第一图书网, tushu007.com

<<商贾智慧>>

图书基本信息

书名：<<商贾智慧>>

13位ISBN编号：9787549503506

10位ISBN编号：7549503508

出版时间：2011-5

出版时间：广西师范大学出版社

作者：李晓

页数：264

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

前言：危险的中国人现如今的中国人，过得是相当的纠结。
单说吃的吧。
过去穷，所以吃饭是头等大事，见了面，都要问一声“吃了吗”？
现在肚子倒是吃饱了，但是你的心，吃得踏实吗？
下馆子，菜可能是用“地沟油”炒的。
地沟油这东西，就是从饭馆、酒楼回收的厨房垃圾，“华丽转身”而来的。
据说，餐桌上吃剩下的那些厨房垃圾，先是被送到养猪场，加热之后喂猪，但是里面的一些油脂，猪是不吃的。
养猪的人就把这些油脂收集起来，卖给制造地沟油的专业人士。
经过过滤、加热、沉淀、分离等程序，还要添加上脱色剂、香精等化学材料，只需要一个晚上，垃圾就摇身一变，成了晶莹透亮、香气扑鼻的“食用油”，低价卖给饭馆、酒楼，回到了我们的餐桌上。
地沟油的可怕之处，不在于它曾经是连猪都不吃的东西，而在于里面含有一种叫做黄曲霉素的致癌物质，而黄曲霉素的毒性，比砒霜还要高一百多倍！
不下馆子，在自己家里吃饭就保险了吗？
在家里喝牛奶，可能有三聚氰胺。
可能会造成生殖、泌尿系统的损害；在家里面吃米饭，有可能遇上毒大米。
所谓毒大米，就是把发霉变质陈米、或者农药含量严重超标的有害大米，经过去皮、漂白、抛光等工序，再掺进工业原料白蜡油搅拌混合而成。
这种乔装打扮过的毒大米，色泽透明，卖相好。
人吃了毒大米之后，会引起乏力、恶心、头晕、头疼、肺水肿、昏迷等症状。
如果是孕妇吃了，可能引起流产、胎儿畸形。
吃咸鸭蛋、辣椒酱，可能会遇上“苏丹红”；吃白糖、冰糖、粉丝、米粉、面粉、腐竹，有可能遇上“吊白块”（一种工业漂白剂）；吃猪肉，有可能碰上“瘦肉精”；吃韭菜，可能会碰上剧毒农药3911；吃蛋糕，可能会吃进去反式脂肪酸；吃蘑菇，可能会吃进去荧光增白剂；吃鸡，可能会“被”激素；吃鱼，可能会“被”避孕……这些食品安全事件，一桩桩、一件件，无一不在挑战着人们的想象能力，无一不在考验着人们的身体承受能力，让人们在照顾肚子的同时，心惊肉跳，心惊胆战！
人们不禁要问：为什么这种食品安全事故会接二连三、层出不穷呢？
当然，人们最有理由诘问：那些假冒伪劣的制造者，你们为什么这样干？
！
假冒伪劣，无论花样多么千奇百怪，也不管手法怎样丧心病狂，骨子里的东西都只有一个，无非是利用欺诈，降低成本，多赚些钱。
正当我写作这段文字的时候，电视上接连报道了家乐福、沃尔玛等超市在上海、沈阳、长春、昆明、南宁等城市的连锁店存在虚构原价、低价招徕顾客高价结算、不履行价格承诺、误导性价格标示等欺诈行为的新闻。
2011年1月26日，国家发改委宣布已责成相关地方价格主管部门依法责令这些超市改正，没收违法所得，并处违法所得5倍罚款。
家乐福、沃尔玛这些名列世界500强的外资企业，在其本国市场很少听到有价格欺诈等行为。
为什么到了中国就变坏了？
难道说，真的应了那句“桔生淮南则为桔，桔生淮北则为枳”的古语，世界上单单中国这块土地特产假冒伪劣吗？
不是的！
如果我们放眼人类商业史，将会发现假冒伪劣的欺诈行为不止当下存在、更非中国所独有，而是贯穿商品生产与交换之古今、遍布东方与西洋之各国的顽症痼疾。
“只要商业资本是对不发达的共同体的产品交换起中介作用，商业利润就不仅表现为侵占和欺诈，而且大部分是从侵占和欺诈中产生的。

”——这是马克思对于欧洲早期市场经济的论断。
在咸黄油上涂一层新鲜黄油当做新鲜黄油出售；将制作肥皂时剩下的废弃物掺和上别的东西当糖卖；把黏土捣得很细，再用羊油搓过，掺和到可可粉里卖；茶叶里则掺上黄荆树叶，或者掺上泡过的茶叶，当做好茶叶卖——这些景象也不是出现于现在的中国，而是发生在19世纪40年代的英国。
恩格斯的《英国工人阶级状况》将它们记录下来。
那么，为什么在后来西方的市场经济发达国家，家乐福、沃尔玛之流一般不敢搞欺诈行为呢？
恩格斯认为：这是由于“资本主义生产愈发展，它就愈不能采用作为它早期阶段的特征的那些琐细的哄骗和欺诈手段……的确，这些狡猾手腕在大市场上已经不合算了，那里时间就是金钱，那里商业道德必然发展到一定的水平，其所以如此，并不是出于伦理的热狂，而纯粹是为了不白费时间和劳动。”经营者之所以不再搞哄骗和欺诈，商业道德水平有了显著提升，从不诚信转变为讲诚信，并非良心的发现，也不是出于“伦理的热狂”，而是随着市场竞争机制不断健全，法制逐步完善，消费者日益成熟，企业的生存、发展、获利的巨大压力迫使它不得不如此。
因此，中国当前包括食品安全问题在内的众多市场乱象，也无非是市场竞争机制尚不健全、法制体系尚不完善、消费者尚不成熟、企业欺诈成本不高、经营者道德水准低下等因素的产物。
要消除那些令人痛感“纠结”的乱象，当然需要法制健全、政府尽责、媒体监督、消费者擦亮眼睛，但是，商品和服务的生产经营者们提升道德水准、加强诚信自律，无疑承担着首要责任。
问题是，究竟怎样提升商业道德、加强诚信自律？
途径大概不外三条：其一，向自己学。
也就是通过自己的摸爬滚打，明白利己先利人、害人终害己的道理。
其二，向别人学。
也就是借鉴周围的人（包括外国人）的经验教训，以人昏昏，使己昭昭。
其三，向古人学。
也就是从中华民族博大精深的传统文化当中，汲取智慧，获得启迪。
实际上，虽然中国古代的商品生产和商品交换比不上今天发达、市场关系和交易方式不如今天复杂，但是我们的祖先早已对于商品经济的基本规律有着深刻的认识，对于工商业者的经营之道、处世之德、修身之理、治家之策有过精辟的总结。
那是深深植根于民族文化土壤的、历经数千载而常青不衰的、完全是中国人创造的、最容易被中国人接受的宝贵财富！
作为尚处于转型期的发展中国家，的确，我们有很多东西需要向西方学习，但是有很多东西，我们在学习外国的同时，千万不要忘了向我们自己几千年的文化之源求索。
对于仁义、真诚、悲悯、和善等人性之美的热爱和追求，以及“君子爱财，如何取之”？
有了财富应该如何处置？
如何破解“富不过三代”的魔咒……我们的先人给我们留下了丰赡的且弥足珍贵的财富。
就根本来说，眼下那些令人纠结的市场乱象，除了法制不健全、政府未尽责、媒体监督差、消费者欠成熟等因素，正是民族商业文化断裂、传统商业美德弃失的恶果。
因此，传承民族商业文化，弘扬传统商业美德，应该是我们提升商业道德水准、加强诚信自律的首要任务。

内容概要

如何在强手如林的商场上立于不败之地？
如何在短时间内从一贫如洗到富甲一方？
如何培养接班人不为富二代的问题苦恼？
如何知进知退从容驾驭自己的人生？
本书讲述的是古代商业传奇人物和传奇故事，用古代商人智慧商场谋略给你新的人生启示。
商圣范蠡的高深智慧，儒商子贡的富而好礼，商祖白圭的经营哲学，司马相如的促销秘密……比胡雪岩、巴菲特的故事更值得参考！

作者简介

李晓，中国政法大学商学院教授、博士生导师、副院长，中国政法大学学术委员会委员。
兼任中国商业史学会副会长、北京大学历史研究所兼职研究员、日本北九州大学经济学部客座教授、中国市场经济研究会常务理事等。
主要研究中国经济史、企业经营史。
出版学术著作《宋代工商业经济与政府干预研究》、《宋朝政府购买研究》等五部。
在《历史研究》、《中国经济史研究》等发表论文五十余篇。
多次应国务院发展研究中心、北京大学、清华大学、中国人民大学、中山大学、铸成集团华商书院、北京科技大学、中石油、鞍山钢铁等国内知名高校、培训机构、企业之邀，讲授《宋太祖的治国方略与企业管理》、《易道儒思想与现代企业经营》、《中国传统商业智慧》、《中华商道》等课程。

书籍目录

前言　纠结的中国人
第一章　商人出世
第二章　贩夫治国
第三章　管鲍之交
第四章　儒商子贡
第五章　致富宝典
第六章　陶朱教子
第七章　商祖白圭
第八章　啼笑姻缘
第九章　卜式捐资
第十章　盐铁官营
跋
后记

章节摘录

版权页：插图：危险的中国人现如今的中国人，过得是相当的纠结。
单说吃的吧。
过去穷，所以吃饭是头等大事，见了面，都要问一声“吃了吗”？
现在肚子倒是吃饱了，但是你的心，吃得踏实吗？
下馆子，菜可能是用“地沟油”炒的。
地沟油这东西，就是从饭馆、酒楼回收的厨房垃圾，“华丽转身”而来的。
据说，餐桌上吃剩下的那些厨房垃圾，先是被送到养猪场，加热之后喂猪，但是里面的一些油脂，猪是不吃的。
养猪的人就把这些油脂收集起来，卖给制造地沟油的专业人士。
经过过滤、加热、沉淀、分离等程序，还要添加上脱色剂、香精等化学材料，只需要一个晚上，垃圾就摇身一变，成了晶莹透亮、香气扑鼻的“食用油”，低价卖给饭馆、酒楼，回到了我们的餐桌上。
地沟油的可怕之处，不在于它曾经是连猪都不吃的东西，而在于里面含有一种叫做黄曲霉素的致癌物质，而黄曲霉素的毒性，比砒霜还要高一百多倍！
不下馆子，在自己家里吃饭就保险了吗？
在家里喝牛奶，可能有三聚氰胺。
可能会造成生殖、排尿系统的损害；在家里面吃米饭，有可能遇上毒大米。
所谓毒大米，就是把发霉变质陈米、或者农药含量严重超标的有害大米，经过去皮、漂白、抛光等工序，再掺进工业原料白蜡油搅拌混合而成。
这种乔装打扮过的毒大米，色泽透明，卖相好。
人吃了毒大米之后，会引起乏力、恶心、头晕、头疼、肺水肿、昏迷等症状。
如果是孕妇吃了，可能引起流产、胎儿畸形。
吃咸鸭蛋、辣椒酱，可能会遇上“苏丹红”；吃白糖、冰糖、粉丝、米粉、面粉、腐竹，有可能遇上“吊白块”(一种工业漂白剂)；吃猪肉，有可能碰上“瘦肉精”；吃韭菜，可能会碰上？
毒农药3911；吃蛋糕，可能会吃进去反式脂肪酸；吃蘑菇，可能会吃进去荧光增白剂；吃鸡，可能会“被”激素；吃鱼，可能会“被”避孕……这些食品安全事件，一桩桩、一件件，无一不在挑战着人们的想象能力，无一不在考验着人们的身体承受能力，让人们在照顾肚子的同时，心惊肉跳，心惊胆战！
人们不禁要问：为什么这种食品安全事故会接二连三、层出不穷呢？
当然，人们最有理由诘问：那些假冒伪劣的制造者，你们为什么这样干？
假冒伪劣，无论花样多么千奇百怪，也不管手法怎样丧心病狂，骨子里的东西都只有一个，无非是利用欺诈，降低成本，多赚些钱。
正当我写作这段文字的时候，电视上接连报道了家乐福、沃尔玛等超市在上海、沈阳、长春、昆明、南宁等城市的连锁店存在虚构原价、低价招徕顾客高价结算、不履行价格承诺、误导性价格标示等欺诈行为的新闻。
2011年1月26日，国家发改委宣布已责成相关地方价格主管部门依法责令这些超市改正，没收违法所得，并处违法所得5倍罚款。
家乐福、沃尔玛这些名列世界500强的外资企业，在其本国市场很少听到有价格欺诈等行为。
为什么到了中国就变坏了？
难道说，真的应了那句？
桔生淮南则为桔，桔生淮北则为枳”的古语，世界上单单中国这块土地特产假冒伪劣吗？
不是的！
如果我们放眼人类商业史，将会发现假冒伪劣的欺诈行为不止当下存在、更非中国所独有，而是贯穿商品生产与交换之古今、遍布东方与西洋之各国的顽症痼疾。
“只要商业资本是对不发达的共同体的产品交换起中介作用，商业利润就不仅表现为侵占和欺诈，而且大部分是从侵占和欺诈中产生的。

”——这是马克思对于欧洲早期市场经济的论断。
在咸黄油上涂一层新鲜黄油当做新鲜黄油出售；将制作肥皂时剩下的废弃物掺和上别的东西当糖卖；把黏土捣得很细，再用羊油搓过，掺和到可可粉里卖；茶叶里则掺上黄荆树叶，或者掺上泡过的茶叶，当做好茶叶卖——这些景象也不是出现于现在的中国，而是发生在19世纪40年代的英国。
恩格斯的《英国工人阶级状况》将它们记录下来。
那么，为什么在后来西方的市场经济发达国家，家乐福、沃尔玛之流一般不敢搞欺诈行为呢？
恩格斯认为：这是由于“资本主义生产愈发展，它就愈不能采用作为它早期阶段的特征的那些琐细的哄骗和欺诈手段……的确，这些狡猾手腕在大市场上已经不合算了，那里时间就是金钱，那里商业道德必然发展到一定的水平，其所以如此，并不是出于伦理的热狂，而纯粹是为了不白费时间和劳动。”经营者之所以不再搞哄骗和欺诈，商业道德水平有了显著提升，从不诚信转变为讲诚信，并非良心的发现，也不是出于“伦理的热狂”，而是随着市场竞争机制不断健全，法制逐步完善，消费者日益成熟，企业的生存、发展、获利的巨大压力迫使它不得不如此。
因此，中国当前包括食品安全问题在内的众多市场乱象，也无非是市场竞争机制尚不健全、法制体系尚不完善、消费者尚不成熟、企业欺诈成本不高、经营者道德水准低下等因素的产物。
要消除那些令人痛感“纠结”的乱象，当然需要法制健全、政府尽责、媒体监督、消费者擦亮眼睛，但是，商品和服务的生产经营者们提升道德水准、加强诚信自律，无疑承担着首要责任。
问题是，究竟怎样提升商业道德、加强诚信自律？
途径大概不外三条：其一，向自己学。
也就是通过自己的摸爬滚打，明白利己先利人、害人终害己的道理。
其二，向别人学。
也就是借鉴周围的人(包括外国人)的经验教训，以人昏昏，使己昭昭。
其三，向古人学。
也就是从中华民族博大精深的传统文化当中，提取智慧，获得启迪。
实际上，虽然中国古代的商品生产和商品交换比不上今天发达、市场关系和交易方式不如今天复杂，但是我们的祖先早已对于商品经济的基本规律有着深刻的认识，对于工商业者的经营之道、处世之德、修身之理、治家之策有过精辟的总结。
那是深深植根于民族文化土壤的、历经数千载而常青不衰的、完全是中国人创造的、最容易被中国人接受的宝贵财富！
作为尚处于转型期的发展中国家，的确，我们有很多东西需要向西方学习，但是有很多东西，我们在学习外国的同时，千万不要忘了向我们自己几千年的文化之源求索。
对于仁义、真诚、悲悯、和善等人性之美的热爱和追求，以及“君子爱财，如何取之”？
有了财富应该如何处置？
如何破解“富不过三代”的魔咒……我们的先人给我们留下了丰赡的且弥足珍贵的财富。
就根本来说，眼下那些令人纠结的市场乱象，除了法制不健全、政府未尽责、媒体监督差、消费者欠成熟等因素，正是民族商业文化断裂、传统商业美德弃失的恶果。
因此，传承民族商业文化，弘扬传统商业美德，应该是我们提升商业道德水准、加强诚信自律的首要任务。

编辑推荐

《商贾智慧》：透析商人智慧，叩问商业道德，改编自百家讲坛节目《商贾传奇》商圣范蠡的高深智慧，儒商子贡的富而好礼，商祖白圭的经营哲学，司马相如的促销秘密；比巴菲特、胡雪者的故事更值得参考《百家讲坛》栏目一贯坚持“让专家、学者为百姓服务”的栏目宗旨，栏目在专家、学者和百姓之间架起一座桥梁——“一座让专家通向老百姓的桥梁”，从而达到传播中国优秀传统文化的目的。
《百家讲坛》栏目坚持《百家讲坛》，坛坛都是好酒”的节目制作理念，不断培养专家、学者的公众意识，不断强化媒体为受众着想的服务意识。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com