

45

世界著名人物传记丛书

世界著名 商人传

主 编 杨海军

副主编 袁俊杰



河南人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

世界著名商人传/杨海军主编. - 郑州:河南人民出版社,2000.7

(世界著名人物传记系列)

ISBN 7-215-04669-9

I. 世… II. 杨… III. 商人-传记-世界
IV. K815.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 11822 号

河南人民出版社出版发行(郑州市农业路 73 号)

河南第二新华印刷厂印刷 新华书店经销

开本 850×1168 1/32 印张 15.75 字数 395 千字

2000 年 7 月第 1 版 2000 年 7 月第 1 次印刷 印数 1-3 000 册

定价:28.00 元

商人、商业精神和商业繁荣

(代序)

在人类历史漫漫的长河中,商人,这一社会群体的出现,对文明的进步、社会的发展无疑起到了积极的促进作用。作为一个独特的社会阶层,他们在沟通人类贸易往来、引导消费、促进商业繁荣方面的贡献是无可估价的;作为一个个具有鲜明特征的商人个体,他们又在不同的历史时期、不同的民族范畴、不同地区不同国度里诠释着一则则令人回味无穷的故事。他们的传奇经历,或使人拍案叫绝,或引人遐想无限。社会因他们的存在而变得生机勃勃、充满活力;世界因他们的劳作而越发多姿多彩、佳境纷呈。

文明出现在不同地区,商人生活在不同国度。在不同文化背景的社会大舞台上,商人们扮演着特定历史环境赋予他们

的特殊角色,自编自演着一幕幕精彩绝伦的活话剧,或喜或悲、或哀或乐,或轰轰烈烈或一败涂地。留给世人几多赞叹、几多惋惜!

商人在不同的社会文化背景下扮演着不同的角色,在不同的社会环境中也享有着不同的社会地位。在西方,商人们可以堂堂正正经商、理直气壮赚钱,人们对其赞誉不断、尊敬有加;在东方,商人们则畏畏缩缩做人、战战兢兢敛财,人们视之为异类,不齿与之为伍。在不同的地区国度,商人们的地位千差万别,同人们对商人的认识和评价也是密切相关的。在中国古代社会相当长一段时期,商人被人们视为“无奸不商”的小人,他们“惟利是图”、“坑蒙拐骗”,丧尽天良之事无所不做,因此,他们在生活中连“八娼九儒”的最下层地位都无从占有。在“君子喻于义,小人喻于利”的道德标准下,商人们所赚之钱也就成了“不义之财”,他们不敢独自享用这些充满“铜臭味”的“身外之物”。有钱以后,要么买官鬻爵,寻找靠山,使自己免遭杀身之祸;要么广济博施,行善一方,为家人获得“义”名。于是,商人便不再是原来那种意义上的商人,于是,商人便成了“官商”、“儒商”、“侠商”、“义商”。19世纪中叶,当外国的军舰大炮打开中国大门,洋货和洋人纷纷拥进中国市场的时候,“买办商人”又应运而生……千百年来,中国商人往往生活在权势的“阴影”下,道德的“桎梏”里,因此,他们也常常迷失自己,他们的命运往往操纵在别人手中,同时,他们也往往生活在矛盾、迷惘、痛苦之中。

当改革开放的大潮在中国一浪高过一浪的时候,经历了思想观念革命的人们对商人的认识仿佛一夜间发生了翻天覆地的变化。当人们对“让一部分人先富起来”的提法由震惊、迷惑到坦然处之和欣然接受,当人们对“谁富谁光荣”的口号不再持有异议而去积极实践的时候,经商已不再是躲躲闪闪见不得人的事了,商人也由过去的“奸诈小人”变成了时代的“宠儿”。在商品大潮的冲击下,许多人纷纷投身商海,一时间,经商几乎成了最时髦的事情。

“十亿人民八亿商,还有两亿待开张”这句带有调侃性质的顺口溜真实地反映了人们想过把商人瘾,赚笔额外财的特殊心态。商人成为社会的“弄潮儿”,是人们对商人的认识发生逆转性变化的重要标志。

在西方英美等国家,情况与中国有所不同。在原始社会解体,奴隶制国家形成的过程中,由于特殊的地理环境、特殊的历史条件,他们往往是靠工商业立国。在这种情形下,商人不仅是国家疆域的开拓者、社会财富的敛集者,而且作为一个特殊社会阶层,他们往往成为国家统治机构里重要的组成部分,并在国家的政治、经济、文化生活中发挥着重要作用。社会发展到今天,西方商人和东方商人仍然明显存在着差异。西方商人俗称有三高,即智商高、学历高、地位高,而东方商人至少是在后两项上难以与之相匹敌。西方文化背景下成长起来的商人与生俱来就担负着与东方商人不尽相同的历史使命,他们不仅能在经济领域内呼风唤雨,而且能在政治生活中翻云覆雨,甚至对国家的立法和外交都能产生巨大的影响。

改革开放 20 年,中国社会正发生着日益深刻的变化,世界也正关注着中国社会主义市场经济体制的建立将对各国经济发展所产生的巨大影响。国际合作加强、国际经济一体化的趋势加快,为中国商人施展才华、冲出国门提供了百年不遇的机遇;而中国丰富的资源、辽阔的市场又为外商构筑了一个攫金聚银、再现风采的人生舞台。中国商人要冲出国门,外国商人要闯进中国,东西方商人的冲突、碰撞甚至是厮杀已在所难免,同时,东西方商人的交往、交流以至于相互学习、取长补短也势在必行。有人说“市场没有国界”,也有人预言:“21 世纪是华商的时代。”无论怎样,人们都可以相信,在 21 世纪这个更为广阔的社会大舞台上,中外商人都会利用他们的聪明才智、利用现代化高科技手段,紧紧抓住新时代所带来的一切机遇,创造出更为令人瞩目的业绩。

商人是伴随着生产力的发展、社会分工的成熟以及随之而来的商品交换的出现而出现的。这一时期,大致是原始社会解体后的奴隶社会初期。中外商人的诞生及商人阶层的形成经历大致相同。

两河流域是人类文明的发祥地之一。大约在公元前 3100 年至公元前 2700 年,两河流域的农业、畜牧业和手工业均有发展,商业也开始发生,商人出现。

两河流域的苏美尔城邦的捷姆迭特·那色时期的铭文上称这种商人或商业经纪人为“沙普—加里”。以后,随着贸易特别是远距离对外贸易的发展,居间的职业商人成为一个特殊的社会阶层。两河流域称这种商人为“达木卡”,意为国王和神庙的商业代理人。“达木卡”不仅进行贸易,而且还经管国家税收、兼放高利贷和经营土地。他们手下,还拥有一批专门帮助他们从事贸易活动的“零售商”,称之为“沙玛鲁”,他们已成为统治阶级重要的组成部分。到古巴比伦王国时期,“达木卡”的社会地位得到进一步提高,他们已成为一个新兴的商业高利贷奴隶主阶层。古亚述王国时期,通过大规模地对外侵略扩张,势力曾达到地中海沿岸,古亚述的商人们通过军事远征,在小亚东部的卡尼斯等地进行殖民活动,建立起自治的政治组织,成为当地掌握国家政权的奴隶主统治阶级。

随着地区间贸易交往的增多,商人们活动的区域逐渐扩大,于是在文明发源地及周围地区逐渐形成了最早的国际商业通道。两河流域之地也称之为美索不达米亚,是连接与埃及、印度、伊朗、地中海沿岸等地进行区间贸易的陆上商道中心。这里主要有两条商业通道。一条是从幼发拉底河出发,向西经叙利亚草原到地中海沿岸、经巴勒斯坦至埃及;另一条是经底格里斯河到苏萨古城,穿

越伊朗高原到达印度河流域。这一时期,商人们进行贸易的海上通道也有两条。一条是从地中海沿岸的毕布勒向南地中海东岸到达埃及,向西经塞浦路斯抵克里特岛再通往希腊大陆;另一条是从波斯湾经阿拉伯海到印度河口,或沿阿拉伯东部海岸经红海到埃及和蓬特。(丁·皮尔索《历史的潮流》,第五章,第一节《三千纪的商路》,伦敦 1962 年版,第 59~61 页。)除了以上提到的外,还有许多区域间的通道把东北非洲与西亚和爱琴海地区紧密地联系在一起。

这一时期,商人个体的经商活动由于受到客观条件的限制,在对外贸易中并不占据主导地位。伴随着商人和平贸易而进行的往往是贸易和掠夺并存的军事商业远征。埃及第三王朝法老斯尼弗鲁时期,曾派遣庞大的商队,一次就从地中海沿岸的商业城邦腓尼基运回 40 船雪松;第五王朝法老萨胡拉也从西亚地区掠夺来熊、容器、橄榄油、琥珀等(《帕勒摩石碑碑文》)。史料还记载埃及大臣胡福霍尔曾四次率领商队深入非洲腹地,其中一次带了 300 头驴驮运谷物、香料等到努比亚部落进行交换。两河流域的军事商业远征更具特色,苏美尔史诗曾记载乌鲁克城统治者恩美尔格尔曾率商队兵临伊朗地区的阿拉特城下,用粮食、牲畜换回了阿拉特城提供的金、银、铜、锡、玉石及建筑石材、木材等。这一时期,军事商业远征虽然在商业活动中占据主导地位,但不同地区商人之间的贸易活动也越来越频繁。腓尼基商人、希腊商人、罗马商人、印度商人、阿拉伯商人、英国商人纷纷活跃在世界贸易通道的各个尽头,开始以不同的经营风格和鲜明的个性特征在经商活动中一展风采,备受世人瞩目。

中国商人大致诞生于公元前 21 世纪至公元前 16 世纪的夏商时期。这一时期,中国古代社会发生了农业、手工业与商业的分工,随着商业的出现,商品生产和商品交换的发展,行商阶层开始出现。尧、舜、禹时代,史料记载“帝舜”在接受尧“禅位”之前,曾

“贩于顿丘，就时负夏”(《尚书·大传》)。《尸子》也记载舜“顿丘买贵，于是贩于顿丘，传虚卖贱，于是债于传虚”。如果史料记载准确的话，舜就成为中国买贱卖贵、从事商业活动的第一人了。

夏朝后期，史料记载中的商族人的祖先王亥，曾驾着牛车、载着帛、带着牛，在各部落间进行贸易，他甚至驾车到黄河北岸经商，后因行为不检点而被人所杀，商品和牛车也被人夺走(《山海经》注引《竹书纪年》)。王亥经商的传说，是我国史籍中有关“商人经商”的较早记录。

如果说夏朝有关商人的记载有传说成分的话，那么商代商业的发展、商人的出现已成为不争的事实。在商代直至西周的城市里，已出现了商业比较集中的“市”，市内还设有反映行业性质的“肆”，说明当时的城市商业已具雏形，随着商品交换的种类增多、商业活动的范围和规模扩大，商业的表现形式也越来越丰富多彩，从商、西周直至唐、宋、元、明、清，商业活动一直延续几千年经久不衰，表现出旺盛的生命力和独具魅力的精神内涵。在这一过程中，商人也从“个体”变为“职业”的代称。随着以经商作为谋生手段的人增多，商人阶层开始出现，商业派系也逐渐形成。商人在社会经济生活中所发挥的作用也越来越重要。

商人阶层的出现是第三次社会大分工的产物。但是商人作为一个阶层出现以前，在简单商品流通和货币流通存在的条件下，已经陆续出现了以媒介商品交换为职业的个别商人，王亥驾车经商就属此类。到商代，商人从事商业活动已不是个别现象，《古史考》记载，商代后期，曾辅助周文王的吕尚，也即人们所说的姜子牙在得文王赏识之前，曾“宰牛于朝歌，市饭(贩)于孟津”，在朝歌和孟津之间从事贸易经商活动。随着商业贸易活动的频繁，商人阶层开始形成。史书关于“殷人重贾”、“殷人重富”的记载，反映了商族人重视商业的程度，也反映了商人作为一个独特的社会群体而存在的事实。由于殷人多善经商，因此，周灭商后，巩固政权统治的

一个重要手段,就是把这些殷遗民固定在一定区域范围内,让他们专门从事商业贸易活动,由于这些人是亡国之人,政治上没有任何权利,又失去了土地,因此,只好以经商为职业,逐渐成为一个独特的行业群体。殷遗民从事商业活动因为有人为的因素,而这种职业操劳奔波,为贵族所不齿、庶民所不能为,因此,有人推断,这就是中国轻商贬商的历史遗俗的根源所在。

因为经商能够获取利润,因此,奴隶主往往把经商的权利控制在自己手里。商周时期,实行官商制度,史书记载的内容为:“公食贡,大夫食邑,士食田,庶人食力,工商食官,皂隶食职。”(《国语·晋语》)。所谓工商食官,就是指工商业活动由官府控制,而从事工商业活动的则是手工业和商业奴隶,他们隶属于官府,由官府提供简单的饮食,其地位低下,且世代相传。商周时期,除了实行“工商食官”制度外,有些奴隶主贵族因垂涎利润,往往直接经营商业,他们的经营实际上就是驱使商业奴隶为其贩运商品。在这样的情形下,商人的社会地位低下就成为很自然的事情。

春秋时期,中国社会发生了从奴隶社会向封建社会的转换,在这一历史过程中,随着商业的发展与繁荣,商人阶层开始分化,分为行商和坐贾,关于行商和坐贾,史书这样区分:“商之为言章也,章其远近,度其有亡,通四方之物,故谓之为商也。贾之为言固也,固其有用之物,待以民来,以求其利者也,故通物曰商,居买曰贾。”(《白虎通》)这就是说,行商是走村串寨进行沿途买卖的商人,坐贾是有一定的场所,招徕他人来买东西的商人,商人经商的方式有所分化,经商的区域有所扩充,反映出商业的发展和商人阶层的兴盛程度。

商业发展和商人阶层分化的结果之一,是这一时期出现了许多有名的大商人,郑国商人弦高因“爱国”而出名,子贡则因提出“物以稀为贵”的经商法则而为后人所推崇,范蠡更因为总结出一整套经商理论并运用于实践而被人们尊称为“商圣”、“商祖”。春

秋后期,商业发展又出现了新情况,私人工商业在得到长足发展以后,“工商食官”的格局逐渐被打破,“富至千金”、“家累万贯”的名商大贾纷纷涌现,比较著名的就有农、工、商并举的猗顿,凭冶铁发家的郭纵,靠畜牧致富的乌氏倮,以经营农副产品见长的白圭,因投机而发财的吕不韦等。自此以后,尽管重农抑商的政策在各个朝代多有实施,但随着商业的发展,历代名商仍层出不穷,像本书所提到的郑和、汪直、古耕虞、胡文虎、胡雪岩、虞洽卿、冼冠生等,均是典型代表,他们用自己奇特的人生经历向后人诉说一个个动人曲折的故事,更为世人留下了一笔宝贵的精神财富。

二

商人在经商活动中总结出来的经商理论、经商法则,或在经商活动中所遵循的原则,所贯彻的思想,历来被人们视为一笔宝贵的财富。这些经商理论、法则、原则、思想在经商活动中体现为一种商业精神,多流传至今,并对新时期的商人们产生着潜移默化的影响。

商人经商的目的,就是为了获得利润,在这一点上,中外商人无一例外的相同。

两河流域的“达木卡”在为国王聚集财富的同时,自己也兼做“中间人”,通过“零售商”来为个人赚取利润;埃及的庞大商队浩浩荡荡,兵临城下,不惜兵戎相见也要与对手进行“贸易”,也是受巨额利润驱使。阿拉伯商人的骆驼队在炎热的沙漠中艰苦跋涉,英国商人的船队在浩瀚的大海里颠簸航行,犹太商人在险恶的环境中疲于奔命,美国商人的脚步在新技术革命的浪潮中踏遍世界……商人们所有的行动,多是为追逐利润所致。中国商人经商的目的自然也是为了追逐利润,中国古代著名思想家管仲在《管子·禁藏》中写道,“其商人通贾,倍道夜行,夜以继日,千里不远,利在

前也”，这就是说，中国商人经商的最根本动因也是一个“利”字所驱使。然而，在实际生活和经商实践中，中外商人在“利”这个实实在在的东西面前却表现出不同心态，并由此而演绎出不同的精神理念。

西方商人在经商活动中从不掩饰自己追逐“利润”的目的，在他们眼里，经商获利是理所当然、天经地义的事情，商人经商不获利、不赚钱对他们来说简直是不可想像的，赚了钱而不敢言利对于他们来说同样是不可想像的。为赚钱他们可以放下人情、面子，他们可以“先小人、后君子”与对手讨价还价，甚至与朋友、亲戚、熟人撕破脸皮，但这并不影响他们在生意场下仍与人保持着友谊和亲情。

中国商人言利就比西方商人含蓄得多了。在“君子喻于义，小人喻于利”的古训下面，中国商人一方面遵循“君子爱财，取之有道”的经商原则，另一方面又提倡“重义轻利”的经营作风，他们赚钱不能多言钱，获利还不能忘义，这种矛盾心态往往伴随着他们经商活动的始终。因为重人情、重义，中国商人往往习惯于与朋友、熟人、同乡、亲戚做生意，因为是朋友、熟人、同乡、亲戚，因此，在做生意的过程中他们往往注重亲情，习惯于口头协议，一旦与对方建立了良好的关系，他们便以“信誉”和“情义”作为双方相互联系的保证，有时并不计较经商活动中的某些利益得失。因为“义”字当头，因此在经商活动中往往坚持“以义制利”、“诚信无欺”的经商法则，力求与他人建立起和谐共存的关系，不敢触动更不敢打破儒家思想所维系的“恭”、“宽”、“信”、“敏”、“惠”等处世原则。而当钱财聚集到一定程度时，他们或是像古耕虞那样“取之于民，用之于民”，将部分财产用于社会公益事业；或是像范蠡、胡雪岩那样，一度弃商从政，或半商半政，跻身于上层社会，扮演社会名流的角色。正因如此，在中国古代历史上，我国的富商大贾，除少数囤积居奇、横征暴敛外，多数堪称为“儒商”。

商场如战场,日本商人禾田一夫与对手争战的惨烈程度并不亚于刀光剑影的军事搏杀。在激烈的商业竞争面前,中外商人是仁者见仁,智者见智,演绎出许多生动曲折的故事。经商既然如同战场搏杀,自然要承担风险,对于这一点,中外商人都有深刻的认识,但对于怎样承担风险,中外商人却有不同的作为。西方商人敢于冒险,他们认为有利可图的事情,冒再大的风险也在所不惜。世界商人阿曼德·哈默一生都在冒险,他变卖家产组建医疗救护队从美国前往丝毫不了解的苏联是冒险,他用成吨的粮食换回整船的钻石和皮货也是冒险,他在苏联投资办铅笔厂,在美国经营威士忌酒、经营牧场,他在利比亚打油井、在中国开煤矿……均是冒险。他是学医出身,经商活动所涉及的领域基本上都不是他所熟悉的,但他靠着智慧和判断,敢于冒这个风险,结果不断取得成功。在西方和日本商人心目中,冒险是事业成功的前提。日本商人藤田在喜食米食的日本卖肉馅面包,世界冰王图德往人们不知冰为何物的马丁尼克岛上贩运冰块,禾田一夫毅然放弃本土日本,将经商总部迁往香港、再迁往上海等,恐怕都是基于这样的认识,其结果,他们都无一例外地获得了成功。

中国商人在经商活动中的“中庸”思想表现得特别明显。有钱大家赚、风险大家承担的经商心态在商人的经商活动中无时无刻不流露出来。说到底,这还是中国传统文化中的“贵和持中”观念起作用。贵和,就是讲平和、做事四平八稳、经商和气生财。另外,贵和还有和气、和睦、和谐的意思。持中,则是折衷,“凡事叩其两端而取其中”就是这个意思。在经商活动中贯彻这种思想,其结果是商人冒险精神不够,开拓进取不力,而且,一遇到困难,就会瞻前顾后,犹豫不决。许多商人甚至在经商活动之前,就通好路子、找好靠山、拉好伙伴,预备在经商活动中大家一起来承担风险。这种“中庸”思想决定着中国商人经商的局限性,他们或是拉帮结派,如中国在明中叶已形成福建商帮、宁波商帮、徽州商帮、广东商帮、山

西商帮、陕西商帮等；或是偏隅一方，在特定的区域和范围内活动，难以形成较大的气候。这也是中国古代商人中名商人少，而商会、帮会名声大的一个重要原因。

西方商人利大于情，中国商人是义大于利，西方商人喜欢冒险进取，中国商人则习惯于贵和持中，表现出较大的认识差异，从他们在经商活动中所遵循的原则看，也不是没有共同之处。尽管东西方文化存在着巨大的差异，商人们又生活在不同的国度和地区之中，但无论有怎样的差别，他们在坚持“诚实与信用”这一经商法则上却是惊人的一致。这一法则被商人们称为“帝王法则”，并为世界各国商人所普遍推崇。中国古代商人在经商活动中奉行“以义制利”、“诚信无欺”的准则，他们所创造的“货真价实”、“童叟无欺”、“公平交易”、“保管来回”等经商名言流传至今。明代大海商汪直尽管沦落为“寇”，但在沿海地区他仍以“义”和“信”从事经商活动，在民间，被人们称为“义商”，并多次在沿海群众的帮助下逃脱明王朝的围捕。商人沦落为寇，尚不忘“信”、“义”二字，可见“诚实与信用”的经商法则在中国古代商人心目中占据着多么重要的地位。

从古至今，中国商人层出不穷，比较著名的如弦高、子贡、范蠡、白圭、阮弼、程维宗、黄豹、黄莹、程封、黄崇德、汪通保、吴荣让、孙春阳、郑观应、胡雪岩、胡文虎、冼冠生等，他们有的斥资救国，有的宽厚仁德，有的博古通今，有的崇尚节俭，但无论他们在经商活动中呈现出怎样千变万化的特点，有一点却是他们脱颖而出、立足商界的根本，这还是“诚实与信用”的经商法则。西方商人在经商活动中也特别注意坚持“诚实与信用”的经商法则，但他们的“诚实与信用”是建立在“法律条文”和“契约合同”基础之上的，和东方商人相比，他们的“诚实与信用”可能缺乏一些人情味，在经商活动中却更具有说服力和影响力。日本八佰伴的创始人禾田加津老夫人和她的长子禾田一夫在初建水果蔬菜店时采取明码标价的经营策

略,靠诚实和信誉赢得了热海地区顾客的赞赏;日本肉馅面包大王藤田为了按合同规定的时间交货,不惜代价租用飞机运货履约,从而换来了“银座犹太人”的美称。商人们用诚实和信誉为自己换来了声誉,也为自己换来了无穷的利润。

中外商人在广告宣传上都有自己的独到之处。广告是伴随着商品生产和商品交换的发展而出现的,也是伴随着商人日益频繁的商业活动而逐渐走向成熟的。在中国古代社会,有奉行“酒香不怕巷子深”的商人,也有以“义”和“德”聚集钱财的商人,同样也有靠广告招徕顾客的商人。中国古代商人创造的广告形式丰富多彩,不仅有口头叫卖、陈列、音响、悬物、旗帜等广告形式,还有彩楼、欢门、招牌等广告表现。如《东京梦华录》介绍当时汴京酒店时说道,“凡京师酒店,门首皆缚彩楼、欢门”,如遇节日喜庆,彩楼、欢门更是装饰一新,大肆招徕顾客。随着近代以报刊、杂志为代表的现代传媒出现,中国商人利用报纸、杂志进行广告宣传的现象越来越普遍。上海冠生园的创办者冼冠生曾请著名的电影演员、有影后美称的胡蝶为其月饼做广告宣传,他请胡蝶坐在特制的宝塔形状的大月饼旁拍照印成广告画,上面题有“惟有中国有此明星,惟有冠生园有此月饼”的广告词,四处张贴,引起极大的轰动。中国近代大商人胡文虎也曾设计“美女伴虎”的广告画面,为其商品进行广告宣传,由于画面独特、视觉冲击力强而取得良好的宣传效果。

西方商人对广告似乎情有独钟,他们认为“做生意不做广告犹如女人在一间漆黑的屋子里向她的情人使媚眼”,他们往往把广告作为行销的有力武器。李维·施特劳斯设计、制作的两匹马反向撕拉一条李维氏牛仔裤的画面,配上“撕不开就是撕不开”的广告词,使人们对牛仔裤的牢固程度留下了深刻的印象,而美国电影明星在屏幕上塑造的西部牛仔英俊潇洒的形象,曾使千百万美国民众为之迷醉,上至总统、下至流浪汉,均以身穿牛仔裤为荣,明星们的

广告宣传曾使牛仔裤成为风靡世界的新潮服装。和李维·施特劳斯相比,麦当劳快餐业的创办人克罗克的广告宣传则更有新意。金色拱形 M 标志,不仅成为麦当劳的识别标志,而且成为干净、整洁、快捷的象征。M 金色拱形标志以其独特的魅力成为国际通用语言,享有极高的声誉。

在世界各国商人的经商活动中,做广告已成为一种极为普遍的现象。如“掌握全世界男人胡子”的世界刀片大王吉列,足迹遍布世界的“万能商人”哈默,利用奥运会聚财、并被人们视为挽救了奥运会的美国商人尤伯罗斯,领导世界服装新潮流的法国商人皮尔·卡丹……他们无一不是把广告作为行销的锐利武器,并借助它走向成功之路的。可以这么说,商人天生就要和广告结下不解之缘,广告则为商人的事业成功奠定坚实的基础。随着市场竞争加剧、国际交流和合作广泛开展,广告在商人们的经商活动中将发挥越来越重要的作用。

中外商人在长期的经商活动中创造的法则很多,如在用人上他们强调“招贤纳士”、“用人才不用奴才”,在运作上他们强调“斗智斗勇”、“避实就虚”、“官商联姻合作”,在管理上则强调“中庸之道”或“赏罚分明”,给世人留下了许多宝贵的精神财富。随着市场经济的发育,人们把继承中外商人优秀传统文化的商人称之为“儒商”,他们为“儒商”所下的定义是:具有中国传统人文美德和现代管理意识的商人。他们认为,“儒商”的内涵也即浓缩的精神理念应该包括:守信和重义、仁爱和竞争;遵循“君子爱财、取之有道”的商人职业道德;崇尚在管理上具有交相谋利的人文精神和现代化的管理艺术;修身报国,提倡“取之于社会,用之于社会”的文化品格和社会责任感。儒商所包含的内涵,也许是对中外商业精神的最好提炼吧。

三

商业繁荣是商人经商活动日趋活跃和成熟的具体表现。商人们的辛勤劳作促进了商业的繁荣,进而推动了整个社会经济向前发展。

《左传》载:“农以殖之、工以成之、商以通之。”近代思想家郑观应也提出“商贾具生财之大道、握四民之纲领”,这两句话反映了商人对促进商业繁荣,进而促进社会经济发展所起的巨大作用。

在西方国家城市发展史上可以看到,城市的出现和商人们的经商活动密切相关。

随着交换活动的增多和交换范围的日趋扩大,用来临时交换商品的场所逐渐固定下来,随着为商品交换活动服务的各种设施的建立、人员的聚集和分工,城市的雏形逐渐显现出来,人们称最初出现的城镇、集市为商业城市或商业城邦。早期城市的出现,可以看成是商人从事商业活动的结果;而城市的建立和发展,又为商人们从事商业活动提供了更好的环境、更为便利的条件,在城市发展这样的环境和条件下,商人们的商业活动更具特色、更加丰富多彩,商业作为一个行业在商人们的经商活动中逐渐发展起来,逐渐走向繁荣。

在城市的发展过程中,商业具有巨大的推动力,在英国初期的市镇中,几乎有 1/3 的人从事建筑、服饰、食品和酒类贸易,英国初期著名的肯特郡书商和文具商特别活跃,伦敦很快成为贸易中转站和集散地,商人们不仅在国内各城市间进行粮食交易,而且把未加工的衣料卖到尼德兰和德国北部,这种频繁的贸易,不但使城市本身更具活力,而且还领导着地方的经济模式和生活韵律,贸易逐渐成为英国城市发展的生命线,贸易发展与城市化几乎是同一个概念,商人们通过拥有财富,保持自由公民的身份,他们把财物捐

献给社会,建筑公共设施,开办学校和医院,为城市的繁荣做出了贡献,促进了社会发展及商业繁荣。

文明古国印度在公元前 6 至公元前 4 世纪出现城市国家,城市国家主要出现在恒河中下游地区。在这些城市国家里,工商业逐渐发展起来,内陆贸易不仅很活跃,商人的足迹也远涉海外的斯里兰卡、缅甸和西亚。佛教文献曾记载,在印度波罗奈城有一个商人名叫普富,他带领 500 名商人入海采宝,在大海中遇到风暴,漂流至斯里兰卡的海岛上。商人们进行航海贸易,从外国输入金银、宝石、珊瑚和金刚石,输往海外的主要商品则有织物、香料、药草和金银宝石加工品等。当时,印度商人经常组成商队,大商队的运货车有时有几百辆。由于商人进行频繁的贸易活动,在城市国家发展的过程中不断发挥着重要作用,他们很快形成代表大商人利益的吠舍阶层,这一阶层联合刹帝利同以婆罗门贵族为代表的等级进行了斗争,取得了较高的社会地位,并推动了反映其利益的佛教的广泛传播。印度商人活跃的海内外贸易活动,推动了城市的发展和商业的繁荣。公元前 6 世纪以后,印度的政治、经济、文化中心逐步从恒河上游地区转移到工商业活动比较兴盛的恒河下游地区,这对印度东部历史的发展曾产生积极的影响。

公元前 8 至公元前 6 世纪是希腊奴隶制城邦形成时期,希腊城邦发展的一个显著特点就是城市商业发育较成熟。希腊各城邦之间,希腊和亚非各国之间的贸易联系十分频繁,甚至和地中海也有商业往来,当时希腊人能够制造和使用水手近 200 人的三层桨座大船,航行于地中海沿岸各岛屿城邦之间。公元前 8 至公元前 6 世纪,希腊开展了大规模的殖民活动。其中一项重要的内容就是商业殖民活动。海外殖民活动首先从商品生产和海外贸易发达的城邦开始,工商业者或商人为了寻求原料和奴隶来源外出经营,纷纷在海外建立新的城邦,海外城邦的范围遍及意大利南部、西西里岛、西地中海北岸、黑海沿岸等地。这些在移民地和殖民地建立