

主 合 編

商事興業錄

Shang Shi
XING YELU

SHENZHEN SHI

SHANG XING YE LU

古今中外 商事兴业录

深圳市个体劳动者协会摘编

前 言

全国开展个体劳动者职业道德规范普及教育活动。为了配合这一教育活动，使这一教育活动取得更大成效，我们鉴于个体工商业者文化，理论水平层次不一，经营学习时间紧张这一工学矛盾，特摘编了这部短而易懂，生动活泼的商事兴业录一百多例。向个体，私营企业者介绍古今中外工商业者在商事活动中的一些成功之道，希望能够启迪大家在商事活动中更好地发挥聪明才智，掌握更多的经营要领，手段诀窍，使自己成为一名成功的企业家。

本书分古今中外四大部分，内容包括深圳特区个体户随着经济体制、政治体制改革的深入和经济建设的迅速发展而兴业的故事二十例，古代商事故事九十例，海外商事兴业故事三十例。我们认为这些故事，不仅达到古为今用，洋为中用，而且从各个角度反映了职业道德的观念和行为，不仅对个体户起引导作用，对每一个工商业者亦将从中起到教育和启迪作用。

然而，由于我们水平所限，因此书中难免存在许多不足之处。欢迎广大读者批评指正！

祝愿个体劳动者职业道德法规普及教育活动取得丰硕成果。

目 录 分 类

第一部份：“商业”、“商业道德”来由和特点。

第二部份：古代商事兴业故事九十例。

第三部份：海外商事兴业故事三十例。

第四部份：深圳市个体、私营企业者兴业
故事二十例。

第一部份

“商业”、“商业道德”来由和特点

“商业”名字的来由

中国是世界文明的摇篮之一，中国人民经历了五千年的兴衰，创造了璀璨千秋的物质财富和精神文明。翻开几千年的文明史，我们看到，它是与商业文化的发展、繁荣息息相关的。

做买卖，组织交换的活动，本来从夏代就开始了，但为什么不称“夏业”，而称为“商业”呢？原来这与我国历史上的商代有关。商代以前虽已出现了商业，但那是分散的、零星的，直到商代才得到发展并形成了一个独立的行业。这种行业已成为当时社会不可缺少的一种社会分工。据说商代的相土发明了马车、王亥发明了牛车，他们用帛和牛当货币，在各部落中做买卖。商业的迅速发展和繁荣，大大促进了生产力的发展。

后来，周武王推翻了商代，建立了周代，这样商族人就由统治民族变成了周代的种族奴隶。周武王死后，商代最后一个国王商纣王的儿子武庚率领商的遗老遗少兴兵反周，被周平定。周公唯恐商的遗民再造反作乱，便强迫他们迁至都城洛阳，以便严加监视和管理，并令他们穿州过府地做买卖。商族早在商代就时兴“旅贸易四方”，出门跑买卖，贩运货物对他们来说，倒是一个比较熟悉的行业。于是在周代统治的几百年间，做买卖几乎成了这些世代为奴的商族遗民们的专职。因此在周人的心目中，做买卖就

是商族人的事，买卖人就是商人。

做买卖，搞交换总得有个规矩，有大家遵守的准则。周武王规定商族人只能在官府的控制和监督下经商，要求他们“经商要尽其道，合理买卖，公平交易”。随着商业的发展，后来产生了度量衡，它们的基础之一便是公平交易。说起来这里还有一个鲜为人知的故事。大家都知道杆秤的斤两是以星为标志的。旧杆秤一斤是十六两，上有十六颗星，表示天上的十六颗星星。一两位置上的秤星为福星，二两位置上的秤星为禄星，三两位置上的秤星为寿星，其余的是北斗七颗星和南斗六颗星。杆秤上的十六颗星均用白银或黄金颜色的锡箔镶嵌，隐喻或发誓生意人心地要纯正，买卖要公平，不欺骗顾客，如果故意克扣欺骗顾客，短斤少两，就会受到报应。克扣一两的要损福，克扣二两的要损禄，克扣三两的要折寿，以此警告生意人要注意职业道德，凭良心作买卖。不能短斤少两，不要坑害顾客。否则，顾客将短斤少两的商品置于道德的天平上，一切短斤少两都失去重量，因为人心就是一杆秤。总之，随着商业的形成，也产生了商业道德。随着商品生产、商品交换和商品经济的发展，商业道德也相应得以发展。

古代商业道德的特点

在很多典籍中，都记载了对古代商业道德的要求。如《盐铁论》中就提出了“古者通商物不豫”、“以礼则工商不豫”。《周礼·地官·司市》中规定“贾民禁伪而除诈”。《史记》中说“贫贾三之，廉贾五之”。《礼记·王制》中指出“布帛狭精粗不中数，幅广不中量，不鬻市”等等都说明货真价实、公平交易是商业产生以来就在经营中起着积极作用的道德要求。不弄虚作假，不欺骗顾客；不以次充好、

掺杂使假；不哄抬物价、变相涨价；不短斤少两、缺尺短秤等是商人的准则。

中国古代好的商业道德规范可概括为：买卖公平、诚信无欺，信誉第一、守义谋利，礼貌待客，服务周到。古代商人凡讲究商业道德的，必受到人们称赞。它具备如下特点：

第一，以爱国主义为前提。这突出表现在处理自己和国家之间的利益关系的时候，遵循国家利益高于一切的原则，表现在保卫国家安全的反侵略斗争中。象春秋时期郑国的弦高，西汉时期的卜式，南宋时期的魏胜，明代的阮弼等等。他们在反侵略斗争中或捐金助饷，或执戈抗敌，或怀念故土，或谴责投降。他们的爱国美德，构成了古代商业道德的重要一部分。

第二，以诚信无欺为核心。儒家道德观的核心“诚”，成为商德的核心及“诚信”的思想渊源。封建统治者运用经济和法律手段要求经商者诚信无欺，为商德核心的形成提供了有利的社会条件。

第三，以对消费者负责为重点。具体表现为：在商品价格上一价实；在商品质量上一货真；在商品计量上一量足；在经营服务上一守义；在对待顾客上一礼貌。

商业经里有道德

社会上三百六十行，行行都有各自的职业道德。商业道德同社会道德，家庭道德一样是整个社会道德规范体系中的一个组成部分。

商业道德就是指从事商业工作的人在履行其职责过程中所必须遵循的行为准则和规范的总和。

自古以来流传着不少生意经，各阶级有着各自的及共

同的生意经。其实，它们都反映着不同的商业道德观。

劳动人民的生意经是：“诚交天下客，誉从信中来”，“公平交易、童叟无欺”、“贸适货居，市不二价”、“热情招来天下客，方便东西南北人”。其中反映出的道德核心是以义求利。这些被誉为义商的商人刻苦经营、守信讲义、货真价实，薄利多销，不谋不义之财，他们视沟通商品有无、调节商品余缺为自己责任。义商们的商业活动，推动了社会生产力的发展。据传东汉商人任瓊一次典买了八匹马，当牲口的主人来赎时，马的价格已上涨了十倍，同伙主张赎主应用现价赎回，任瓊却认为这样做不义，只收回了自己原来付出八匹马的本钱，多一文不取。

那么共同道德（全民道德）又是怎么回事呢？社会经济状况决定店主与雇员、老板与徒工、资方与劳方之间除了有对立的一面之外，也有一致之处，这便是希望生意兴隆。因此便产生了一些共同遵守的商业行为准则，这就是共同商业道德。为了使经营兴旺，更好的招揽顾客，在长期的商业经营实践中，形成了搞好经营的“生意规”、“生意经”和“生意联”。

在“生意规”中，对经商人员的卫生、仪表、行动、生活、言谈举止等等都做出了严格的具体规定，如：

冠必正、纽必扣、袜与履、俱紧收。

衣要洁、不华贵、置冠服、有定位。

坐如钟、躺如弓、立如松、走如风。

凡出言、信为先、诈与妄、奚可焉等等。

在“生意经”中，对生意人，尤其对徒工要反复背诵并付诸实施，店主用“生意经”要求店员，具体是：

生意经、仔细听、早早起、开店门。

顾客到、笑脸迎、送烟茶、献殷勤。

待顾客、要恭敬、顾客问、快答应。

顾客骂、莫作声、赔不是、倍小心。

讲礼义、重信任、保质量、客盈门。

对老幼、要搀送、多推销、盈万金。

在“生意联”中，突出的是要起到招揽顾客的作用，通过生意联表明办店铺的宗旨，目的、方向、态度、货物的品种、质量及生意人的心情。最重要的是表明自己的职业道德，各种店铺都有自己的生意联，例如：

商店联：文明经商门庭若市春满店

礼貌待客宾至如归暖人心

杂货店联：远迎东西南北客

方便上下左右邻

旅店联：待迎东西南北客

献出兄弟姐妹情

餐馆联：美味招来云外客

清香引出洞中仙

煤店联：雪中送炭家家暖

锦上添花户户春

酒店联：交不可滥须知良莠难辨

酒莫过量谨防乐极生悲

米店联：一心耕耘为民口腹

万家饥饿在我心头

茶馆联：喜报捷音一壶春暖

畅谈国事两腋生风

裁缝铺联：人受冻寒非我愿

世皆温暖是予心

鞋店联：前程远大脚跟须站稳

劳动浩繁步骤要分清

理发店联：不叫白发催人老

更喜春风满面生

绸缎店联：绸缎绫罗历尽炎凉世态

麻棉葛络领教冷暖人情

药店联：但愿世间人长寿
不惜架上药生尘

酒亭联：刘伶借问谁家好
李白还言此处佳

书店联：欲知千古事
须读五车书

照相馆联：现出庐山真面目
留住秋水旧丰神

杏花村酒店联：酒味冲天，飞鸟闻香化风
糟粕落地，游鱼得味成龙

茅台酒店联：风来隔壁千家醉，雨后开瓶十里香

杜康酒店联：猛虎一杯山中醉，蛟龙两盅海底眠

这些生意联要达到的目的正可用“唐伯虎写生意联”一事说明。明代一商人敬慕唐伯虎的大名，特邀为其代书一付生意联为店铺增辉。唐伯虎略加思索写道：“生意如春意，财愿似水源”。商人看后恳切的说：“对联好是好，只是太文绉绉的，看起来不过瘾。”唐伯虎挥笔成联“门前生意，如似夏天蚊虫，队出队进；柜里铜钱，就象冬天虱子，越足越多。”商人连忙作揖躬身地说：“唐先生真不愧为饱学才子，这样的生意联才真正符合我们的心意啊！”

这些“生意规”，“生意经”、“生意联”的道德实质是合理经营，热情待客，货真价实，注意信誉，达到财源茂盛通四海，贸易兴隆达三江的赚钱目的。

第二部份

古代商事兴业故事九十例

1、经商要“精商”

《韩非子·说林下》中讲述了一个精明的商人买璞玉的故事。

春秋战国时期，宋国有个叫监止子的大富商，由于长年累月从事经商贩运，积累了许多经验，特别对于商品的性能，成分，作用等知识较为丰富，往往能够从一般现象中发现商品的潜在价值，从而以较低价格购进，然后转手以较高价格出售，取得较大利润。有一天，监止子外出经商，看见集市上许多顾客围着一位卖璞玉的商人，在那里讨价还价，争论不休。监止子急忙走过去，拿过那块璞玉仔细一看，原来是一块可以雕刻的上乘美玉材料。璞玉的卖价定为百金。由于人多嘴杂，监止子担心时间久了，一旦来了识货的人，就会把价格抬上去，便急中生智，故意失手把那块璞玉掉在地上。使它表面光洁度一下子受到损伤。卖璞玉人要监止子包赔，监止子便按照璞玉的最低价格进行了赔偿。

监止子将那块璞玉拿回家后，请来技术高超的玉雕师父，精雕细刻成一件精美华贵的工艺品，送到集市上出售，赚了一大笔钱。

经商既然是一门科学，就必须扎扎实实地学习商业知识。以宋国富商监止子为例，如果没有相当的商品知识，不懂得商品的用途，性能等，就不可能知道那块璞玉的潜

在价值，也就不能以百金之价购进，加工后再以高价出售。因此，商人要想占领市场，聚三江之财，取四海之利，就必须精通商业知识，做到经商能“精”商。为此，在实践中除了学习经营知识之外，还要不断地学习各种商品的性能和用途，了解商业的基本理论，懂得购、销、调、存业务，熟悉经营管理知识和服务技能。如售货员不仅要学会接待顾客，还要尽量学会使用商品，懂得自己所出售的商品的用途、性能、使用和保管等知识，这对于搞好经营是大有好处的；采购人员要学会如何使购进的商品适销对路；如果是决策者，还要经常了解市场需求变化情况，研究商品供求规律，做到知行情、知产情、知需情。总之，经商要有广泛的知识学问，才能取得市场的主动权。监止子经商的经验还告诉我们：在商品经营中，深度加工的重要性。一般来说，原料的价值是较低的，而经过技术加工的成品则价值较高，璞玉是原料，未经过技术加工，价值较低，而用它雕刻成工艺品，价值立即大增。我国对外贸易的情况也证实了这一点。过去，我国多出口原料，价格很低，而进口技术产品，价格较高，形成贸易顺差。一顺一逆，相差悬殊。近年来，我国重视了对原料的深度加工，出口贸易中技术产品的比重不断增加，经济效益就明显提高了。

经商要“精”商，就要懂得深度加工的重要。而这又必须以各种经商知识为基础。如各种商品的产地、销地、行情以及其原料质地、性能等知识，都是经商者必须知道的。

2、“一招鲜”是致富的诀窍

古时的商人经常把“一招鲜”作为致富的诀窍。所谓“一

招鲜”，除了指在经营方面能够及时捕捉市场信息、根据市场需要组织销售外，便是指以自己独一无二的商品特色招来顾客。这种商品特色是指某种商品所具有的与其他同类商品所不同的，能更好地满足消费者需要的特点。一些商品正因为存在这些特点，才能够战胜各自的竞争对手而进入千家万户，成为久销不衰的名牌商品。“一招鲜”是致富的诀窍，恰恰说明了商品特色的重要性。历史上依靠“一招鲜”，而致富的例子确实不少。

《史记·货殖列传》记载，秦朝巴郡有一位名叫清的寡妇，经营朱砂开采业。由于朱砂是炼药的上乘材料，销售量特别大，寡妇清便抓住朱砂用途广泛，物稀为贵的特点，不断扩大经营范围，获得了巨额的利润。后来寡妇清经营致富的事情传到秦始皇那里，秦始皇便破格召见了她，并且给她优厚的待遇。封建社会里，皇帝召见商人，确属罕见。依赖于商品特色而经营致富的商人，除寡妇清外，史书中还记载过不少。如西汉时期，王君房卖丹药，樊少翁和王孙大卿卖鼓，都成为富甲一时的大商人。特别是在清代，张小泉的剪刀更是以“一招鲜”闻名于大江南北。

张小泉剪刀是我国著名的传统名牌商品，始创于康熙二年（1663年），至今已有300多年的历史。它镶钢均匀，磨工精细，刃口锋利，销钉牢固，开合和顺，式样灵巧，经久耐用，深受消费者欢迎。张小泉的始祖张思家，原籍安徽黟县世代以打磨剪刀为业，清代顺治年间，因清兵侵扰，逃难到杭州，在当时杭州最繁华的城隍山脚下大井巷搭棚垒灶，开设了“张大隆”剪刀铺。他的儿子张小泉继承父业，苦心经营。精益求精，使剪刀式样和锋利度都大有改进，品种规格也增加了不少。牌子响了之后，就有人冒名顶替，“张小泉”便将“张大隆”剪刀铺改名为“张小泉”剪刀店。

相传“张小泉”剪刀店真正出名还是在乾隆皇帝买剪刀之后。据说乾隆皇帝在第二次下江南到杭州时，恰逢杭州城里百花盛开，百姓朝拜城隍庙，游客、香客很多。这位贪玩的皇帝想一睹民间热闹场面，就微服出游城隍庙。正当乾隆信步上山，游兴正浓之时，天不作美，暴雨突来。他只得急步下山，在张小泉剪刀店内避雨。店内小巧玲珑的剪刀吸引了乾隆，他挑选了几把带回宫去，用后十分满意，便下旨每年要杭州官府把这种剪刀列为贡品。从此，张小泉剪刀名声大振。1910年南洋第一次劝业会上得了银牌奖，1919年巴拿赛会上又获四等奖。田汉先生1969年参观杭州张小泉剪刀厂时，也曾当场挥笔题诗，赞誉张小泉剪刀：“快似风走润如油，钢铁分明品种稠。裁剪江心成锦绣，杭州何止如并州”。

总之，竞争是商品市场最显著的一个特征。谁要想在竞争中取胜，谁就得在商品上创造出自己的特色。只有具有特色的商品，才能具有强大的竞争力，才能永远立于不败之地。从上述一些古人经商的故事中可以看出，一些商人之所以致富，就是因为他们顺应消费者的“口味”，找到商品与消费需求之间的契机，从而开发出颇具特色的商品。同时，一些传统的名牌商品，都是在博取众家之长的基础上，不断创新，不断提高，形成自己的“一招鲜”。须知，市场总是处在千变万化的动态中，要保持传统名牌商品的“一招鲜”，使之长期处于不败的销售旺势，必须适应市场变化，不断扬长避短。反之，如果不去考虑市场的变化，故步自封，自持“皇帝的女儿不愁嫁”，就有可能失去市场，“一招鲜”就会变成“一招烂”。有些名牌商品因为后来不去学习他人先进的东西，逐渐不受消费者所欢迎，成为“昙花一现”的匆匆“过客”。类似这样的教训确实不少。因此，一些具有一定名气或很大声誉的商品经营者，必须注意到这一点。商品特色是在比较中存在的，因而它没有“终

身制”。当别的商品也具有这种特色时，经营者就必须适应市场变化，继续挖掘新的特色。否则，在激烈的市场竞争中，就难于继续居于领先地位。

3、“义仆发家”话行商

商人中有行商与坐商之分：设摊开店，就地买卖，是为坐商；南来北往，长途贩运，是为行商。除共同的经商规律外，行商与坐商又各自有其经商诀窍。《今古奇观》中有一篇《徐老仆义愤成家》的故事，说的是：徐家有一位老仆名阿寄，分家时，被分到受兄长欺侮的老三名下，老三年幼，孤儿寡母，感到阿寄年老力衰，干不了活，反要耗费衣食。阿寄发愤经商，当了贩运商品的行商，由于经营有方，不长时间就给小主人挣得一份不小的家业。其经商诀窍，归纳起来，不外乎是：

一快。阿寄从事贩漆活动：“那贩漆的商人却也很多，都是挨个儿打发。阿寄想道：“若慢慢的挨去，可不担搁了日子，又费去盘缠。”心生一计，找了个空请主人家到一村店中，买三盅请他”，要求主人家设法先打发。果然，酒神法力颇灵，阿寄早发利市，很快就贩到漆，运往苏州，果然赚了一笔大钱。那时虽然还不可能提出“时间就是金钱”的口号，但人们在经商实践中却早已懂得了时间的重要。要商品流通快，并不是一件轻而易举的事，必须想方设法才行。阿寄争取时间的方法是“走后门”，这不值得提倡，但千方百计争取快的精神却应发扬。要快，还要不怕吃苦。阿寄连日奔波，已经很辛苦了，但一收到经商信息，立即行动，连夜赶走山路。争取时间，没有这种不辞辛苦的精神是不行的。

二远。货离产地越远越稀少，也就越贵重。因而贩运

路途越远，往往利润也越大。阿寄第二次贩漆，就采取远距离贩运的策略：此番不在苏杭发卖，径到兴化地方，利润比这两处又高。卖完了货，打听得那边米价一两三担。斗斛又大。想起杭州见今粮荒，前次米客贩去的尚赚了钱，今在产地贩去，怕没有一两倍赚。遂装上一大船米至杭州，一石卖一两二钱，而产地买时一两可买三石，一两的本变成三两六钱，赚头很大。长途贩运搞活了地区之间的商品流通，对促进生产和促进消费都有好处，赚头也大，可以使经营者获取厚利。诚为一举多得。

三巧。巧在善于运用经商信息和善于利用回头货。长途贩运最忌空载，有来货而无去货，等于缺了一半买卖。阿寄在苏州卖了漆，就想：“我今空身回去，须是趁船，这银两在身边，何不再贩些别样货去，多少赚一点也好”。运回头货有利可图，要靠有准确的信息。否则，货不对路，不仅得不到利，反而要亏本。善于运用信息就十分重要。阿寄“打听得枫桥粳米到得太多，一时落了几分行钱”，就“买了六十多石粳米，载到杭州卖”。这一回头货又使他赚了十多两银子，全靠信息灵通。

若要信息灵通，全靠手脚勤。阿寄每到一处，都仔细打听市场行情。在杭州卖米时，不忘打听漆价：“细细访问时，比苏州反胜”。结果阿寄就近贩运漆，反比上次多赚了几两。市场变化是经常发生的，商品行情经常处于变动之中。要使经商决策不发生大的偏差，非手脚勤不可。

一快二远三巧，是行商的诀窍，三者紧密联系，缺一不可。长途贩运，可以获取较大利润。为了避免盲目性，要善于利用信息，这就离不开一个“巧”字。但如果光有“巧”而无“快”，那也不行。因为市场行情经常变化，本来杭州是缺漆的，价格上涨，行商闻风纷纷贩漆前往，先到者自然奇货可居，获取厚利，而后至者却必然遭受漆多价落的烦恼。有巧还必须要有快，才能无往而不利。这就是阿

寄经商致富给我们的启示。

4、古人的商德

商业职业道德是服务质量的基础。我国古代有些商人讲究商业职业道德，得到人们的称赞。这些讲究商业职业道德的古代商人有个共同的特点，就是以顾客为“衣食父母”，自觉维护消费者利益。其主要表现有：

第一，货真价实。所谓货真价实，就是商品的数量足、质量好、价质相符，不以假充真、以劣顶好，不变相提价、任意涨价。《北史》记载：孟信家里很穷，只有一头牛。他的侄子见家中无米下锅，就拉了这头老牛到集市上卖了。孟信得知，却急忙赶去找到买主说：这头牛原来有病，劳累一点就要发作，发起病来连水草都不能吃。说着就责打起侄子来，怪他卖病牛。买主十分感动地说：不要紧，我买这头牛不一定让它干大力气活，还是卖给我吧！孟信却执意不肯，硬是把钱退还给买主，将牛拉回家里。孟信不卖病牛，讲究的就是货真。他宁可自己受穷，也不欺骗买主，受到人们的赞扬。《后汉书》记载：韩康在长安卖药 30 多年，从不虚诳，言不二价，名冠长安，妇孺皆知，传为佳话。现在有些商品生产者和经营者，打着“为人民服务”的旗号，却干着以次充好以假充真，抬高价格，欺骗顾客的勾当，牟取非法利润，实在是愧对古人。

第二，秤准量足，出售商品、都应足数足量，这是关系到顾客利益和商店信誉的大事，因而也是商业职业道德的一项重要内容。足数足量的标志，就是要做到秤平、提满、尺码足。既不让顾客吃亏，也不让企业受损失。古时经商，生意人对保证商品重量十分重视。旧时的秤 16 两为 1 斤。据说，古人认为南北斗星宿主寿，北斗七星，南斗六