

世界的商人丛书

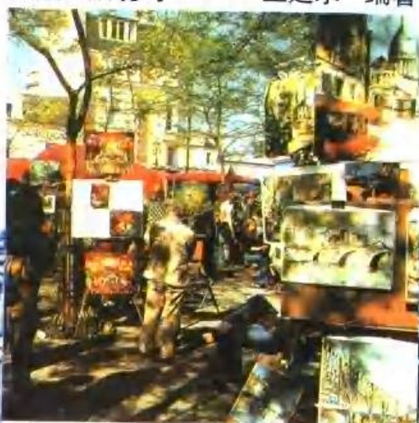
法国商人

Француз

СШАНГОН

主编 顾晓鸣

王延水 编著



江西人民出版社

15
8

世界的商人丛书
F715
545

法国商人

主编 顾晓鸣 王延水 编著
江西人民出版社



图书在版编目(CIP)数据

法国商人/王延水 编著

—江西南昌:江西人民出版社,1998.6

《世界的商人》丛书/顾晓鸣

ISBN 7-210-01938-3

I. 法…

II. 王…

III. 商人,法国—经济

IV. F73

法国商人

王延水 编著

江西人民出版社出版发行

南昌市印刷十二厂印刷 新华书店经销

1998年6月第1版 1998年6月第1次印刷

开本:850mm×1168mm 1/32 印张:5.75

字数:140千 印数:1-4000册

ISBN 7-210-01938-3/F·270 定价:8.50元

江西人民出版社 地址:南昌市新魏路17号

邮政编码:330002 电报挂号:3652 电话:8511534(发行部)

(赣人版图书凡属印刷、装订错误,请随时向承印厂调换)

前 言

诚如顾晓鸣先生曾讲过的,必须把抽象的见物不见人的“商业”变成以活生生的经营者与活生生的顾客和消费者打交道的“商业”,在这其间,商人的作用就显得至关重要了。作为学文化史的学者,要谈论在商战中错综复杂的商业现象和运筹帷幄的商人,无疑是一种压力,也是一种挑战。从何处入手?以何种形式加以分析?选择哪一类角度?这些问题萦绕了许久才形成了如今这本书的大体构架。

我的着眼点是把法国商人分成两个各成体系又相辅相成的部分:法国人和商人。作为法国人的心态、气质、风格和精神与作为商人的思维、价值观念、处事标准和行为准则的结合共同构成了完整的法国商人的形象。其间赘述了不少历史,只想藉此开阔一下思路与视野,并作为引子使我们更好地了解现代的法国商人。因为,把“商人”这个概念孤立起来单独考察难免略显单薄,他们都是有各自的文化背景、政治背景、历史背景的与社会密不可分的共同体,把他们的经济活动与这些前提联系起来才能衬托出比较具体生动的实际存在。法国商人的身上糅合了法国人的理性精神、浪漫气质、人文思想和商人的务实、精明,既表现出在一个有悠久的历史传统文化传统的国家中独特的和不可或缺的阶层的个性,又把为商的共性发挥得淋漓尽致。在不断的建构与解构的过程中,逐渐展现出法国商人的多面性。同时,在寻找和组织材料的过程中,我也时常被自己发现或了解到的一些新的法国商人的特质感染着。我常想,

如果我也是一个商人，我也去面对活生生的法国同行，我又会看到什么，听到什么？我又该如何去应对呢？一些国有的商业规则是随处可见、随处可学的，可那些无形的或隐形的要素却往往是起决定作用的最关键的东西，这也是本书想达到的一个目的，也可以用本书一章的标题“知己知彼，百战不殆”来表述。

有限的中外文资料和图书以及有限的能力，总使我感到自己未能完整地说明法国商人的许多尚未被挖掘出来的特性，也未能完全以文化或历史的分析角度剖析法国商人的行为与思维。这样确实是不够“雅”也不太“俗”，因而只好自我解嘲说，那便正符合了“雅俗共赏”的要求了。其中的疏漏与不足只能请读者原谅了。

最后，我还想感谢我的朋友田永福，他为本书的整理和修改曾颇费苦心。我特别想表示衷心谢意的是我的学长和朋友敖军，他提供的大量资料 and 许多思路都使我受益匪浅，他对本书的成稿有着极大的贡献。

王廷水

1997年2月于复旦

目 录

第一章 艺术化与现实性的结合——法国商人的

构像 (1)

一、历史纬度中的法国商人 (2)

二、挥洒自如的独特气质 (6)

三、充满悖论的个人主义 (16)

四、商品概念与价值取向 (22)

第二章 环环相扣的网络化空间与模式——法国

商人的阵地 (31)

一、产品行销网 (32)

二、行业网络 (40)

三、人、财网络 (50)

四、信息网络 (62)

五、决策网络 (69)

第三章 勇于竞争 精益求精——法国商人的营销

策略 (78)

一、立足传统,一丝不苟 (78)

二、开拓进取,锐意求新	(85)
三、以质取胜,服务第一	(94)
四、善用广告,挥洒个性.....	(103)

第四章 家事、国事、天下事——法国商人的活动

空间	(116)
一、以家为本	(116)
二、以国为营	(123)
三、以世界为市场	(133)
四、法与不法	(141)

第五章 知己知彼 百战不殆——如何与法国商

人交往	(149)
一、礼尚往来	(149)
二、商务与合作的前提	(157)
三、文化理解与经营合作	(164)
四、题外之言——多视角的法兰西	(174)

第一章 艺术性与现实性的结合 ——法国商人的构像

不论就商业贸易的公共实用性或必要性而言,或就商人的普遍富裕程度而言,商人都是尊贵和正直的人。

——卢瓦索

“商人”二字在常人心中,差不多是衣冠楚楚、斤斤计较、精明狡黠的代名词。可至少对法国商人而言,这两个字所蕴涵的特质远大于此。在商界的现实氛围中,法国商人似乎总是刻意地又似乎轻描淡写地加入了其构筑自我形象和商品形象的抽象的和艺术的东西。在他们眼中,商业不仅仅是销售某些产品的行为,商品也不只是某些可供消费的东西,商品与商业二者都透过法国商人的特有品质展示了美感与实用、个性与人性、艺术与品味的多重内涵。在这方面,法国商人是在世界各国商人的最前列,并且创造出了一个与众不同的商业神话。在法国商人的身上糅合了贵族式的尊贵、情人式的浪漫、平民式的亲切,以及表现个性的前卫和联系实际的商品意识。

一、历史纬度中的法国商人

在法兰西这片 55 万平方公里的土地上,在这个曾为世人提出了“平等、自由、博爱”的启蒙主义思想的国度里,在这个曾用其谵狂、想象、异化的笔触开掘了现代派艺术先河的环境中,我们也许很难想象,作为资本主义中枢神经和现代社会运转核心的商业概念及商人却曾遭受过冷遇和压制。在 16、17 世纪,法国人对商人的蔑视曾成为整个法兰西道德观念的主要特征。

17 世纪初的著名法学家卢瓦索在他的著作《论社会等级和普通尊严》一书中把“资产者”(商人)归入了第三等级的末流行列,依照他的描述,资产阶级作为一个阶级,已经确定了自己应有的位置。从最前面的引文中我们就可以看出这位法学家对商人的看法是何等睿智和富有预见性。然而在这两个世纪中,法国商人所追逐的一直是在利益前提下的名誉,由于普遍没有社会地位,商人梦想的是依靠经济实力获得贵族的名号,这样可以使自己“名正言顺”地牟求利益。所以法王亨利四世的首席侍从、法国贸易总监巴泰勒米·德·拉弗马在 1601 年写道:“如果世界上存在蔑视的话,那就是对商人的蔑视。”在整个 17 世纪,这种道德观念,一直主宰着法国,而没有发生过丝毫的变化。

在这样的逆境下,商人不可能有心境去刻意塑造自身的形象。在法兰西高卢时代(公元 6 世纪至 9 世纪),商人是那些成帮结伙来往于高卢地区和东方的小贩,带着地中海沿岸的橄榄油或巴黎织匠的蕾丝花边去换取东方的香料和首饰;在十字军东征时(12 世纪至 13 世纪),商人是那些打着救赎旗号而腹胎里却怀着发财

念头的圣殿骑士团^①成员和去耶路撒冷朝圣的宗教徒们,在旅途中零零星星做着各式各样的生意……17世纪的法国商人已经是一个在现代经济理论和事实上都合乎规律的阶级,重商主义的气氛在法国正逐渐地滋生和发展。

红衣主教黎塞留首先提出了这样的原则,在他立下的政治遗嘱中说:“虽说是老生常谈,但事实确实如此:正如国家要经常通过战争扩大领土一样,它在和平时期要通过经商来增加财富。”因此他在一本回忆录的边页上亲手写着“重视买卖,给商人以地位。”

在这个潜移默化的社会观念转型的时期,科尔贝尔是一个里程碑式的人物,在他身上糅合了政治家、哲学家和商人的多重身份,他有着政治家的眼光和哲学家的思维,而真正使他名垂青史的却是他骨子里的商人本质。他出生于一个呢绒商家庭,受到过商业经营思想的熏陶,在先后担任财政和贸易总监(1661年)、海军总需官和建筑与贸易总监(1664年)、财政总监(1665年)的过程中,他是他所属的商业资产阶级中最理想的代表人物。他把国家当作一个大贸易公司,以商人的果断和精明来规划它,一方面,国家政权使他成了企业家,使之得以直接管理某些企业;另一方面,他以授予特权、给予补贴和提供方便为诱饵,鼓励企业家经商办厂。科尔贝尔对整个法国资产阶级思想的影响可能是最深远的,虽然他也未能消除对商人的蔑视和存在于小商人头脑中的保守(这种保守一直延续到19世纪和七月王朝时),但他对商业的促进和推动的巨大作用在18世纪的贸易商业发展中已经日渐清晰,巨额的财富开始聚敛在批发贸易商和呢绒承包商的手中。

著名的年鉴学派史学家布罗代尔在他的《法兰西的特性》一书中为我们描绘了18世纪中叶拉瓦勒地区的商人形象:

织匠们每星期六肩扛着布匹来到商场,顾客站在板凳上

^① 圣殿骑士团是成立于1118年法国的一个宗教和军事性团体,在十字军东征中在巴勒斯坦等地作战、抢劫并从事大规模的国际金融活动。

展开布匹,仔细查看……洗漂作坊的主人往往兼营商业;他们自己也收购布匹,经漂白后转手出售。他们还为法国其他城市的商人充当经纪人,提取 6% 或 8% 的佣金。

承接产品的精加工是商人控制市场的一个手段,通过这最后一道工序,商品不但因产品增值而获得最大利益,而且还享有转手出售的优厚利润。

拉瓦勒的批发商同法国各大城市的批发商都有业务往来,他们敢冒各种风险,谋取海外贸易的高额利润。他们还购买法属印度公司的股票,随后又参与密西西比公司的疯狂投机。……

整个 18 世纪银行、汇兑、贸易手段的发展在实践中得到应用,作为商人主要支付工具的货币在 18 世纪也稳定下来,金融资本主义成为这个时代的主要特征,大众日益广泛地使用钞票表明了“资本主义精神的渗透和经济的集中”。1786 年英法两国签订的《通商条约》减轻了双方的海关税,对当时的贸易发展产生了决定性的影响。法国商人的物质与精神地位都在这个有利于商人的时代里发生了迅速的变化,富裕起来的商人脱离了普通人的行列,为数众多的平民和商人之间存在着差异,1776 年一名佚名的作者这样写道:“自从弗朗里内阁以来,整个法国都在倾心倾力地从事贸易、金融和殖民地的开发。所有的生意人和贸易商都富了起来……金融家以他们的奢侈和豪华使人们极度尊重财富。”

经历了轰轰烈烈的资产阶级革命的法国走入了 19 世纪,1830 年七月王朝以来银行家领导了国家政权,资产阶级进驻了巴黎,银行界成立了资产阶级中的贵族。大资产阶级完全同 17 世纪那个渴望进入贵族阶层的无地位的阶级完全不同了,议会制定的大多数立法都是为了商人的利益而定的:商业法庭法(1830 年)、商品出售条件法(1837—1841 年)、海上运输法(1833、1835、1841 年)纷纷出台,而且还建立了商业法院。贸易的这种支配是以资产阶级已经

从上到下革新换面为标志的。当人们指出“一个多世纪以来，每一个法国人都具备了商人的心理”时，并不单纯是因为每个法国人都给自己赋予了商人的形象，把获取财富视为生存的唯一目的，而且还因为他的日常生活、他的思想乃至他的生理反射都深受商人利益强加给他的一切“影响”。

近代历史上的法国商人从贬商抑商的中世纪走出来，在财富成为决定力量的主要源泉的社会发展趋势下逐渐意识到自己所能发挥的巨大作用，直至成为一个完全成熟的阶级。“如果说资产者在封建世界里一出现，就被看作是一个外来客，那首先是因为在一个大家都在寻求稳定的时代，他却选择了四处飘流的生活方式，在人人都靠自己耕种的或保卫的土地为生的时代，他却选择了以贸易为主，自己却不生产任何东西。此外，也是因为在在一个大家都只限于满足自己需要的时代，他却在追逐利润。尽管资产阶级做出了种种努力，以期适应这个时代，但它与社会其他阶级还是格格不入。因为，它的生活方式，它所从事的职业和纯粹以赢利为目的的贸易本身，使资产者必然具有与众不同的精神面貌”。就这点而言，法国商人与世界各地的其他商人有着同一的共性：为了金钱和利益而奔波。在这一共性仍然存在的前提下，现代的法国商人已经把商人共有的精神面貌和法国人特有的社会文化气息紧紧结合在一起，形成了别具一格的法国式的商人文化和特色。然而恰如费尔南·布罗代尔所言，把法国、法国人“仅仅归结为一种表述、一则方程、一个公式、一种形象、一个神话是徒劳无益的”。法国商人既是法国人，又是商人，这势必意味着他们具有多重的表象与内涵。

二、挥洒自如的独特气质

风雅/浪漫/休闲

法国是个充满了迷人气息的国度，它深厚的文化积淀，浓郁的风土人情和恢宏的历史遗产都会引起人们的无限遐思。法国人如同这个国家一样变化万千，每个去过法国的人都会不自觉地沾染法兰西的闲情逸致，更不要说这个民族所具有的令人深深向往的风度和雅致了。朱自清先生就曾用他文人的匠心描述过法国人的“雅”：“从前人说‘六朝’卖菜佣都有烟水气，巴黎人谁身上大概都长着一两根雅骨吧。你瞧公园里，大街上，有的是喷泉，有的是雕像，博物院处处是，展览会常常开；他们几乎像呼吸空气一样呼吸着艺术气，自然而然就雅起来了”。其实，不只是巴黎人，所有法国人都在这种深深浅浅、浓浓淡淡的氛围中生活，他们的言谈举止都在不经意中透出外人如何学都学不来的与生俱有的优雅和从容。

处在法兰西这片土地上的商人们也蕴涵着同样的魅力。早在17世纪法国近代资产阶级刚刚兴起时，他们对教育的重视和对人文的培养就已经有了深厚的根基，所有的文学、艺术、道德精神和哲学思想都植根于这个新兴的阶级中，他们对这些文化财富的重视超过了同时代所有其他国家的同行。他们其中比较典型的优秀的人物被公认为是“有教养的正派人”，虽然对正派人这一概念众说纷纭，但众口一辞的是当时的法国商人已经不仅有才智上的天分，同时也是在自然与社会品质方面体现着理性与稳重的理想化身。“无论是开店铺的小资产者，还是出入于最高法院的大资产者，无一不是这副派头”。

17 世纪在法国上流社会形成的特殊社交圈——沙龙也为商人们提供了一个可供学习和模仿的典范。文学界、艺术界的名流人士和上层社会的达官显贵在沙龙聚会中谈天说地,交流思想。沙龙特有的悠闲雅适的格调和充溢着智慧与知识的气氛一时间成了风行于法国乃至整个欧洲的时尚。资产者们都以跻身于某个高层次的沙龙为荣,一般的小商人们也以能追随沙龙式的思想、语言和气质为个人修养的最高目标。在这些独特的历史背景和人文环境中,法国商人的言谈举止,举手投足之间都渐渐形成了一种高贵的风范,无论什么时候都是衣着光鲜地出现在公众面前,谈吐中要充满了优雅的法国方式、睿智的思想和敏捷的反应。几个世纪下来,法国商人的这种“味道”丝毫没有改变,他们似乎比一般的法国人更执着于对传统风尚和民族精神的喜爱。即便是现在,无论什么时候你和他们接触,无论在谈判席上还是餐桌上,无论是公众场所还是私家宅邸,你都会看到气质如一的法国人:彬彬有礼,举止优雅,谈吐风趣又富有哲理(在谈判桌上,他们一套又一套的类似哲学家的理辩会搞得你焦头烂额),知识广博又不刻意卖弄。在法国商人身上,我们总可以领略到带着这个国家、这个民族的气质,这种气质也是我们能够在巴黎的街头巷尾,在卢浮宫的人流中,在儒尔纳餐厅轻轻啜饮的食客里,在塞纳河两岸各异的景象中,在协和广场悠闲漫步的人们中可以感受到的法兰西的气息。

长期呆在法国的外国人都有一种共同的感受,“天晓得是听来的,还是看书积累下来的知识,就连街上杂货店或肉店的女老板也会滔滔不绝地谈论艺术,可一下子又会把话题转到政治上去。”也许这就是朱先生笔下的“雅”吧。

在一般人的头脑中,对法国的印象就是“浪漫的法国,浪漫的巴黎”,要问究竟“浪漫”在什么地方,也大多是从电影上的爱情故事中得来的和从许多文人墨客的笔下读到的。法国人的确是浪漫的民族,可这种浪漫并非我们通常所理解的罗曼史,迷人的故事和

善说情话的法国人只是“浪漫”的小插曲而已。法国人的浪漫是一种感性的精神境界，自然恣意又不受拘束。纵情的大笑、疯狂的狂欢、无止境的畅饮、随心所欲的穿着都是其中的图像。而法国人最大的浪漫莫过自行其是的逍遥，用流行的词语来说就是“休闲”。法国人爱休闲远胜于爱工作，休闲如同自由一样是他们追求的美好事物。

看一看法国的日历，我们就会了解这个民族多么喜爱形形色色的节日和假期，每逢重大节日，全国上下一致停工，甚至许多旅店、餐厅、咖啡厅、酒吧的主人也放弃赚钱的大好时机，忙中偷闲地出去休闲。若是碰上只间隔一两天的节日，那么假期就会串联起来，常常会整周地放假，法国人把这叫做“架桥”。平常的两天休假日加上时不时一些小节日，早已使法国人养成了喜欢轻松而没有负担的生活方式。每当假期来到，法国人就匆匆放下手中的一切，或是打点行装出去度假，或是在城市四处闲逛，或是到海滨去领略自然风光……总之，他们决不肯轻易放过这个机会，而不惜放下学习，放下工作，也放下生意。

法国商人也毫不例外地乐意享受任何假期和节日的乐趣，生意和休闲互不侵犯。特别是每年8月，那时的法国几乎是一片寂静，全国的大放假也把商人的心放了假，什么诱惑在法国商人心中都比不上外出度假或和家小享受天伦之乐，甚至当7月的最后一个星期来临时，他们就已经把别的心思移开了，那时的他们可能正在琢磨最好的休闲去处和最浪漫的休闲方式。他们的轻松和对休闲的留恋情绪往往能延续到正常工作开始之后。他们绝不会吝惜花费在休闲中的时间，对他们而言，这无所谓得失，因为这是他们的传统，是他们生活中牢不可分的一部分，他们甚至不去想这样做是否会妨碍自己的赢利，他们认为理所应当的事是没法用他人的标准来进行衡量的。

法国人是个混合体，无论从哪个角度透视他，都会看到不同的

侧影。

商人/哲人/文人/匠人

众所周知,法国是一个孕育思想者的国度,也是一个创造语言和优美文字的国度,它还是一个充满创造力和想象力的艺术之都。笛卡尔、伏尔泰、卢梭、孟德斯鸠、萨特这些思想界的大师都生长在法兰西;雨果、大仲马、巴尔扎克、左拉、莫泊桑、罗曼·罗兰这些文学大师都描述着法兰西;塞尚、罗丹、布拉克、毕加索、莫奈这些艺术界的大师则用他们的灵魂塑造了法兰西。可是我们也许不知道的是:法兰西还孕育出了另一种天才的人物——商人。这类看似与哲学家、文人和艺术家们毫不相干的人物,在法国这个奇妙的国家中却和哲学、文学乃至艺术产生了千丝万缕的联系。法国人在这四种角色间自由地穿梭,仿佛这四种人本身都没有本质的差别,毫不冲突。一个哲人并不等于终日封闭在狭小的世界里看不到外面的物质社会;一个文人并非只会创造悲剧或喜剧的作品而不懂经济利益和理性的创造;一个匠人也不是只生活在他的艺术天地中没有金钱和真实生活的概念……一个商人更不是只知道一味追逐金钱和暴利,除此之外一概不知不晓的利益主义者。法国的商人既可以有哲人的思想和睿智,文人的敏锐和才气,也可以有艺术家的想象和感性;反过来,法国的哲学家、文学家、艺术家也都可以具备商人的精明和对物质与金钱的赞同。他们结合在一起,像许许多多谜,总让人猜不透,摸不清,但又不得不由衷地表示惊讶和佩服。

让我们看几个最典型的例子吧:

在法兰西哲学史上首屈一指的哲学大师莫过于伏尔泰了。我们只知道他开辟了法国启蒙主义的先河,打开了近代资产阶级思想的大门,可我们怎么能想到“在不放过任何投机机会的哲学家中,伏尔泰当属最完美的典型”呢?出身于一个小法官家庭的伏尔泰经历过比较艰辛的一段生活,年薪 6 千锂的薪水只能勉强负担

他的生计，他的一生为后人留下了许多惊人的语录和思想，也为他的后代留下了16万锂的遗产和两幢像“天堂”一样的宅邸。我们难以想象这位伟大的思想家如何把他的启蒙思想变成了巨额财富，可确凿的事实却令我们必须承认他是个典型的又十分出色的商人。他在1736年写道：“我想以最保密的形式，在某个既能保守秘密，又绝对忠诚的公证人那里存一笔钱，他可以在一段时间里用这笔钱从事有利的投资活动，而我在需要时也能马上收回。”伏尔泰以这种不显山露水的方式经营各种买卖，从进行公债投机到和军队做供给生意，他的财富就这样通过他的经济头脑而非他的哲学头脑迅速膨胀起来。恰如佩尔努所言：“那些为鼓吹运用自由法则而同唱高调的作家，一个个都争先恐后地赞美发放公债的好处，他们——伏尔泰们，孔多塞们，贝克莱们和默隆们，把公债视为相当大的进步。但是一关系到他们自己的利益，他们就会毫不迟疑地把他们的经济学说付诸实践。”

这是一个极其简单的道理：当金钱和物质成为人们赖以存在和生活的理由时，它在思维领域占据的地位就是牢不可破的。只是这一事实在法国人身上体现得尤为明显而已。写过《费加罗的婚礼》、《欧仁妮》的大作家博马舍一面宣扬着平等思想，驳斥金钱的魅力；一面他在贴现银行作用的表现只能拿“积极”二字来形容，但没有人指责他的表里不一。在他们自己的眼中，这也并不是言行不一，思维与行为两者是统一的也是对立的，法国人不会厚颜于功利，同时也不会放过到手的金钱。当印象派大师莫奈用他丰富而又神奇的感觉融合出那幅举世惊叹的《睡莲》之时，他似乎并不急于让他的惊世之作出现在公众面前，也不急于让他的艺术天赋和灵感再一次得到世人的承认和赞赏，相反，他却不慌不忙地与博物馆馆长讨价还价，毫不让步，理由是家里的老老少少都在等我拿钱回去养家呢！也许你会把这当成一则笑话，可事实确实如此，在艺术家的眼中，他的作品是艺术，也是可以同金钱对等的交换品，所以