

日本 五大商帮

[韩]

洪夏祥/著
千太阳/译

上策留人

中策留店

下策留钱



中信出版社 CITIC PRESS

日本 五大商帮

〔韩〕洪夏祥 著

千太阳 译



中信出版社
CHINA CITIC PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

日本五大商帮：上策留人，中策留店，下策留钱 / (韩) 洪夏祥著；千太阳译. —北京：中信出版社，2011.8
书名原文：일본의 상도
ISBN 978-7-5086-2819-6

I. 日… II. ①洪… ②千… III. 企业管理—经验—日本 IV. F279.313.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第 095746 号

Copyright © 2009 by Hong Ha-sang (洪夏祥)

Simplified Chinese characters translation edition © 2011 by China CITIC Press

All rights reserved.

This Simplified Chinese characters edition was published by arrangement with
Changhae publishing company through Imprima Korea Agency
and Qiantaiyang Cultural Development (Beijing) Co., Ltd.

本书仅限中国大陆地区发行销售

日本五大商帮——上策留人，中策留店，下策留钱

RIBEN WUDA SHANGBANG

著 者：[韩] 洪夏祥

译 者：千太阳

策划推广：中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行：中信出版集团股份有限公司 (北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)
(CITIC Publishing Group)

承印者：北京诚信伟业印刷有限公司

开 本：787mm × 1092mm 1/16

彩 插：6

版 次：2011年8月第1版

京权图字：01-2010-8215

书 号：ISBN 978-7-5086-2819-6 / F · 2338

定 价：36.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书，如有缺页、倒页、脱页，由发行公司负责退换。

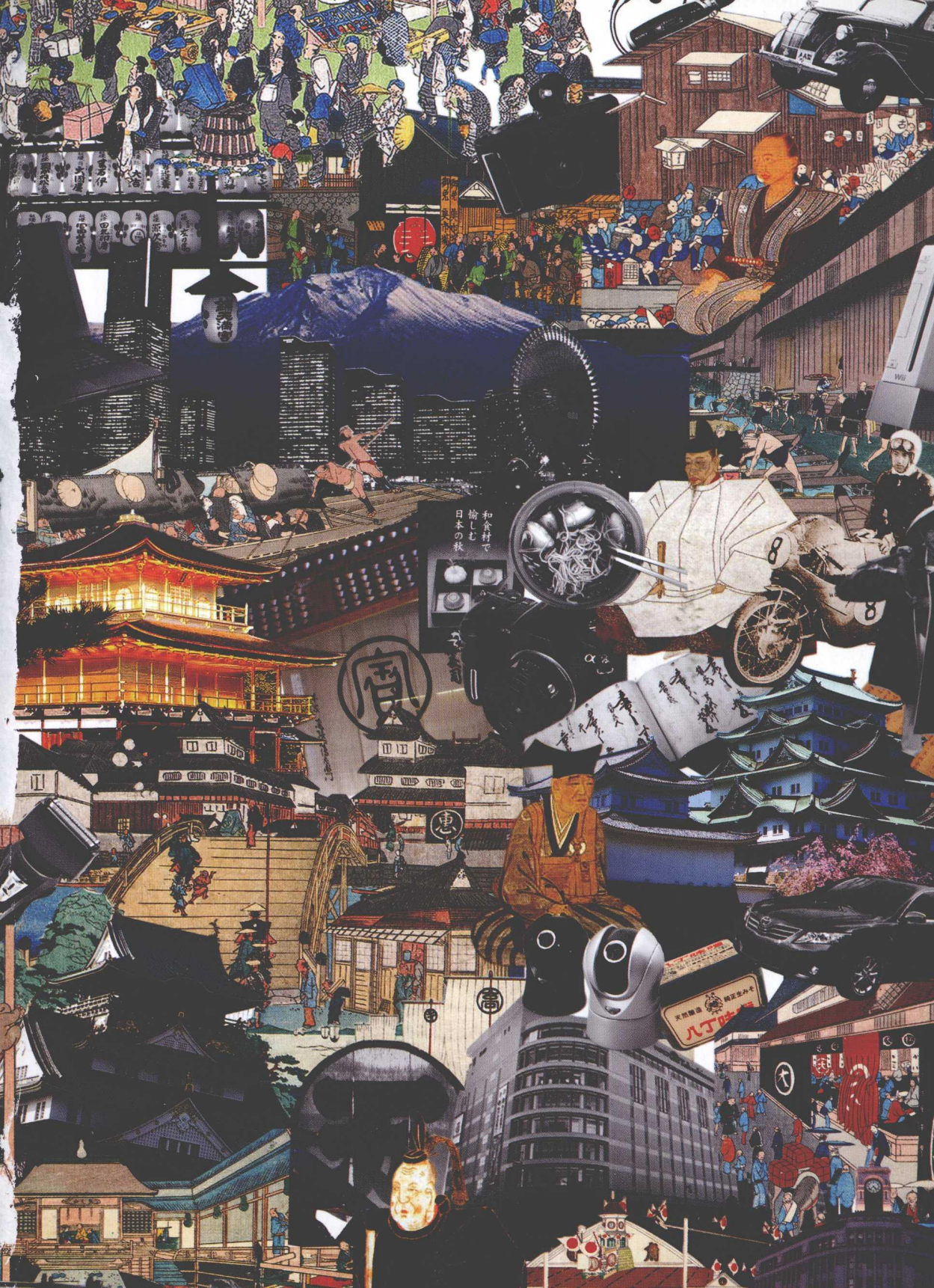
<http://www.publish.citic.com>

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

服务热线：010-84849283

服务传真：010-84849000

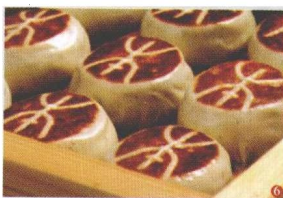
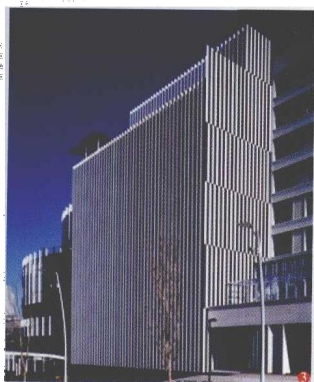


大阪商人

信誉第一，
利益第二。



- 金刚组：“社长始终要生活在第一线。”
- 日清食品：“将奇思妙想和传统相结合，创造出前所未有的产品。”
- 大丸百货：“企业的利益来自于消费者。所以，比起追求一己私利，与顾客们共繁荣、互利共赢更为重要。”
- 三越百货：“不要穿丝绸衣服。饭桌上不要有3样以上的菜。事业要以长子为中心，兄弟之间要团结起来一起拼搏。”



1. 大丸百货
2. 三越百货的象征——狮子像。
3. 三得利大厦
4. 住友集团
5. 骏河屋
6. 骏河屋的日式点心

- 三得利：“水的质量直接决定威士忌的口感！我们要做的就是去寻找最好的水源。”
- 住友集团：“正直、慈悲、清静。”
- 骏河屋：“给日式点心注入四季的味道。”
- 朝日啤酒：“用逆向思维去开荒。”
- 松下电器：“欲造物，先造人。”

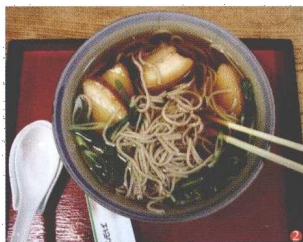
京都商人

商者利人亦利己。比起眼前的利益，让对方感觉到实惠，才是长时间做买卖的基础，还能给所有人带来帮助。

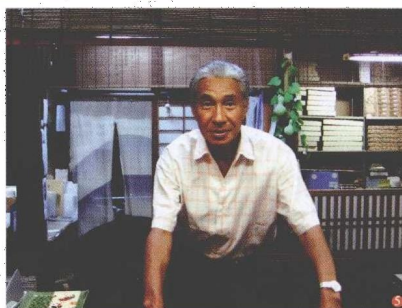


京都，在漫长的1200年间一直是日本的首都。由于京都人一直生活在都城，因此他们具有特别的自尊心，所以，在经历了几代人之后，这片人杰地灵的沃土上孕育出了京都商人独有的信用文化。而正是这1000多年历史的信用文化，使京都这座美丽富饶的古都，给了无数个世界级企业诞生、发展的环境和条件。

- 尼吉康：“有礼貌的人和会做家务的人，工作能力也很强。”
- 任天堂：“为公司的荣誉而战。”
- 罗姆股份有限公司：“把小技巧整合成大技术。”
- 松叶（140年历史的鲑鱼荞麦面老店）：“让我们的荞麦面成为无公害食品的代名词。”
- 村田制作所：“创造他人无法仿制的产品和无法效仿的团队。”
- 日本三垦：“细分事物，会让人们从中看到更多的东西。”
- 岛津制作所：“常识的对立面是独创。”
- 有次（450年历史的厨房刀具厂商）：“研究出世界上首个将熟铁与钢铁相融合的技术。”

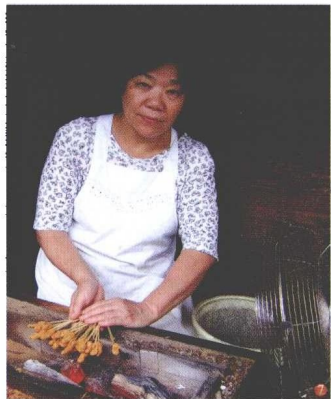


1. 任天堂大厦
2. 松叶的鲑鱼荞麦面
3. 有次专卖店
4. 尾张屋入口的暖帘
5. 尾张屋第 15 代传人——稻岗传左卫门



- 尾张屋（600 年历史的荞麦面老店）：“为求最好的荞麦，徒步走上 1 000 公里也心甘情愿。”
- 华歌尔：“迎合时代及个人需要。”
- 一和（1 010 年历史的烤年糕老店）：“把心的温度维持在 28 度。”
- 日本电产：“聘用吃饭快的人。”

- 一保堂 (290 年历史的茶铺): “卖劣质茶叶, 不如关门打烊。”
- 十三屋 (140 年历史的梳子专卖店): “在无声中吸引顾客。”
- 堀场制作所: “现场有神灵。”



- 6. 华歌尔大厦
- 7. 一和烤年糕第 24 代传人——长谷川千代
- 8. 一保堂茶铺
- 9. 十三屋的梳子



近江商人

为一分利行千里。



近江商人肩扛磅秤，将本地的布料运输至各地，他们熟悉各地的物价和供求需要，因此具备无限的供货能力。他们以薄利多销的方式，积累了大量的资本并掌握了日本的商权。

- 大阪西川：“要具备解读时代变化的眼光和先行一步的经营理念。”
- 高岛屋百货：“顾客没有贫富贵贱之分。”
- 东棉股份有限公司：“世界各地都是我们的舞台。”
- 西武集团：“乘直升机，在天空指挥。”



1. 大阪西川的各种产品
2. 高岛屋百货
3. 西武集团

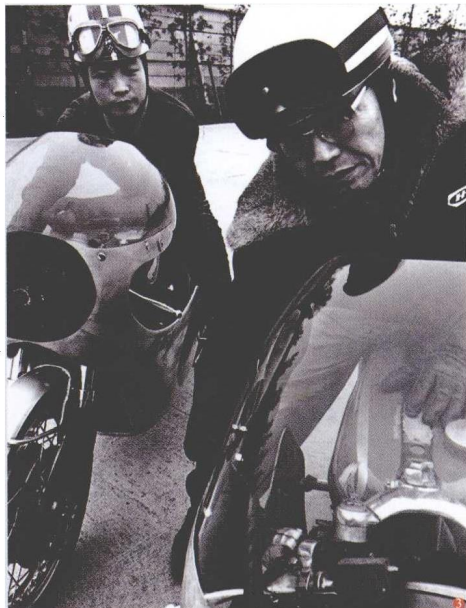
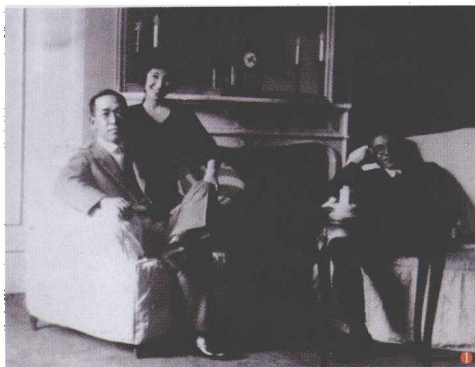
名古屋商人

要具备彻底的匠人精神。在选择企业继承人的问题上，一定要公平，不能被血缘关系所束缚。在企业经营、特别是在资金的管理上，一定要保守谨慎。



名古屋商人的处事风格是非常保守的。他们的经营模式讲求审慎，所以市场扩展方面的活动量也相对较小，特别是对融资和贷款等冒险行为非常排斥。名古屋的商人把“无债、健康、无赤字”视为最根本的经营理念。

- 神清：“我们最好的产品是对顾客的真挚感谢。”
- 河原包装业：“从纸张到包装手法，都要随着时代的改变而改变。”
- 金印集团：“做出时代所需要的味道。”
- 日本电装股份有限公司：“就算抛弃技术，也不能抛弃员工。”
- 丰田汽车：“现场员工决定一切。”
- 松坂屋百货：“让顾客感到安逸是最重要的。”
- 新日本制铁：“浦项制铁（POSCO）曾在此学过技术。”
- 日本爱信精机公司：“只有造出令人难以置信的产品，才能成为国际大公司。”
- 爱知制钢：“制钢专业户。”



1. 丰田汽车创始人——丰田喜一郎和丰田利三郎
2. 八丁味噌
3. 本田汽车创始人——本田宗一郎

- 玉水屋眼镜店：“保护视力，增强效率，明镜止水，眼镜艺术，文化增进，诚实诚信，自我反省。”
- 坂角总本铺：“通过不间断的革新发挥持续性的力量。”
- 八丁味噌：“我们有 700 年以上的历史。”
- 本田汽车：“不工作的人才不会失误。我们不需要这种人。”
- 平松食品：“给鱼罐头注入日本的味道。”
- 日立制作所：“从造船到电子产品，从电子产品到尖端技术，进化就是我们的生命。”

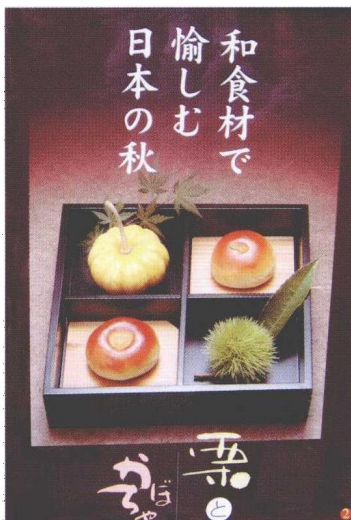
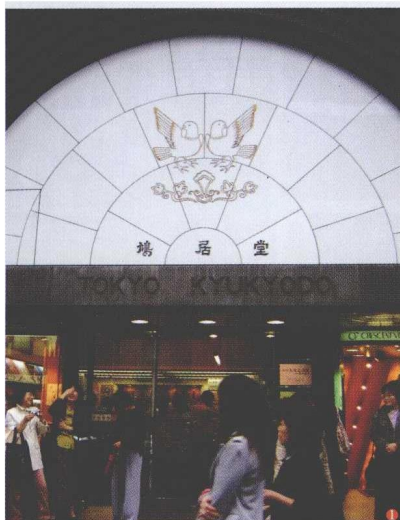
东京银座商人

虽然价格昂贵
但质量上的优势可以弥补一切



东京的银座是日本通向世界的门户。明治三年（1870年）之后，海外人士开始以银座为登陆点，大批涌入日本，将西方的文明和文化以此灌输到这座狭长的岛屿上。当地商人的经营模式也随之发生了翻天覆地的变化。现在，银座因高质量的商品和细腻周到的服务而闻名海内外，成为世界三大名街之一。

- 鸠居堂：“非常昂贵！但我们能保证这是世界上质量最好的商品。”
- 木村屋：“作为日本豆沙面包的鼻祖，我们的目标是做出日本最好的豆沙面包。”
- 田屋：“所有的营业员都是顶尖的设计师。”
- 高桥西服：“我们的每一个员工，都是服装设计师。”
- 明治屋：“让消费者用最低廉的价格，购买到最实惠的商品。”
- 千正屋：“虽然价格昂贵，但味道的确是世界第一。”



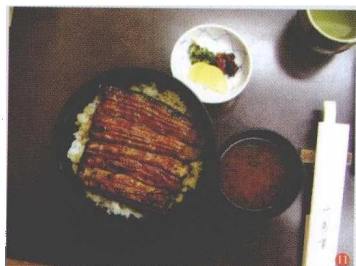
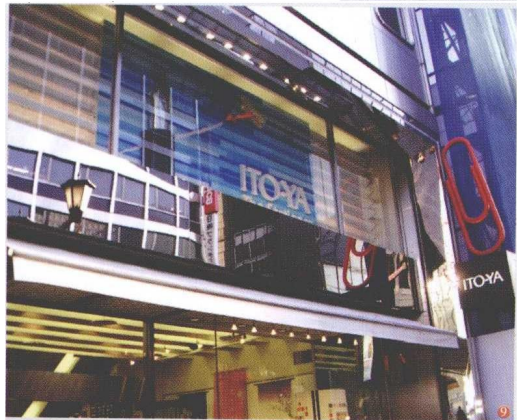
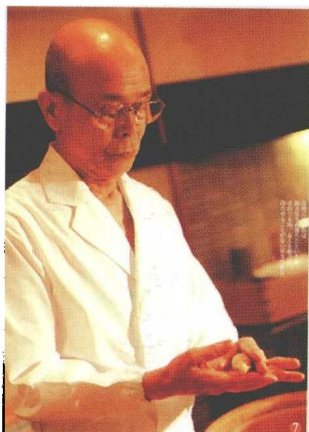
1. 鸠居堂の入口
2. 木村屋の面包
3. 田屋的领导
4. 高桥西服社长——高桥纯
5. 明治屋的专柜
6. 千足屋专卖店



- 数寄屋桥次郎：“我的手上有 75 年的寿司史。”
- 和光百货：“和光的选择，不会有错。”

• 伊藤屋：“我们的眼镜要在各地‘入乡随俗’。”

• 竹叶亭：“我没有从在我们店内吃鳗鱼饭的顾客口中听到过‘失望’二字。”



7. 世界上最年长的三星主厨——数寄屋桥次郎的小野二郎

8. 和光百货

9. 伊藤屋专卖店

10. 伊东屋社长——孝之

11. 竹叶亭的烤鳗鱼饭

日本有五大商帮。

他们分别是京都商人、大阪商人、近江商人、名古屋商人和东京银座商人。在这些商帮中，最长的具有1 000多年的历史，最短的也100年有余，并且各有属于自己的商道。

现在的京都，具有1 000年以上经营史的店铺有6家。主营结婚用品的“源田”，经营史约为1 300年，扇子专卖店“舞扇堂”约1 200年，“一和”烤年糕1 010年……难能可贵的是，这些老店经过历史的风吹雨打，至今还依然健在。令人感到不可思议的是，在京都这座古都，有100年以上历史的店铺居然有500家以上。

这些老店经过数百年的经营，积累的不光是物质上的财富，还打造出了属于自己的商道。他们的商道就像DNA一样代代相传，并且经过多次的改良和进化，在京都这座古都孕育出了无数个世界级大型企业。任天堂、京瓷、日本电产、村田制作所、华歌尔等30多个世界级大型企业都是京都商人们的智慧结晶。

金刚组是大阪的一家建筑公司，创办于578年，是世界上最古老的家族企业。由于有了第一个敢吃螃蟹的人，所以在大阪刮起了“大商人时代”的风潮。如今的大阪，具有400年~500年历史的店铺和企业不计其数。大阪人敢于拼搏的奋勇精神孕育出了属于自己的商业文化，也就是大阪商人们的商道。自从在家

电行业呼风唤雨的松下集团被世人所知以后，三井股份有限公司、朝日啤酒、三得利、野村证券等企业相继崛起，并纷纷成为了享誉国际的著名企业。

近江商人被称为“日本的开城商人”。在 400 年间，他们主要通过出售蚊帐、药品等生活用品积累了丰厚的财富。代表近江商人的大型企业有丰田汽车、日本生命（保险公司）、伊藤忠、东棉集团等。虽然现在的丰田公司属于名古屋经济圈，但其实起源于近江。

名古屋的经商之道也拥有 400 年以上的历史和传统。例如三菱集团、新日本制铁、日立制作所、本田汽车、日本电装股份有限公司等世界级大型企业，均出自于名古屋。

在东京，有 100~400 年经营史的店铺有 400 多家。具有代表性的世界级大型企业有索尼、资生堂、夏普电子等。

可以说，当今日本的世界级大型企业都出自于这五大商帮。

笔者为探索世界经济强国——日本，在过去的 7 年时间里亲自前往日本进行资料的收集和采访工作，专门研究日本五大商帮。

之后，笔者相继创作出了《大阪商人》（2004）、《信用——东京商人》（2006）、《商神——京都商人》（2008）等作品。此次，献给读者的正是这部汇总日本五大商道文化的《日本五大商帮》。

虽然因全球金融危机的影响，日本的经济状况大不如前，但是笔者认为，日本的经济实力还是非常雄厚的。笔者在日本的时候，听说书店里有很多关于各地方商人文化的书籍，却缺乏结合日本各地域商道的汇总图书。因此，笔者以过去的 7 年采访和资料的收集为基础，写出了本书，并且希望能够以此给读者朋友们带来帮助。

最后，欢迎读者们提出宝贵的建议。

洪夏祥