

贸易文化论

Maoyi Wenhua Lun

张述传 / 著



武汉出版社
WUHAN PUBLISHING HOUSE

贸易文化论

Maoyi Wenhua Lun

张述传 / 著



武汉出版社

WUHAN PUBLISHING HOUSE

(鄂)新登字 08 号

图书在版编目(CIP)数据

贸易文化论/张述传著. —武汉:武汉出版社,2009.9.12

ISBN 978—7—5430—4450—0

I. 贸… II. 张… III. 国际贸易—研究 IV. F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 152300 号

著 者:张述传

责任编辑:邹德清

封面设计:刘福珊

出 版:武汉出版社

社 址:武汉市江汉区新华下路 103 号 邮 编:430015

电 话:(027)85606403 85600625

<http://www.whcbs.com> E-mail:zbs@whcbs.com

印 刷:武汉中远印务有限公司

开 本:880mm×1230mm 1/32 经 销:新华书店

印 张:6.5 字 数:156 千字 插 页:3

版 次:2009 年 12 月第 1 版 2009 年 12 月第 1 次印刷

定 价:18.00 元

版权所有·翻印必究

如有质量问题,由承印厂负责调换。

中文摘要

从 20 世纪 80 年代以来,人类可以说已进入了一个新的时代,即进入了一个以信息、文化和知识为主要生产手段的社会,世界上通行的说法,叫做知识经济时代。在知识经济社会中,经济文化一体化发展成为潮流和趋势。在这个潮流和趋势中,文化价值开始影响人们的生产和消费决策。消费者、人民群众的物质文化与精神文化需求在不断提高,必然要求社会再生产各个环节——生产、管理、营销、服务以及物质资料再生产、科技再生产、劳动力再生产等都必须有文化特色和文化品位。社会经济活动全过程,都必须考虑和研究文化因素,紧密结合文化来进行。文化在经济中具有特殊的地位并已产生和将继续产生巨大的推动作用。缘此,作为社会经济活动中的一个重要环节、重要组成部分的贸易经济活动,其文化因素、文化成分及其作用日益显现和突出。贸易活动不仅仅是纯经济活动,而且还会因为贸易主体及贸易对象的文化承载量越来越大,文化因素在贸易活动中的作用也越来越突出。研究贸易活动中的文化因素、文化价值及其文化作用,其意义越来越重要了。

本书将在分析贸易与文化的基础上,就贸易文化问题作一些

较为系统的初步论证与分析,以期对贸易文化的内涵、内容、功能,贸易文化与相关经济现象作一些理论思考,试图揭示一些带规律性的认识。由于“贸易文化”是一个新的概念,因此,我对于这一概念的研究,不得不借助相关学科,从文化学的视野,在广泛搜集中外学者已有研究成果基础上进行综合与分析,这只是初步的尝试。

本书共分七个部分,其内容摘要如下:

一、贸易文化的理论思考

现代经济生活的实践已经显示:经济活动中的文化因素和文化作用越来越突出,经济的发展、腾飞,越来越多地借助文化的手段、文化的力量来实现,即现代市场经济需要文化力的激荡和支持。而贸易既是市场经济发展的产物,又是市场经济的重要组成部分和重要环节。贸易活动的发展,已由初始的“以物易物”,发展到今天,已变得相当复杂,即人们对商品越来越挑剔,不仅要求商品适用,而且在购买时还附加了许多文化需求。因此,贸易活动不能不顾及人们的文化需求。以贸易活动主体和对象所包含的文化底蕴为基本内容的贸易文化应运而生。

贸易文化是一片尚待开垦的处女地。无论是在当代西方经济学那里还是在西方经济文化学那里,都没有出现过“贸易文化”这一概念。但在西方和我国经济学家和经济文化学家那里,他们都同时注意到了贸易活动中的文化因素,包括积极因素和制约因素,他们特别强调在贸易中文化障碍、文化冲突和文化沟通对贸易的影响,不过都没有对这一理论现象进行系统研究。

这一部分从西方学者如瑞典经济学家赫克歇尔和俄林的纯粹

经济学派、德国学者弗洛姆的经济人格学派、马克斯·韦伯的经济文化学派,以及国际营销学派和中国学者的国际贸易学、国际营销学及商业文化学的关注视角的分析中,阐述了一百多年来中外学者关于贸易文化的研究概况和零星而不系统的理论设想。在这个基础上,把贸易现象放到文化学的大框架中去审视,探索贸易的文化基础问题、贸易中的文化影响问题以及贸易行为的内部结构,以揭示贸易行为与文化因素的内在联系及其相互作用的规律性。

二、贸易与文化

西方贸易概念起源很早,然而,从理论界定的角度看,论述贸易问题较为系统和深刻的学者则当数英国早期资产经济学家托马斯·孟、尼克拉·巴尔本和达德利·诺思。他们三个人在不同的时期写过《贸易论》,并分别就“贸易”的概念内涵进行过论述。概括起来讲,他们的主要观点有三个方面:一是贸易是一种出售多余财物的活动;二是贸易是一种互通有无的交易活动;三是贸易是一种特殊的专门制造活动。当然,近现代学者对于贸易的认识和理论概括比早期学者有许多新进展。

我国古代先哲们对贸易的认识虽然没有西方学者那么系统化、专门化,但对于贸易的本质、贸易概念的解说也有独到之处,且相当丰富。

纵观中外学者对贸易的认识和理论概括,都与他们所处的时代、所拥有的文化优势的局限性有关,也与当时贸易发展的水平相关。本节试图从当代文化学的视角对贸易概念的内涵进行深入的揭示,以获得最新认识。贸易现象是人类经济文化发展到一定阶

段的产物。从文化人类学意义上讲,人类一切经济活动都是文化活动,都有文化意义。因此,贸易从一产生那天起,就深深打上了文化的烙印。所以,贸易活动不仅仅是纯经济活动,人们在交换、交易物品的同时也把知识、产权、信息等文化含量也交换出去了。

文化是一个既古老又现代、既明了而又相当复杂的概念。中外学者对其进行过多侧面多层次的研究,可谓众说纷纭、莫衷一是。但总起来讲,对“文化”又一直沿用广义和狭义两种解释。无论文化的界说种种,但有一个共同点就是,“文化”是人类改造自然的结果。因此,我在研究文化概念时强调:文化与人自身进化和发展的联系性;文化性质与人们思维和智慧特性的本质关系;文化在人的社会化进程中的巨大作用。

三、贸易文化的内涵

贸易文化是一个独立的科学范畴。它是指在贸易活动(全部交换和交易活动)过程中所形成和展示出来的价值观念和行为准则的复合体。它包括贸易物质文化、贸易观念文化和贸易制度文化三个层次。贸易文化的定义,虽然不能超越现有一些社会文化意义的界说,但也呈现出新的特点:一是创新性,即这个概念是一个全新的概念;二是整体性,强调贸易文化是一个多层次(至少三层)经济文化的“复合体”;三是广泛性,贸易文化实质上是交易文化。在人类社会活动中,一切与交往、交易相关联的活动,都体现了文化因素的作用,文化的协调、沟通、融合作用显而易见。

贸易文化与商业文化既有联系,又有区别。贸易文化与商业文化同属行为文化,都是反映贸易和商业这一类交换活动和行为

中所包括的文化现象。它们在文化价值上是相通的,以促进消费者和交易者的文化认同,从而达到加速交换和贸易活动、节约流通时间、降低交易成本的目的。但贸易文化要高于商业文化,是商业文化的拓展和延伸,不论从内涵还是外延讲,贸易文化包含商业文化,它比商业文化调节与作用的范围更加广泛。

贸易文化与企业文化虽有联系,但有着重要区别,贸易文化从总体上讲属于行为文化(当然也包含有物质文化与制度文化的内容),而企业文化则基本上属于组织文化。贸易文化是一个整体性文化,它包括宏观、中观和微观三个层次,而企业文化则属于微观文化,二者的侧重点和作用也不尽相同。

贸易文化与消费文化的关联性,是同为贸易活动联结着生产与消费;研究贸易文化,以促进贸易活动,必须研究消费文化,并把消费文化融入其中。

贸易文化与品牌文化有着内在的联系。品牌是成功贸易经济的催化剂。没有品牌的发展,贸易经济持续增长将遇到困难。但同时,品牌因贸易而形成和壮大。品牌必须借助贸易扩大市场占有率,形成大规模。在现代市场经济中,贸易的内容实际上是品牌的贸易,因此,贸易文化的发展必须注重品牌文化的作用。

经济文化是探讨经济过程中的文化因素,揭示文化在经济中的作用。贸易活动是一种经济活动。因此,贸易文化作为经济文化的一部分,反映了经济文化的一些共性特点,同时贸易文化又是经济文化的展开,它是经济文化在贸易活动中的延伸和拓展,它的形成和发展极大地丰富和深化了经济文化。

四、贸易文化的内容、核心及其功能

贸易文化的内容相当丰富,这里仅从四个方面进行论述,即从贸易学、交易伦理、贸易智谋和贸易惯例这四个方面。本书从“智慧学和方法论的有机统一上”阐述了贸易哲学这个概念,这是贸易文化的最高层次。

贸易文化的核心,就是深层贸易文化,即包括贸易哲学、贸易伦理、文化心态、商业智谋等,它规定和限制着贸易文化的性质、特征和功能,体现着贸易文化的基本价值取向。

贸易文化是社会文化的一种特殊形态,其功能是多方面的,就其功能和社会价值讲,主要有认识功能、价值判断功能、导向功能、促进功能、规范制约功能等。这些功能的实现,充分体现了贸易文化的作用与意义。

五、市场经济与贸易文化

贸易活动是一种经济活动,贸易的发展是随着市场经济的发展而发展的。市场经济有一个发展、成熟和完善的过程。特别是到20世纪80年代以来,世界市场经济正呈现出现代市场经济的一些特点,展现出新的前景。这些必然会影响到贸易活动,赋予贸易活动的一些新特点。

市场经济的发展不仅展示着人类经济发展的状态与水平,而且也展示着一种文化现象。市场经济承载着文化,使文化作为市场经济的内在要素融入到市场经济中去的同时,使其文化自身也

随着市场经济的发展而发展。现代经济是经济与文化相互渗透的经济,即经济中的文化含量越来越大,文化中的经济因素、经济作用也越来越突出。从这个意义上讲,市场经济本身也是一种文化现象。

研究市场经济中的文化因素、文化现象,是为了寻找从文化视角推动经济发展的条件与规律。一国经济在其发展过程中要受到一定文化背景的影响,积极的或消极的。弘扬文化因素的积极影响,克服文化因素的消极影响,是贸易文化要研究的一个重要问题。在世界经济一体化、全球化发展中,要注意其中的“文化障碍”因素。特别是在贸易活动、国际营销中,要克服“文化障碍”,重视“文化沟通”、“文化融合”,进行“跨文化培训”、“跨文化管理”,创建独特的贸易文化正是适应这种需要的明智之举。

六、知识经济与贸易文化

自 20 世纪 70 年代以来,科技进步日益成为经济发展的决定因素。人类社会已步入以智力资源的占有、配置,知识的生产、分配、使用(消费)为最重要因素的经济时代。知识经济是建立在知识和信息的生产、分配和使用之上的经济。知识经济相对于农业经济、工业经济而言,有其独有的特征。一是知识成为最重要的生产要素和最重要的经济增长源泉;二是经济全球化发展,成为世界经济的基本方向和基本格局,这是知识经济产生的基础和前提;三是经济发展可持续化;四是由教育业、科研业、信息业一起构成的智力业(知识业)成为主要产业,以科技企业为主的知识企业成为主要企业类型;五是新的市场观念;六是高速信息网络成为知识经济的

重要基础设施。

知识经济条件下的贸易发展,特别是国际贸易的发展出现了许多新的特点:一是国际贸易的商品结构发生显著变化,即商品结构知识化、信息化,产品发展趋势呈“轻型化”或“无质量化”,技术贸易、知识贸易比重不断增大;二是技术贸易壁垒成为最主要的非关税措施,涉及知识产权和环保问题,“绿色壁垒”将在贸易中盛行;三是国际贸易手段的网络化与“电子商务”的兴起,将加速国际贸易的发展;四是知识产权方面的纷争成为国际贸易纷争中的主要争端;五是高技术产业的合作成为国际经济技术合作的主要形式。

知识经济条件下的贸易格局的新变化,对贸易文化建设提出了新的要求。知识经济时代的一个最深刻的挑战,就是目前人类的文化储备远不适应知识经济时代日益深刻和巨大的文化、伦理的冲击。针对知识经济时代的特征以及高技术贸易的新要求,建设与之相适应的贸易文化,以适应知识经济发展和高技术贸易的需要,为知识的生产、知识贸易营造良好的社会环境。

七、贸易文化发展趋势前瞻

贸易文化的发展将总是伴随营销文化发展的步伐而不断进步的。营销文化作为行为文化和文化载体,是通过商品交易和买卖活动,来实现商品流通、展示、传播和交流文化的。它既是贸易文化的重要载体,又是贸易文化的重要内容。无论是贸易文化还是营销文化,它们都是运用文化手段和策略,协调人际关系,沟通经营者与消费者的联系,以顺利实现商品流通或贸易来满足人们的

物质和文化需要,创造最佳效益的。然而,贸易文化与营销文化又不是等同的。前者是营销文化的深化和整合,是整体的、宏观层次的,后者则是处于微观层次的文化。营销文化的发展不断丰富贸易文化的内容,贸易文化的更新则能推进营销文化的水平的提高。

贸易文化的发展将总是伴随名牌战略发展的旋律。贸易和名牌紧密相联。名牌以其高质量、高信誉、高市场占有率和高文化含量而极具竞争力。因此,对名牌的成长与发展从宏观上、整体上进行系统的、长远的规划与谋略,并把它作为一个事业来考虑,解决名牌发展的社会条件诸方面问题,这就是名牌战略。名牌战略竞相推出,名牌产品系列和名牌服务系列不断涌现,这样,以名牌企业、名牌产业为导向,按照名牌的形成、发展和运动规律而运转的一种经济就是名牌经济。将名牌作为一种资源,它与自然物质资源一样,也有一个合理配置与利用的问题,有一个如何集约与放大效应的问题。这是名牌经济需要研究的一个主要问题。名牌产品(服务)、名牌经济极大地丰富了贸易文化的底蕴。名牌在很大程度上是一个文化传统的历史沉淀过程。名牌中所沉淀的文化传统和文化特质,是唤起人们的心理认同的最重要因素。因此,贸易与营销不是产品之争,而是观念之争,也是文化之争。当代贸易,在很大程度上是名牌的贸易。未来名牌的竞争力,实际上是名牌所包容的文化力及其文化融合能力。名牌背后是文化,文化承载量越大的产品,其效益释放量就越大。名牌经济与名牌文化不断地为贸易文化的发展奠定丰厚的文化基础,而贸易文化的发展,必将推动名牌经济的发展,丰富其内容,提高其水平。

Abstraction

Since 1980's of the last century, the human has being entered into a new stage—a society with information, culture and knowledge to be the main production ways, which is called commonly in the world to be Era of knowledge economy. In such a society, economy—and—culture combining development is being popular and a trendence. In such condition, cultural value begins to affect the people while producing and consuming; as the physical cultural needs and the spiritual cultural needs of the consumers or the people is increasing continually, each part of the social reproduction (such as production, management, sales, service and materials reproduction, scientific reproduction, labor power reproduction and so on) should contains cultural feature and quality; the social economic activities should consider and study the cultural factors during the whole course and combine culture closely to act. Culture is on a very special place in the economy and has or is going to get a huge affection on it. Therefore, the cultural factors and cultural elements and its affection of trade economic actions

which is a key factor and section during the social economic activities is getting to appear and more and more outstanding.

The paper, based on analyzing trade and culture, demonstrates and analyzes trade culture some systematically and preliminarily, So as to study the intention, contents, functions of trade culture, to think over trade culture and the related economic phenomena, and to discover some regular knowledge. As "trade culture" is a new reception, I have to study it by using knowledge of related science, generalizing and analyzing research outcomes through cultural sights. It is a basic study.

The whole is departed into seven parts. Now I abstract the contents of each part following.

1. The Theoretical Thought of the Trade Culture

The practice of modern economic life has appears; The cultural factors and affection in economic activities are more and more outstanding. Economy developing depends more and more on the cultural ways and cultural power to realize, modern marketing economy needs cultural power stimulating and supporting. Trade is not only the production of marketing economy development, but also the key part and the key link of it. The development of trade activity has changed from the kind of "things to things" incipiently to today's various kinds. The people is being more and more nit—pick, inquire the commodities not only suit for using but also for cultural needs. Therefore, trade actions can't consider without the cultural needs of the people. Thus born the

trade culture, which the general contents is cultural contents contained in the subject and object of trade actions.

Trade culture is a virgin study. Both modern western economy and western economic culture have no the conception of "trade culture". But the economists and economic cultural researchers are all notice the cultural factors in trade activities, including positive and restrictive factors. They emphasis on especially on the influence of the cultural obstacle, cultural conflict and cultural link—up to trade, but no one has studied the theoretical phenomenon systematically.

In this section, the author analyses trade culture from the focuses of western and Chinese economists and specialists (including Absolute Economy theory of Swedish economist Heckshell and Erlin, Economic Personality theory of Germany savant Floeme, Economic Culture and international marketing theory of Max Webber, and international trade and marketing and commercial culture theories of Chinese specialists), he also expounds the trade culture research survey and the non—systematic theory imagine about trade culture of last 100 years. On the base of former work, the author put trade phenomenon into the cultural framework to investigate, searches the cultural base of trade, the cultural influence in trading and internal framework of trading actions, so as to discover the internal links between trade actions and cultural factors as well as the regulation of interactions.

2. Trade and Culture

The conception of trade came into being very early in Western world. Seeing from theoretical eyes, the specialists who studied trade problem quite systematically and deeply are British early capital economists named Tomas Mon, Nickla Balben and Dederly Norce. They three had written <Trade Study> in different stage and had discussed the intension of "trade". On generally, their main viewpoints are on three sections: one. Trade is an action to sell out excessive property; two. Trade is an exchanging actions to circulate materials; three. Trade is a special producing action. However, modern savants have got further knowledge and theoretical summarization on trade than that of the formers.

Chinese ancient savants although didn't get the knowledge about trade so systematic and specialized as the western savants did, but they explained the essence and the conception of trade originally and abundantly.

Viewing the knowledge and theoretical generalization to trade in the whole world, we consider it related with the limitation of the period they lived in and the cultural advantage they had as well the developing level of trade at the time.

In this section, the author tries to do some further revealing work on the intension of trade conception with modern culture thoughts, and then to get new knowledge. Trade phenomenon is a social production when human economic culture has developed to some level. On the sense of cultural human theory, all the human's economic actions are cultural actions, all with the cultural

sense. So, trade had been marked with culture since it came into being. That is to say, trade actions is not only the pure economic actions, the people also exchange the knowledge, the property, information and other cultural contents while exchanging goods.

Culture is an old yet modern, clear yet complex conception. The savants both domestic and abroad have studied it on multi—level and multi—side, which can be said, "as opinions vary, no unanimous conclusion can be drawn." But on generally, they explained "culture" conception in two ways in wide sense and narrow one. How vary the identification is, there is one point they shared: Culture is the fruit of human create the nature. So, studying the conception of culture, I emphasis on: the connection between culture and human's evolution; the basic relation between cultural quality and people's thoughts and intellectual feature; the huge affection of culture in the course of human socialization.

Intellectual economy is based on the production, distribution, and application of Intellect and information. Compared with agricultural economy and industrial economy, intellectual economy has its own characteristics:

1. Intellect becomes the most important productive factor and the most vital economy—increasing source.
2. The globalization of economy has now becomes the basic direction and pattern, which is the foundation and premise of the production of intellect.
3. The sustainable economy development.