

源流·历代治国评略

垄断传奇

陈抗行 任伟礼 编著

ORIGINAL

历史源流 管理世界

红旗出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

垄断传奇 / 陈抗行, 任伟礼编著.

—北京: 红旗出版社, 2007.4

(历代治国评略)

ISBN 978-7-5051-1484-5

I. 垄…

II. ①陈… ②任…

III. 垄断—经济史—中国—古代—通俗读物

IV. F129.2-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 026369 号

历代治国评略

垄 断 传 奇

陈抗行 任伟礼 编著

责任编辑: 王农媛 封面设计: 何丽佳

红旗出版社出版发行

邮政编码: 100727 地址: 北京市沙滩北街2号

E-mail: hqcbs@publica.bj.cninfo.net

编辑部: (010)64037149 发行部: (010)64037154

印刷: 杭州萧山日报印务有限公司

2007年6月北京第1版 2007年6月浙江第1次印刷

开本: 787毫米×1092毫米 1/16 印张: 79.75 字数: 1050千字

ISBN 978-7-5051-1484-5

定价: 300.00元 (全八册)

目 录

“四大奇书”与中国传统（代序） /2

第一章

国家形象价值几何？ /6

《三国演义》阐明的历史法则 /10

“桃园结义”的经济学意义 /13

董卓、袁绍：市场领跑者的宿命 /16

从政治品牌的差异化看刘备“三让徐州” /20

三国寡头之形成及各自的资源配置 /24

曹操何以独大？ /27

刘表注定无作为 /31

不得不说的诸葛亮 /34

“捉放曹”背后的战略考量 /38

孙刘联盟恩怨始末 /41

寡头终结者 /44

第二章

《水浒传》讲述规模做大的悲剧 /48

一场事先预谋的“火并”事件 /51

王伦：被篡改了历史的好汉 /55

二龙山：“火并”的真实版本 /59

林冲的襟怀 /63

梁山泊发展的另一种可能性 /67

从《水浒传》成书过程看梁山泊的规模 /72

招安成为第一“选项” /75

泊子里的管理危机 /78

梁山泊产权归谁？ /83



谁在影响决策意志? /86

集体行动的难题 /90

第三章

以群体理论剖析取经之行 /94

西天取经的动议 /97

观世音受命组建取经团队 /101

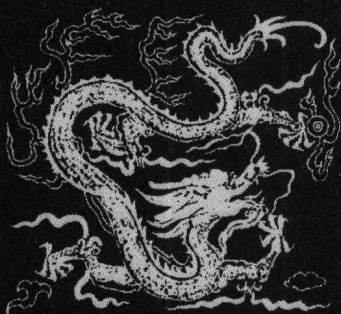
“超级明星”的角色感 /105

取经团队的内部冲突 /109

边游戏，边取经 /113

破解骗局的艺术 /116

女上司 /120



第四章

垄断的利用者 /126

富家子=败家子? /129

花园工程风波 /132

太师府上遇故人 /136

西门集团的“政府公关” /140

一笔古器生意 /143

次级利用者 /147

《金瓶梅》：惊世预言书 /151

漫话“结义”（一） /154

漫话“结义”（二） /158

结语：中国通史的民间版本 /162

溯源 · 歷代治國評略

壟斷傳奇

陳抗行 任偉禮 編著



紅旗出版社

此为试读, 需要... 请访问: www.ertongbook.com





“四大奇书”与中国传统（代序）

传统中国（指西方文化尚未大面积传入以前的中国）有两种传统，一种是官方传统，一种是民间传统。或者，更精确地说，是一个传统，各自表述。官方传统又叫大传统，以经书、史籍等为主要的表达形式；民间传统又叫小传统，以小说、戏剧等为主要的表达形式。

宋、明是中国传统臻至成熟、登峰造极之时，宋代有《资治通鉴》，对官方传统做了梳理；明代有“四大奇书”，对民间传统做了总结。

“四大奇书”者，《三国演义》、《水浒传》、《西游记》和《金瓶梅》四部长篇小说是也。这四部大书中，前三部都属于世代累积型的著作，早期有一个作家群，进行了有关故事的前期创作，提供了一个大致的框架，后来，经罗贯中、施耐庵、吴承恩等人编订、再创作，就完成了整部大书。《金瓶梅》则是道前人所未有的经历，但这生活却与前人、与传统密切关联——全书取《水浒传》一章敷衍出百回，也足可证明。

“四大奇书”何以称“奇”？有褒贬不同的两种解释：在官方传统中，所谓“奇”者，奇技淫巧之“奇”也，含有贬义——太史公司马迁“好奇”，就招来后世的正统史家非议；而褒之者则认为，这四部书或在内容上、或在艺术上堪称新奇，具有伟大的创造性的成就，称为“四大奇书”，这是做出肯定的意思。

“四大奇书”之称，还与明代特别是晚明的市民文化勃兴、儒家经典遭到怀疑的社会现实相关联。儒家经典代表官

“四大奇书”者，《三国演义》、《水浒传》、《西游记》和《金瓶梅》四部长篇小说是也。



方传统，市民文化代表民间传统，勃兴中的民间传统，这时正要求确立自身的经典，要求对社会精神生活产生更大的影响。

在“四大奇书”中，《三国演义》是最先问世的，其开篇即为此前千余年的中国历史作一浓缩，读者可能都记得：

“话说天下大势，合久必分，分久必合。周末七国分争，并入于秦；及秦灭之后，楚汉分争，又并入于汉；汉朝自高祖斩白蛇而起义，一统天下，后来光武中兴，传至献帝，遂分为三国。”

——寥寥数语，正是史家惯例。作者明白无误地告诉我们，这部“奇书”就是要像官方史书那样，为读者阐明社会历史的恒常法则。

《三国演义》一下笔即倾向模拟历史，《水浒传》和《金瓶梅》也是如此（这一方面可以说明官方传统之非常强大，另一方面也可见官方传统与民间传统恰是对同一传统的各自表述）。虽然这后两部作品更多虚构、更多细节，但在开篇也同样叙述一段史实，以便引起下文。《西游记》也是半神半史。这一切无不暗示我们：小说不过是历史的复制而已。

中国传统历来也默认，在修史和虚构之间互有相通之处。因此，“四大奇书”乃是中国民间传统的集大成之作，是草根阶层书写的、或为草根阶层写就的传统中国的一部通史。

当然，我们也不排除，“四大奇书”之称有可能是书商的一种营销手段。书商通过炒作这一种“奇书”的概念，来赚取销售利润。因为据考证说，“四大奇书”的说法是冯梦龙首先提出来的，而冯正是当时一位畅销书作家和出版商，著名的短篇小说集“三言”（《喻世明言》、《醒世恒言》、《警世通言》）即出自他手。

不过，就算我们承认“四大奇书”乃是源于书商炒作，但这一称谓能够沿用至今，也表明它的命名确实具有深刻的

“四大奇书”乃是中国民间传统的集大成之作，是草根阶层书写的、或为草根阶层写就的传统中国的一部通史。



历史文化意义。几百年来，“四大奇书”深得中国人的喜爱、推崇，就在于它是从民间传统的角度出发，以草根阶层喜闻乐见的形式，以无数耐人百般寻味的细节，非常艺术地总结了先民数千年来生存、发展的智慧，以及中国式竞争的意蕴。

好书不厌百回读、千回读。我们正是通过仔细阅读，因从“四大奇书”一个一个或隐或显的细节之处，发现了解读中国传统的一种思路。本书结合正史资料（中华书局版二十四史），试图为读者对上述“四大奇书”一一解析。

第一章

借用现代经济学的观点来
解读《三国演义》，
所谓“合久必分，分久必合”，
就是：
从一个完全垄断的市场，
变为不完全竞争市场，
再形成一个新的垄断市场。



国家形象价值几何？

《三国演义》名列“四大奇书”之首，也是中国第一部长篇历史小说，自问世以来，读者可以说不计其数。这部书的故事轮廓最迟在南宋已经形成了，到明代，又经过罗贯中（或另有他人）最后创作、编订，就成为我们今天所见到的本子。所以，《三国演义》这部大书的作者并非是某一个人。但是，无论作者为谁，他们在书中所表达的“拥刘（备）反曹（操）”的叙事立场，却又是人所共知的。

在罗贯中（们）的眼中，偏处中国西南一隅的刘备才是汉家正统，是东汉王朝当然的继承人，而魏武帝曹操，虽然占据着中原的大部分地盘，却不过是一个篡位的奸雄。

《三国演义》的作者因为要“拥刘反曹”，就努力拔高刘备及蜀汉人物的形象，认为他们个个相对应地都高过魏、吴两边的人物。这样一来，全书不可避免地就有着许多违背历史真实之处，到最后，连作者自己也无法自圆其说了，只好将蜀汉的失败归为玄虚的天意或宿命。而这就使得许多挑剔一点的读者感到无法接受了。

为什么《三国演义》会形成这样一种倾向呢？历代对此都做过研究，观点有很多，但一般都认为跟南宋时期特殊的社会心理有关。南宋是一个软弱的汉族王朝，面对金人和蒙古人的强大压力，不得不勉力自救，苦苦保存发端于中原、以汉族为主体的华夏文明，于是，在这种独特的背景作用之下，就逐渐产生了上述的意识形态。

这个逻辑自然是没有错的。不过，我们还想追问一句，为什么罗贯中（们）所认同的汉家正统，偏偏是刘备、偏偏



是蜀汉呢？为什么不是孙权建立的吴国，吴国的疆域不是更接近南宋王朝能够统治的地方吗？

答案是：事实上，《三国演义》一书对正统的认同，与历史上蜀汉的自我认同，或者它刻意表现出的自我认同，这两者之间的趋向无疑是相当一致的。换句话说，正是由于刘备对自己正统形象精心地打造以及不遗余力地提升，不仅在当时，也在后世吸引了为数众多的蜀汉品牌的忠实拥护者。

《三国演义》的作者也属于这个拥护者群体。并且，他们还以其如椽大笔，为刘备及蜀汉正统吸引了后世一代代的拥趸。从这层意义上说，刘备及蜀汉才是三国间数十年争斗的最终胜出者。

那么，刘备为什么如此着意于打造蜀汉的正统形象呢？或者，应该如何看待他所选择的策略？

对于上述疑问，我们可以运用现代经济学上的寡头理论做出解释。如果将魏、蜀、吴三国，视为政治竞争市场上的三个寡头，则刘备的做法相对就比较容易理解了。

根据经济学理论，在寡头垄断市场上，最突出的特征就是相互竞争的市场力量（即寡头）数目很少，因而寡头之间对彼此都十分清楚，一旦一方有所动作，很可能就会引起其他几方的反制行动。所以，我们经常看到这种现象：寡头垄断市场比较稳定，相互不会轻易采取价格竞争。寡头最常利用的手段，通常就只有非价格竞争，其中又以广告和产品差异化最常被采用。

对魏、蜀、吴三大寡头而言，直接的战争对抗就相当于上面说的价格竞争，而非价格竞争，就类似于各自对国家形象的宣扬和提升。刘备在战备上并不占有任何优势，因而，他为维持生存，在打又打不过的情况下，他就相对地比其他两个寡头更经常采用非价格竞争的手段，大打宣传战、广告战^①。

几乎从一出场，刘备逢人就说：“吾乃汉中山靖王之

正是由于刘备对自己正统形象精心地打造以及不遗余力地提升，不仅在当时，也在后世吸引了为数众多的蜀汉品牌的忠实拥护者。



后”。刘备真否确为中山王的后人，我们现在不得而知。因为历史上，中山靖王刘胜有一百多个儿子，子孙繁衍，到刘备这一代，已经好几百年了，家族人口极其庞大，即使有一二冒充他的后代，也几乎无从查证。不过，刘备这样不停地自己是汉室宗亲，倒确实给他带来不少好处。

桃园结义之后，刘备募兵去投幽州太守刘焉，“说起宗派，刘焉大喜，遂认玄德为侄”。袁绍初次见到刘备，绍曰：“吾非敬汝名爵，吾敬汝是帝室之胄耳。”作为反董联军领袖且家族也“四世三公”的袁绍，竟如此看中刘的出身和门第，正可以说明那个时代的风气。连汉献帝甚至也跟刘备论起宗派，刘备成了“刘皇叔”。

刘备后来称帝于蜀，更是极为充分运用了这一资源。因为有汉家血统，他可以理直气壮地声称，自己是在复兴汉室。而曹操却不敢称帝，因为他存在合法性的问题。所以，当手下人劝进时，曹操只好说：“若天命归我，我当作周文王。”（《三国志·魏书·武帝本纪》）他知道，自己一旦称帝，就将抵消掉以前积累起来的民望。

诸葛亮乃“人中之龙”，却既不去辅佐占据大半个中国的曹操，又不投奔有东南膏腴之地的孙权，而是在刘备无立锥之地时出山，不能不说也是看到了其中潜在的价值。

《三国演义》作者之具有拥刘反曹的倾向，也是刘备不断进行意识形态说服，培养了对他的品牌忠诚度的结果。

由于统计资料的缺乏，我们无法计算魏、蜀、吴三国中单个国家的品牌价值，但现代研究已经证明，一个国家的形象，对于价值评估（也就是竞争力）具有显著影响^②。从书中即可以看到，同样是一个徐庶，贴上“魏国出品”的标签后，一言不发，他的才华就远不如盖上“蜀国制造”印记时。

现代研究已经证明，一个国家的形象，对于价值评估（也就是竞争力）具有显著影响。



注释：

①《三国演义》多处描写刘备的宽人爱民之举，其实“作秀”的成分往往要重于实际的意义。我们甚至不妨认为，在刘备打造国家形象的战略之下，诸葛亮“六出祁山”也正是其中一个重要的组成部分。刘备不得不如此，如果不做出匡扶汉室的姿态，蜀汉就难以维持正统形象，从而将失去政权的合法性。这是必须付出的成本代价。

②对企业品牌价值的研究早已有之。现在，又有德国专家首次对单个国家的品牌价值进行了计算。因为一个国家的形象对于价值评估具有显著影响，不管是商品、旅行目的地、政治、文化、投资地点还是员工。当然，价值最高的还是“美国制造”，其品牌价值，据计算达178930亿美元。紧随其后的是“日本制造”，其价值在62050亿美元左右。继美国和日本之后，“德国”这一品牌在世界居第三。英国以34750亿美元排名第四，随后是法国(29220亿美元)和意大利(28110亿美元)。



《三国演义》阐明的历史法则

借用现代经济学的观点来读解历史（《三国演义》是民间叙述的三国史，所以也属于历史范畴），并不是从我们才开始的。其实人们早就注意到了经济竞争和政治竞技（包括军事对抗）之间的许多相似之处，不是有一句俗得不能再俗的话嘛：商场如战场。写过著名的《战争论》的克劳塞维兹^①，他就经常引商场现象来说战场上的事。但这样的类比还只是停留在实用的技术的层面上，而我们在这里将更进一步，借用经济理论来阐明历史的若干法则。

首先，我们给出一个等式：天下 = 产业。我们稍作解释如下：

中国自周朝建立了“家天下”的雏形，经春秋、战国，形成“国家”的概念，到秦统一六国，完成“天下国家化”，“朕即国家”。从此，将天下（国家）视作一姓之产业，就成为中国人的共识。“秦失其鹿，天下共逐之，于是高材疾足者先得焉”，说的就是这个意思。

关于上面的等式，还有一段极为精彩的历史细节，见于《史记·高祖本纪》：

公元前198年，汉高祖刘邦做皇帝的第五年，壮丽的未央宫建成，皇帝十分高兴，便在殿前摆起了酒。酒酣耳热，刘邦起身给太上皇敬酒，说道：“始，大人常以臣无赖，不能置产业，不如仲力。今某之业所就，孰与仲多？”一时殿上群臣皆称万岁，大笑为乐。

“某业所就，孰与仲多？”这一句话，不但细致地刻画出刘邦的无赖之相、逐利之情，同时，也是借刘邦之口，道

“某业所就，孰与仲多？”是借刘邦之口，道出了历朝历代无数中国人内心的隐秘。



出了历朝历代无数中国人内心的隐秘。

在刘邦看来，楚汉分争，一统天下，只不过是一次形式特殊的创业而已。至于“受命于天”之类鬼话，那是讲给笨伯们听的。可是，既然刘邦视天下为私人产业，他一心想把天下传之子孙，受享无穷，那人人可以心同此想。

天下熙熙，皆为利来；天下攘攘，皆为利往。对于这个特殊产业的市场发展规律，《三国演义》为我们总结出了一套很好的完备的理论，即“合久必分，分久必合”。而我们以经济学上最具代表性的市场形态一一对应^②，将之翻译成现代白话，就是：从一个完全垄断的市场，变为垄断竞争的市场，再变为寡头垄断市场，最终又形成一个新的垄断市场。

对于这个特殊产业的市场发展规律，《三国演义》为我们总结出了一套很好的完备的理论，即“合久必分，分久必合”。

模型 I：（《三国演义》版）传统中国的历史阶段

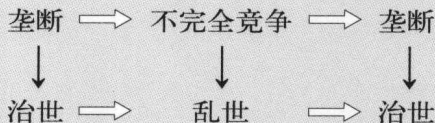
垄断(东汉)→垄断竞争(董卓、袁绍)→寡头垄断(三国)→垄断(晋)

这是我们为本书建立的第一个阅读模型。

中间为什么没有出现完全竞争的环节呢？原因很简单：争夺天下的游戏，不是随随便便就能够玩的，它有一定的进入障碍。必须具备了一定的力量规模，才能够入场竞争。

考虑到完全竞争的理想市场并不存在，再者，市场形态的发育也可能不完全成熟，据此，我们把模型 I 简化如下

模型 II：（简化版）传统中国的历史阶段



考察中国通史，我们可以发现，寡头市场在三国时期以及战国期间发育得相对完全；但南北朝以及五代十国时，市场形态更介于垄断竞争与寡头之间；而其他的几次改朝换



代，如秦汉、隋唐、明清等，却在极短的时间内，即由垄断竞争直接进入完全垄断的市场形态。

读者可以看出，这个模型描述的传统进程，与中国历史上多次重演的“一治一乱”的循环相互一致。

一直以来，我们中国人就是用这个模式来解释历代的兴亡。

注释：

①卡尔·冯·克劳塞维茨（1781～1831），普鲁士（德国）军事家。《战争论》被奉为现代战略思想的经典之作。克劳塞维茨在书中说：“如同在商场上，商人绝不会将来自某笔交易的利润单独划出，并且藏起来，战场上某项优势也无法和整体结果区别开来。”

②现代经济学描述了四种有代表性的市场形态：垄断（又叫独占）、完全竞争、垄断竞争和寡头垄断。其中垄断竞争和寡头垄断市场又叫不完全竞争市场，介于完全垄断及完全竞争之间。尽管从理论上，市场存在完全竞争的可能性，但实际上，竞争常常只是在几股较大的市场力量之间进行。



“桃园结义”的经济学意义

在《三国演义》中，刘备后来所以能三分天下有其一，与他早期跟关羽、张飞的“桃园结义”，实在关系极大极大，就相当于创业的“第一桶金”、原始股。

按书中第一回：刘焉发榜招军，玄德年已二十八岁矣。当日见了榜文，慨然长叹。随后一人厉声言曰：“大丈夫不与国家出力，何故长叹？”玄德见他形貌异常，问其姓名。其人曰：“某姓张名飞，字翼德。世居涿郡，颇有庄田，卖酒屠猪，专好结交天下豪杰。恰才见公看榜而叹，故此相问。”玄德曰：“我本汉室宗亲，姓刘，名备。今闻黄巾倡乱，有志欲破贼安民，恨力不能，故长叹耳。”飞曰：“吾颇有资财，当招募乡勇，与公同举大事，如何。”玄德甚喜，遂与同入村店中饮酒。

正饮间，见一大汉，推着一辆车子，到店门首歇了。玄德见相貌堂堂，就邀他同坐，叩其姓名。其人曰：“吾姓关名羽，字云长，闻此处招军破贼，特来应募。”玄德遂以己志告之，云长大喜。同到张飞庄上，共议大事。

飞曰：“吾庄后有一桃园，花开正盛；明日当于园中祭告天地，我三人结为兄弟，协力同心，然后可图大事。”玄德、云长齐声应曰：“如此甚好。”次日，于桃园中，备下乌牛、白马祭礼等项，三人焚香再拜而说誓曰：

“念刘备、关羽、张飞，虽然异姓，既结为兄弟，则同心协力，救困扶危；上报国家，下安黎庶。不求同年同月同日生，只愿同年同月同日死。皇天后土，实鉴此心，背义忘恩，天人共戮！”