

戚文周铁强等著

孙子兵法

十讲

上海人民出版社



宙

上
中
下

初分譜

戚文周铁强等著

以真如

不虛妄

小虛空

界斷界

界無

大般若波羅蜜多經卷第五十七

雷

三藏法師玄奘奉

諸君

初分讚大衆四第十六之二

非妙不超一切世間天人阿素洛等以真如

問天人何素各等善現告去界去生不虛妄

性不變異性平

界斷界離界滅界無性界無相界無作界無

图书在版编目 (CIP) 数据

孙子兵法十讲/戚文等著. —上海: 上海人民出版社,
2007

ISBN 978 - 7 - 208 - 07444 - 6

I. 孙... II. 戚... III. ①兵法—中国—春秋时代②孙子
兵法—研究 IV. E892.25

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 155784 号

责任编辑 屠玮涓

封面装帧 张志全

孙子兵法十讲

戚文 周铁强 等著

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路193号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行 常熟新骅印刷厂印刷

开本 890 × 1240 1/32 印张 8 插页 2 字数 178,000

2007年12月第1版 2007年12月第1次印刷

ISBN 978 - 7 - 208 - 07444 - 6/K · 1386

定价 20.00 元



孙子像

关公怎样变成了财神爷？

(代序)

胡德平

因为关公讲诚信，千里走单骑，护送别人寄托的妻子。他是讲信用、信义、信誉的典范，是正当商人追求与崇尚的偶像，于是他由战神登上了财神爷的宝座。

我国香港特别行政区奉行经济自由主义，是名副其实的国际大都会。我到过香港几次，发现很多酒楼、茶肆、企业、公司和不少工商企业家的家中都供有关公的神像。总认为这是迷信、落后的表现，当时没有细细思考。

1999年4月8日去山东聊城开会，其间参观了古城的名胜——山陕会馆，亦称山陕公所。会馆始建于清乾隆八年(1743年)，经四年竣工。其后逐年扩修，至嘉庆十四年(1809年)方具今天的规模，时间延续了六十六年，耗银六万零四百六十五两六钱九分。所用财力不可谓不大。

山陕会馆完全是由在聊城经商的山西、陕西的商人投资所建，为山陕商人所用。它是中国封建社会末期商会的一处会所，除商业议事、提供娱乐宴会场所之外，其用途会馆的碑文说得明白：“会馆以祭神明而联桑梓。”桑梓即为山陕商客，神明即是关公。所以山陕会馆，聊城人又称关帝庙。明清时的聊城地处南北大运河的西岸，享有“漕挽之咽喉，

关公怎样变成了财神爷？

天府之肘腋”、“江北一都会”的美誉。运河中“帆樯如林，舳舻相连，两岸车水马龙，货积如山，廛市烟火之相望，不下十万户”。为何商人要祭祀关公、会馆又称关帝庙呢？

山陕会馆的主建筑是关帝大殿，到关帝正殿前，一副楹联高悬：“非必杀身成仁问我辈谁全节义 漫说通经致用笑书生空谈春秋。”楹联是歌颂关公的，但又处处落脚于“我辈”即商人自身。能否这样翻译：没有到牺牲自己生命的时候，也不是烽火连天的战争年代，那么我们这些工商业者在和平时期，在各自的商务活动中要不要讲求气节、信义并使之完全完美？不要说通晓了全部儒家经典，能够经世济民，但不能让世人得利，那么这种空谈《春秋》、《左传》、四书五经的儒生们就应受到天下人的讥讽。这副楹联是我看到的中国商人反映义利观念最早、最生动的文物、文献资料。

整个中国封建社会都是重农抑末、上农除末、重农抑商、重义轻利的意识形态压迫着我国的工商业发展。此副楹联，不管说是康乾盛世中的封建商人对传统制度、传统思想的抗争，还是中国资本主义萌芽的诞生、问世的反映，都有十分珍贵的意义。

此意义在于中国清朝部分商人主张义利结合，义利兼容，义利并举，是对儒家绝不言利的理论的突破。对利的肯定，就是对生产力的肯定，就是对新兴产业的肯定，就是对个人追求物质利益的肯定，但追求个人利益又不能是无限度、无界限的，利要以义为节制。尽管当时的商人打出“义”的旗帜还要借助于关公的权威，套用关公的用语典故，但确实开始上演了一场新戏。其深刻道理还在于这些商人在一场义利之辨中，反映了经济学离不开伦理学，伦理学也离不开经济学。1998年诺贝尔经济学奖获得者阿玛蒂亚·森认为：“任何人的行为都是在一定的伦

理背景中进行的,离开了伦理而单纯地强调人的经济理性只会减弱经济学的预测能力。”“要进行个人之间的效用比较,就必须有一个比较标准,这就需要伦理对我们指导。”“伦理可以促进人们达到双向的信任,使其合作成为人们共同的行动。”清代的商人在开展经济商务活动中,亦是在一定的社会关系和伦理背景下进行的。

此意义还在于,当时的商人开始认识到自己的双重角色。关帝正殿两侧,一是财神大王,商人非常虔诚在此求财祈福;一是文昌火神,商人异常敬畏此神,害怕它光顾其珠宝金娇。天下熙熙皆为利来,天下攘攘皆为利往,山陕商人来此经商,他们的角色是经济人。但正殿又是关公,已被神化、被艺术化的关公形象成为他们的伦理楷模,并以此区分忠奸,褒贬善恶,进而建立彼此买卖的关系,商人们又进入了社会人的角色。亚当·斯密对早期资本主义社会的工商业者曾有经济人和社会人的论述,此理论大大促进了资本主义的发展,但他的论述是在资本主义生产已发展了三个世纪以后作出的。而在中国,当资本主义萌芽是有是无的争鸣还无定论时,中国的商人便有了两种角色的原始意识,开始登场了。这既是中国商人进步早熟的表现,又与传统文化背景有关。

下面要谈谈,当时的商人为何要以关公为自己的伦理典范、超级神明和保护神呢?义利结合的观念又如何具体体现在商业活动之中呢?自从商人从社会生活中分离出来以后,经过数千年的商业发展,商人们从大量的商品交割、货物贩运、现金收支、供需调节中感受到商业活动的风险、契约合同的重要、交易成本的波动等诸方面的因素,与赔赚盈亏有巨大又敏感的关系。除去自然变故外,最重要的经商条件就是经商双方及至整个经济秩序的信用、信誉、信赖和信托程度。而在中国传统文化上,在道德情操、伦理道义领域中最具信义者除关公外而莫属他

人。上至朝廷，下至市井，被神化、美化的关公有着巨大的信义力量。亦有楹联曰：“赤面凜赤心，乘赤兔追风，问关中无忘赤帝；青巾对青史，仗青龙偃月，隐微处无愧青天。”关公的信义符合中国封建社会各阶层人们的心理，所以商人也把关公的信义当作至关重要的商业信用、信条予以崇奉。

三国演义中，关公保护两位皇嫂千里走单骑，丝毫没有非礼之处；白帝城刘备托孤，诸葛亮鞠躬尽瘁，死而后已。在天下大乱，诸侯纷争，人人自危，朝不保夕的动荡年代，这种托妻寄子的历史和口碑，尤其为社会向往，并进而形成了中华民族传统优秀文化的弥足珍贵的有机部分。

而最早对托妻寄子伦理关系进行论述的又是提倡义利并行不悖的哲学家墨子。他在“兼爱”下篇中说道，那些将要披挂上阵、生死未卜，或者将要远走巴、越、齐、楚，往还未知的人们对于其妻、其子，寄托于谁呢？“不识将恶也家室，奉承亲戚、提挈妻子而寄托之，不识于兼之有是乎？于别之有是乎？”毫无疑问，必然寄托于那些“兼相爱，交相利”的“言必信，行必果”的人们，这是任何一个正常的人都明白的道理。信托，信托盖来源于此，受人之托，代人理财，信托公司亦由其衍化派生而出。从中可知信用之重要。所以我认为信义、信用、信誉就是新兴商人在义利观念中最迫切需要具体化的伦理原则，也是一切商业活动最基本的道德规范。

除去关公、诸葛亮有关受托他人妻与子的典故之外，18世纪的欧洲还发生了一件介绍中国历史上托妻寄子动人故事的事情。这就是伟大的法国启蒙思想家、文学家伏尔泰翻译了元代杂剧《赵氏孤儿》（又名《搜孤救孤》）。猛烈抨击、反对法国中世纪制度的伏尔泰，绝非宣扬封

建骑士的忠贞,他要宣扬的恰恰是符合新兴资产阶级所需“上帝选民”信用的重要和珍贵。

中国古代的信义观念,原来还曾经成为 18 世纪社会制度、文化思潮最进步的欧洲人学习的榜样。但今天我们的信义观念存在着严重的问题,尤其在经济商业上的信用问题更大,由此已引起全社会的极大关注。中国共产党对此已作过两次建设社会主义精神文明的决议,现理应认真落实。

记得“文革”之后,改革开放之初,《中国青年》杂志曾讨论过一个观点:人是自私的,应提倡主观为自己,客观为社会的观念。我理解问题的提出,但认为讨论是不成功的,讨论也未继续下去。据说,“人是自私的”观点是英国古典政治经济学体系奠基者亚当·斯密(Adam Smith, 1723—1790)的观点,其实大谬不然!

众所周知,亚当·斯密写的《国富论》,一百多年前即由启蒙思想家严复(1854—1921)翻译介绍到中国,并对中国社会的改良和革命产生过巨大影响。但《国富论》的姐妹篇《道德情操论》的中文译本却是近两年的事。《道德情操论》出版于 1759 年,《国富论》出版于 1776 年。《道德情操论》先后出版六版,修改五次。《国富论》先后出版四次,修改三次。《国富论》最后审定的版本于 1786 年出版,《道德情操论》最后的修订本出版是 1790 年,几个月后他就离开人世了。两本书的交替创作过程说明两本书的学术体系本质上是一致的。那种认为亚当·斯密论述资本主义生产关系,只讲经济人的谋利心理和行为,而不讲社会人的伦理、心理、法律、道德情操的认识显然是不全面的。

亚当·斯密在《国富论》中承认“自利”,而不承认“自私”。他在《道德情操论》中承认“自爱”,又绝不与“自私”相混淆。他总是用轻蔑的态

度使用“自私”一词的。亚当·斯密在经济学中主张利己主义,在伦理学中主张自爱主义。在经济学中他认为:“把资本用来支持产业的人,既以牟取利润为唯一目的,他自然总会努力使他用其资本所支持的产业的生产物能具有最大价值,换言之,能交换最大数量的货币和其他货物。”在伦理学中,他又阐明:具有利己主义本性的个人应该怎样控制他的感情行为,尤其是自私的感情或行为,以及如何建立一个有确立行为准则必要的社会。

亚当·斯密有关“一只看不见的手”的短句脍炙人口,但此语在他的著作仅出现过三次。一次是他谈到早期宗教思想时,他幽默地写到希腊神话中朱庇特“这只看不见的手”。一次是在《国富论》中写到经济人(亦资本家),“他受到一只看不见的手指导,去尽力达到一个并非他本意想要达到的目的,也并不因为事非出于本意,就对社会有害,他追求自己的利益,往往使他能比真正出于本意的情况下更有效促进社会的利益”。还有一次是在《道德情操论》中,他写道:“富人只是从这大量的产品中选用了最贵重和最中意的东西。他们的消费量比穷人少,尽管他们的天性是自私的和贪婪的……一只看不见的手引导他们对生活必需品作出几乎同土地平均分配给全体居民的情况下所能作出的一样分配,从而不知不觉地增进了社会利益,并为不断增多的人口提供生活资料。”(注:为何土地平均分配?此事源于西欧许多国家的农村公社,本文不作叙述。)亚当·斯密后两次说的“一只看不见的手”指的是市场法则,可贵之处是他强调了不管资本家的动机如何,客观规律是不以他们的主观意志为转移的。时代的局限未让他明白,资本家得到的是剩余价值,地主得到的是地租,工人得到的是工资,社会财富并不是像土地那样平均分配的。

与“一只看不见的手”相对应的,是亚当·斯密说的“内心的那个人”。“内心的那个人”是亚当·斯密有关公正旁观者理论的形象说法,其内涵是说“良心”、“同情心”、“正义感”等美德都是一种社会关系的产物,人不单是个体的自然的人,也是结成一定社会关系群体中的社会的人。他说:“把一个人的利益看得比众人的利益更为重要。内心那个人马上提醒我们:太看重自己而过分轻视别人,这样做会把自己变成同胞们蔑视和愤慨的合宜对象。”诸如“内心人”的话远比“看不见的手”的话要多得多。

“一只看不见的手”和“内心的那个人”异曲同工,前者表示市场法则,后者表示与前者相适应的伦理规范,或道德约束。头上三尺有神明,欧美人习惯把上帝看作“内心的那个人”,而中国清代的商人则把关公看作“内心的那个人”,把当时商人崇奉的道德情操人格化了,神化了,美化了。

亚当·斯密在真善美和假丑恶的种种论述中,也谈到正义和信用,“信用媒介说”即是他的经济理论的一部分。他还认为,正义和其他美德有一重大区别,当你违背正义的原则,反其道而行之时,就要受到报复,付出代价,多行不义必自毙。而违反其他美德则只能规劝、说服。与他同一时代的美国开国元勋、政治家、科学家富兰克林(Benjamin Franklin, 1706—1790)对信用极为重视,他提出:“时间就是金钱”,“信用也是金钱”。他认为,保持良好的信用和信誉,可以让只有少量财富的人,更好地利用别人的财富发财致富。守信用可以让个人和社会较快地增加财富。现代学术思想史的巨匠马克斯·韦伯(Max Weber, 1864—1920)充分评价了富兰克林关于“时间”和“信用”的观念,认为这是“完整的资本主义精神”。当今改革开放的中国已接过了“时间就是

关公怎样变成了财神爷?

金钱”的观念,观念一变,生机盎然。市场经济更需要信用,我们现在应该毫不犹豫地吸收“信用也是金钱”的观念,破除信用只是资本主义专利的思想束缚,高扬信义、信用、信誉的大旗,昭大信于天下,推进社会主义事业。

忽视信义,将对社会主义市场经济造成莫大的危害。如果上市公司无信义,那么上市只是圈百万、千万股东的钱。如果保险公司无信义,那么投保者的生老病死、下岗失业就无保障。如果企业无信义,生产了大量假冒伪劣产品,就坑害了消费者。借钱不还,欠账有理,应收款无法收回,那么三角债就永无解脱之日。如果只有法制而没有信用支撑,虽然市场还能运作,但其交易成本就会高得无任何效率可言。由此可知,信义、信誉、信用,已成为我们市场经济中稀缺的资源,加上“最为”两字也不为过分。所以大大加强这方面的宣传、教育可列为规范市场经济秩序中的当务之急。

本文原为作者在农业产业化经营研讨会上的讲话摘要,标题为本书编者所加。

前 言

《孙子兵法》不仅是一部总结战争规律的军事学杰作,而且是一部包含政治、外交、经济、文学、历史、地理、管理等内容的综合性著作。近年来,对《孙子兵法》进行多学科、多领域的研究,诸如《孙子兵法》与哲学,与文学、语言的研究,进展很快,已有许多成果。《孙子兵法》与政治,《孙子兵法》与历史,《孙子兵法》与外交,《孙子兵法》与地理,《孙子兵法》与管理科学,《孙子兵法》与心理科学,《孙子兵法》与数理逻辑,甚至《孙子兵法》与系统论等,也有探索性的研究,并发表和出版了不少专门论著。

在《孙子兵法》与多学科、多领域的关系中,除了理论研究,还在应用方面,如《孙子兵法》在商业竞争、企业管理、工程建设和体育竞赛方面的应用,已引起人们的广泛注意。据香港《明报》报道,现代人发现商战中许多问题,如有关时间、效益的观念,有关经营战略、经营决策、市场竞争、组织原则、选才用人等等都可以在《孙子兵法》中找到精辟的见解。《孙子兵法》已经成为商战中的指南。香港大新公司主席陆孝佩积40年商战的经验,认为要想事业成功,必须熟读《孙子兵法》。1980年他在强手如林的商业竞争中击败了所有对手,夺得了承建造价昂贵的汇丰银行大厦工程,就是由于运用了《孙子兵法》。在企业管理上,我国台湾大企业家陈茂榜,首次将《孙子兵法》中的“五事”概括为企业管理的五大原则,即:“道”为目标,“天”为机遇,“地”为市场,“将”为人才,“法”

为组织。“五事”并重,是他事业成功的“经营经”。《孙子兵法》与企业管理更是企业界关心的热点。近年来,各地出版《孙子兵法》与企业管理应用的书刊已有十几种之多,这是一个很值得注意的动向。

《孙子兵法》在国际上的影响也很大。近几十年来欧、美及日本对《孙子兵法》的研究非常广泛,已经形成了《孙子兵法》研究的国际热。

20世纪60年代初,著名的英国军事家蒙哥马利(Bernard Law Montgomery, 1887—1976)说:“世界上所有的军事学院都应把《孙子兵法》列为必修课程。”英国著名学者利德尔·哈特在《战略论》里说,孙子的“全胜”思想是:“最完美的战略——所谓不战而屈人之兵,善之善者也。”

70年代初,美国国防大学战略研究所所长约翰·柯林斯在《大战略》一书中说:“孙子是古代第一个形成战略思想的伟大人物。……孙子十三篇可与历代名著包括二千二百年后克劳塞维茨的著作媲美。今天,没有一个人对战略的相互关系,应考虑的问题和所受的限制比他有更深刻的认识。他的大部分观点在我们的当前环境中仍然具有和当时同样重大的意义。”越南战争时,美军司令威斯特摩兰引用《孙子兵法》中“夫兵久而对国之有利者,未之有也”的名言,坚决主张退出战争。美国共和党主席阿特伍德说《孙子兵法》是他“一生仅见最博大精深的战略文件”,“我每两天就会读它一次,每读一次,我就会对它肃然起敬,而益发觉察自己渺小”。

在现代战略思想研究方面,美国前总统尼克松援引《孙子兵法·谋攻篇》里“上兵伐谋”的思想,批评旧有核威慑战略的错误。美国前国家安全助理布热津斯基也引用孙子“不战而屈人之兵”的思想,要求改变旧的战略方针。在这一背景下,美国脑库——斯坦福研究所负责人福斯特教授和日本三好修教授,于1978年根据《孙子兵法》的思想,提出了

一个名为“孙子核战略”的新战略。后来又有“高边疆”与“战略防御倡议”(即星球大战)的新战略。美国国防大学校长理·劳伦斯中将,则概括《孙子兵法》“奇正之变”和“避实而击虚”的思想,提出“空地一体战—纵深进攻”体系。总之,现代战略理论的研究者,已经从孙子古老的思想体系中得到启示,认识到国与国之间的较量,不应单纯从军事力量着眼,而应该运用国家的综合力量,包括政治的、经济的、外交的、军事的、科技的、文化的、思想的……各方面的力量来进行较量,以争取不战而胜。

《孙子兵法》不仅为外国的领导人及军事战略家所重视,亦为国际商界所注目,日本的工商企业家早在 60 年代即把《孙子兵法》引进商业竞争与企业管理。日本东洋精密工业公司领导人大桥武夫应用《孙子兵法》中“上下同欲者胜”等原理,整顿濒于破产的工厂,一举成功。现在他领导的企业蓬勃发展,历久不衰。他总结自己的经验,把《孙子兵法》与企业经营结合为一,编撰《兵法经营学》,系统讲述如何在商战中应用孙子的战略战术。目前日本已出现“兵法经营管理学派”,在理论和实践方面都有独创性的建树。美国通用汽车公司领导入史密斯也非常重视应用《孙子兵法》来管理企业,他说,他的经营之道来自古代中国的《孙子兵法》。美国的管理学专家乔治写了一本《管理思想史》,书中认为,企望成为管理人才的人,“必须研读《孙子兵法》”。德国弗莱堡大学终身教授胜雅律写了一本《智谋》,里面也讲用《孙子兵法》管理企业,此书现已风行全球。

由于《孙子兵法》在军事学和哲学上的重要价值,更由于它的基本原理已广泛应用于政治、外交、经济(包括商业竞争、企业管理、工程建设等)、文化各领域,并发生深刻影响,目前在国内外都出现了阅读和研究《孙子兵法》的“孙子热”。各方面急需一部比较通俗地解释《孙子兵

法》原著的书籍，戚文等先生的《孙子兵法十讲》就是为满足这种要求而编写的。

在此以前，本书作者曾参加古棣、戚文先生主编的《孙子兵法大辞典》（上海科学普及出版社 1994 年版）的编撰工作。《孙子兵法大辞典》是近年国内《孙子兵法》研究中有重大突破性成就的力作，已引起各方面的重视。中国古代文献专家、国际科学史研究所通讯院士胡道静和军队中研究《孙子兵法》的专家学者朱军、陈虹等人分别在《学术月刊》和《孙子学刊》等杂志上写了评论文章。

古棣等人根据古代多种《孙子兵法》版本和地下出土文物校正的《孙子兵法》十三篇和佚文，纠正了许多通行本中沿袭了千百年的错讹，这实在是古籍校勘工作中的重大成果。古棣等写的《孙子兵法》译文亦比较通俗、精确。经作者同意，亦附录于本书之后。本书在其他方面也吸收了《孙子兵法大辞典》的研究成果，这些都将有益于《孙子兵法》的普及。

《孙子兵法》在各领域的广泛应用中，也出现了一些生搬硬套的不良倾向。有一本讲述用《孙子兵法》赚钱的书，竟提出这样一个命题：“商者，诡道也”。这是十分错误的。正像《孙子兵法大辞典》主编古棣、戚文先生在此书导言中所说的：

孙武说过：“兵者，诡道也。”（《计篇》）但他并不是说战争的全部就是诡道。他是在阐述决定战争胜负的“五事”“七计”这一总战略观点以后说：“计利以听，乃为之势，以佐其外。势者，因利而制权也。兵者，诡道也。”“诡道”是单就战场作战而言的。决定战争胜负的是在“五事”的基础上的七项敌我双方的对比，“多算胜，少算不胜，而况于无算乎！”“少算”、“无算”，必然失败，“诡道”并不能改变其必然失败的命运。何况战争

和商业绝不能等同,怎能说“商者,诡道也”呢?“诡道”就是欺诈,孙武说的是在战场作战中对敌人进行欺诈。难道商业就是欺诈?难道商业要把顾客当作敌人看待?这种说法就是把经济上的竞争对手当作战场上的敌人,而以欺诈取胜,是错误的、荒唐的。

不用说社会主义的商业了,就是资本主义的商业,也并非就是诡道,就是欺诈。1992年7月20日香港《南华早报》发表《许多公司认为,如何提高顾客的满意程度,就是使自己成功的道路》一文。文章列举了许多事实材料,证明导语所表示的观点,其中有一条说:“莱克苏斯牌汽车造型华丽,但是在美国行驶了几个月以后,丰田汽车公司召回了所有这种汽车,因为内部制动灯固定装置出了点小毛病。维修人员到每位车主的家中把汽车开走。维修好了以后再把车还给主人。这是在顾客中建立信誉的一种战略。”该报道以结论式的语言写道:“只有保证产品质量和服务质量才能使顾客满意。‘顾客满意’将成为90年代企业的竞争舞台。”这是正确的,工商企业要在全球经济竞争中站住脚,并得以发展,只能以提高产品质量、降低成本和服务周到为总战略;而取巧于一时的欺诈行为则必须彻底清除,欺诈无异于自杀。公然主张把“欺诈”当作商业的指导方针,岂不令人瞠目。“欺诈”,是奸商行为,是违背社会公德的,严重的是要受法律制裁的。

“诡道”,就是对敌人的欺诈,战场作战的种种战术,无一不是欺诈。“阴谋”之“阴”就是绝对保密,“谋”是谋略、计谋,算计敌人,战场作战的指导原则无一不是“阴谋”。可以说《孙