所以中国商人有戴红帽子的传统，颇像今天有的企业家害怕被人看不起而想方设法弄一个什么委员的称号一样。有一个时期，一些民营企业都挂在乡镇企业和集体企业的名下，好像只有这样才与官拉上了关系，心里就安全了一样。例如，鲁商孟洛川，以“无心学业，功名渺渺”的罪名，被驱逐出邹县孟府。他虽然不得已而成为颇有家业的商人，却一直以经商为耻辱，把读书做官，重回孟府作为终身理想。孟洛川创办的丝绸商行“瑞蚨祥”取得成功后，不像西方商人那样用来办工厂、企业，扩大再生产，而是为了实现他的“地主梦”，大量购买田地。他说：“不当大地主，纵使有钱万贯，谁能看得起呢？”“光当一个商人，总觉得是无根之木，无源之水，抬不起头来。”

说了抑商再来说仇富。中国有杀富济贫的传统。在中国国民心理中，长期以来有一种仇富心理，平均主义可谓是根深蒂固。当每一次政治变动发生的时候，富人们就会提心吊胆。过去发生农民起义的时候，“均贫富”多次被作为口号提出来。在