

<<贸易打造的世界>>

图书基本信息

<<贸易打造的世界>>

前言

前言 15世纪，中国开始用白银取代日益贬值的纸钞和铜钱，这曾引起多米诺骨牌效应，五大洲的居民都受到了影响。

中国人将丝织品卖给英国人、荷兰人，后者又以西班牙比索支付。

而这些西班牙比索是黑人奴隶在今天的墨西哥、玻利维亚境内铸造的，铸币原料则是西班牙殖民当局（通过修改后的印加、阿兹特克帝国徭役制度）招募印第安原住民开采出来的。

有些白银是通过西班牙人马尼拉大帆船（Manila Galleon）上的菲律宾人，从墨西哥横越太平洋，直接输入中国。

欧洲海盗出没于美洲的加勒比海地区和太平洋沿岸、地中海地区、东非近海。

东非近海也是阿拉伯、印度海盗出没之处，欧洲海盗经常为了保护抢夺到的银货、丝、香料和他们发生火拼。

穆斯林信徒、基督徒先后到也门的红海港口摩卡（Mocha）购买咖啡，也导致白银流入东方。

当时摩卡是全球惟一的咖啡生产中心，垄断咖啡出口贸易长达一百多年。

穆斯林信徒在赴麦加朝圣的途中，将喝咖啡的嗜好从摩洛哥、埃及传播到波斯、印度、爪哇、奥斯曼帝国。

法国国王路易十四对咖啡情有独钟，他在社交沙龙上将这种饮料介绍给当时的天主教贵族。

喝咖啡的风气很快在上层社会流传起来，他们用中国瓷器啜饮咖啡（通常都加点糖，这些糖产自非洲大西洋岛屿圣多美岛上的奴隶种植园，后来产自巴西奴隶种植园），然后来根维吉尼亚香烟，享受吞云吐雾的乐趣。

有些贵族更爱喝巧克力，英格兰人则渐渐喜欢上了中国茶。

巧克力是阿兹特克帝国的贵族饮料，非常珍贵，以致巧克力的原料——可可豆甚至可以当货币使用；而在西伯利亚，中国茶也可以当货币使用。

不同地区、不同文明的人都不由自主地卷入国际贸易的漩涡，但这不表示他们在这一过程中只能处于被动地位。

1770年，有个在塞内加尔做生意的法国人，就遭到了当地非洲贸易商的拒绝。

这些本地贸易商一点也不喜欢花哨的小饰物和有孔的小珠，他们甚至不愿意用奴隶来交换法国家具，因为他们更喜欢荷兰或英国的椅子、书桌，认为这些东西比较时髦。

与此同时，在加拿大做大宗买卖的英国人，无法将维吉尼亚烟草卖给易洛魁族印第安人（Iroquois），因为易洛魁人已对非洲奴隶所种的巴西烟草情有独钟。

他们只接受英国人拿高雅的北欧衣物，来换取海狸毛皮。

18世纪早期，在那不勒斯，怒不可遏的消费者将一船马铃薯倒进海里，因为他们认为这些来自秘鲁的东西有毒。

与此同时，伦敦的时髦男女正小心翼翼地将磨碎的马铃薯撒进食物里，因为他们认为这种东西有催情效果。

显然，很早以前，国际贸易就将世界各地的不同民族联结起来。

全球化程度在今天达到前所未有的高度，但这一“世界新秩序”并不是今天才有的，多元化也不是最近的新发现。

本书的宗旨就是通过一连串的故事，描述全球彼此相连的关系（它早已存在）。

我们认为，地方经济必须放在全球背景里去了解，而地方经济和地方体制的差异又构成了全球环境，这两点密不可分。

本书内容以几个中心论点为纲——这些论点完全围绕着国际贸易的本质和国际贸易的成因——进行了系统的编纂。

我们扬弃以欧洲为中心的目的论（欧洲人是首要推动者，其他人只能被动回应），主张国际贸易存在已久，欧洲之外的人在国际贸易的发展过程中扮演了关键角色。

欧洲人虽拥有某种程度的优势，这些优势往往来自暴力或运气（例如欧洲人所带来的疾病摧毁了美洲大陆的原有社会，为他们征服大片土地大开方便之门）。

<<贸易打造的世界>>

欧洲直到工业革命后才明显具有生产技术上的优势。

欧洲是不是拥有独一无二的创新精神或者社会适应能力，值得怀疑。

因此，政治和经济一样，是影响国际贸易的主要力量。

构成今天国际贸易基础的市场结构，不是自然形成或理所当然的结果，也不是一开始就隐藏在那里等人去“打开”；相反，市场不管是好是坏，都有社会力量介入，并且由社会力量所构成。市场要想运作，不仅要在度量衡、价值、支付方法、合同（它们从来就不是普世通用、不是亘古不变的）等方面达成；要达成以下共识：即什么东西可以卖、谁有资格卖那些东西、什么人会讨价还价而不担心被邻居小看。

在这些共识的形成过程中，商品有时承载了特殊的意义，成为新的身份地位的象征。

于是，商品“本有的”使用价值和被人赋予的意义相抵触（如过去数百万人不接受外来的马铃薯），原本在人们心中根深蒂固、让人觉得理所当然的关联意义，渐渐逆转。

例如现在人们一提到巧克力，联想到的是小孩、甜美滋味、天伦之乐，而以前则会联想到战士、准备上战场、宗教狂喜。

换句话说，商品本身有其“社会属性”，在这“社会属性”里，商品的意义、作用、价值不断改变；这种属性的“供应”与“需求”，由具有爱、恨等情感的人，通过文化力量来决定，而非由具体化的“市场力量”决定。

此外，我们不该认为浮华行径可以和据称更为根本层次的功利行为截然分开。

因此，中国的朝贡制度协助界定了藩属上层阶层的品味，确立了多种交易的规则，藩属统治者在这些交换活动中所得到的某些商品，也被赋予了崇高的价值。

藩属统治者可以将这些商品赏赐给下属，以此来巩固他们的统治地位。

朝贡制度的作用，和现代世界贸易组织乃至联合国所起到的作用差不多（联合国的作用之一，就是承认各国统治者的身份，以稳固他们的统治地位）。

朝贡制度之所以能发挥这些作用，在于它发挥了今天由时尚设计师、一流学府、国际媒体所发挥的某些作用。

在这个复杂的社会里，成功垂青于努力追求它的人，但成功不必然属于最有才华、最踏实肯干或最聪明的人。

我的意思是说，世界贸易从来就不是特别讲究道德的领域。

奴隶买卖、海上劫掠、贩卖毒品，通常比生产粮食或其他基本食品利润更大。

最后，如果我们评价某交易或某事件的重要性，不仅要了解该交易或事件的国际背景，还要了解其发生所在地的特殊之处。

我们既摒弃欧洲中心观，同时也排斥无知的反帝国主义观。

也就是说，欧洲人和北美人虽然称不上天赋异禀，但也不是天生邪恶。

我们不仅把目光对准欧洲人与其他地方的贸易，也不仅把目光对准某一地区，而是要放眼多个地区和这些地区间的互动。

世界贸易的创造有不同文化的民族共同参与，并不是从头到尾出于同一个经济体或一个国家之手。

我们所要讲述的就是世界贸易创造过程中的此消彼涨。

另外，我们还关注贸易准则的缔造、知识与目标上的差异、政治与经济的关系、社会组织以及文化等。

要想全面描述过去六百年整个世界贸易的发展，是根本不可能的。

因此，我们选定七个中心主题，以它们为核心，编排全书章节；凡是我们认为与该主题有关的重大问题和争议，均列于每一章最前面的导论里。

然后，每一章里都有一组简短、有趣的案例，其意在举例说明，而不在针对个案本身进行描述。

这些案例研究往往建立在其他学者研究的基础上，但也有相当多源自我们自己的最新研究或我们激烈辩论的“心得”（我们在书末列了简要的参考书目）。

我们没有针对任何主题提出“定论”，反倒希望打开讨论之门，期望大家从不同角度研究传统上被认为只需予以“发现”的地区，并期望大家质疑我们所普遍持有（往往没有言明）的看法：欧洲近代初期诞生的新制造方式、新贸易方式，将原本各自独立且被认为老死不相往来的

<<贸易打造的世界>>

数个社会，整合成一个世界（不管这结果是好是坏）。

相反地，我们强调，过去就已存在多个中心的复杂跨文化网络。

理解了这些文化网络的使用、重组、消亡的方式，我们也就大概可以理解后来以阿姆斯特丹、伦敦、纽约或东京为中心的网络。

本书各章按主题和事件发生的年代先后编排，因此，书中首先探讨近代初期的市场，以及那些市场运作时所不可或缺的体制和准则。

第二章探讨运输工具改良对连接远方市场、促进贸易的贡献。

第三章聚焦于咖啡、烟草、鸦片之类成瘾性商品，以及它们对促进长途贸易所做的贡献。

接着，我们考察后来成为期货的各种商品：从普通的马铃薯、玉米到人人渴望拥有的黄金、白银、纺织品；从常见的工业原料（如橡胶）到稀奇古怪的东西（如胭脂虫），等等。

然后探讨暴力在资本积累、市场形成上所扮演的角色，包括国家主导的压制行为、民间创新作为（private initiative）、海盗之流的“不法之徒”。

第六章研究近代世界贸易的特色，例如金钱、度量衡、时间的标准化、贸易准则的诞生、企业等。

最后一章探讨工业化过程的几个事件。

彭慕兰专攻中国史，托皮克专攻拉丁美洲史；两人最近都在撰写既具学术价值又通俗易懂的著作，他们探讨的主题最近也扩展到中国、拉丁美洲之外。

撰写本书时，我们让每位作者提出自己最了解的主题，自己决定在案例研究中所要强调的重点。

我们发现这些文章有个大体一致的观点（在联合撰写的各章导论里，我们就努力想整合出这种整体的一致），但我们并没有要求所有文章的观点都百分之百一致。

我们既希望编辑出一组生动简洁而又可以单独阅读的短文，又希望那些篇幅较长的综合性文章，能够从更深层次上把握全局，而不只是本书几个短篇的汇总。

正如世界贸易由本身就值得个别探讨的各局部构成，但世界贸易却不只是这些局部的汇总。

在地方与全球之间来回游走的过程中，每个局部的意义也得到充实。

<<贸易打造的世界>>

内容概要

贸易常常给全球化和商品化带来无法预测的后果，许多重大历史事件的发展、突变，新观念革命都与贸易相关。

贸易将世界各地的不同民族、不同文明的人联结在一起，贸易促成了全球化，贸易改变了各地的自然世界、社会世界。

从某种程度上说，是贸易打造了今日的世界格局。

本书从市场准则的形成、运输手段所开启的观念革命、成瘾性食品的经济文化、暴力经济学等七个主题讲述世界经济创造中的盛衰消长，以及五百年的全球化积累下，21世纪的人们必须面对的严重问题。

本书给我们提供了一套完整的、建基于1400年以来的全球贸易体系的世界观。

书中对什么时候由商人发动战争效率最高、贸易如何使鸟粪变成黄金、拥有最大舰船的明朝为什么未能赢得海上霸权、华尔街如何使美国的金融霸业落空等问题，都提供了别具洞见的答案。

如果不是为了赶时髦，喊喊全球化的口号，那就需要一套更复杂、也更具历史包容力的世界观来重新理解全球化这件事情。

彭慕兰教授的这本书是无法、也不该被错过的！

<<贸易打造的世界>>

作者简介

彭慕兰（Kenneth Pomeranz），美国加州大学尔湾分校教授，是颇具影响力的“加州学派”代表人物。多年来致力于对中国及现代世界经济发展的研究。

1994年以《腹地的构建：华北内地的国家、社会和经济(1853-1937)》一书获得费正清东亚研究最佳著作奖。

2002年出版的《大分流：欧洲、中国及现代世界经济的发展》，曾引起东西方学界重大辩论，并以该书获得美国历史协会费正清奖（经济史），及世界历史协会最佳著作奖。

他擅长用生动的笔法和故事，来表达其学术研究成果，近年来这些引人入胜的文章，陆续发表在《世界贸易杂志》《商业周刊》等商业杂志上。而其文章的结论往往出乎读者的预料。

史蒂夫·托皮克（Steven Topik），美国加州大学尔湾分校教授，专攻拉丁美洲史，对咖啡等致瘾性食品的全球化过程有独到见解。

出版多本专著，有《贸易与炮舰：帝国时代的美国与巴西》《1500至1989年非、亚、拉丁美洲的全球咖啡经济》等。

他与彭慕兰教授中国及亚洲研究方面专长的结合，为本书提供了一个开阔的视野。

<<贸易打造的世界>>

书籍目录

序 导读 .市场准则的形成 福建人的贸易网络 中国朝贡制度 滥发货币、实质增长 当亚洲贸易就是世界贸易时 是传奇故事还是商务指南 阿兹特克贸易商 原始积累：巴西红木 热带地区的一名英国贸易商 女人怎样做买卖 世界贸易与近代初期司法改革 游走各地的业务员和收税员 贸易商弄臣时代的结束与公款开支 英国冒险家和印度金融资本家 .运输手段 中国为什么没能雄霸海上 聪明还不如走运 政府人数和首都的规模：18世纪之旅 仓库、跨大西洋贸易、开辟北美边疆地区 勇于移民的华人 莱佛士的胜利 贸易、混乱、进步：创造上海 苏伊士运河：凝聚与分裂 稳赚的生意：英属印度的铁路建设 运输跨越巨大的差异 .致瘾性食品的经济文化 巧克力：从货币变成商品 茶叶：酝酿风暴 摩卡其实与巧克力无关 咖啡社会角色的转变 美国与咖啡豆 甜味革命 鸦片如何使世界运转 古柯：化学如何使好东西变成坏东西 .移植：世界贸易里的商品 非自然的资源 橡胶大国的兴衰 黄金带来的灾祸：萨特在加州荒野 加州黄金与世界 美丽的虫子 点石成金：鸟粪的短暂风光 远东的毛皮与时尚 花生：一种作物在农田、工厂里的遭遇 糖征服夏威夷 台湾为什么能避免蔗糖风暴 牛如何吃掉牛仔 世界贸易的蝴蝶效应 科学农业在中国 马铃薯：美洲对全世界的献礼 天然橡胶的百年兴衰 .暴力经济学 奴隶贸易的逻辑 像波托西那样富裕 英格兰的海盗业之父 中产阶级市民怎样成为奴隶贩子 鲁宾逊的奢侈生活 中英茶叶贸易淹没太平洋岛民的世界 法人企业的粗暴诞生 西印度群岛海盗——当年的企业狙击手 奴隶制终结后的契约仆役、殖民地种植园 血腥象牙 只此一次：罗森费尔德家族传奇 .打造现代市场 比索：世界性货币的衰落 凌驾于国家之上的货币？

秤量世界：公制革命 日趋全球化：国际粮食市场 标准时间的发明 马克西米连的幽灵 “美国威胁”：不是幻觉，而是事实 华尔街扯后腿，美国国际金融霸业落空 不是越新鲜越好 包装 商标：名字算什么？

开始觉得不干净：全球营销故事一则 可口可乐如何征服欧洲 最先者生存 需求并非总是发明之母 安道尔：避税的天堂 .世界贸易、工业化、去工业化 蔗糖业：最早的工厂 棉花如何成为工业时代的织物 到全世界寻找棉花 杀掉金母鸡 近代初期的欧洲、中国、日本 甜美成就 照亮黑夜，黯淡白日 没有哪座工厂是孤岛 养蚕：日本腾飞的基础 劣势如何帮助新英格兰提早实现工业化 美国石油 石油致富，沙漠建国结语：21世纪的世界经济参考书目

<<贸易打造的世界>>

章节摘录

开始觉得不干净：全球营销故事一则对今天大部分人而言，需要肥皂似乎是再自然不过的事，但在一百年前并非如此。

对今天大部分人来说，需要肥皂似乎是再自然不过的事，但在一百年前并非如此。

在上个世纪，在全球各地，卫生清洁用品一直是广告做得最多也最有创意的产品之一。

卫生清洁用品是最早用寄回外包装换取奖品促销的产品，也是最早承诺将一定比例销售额捐作公益事业的产品，还是带给我们电台、电视“肥皂剧”的产品。

为什么？

因为当时很多人认为用到肥皂的机会不多。

人一直有清洁身体的习惯，但往往没用到多少肥皂。

19世纪的化学工业，使欧、美人可以买到便宜肥皂；而新出现的细菌致病理论，对肥皂使用起了推波助澜的作用：在没有有效抗生素（还要几十年后才会问世）的情况下，仔细擦洗身体似乎是最佳保健之道。

但并不是每个人都相信这一套，于是，宣传上场了，而这些宣传主要从社会学而非生物学角度切入。

1887年，某英国杂志上的Pear公司肥皂广告，就是很好的例子。

广告中，一箱肥皂冲上海滩，箱子裂开；一名几近全裸的非洲女黑人握着一块肥皂（和一根矛）。

广告标题是“文明的诞生”，广告页最底下写着：“肥皂消耗量是衡量财富、文明、健康、人的纯洁的标准。”

Pear公司的广告，有很多以奇异古怪的“非洲”为场景，但在那些广告问世的很久以后，该公司卖到非洲的产品仍是寥寥可数。

他们锁定的对象是中下阶层的英国消费者，广告中告诉他们如何向更优秀者（和他们功绩辉煌的帝国）看齐，与“野蛮人”划清界线。

在美国某些广告里，非洲人的角色换成那些被认为不爱干净的移民，但所要传达的信息相同：文明人应该使用肥皂，清洁肌肤、头发、碗盘、衣服等。

我们如果跳出自己所处的时空环境，就能清楚地看到，肥皂的需求是商人创造出来的。

殖民地时代的非洲，就是个理想的例子。

20世纪肥皂厂商进入非洲之前，已先有传教士和殖民地学校做了营销工作，前者在非洲宣扬“清洁仅次于圣洁”的观念，后者则培养西式的卫生习惯。

很多营销人员相信，是他们率先提供了解决非洲“肮脏”的办法，但他们的前辈其实比他们更了解事实。

1870年之前，来到非洲南部的欧洲人，不认为土著肮脏，并指出土著有多种相当有效的祖传除污办法，包括使用当地的油、兽脂、黏土。

只有在殖民活动增加（且许多土著被迫放弃迁徙生活）后，“肮脏的非洲”才需要使用新商品。

广告特别针对土著女人开导，说“她们”是自己男人事业有成的贤内助，如果男人的衣着、身体、头发、牙齿、口气不符合欧洲人的标准，甚至妻子不符合欧洲人的标准，就别想得到好工作或升迁。

这些广告还说，女人如果没有用对产品，别人绝不会直接告诉她们的丈夫，这就是她们为什么没机会升迁、受冷落的原因。

在旧的身份地位标准正在消失，而新身份地位标准仍让人困惑的社会里，这样的广告很能打动消费者。

渐渐地，这些办法奏效，到1970年代，非洲大部分地区的人，不仅大量购买有品牌的肥皂，还把这视做理所当然。

问题不仅出现在跨文化营销领域里。

历史上就曾发生过一个与美国关系密切而被遗忘的“危机”。

第一次世界大战后，制造商担心美国境内肥皂产量过剩。

一战后，美国人在战争期间所抢占的海外市场，随时可能失去。

国内市场也面临同样威胁，制造商担心，柏油路取代泥土路，汽车取代马，瓦斯炉取代煤炭，电灯取

<<贸易打造的世界>>

代油灯之后，肥皂的需求会降低。

于是，他们没有努力推广个人品牌，反倒联合发起行动，“以说服美国人相信自己仍很脏”。

行动的结果之一，就是由产业界支持成立了干净协会（Cleanliness Institute）。

该协会除了发起一些稀奇古怪的运动（例如不握手运动），还成功地促进了肥皂使用量的增加，特别是在年轻人身上。

该协会鼓励学校要求学生勤洗手，有些学校更设置盥洗室纠察，他们发证明给洗过手的学生，学生得出示该证明才能进食堂。

该协会把女人视为理所当然的宣传对象。

协会发布的一份新闻稿说道，“从哪个地方最早知道春天已经来到？

不是旅鸫出现于枝头，也不是番红花长出嫩叶，而是女人开始有了要将房子从阁楼到地下室全部打扫干净的冲动。

”另一份新闻稿上则说，擦洗冰箱是最好的运动，表示那是“跪倒在美丽与健康的圣坛之前”。

新病被人为炮制出来，传统疗法被遗忘，于是口臭有了极专业的称呼——“halitosis”，原来用于清洗伤口的李斯德林漱口水，取代了吃荷兰芹等清新口气的传统办法（如今餐厅里仍有这道菜）。

1920年，几乎没有人知道漱口水是啥东西，到了1930年代中期，它已无所不在；牙膏、除臭剂等产品的使用，也传播开来。

止头皮屑洗发液、漱口水、除臭剂广告还灌输给美国人一种观念，即清洁用品用得不对，会失去工作、约会、配偶等等，而且没有人会告诉他们为什么。

在某些广告里，有个单纯可爱的小孩，告诉她亲切但孤单的姑妈，她身上有臭味。

但人不能指望有这样的小孩会适时出现，因而这些广告所要传达的信息，是人怎么才能确认自己干净？

办法就是信赖专家，例如干净协会的专家。

这些专家通过广告同时向每个人宣传：所以，最妥当的做法就是购买、使用大家都在用的清洁用品。

现在，每个人都养成了使用肥皂的习惯。

这是件小事，而且大概是件好事。

但在习惯养成过程中，广告所连带灌输给人的更大原则（即开始懂得依赖广告里的陌生人，而非依赖现实生活中的伙伴，了解什么是合适的行为），已对社会、经济、心理产生巨大影响。

那些告诉我们如何看待、评价他人，如何与他人交谈、相互竞争的信息，不是出自殖民强权之口时，表达方式或许有点儿拐弯抹角，但很管用，卖出的肥皂反倒更多。

<<贸易打造的世界>>

媒体关注与评论

牛仔不想忙，巧克力能当钱，“贸易打造的世界”文/薛良凯 科普文章要写得好看并不简单，偏偏有专业知识的人似乎特别喜爱卖弄，总会加油添醋以丰富内容，只可惜，并不是所有读者都爱看那些东西。

如果要我选，我会说篇幅长短不重要，讲重点比批注多过本文的描述更好；若是用故事体书写，过程又能带有那么一点点“Wow（喔~）”的感觉，读起来就有趣多了。

尽管大家都懂（但愿这些教授们也明白），把科普文章写得简短、有趣还是非常不容易。

如果各位读过弗里德曼的《世界是平的》、或是戴蒙的《枪炮、病菌与钢铁》，就会了解他们的成就，不仅成功写出了一本有创新观点的书，更重要的是读者们都读得懂。

如果你爱看这样简洁、有趣、容易阅读的书，那么《贸易打造的世界》会很合你的胃口。

本书是对世界近现代经济研究的顶尖学者彭慕兰的最新通俗著作。

每篇都只有三、五页，很快就触及重点，让你立刻获得一种概念。

更重要的，本书没有“中心”观念，所以东方、西方社会在描述上一律平等。

就多数人的记忆所知，我们的世界本来就是靠贸易维系，而且个人、区域性、国际性贸易天天都在各地发生。

午餐吃的鱼肉，说不定是来自日本或挪威远洋渔业，星巴克的美人鱼杯子下印着Made in China，如果你想知道咖啡来自哪里，摩卡、苏拉维西、越南、巴西会马上闪过你的脑海，而且中国台湾最近也开始有小规模咖啡栽植，虽然产量相对稀少得可怜。

现代是一个“贸易打造的世界”。

近二、三十年内出生的人类，会以为我们所在的这个世界秩序与生活型态固定于某种定型状态，似乎一切都如此“理所当然”。

真的是“理所当然”吗？

一点也不，单纯的答案背后，可能包含许多经济学、政治学、营销学的因子在里面，而且件件都是“其来有自”。

不信请看本书描写的：你一定不知道，巧克力曾是一种货币；不但是货币，而且还有“伪币”。

许多不肖商人，把吃过的可可豆（咖啡原料）壳内塞进适量的黏土，密合后根本分不清真假，混充当真的“钱”使用。

说到以物易物，魁塔卡人可说是经典。

你如果想跟魁塔卡人交易，请先把东西摆在200步远的石头上，如果魁塔卡人想交易，会走过去拿起你的“货”，再把他自己的手工艺品放在同一位置等你去拿。

接下来，魁塔卡人会走向刚刚他站的位置，保留安全距离等你走过去拿，然后，恐怖的“交易”就此展开。

等你一到原位，魁塔卡人会火速向你奔来，这里的规则是：谁抢到货，货就是谁的。

偏偏，魁塔卡人是巴西的飞毛腿，你不会赢的。

“除非本地跛脚或患痛风，或因其它原因而行走缓慢的人愿意失去它的产品，否则不建议和魁塔卡人进行谈判或实物交易。

”一位法国人这样建议他的读者。

巴西是少数因为一件商品而得到国名的国家。

尽管土耳其叫火鸡、希腊这个字的意思是油脂，不过这两个国家却没有以生产火鸡、猪油著称。

原本应该是世界第一本商务指南的《马可波罗游记》，在当时却被归类为奇闻轶事，甚至是将运河（人造河川）、煤炭（会起火燃烧的黑石）、石油（能点火的黑水）视为“荒诞奇闻”，以致错失许多跨国商机。

中国的纸币曾一度像今日的美钞，具备难以伪造的价值，更是全球贸易者身分的象征。

西方不少人，以“持有”这些高级货币为身分象征，而不在乎实际面额大小。

好，尽管我们都知道牛仔好忙，但你知道牛仔为什么不去当“牛”仔，反而整天只知道耍枪？

牛仔跟牛发生了什么关系？

<<贸易打造的世界>>

牛仔为什么失业了？

现在西方人爱吃的薯条，原料马铃薯在以前只有穷人才会想要吃，就跟以前穷人才吃地瓜叶一样。

这个曾经整船被倒进黑水沟的食物，如何翻身上桌？

中国台湾因成为荷兰殖民而开始栽种蔗糖，但凡沦为蔗糖产地的殖民地生态必然遭受浩劫，社会因利益不公变成M型社会，往往爆发动乱与流血，例如牙买加、古巴与菲律宾等等，几乎没有例外。

你知道为何唯有台湾是一个例外吗？

你知道这是中国重稻政策救了台湾吗？

一位在中国因走私被捕的葡萄牙水手，在获释后评论中国司法要比欧洲公平太多了！

不但提供辩护机会，而且还允许诘问对方证人，以及允许自己把手放在自己信仰的圣书上发誓所言为真。

这一年，欧洲正以火刑伺候女巫，烤打问案是一种常态。

最后，也是我以前就搞不懂的。

为什么黑奴会被卖到美洲去做工，而不是美洲印地安人去非洲工作？

或是干脆在非洲建立殖民地，这样不是更方便？

（值得注意的是，非洲有2/3的非沙漠土地，至少有40 000种以上的植物，森林面积占非洲总面积的21%）答案很简单，因为这是一个由“贸易打造的世界”。

但聪明的读者，我知道你们不会满意、更不会满足这样笼统的答案。

如果想知道更深入的答案，恐怕就只能靠彭慕兰和史蒂夫这两位的花妙笔来帮助你了。

<<贸易打造的世界>>

编辑推荐

《贸易打造的世界》连续138周雄踞亚马逊商业与投资类（经济学）图书畅销榜顶尖学者、超级教授写给大众的经济通俗读本参与国际贸易真的有益于参与各方？

掌握了资源就可以获得财富？

拥有外汇储备世界第一的中国，是否就重振了往日“世界贸易中心”的荣光？

世界贸易的蝴蝶效应如何发挥威力……在这部揭开贸易真相的著作中，都有趣味而权威的解答。

<<贸易打造的世界>>

名人推荐

该书从全新的经济角度探究世界，让我们找到认识这个世界的新方法！

——《财富》（中文版）主编 杨季《贸易打造的世界》是很适宜2008年读的好书，它让我们大开眼界，突破往常的说教，用新知识新发现重新阐释历史，增添对未来的信心。

——《Value》主编 张志雄贸易打造的世界，让这个星球不同性质的文明之间展开竞争，而不是此前的仇恨和战争。

人类文明因此又向前迈进了一大步。

——知名财经书评人 苏小和贸易将世界各地的不同民族联结起来，贸易促成了全球化，贸易改变着地方的经济、文化。

某种程度上说，是贸易打造了今日的世界。

本书既趣味可读，又深刻入理，是有关贸易知识的优秀读本。

——知名经济学家 北京科技大学教授 赵晓

<<贸易打造的世界>>

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>