

主 编 李传怀  
副主编 梁红岩

XIANDAI  
SHANGWU JING  
现代 营  
ZHONGGUOJINGJICHUBANSHE  
商务经营

中国经济出版社

## 前 言

当今社会已进入到商业文明时代,市场成为引导社会经济活动发展的基础。发展社会主义市场经济,是我国社会主义经济体制改革的目标模式,也是实现强国富民的正确选择。运用现代市场营销理论,探索社会主义市场经济条件下商务经营活动的发展途径,适应大市场、大流通、大商业的基本要求,成为摆在我们面前的一个亟待研究推广的课题。

迄今为止,人类社会历经农业社会、工业社会和商业社会几种不同的社会经济形态,并向信息社会继续迈进。农业社会经历了几千年的漫长历史,创造了人类历史的物质文明和灿烂文化,中国的唐宋文明时期,代表了世界农业社会文明的巅峰。然而,自给自足的自然经济成为农业社会文明进一步向前发展的桎梏,资本主义用社会化大生产取代了自给自足的小生产,使生产活动从狭小地域扩展到全国乃至全世界,使社会生产力得到巨大的发展,家庭和庄园经济被工厂和工业经济所取代,从而实现了从农业社会向工业社会的跨越,社会大生产使社会财富以令人瞠目的几何级数增长。社会化大生产要求有社会化大流通,如何使愈来愈多的社会产品迅速到达消费者手中,这是现代商务经营面临的根本任务,也是商业社会的根本标志。以市场为主导,以消费为核心,以流通为前提,以信息为手段,以生产为基础,这是现代市场经济的基本要求。现代商务经营必须适应这一客观要求。

商业是一个古老的行业,在人类历史发展过程中不断发展、更新,充满了生机和活力,从最早的珠宝掇客到现代的各类经纪人,从独立于乡村的集市到现代都市的超级市场,从艰苦跋涉的商队到现代实力雄厚的跨国公司,从简单的以物易物到现代不见货物的期货

交易,资本主义发展初期的零售商业在一百多年的历史中就经历了以百货公司、超级市场、连锁商店和多种形式的无店铺销售为标志的四次深刻的商业革命。随着工业生产逐步面向市场,从单一生产型转变为生产经营型,其活动也逐步成为一种商业行为,农工商一体化、科工贸一体化、内外贸一体化逐步成为现代商业社会的基本发展趋势。

本书立足于这一时代背景,旨在阐明现代商务经营活动所面临的重大问题。首先从历史发展的角度论述了现代商业社会的形成过程,以及商务经营方式在不同时期的具体发展;其次从商业经营组织、商务经营环境、市场商情分析、市场购买行为、选择商务经营领域、现代交易和期货交易等各个方面介绍了现代商务经营活动的前提和基础;接着从促销策略、公共关系、商业文化、依法经营、资金管理和商务谈判等方面介绍了现代商务经营的基本内容和手段;最后阐述了国际商务经营的基本内容和方法。

现代商务经营在国外已经历了一百多年的历史,其理论与实务已致成熟,而我国由于长期处于社会和计划经济体制下,工业化和市场化步履缓慢,实际情况和理论研究都十分落后,本书虽进行了一些探讨,但由于我们经验不足,掌握的资料尤其是发达国家的资料不全面,因此不妥之处在所难免,敬请读者批评指正。

编者

一九九六年六月

# 目 录

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 前言                  | 1   |
| <b>1. 商业社会的崛起</b>   |     |
| 1.1 市场经济: 跨上时代的列车   | 1   |
| 1.2 现代商业: 冲破传统的牢笼   | 10  |
| 1.3 “时间差”: 新的利润手段   | 19  |
| 1.4 知识资产: 最宝贵的商业资源  | 25  |
| <b>2. 商务经营方式的发展</b> |     |
| 2.1 从行商到坐商的发展       | 31  |
| 2.2 从家庭经营到企业经营的发展   | 34  |
| 2.3 批发商和零售商的分离      | 39  |
| 2.4 代理商和经纪人的发展      | 47  |
| 2.5 现货交易与期货交易的分离    | 55  |
| <b>3. 商务经营活动的组织</b> |     |
| 3.1 商业企业的类型         | 60  |
| 3.2 国有企业的困境和出路      | 67  |
| 3.3 建立现代商业组织形式      | 75  |
| <b>4. 商务经营环境</b>    |     |
| 4.1 商务经营的宏观环境       | 86  |
| 4.2 商务经营的微观环境       | 94  |
| 4.3 经营环境机会及其利用      | 98  |
| 4.4 经营环境威胁及其对策      | 103 |
| 4.5 经营环境分析和研究       | 109 |

## 5、市场信息与商情分析

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 5.1 信息与商务经营 .....   | 122 |
| 5.2 信息获取与市场调查 ..... | 128 |
| 5.3 市场商情预测 .....    | 140 |
| 5.4 商务经营决策 .....    | 151 |

## 6、市场购买行为研究

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 6.1 消费者购买动机 .....   | 159 |
| 6.2 消费者心理活动过程 ..... | 167 |
| 6.3 消费者购买活动过程 ..... | 172 |
| 6.4 消费者购买行为分析 ..... | 176 |
| 6.5 生产者购买行为分析 ..... | 183 |

## 7、选择商务经营领域

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 7.1 广阔的市场领域 .....  | 190 |
| 7.2 洞悉行业发展趋势 ..... | 198 |
| 7.3 准确估量自身优势 ..... | 205 |
| 7.4 选择目标市场 .....   | 212 |
| 7.5 商务经营战略 .....   | 226 |

## 8、现货交易:传统商业经营方式

|                |     |
|----------------|-----|
| 8.1 商店设置 ..... | 231 |
| 8.2 商场设计 ..... | 235 |
| 8.3 商品采购 ..... | 241 |
| 8.4 商品销售 ..... | 246 |
| 8.5 商品运输 ..... | 256 |
| 8.6 商品储存 ..... | 267 |
| 8.7 商品包装 ..... | 270 |

## 9、期货交易:现代市场组织形式

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 9.1 期货交易的产生和发展 ..... | 276 |
|----------------------|-----|

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 9.2 期货交易的性质和特点 ..... | 282 |
| 9.3 期货市场的组织结构 .....  | 288 |
| 9.4 期货交易的基本程序 .....  | 294 |
| 9.5 期货交易的类型 .....    | 300 |
| 9.6 期货市场价格分析 .....   | 308 |

### 10、商品促销策略

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 10.1 人员推销 .....   | 314 |
| 10.2 广告促销 .....   | 320 |
| 10.3 营业推广促销 ..... | 328 |
| 10.4 价格促销 .....   | 335 |
| 10.5 服务促销 .....   | 344 |

### 11、商务公共关系

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 11.1 公共关系的内涵 .....    | 353 |
| 11.2 商务经营中的公关原则 ..... | 360 |
| 11.3 商务公关活动及其职能 ..... | 363 |
| 11.4 企业外部公共关系 .....   | 369 |
| 11.5 企业内部公共关系 .....   | 379 |
| 11.6 商务公共关系工作程序 ..... | 384 |

### 12、商业文化建设

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 12.1 商业文化的兴起 .....   | 392 |
| 12.2 商业文化的基本特征 ..... | 398 |
| 12.3 商业文化的基本内容 ..... | 399 |
| 12.4 商业企业文化 .....    | 407 |
| 12.5 商业文化建设途径 .....  | 416 |

### 13、合法经营 公平竞争

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 13.1 商务经营与市场秩序 ..... | 420 |
| 13.2 现代企业制度 .....    | 430 |

---

|            |           |     |
|------------|-----------|-----|
| 13.3       | 公平竞争 平等交易 | 438 |
| 13.4       | 税收与法治     | 446 |
| 13.5       | 树立依法经营意识  | 451 |
| 14、资金筹集和运用 |           |     |
| 14.1       | 商务经营与资金   | 460 |
| 14.2       | 资金筹集管理    | 464 |
| 14.3       | 资金运用管理    | 473 |
| 14.4       | 商务经营的融资结构 | 480 |
| 15、现代商务谈判  |           |     |
| 15.1       | 商务谈判的基本要素 | 488 |
| 15.2       | 商务谈判的原则   | 490 |
| 15.3       | 商务谈判的基本内容 | 492 |
| 15.4       | 商务谈判的程序   | 496 |
| 15.5       | 商务谈判的策略   | 508 |
| 15.6       | 商务谈判的技巧   | 511 |
| 16、国际商务经营  |           |     |
| 16.1       | 经营国际化趋势   | 516 |
| 16.2       | 国际市场进入决策  | 520 |
| 16.3       | 国际市场拓展方式  | 529 |
| 16.4       | 国际贸易实务    | 537 |
| 16.5       | 国际商务结算    | 545 |
| 后记         |           | 554 |

---

## 1. 商业社会的崛起

人类社会迄今为止经历了农业社会、工业社会和商业社会等经济形态。每一种形态都创造了灿烂的文明,但前一种形态又要被后一种形态所取代,中国近百年的衰落,就是五千年的农业文明被资本主义兴起后的工业文明所击垮。现代社会已进入了又一种经济形态——商业文明时代,一切以市场为导向,流通在经济生活中已占据了决定地位。现代商务经营必须树立大市场、大流通、大商业的经营意识,突破以往的“空间差”赢利观念,代之以“时间差”赢利思想,依靠知识产权去开拓市场,在物流、商流、信息流的流通转换过程中,以崭新的现代经营意识去迎接更加激烈的商业竞争。

### 1.1 市场经济:跨上时代的列车

#### 一、经济现代化的百年探索

中国曾经是世界上最发达的国家之一,元代和明代在世界上还处在前列,清初也是如此。但自英国工业革命以后,欧洲国家相继走上了现代化道路,中国却愈来愈落后。一批又一批国家超越了我国,而我国则失去了一次又一次机会。解放前的旧中国,腐败的政治制度、连年的战争硝烟使现代化步履维艰,进展极其缓慢;新中国成立后,在新的社会制度下,应该说可以顺利发展了,但四十多年过去了,我国远没有实现强国富民和现代化的目标,反而与世界上发达国



家的差距越拉越大。

世界性的现代化过程,始于英国的工业革命,后来形成了一个梯队相互追赶的局面。英国是现代化的先行者,即第一梯队;法国、德国、美国和澳大利亚是第二梯队;日本、前苏联构成第三梯队(虽然前苏联现代化成就没有达到发达国家的水平);战后的新兴工业化国家和地区,即亚洲“四小龙”,则是世界经济现代化的第四梯队,形成了一浪高过一浪的世界性现代化浪潮。

中国没有赶上前四班车,被远远抛在世界性经济现代化的后面。现在世界经济正在开行第五班车,根据不少专家预测,在90年代的10年里,世界经济将出现又一次高速增长时期,又有一批国家和地区将迅速赶上这班车,跻身中等发达国家或发达国家的行列,象泰国、马来西亚就是如此。中国能否赶上这趟二十世纪的末班车,实现经济起飞或现代化大冲刺,从而在下一世纪成为世界上中等发达甚至发达经济大国,这是关系到中华民族能否立足于世界之林的迫切问题。

为什么中国一而再、再而三地错过经济发展的机会?为什么一个曾经雄踞世界经济前列的大国,在近一百多年的世界性现代化过程中,总是裹足不前?为什么一个以勤劳、智慧著称的民族,在长达一百多年的时间里,竟然没有实现国家的繁荣昌盛?

应该说,中国受到现代化先行国家的挑战并对这种挑战作出反应,在时间上并不晚于日本和俄国。中国在鸦片战争战败后被迫对外开放是在1842年;日本在美国坚船利炮的威胁下被迫开放是1853年;俄国开始现代工业发展则是1861年左右。日本、俄国也是非西欧社会,为什么他们(特别是日本)经过大约一百多年的努力,就能赶上西方工业国家,而我们却不能?解放以后我国也同样失去了一次又一次机会。如50年代后期出现的世界性电子技术冲击,当时我国电子工业水平与日本相差不大,但到60年代后期,就已经落后于日本,现在差距已非常巨大,与后起新兴工业化国家和地区差距也在拉大。韩

国电子工业起步比我们晚得多,1987年他们已经能够批量生产1兆位的超大规模集成电路随机存贮器,并试制出4兆位样机,而我们此时还处于试制64K存贮器阶段。又如汽车工业,我国起步时间同日本差不多,但现在两国汽车工业发展水平已到了根本不能相提并论的地步,韩国汽车工业起步比我们晚十多年,但今天韩国汽车工业水平已经远远超过了我们。这一切,到底是为什么?

纵观世界各国现代化的历史,总结他们成功的经验,可以得出以下结论:一个国家要实现现代化,必须具备两个前提条件:①一个是有有效分配、合理利用经济资源的经济体制。②一个是有现代意识并致力于现代化的政府。

无论是最早开始现代化的国家,还是后继的现代化国家,都必须建立一个有效分配和利用资源的经济体制,从而使社会经济活动符合经济发展合理性的原则。这个经济体制的基础就是竞争性市场机制。让竞争性市场机制在分配和利用资源方面发挥基础性作用,是任何国家实现经济现代化的前提条件。如果政府行政权力扼制了竞争性市场机制的形成,取代了竞争性市场机制在资源配置方面的基础性作用,那么,这个国家的现代化便难以实现。

富有现代意识,致力于国家现代化建设的政府,是后继的发展中国家经济现代化的必不可少的先决条件。这是由后继的发展中国家面临的特殊条件决定的。发展中国家一开始都是农业社会,当工业化趋势波及到发展中国家,就出现了农业社会向工业社会,然后再向商业社会的转换,这时经济发展会相继出现一个常规增长阶段和超常规增长阶段,能否达到超常规经济增长,是发展中国家经济现代化的关键一步。跨越这一步,需要四个方面的条件:一是竞争性市场体制的建立,二是农业基础的奠定,三是基础设施的建设,四是基础工业的发展。政府对发展中国家经济现代化的作用,正是对上述四个方面条件的准备或创造。

新中国成立以前的一百多年时间(1842—1949),中国既没有富

有现代意识,并致力于现代化建设的政府,更没有充分竞争的市场机制来有效分配和利用资源,经济现代化的实现自然断无可能。

新中国成立后,中国有了强大而统一,并具有强烈现代化意识,决心实现国家经济现代化的中央政府,具备了经济现代化的第一个条件。但由于我们一开始就模仿苏联,建立了一个中央高度集权的计划经济体制,浪费了大量宝贵的经济资源,严重地阻碍了技术进步,压抑了个人和企业的主动性、积极性和创造精神。在这种体制下,不仅谈不上经济现代化,而且经济长期阻滞,大起大落,甚至濒临崩溃边缘,不仅没有实现现代化,反而与发达国家的距离越拉越远。事实说明,仅有一个具备一定程度现代意识,并希望经济现代化的政府,而没有竞争性市场经济体制,只能是“心有余而力不足”,同样无力完成经济现代化的任务。

这种状况一直持续到1978年底,邓小平开创中国经济改革的伟大事业后才逐步宣告结束。中国把全部工作的重点,转向了经济建设,并开始了从根本上对经济体制的改革,力图追上世界经济现代化的快车。十几年过去了,我们逐步打破、废除了旧的经济体制,在向建立竞争性市场机制这一目标的迈进过程中,已经走出了关键性的一步。社会主义市场经济体制目标的确定,使中国一百多年来对经济现代化的艰难探索,终于找到了正确答案。

## 二、市场竞争创造奇迹

第二次世界大战后,日本国土几成一片废墟,经济凋敝,人均年收入不到200美元,而到80年代初期,人均年国民收入达8000美元,又过了10年,日本人均年国民收入竟达24000美元,并计划在2000年实现人均年收入51700美元。世界各国一致惊叹“日本经济第一”。在世界十大电机生产厂商中,日本公司占了4家;在高科技产业半导体生产的最大厂家中,日本占了6家,其中日本电器公司、东芝公司、日立公司占据世界前三位;左右世界金融的十大银行中,除了法国和德国各有一家银行占据第七、第九位置以外,其余八家均为日本银

行,高居榜首的日本第一劝业银行,存款额达3148亿美元,接近中国一年的国民生产总值;在世界十大汽车生产厂家中,丰田汽车名列第二,日产汽车名列第四,本田汽车名列第九,日本汽车总产量占全球产量1/3还多。

这是真正的经济奇迹。而自由竞争的市场经济则是日本经济腾飞最重要的基础。自由竞争的企业制度,不仅培养了日本企业顽强的国内市场竞争力,而且形成了日本企业在国际市场上所向无敌的强大竞争力;自由竞争的企业制度,使日本企业冲破了本国自然资源短缺的束缚,在世界范围内利用一切可以利用的资源,形成以全球市场为着眼点的现代化生产经营体系;自由竞争的企业制度,迫使日本人利用一切可以利用的因素,使用一切可以使用的手段,在激烈的竞争中谋求生存和发展。

日本著名的企业家,SONY公司董事长盛田昭夫,在论述日本经济成功的原因时,最强调的就是“竞争”二字。他指出:“在自由主义经济条件下,只要合法,谁都可以创办任何一个公司。因此,凡有什么好产品问世,人们势必一拥而上,希望能将其尽早企业化。当然,竞争也日趋白热化。……”使日本企业的国际竞争力大大加强的,正是日本国内的激烈竞争。这种竞争愈演愈烈,已达到登峰造极的地步。激烈的竞争,自然将消费者捧上了宝座。“……我们绝不是在‘侵略’美国市场,也并没有向美国人强行推销我们的产品,只不过是最新最优质的产品送给美国,并且价格和质量都符合美国消费者的标准而已。还应该指出的是,唯有这样的产品,才是日本市场激烈竞争的幸存者”。(〔日〕盛田昭夫:《日本·索尼·AKM》经济管理出版社)

经济发展的关键是寻找一种经济体制,把稀缺资源作最有价值的运用,也就是把有限的资源运用到能最有效地促进人们生活水平的产业上去。任何社会里,能够满足人们生活需求的资源都是有限的,要提高人们的生活水平,就必须把稀缺的或宝贵的资源善加利用。

市场经济体制促进经济的发展,主要在于市场机制承认每一个生产单位和个人有独立的经济利益,然后通过市场关系来协调所有人的利益,进而使个人或单位利益符合社会利益,这就是几百年来人们反复论述的“看不见的手”的市场原理。市场机制也使有效率的生产者能支配更多的资源。一个单位效率越高,获得的利益也就越大,能占有的资源也就越多,这样就保证了微观效益和宏观效益的统一。

这就是市场竞争为什么创造奇迹的原因。

### 三、市场经济的成功之路

市场经济为每个人事业的成功提供了一个平等的机会,有一技之长的专业人才获得可观收入的例子不胜枚举,只要你有能力抓住机会,你就会成功。每一个人都有自知之明,知道自己最适合干什么,这就是一个人的比较优势,正如一国资源相对禀赋的比较优势一样,如果每个人都能专于自己的所长,那么通过自由交换,这个人不仅能获得足以维持良好生活的收入,而且心情也会愉快的多。

美国人只需花500美元就可开办一家公司,只要照章纳税,经营什么都行。获得一张公司营业执照长者需要半小时,短者几分钟就可解决。500美元仅相当于普通人一月工资的1/5。

香港人现在只需花3000港元即可申请注册公司,手续简单之极。日本的盛田昭夫也是在一间破木房子里,开办了今日地位崇高的SONY公司。

台湾收入分配比较平均的一个重要原因是因为青年人都可以自己办公司,许多人大学一毕业就自己办公司,跑到美国、欧洲和日本,把先进而且适应市场需求的产品买回去,拆卸开来进行研究,然后仿制,改进,迅速打进市场返销回去,从而壮大了自己的实力。

每个人都能迅速简短方便地用各种方式参与竞争,这是发挥市场机能的最有力保障。每个人都能迅速方便地开办自己的企业,不一定能保证他致富发财,但至少可让他有一个参与市场竞争的机会。市场机制的自由竞争,恰好给每个人充分发挥个人的比较优势提供了

公正平等的机会。

人的天赋和后天教育千差万别,有的人善于做生意,办企业,搞经营;有的人善于搞技术发明,从事科学研究;有的人长于教学写作或从事教育……社会经济的发展要求每个人都能够在自己的特长上尽情发挥,然后通过市场交换,享受比自己生产多得多的物品和服务。正如两个国家通过自由贸易,可以增加各自的福利一样,两个具有不同专长的人各自在自己所长的方面发展,然后进行交换,同样增加了每个人的生活享受。我们今天所享用的每一件物品,几乎都是通过这样的交换得来的,都是多个人共同努力才生产出来的。这就是经济学上著名的“比较优势原理”,每个人都有自己的“比较优势”,个人收入水平的提高和整体经济的发展,都取决于这种比较优势的发挥,而个人只有在自主选择的情况下,比较优势才能够真正发挥作用。

经济发展和国民富裕的源泉,来自于一个国家的经济资源,尤其是人力资源的最优配置。集中计划经济的控制或经济干预,事实证明难以达到经济繁荣,弄不好会走向反面。亚当·斯密在1776年发表的《国富论》中强调个人经济自由的极端重要性,他相信个人完全有能力通过自由市场竞争实现富裕的目标,同时又最大限度地促进了全社会福利的发展。

今天,所有实现了相对富裕的发达国家,不管它们资源条件相差多大,历史影响多么不同,文化背景互不相干,有一点是完全相同的,那就是:这些国家无一例外地推行市场经济的发展策略,鼓励市场机制的充分发挥和个人能力的尽情发挥。对人力资本的投资,激发企业家的创造力,自由贸易和国际经济一体化,稳定的宏观经济政策,这四大行之有效的策略是经济发达国家的共同经验,它们都是促进竞争性市场的充分发展的重要因素,为经济发展提供了强大的刺激力。

#### 四、商务经营的广阔天地

市场经济为人们自由地选择自己的行为提供了广泛的机会,只要是在国家法律许可的范围内从事经营活动,国家一律给予支持和

保护,这就使商务经营的领域空前地扩大,每个人都可以根据自己的专长和能力,自由地选择自己进入何种市场,从事何种经营活动。

自由选择是在法律严格约束下的自由竞争行为,个人和企业可以自由地进行以下经济活动:

1. 自由地运用自己拥有的生产资源(资产)去投资经营,与人合资合作,自由买卖资产,租赁资产,承包资产等。总之,个人有自由创办企业,参与市场竞争的权利。只要符合一定的法律条件,市场经济中的每一个人都能够自由地去办一个企业。

2. 个人可自由选择职业,选择居住地点,按照合约条件,个人可以同雇主协商以确定自己的工资,并可以辞职他去。

3. 个人可自由选择受教育的性质,即自由选择专业,选择学制,选择在职教育还是学校教育。

4. 作为消费者,有自由选择消费品并获得良好服务的权利。

5. 企业有自由选择经营范围、经营方式的权利,生产什么、生产多少、怎样生产,都由企业根据市场需求自主决定。

6. 政府的作用不是限制行为当事人的各种选择方案,而是协助他们作出更好的选择,并保证市场规则的严格遵守。

在世界银行1991年发展报告中,经济学家提出了一个新的命题,“自由:发展的非经济因素”,把个人的自由权利同经济发展结合起来,认为扩大公民的自由权利(自由创办企业,参与经济决策,增加社会流动性等)是发展经济最重要的非经济因素。

经济学家弗里德曼认为,对于那些急需摆脱贫穷的发展中国家来说,最需要的是—种自由的环境:一种能够为个人实践提供最大机会的环境,一种让人们具有在客观的成败标准下进行实践的动力的环境——一句话,就是生机勃勃,自由的市场经济。“不发达国家所需要的是将千百万受愚昧、习俗、传统所束缚的,并有能力、勤勉、精力充沛的人们的能量释放出来。这样的人民存在于每一个不发达的国家之中,……这些人只需要一个有利的环境,就可以改变他们国家的

面貌。”

市场经济激发了个人的经济活力,使每个人都有了自主选择的自由,这是推动经济繁荣的原动力,这已成为世界经济发展经验长期证实的真理。世界微电子产业的发源地硅谷,十几年来成为人们竞相研究的热门话题。美国畅销书《惊世伟绩》的作者迈克尔·马龙这样写道:“这个被称作硅谷的地方,这期间发生了些什么呢?由于众多的原因,大多数的变化都是它们的创造者始料未及的。在这个小小的社区内,各种适时的因素——大学、才华横溢的科学家、传奇式的教师、某些重要的为政府加工产品的合同、以及最为重要的前所未有的对企业家的态度……揉合在一起,形成了一个一触及发的混合物。这个混合物的爆炸声到今天仍在世界各地回荡。这个声音在未来的许多年里仍不会消失。原因之一,是硅谷的新果园里的水果——半导体芯片,个人用计算机,磁带录像机系统,磁带记录机,软件等——已经使这个世界发生了不可逆转的变化。多亏了硅谷,以及日益增加的硅谷的追随者们,技术革命在今天对地球上所有的人都有不同程度的触及。在政治领域互相对垒、意识形态相互竞争以及各国文化迥然相异的当今世界,技术革命所带来的影响实在大得无法估量。”([美]迈克尔·马龙:《惊世伟绩》经济科学出版社1990年版;第4—5页)和硅谷的产品一样重要的,是这里给人们的思维方式的巨大冲击。在硅谷,不论他的年龄、性别、种族或者背景如何,只要他有创造性头脑,能吃苦耐劳,再加上大无畏的勇气,都在某种程度上实现了个人的成功。每个人都有发展的机会,是个人创造了硅谷神话。依靠个人的首创精神和无畏的创业勇气,硅谷创办了4000多家微电子企业,在短短10年内创造了世界第四大产业,年产值早已超过了10000亿美元,带动了整个世界走向信息社会。



## 1.2 现代商业:冲破传统的牢笼

### 一、商业社会的兴起

经济活动随着人类的诞生而出现。早在原始社会时期,人类历史上就发生了三次大的社会分工。第一次大分工的结果,使得农业与畜牧业分离,出现了专门从事耕稼种植的农业劳动者;第二次大分工,又使得手工业与畜牧业和农业分离,出现了专门从事制造生产工具和生活用品的手工业生产者;第三次大分工,使商业从畜牧业、农业和手工业中分离出来,出现了专门媒介商品交换的商人。三次社会大分工反映了社会生产力发展的基本趋势,也揭示了人类社会发展的—般规律。

农业社会经历了几千年的漫长历史,从原始社会、奴隶社会、封建社会直至资本主义社会初期,它创造了人类的物质文明和灿烂的文化。中国的唐宋元明时期,可以说代表了世界农业社会文明的颠峰。闻名于世的四大发明,绵延不断的丝绸之路,震惊中外的郑和下西洋……当时的中国,代表着世界经济现代化的最高水平。

在农业社会里,自给自足的小农经济占支配地位,家庭是社会生产活动的基本组织形式。以血缘关系为基础,生产劳动主要由其家庭成员组成,即使有奴隶、农奴、帮工或佃户等非血缘关系的劳动者,但仍然是以奴隶主或地主家庭为核心成为一个生产单位。手工劳动是人们基本的生产方式,人们的生产活动是以满足自身的需要为主,商品交换的范围很有限,大多在定期举行的集市上相互交换自己的剩余产品,实现互通有无,当时虽然也出现了手工业者和商人,但他们处于社会的下层,他们的生产经营活动是服务于、服从于农业生产。“农本工商末”,重农轻商的思想意识根深蒂固,重视农业,依附于土地生活,不思进取,拘泥于传统和习惯,这一切导致了农业文明的衰