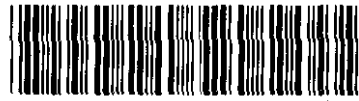


资商通鉴

向元钧 主编



中国经济出



中财 B0067502

资商通鉴

(D222/24

主 编 向元钧
副主编 曾玉成 龚秀国 黄金辉
撰 稿 (按姓氏笔划排列)

马泽峰	卢利林	卢志民
向元钧	牟万雄	孙竹玲
江 军	闵 丽	杜 鹃
杨明洪	杨晓艳	张 高
张静春	赵建军	夏红冬
龚秀国	黄金辉	曾玉成
覃孟念	薛建峰	

中央财经大学图书馆藏书章

登 录 号

446132

分 类 号

F7/7

中国经济出版社

责任编辑：杨 岗
封面设计：白长江

资商通鉴
向元钧 主编

*

中国经济出版社出版发行
(北京市百万庄北街3号)
各地新华书店经销
北京怀柔渤海印刷厂印刷

*

850×1168毫米 1/32 18.4375印张 470千字
1997年1月第1版 1997年1月第1次印刷
印数：01—4000
ISBN 7—5017—3727—4/F·2673
定价：28.00元

前 言

公元1084年，中国的一部编年体通史巨著——《资治通鉴》诞生了。该书历时十九年，宋神宗以其“鉴于往事，有资于治道”，遂命名为《资治通鉴》。该书宗旨，正如编纂者司马光在《进书表》中所说：“专取国家盛衰，系生民休戚，善可为法，恶可为戒者，为编年一书。”

自古经商多秘诀。经过一年多的努力，我们编著的《资商通鉴》一书即将付梓。本书宗旨在于：“鉴”，上可溯古，下可鉴今。这种“鉴”是在“商”方面，而非“治”方面。在我国古代封建社会里，重“治”轻“商”，从“士农工商”排序中略见一斑；同时也由于当时的封建经济基础，是不可能产生如《资治通鉴》一样伟大的经商著作的。哪怕是司马光也只能把内容极为丰富的历史简化为政治史，把历史当作为帝王服务的工具，将“国家盛衰”单纯地理解为政治作用力的结果。在封建社会里，即使有记载商人的野史小说，也极端丑化商人的形象，或只是作一般现象描述而未穷究里。

历史走过了九百年，人们的认识大大前进了。但这种认识的进步是曲折的。就在十几年前，在我国计划经济体制下，在当时的人们眼里，股票不是经济学中的有价证券，而是政治上的剥削和欺骗的凭证，是垄断时期资产阶级更为贪得无厌地掠夺剩余价值的凭证。在我们的“火眼金睛”里，股票只是“弗兰根斯坦式怪物”(Frankenstein)，即它完全是资本主义社会异化的产物：资本主义制造出这种怪物，又将最终葬送于这只怪物。经过十几年的改革开放历程，尤其是在党的十四大确定建立社会主义经济体制后，股票在人们眼里，不仅仅是一种产权有价证券，而且更是一种“生命力”很强的“财富之母”，股市是“聚宝盆”。但是，不

同的人置身于股市有不同的结果。那些机灵中不乏审慎、果敢中不乏沉稳的理性投资者，可以中囊渐鼓；但对于那些匱乏之理性、疏水性而覆舟于股海之潮涨潮落者来说，股市是“百慕大三角”。这就看你如何驾驭股票投资。我国股份制改革不久，股市运作刚刚起步，如果遍观国外股市，烂熟于心，灵活应用，投资者也许会变得更加聪明，而股市管理者也许会更加准确地作出股市规范决策。

股市、股票如此，其他亦然。商海茫茫，考你游泳技术；下水之前，不妨学它几招！

《资商通鉴》在写作上力求遵循以下五个原则：

第一，资商济用。本书力求摆脱纯理论的阐述，将理论融于实例个案之中，通过实务描述得出操作之法。让读者受到启发，或借鉴经验；或吸取教训；或两眉紧蹙、苦苦不得解时，获得一个方案以解困境；或欲挫败竞争对手时，顺手拈来一个克敌制胜的妙方；或在经营过程中，模仿实际操作。经商者往往忙于商场事务中，当身处窘境真正体会到“书到用时方恨少”时，阅读本书能豁然开朗，本书的目的就算达到了。

第二，少沾“学术气”。目前学术界有一种崇古之风，自谓“学术严谨”。所著书稿，或考证满纸，或数字堆砌，或繁琐推导，或选题脱离现实，或故作高深，用晦涩难懂的语言表达简单的道理，似乎只有这样方才显出其“学术品味”，方才“有劲”。读的人或读得懂的人愈少，其论著质量愈好。有鉴于此，本书虽然博采古今、兼容中外，但不食“古”不化、食“洋”不化，尽量用大众语言表达深奥的道理，让更多的读者阅读，让人类的精神财富为更多的人拥有。当然本书中有的地方古译今、外译汉译文不太通畅，那是作者水平有限所致。

第三，力求内容丰富。本书的“商”为广义之商，包括贸易、营销、投资等。我们尽量做到将经商的有关理论、史料、实务、案例、分析、警语有机地融为一体。从古今中外经商办实业的生动

事例中，提炼出经商要略。既有对经商者成功原因的探究，又有对经商者失败根源的剖析；既有对现成经验、教训的总结，又有对未来经商趋势的预测。

第四，体例设计新颖。本书共分八篇，每篇都有几十个小标题，这些小标题概括的是：或是一件事，或是一件事的某个侧面，或是事件的原因，或是事件的影响，或是一个理论，或是某理论的一个分支，或是一个人物介绍，或是一个朝代的贸易，或是一个企业运作的情况，或是一个案例。每个小标题都要说明一个问题，或一个经验、教训。将所有的问题都列成小标题，将较大的问题分解成几个小问题，也就成了几个小标题。为了体例的需要，有时总体与部分成了并列小标题，但仍可见其逻辑所属关系。同时，众多小标题不是零散的，而是由节、章、篇将其依次归纳为较大的问题，最后成为《资商通鉴》。

第五，文字尽量优美，文风力求一致。优美、活泼的语言是论文、著作中不中读的关键一环，我们每位撰稿人都视之为书稿的生命。最后完成的作品并未能达到我们的预期。有的篇章是对历史、实务、理论等的描述，就可能没那么生动活泼。但我们不因文废义，仍保持其原貌。同时，每位撰稿人的语言功底不同，行文风格不一。因此，我们在保持全书风格大体一致的基础上，允许个人风格的存在。务请读者鉴谅。

本书是集体劳动的成果。全书由向元钧任主编，由曾玉成、龚秀国、黄金辉任副主编。由向元钧策划，拟定全书的结构和框架，确定篇章划分和篇章内容；由副主编分别负责部分篇章的写作组织工作，并确定分篇负责人。具体分工如下：牟万雄负责商史篇，闵丽负责商德篇、商谋篇，龚秀国负责商理篇，张高负责商法篇，张静春负责商圣篇，赵建军负责商训篇，夏红冬负责未来之商篇。各篇写成后，分篇负责人和有关副主编对稿件进行了初步修改，最后由向元钧负责全书的通读、修改和定稿。

在写作过程中，我们参考了大量有关的书籍、期刊，谨向这

些著作（文章）的作者致以真诚的感谢。

本书得到中国经济出版社尤其是杨岗副编审的大力支持，谨在此表示诚挚的谢意。

限于编著者水平，加之成稿时间仓促，错误和疏漏之处，祈望专家、读者批评、指正！

编著者

1996年7月

目 录

第一篇 商史篇

第一章 中国商业史	(1)
第一节 先秦、汉代的商业	(1)
第二节 唐宋时期的商业	(10)
第三节 元、明、清（鸦片战争以前）的商业	(23)
第四节 十九世纪下半叶的中国商业	(46)
第五节 二十世纪前半叶的中国商业	(59)
第二章 世界商业史	(72)
第一节 古代希腊、罗马的商业	(72)
第二节 中世纪的商业	(81)
第三节 商业革命	(89)

第二篇 商德篇

第三章 商业道德	(98)
第一节 商业道德概述	(98)
第二节 商业道德的历史沿革	(100)
第三节 影响商业道德的社会因素	(116)
第四节 商业道德水平对社会的影响	(123)
第四章 商业道德规范	(124)
第一节 概述	(124)
第二节 我国社会主义的商业道德规范	(131)
第五章 商业文化	(155)
第一节 商业文化概述	(156)

第二节	商业文化与传统文化·····	(166)
第三节	商业文化系统·····	(175)

第三篇 商谋篇

第六章	商务谋略·····	(184)
第一节	商务谋略概述·····	(184)
第二节	商务谋略的制定·····	(192)
第三节	商务活动中常用的策略·····	(194)
第七章	商务谈判·····	(209)
第一节	商务谈判在商务活动中的中心意义·····	(209)
第二节	商务谈判的构成·····	(214)
第三节	商务谈判技巧·····	(226)
第八章	商务活动中的公共关系·····	(239)
第一节	公共关系在商务活动中的意义·····	(239)
第二节	商务活动中的公共关系实务·····	(245)
第三节	商务公共关系工作人员的素质·····	(255)

第四篇 商理篇

第九章	经济学原理与经商·····	(262)
第一节	经济交易是互利的(互利原则)·····	(262)
第二节	价格原理·····	(266)
第三节	利润最大化原理·····	(269)
第四节	弹性原理·····	(271)
第十章	营销原理与运用·····	(274)
第一节	现代销售观念·····	(274)
第二节	市场细分·····	(278)
第三节	产品策略·····	(282)
第四节	营销渠道策略·····	(291)
第五节	促销策略·····	(297)

第六节	价格策略·····	(300)
第七节	竞争性策略·····	(305)
第十一章	博弈理论与经商·····	(309)
第一节	合作的不稳定性·····	(309)
第二节	可信性与声誉的重要作用·····	(311)
第十二章	贸易理论与经商·····	(313)
第一节	国际贸易理论·····	(313)
第二节	出口销售·····	(317)
第三节	外汇市场·····	(323)
第十三章	投资原理与应用·····	(328)
第一节	投资风险与收益·····	(328)
第二节	投资分散化原理·····	(330)

第五篇 商法篇

第十四章	证券违法行为·····	(332)
第十五章	银行、保险诈骗·····	(343)
第十六章	合同中的陷阱与纠纷·····	(355)
第十七章	《公司法》中的案例·····	(372)
第十八章	不正当竞争·····	(382)

第六篇 商圣篇

第十九章	白手起家·····	(393)
第一节	舍华求实，励精磨志·····	(395)
第二节	全力以赴，永葆热情·····	(399)
第三节	利用机遇，广开渠道·····	(403)
第四节	锐意进取，长空搏击·····	(408)
第二十章	风险投资·····	(411)
第一节	魅力敢违天下意·····	(413)
第二节	魅力十足的果断·····	(419)

第三节	胆识过人掘金桶·····	(423)
第四节	热情是理想的火种·····	(427)
第二十一章	成败之间·····	(430)
第一节	不屈不挠·····	(431)
第二节	破釜沉舟·····	(437)
第三节	天生我才·····	(441)
第四节	河东河西·····	(446)
第二十二章	创业守成·····	(451)
第一节	新桃旧符·····	(452)
第二节	攻城攻心·····	(456)
第三节	独树一帜·····	(461)
第四节	抢占时机·····	(466)

第七篇 商训篇

第二十三章	名称与翻译上的失误·····	(473)
第一节	商品名称上的失误·····	(474)
第二节	公司命名的失误·····	(480)
第三节	翻译的失败·····	(483)
第二十四章	误解市场的失误·····	(486)
第一节	参与不成熟的市场·····	(486)
第二节	不完善的市场调研·····	(490)
第二十五章	市场营销的失误·····	(495)
第一节	对待公共形象的失误·····	(495)
第二节	决策失误·····	(502)

第八篇 未来之商

第二十六章	世界经济发展的趋势·····	(508)
第一节	生产科技化·····	(508)
第二节	经济国际化·····	(512)

第三节	世界经济地区集团化·····	(517)
第四节	服务的社会化和信用普遍化·····	(521)
第二十七章	重返关贸总协定与中国经贸·····	(527)
第一节	GATT 概况 ·····	(527)
第二节	关贸总协定对中国经济的影响和对策·····	(533)
第三节	复关对中国部分行业的影响·····	(537)
第四节	复关与中国企业·····	(541)
第二十八章	未来企业经营的七大趋势·····	(546)
第一节	从劳动密集型转到资本密集型·····	(547)
第二节	革新步伐空前加快·····	(550)
第三节	尽力创造便利措施·····	(552)
第四节	选择的多样化·····	(555)
第五节	为顾客服务至上·····	(558)
第六节	不断创新·····	(560)
第七节	注重产品的质量·····	(562)
第二十九章	经营者的自身素质·····	(565)
第一节	远见卓识是成功的首要条件·····	(565)
第二节	坚定的勇气与奋发向上的开拓精神·····	(568)
第三节	用人谋略关系到企业兴衰·····	(570)
第四节	创新使企业立于不败之地·····	(574)
第五节	公关技能和人际关系关系到企业的发展·····	(576)

第一篇 商 史 篇

第一章 中国商业史

第一节 先秦、汉代的商业

1. 西周的商业

商业是人类历史发展到一定历史阶段的产物。我国历史悠久，从公元前二十一世纪起，就进入了奴隶制时代，在夏、商两个朝代，商业随着生产的发展，社会分工的扩大而出现，但此时商业在整个社会经济活动中不占重要地位，奴隶主贵族控制着经营活动，服务对象也主要是他们自己，商品基本上是他们的享乐品，公元前十一世纪，周武王灭掉商朝，建立了周王朝，史称西周。

西周的农业、畜牧业、手工业和交通比以前有了一定程度的进步，为商业发展奠定了物质基础。

周人在重视农业的同时，也注意发展商业，国家为个体商人提供保护。周文王时，曾发布文告，宣布要对贩运粮食的商人提供方便，并欢迎他们移居城市，著名政治家周公还向周武王建议，鼓励商业发展。政府还设立了市场管理机构和管理人员。

西周商业发展表现在以下几个方面：首先，商品种类明显增多，大型商品有车、马、奴隶、木材、器皿等，还有布、帛、丝麻、衣物和五谷果蔬，也有鸟兽鱼鳖、珠宝玉器等。其次，西周有定期和不定期市场。周天子所在的都城是全国的政治、文化中

心，又是全国最大的商业品交易中心。各诸侯国的都邑和重要的关口，都设有固定市场，军队出征也带有商人，以便在驻地设立临时市场，开展交易。第三，出现了自由商人。当时工商业的重要形式是官营，即所谓“工商食官”，但随着交换的发展，若干自由商人已经出现。此外，农、牧、手工业者也将各自的部分产品在市场上出售，参与交换。第四，货币作用增强，使用范围扩大。货币是商品交换发展到一定程度的产物，又是商品交换的特殊媒介。早在商朝，贝币开始出现，西周继续沿用，还用铜仿制贝币，此外还用铜铸造了刀币、布币，直到战国时代，它们与黄金和珠玉一道，行使着货币职能。不过，除贵族和大商人外，一般人交换还是以物物贸易为主。

西周的商业有所发展，但水平有限，奴隶被束缚在井田制经营的土地上进行简单的再生产，不能提供大量商品和必要市场。西周的商业主要是官营，许多商品不准私人生产和经营。西周半独立状态的诸侯国很多，各国之间相互防范，关卡林立。这些因素限制了西周商业的发展。

2. “千金之子不死于市”

春秋时期，随着农业、手工业的发展，商业日趋活跃，为了适应工商业发展的形势，有的国君制定“通商惠工”，“轻关易道”、“通商宽农”的政策。有的国君相互订立了“毋忘宾旅”（不要忘记过往的商旅宾客）、“毋遏籴”（不要阻止粮食的收购）、“毋壅余，毋壅利”（不要囤积粮食，不要垄断山川之利）等同交通有关的盟约誓词，进一步促进了这一趋势的发展。

春秋时期，中国古代专业性商业开始发展起来，这表现在以下几个方面：

第一，生产物资的商品化。春秋时期，虽然自然经济占主导地位，一般人基本上都过着自给自足的生活，但一些生活上不可缺少的必需品而又不是人人都能自己生产，就必须通过市场，以商品形式来获得，其中最主要的是盐铁。这些生产物资的商品化，

乃是促使商业发展的起点。随着社会经济和文化水平的提高，生产物资商品化的范围也在不断扩大；特别是随着统治阶级及其他各种财富所有者的消费欲望不断提高，使许多能满足这种特殊需要的生活便利品和奢侈品都成为商业贩运经营的对象，而日益促使商业向广度方面和深度方面进一步发展。

当时生产于各地的特产，经商人贩运而成为商品。山西生产木材、竹器、玉石；山东出产鱼、盐、漆、丝；江南出产梓、姜、桂、金、锡、铅矿、丹沙、犀、珠玕，龙门以北地区地产马、牛、羊；巴蜀地产丹漆；荆扬地区出产皮革、骨器。

第二，货币经济开始发展起来。春秋时期的商业已经远远脱离了原始的物物交换，而变为货币和商品的交换与商品与货物的交换两个统一的过程。从商品一方面看，是商品流通；从货币一方面看，又是货币流通。由于流通过程中的每一个环节，都包含着由商品到货币和由货币到商品的两个形态变化，也就是每一个形态变化都是由商品与货币交换和货币与商品交换来完成的。如果没有一个发展了的货币形态来顺利地完成商品形态的转化，就可能使商品流通随时中断。这就是为什么在具体历史时期，商品经济与货币经济永远是同时产生，并肩齐进，而又是相互促进的原因所在。

春秋时期，黄金开始逐渐取代龟贝、珠玉、刀币、布币而成为主要的货币。其原因在于，一方面是由于黄金本身具有作为货币的一切优良条件，如质量均一耐久，可任意分割而不损坏其价值，便于携带和贮藏，本身价值稳定，便于作价值尺度等，实为任何其他币材所不能比拟；另一方面，使用单位价值较高的贵金属作为货币，既是商业发展的结果，又是商业赖以发展的条件。

当时的社会，以农业为基础，生产结构基本上是简单再生产，而社会上却存在着数量巨大而又“行如流水”的货币财富。它会把一切东西，不管是不是商品，都变成货币。一切东西都可以买卖，流通成了巨大的社会蒸馏器，一切东西抛到里面去，再出来

时都已成为货币的结晶。金钱的力量所向披靡、无坚不摧，简直成了支配人类的最有效和最伟大的力量。春秋时期已流传着这样的谚语：“千金之子不死于市”，“千金之家比一都之君，巨万者乃与王者同乐。”这样的谚语与哥伦布和莎士比亚对“金钱万能”的论述，真有异曲同工之妙。哥伦布在一封信中写到：“金子真是一个奇妙的东西！谁有了它，谁就成为他想要的一切东西的主人。有了金子，甚至可以使灵魂升入天堂”。莎士比亚在《雅典的泰门》这一剧本中指出：“金子！……只这一点点儿，就可以使黑的变成白的，丑的变成美的，错的变成对的，卑贱变成尊贵，老人变成少年，懦夫变成勇士。……它可以使受咒诅的人得福，使害着灰白色的癩病的人为众人所敬爱；它可以使窃贼得到高爵显位，和元老们分庭抗礼；它可以使鸡皮黄脸的寡妇重作新娘……”

第三，专业性商人阶级开始产生，出现了一些著名的富商大贾。此时，商与贾和农民及手工业者并列，即所谓“商农工贾，不败其业”，春秋时期的商业不再是剩余生产物的偶然交换，已经发展成为整个经济结构中的一个组成部门，并且有了一定程度的分工：一种是商，指专门从事长途贩运，“周流天下”的人；另一种是贾，他们在市场上摆出货物，直接向消费者售卖。前者有点类似后来的批发商或趸卖商，后者类似于后世的零售商。

春秋末年，专业化的商人阶级如雨后春笋，纷纷登场，商人阶级显示出了金钱的威力。例如郑国商人弦高和奚施两人合伙经营长途贸易，于路途中与前往偷袭郑国的秦国的军队相遇，于是，这位“爱国”商人弦高便叫奚施回国通报郑国国君，自己用私人财产玉璧和十二头牛，冒充是郑国使臣，前去犒劳秦国军队，使郑国免受秦军偷袭。他们能够如此犒劳秦国军队，说明随身携带的资力是相当雄厚的。

另一个郑国的商帮到楚国经商时，曾准备把囚在楚国的晋大夫荀息秘密地藏在货车中，从楚国营救出来。这显然非用大量金钱贿赂楚国的看守人员不可，没有雄厚的财力是办不到的。虽然

这个计划没有来得及施行而荀蒞已获得释放，但仍表明这些商人是具有这种财力的。

当时列国都有这样有钱有势的大商人，在他们手里积累了大量的商业资本。例如孔子的学生子贡，就是很著名的一个。子贡又名端木赐，他在曹国和鲁国经商成为巨富，所到之处，国君待为上宾，使得他的老师孔子更加名声远播。

春秋时期最著名的大商人是越国的大夫范蠡。他在帮助越王勾践雪了会稽之耻之后，几经辗转，最后来到宋国著名的商业城市经营商业而获得厚利，资产达数十万金，成为后世商人的祖师爷——陶朱公。

3. “天下熙熙，皆为利来；天下壤壤，皆为利往。”

战国时期，七国经过一百多年的社会改革，我国进入了封建社会的新的历史时期，劳动者的地位有所上升，他们的劳动积极性相对提高，社会经济呈现出空前繁荣的景象。

战国时期，是中国古代商品经济的一个突飞猛进的发展时期，这主要表现在以下几个方面。

首先，这一时期进入市场的商品，品种不断增加，农副产品中的粮食、丝、麻、葛、粟、黍、柚、橘、漆都是较大宗的商品；盐铁更是普遍需要的商品。统治阶级所需的贵重奢侈品，品种很多并有相当数量。如贵重金属、高级工艺品、丝绸、珍珠、玛瑙、玉器及山珍海味、珍禽异兽等。各地特产的交流更加频繁。例如，东方的鱼、盐、谷；西方的皮革、文旄；南方的木材，黄金、铜、锡、丹砂等矿产，鱼、鳖、鼃等海产，犀、象、麋、鹿等野兽。还有齿革、珠玕、羽翮等；北方的犬、马、驼、粟、枣等。各地特产的交流，促使商业进一步发展。

第二，商业都市的勃兴。广大的市场，是商业发达的前提，在被地域限制的狭小市场上，不可能有大规模的商业。故商业的发展，首先就必须冲破人为的政治疆界，自由出入于全国市场。随着商人往来的频繁和商业运输的发达，一些位居于交通运输要道