

| 中国第一部全球商业史 |

# 全球商业一百年

陈润 著 1914-2014

上

## 大商崛起

100 Years  
Global Business

全球商业一百年



浙江人民出版社  
ZHEJIANG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

100 Years  
Global Business

# 全球商业一百年

1914-2014



## 大商崛起

陈润 著

图书在版编目(CIP)数据

全球商业一百年:1914~2014. 上, 大商崛起 / 陈润著.  
—杭州:浙江人民出版社, 2013.2  
ISBN 978-7-213-05335-1

I. ①全… II. ①陈… III. ①商业史-世界-1914~  
2014 IV. ①F731

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 011113 号

---

## 全球商业一百年 1914—2014(上):大商崛起

作 者: 陈 润 著

出版发行: 浙江人民出版社(杭州体育场路 347 号 邮编 310006)

市场部电话:(0571)85061682 85176516

集团网址: 浙江出版联合集团 <http://www.zjcb.com>

责任编辑: 毛江良

责任校对: 朱 妍 鞠 朗

封面设计: 柏拉图创意机构

电脑制版: 杭州兴邦电子印务有限公司

印 刷: 杭州杭新印务有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

印 张: 16.25

字 数: 23.6 万

插 页: 2

版 次: 2013 年 2 月第 1 版

印 次: 2013 年 2 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-213-05335-1

定 价: 35.00 元

---

如发现印装质量问题,影响阅读,请与市场部联系调换。

## [序言] 回望与致敬:跨越百年的伟大试验

你能看到多远的过去,就能看到多远的未来。

——温斯顿·丘吉尔



“写宏观历史,有一点不妙的地方,则是作者总是经常与战争结不解缘。”旅美历史学家黄仁宇说,“大概人类天性如是,历史上重要的转圜之点,总是避免不了武装冲突,于是史家也别无选择余地。”

对于商业史而言,战争的标志意义则更为明显。一方面,战争既打破国家边界,也削弱统治能力,在与政府的博弈中,商人拥有平等对话甚至决定胜负的权力,企业家阶层得以站立;另一方面,战火中的商业冷酷中积蓄火热、萧条中饱含生机,几乎每次战争都会带来行业洗牌和经济变革,并诞生一大批伟大企业。因此,如果要给近代全球商业史标注起点的话,1914年无疑是具有划时代意义的标志性年份。

1914年6月28日,塞尔维亚民族主义者在萨拉热窝刺杀了奥匈帝国王位继承人费迪南德大公夫妇。一个月之后,奥匈帝国悍然向塞尔维亚宣战,英、法、德、意、俄相继卷入其中,本就动荡不安的欧洲战火纷飞,尸横遍野。

战争残酷而血腥,但决定各国胜负成败的却是代表文明与先进的公司,国家实力的衡量标准已不再是人口、土地、资源、财富甚至军队,而是公司的多寡与强弱。经济学家张维迎说:“我们找不到一个公司制度不发达,它的经济可以发达;找不到一个市场不发达,这个国家可以发达的例



子。”一战既是全球各国综合实力的首次较量，也是其身后公司、商人参与全球化竞争的第一次交手。

全球商业大战早在 1900 年就已提前预演。那时，新千年的艳阳徐徐升起，20 世纪的大幕缓缓拉开，人类正满怀期待地共同走进美好的新时代。这年 4 月，老将新兵们齐聚法国巴黎，在万国博览会上展示发明创造和工业实力，法国人在埃菲尔铁塔前放映了人类史上第一部环幕影片，却无法掩盖美国的辉煌，美国馆是一座白色罗马神殿式建筑，光彩照人，令各国黯然失色。这年 8 月，由英国、法国、美国、德国、日本、俄国、意大利、奥匈帝国组成的八国联军洗劫北京，它们在这次野蛮而残暴的集体亮相后分道扬镳，为 14 年后的浩大战争埋下伏笔。

当掠夺和入侵成为积累财富的捷径，新崛起的强国便对商业漫长而理性的进化失去耐心，军队取代公司，枪炮替代商品。于是，一种惨烈而血腥的竞争方式在 1914 年令全人类瞪圆充血的眼睛。

不过，商业本身并无善恶之分，不管它带来的是战争还是和平，萧条还是繁荣。而商业所改变或影响的，也绝不仅仅是国家实力。



全球商业史如巨流一般激荡奔腾，浩瀚无际，经百折千回的流变之后，至今已很难找寻一道泾渭分明的分水岭。巨浪翻飞，暗流汹涌，回望时已眼花缭乱、恍如隔世。

虽说历史周而复始，总是惊人的相似，却又混沌不清，但是，在 1914—2014 年的 100 年中，前 50 年烽火连天的世界战争既加快全球化步伐，也推动科技创新，计算机的出现让互联网时代迅速到来，因此，当战火渐暗、硝烟散尽时，互联网崛起与全球化时代正同时到来。黑夜消逝，朝霞满天，地平线清晰可辨，全球商业的百年长卷由此呈现出两种迥然不同的图景：前 50 年战火纷飞，大商崛起；后 50 年纵横天下，王者无疆。

战争就像一只凶猛残暴而又死而不僵的巨兽，它将人类历史啃噬得遍

体鳞伤，更将全球商业史撕咬得体无完肤。而商业更神奇，它既是天使也是魔鬼，既拥抱幸福也毁灭梦想，它的创造力和破坏力同样令世人震惊。

1914年一战爆发，老牌军火商杜邦家族在开战5个月内就接到2163万磅火药订单，大发横财；波音公司凭C型机从美国海军手中获得57.5万美元的大订单，从而掘得第一桶金；通用汽车向政府提供卡车、救护车、飞机发动机等战备物资，创始人杜兰特借此东山再起。4年后战争结束，全世界陷入长久的经济萧条，1929年的华尔街股灾蔓延成全球经济危机，这场持续长达10年的危机成为二战爆发的诱因，希特勒以民族主义和称霸野心在衰退中获得民望，重新启动战争机器。

1939年二战爆发，德国西门子时有183283名员工，到1944年员工增加到244000人；法本公司在1932年收益只有4800万马克，到1943年增至8.22亿马克。在日本，丰田开始为军方生产武器和军车，三菱建造的79艘军舰在“偷袭珍珠港”中立下汗马功劳。美国的惠普从政府手中拿到大量电子仪器订单，创业第六年就成为拥有200万美元资产、200名工人的大企业；IBM在1940—1945年间销售额增长3倍，达到1.4亿美元；杜邦全权负责原子弹制造基地的工程设计、建造及安全运转；波音承担起原子弹运输任务，从军方获得大额订单；福特在1942年后的3年内制造了8600架B-24轰炸机、5.7万台飞机发动机、25万辆坦克等武器；可口可乐在二战期间卖出100多亿瓶饮料，并将64家装瓶厂建到海外。

战争结束意味着战败国的噩运降临，德国和日本在二战后陷入经济衰退，两国公司亦江河日下。

西门子在二战后期损失高达25.8亿德国马克，占总资产的80%；法本被肢解成12家小公司，23名公司高管遭到战争罪审判。日本投降后被美军接管，四大财阀被分拆，松下、夏普、索尼等家电企业在经济管制中濒临破产，丰田负债总额高达10亿日元，利润接近于零。

不过，1950年的朝鲜战争为日本带来复苏机会，开战后1个月出口额就增长18%，家电企业集体步入“黄金时代”。与此同时，美国公司在战后迎来全盛时代，沃尔玛横空出世，麦当劳和肯德基齐头并进，可口可乐



与百事可乐双雄并起,IBM与福特在新生代手中青春焕发。当零售业进入连锁时代,晶体管亦悄然问世,商业变局与技术革命为美国孕育新的繁荣,全球经济格局再起波澜。

百年以降,人类优胜劣汰的竞争法则始终未变,尽管战火已不比50年前密集、浓烈,可是在全球化与互联网时代,各种隐秘而复杂的战争从未休止。不过,与上半个世纪不同的是,后50年间,共享与多赢成为商业主流,跨界融合不断增强,爆炸式增长成为常态。尤其是进入互联网时代以后,时间和空间的局限被打破,大公司以多元化和国际化做大做强的传统路径被颠覆,新型企业以技术换时间,以扩张换空间,其10年的规模和市值往往能超过老牌公司百年的积累,行业巨头轰然坍塌的悲剧与日俱增,王者更替的频率越来越快,许多百年企业盛极而衰,亡也忽焉。

在长达百年的商业变迁中,美国、德国、日本一直是光鲜闪亮的主角,长期在全球GDP总量排名中名列前茅。与这种局面相呼应的是此三个国家的公司的超强实力,尤以美国公司为最,全球最大10家公司的销售总额超过最不发达的100个国家GDP总和,而沃尔玛的收入则超过全球161个国家的财政收入,微软、苹果、谷歌甚至Face book等新生代独领风骚。但即便如此,在后50年中,韩国、新加坡和中国台湾、香港地区在20世纪60年代的经济腾飞震惊全球,中国、巴西、俄罗斯、印度等新经济体则在20世纪90年代厚积薄发,飞速增长,而法国、英国等老牌经济强国亦卷土重来,全球商业百花齐放,绚丽多彩。

故事将不再围绕福特、西门子、松下等老面孔如“三国演义”般轮流登场,在厮杀中血流漂橹。三星、宜家、飞利浦、联合利华、家乐福等世界500强的崛起路径峰回路转、跌宕起伏;而拉克希米·米塔尔、卡洛斯·斯利姆·埃卢、鲁伯特·默多克、理查德·布兰森等财富新贵极富个性和传奇色彩的商业人生更是波澜壮阔,荡气回肠。

“王者无疆”的后50年无疑是商业变革步伐和人类财富增长最快的一段历史时期,市场经济的电光火石让整个世界光芒万丈,也让商业史五光十色,不可捉摸。



跨越 100 年的全球商业史，说到底更像一部人类生活史或富豪财富史，全球商业演化与人类生活提升的节奏完全吻合，与财富增长路径环环相扣。

19 世纪后期，美国石油工业蓬勃兴盛，巨大的运输需求推动铁路迅猛发展，钢铁工业热火朝天，这正是洛克菲勒与卡内基成为亿万富豪的内在逻辑。石油与钢铁成为汽车工业的两大引擎，福特 T 型车流水线掀起制造业革命，通用汽车的事业部制则引发管理革命。家电紧随汽车进入千家万户，并在大萧条之后进入繁荣阶段，但严谨细致、精益求精的德国和日本企业似乎更适合制造业，德国一直是汽车和家电制造大国，日本则在 20 世纪五六十年代直逼美国，成为汽车和家电制造新的霸主。

制造业的兴旺必然引发零售业的渠道变革，连锁风潮在全球化时代呼风唤雨，山姆·沃尔顿至今仍是全球首富的有力争夺者。比尔·盖茨是后崛起的财富象征，互联网在改变人类生活习惯的同时，也决定财富走向。不过，人们很难说清究竟是市场需求推动企业发展还是企业营销改变消费习惯，比如“体臭”的概念就来自利华兄弟公司。经济学家熊彼得曾说过：“光是制造出令人满意的肥皂还不够，还必须诱导大家洗澡。”

由商业、财富、生活融汇交织的大历史看似随意偶然，发展逻辑却严密细致。本书所研究的对象几乎全部属于世界 500 强企业，而相当多的篇幅用于记录其中百年企业的成长轨迹，它们是商业史的主角，也是改变世界的重要力量，现在的全球产业格局和经济发展趋势，在过去 100 年间的市场博弈与利益分割中早已形成。然而，商业轨迹与公司成长始终纷繁复杂、模糊不清，任何探本溯源的追寻注定艰辛漫长，而结局很可能无疾而终。即便如此，我仍然愿意埋首于历史的故纸堆里，从曾经的光荣与梦想中囊萤成灯，哪怕只有一丝微光，也能让中小企业坎坷崎岖的道路不再昏暗，让大企业扬帆远航的身影不再孤寒。





在探索优秀企业的共同基因时，我们显然无法剥离商业环境的影响。因此，我将企业成长分为内部因素和外部环境两大原因。

内部因素就像身体机能一样，它决定企业的成长快慢、个头大小甚至生命周期，优秀公司至少包含以下5种特征：

**以使命为驱动力。**福特发动第一台汽车那天，忘情驶往茫茫雨夜，妻子独自站在原地热泪盈眶；索尼成立那天，就发布“建立一个自由豁达、轻松愉快的理想工厂”的宣言；虽然靠电扇底座起家，松下幸之助看到的却是电气行业的光明前景。作坊与车库中能生长出世界级企业，答案在于有使命感和价值观，它们未必是参天大树，却一定会生根发芽。

**让变革成为习惯。**在过去的一个世纪里，杜邦公司由单人决策过渡到集团管控，后来又变成多分部体制，最后收紧为“三驾马车”式的组织体制；通用电气则在“分权式事业部制”之后加入“战略事业单位”，后来又重新回归集权化的“执行部制”；三星总裁李健熙曾以“除了老婆孩子，一切都要变”来彰显变革决心。没有一劳永逸的改革，更无绝对正确的战略，只有让变革成为习惯，才能实现从优秀到卓越。

**失败积蓄正能量。**山德士 65 岁创办肯德基，两年间被拒绝 1000 多次；宜家创始人坎普拉德被同行封杀 10 多年，只得化整为零寻生机；波音在一战后跌入深渊，却因航展中捎带 60 封信件涉足民用航空；杜邦和通用汽车曾因大张旗鼓的并购陷入危机，依靠组织结构变革才化险为夷。没有一帆风顺的企业，失败者更需要掌声。

**不靠教父靠制度。**洛克菲勒、托马森·沃森、丰田佐吉等第一代创业家去世后，企业并未衰退消亡，甚至更兴旺发达。“教父”通常是公司的精神领袖和决策核心，但他们只能是“制造时钟”的人，而不是“报时”的人，如果没有建立符合市场潮流和企业文化的管理制度，伟大领袖只会造就平庸企业，所有老板大于制度的公司，结局通常凄惨悲凉、令人痛惜。

**具有社会责任感。**大多数毫无社会责任感的企业很难存活，进入世界 500 强更是天方夜谭。虽然许多公司的发迹史充满血腥和残暴，比如杜邦、波音、IBM 等，但后来逐渐蜕变为工业发展与人类文明的重要推动力

量:美国自由女神像的防锈涂料和阿姆斯特朗首次登月宇航服均出自杜邦,波音开辟世界第一条国际航空邮件航线,IBM 推出全球第一台个人电脑……“原罪”是变革时代的必然产物,它值得警醒,但不能因此否定企业的社会意义。

在宏大叙事中追寻企业轨迹与商人命运,难免陷入迷茫与困惑,你很难说清究竟是时代造就英雄还是英雄造就时代。时代洪流的巨大冲击与商业环境的瞬息万变使企业显得渺小而脆弱。总结起来,影响全球商业格局的外部环境至少包含以下三大方面:

**商业文化。**如果没有冒险精神与投资热情,电力革命与互联网浪潮能否在美国开花结果难有定数,引领全球经济潮流更无从谈起;德国曾久经战败打击和经济危机而不倒,工业精神是其快速复原和长盛不衰的灵丹妙药;日本在 20 世纪初悄然崛起,重视发明专利和知识产权起了巨大作用,《论语与算盘》则改变国民对商业的认识;英国本是工业革命的先驱,却在 19 世纪末步步衰落,这与英国人的保守固执有关,他们对工业资本主义不以为然。

**时代变局。**两次世界大战将全球经济格局重新划分,以蒸汽机、电力及原子能、电子计算机应用为标志的三次工业革命彻底改变人类生产和生活方式,几乎每 10 年一次的经济危机或大萧条则是灾难与重生的代名词,国家兴衰动荡时有发生,各种产业升级和行业洗牌则不计其数。本书所述企业几乎全都受惠于变局带来的机会,也曾被摧残得奄奄一息,经过百年的挣扎与磨难,它们已越来越擅长与危机较量。

**政策调整。**公司往往起步于政府支持的公共事业、民生领域或特许经营,但逐利与贪婪的本性不断驱使商人突破禁区,侵害第三方乃至公众利益,这样会激怒政府和公益团体,政策调整便成为政府重新分配资源、整顿市场秩序的尚方宝剑。美国政府在 20 世纪初对标准石油、摩根等垄断集团强行分拆,日本财阀在二战战败后亦受到打击和限制,德国垄断巨头也难逃噩运。但与遏制相比,政策更多起扶持作用,三菱、西门子、可口可乐都曾受益匪浅。



每个人都无法选择出生的家庭、地域和时代，一切都是命中注定的安排，企业同样如此。成败与兴亡、沉浮与枯荣，既受时代潮流和全球变局的大背景影响，也在于自身基因和机能。换句话说，企业发展如果割离于所处的国家和时代，讲述起来将会苍白无力、黯淡无光。

#### 四

我写柯达创始人乔治·伊士曼饮弹自戕的悲苦时，思绪中总浮现“一代船王”卢作孚吞服安眠药自尽的屈辱；亨利·福特在雨夜中驾车狂奔的兴奋激动，让我想起潘宁用手锤打造出中国第一台电冰箱后冲进雷雨中号啕大哭的悲喜交加；1997年史蒂夫·乔布斯重掌苹果帅印的大逆转，同史玉柱“巨人归来”的心路历程如出一辙。我时常将昔日的松下、三星与今日的海尔、美的等中国家电企业做比对，并习惯性将李书福、王传福等“汽车狂人”穿越至数十年前的场景中演绎，李彦宏、马化腾、马云等IT领袖亦被放置于硅谷丛林中搏击。这种天性使然让我决计在每章末尾都专门附述“中国商业史影像”，以此横向观察中国商业史的关键节点与变迁轨迹。

在过去的100年中，落后与贫穷是这个饱经磨难的民族长久的记忆，但令人意外的是，这100年却是中国商业与全球步调最接近的时期。长达数千年的大一统使历代王朝将集权管理和控制资源视为江山永固的法宝，大唐的万国来朝与明代的郑和航海只是昙花一现，鸡犬相闻、老死不相往来的男耕女织更有利于帝王统治与国家稳定。到清朝时中国更加闭关自守，只是此时已无法在全球经济变局中独善其身：18世纪末，中国茶叶直接引发美国独立革命；19世纪中期，鸦片战争吹响列强逼迫市场开放的号角。到1914年，中国已卷入全球漩涡，深山溪流已汇入汪洋大海。

1911年的辛亥革命让腐朽衰败的大清帝国轰然崩溃，政治动荡与制度抑制让中国人对财富的渴望瞬间释放，3年后的世界大战为棉纱与米面工厂的崛起带来绝佳机会。此后的全球大萧条也蔓延至中国，“棉纱四

大王”(张謇、聂云台、穆藕初及荣氏兄弟)均陷入破产危机,民族工业衰退严重,政治家族趁势以国进民退的手段明夺暗抢,此间山西、广东等省的“自治建设”颇有德国复兴的气象。中国的全面抗日战争比二战提前两年爆发,民族工业在炮火中损失惨重,蒋、宋、孔、陈“四大家族”却通过金融垄断和货币超发富可敌国。当二战结束日本投降时,国民政府在经济上虽胜犹败,此后4年内战,蒋家王朝在政治、军事、经济上全面落败,企业家阶层则在惶恐与期待中迎来新中国的成立。

“公私合营”成为新中国成立初期经济体制改革的重要内容,从1957年三大改造基本完成到1978年改革开放大幕开启,20多年间私营经济几乎绝种。1950年的朝鲜战争将百废待兴的新中国带入战时经济的轨道,这场战争共消耗物资560多万吨,开支达60万亿元(相当于这3年工农业投资总和)。到1957年“一五计划”完成时,中国GDP平均增速达到9.2%,这个数据与改革开放之后的9.4%十分接近。至此,中国脚印与全球轨迹仍然一致,但此后的“大跃进”、“文化大革命”等政治运动却将经济计划撕裂粉碎,工商体系被破坏摧毁。

1978年的春天属于整个中国。公有制经济一统天下的枷锁被打破,国有企业、民营企业、外资企业同台竞争的格局重新形成,这三股力量最终成为中国经济崛起的重要引擎。这次改革已是20世纪以来中国的第三次重大变革,1901年慈禧太后企图挽救清朝统治的变革与1948年国民政府“还政于民”的大改革均以失败告终,1978年的改革开放与前两次由政府主导、被动求变的变革方式非常相似,很长一段时期内改革前景晦暗不明,直到1992年社会主义市场经济体制改革目标的确立。

1984年被称为“中国公司元年”,联想、海尔、万科、巨人等后来呼风唤雨的一大批企业都在这一年成立,在太平洋对岸的美国,思科与戴尔也在1984年诞生,而微软、苹果、甲骨文等著名公司则创办于1976年前后,1971年纳斯达克市场问世则标志着美国创业时代到来。从这个意义上说,中国已赶上全球商业潮流,只不过一边是IT引领风骚,一边还纷乱如麻。



五

好在一切正变得规范有序,差距也每天在缩小。2010年8月16日,日本政府公布第二季度GDP为1.28万亿美元,中国同期数据为1.33万亿美元,中国首次超越日本跃居全球第二,逼近美国。经过百年轮回,全世界重新将目光聚焦中国,“世界工厂”成长为“世界市场”,“中国制造”升级为“中国创造”,30年改革开放造就的经济奇迹举世瞩目。

然而,我们必须清醒地认识到,中国经济的高速增长更多的是依靠人口红利、资源出卖与庞大市场催生的繁荣,我们并未在行业标准、商业模式或技术创新上为全球商业带来新变化。国有企业牢牢掌控经济命脉,民营企业依然在体制外野蛮生长,荣列世界500强的中国公司仍以垄断性大央企居多,它们是被政策扶持与特权经营宠坏的“共和国长子”,那些值得尊敬的民营企业则难以摆脱草根命运,只能在国内摧城拔寨,在海外却无法立足。

更令人遗憾的是,100多年来,民众的仇富心态日渐加重,清算“原罪”的呼声不绝于耳,而政府亲自下场参与市场竞争的举动屡见不鲜,商人如风箱老鼠两头遭罪,财经作家吴晓波所总结的中国企业群体三大失败基因——政商博弈的败局、创业原罪的困扰和职业精神的缺失仍清晰可见,甚至变本加厉。进退维谷之际,商人要么与权力勾结,要么移民海外,这种境况与100年前并无本质区别,他们仍然是一个“下落不明”的阶层。

这是多么残酷而凄凉的现实。事实上,全球百年商业史就是一部商权博弈史,当这种博弈表现得暴烈而血腥时便是战争,表现得隐秘而温和时便是经济危机,繁荣昌盛时则是政府与商人间难得的双赢局面。因此,企业家应该拥有与政治领袖同样重要的社会地位,甚至更为重要,因为他们才是改变世界的核心力量。

“欧元之父”、1999年诺贝尔经济学奖获得者罗伯特·蒙代尔教授认

为：“从历史上看，企业家至少和政治领袖同样重要。那些伟大的企业家们，曾经让欧洲变得强大、让美国变得强大，如今也正在让中国变得强大，他们是和政治领袖一样重要的人物。”虽说中国企业家面见官员的待遇已由“跪着”、“站着”提升到“坐着”，但要与“政治领袖”相提并论，至今仍难以想象。

可这是大势所趋，不只是在中国，任何国家都应该让企业家成为“和政治领袖一样重要的人物”。100年全球商业的变迁就像一个巨大的试验场，人们热火朝天，豪情万丈。大国崛起的辉煌之路上，是数以万计创业者夜以继日拼搏奔波的身影，失败是这场伟大试验的正常结果，但正是有这种喧嚣与宁静、挣扎与沉沦的镜头交替出现，商业史的故事才显得生动鲜活，这种向上、不屈的力量才激荡震撼、摄人心魄。

正是这股催人奋进的力量让我坚定写作本书的信念，尽管这个过程极其艰苦，资料庞杂而凌乱。虽然伊拉克战火未熄、叙利亚烽烟又起、东亚剑拔弩张、欧美危机重重，全球局势一如百年前那般动荡不宁，但我依然对未来充满希望。

英国小说家查尔斯·狄更斯在1859年问世的《双城记》中写道：“这是最好的时代，这是最坏的时代……这是希望的春天，这是失望的冬天；人们面前精彩纷呈，人们面前一无所有。”这段经典名言至今仍然实用。我庆幸自己生在这个好坏参杂的时代，走过春暖冬寒，体味取舍得失。但老实说，我希望它早点迎来新的转机。



QUANQIU SHANGYE

目录

YIBAINIAN

序言 回望与致敬:跨越百年的伟大试验 / 1

## 第一章 狂欢与哀怨 / 1

在 20 世纪的头一个 10 年里,瓦特的“万能蒸汽机”日渐锈迹斑驳,延续 100 多年世界霸主地位的“日不落帝国”大英帝国正夕阳西下。在大西洋那头的美洲大陆上,爱迪生发明的白炽灯让千家万户通明透亮,人类由此真正实现“日不落”的神话。对于爱迪生这样的发明家来说,那是一个大显身手、点石成金的科技狂热年代。

中国商业史影像 1..... 睡狮初醒 / 24

## 第二章 战争之王 / 29

然而,战争不只是狂轰滥炸和子弹横飞的惨烈场面,飞机和坦克并非真正的主角。镜头之外,大幕之后,是对雄霸世界权力、重建全球秩序展开殊死较量的各国统治者,他们只手遮天的雄心,终将化为战火,吞噬成千上万的生灵。站在野心家身后的,则是一群衣着光鲜、慈眉善目的企业家,我们将一再清晰地看到大公司翻云覆雨的身影。

中国商业史影像 2..... 棉纱四大王 / 48

## 第三章 变革春潮 / 51

20 世纪 20 年代的商业故事充满野蛮生长的疯狂,欧洲人还在复兴的道路上寻找方向,美国却已开始重建财富和权力的新秩序,商人们掀起的“多元化浪潮”更是惊心动魄,它像巨浪一样翻滚,将世界商业史的河流搅得风生水起。贪得无厌的欲望像传染病一样令无数人沉醉痴狂,冒险的基因瞬间裂变,扩张争霸的号角激动人心。

中国商业史影像 3..... 崩塌之伤 / 72



## 第四章 德意志复兴 / 75

到 20 世纪 20 年代,拜耳、奔驰、西门子等企业将成为德国战后复兴的支柱力量。更为重要的是,传统的守信严谨、精益求精、遵守纪律、崇尚科学和创新的“工业精神”已深植于这些企业的文化和员工内心,这个被古典音乐和科学理性浸润的民族,将再次迎来繁华盛世。只是,商业史的故事并不只是浪漫温馨,德国仍将经受冰与火的考验。

### 中国商业史影像 4..... 背叛与决裂 / 94

## 第五章 大萧条 / 97

柯达创始人乔治·伊士曼,在他摆满精致古董的豪宅内,安静地吸完一支烟,然后拿起那把路格手枪,小心翼翼地对准自己的心脏部位,毫不犹豫地扣动扳机,开枪自杀。那是个怎样的年代呢?用惊心动魄形容毫不夸张。在经济危机日渐深重的 1930 年代,走投无路而自杀的悲剧事件层出不穷,他们离去时的沉重心境,远不如伊士曼那样轻松自然。

### 中国商业史影像 5..... 山西自治 / 117

## 第六章 新生代 / 121

商人阶层不再被描绘成唯利是图、贪得无厌的灰色群体,他们已成为推动社会进步和经济变革的重要力量,慈善和财富逐渐融合、沉淀为一种精神,激励年青一代勇敢追寻光荣与梦想。这真是一个希望与绝望并存的年代,新生代正欲含苞待放,却又遭遇严寒冰封。全球局势剑拔弩张,战火一触即发。风雨飘摇之际,苍茫商海谁将成为新的“战争之王”?

### 中国商业史影像 6..... 大撤退 / 140

## 第七章 卷土重来 / 143

战争是政治的靶场,也是商业的跳板。政治家逐鹿沙场,纵横捭阖;企业家左右逢源,趋利避害。从商业的角度来看,二战与一战相比本无本质区别,依然是前赴后继的脚踩跳板,有人一飞冲天,有人坠落深渊。但是,可口可乐的异军突起却让商业在战争中的微妙变化显而易见,它激励着无数后代企业家:踩准时间、拓展空间。

### 中国商业史影像 7..... 虽胜犹败 / 166



## 第八章 日本沉默 / 169

战乱之后的日本疮痍满目,哀鸿遍野。街上到处都是家破人亡的流浪儿童和复员军人,《红苹果之歌》不时从窗口飘出来,这是那个年代寄托着苦难者向往自由与希望的心灵之声。1950年,朝鲜战争爆发,行将崩溃的日本经济绝处逢生,趁邻国战乱之机从废墟中摇晃着爬起来,重新步入高速发展时期,并创造震惊世界的经济神话。

### 中国商业史影像 8... 出走与回归 / 190

## 第九章 连锁破局 / 193

在1950年代上半叶的连锁风潮中,美国无疑是最主要的试验场。但事实上,这种极具竞争力的商业模式已在世界各地蔚然成风,欧洲和日本的企业已经将其发展到相当程度。虽然今天的全球商业已是另一番景象,但是,这并不代表连锁已经没落,正好相反,沃尔玛长期位居“世界500强”前列,肯德基、麦当劳和宜家也是榜单上的常客。

### 中国商业史影像 9... 公私合营 / 214

## 第十章 全盛时代 / 217

日本家电行业的集体崛起犹如晴天霹雳,令全世界大吃一惊,要不了多久,昔日冷嘲热讽的欧美精英将由衷感叹:“整个世界似乎都在被佳能复制、被尼康拍摄、被松下录影、被精工计时、被夏普的斑斓色彩魅惑。”到那时,日本已成为全球经济增长最快的国家,而美国的外贸赤字逐年攀升,美国公司在全球市场更是被日本企业追得进退无路,四面楚歌。

### 中国商业史影像 10... 大跃进 / 237

### 参考文献 / 240

### 致谢 / 243