

读史巧

经商

在历史的硝烟里纵横驰骋，在快意
阅读中掌握计高一筹的经商之道



康貽祥◎著



中国纺织出版社



读史巧经商

◆◆◆
康贻祥◎著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

历史是一本充满智慧的教科书,它是由无数的牺牲和失败凝聚而成的,历史对于后人是一笔无形的财富。在历史的长河里,所有的成功和失败都远去了,但他们的教训经过时间的沉淀会越来越清晰。

本书力求寻找历史与现实的契合点,通过对中西案例的分析,阐述创业理念与经商实战智慧。让读者在快意阅读中学习前人的经验,避免重蹈历史的覆辙。在驰骋商海时,能够高瞻远瞩、运筹帷幄、决胜千里,掌握技高一筹的创业成功之道。

图书在版编目(CIP)数据

读史巧经商/康贻祥著. —北京:中国纺织出版社,2005.9

ISBN 7-5064-3435-0/F·0586

I. 读… II. 康… III. 历史故事 - 作品集 - 中国
IV. I 247.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 055258 号

策划编辑:曲小月 特约编辑:杨 婕 责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

三河新科印刷厂印刷 各地新华书店经销

2005年9月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:19.5

字数:210千字 印数:1—13000 定价:33.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

序

我国古代商业活动有很久远的历史。《易经》上曾这样记载：“神农氏作……日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”

早在商朝的时候，我国就已经出现了一个不直接从事生产而从事产品交换的社会群体——商人。到了周朝，货币的运用比较普遍，这标志着商品经济的进一步发展和市场的完善与进步。战国时期，由于战争频繁，铁器作为战争武器被广泛使用，发达的农业生产和手工业，也促进了商业的发展和都市的繁荣。西汉时期，丝绸之路开创了中国商品走向世界的新纪元，促进了东西方贸易的交往。三国至隋唐时期，商业更加兴盛，长安、洛阳、扬州、益州、广州、荆州、幽州、汴州、明州（今浙江省宁波市）等地区，都是商业繁荣的城市。其中，广州、明州是隋唐时期对外贸易的港口。中国的商品，特别是丝织品和瓷器，行销日本、南海诸国和阿拉伯等地。

早在春秋战国时期，我国就出现了不少富商巨贾和商人政治家，如辅佐武王开周朝八百年天下的姜子牙；先商后官助齐桓公成为五霸之首的管仲；矫托君命犒劳秦军以救郑国的大商人弦高；名垂后世的商业理论家白圭；奇货可居助立一国之君、权倾天下的商人政治家吕不韦等等。在群星灿烂的名商大贾中，范蠡被尊为商圣——陶朱公，这与其特殊的人生经历、自身的聪明才智、长期的商业经营、成功的致富要术是分不开的。

中华民族是历史悠久的民族，中国财富观念源远流长，“华人生意经”是世界文化遗产的精品。在中国古代，虽然没有也不可能“有‘财富观念’”等专有名词，但优秀传统文化中的管理思想、经商思想、军事思想中却都蕴藏着财富观念的精辟论述。

总之，中国古代财富观念是精辟的，有独创性的，但均散见于各种史籍掌故之中，需要我们去努力发掘。

司马迁曾经说过，“天下熙熙，皆为利来；天下攘攘，皆为利往。夫千

乘之王，万家之侯，百室之君，尚犹患贫，而况匹夫编户之民乎？”他把天下之熙熙攘攘、东奔西忙，归结成皆为“利来”、“利往”。他以为王侯将相、百室之长，“尚犹患贫”，更何况终年辛劳、自食其力的普通百姓呢？

人生在世，无论是位居高官，还是身为平民；无论是家在城市，还是寓居山泽，都得有一个最起码的生存条件，有吃有穿，有家有舍。为解决好自己的，乃至天下的衣、食、住、行等问题，就要“精心筹谋，煞费苦心。”进行辛勤的劳动。而这种劳动更是体力、智力、财力的竞争。一般情况下，谁投入、付出得努力越多，谁就越能获得较多的收获。

可是，这些投入和付出是要讲究方法和策略的，经商成败关系到智慧的发挥和运用。因此，熟读历史，从中汲取智慧和营养非常重要。有人说，其实人类都在重复着同样的事情，历史上发生的事情往往在今天的现实中重演。《诗·大雅·荡篇》里的“殷鉴不远，在夏后之世”这句诗即揭示了一个历史教训，即夏代的灭亡，就是殷代的前车之鉴。一个强大的夏王朝，不仅有着悠久的历史，而且国土面积也很大。这样一个国家，竟然在很短的时间内，被商汤的军队推翻，这是一个很有影响力的事件。直到东周时期，还引起人们的震惊。孔子认为：夏桀暴其民甚，因而身杀国亡。这是古代思想家比较一致的看法，所以《管子·牧民篇》也说：“政之所兴，在顺民心；政之所废，在逆民心”。《韩诗外传》总结说：“前车覆而后车不诫，是以后车覆也”。故殷可以鉴于夏，而周可以鉴于殷。

那么，作为创业者，如何在历史中获取智慧，避免重蹈覆辙，进而在市场竞争中获得更大的成功呢？

1979年，美国哈佛大学东亚研究所所长埃兹拉·沃格尔教授出版了一本书名为《日本第一》，副标题是“对美国的教训”，引起了全世界的震动。1亿多日本人，挤在一个资源匮乏、狭而长的岛上，经过了二战的打击，仅过不到半个世纪的发展，即一跃成为仅次于美国的经济大国，世界各个角落都有日本的气息。如何解释日本的成功？众说纷纭，而美国环太平洋研究所所长弗兰克·吉布尼的分析很有意义，他认为，日本的成功不是由“政府与企业的合作”、“模仿美国技术”、“无情的贸易竞争”、“阴险的日

本商人”、“只会工作的经济动物”等说法所能阐明的,日本经济的崛起,乃是它将中国孔子的儒家伦理同西方自由的市场经济糅合在一起,并加以巧妙应用所致,或者说是日本成功地熔铸了“合金主义”的结果。奇哉高论,真可谓振聋发聩!

由此可知,中国传统文化中的智慧是何等丰富。这也就是本书的立意之始。

有人预言,将来主宰世界的是商人;有人惊叹,社会最杰出的群体是商人;更有人戏说,商人把顾客当成“上帝”,而历史把商人当成“上帝”。

当您在缤纷世界里享受着商人所提供的商品与服务时,当您在地球的每一个角落看到繁忙的商人时,当您在市场竞争的海洋里领略商人的智慧时,当您看到政府官员、科技精英、学界名流、体坛明星、演艺大腕等各界人士都在直接或间接地扮演商人的角色时,你是否也产生过纵横商海的念头呢?

时势造英雄。市场竞争的客观环境锻炼了商人的意志,提高了商人的素质,强化了商人的形象。今日的商业已是“鸟枪换炮”了。在世界大都市,最繁华的建筑都姓“商”、最吸引各界人士的地方也姓“商”,最容易成为社会热点的问题还是姓“商”。今日的商人,形象高大得多了。他们中的许多人,如沃尔顿、比尔·盖茨、李嘉诚、曾宪梓、张瑞敏等等,他们或由于极富传奇色彩,被捧到“圣人”的地位;或由于具有发财致富的绝招,被人们视为偶像;或由于使企业起死回生,被人们当作“救世主”。

但愿本书能够抛砖引玉,对你有所启发,使你成为未来的李嘉诚、张瑞敏。

康贻祥

乙酉春于晓月苑



第一章 创业规则——为市场开路

经商中的“猫论”/3

商场竞争,优者生存/5

竞争中不能盲目轻敌/7

良贾深藏若虚/10

掌握经商的规律/13

从消费者的需求出发/15

农末兼营创财富/17

适应市场的发展趋势/20

创业者要懂屈伸之道/22

绝不能意气用事/25

居安思危,如履薄冰/27

遵循弹性经商原则/30

把挫折当阶梯/32

勿以胜为喜,勿以败为忧/35

“顾客至上”是黄金律/37

王婆卖瓜,该夸则夸/40

敢为天下先/42



第二章 商业品格——保证事业成长的根本

五德皆备可为巨商/47

创业者的品质/50

利从诚中出/52

商人的无形资产/54

培育成功之“本”/56

人品即商品/59

以德从商/62

信誉是获利之源/65

声誉是竞争的法宝/67

金钱好赚,信誉难买/69

和气生财,以和为贵/71

狭路相逢勇者胜/73

追求财富的胸怀/75

第三章 义利相生——掌握赚钱的原则

义利共生,义举生辉/81

利市天下者,方能利己/86



以小损而换大益/88
见利思义,善行义举/90
予民以惠,长线钓鱼/93
失信于人,自取灭亡/95
买卖争毫厘,仁义让天下/97
开源节流创大业/98
节俭与成本的聚变效应/101
增加一分钱的利润/103

第四章 善抓机遇——谋求发展、创造辉煌

识时务者为俊杰/107
致富就靠慧眼识机遇/109
小商机蕴藏大财富/112
机会是可以创造的/115
信息是经商之“宝”/118
商机就在你的身边/120
捕捉商机贵在神速/122
先人一步,“钱”途无限/124
商机青睐有准备的商家/126



危机中往往蕴藏商机/129

妙算“因机而变”的谋略/131

咬定机会不放松/133

第五章 随机应变——看准形势力争向上

因时而变,掌握先机/137

创业者绝不墨守成规/139

善于因时而变/141

独辟蹊径的创意/143

要善于出奇制胜/145

不急不上火,待机而动/147

要善于推陈出新/149

转换思路得成功/151

审时度势,争取时机/154

借势经营,巧获丰收/157

想做就马上去做/160

善于应变摆脱窘境/162

意外创造奇迹/164



第六章 “商”不厌诈——与狼共舞的智慧

经商的实质是奇正变化/169

奇正经营商战无敌/171

因势变化,妙用奇兵/175

故弄玄虚,隐蔽弱点/179

“敢”赔“肯”吃亏/181

摒弃消极的心态/183

善于引领潮流/186

洞悉需求动向/188

智慧创造财富/190

创业者的眼光/193

掌握仁义的分寸/195

第七章 人才战略——让别人帮你赚钱

巧匠手中无弃材/199

商人眼里无废物/201

人才就是钱财/204

用当地人为你赚钱/206



- 量才而用/209
- 治众如治寡/211
- 激励下属为你工作/213
- 运用好激励这门艺术/215
- 学会刚柔相济/217
- 关心下属的需求/220
- 不求完人,但求能人/222
- 选用骏马贤才/225
- 善用他人智慧和金钱/228
- 不拘一格,任人惟贤/231

第八章 以人为师——学名商鉴古通今

- 儒商之祖——子贡/237
- 经商良策——计然/240
- 陶朱公——范蠡/242
- 趋利避害——管仲/245
- 天下治生祖——白圭/248
- 红顶商人——胡雪岩/251
- 洋务商人之最——盛宣怀/253



赤脚财神——虞洽卿/256

翻覆风云——郭琳爽/259

取长补短——张謇/262

《盛世危言》——郑观应/266

借势借力——郭令灿/269

第九章 他山之石——学商帮经营规模化

守信不欺——山西商帮/273

贾而好儒,贾儒结合——徽州商帮/283

太阳无时不普照粤人社会——粤商/287

讲求信用,走致富之道——山东商帮/290

参考文献/293

后 记/294

第一章



创业规则——为市场开路

市场造就商人，商人成就市场。商人与市场的关系就是如此紧密。市场不是简单的商品交易的场所，而是创业者用智慧和汗水营造的赚钱、发财的舞台，创业者是这台上的主角，如何演好自己的角色，就要凭借自身的“武功”了。

作为一个成功的生意人，首要条件是掌握市场动态，关注客户对产品及其服务是否满意。产品的畅销或滞销，必有各种原因，那些原因就是该项产品能否继续存在的关键，所以，追寻消费者对产品的印象，重视市场上的一切变化，是不可或缺的一环。

经商中的“猫论”

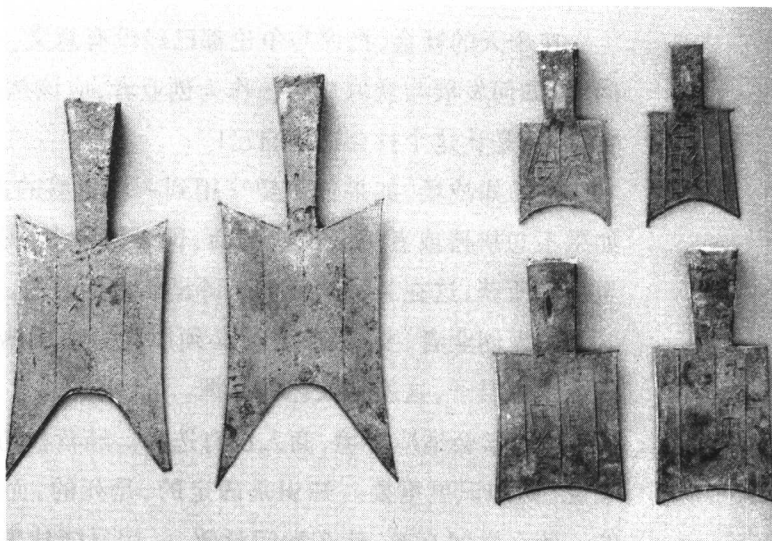
经商需要掌握一些规则，目的在于经营时少付出一些代价、少承受一些压力、多获取一些合理的利润。有些经营技巧是对事物发展规律的把握，并不是学识渊博或天资聪明就能做到的。

让我们从历史说起：春秋战国时代，鲁国有个非常喜欢钓鱼的人，为达到垂钓的目的，他在自己的钓具和饵料上花了很大的心思：他首先用名贵香料肉桂制成鱼饵，再用黄金打造出非常精致的鱼钩，又在鱼钩四周镶嵌上白银丝线和精巧的美玉，用极其珍贵的翡翠鸟的羽毛来装饰钓鱼绳。

开始钓鱼时，他便早早地来到河边，选择一个很适当的位置，姿势优雅，正襟危坐。从他手持钓竿的姿势和选择的钓鱼位置可以看出，他毫无疑问都是极其标准规范的，还能显示出垂钓者的优雅和闲适气质。

他满以为如此投入就会有丰硕的收获，然而，就这样一日复一日，每到傍晚结束时，别人满载而归，而他却两手空空，偶尔有所收获也就小小几条，他不明白这是什么原因。

由此使我们想到美国商业管理专家S.H.利特尔曾说过的一句话：“第一流



空首布——中国早期的金属铸币

的成就往往是在最简陋的房子里完成的。我们做任何事情,如果只将注意力单纯放在外在的形式上,而忽视了其实际的效果,过分追求搭花架子装点门面,这是很难有所收获的。”

经商亦然,有人开店经营,极其重视门面的装修,却不重视商品的质量和掌握经营之道,这不就像那位垂钓者一样吗?他又怎么能把生意做好呢?

我国改革与开放的总设计师邓小平曾引用过一句著名的四川农谚说:“不管白猫黑猫,只要捉住老鼠就是好猫。”刘伯承在总结刘邓大军所向披靡的原因时也说:“没有别的秘密,一切看情况,打赢了算数。”

“猫论”是行军打仗治理国家的利器,它又何尝不是我们经商成功的不二法门呢?

在经营过程中,如果说知识是创业者的实力的话,那么技巧就是战略战术的运用,就是在不同环境中洞察对手,发展自己的能力。它能让我们见不同的人说不同的话,见利不忘义,见机不妙就委曲求全、另谋出路。

盲目经商的人只能处处碰壁,时时受伤。这不仅是对自己不负责任,而且事业失败的损失,往往是永远无法挽回的。

在今天的社会,批评与争论都已经没有意义,有实质意义的只是一个问题:如何发展与获取成功。作为创业者,应该是自己去主动适应这个社会,而不是让这个社会适应自己!

商场如战场,如果你渴望享用到一场丰盛的人生大餐,就必须拼搏。如果不想拼搏或者不会拼搏的话,付出得越多,得到的就越不成比例,甚至一无所获,这在某种程度上来讲是非常残酷的。

作为创业者,要想成功,就必须成为一个成熟的市场经济人,而不是一个谦谦君子,这就是技艺的掌握。

除了学会适应环境,商人没有选择。经营技巧的学问,对于事业成功来说,比知识更重要。知识是固定的,是死的,而技巧却是变动的,是活的。什么学问有效,什么学问没效,一切只能让事实来评说:不管白猫黑猫,只要捉住老鼠就是好猫。