

商 论

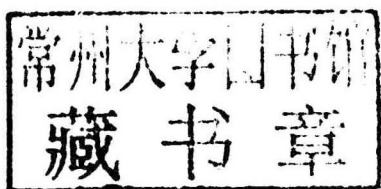
任重 编著



甘肃人民出版社

商 论

任重 编著



✿ 甘肃人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商论 / 任重编著. -- 兰州 : 甘肃人民出版社,
2015.12
ISBN 978-7-226-04888-7

I. ①商… II. ①任… III. ①贸易 — 研究 IV.
①F7

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第 293594 号

出 版 人 : 吉西平

责任编辑 : 牟克杰

封面设计 : 王 勇

商 论

任 重 陈晶莹 编 著

甘肃人民出版社出版发行

(730030 兰州市读者大道 568 号)

甘肃北辰印务有限公司印刷

开本710毫米×1020毫米 1/16 印张 25.5 插页 1 字数 405 千

2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

印数:1~2 000

ISBN 978-7-226-04888-7 定 价:48.00 元

目 录

Contents

A 篇

商人论
华商论
儒商论
回商论
晋商论
徽商论
浙商论
陇商论

B 篇

商道论
抑商论
崇商论
官商论

C 篇

商业论
商品论
商资论

市场论
价格论
消费论

D 篇

营销论
标号论
商情论
商战论
中介论
广告论
暴利论

E 篇

创富论
商力论
商世论

主要引用书目

后记

再版后记

A 篇

○章其远近，度其有无，倍道夜行，千里不远，利在前也。

○商人来到这个世界，应当是这个世界发生变革的起点。

○金钱或许会让许多人着迷，但人再富有，一双脚也只能套上一双鞋子。

○商业是智业。只有聪明的智者才有资格步入商界。

○一个真正的大商人，应时刻记着赢得财富仅仅是商人的最低品格，活络市场，方便民众，造福社会，推动时代发展，才是永远的事业。

○万变的是商海，不变的是商魂。

商人论

商人：空灵之族

商源于中国东方，即山东西部、河南东部一带，是东夷部落集团的一支，以玄鸟为图腾。《诗经·商颂·玄鸟》：“天命玄鸟，降而生商。”《诗经·商颂·长发》：“有娥方将，帝立子生商。”玄鸟一说为燕子，一说为由燕神化而成凤，而无论燕子，还是凤，都表明此图腾具有空中翱翔、穿梭，进而引申为空灵之意，可见，商人即可称为空灵之族。

无论从史书记载、考古发现，还是甲骨文字印证，殷商人由于政治、自然灾害等原因进行了数次大迁徙，为维持生计，殷商人逐渐重视货物积攒与流通，加之，在此过程中各地人们生活习惯交互频繁，使得此时文化较为发达，遂渐渐形成了早期的“重商”概念雏形。据记载，商业的创始人与商业的缔造者王亥（公元前 1854 年-公元前 1803 年）即为商朝建立之前该部落统治者之一，《世本》描述王亥“相土作乘马”、“作服牛”、“制农器”等，以此为基础，借助牛车与马车驼载货物，与其他部落进行交易，不仅为商部落壮大奠定了基础，而且创造了一种方便人们生活的全新模式，即开创了中华商贸之先河。正如《左传》所说：“农以殖之，工以成之，商以通之”，说明“商”对一个部落、一个社会发展的重要性。随着时间流逝，商人将货物交换做成一种固定的生活方式，于是，人们将从事货物交换的东西唤作“商品”，将从事该活动的人称作“商人”。《易·大有》载：“大车以载，利有攸往，无咎”，反映了“殷人重贾”、“肇牵牛车，远服贾”、

货物交换范围扩大、交易频次增加等特点。按一般的说法，中国最早的商人产生于周朝初期，即公元前十一世纪周武王灭商以后，周统治者将商后人安排于土地贫瘠、人烟稀少的地区，殷商遗民出于谋生的需要，大量从事产品买卖行业，久而久之买卖便成为他们专门的职业，故买卖人便被称为“商人”。后来，人们统称“商人”为“商贾”，行商为商，坐商为贾。

许慎《说文解字》对“商”字本义的解释是：“商，从外知内也。从囙，章省身声。通四方之物，故谓之商也”。从外知内，即表里如一的意思。章，同彰，即明的意思。“商”字的本意就是观察、揣摩、度量、商量之意。“章其远近，度其有无”是经商之道对商人的必然要求。

管仲在《管子·禁藏》中对商人经商的目的说得十分透彻：“其商人通贾，倍道夜行，夜以继日，千里不远，利在前也。”“故善者必先知其田，乃知其人，田备然后民可足也。”管仲不像秦晋法家那样一味采取高压政策，主张用“利”来劝化民众，特别是在经济上保障“衣食足”，甚至达到“富民”的程度，以实现君民之间的和谐，正如采取墨子所提倡的“示之以利”，引导人民致富从善，达到“国多财，则远者来，地辟举，则民留处，仓廩实，则知礼节；衣食足，则知荣辱”。

计然，春秋时期谋士、经济学家，博学且善计算，在货物交换方面有心得。《史记·货殖列传》记载：“昔越王勾践困于会稽之上，乃用范蠡、计然。计然曰：‘知斗则修备，时用则知物，二者形则万货

之情可见矣。故旱则资舟，水则资车，物之理也’。”可见，计然善于将“商”与“立国”、“治国”融合一体，事实同样证明如此。

商人师祖——白圭（前 370 年-前 300 年），战国时期人，名丹，字圭，周人，是计然、范蠡之后我国早期最大的商业理论家和实践家，有“商祖”美誉。他经营农副产品，擅长经商，致富后名扬天下。他总结的一套经商理论，提倡根据丰歉具体情况进行交易操作，如“乐观时变”，“人弃我取，人取我与”；“时贱而买，虽贵已贱，时贵而卖，虽贱已贵”；“薄利多销”；“欲长钱，取下谷；长石斗，取上种。能薄饮食，忍嗜欲，节衣服，与用事僮仆同苦乐，趋时若猛兽挚鸟之发”等，为后世经商者所师法。

“端木生涯、陶朱事业”，过去的许多商人总喜欢把经商活动以其命名。端木就是孔子的学生子贡，他一生经商，因而“家累千金”，以致“结驷连骑，束帛之币以聘诸侯，所致，国君无不分庭与之抗礼”，可见这位大商人的气派。子贡的成功，得益于其独特的“经营之道”。他按市场的供求关系来赢利，是我国著名的“物以稀为贵”理论的最早提出者。陶朱，陶朱公，即范蠡，春秋时期楚国宛地三户邑（今河南淅川县）人。范蠡经商，善于预测产需情况，知“万货之情”，靠“积著之理”，达“商以致富，成名天下”。

屈原《离骚》里描述：“吕望之鼓刀兮，遭周文而得举。”《天问》也提到：“师望在肆，昌何识？鼓刀扬名，后何喜？”吕望、师望即姜子牙，周文即周文王。姜子牙在周文王举用之前，曾是一个小商人。

春秋战国时期，私营商人阶层的出现极其活跃，是同工商食官制

度的瓦解一起出现的。社会上已经出现了一些著名的大商人，如范蠡、吕不韦。范蠡成名之后，变名易姓，定居陶经商，“十九年之中，三致千金。”战国末年的大商人吕不韦，“贩贱卖贵，家累千金”，后来搞政治投机，位至相国。《管子·国蓄》的“万乘之国必有万金之贾，千乘之国必有千金之贾”说明，大商人在各国的存在，并不是个别的现象。至于中小商人，如“卖浆者”、“酤酒者”、“屠狗者”，更是不胜枚举。这些由大、中、小商人组成的商人阶层，在当时的社会经济生活中十分活跃。特别是从事长途贩运的大商人，以牟取高利，他们不避“关梁之难，盗贼之危”，在客观上对交流四方物产、发展各国经济，起到了积极的推动作用。春秋战国时期的商业的繁荣，正是与商人阶层的活跃联系在一起的。

乌氏倮，名倮，战国末年秦国乌氏族人，是中国第一个从事民族贸易致富的大商人。司马迁《史记·货殖列传》载：“乌氏倮畜牧，及众，斥卖，求奇缯物，间献遗戎王。戎王什倍其偿，与之畜，畜至用谷量马牛。秦始皇令倮比封君，以时与列臣朝请。”司马迁说：“贫富之道，莫之夺予，而巧者有余，拙者不足。”乌氏倮就是一个聪明商人。他一次“贸易”就利润无数，同时也满足了少数民族对丝织品的需求。利己利人，是商人“空灵之族”的典范。

据记载，孔子到周政府所在地洛阳去，曾经向老子请教过礼。老子对孔子说了个比喻：一个了不起的商人，深藏财货，而外表看起来的似乎是空无所物。一个有修养的君子，内藏道德，而外表看起来好像是愚蠢迟钝。可见，在老子心中大商人行事之道与君子处事之道有

相似之处，商道在老子心中占据一定位置。

巴寡妇清，名清，巴为巴郡之意，姓已不可考据，遂以巴为姓，又名巴清，秦朝初期长寿千佛人。世人称之为中国最早的女企业家，为当时南方有名的大商业主，从事挖掘矿砂之类事务，积财无数，助秦始皇出资修筑长城。《史记·货殖列传》记载：“巴寡妇清，其先得丹穴，而擅其利数世，家亦不訾。清，寡妇也，能守其业，用财自卫，不见侵犯。秦皇帝以为贞妇而客之，为筑女怀清台。清穷乡寡妇，礼抗万乘，名显天下，岂非以富邪？”

司马迁为商人立传正名的《史记·货殖列传》一文，极力推崇商业，专门为富商大贾立传，公开打出反对抑商的旗帜。他列举了历史上一些大商人，说范蠡“三致千金”，“再分散与贫交疏昆弟，此所谓富好行其德者也”。说“孔子名布扬于天下”，是得力于经商致富的子贡。说牧长乌氏倮和经营朱砂矿的巴寡妇清，所以能“礼抗万乘，名显天下，岂非以富邪？”他还列举了两汉时代一些著名工商业者，如“即铁山鼓铸”的蜀卓氏，“独窑窖仓粟”的宣曲任氏等，或“田池射猎之乐，拟于人君”，或“富而主上连之”，说这些人都是“贤人所以富者”。他说，他列数这些人的目的，在于“令后世得以观择焉”。由此可见，其对当时的商人推崇评价之高。

在中国历史上，虽然商业发展举步维艰，商人也备受磨难，饱受皇权和封建专制的压制。但从商者依然络绎不绝，商族依然异彩纷呈：自由商人，职业商人；大商人，小商人；官商，民商；贩夫，货郎；马帮，驼队……

“商人”两个字好辛苦

继商朝、周朝之后，中国人不喜欢流浪奔波了，开始尊崇“知足”、“中和”、“厚重”、“深朴”的人生哲学。从古至今抑商贬商者皆认为商人不产出任何东西，靠倒买倒卖致富生活，因此被称为奸邪之徒。商人在我们传统文化里是与“奸”字分不开的，“奸商、奸商、无商不奸”，而与“文化”、“儒雅”、“胸襟”、“大度”这些字眼无缘。

本来，商人的诞生，是社会经济发展的必然结果，也是人类文明进步的标志，商人是一支变革传统社会的力量。恩格斯提指出：“商人对于以前一切都停滞不变，可以说由于世袭而停滞不变的社会来说，是一个革命变革的要素”，“现在商人来到这个世界，他应当是这个世界发生变革的起点”。可是，中国商人生存的环境相当艰苦。中国的封建统治者总是顽固地认为农业乃天下之根本，天下财富均是源于最初的实物生产，而工则是多系奇技淫巧，商则纯为贱买贵卖、投机取巧的不义之举，所以发展工商业纯属舍本求末的愚蠢行为。因此，虽然中国改朝换代像走马灯一样，但“重农抑商”、“重本抑末”的政策却是成为历代统治者一以贯之的国策，对从事工商业的人最大限度的予以压制甚至打击。从“士、农、工、商”这个座次排列，就能看出商人在社会中地位之轻贱。

重农抑商的结果，就是阻滞了流通环节，阻碍了市场的发育健全，最终也影响了生产的发展，窒息了商品经济发展的活力，商人也就根本无法成长为一支强大的社会力量。由此我们不难理解为什么中国人赚了钱之后，不是用于扩大再生产，或投资于其他产业，而是用于买

田置地，或者个人挥霍享受，甚至作为陪葬品带入墓穴。究其深层原因是因为商人所处社会地位低下，受其他阶层剥削与压迫，大多商人由于商人身份而并不自信，将从商视作一种被迫的生活方式，幸运一些的是将从商当作人生的晋升之道，梦想有朝一日转变身份，成为上流阶层。

历史文献记载最早跻身政界的商人是鲍叔牙和管仲。他们在南阳合伙做买卖。后鲍叔牙当了齐国的大夫，受其推荐管仲为相。据《国策·秦策》记载：“管仲其鄙之贾人也”，即管仲本人对从商之人也不太看重。战国时期秦国人商鞅也表达了类似主张，《商君书·外内》记载：“不农之征必多，市利之租必重”，意即除农业生产活动以外的经济活动需征收高税收，从商赚取差利的行为必须收取重租，提倡对关卡、市场、货物，以及来往游惰人口征取重税。商鞅将“农”、“战”、“政”三者结合起来，视作同一高度，正如《商君书》中所说“凡人主之所以劝民者，官爵也；国之所以兴者，农战也”

自汉代开始，政府就严格规定：“工商杂类不得预于仕伍”。唐初，统治者不仅严禁商人入仕，还限制商人与士大夫的交往，商人政治地位低于庶人。到了明代，朱元璋做了皇帝，曾有使“士、商、农、工”各安其业的思想。他虽深受先秦以来“重本抑末”思想的影响，也曾做出了商贾之家只许穿绢布、不许穿纱绸的规定，但是他对秦皇汉武、唐宗宋祖之抑商表示了不同的看法。明代商人的角色较前有所改变，但总的来说，仍然是处于最低一等。

据清人魏源《元史新编·选举志》记载：“至明人说都称蒙古代

宋，第其人为十等，有一官、二吏、三僧、四道、五兵、六农、七匠、八娼、九儒、十丐之说”。“士”的地位令后来满腹经纶的知识分子愧然愤然。商人地位更惨，名落那十等之外。可见，商人地位在我国历史上要么处于极下水平，要么有些许转变，但转变幅度微乎其微。商人，一个被排挤得无立锥之地的阶层。他们在人格上、政治上、社会地位上被排挤成了“扁豆”。

由于商贾处于如此低贱的地位，所以中国商人尽管有万贯家财、豪华的居室，但毕竟外荣而心枯。在他们眼中，与其说经商是一种生活方式，倒不如说经商是一种晋级攀位的手段，是一种改变商人低下身份的途径。在古代，似乎唯独权力才是一切的基础，权力所带来的荣华富贵才具有尊严，致使历史上千金一掷购买官衔的事件频有发生，且此类事件主角大都为大商人。商人被官府敲诈、勒索、查办的比比皆是。由于身处权力中心的边缘，中国商人赚了钱仍心有余悸，总是站在社会的边际缩头缩脑。

商人阶层在明朝中叶以后已成雏形。南方的福建商帮、宁波商帮、徽州商帮、广东商帮与北方的山西商帮、陕西商帮，遥相呼应，构成了中国参差不齐的几大商帮，这些都为中国经济的活化注入了生机。但由于历史的原因，明朝政府极力控制、压迫商人阶层，导致中国缺乏为商业发展提供充足营养的土壤，也难以孕育出强大且富有创造性的商业人才。

苦涩的命运捉弄着中国商人。“君子喻于义，小人喻于利”等一系列根植于中国人思想的文化紧箍咒紧紧套在中国商人的头上，难以

骤然剥离。财产愈雄厚，失去的成本愈高，心理压力愈大，从商者愈加缺乏动力与创造力，导致我国商人阶层进入一个恶性循环怪圈。商人在夹缝中求生存，在白眼中挣扎徘徊。到了计划经济时代，商业一度是“资本主义的尾巴”，求富思想成了脱离群众的妄言，致富之人成了被批判的对象。

早期资产阶级改良派要求提高商人的社会地位，歌颂商人的作用，反对重农抑商的封建主义观念。要求政府设立“商部”，成为中央各部之首，使中国以商务为雄。但这种呼声在当时的历史天空中显得十分微弱。直到20世纪80年代末，中国大地上生长出了一个新鲜、活泼的名词——市场经济。政治上的开放使得商人们得以身心自由，他们甩掉过去的沉重镣铐。中国商人也很快发展成为了一个富有敬业精神的独立群体。各种商会、商局、商帮如雨后春笋拔地而起。原国家商业部部长胡平曾这样说：新商人已形成京派、海派、港派三种不同风格的流派。他们既竞争又联合，成为推动中国市场经济建设的重要力量。胡先生认为，京派商人一般从传统商人和政府官员中脱颖而出，经商方式比较多地表现为权力的转移，权力与信息构成了京派商人的一大特点；海派商人特别精明，但有的地方不够高明；港派商人将中国传统文化与西方文化比较成功地对接起来，形成了一种很有时代特色和开放特色的商业文化模式，其特点是开放，市场经济意识较强。

历史已为“奸商”平了反，甚至为“商人”头衔添加了些许光环。商人们含泪与“奸”相揖别，从未奢想会由“级外”而逐渐成了社会的“宠儿”。对于中国商人来说，如获得了第二次生命。

世界商人的风格

在世界市场上，华商、犹太商、阿拉伯商人和印度商人的经商术令世人瞩目。华商主要靠“三把刀”，即菜刀（餐饮业）、剪刀（成衣业）、剃刀（理发业）发迹。他们往往白手起家，无依无靠，克勤克俭，吃苦耐劳，咬牙立志，苦心经营，随后发家致富。华商的经营手段主要是：现金交易不赊账；君子不跟命争；留有余地防不测；不抢他人财路；做当地人不愿做的生意；热情和气生财；精打细算节成本；薄利多销正商誉；诚实经商信为本；灵活经营常变化等。

犹太人是世界上最聪明、最神秘、最富有的民族。从某种意义上说，不了解犹太人就不了解这个世界，更加不了解国际盛行的商业手段。犹太人善于经商是闻名于世的。有人打趣说，犹太人在家里打个喷嚏，世界上所有的银行都将连锁感冒。五个犹太人凑在一起，便能控制整个人类的黄金市场。犹太商人的经营领域主要是金融和珠宝业。欧美的金融市场，主要是犹太商人的天下；而全球的钻石珠宝市场，则几乎为犹太商人所垄断。犹太商人有“赚钱绝招 30 手”，其中主要是：现金主义（金钱是衡量财富的唯一标准）；瞄准女人（妇女用品市场）；瞄准嘴巴（食品市场）；快速心算；勤记笔记；放长线钓大鱼；断然决断；把契约看作商品；把时间看作商品；视薄利多销为愚蠢方法；金钱无臭味；设法赚财主的钱；今天的争吵今天毕；知己知彼等。

阿拉伯人自古重视商业经营，在阿拉伯穆斯林看来，以诚实、忠信和公正的态度去进行商业交易是一种对真主的责任。在阿拉伯人

中沿袭着这样一种做法：一些部落常为商队保路而收取路费。一旦商人在路上遇到侵袭，他们便不肯接受人家的保路费，以示交易公平。这种传统即源于游牧部落行侠仗义的民风，也来自维护商道的需要。随着岁月的推迁，阿拉伯人在自己的文化环境和历史进程中所形成的情感和心理逐渐凝聚积淀起来，在《古兰经》中升华为一个天启的观念：公平交易是善行。

做合法交易，注重商业道德修养，这些在伊斯兰文化中要求是很严格的。它要求商人诚实经商，交易物品货真价实，商品合法、纯净、不掺假。不要对所经营的商品作不切实际的隐瞒。否则，便是谎言，教法认为这是伪誓，为大罪之一。

虽然，阿拉伯人不喜欢与外国人面对面地对抗或争吵，他们有一个好客、讲礼貌的好习俗。但在商业谈判中，阿拉伯人则认为，“会讨价，就会做一半生意”。阿拉伯人将这一观念运用到商业活动中，以求达到双方利益的均衡。从起售到成交不厌其烦讨价还价，是阿拉伯人的经商要诀。

印度商人的特点是精通于倒买倒卖，长途贩运，赚取厚利，尤其重视加工业，其足迹遍布许多文化比较落后的中东与非洲国家。由于先天自然、文化等原因，工业品（包括日常生活用品）在那里是抢手货，而石油、黄金、宝石却毫不起眼，印度商人就来回倒手，赚取巨额差价利润。随着国际航运、国际贸易和国际市场的扩展，以及运输技术愈加成熟，使得各地区贸易活动日益密切，各个地区市场之间的差别也在一定程度上得以消弭，这种经营之术的盈利余地越来越小。

儒家文化“统治”着中国人的思想，渗透进了中国人生活的方方面面，左右着中国人的生活方式与行事准则，其核心思想是孝、悌、忠、信、礼、义、廉、耻，任何一条信仰都是以人为中心、以人际关系为基础建立起来的。因此，中国人的道德是以“人情”为主的，情就是仁心，这种“人情”思想融合于中华文化之中，中华文化又根植于农业社会，由于生产、生活、地域、家族的种种关系，导致了为人处世处事上“人情味”特别浓厚。因为重人情，中国商人更习惯与朋友、熟人谈生意，觉得朋友、熟人可靠；因为重人情，若有信用良好的人从中牵线，中国商人更乐于与对方谈生意，而且更有助于交易的进行；因为重人情，中国商人一旦与对方建立了良好的关系，则不太计较每笔交易是否均以当时最低的价格成交，买方企盼与供应商维持长期稳定关系的意愿胜过对短期利润的追求；因为重人情，中国商人经常把“良好的关系”摆在谈判的利益之上，许多该争的，都不太好意思讲出来，怕伤了和气。西方人最关心的是谈判，而不是来谈判的人。在多数情况下，双方素昧平生，并不需要互相认识。只要对象合适，条件合适，时间合适，双方就可以进行洽谈。除非谈判者非常无能或者特别令人讨厌，否则他们的人品一般不会在西方人的商务谈判中起重多大作用。为了最大限度地追求经济利益，西方商人富有强烈的冒险精神和进取精神，他们随时准备与强大的对手进行较量，而且也乐于与强大的对手较量并战胜对手。在西方商人眼里，没有永恒的真理，没有绝对的权威，只有利益才是最真实的。倘若有必要，与上帝讨价还价也无可厚非。