

一本书读懂 中华商文化

刘 啸◎著



厚德载物的中华商魂
智、勇、仁、强的商业精神

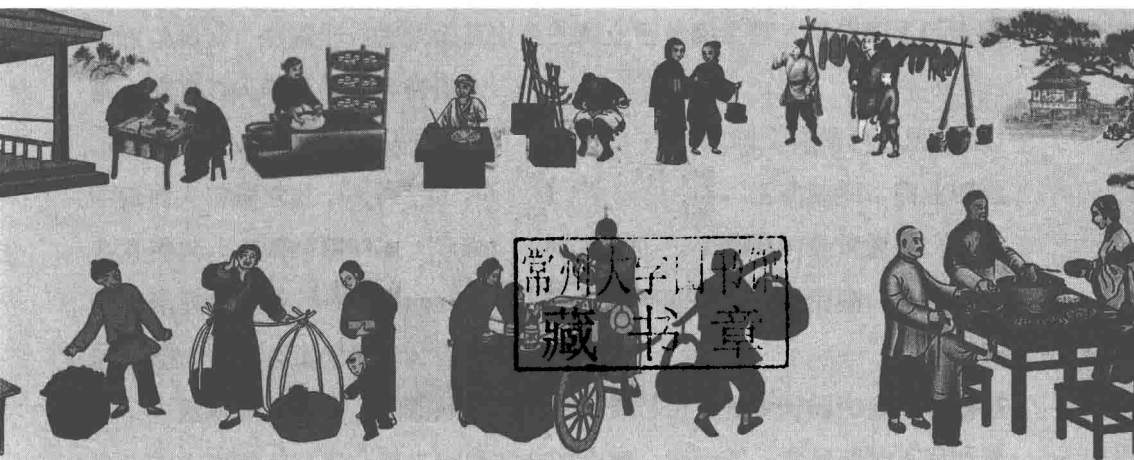
从部落交换兴起到手工业经济发达，从城市商业兴旺到近代资本主义萌芽，
从明清商帮崛起起到当代电商横空出世，伴随着物质文明的进步，
形成了不同的商业流派，并追随着“一带一路”、共享经济的大潮，展示出新时代的精神风貌。



中国商业出版社

一本书读懂 中华商文化

刘 啸◎著



中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

一本书读懂中华商文化 / 刘啸著. — 北京: 中国商业出版社, 2018.2

ISBN 978-7-5208-0157-7

I. ①一… II. ①刘… III. ①商业文化—中国—通俗读物 IV. ①F72-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 327423 号

责任编辑: 唐伟荣

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店经销

北京晨旭印刷厂印刷

*

710×1000 毫米 1/16 17.5 印张 240 千字

2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷

定价: 48.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

序 言

中国人经商的传统像中国历史一样绵久悠长。秦汉前后的范蠡、白圭、吕不韦、桑弘羊，三国至唐宋时期的石崇、武三思、王安石，明清盛世的沈万三、郑芝龙、张允龄、胡开文，以及近代的乔致庸、胡雪岩、盛宣怀、荣宗敬、虞洽卿，当代的李嘉诚、王永庆、柳传志、任正非、张瑞敏、马云、李彦宏，都凭借其出色的商业智慧和经营才华获取了巨大财富，成为后人学习借鉴的楷模。

事实上，中国商人从一开始就表现出不同的地域文化特色。历史上，中国商人曾形成过十大商帮，各大商帮的经营项目、活动范围、商业理念各具特色。不同时期、不同地域的中华商人形成了独特的经营模式、商业智慧和财富理念，一直影响到现在。今天，伴随着全球化浪潮、电子商务的兴起，中国人正创造新时代的商业奇迹。

生意就是买和卖，做得好与坏不在于你付出了多少时间和金钱，而是取决于你有没有花费心思去琢磨对方的心理，因为买、卖是两种不同的学问。那么，究竟是什么因素决定了一个商人的成败？除了资金、技术这些硬件之外，哪些软件是华商驰骋商海的成功基因？在中国做生意有哪些规则与硬道理呢？

很简单，最根本的一点是——先做人，后经商。中华商文化的核心是在成功做人的基础上正确做事，进而在商业领域有所作为，拥抱财富梦



想，乃至实现经世济民的社会理想。有人说，做人与经商是两回事儿：做人要诚实，经商则多变。但诚实中不妨有些灵活，多变中亦不可丢失本分。要想在商业上取得成功，首先要学会做人做事，因为世情才是大学问。此外，天道酬勤、大胜靠德、诚信为本、开源节流……都是悠久的华商文化的应有之义。

马克思在《资本论》中指出：“一个社会不能没有商人，近现代社会更是如此。商人、商品和商业资本是推动社会发展的积极因素。”

本书全面、系统地梳理了中国从古至今的商业发展史、商业人物、商业事件、商业思想以及商帮文化，归纳总结出了中国商人本土化生存、发展、壮大的一般规律与经营智慧，提炼出了华商文化的要义，是现代创业者、企业家、管理者在商场一展宏图的重要读本。

目 录

上篇 华商文化溯源

第1章 商业简史：华商文化的历史起源与演化	002
1. 部落交换是最早的商业体验	002
2. 私有制的诞生孕育了商业	004
3. 商朝划时代的“工商立国”	005
4. 诸侯发展手工业催生了商品经济	007
5. 秦汉“官商一体化”战略	009
6. 三国纷乱背后商业暗流涌动	011
7. 隋唐城市商业兴旺发达	012
8. 伴随城市化发展的两宋商业	014
9. 马可·波罗笔下的元代繁盛景象	015
10. 明代迎来全民皆商时代	017
11. 资本主义萌芽与行会组织发展	019
12. 晚清票号业务开始勃兴	021
13. 民国短暂的商业黄金时代	022
14. 改革开放与全球化浪潮	024



第2章 儒商文化：奉行“王道经营模式”	027
1. 儒商如何构建信仰体系	027
2. 儒商的修身之法	029
3. 儒商的核心价值	030
4. 儒商追求的理想人格	032
5. 儒商推崇的经营策略	033
6. 儒商企业文化建设	035
7. 儒商的契约精神与礼乐文化	037
第3章 佛商文化：以慈悲济世之心践行社会责任	039
1. 读懂佛商的核心理念	039
2. 用布施的行动获取财富	041
3. 永远不做金钱的奴隶	042
4. “有舍有得，大舍大得”的理念	044
5. 慈悲事业是一世的修行	046
6. 在建立自我中追求无我的境界	048
第4章 道商文化：在尊重规律的基础上永续经营	050
1. 陶朱公：中华道商始祖	050
2. 经营者要有“上善若水”的品格	052
3. “柔弱胜刚强”的智慧论	054
4. 管理中奉行“无为而治”的理念	055
5. 经商永远追求创新求变	057
6. 多一些领导，少一些管理	059
7. 在机遇面前要敢于取舍	061
8. 心无二用是最大的发展智慧	063



第5章 华商文化的精神：注重信义传统，坚守博爱美德 065

1. 勤俭持家的传统 065
2. 诚实守信的信条 067
3. 开拓进取的精神 068
4. 百折不挠的意志 070
5. 灵活应变的策略 072
6. 回馈社会的善举 074

第6章 中华商业老字号：百年老店基业长青的秘密 076

1. 同仁堂：永远把产品质量放在第一位 076
2. 胡庆余堂：以“戒欺”文化立世 077
3. 瑞蚨祥：继承传统，开拓创新 079
4. 成文厚：推陈出新，开放经营 080
5. 绍兴女儿红：浓厚的历史文化底蕴 082
6. 天福号：流程管理打造美味珍馐 083
7. 茅台：成功源于独一无二的工艺技术 085
8. 稻香村：前店后厂，自创经营模式 087

中篇 华商文化流派

第7章 晋商文化：以义制利成就天下第一商帮 090

1. 跳出“小圈子”，晋商足迹遍天下 090
2. 以义制利善结人脉，成就天下第一商帮 092
3. “博大宽厚，包容并蓄”的商业精神 095
4. 学徒制：构建人才圈子，打造团队优势 097



5. 打破一切常规，让伙计顶身股	100
6. 招股共赢，持续拓展生意的边界	102
7. 借助汇兑网络，获取丰厚回报	104
第8章 徽商文化：兼具商人与文人双重身份的儒商	108
1. 靠诚信经营才能守住企业的未来	108
2. 虽富犹俭，保持勤俭的好习惯	110
3. 薄利生财，聪明人的竞争方式	112
4. 经商第一是能吃苦，第二是会吃苦	113
5. “知人善任，以人为本”的经营之道	116
6. 交情是做生意成功的资本	118
7. 未雨绸缪，生意头脑要灵活	120
第9章 秦商文化：恪守人硬、货硬、脾气硬的理念	122
1. 创业要有不怕牺牲的劲头	122
2. 深厚的文化传统是一种优势	124
3. 敢做敢为的商业精神	126
4. 一旦看准机会就果断出手	127
5. 大商得道，小商得利	130
6. 吃是一种文化，也是一门生意	132
第10章 豫商文化：发动商业大战是拿手好戏	136
1. 《清明上河图》里藏着河南商业史	136
2. 豫商从来不会有止步的那一刻	138
3. 发动营销战是河南商人的看家本领	140
4. 商会资源是最大的竞争优势	142



5. 野蛮生长让河南商人更有竞争力	144
6. 在“商德”的沃土里发展壮大	147
第 11 章 鲁商文化：左手拿论语，右手拿算盘	150
1. 深受孔孟文化影响的鲁商	150
2. 有胆有谋，勇闯关东	152
3. 吃苦耐劳，实干出业绩	154
4. 鲁商发展的五个阶段	158
5. 做生意推崇“以义制利”	159
6. 大气做人，成就“大象经济”	161
第 12 章 浙商文化：最有吃苦精神的草根创富商帮	164
1. 借助家族的力量闯天下	164
2. 到老乡群里扩展人脉	166
3. 跑得勤，贵人才会离得近	168
4. 为钱走遍天南地北	170
5. 狼群战术，大家一致才能赢	172
6. 走出国门，到海外建新圈子	173
7. 敢做第一个吃螃蟹的人	175
第 13 章 苏商文化：秉承温文尔雅的经商风格	177
1. 无论出身怎样都要自强不息	177
2. 共聚齐心做事的团队	179
3. 一生只做好一个行业	181
4. 稳中取胜是苏商最大的特点	183
5. 坚持打造幸福企业	186



6. 慈善是长征，而且永远没有终点	189
第 14 章 粤商文化：奉行“商者无域”的生意经	192
1. 利益交往，少空谈情义	192
2. “商者无域”获取无限商机	194
3. “专注”成就了今天的辉煌	196
4. 快速结账，远离呆账、坏账	198
5. “以钱生钱”才是经商的真谛	199
6. 让家族生意“富过三代”	201
第 15 章 闽商文化：海洋基因成就爱拼才会赢的天性	204
1. 从蛇到龙的蜕变	204
2. 爱拼才会赢的闽南商人	206
3. 靠山面海，造就经商优势	208
4. 借助文化图腾连接海峡两岸	211
5. 一经承诺就要负责到底	213
6. 共聚一群齐心创业的伙伴	215
第 16 章 港台华商文化：借助家族纽带把生意做大	218
1. 勤俭基因是发财的根本	218
2. 台湾知识管理的典范	220
3. 世情才是经商的大学问	222
4. 经商要有不屈不挠的精神	224
5. 从不惹事，但也绝不怕事	225
6. 人弃我取，发现盈利之道	227
7. 一分钱都计算清楚	229



第 17 章 海外华商文化：低调、务实地走在成功的路上 231

1. 做事喜低调，做人不张扬 231
2. 抑奢从俭，去华存朴 233
3. 市场需要什么就做什么 235
4. 善于利用本地资源做生意 238
5. 成功是旅程，而非终点 240

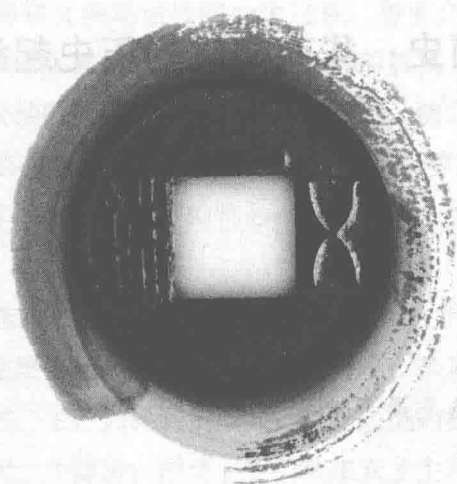
下篇 华商文化趋势

第 18 章 电商崛起：新一代华商赢在互联网思维 244

1. 阿里巴巴与中国电商时代 244
2. 玩转微商，让钱包鼓起来 246
3. 开创颠覆式创新 248
4. 投身移动互联时代热潮 250
5. 利用直播软件赚取收益 252
6. 读懂“网红经济学” 254

第 19 章 商业趋势：将华商智慧与传统融入商业新世界 256

1. 中华复兴背景下的“一带一路” 256
2. 新时代呼唤“工匠精神” 257
3. 人工智能引发商业洗牌 259
4. 共享经济重构未来商业新模式 261
5. 掀起“大众创业、万众创新”热潮 262
6. 新零售带来的变革与机遇 264



上篇

华商文化溯源

第 1 章

商业简史：华商文化的历史起源与演化

1. 部落交换是最早的商业体验

在漫长的原始社会里，人们要面临各种天灾以及猛兽的侵袭，为了生存下去，人们不得不联合起来对抗自然灾害和猛兽，部落就是在这种情况下自然形成的。可以说，部落是原始社会最典型的社会组织。

在原始社会早期和中期，人们靠采撷果实、合力猎取禽兽为生，还没有形成社会分工，生产关系也是“公社集体所有制”。由于生产力低下，更不会产生剩余产品，当然也就不会有商品交换。

到了原始社会后期，生产工具得到了改进，生产力也得到了提高。在生产力的推动下，开始有了社会分工，不仅在部落当中出现了专门从事农业耕种、狩猎这样的分工，还出现了游牧部落从其他部落中分离出来的大分工。生产力提高之后，生产资料在满足本部落成员需求之后有了剩余。为了不让这些来之不易的生产资料浪费，也为了满足更多的需求，于是部落之间的交换行为开始偶然出现，个别的、偶然的、最为原始的“物物交换”出现了。

根据历史考察，我国早期的物物交换距今已经有六七千年的历史。属于早期仰韶文化的河南、陕西、甘肃省的村落遗址中发现了产于沿海地区



的海贝，这些海贝主要用来装饰，这就是自外地交换而来的物证。此外，在甘肃各遗址的墓葬中，除有沿海地区的海贝外，还发现了来自新疆的磨制玉片、玉缀，可见在这个时期，地区之间已经出现了交换关系。

据说，最初的物物交换是这样的一个过程：想要交换物品的部落会派出代表，把物品放在大家公认的交换场地，然后就找一个地方偷偷躲起来，不让前来参加交换的其他部落的代表看到自己。随后，其他部落的代表就会把要交换的物品放下，拿走自己需要的物品。等到对方离去之后，这位代表才会走出来拿走对方放下的物品。就这样，一次完整的物物交换就完成了。

到了原始社会末期，也就是父系氏族公社时期，手工业也发展了起来，制陶、纺织、酿酒等已经发展成为专门的行业，甚至一些地区的居民已经掌握了冶炼技术，生产力得到了极大提升。人类的社会组织形式，也由几个氏族公社组成一个部落，形成了专门从事农业生产、手工生产和畜牧业生产的部落。原始人类的产品除了满足自身需求之外开始有了部分剩余，为了获取自身没有的物品，在部落之间的边界上，开始了经常性、习惯性的物物交换。比如农业与畜牧业生产部落之间的交换，用蔬果换兽皮等。

《尚书·益稷》记载：“懋迁有无，化居。烝民乃粒，万邦作义。”这段话是说大禹曾经鼓励百姓贸易，将自己家里多余的东西拿出来交换。有虞氏部落首领舜也是一个擅长交易的部落首领，传说舜在做首领之前就曾因“顿丘（地名）买贵，于是贩于顿丘；传虚卖贱，于是债于传虚”而闻名。

《易经·系辞》有记载：（神农氏）日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。这说明神农氏时有了交易的“市”，有“市”就会有“商”，各人也就各得其所。

【华商生意经】

在交易地点、交易时间、交易的物品、交易的主体齐全的状态



下，人们以己之所余换己之所需，而己之所需恰为彼之所余，最终各取所需，都得到了满足，最早的商业活动也就在这个过程中应运而生。

2. 私有制的诞生孕育了商业

《季氏将伐颛臾》中有“不患寡而患不均”，意思是说不担心分得少，但是却担心分得不均匀。但是到了原始社会末期，随着生产力的提高，生产资料有了剩余，如何占有和分配这些剩余的产品成了当时社会的主要矛盾之一。

在母系氏族公社时期，也就是原始社会早期，生产资料集中储存，生活必需品按公分配，部落成员也严格按照“公心”来对待分配，所以不存在多拿多占。当然，当时也没有多余的产品供给。到了父系氏族时期，虽然必要的生活用品和食物还在遵循平均分配的原则，但是部落首领在分配物品的时候已经有了优先分配的权利，逐渐地他就比普通部落成员有了更多的物品，“不患寡而患不均”的担忧成为了现实。剩余产品的不平均分配，直接导致了私有制的出现。而私有制的产生又为商业的形成奠定了基础，也是商业出现的前提条件。

随着权力观念的产生，部落的上层人物普遍认为自己比部落其他成员分配到更多的剩余产品是理所应当的事情。为了能够占有更多的剩余产品，他们还希望能够有“制度”来保护他们的“私心”，这就导致了私有观念的产生。

在父系氏族公社时期，比女性更加强权的男性掌握了社会权力，部落的首领开始认为女人也是自己财富和社会地位的象征。在那个时期，三皇五帝中的伏羲氏制定了“一夫一妻制”，这导致了家庭的产生，家庭的产生也就促进了私有制的产生。

手工业和农业的分工也是伴随着家庭的出现而产生的。恩格斯曾说：



“在野蛮的高级阶段，农业和手工业之间发生了进一步的分工，这就直接导致了一部分劳动产品的生产，而且产量日益增加。”家庭剩余产品的逐渐增多，使得个体之间的交换变得越来越迫切。

个体家庭的出现，也使得“人人为公”的观念逐渐淡化，取而代之的是“人人为我”的私有观念。个体利益以及私心逐渐成了社会的主导意识，这也使得原来的协同作业的公有制劳动形式发生了变化，逐渐演变成以家庭为单位的私有的个体经济。在这种经济结构作用下，以家庭为基础的私有财富结构逐渐建立了起来，也就是私有制的物质形态确立了。

在财富掌握到个人手里之后，随着生产力的不断提高，个人的私有财富也越来越丰富。而且在这个过程中，生产资料和生产工具也开始逐渐私有，归单个的家庭所有。由于产品剩余越来越多，部落之间的交换也越来越频繁，产品交换的频繁发生逐渐将原本发生在部落和氏族之间的交换推进到了以家庭为单位的个体交换。

在剩余产品交换的过程中，产品的所有权发生了转换，而在这之前私有观念已经形成，相应的，所有权的观念也就产生了。当人们承认彼此对交换的产品有了所有权之后，一项交换才算正式完成了。

【华商生意经】

分工不断细化，生产也不再是单单为了满足生活，产品有了剩余，个体家庭成为经济主体，占有的观念逐渐产生，这一切都为商业的产生打下了基础。正如马克思所说，“随着农业和手工业的分工，便出现了直接以交换为目的的生产，即商品生产——也就是商业产生了。”

3. 商朝划时代的“工商立国”

原始社会的物物交换带有了商业的一些特质，但严格意义上来说并不