

<<话说川商>>

图书基本信息

书名：<<话说川商>>

13位ISBN编号：9787801934932

10位ISBN编号：7801934938

出版时间：2007-5

出版时间：中华工商联

作者：梁凌

页数：296

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>

<<话说川商>>

前言

序言 说起四川，人们自然会想到“天府之国”、“物产丰富”、“人口众多”。可是说起四川人，要形容起来，大多数中国人往往会与“盆地意识”、“蜀犬吠日”，以及“川耗子”这些带有贬义的词联系起来，甚至一些四川本土学者和官员也自觉不自觉地把小农意识、小富辄安、目光短浅之类的观念统统戴上一个“盆地意识”的帽子，作为四川人的普遍心态来给四川的不发达做注脚。局促一方，目光狭窄，这种观念不消说和主张积极进取的现代商业观念是相互抵触的。如果用这种观念来理解产生川商的川人群体，川商也就变得无足轻重，遑论“话说川商”。

这样的观念长久流传，于是在四川之外，提起新中国成立前的中国各地商业，即使是有学养之人，脑海里也有两淮盐商、有徽州大贾、有唐廷枢、有荣德生，但问及四川商人，搜肠刮肚亦不得鳞爪鸿泥。

将川人以“盆地意识”一语而蔽之，既对，也不对。

从地理上看，四川地处西南，北通关中，南连云贵，西接青、藏等少数民族地区，西高东低。这里大河川流，沃野千里，物产丰富，人口稠密。

四周高山环抱，道路皆曲折险峻，进出困难。

故李太白云：“蜀道难，难于上青天。”

“长江自青藏高原奔流而下，流经四川，又自三峡夺门而出，直下江汉平原。

然而这条水路自古就被著名的夔门滟滪堆的阴影所笼罩，一样的险峻难行。

因此自西汉末白帝公孙述起，千百年来每逢中原变乱，总有豪杰割据四川，希冀凭借这里的物产人口和险要地势，进可攻，窥视中原大宝；退可守，保子孙荣华富贵。

而于普通人的心态而言，本地的丰饶和出行的不便，自然让人眷留故土不愿远行。

如此看来，所谓“盆地意识”，正该是这样的地理环境所施加在川民思想上的约束。

然而，历史却和这样让人不时产生“桃花源”式的错觉的地理环境开了玩笑。

翻开中国历史，2000年来，虽然不乏四川于乱局中维持一方平安的时代，但总体而言，四川仍然是多灾多难的。

盘踞四川的割据势力，其结局无一例外地背离了创立者的初衷，改不了一世创业二世而亡，稍微稳固点的也难逃被中原统治者取而代之的最终下场。

而这种政权的更迭经常给普通民众带来死亡与灾难。

至于到了外族意图夺取中国的宋末和清初，四川更成了汉族政权和少数民族政权相互拉锯争夺的战场，沃野千里变成“白骨蔽平原”，高城深巷为虎狼盘踞，千里无人烟乃是常有之事。

此时的四川，就像圈门洞开的羊栏，昔日阻挡狼群入侵的围栏反而阻挡了羊群的逃离，虎狼在这里尽情厮杀争夺，民众像羊羔一样被噬食。

而当狼群离去，盆地所能带来的唯一“好处”，只是让人方便计算人口的损失！例如，经过明末清初的各方混战，清初四川全省男丁竟只剩不足八万！地理环境影响川民性格，不是一朝一夕的。

由此说来，今天生活在这片土地上的大部分民众，500年前还生活在中国的其他地方。

而今天的所谓“四川人”，其实是一个包容的概念，他们来自湖北湖南，江西广东，来自五湖四海。

富饶的四川盆地给各省移民提供了一个生活、融合和发展的环境。

所以，所谓四川盆地，实际上是个包容与开放的环境，如同低洼之地聚集各方流水一般，四川盆地也汇聚了全国各地的移民。

四川盆地四川人，会合各方民众，共创一番大业。

在这片独特的人文和自然土壤上，四川商人筚路蓝缕，艰辛起步，创造了许多享誉海内外的产品，积累了许多宝贵的经验，留给后人慢慢咀嚼。

本书所要展示给读者的，就是在四川这片土地上交通货物、联结居民、繁荣社会的商人及其活动

<<话说川商>>

从时间上来说，我们把目光聚集在新中国成立之前的近、现代，着重反映自晚清以来“三千年未有之大变局”中兴衰起伏的四川商人。

从区域上来说，我们没有局限在四川本地人身上。

事实上，四川的许多著名商业都离不开外省人的贡献，如陕西商人之于自贡盐业、宜宾酒业；我们也不局限于在四川境内的商业活动，著名的民生公司以及“猪鬃大王”古耕虞都把自己的商业脚步踏向了全国乃至国外。

我们聚焦于以四川为活动基地的商人。

他们的许多活动和思想一直影响到了今天，了解他们生活的时代环境以及随之产生的经营理念、管理结构、公共关系、竞争战略等，对在今天的中国了解和从事商业经营也不无裨益。

第一章“川土川水育川商”，呈现了川商所成长的四川的地理人文环境，并概述了近、现代变乱环境中川商的兴衰和川商的自身特点与局限。

在第二章“行成于思毁于随”里，读者可以慢慢体会到一些著名川商的独特经营思想，如卢作孚创办民生航运公司，以孙中山“三民主义”为经营指导思想。

著名的宝元通百货公司、“太和号”酱油、聚兴诚银行则坚持中国传统文化，对顾客恪守诚信，内部努力营造上下和谐气氛，建立雇佣关系之外的私人感情联系，笼络员工，降低工资成本。

第三章“名正意深行自远”，用案例剖析了川商的广告战略。

在媒体不够发达的旧中国，产品取名对于产品的经销有着重要影响。

笔者将全兴大曲、剑南春、五粮液、桐君阁、泸州老窖、治德号牛肉这些享誉中国乃至世界的名牌的创立经过细细道来，相信能引君入胜。

第四章“师夷长技，此长彼消”，总结了四川商场中的竞争策略。

美孚公司收购桐树，打击竞争对手的釜底抽薪和英美烟公司广告战、价格战和知识产权保护战三管齐下的竞争战略，鲜明体现了外国大公司的商战特征，时至今日仍不断上演。

“猪鬃大王”古耕虞巧设埋伏，从洋人手上获得直接出口权；沉着冷静，以小博大，化解了庞大的美国杜邦公司生产人造鬃进行竞争的危机。

聚兴诚银行创始人杨三聚精心设计广告和宣传策略，建立信誉，吸引储户。

这些都昭示了川商在商业竞争中的智慧与远见。

第五章“猫和老鼠”，描绘了一幅旧中国四川官商之间相互利用而共生共存的图画。

在军阀混战民不聊生的社会背景下，商人要发展，必须依靠一定的政治势力，军阀恶势力既需要商人的贡献，其行动也阻碍了民族工商业的发展。

读者既可以看到川康银行的刘航琛借为军阀刘湘铸币之机大发横财，而后投靠宋子文升至民国政府经济部长的亦官亦商、官运亨通，也可以看到古耕虞合纵联横、智斗孔氏家族的胜利，当然更多看到的是“太和号”老板为避骚扰花钱加入帮会组织，富翁“汤百万”、“林汤圆”企图依附军阀，反被军阀算计，遭过河拆桥、元气大伤的悲惨经历。

第六章“百业百态，厚德生财”，以四川商业中的稗官野史为依托，生动描述了古玩、茶楼、医药、旅馆、典当、印刷、棺木、理发和粪便回收九个行业的故事与特色，相信读者读来会兴趣盎然。

第七章“天下无人不知”、“君”、“”，笔锋直指著名的川菜，从商业经营、广告宣传、质量控制、顾客定位等方面讲述了麻婆豆腐等六种四川名菜和“努力餐”等三个四川著名餐馆创立与兴起的故事。

第八章“行走江湖”、“麻乡约一，以小见大，描绘了一个以帮会组织形式建立经营的家族企业——西南规模最大的民间运输行业“麻乡约大帮信轿行”的百年兴衰史，以此为典型剖析了旧中国川商的兴衰荣辱。

第九章“因业生商，因商成市”，从更加宏观的角度出发，用案例分析了商业与城市之间的互动关系，例如，因盐业而成就商业，最后形成城市的自贡；因桐油贸易而生的港口城市万县；因蜜饯业发展而从“糖城”变“甜城”的内江。

这些蜀中名城至今仍屹立在四川盆地，读者从中可以观察到贸易兴盛导致的商业集聚和城市形成，感

<<话说川商>>

叹旧中国川商对今日生活的持续影响。

笔者非川人，但久居四川，对这片雄奇秀丽的山川和丰富独特的乡土文化有深深的挚爱。更兼曾经长期从事相关研究工作，这一年多来更深入探究，从故纸堆和现实生活中提炼了川商的典型生活状态，辅之个人心得，百般锤炼，精心炮制，得此九九八十一节川商故事。成语云“曲径通幽”，欲知其详，请读者慢慢看来。

<<话说川商>>

内容概要

古今中外的商业竞争，归根结底是人的竞争，是文化的较量，是精神的博弈。

本丛书讲述近代中国(有的商帮上溯到明清时期)各地商人的传奇故事，展现丰富多彩的经营之道、处世之理。

旨在对中华商业文化的内容和精神做深入发掘总结。

为当今商人群体的成长和成功提供历史借鉴。

历史有传承，文化有根基，一方水土养一方人。

中国商人和消费者，中国特色经营模式和消费方式，都与我们的前人有千丝万缕的联系，都与我们的国情乡情密不可分。

弘扬各商帮和各地域商业文化的特色，对于当今打造名省名市名街名企名店名商。

实施特色竞争、差异定位。

具有重要现实意义。

十几省市专家学者精心打造，中国经济史学会、中国商业史学会指导支持。

本丛书视野开阔，气势雄浑。

史论结合，深入浅出，图文并茂，赏心悦目。

既是政府官员的历史读本，又是商界人士的经营指南。

还是文化爱好各的收藏佳选。

<<话说川商>>

书籍目录

第一章 川土川水育川商 1.1 溯本求源解四川 1.2 “天府之国”的形成 1.3 “湖广填四川”的由来
1.4 蜀道川江连四海 1.5 四川军阀战四川 1.6 近现代工业化中的川商 1.7 抗日战争中的川商
1.8 富不逢时的川商 1.9 难出夔门的川商第二章 行成于思毁于随 2.1 实业救国，民生第一
2.2 反帝爱国，民族至上 2.3 开启民智，实践民权 2.4 信则利：童叟无欺商誉自来 2.5 通则活：
自办工厂货源不断 2.6 和则顺：劳资合作事业久大 2.7 “聚兴诚”：人聚财兴重在诚 2.8 以和生
财“太和号” 2.9 抓、抠发家“汤百万”第三章 名正意深行自远 3.1 好酒冠好名：成都全兴大曲
3.2 一朝更名天下知：五粮液 3.3 “两老”酿名牌：泸州老窖大曲 3.4 美酒中的传说：郎酒
3.5 诗般雅致的酒名：剑南春 3.6 醋是陈的香：保宁醋 3.7 诉讼为名牌：同仁堂 3.8 立地成
佛：桐君阁 3.9 广而告之：“治德号”第四章 师夷长技，此长彼消第五章 猫和老鼠第六章 百
业百态，厚德生财第七章 天下无人不知“君”第八章 行走江湖“麻乡约”第九章 因业生商，因
商成市

<<话说川商>>

章节摘录

1.2 “天府之国”的形成 四川东低西高，东部是四周山地环绕、中间低陷的四川盆地，西部是大幅隆起、地域辽阔的川西山地和高原。

四川地域辽阔，地形复杂起伏大，气候复杂多样。

长江自青藏高原一泻万丈，在四川境内汇集南北两方的雅砻江、岷江、沱江、赤水、嘉陵江、乌江诸水，东出三峡，横越江汉三吴，直达东海。

四川有复杂的地形结构、气候类型和充裕的雨水资源，热、温、寒三带共处，形成了特异的生态环境，为多种生物的生长繁衍提供了良好的环境条件，集华中、西南和青藏高原三大动植物区为一体，物种格外丰富，有“中国植物缩影”和“物种富乡”之誉。

四川中药材资源具有种类多、分布广、蕴藏量大、南北兼备的特点。

四川是我国油料植物的主产区之一，主要油料植物有乌桕、油茶、胡桃、花生、大豆、油橄榄、花椒、红花等，而以油桐栽培历史最为悠久。

达川、南充、绵阳等地的桐油在国际市场上久负盛名。

四川果树栽培历史悠久，分布广泛，著名的有红橘、甜橙、柚、梨、枇杷等。

粮食作物主要有水稻、小麦、玉米、薯类，其中薯类、水稻产量分别居全国前列。

四川众多的河流、湖泊、水渠、池塘和水库等，为水生经济植物的生长、繁殖提供了广泛的自然生态环境。

四川东部和西部的地貌、气候、物产等的明显差异，为多种农作物和畜牧业的发展提供了得天独厚的条件，形成东部农业区域和西部游牧区域的差别。

自古以来四川的经济文化中心在四川盆地。

这里被秦岭、大巴山、乌蒙山、巫山、大雪山等崇山峻岭环抱，属湿润温暖的东南季风气候，降水充沛，千百年来的“西蜀天漏”、“巴山夜雨”、“蜀犬吠日”等成语是对其多雨气候的形象刻画。

河流纵横，沃野千里，物产丰富的四川盆地自古就有“天府之国”的美誉，老百姓则通俗地说“插根筷子都可以长出大树”。

秦始皇嬴政、汉高祖刘邦都以这里丰富的物产为依托，夺取天下。

《隆中对》中诸葛亮称“益州险塞，沃野千里，天府之土，高祖以成帝业”，引导刘备据一州之地与曹操、孙权三足鼎立。

四川盆地得享“天府之国”，既有赖于优越的自然条件，更有赖于川人千百年来的不懈奋斗。

战国时期，秦蜀郡太守李冰兴建都江堰工程，消除岷江水患，自流灌溉成都平原，使农业生产迅速发展，2000多年来沿用至今。

四川纺织业自古发达。

早在秦汉时代，蜀布、蜀锦等就通过著名的“南方丝绸之路”销往国外。

四川的茶叶和酒业历史源远流长，长盛不衰。

汉时茶叶已成为重要商品，宋代种茶遍及20余州县，产量居全国之首，已有雇工百人的茶园。

汉区茶叶换藏区马匹的“茶马互市”逐渐成为内地与西藏边陲商业贸易的重要手段，朝廷在雅安设置了“茶马司”，康定成了茶叶和马匹交易的集散地，汉藏商人走出了闻名的“茶马古道”。

蜀酒在西汉已具特色，“文君当炉”的佳话流传至今。

“国窖1573”记述了明代四川酒业的繁盛，时至今日，以“六朵金花”为代表的川酒更是名扬天下，占据了我国酒业的半壁江山。

四川的盐业地位更为重要。

井盐历来是中原与西南少数民族贸易的主要物资。

两晋南北朝时期，中原王朝更替频繁，战乱不已，不断有人入蜀避难，带来了技术和资财，于是在制盐方面发明了利用天然气的“火井煮盐”，出现了有名的富世盐井和大公盐井。

<<话说川商>>

宋时井盐生产遍及川中60多个县，仁寿、荣县一带已出现小口径深井——“卓筒井”，深井钻凿技术领先世界。

清末和民国时期，每逢战乱，川盐便行銷全国各地。

盐业的兴旺还引发了盐都自贡的建立。

四川还在金融史上占据举足轻重的地位。

唐宋数百年间，四川盆地战乱较少，政治局势相对稳定，成都平原成为全国农业最发达的地区之一，手工业闻名海内，农工商繁荣，时称“扬（州）一益（州）二”。

兴旺的交通运输和商业需要更加便利的资金融通，四川的金融业有了初始的发展。

公元11世纪初，成都16户富商开始发行“交子”，这是全世界发行最早的纸币。

……

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>