



“刁民，是相对奸商而言的。”中国商业界第一刁民——王海

□ 蓝狮子

王海是中国商业世界里的第一号“刁民”。这个从青岛冒出来的青年农民很享受这样的“头衔”，他说，“刁民，是相对奸商而言的。”

20世纪90年代中期，中国的消费品市场假冒伪劣横行，商家做广告无所不用其极，产品质量和商业信用之差让人咋舌。1994年，政府出台了《消费者权益保护法》，其中第49条是：“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的一倍”。王海的出现就与这个条款有关。

1995年的3月25日，22岁的青岛青年王海在北京隆福大厦买了12副标价为85元的假索尼耳机，然后径直向东城区工商局投诉，要求商场加倍赔偿。执法人员问他，“你知道耳机是假冒的吗？”王海答，“当然知道。”对方一听就来气了：“知道假的还买，你不是刁民吗？”

《中国消费者报》得悉了这件新鲜事，以《刁民？聪明的消费者？》为题发了一篇新闻稿，结果一下子炸开了一个锅，支持、反对的各执一词。王海则来了劲，他连着跑了京城的10家商场，专挑假货买，然后要求双倍索赔，50天下来，他竟真的得到了近8000元的赔偿金。

王海的刁民行动当然没有止步于北京城，他很快跑到南京、长沙和杭州各地“买假索赔”，邀请他的大多是当地的媒体，他们贴身跟随王海，进行热闹追踪报道。

于是，王海走到哪里，哪里的商界就陷入一片恐慌，有商家提出“防火防盗防王海”，还有的商场向营业员派发王海的照片，让他们一定要“死死记住这个相貌”，并设计好了婉言对付他的标准问话。

一些商场发现王海来买假的时候，要么找借口死活不卖，要么故意把发票开得很不清晰。他到广州的消息传出后，当地几个大商场的老总紧急彻夜开会研究对策，大家统一口径，王海在广州买了几万块钱的假货，所有商家都口径一致地不赔不退，逼着他去打官司。

王海讲起话来慢条斯理，天生是一个思维很缜密的人，他的学历不高，却似乎很会规划自己的人生。1996年底，他顺势成立北京大海商务顾问有限公司，他的打假事业从此进入了公司化运作。大海公司开始接受企业委托打假。

王海的“商业化打假”自然又引起舆论的一场大争论。他则很坦然地说，“我们可以给人当枪使，今天你请我们打他，明天他也可以请我们打你。这样做既可以促进行业自律，我们也能从中得到利润，最终受益于消费者。”他的底线是两条，“只要证据确凿，只要没有违法”。

王海的打假越来越呈现出职业化的特点。他曾协助烟草专卖局取缔了北京最大的造假烟窝点，查获555、红塔山等假烟案值280万元；协助浙江技术监督局查处全国最大的假阀门案件，案值400多万元；协助工商局取缔北京最大的造假酒窝点，该窝点年产假酒近2000万元。

他还与美国一家律师事务所合作，代理了世界名牌扑克牌、自行车在中国的打假，甚至连摇滚歌手崔健要搞反盗版和反假唱运动也拉上了王海。

2007年，在购买假索尼耳机的12年后，34岁的王海说：“我的理想是在国内成立一个为公共利益服务的非营利的反欺诈组织。”从青年“刁民”到有公众服务精神的“维权专家”，王海一路走来，好像一切都是顺理成章。

艺术展，除了商业还有什么？

□ 陈耀杰

毕加索来了、库奈里斯来了、杰夫昆斯来了、达明·赫斯特也要来……西方艺术大师最近在中国的一系列大展成了艺术界甚至是文化界的讨论热点。但人们讨论的核心不是艺术，而是金钱。近日，著名的波普艺术家杰夫昆斯的到来，似乎让这种质疑的声音更进了一步。这些西方艺术大师的展览大致可以分成三种形式，首先是大型的商业展览，其次是在中国进行考察和创作的展览，第三种是艺术院校的讲座。

毕加索商业价值的示范作用

比较引人注意的要数毕加索大展，人们讨论最多的也是这个展览，因为他比较有代表性。全世界前10名最高拍卖价的画作里面，毕加索的作品就占据4幅。这样一位多产的和昂贵的艺术家，对于中国的观众和艺术界意味着什么？他的展览能给我们带来什么？

通过最近的一些讨论或许可以看出一些端倪。比如一篇名为《毕加索应给中国带来什么》的文章中就很直接地提到：“毕加索中国大展，只要运作得好，无论是上海还是成都，都有非常可观的经济效益。”通过这些新闻报道的文章，可以清楚地看到，这个展览，主办者想要的是什么。

毕加索对于今天的中国艺术界来说，没有什么实际的意义，对于他的成就首先是他的创造精神。他一生有好几个时期，每个时期的作品风格都不相同。其次是他艺术在商业上的成功，还有就是他的艺术史价值以及他与中国的一些联系，这些成为了他在中国举办展览的噱头。但实际想想，这些理由里面，唯一可以拿出来让中国艺术界受益的，也就是他的商业运作价值，其他的都是经常在讨论的老问题。

商业助力艺术成功？

村上隆与杰夫昆斯艺术形式和内容相近，艺术的商业运作模式也很成功，他们还都到中国的美院进行了讲座，一个是赤裸裸地谈钱，一个回避这个问题。

比如村上隆在去年5月份在四川美术学院举办了《我的艺术之路》的讲座，在讲



座中，他以幻灯片的形式给大家讲述了他的艺术历程，他的转折是在2000年时当三宅一生找到他时，那时候的村上隆还是一个不懂流行的人，只是一个在乡村画画的人”。但在这次之后，村上隆开启了品牌合作之门，最著名的就是与LV的合作。2003年受设计师Marc Jacobs邀请，把路易威登年逾百年的经典Monogram商标变换出33种颜色，这个关于流行、时尚、消费文化与现代艺术的新神话流传至今。同时他还提到了自己与凡尔赛宫的合作，他评价那些作品不仅是自己和凡尔赛宫的想法，还有赞助商的意愿。村上隆认为，面对网络发达时代，只有雕塑与绘画才能有更高的娱乐性，有更高的商业亮点。从这里我们可以看出来他是赞成艺术与商业结合的。

与之相反的是，杰夫昆斯在中央美院《1978以来的艺术创作》的讲座中表示他不关心自己作品的商业影响，“我自己作为艺术家对于金融并没有兴趣，钱对我并没有太大的意义，只是说有钱可以给我一个创作作品的平台。我做作品本身并没有考虑

到太多的商业因素，我最关心的是作品与观众的交流。”但在之前他曾被爆料说过：“在这个资本泛滥的社会里，艺术品不可避免地要成为商品……我们不要再兜圈子了，还是一上来就当艺术品是商品一样生产吧。”

相较于村上隆的坦然，杰夫昆斯显然不够坦荡，这是否是他为了照顾艺术学子，以免过早地让他们走上邪路，就不得而知了。

看看这些当代艺术领域的大人物，黄永祿、陈箴、徐冰、蔡国强、谷文达、苍鑫、高扬、王广义，他们都取得令人瞩目的商业成功。联想到时下的很多展览，人们讨论的焦点是这个展览是如何赚钱的，或者举办展览的钱是哪里来的，如何用的。衡量展览是否成功的标准也是看主办者是否取得了商业上的成功，艺术展已经沦落成为工具，或为名或为利，很少有人再关注展览的本身，关注展览的学术性和艺术价值。这不免使人想问一句：当代艺术展除了商业我们还剩下什么？



与蛇共舞——南平樟湖镇崇蛇民俗文化节

樟湖镇崇蛇民俗历史悠久，千百年来在崇拜蛇神的文化圈中，樟湖至今还保留着比较完整、古朴、原始的闽蛇崇拜民俗活动，形成独具特色的崇蛇文化，堪称是独一无二的民俗活化石。

东汉许慎《说文解字》曰：“闽，东南越，蛇种。”早在秦汉时期，先民们都以蛇为祖先图腾加以崇拜。樟湖崇蛇缘于蛇神连公的传说。相传连公原为蟒蛇精，来自闽江下游古田“纸钱岭”。明永乐十三年十月十四日夜，赵天师收服白蟒精经过樟湖，连公现出原形，赵欲斩之，民众齐声道：连公青龙，善！善！遂不加害。故此，人们亦称蛇精为“连公”，并建庙祭祀，称此庙为“蛇王庙”。

以蛇王庙为载体，樟湖人每年都要举行春秋两祭的“游蛇灯”和“赛蛇神”活动。游蛇灯在每年正月初六至廿一元宵前后举行，按姓氏轮流，每姓一晚，每户一板，游蛇

灯的阵势庞大，颇为壮观。赛蛇神在每年农历初七举行，它是樟湖地区独特的崇蛇民俗。明代文学家谢肇淛《长溪琐语》记载：“（福州）水口以上有地名朱船板（即樟湖坂），今福州方言仍称为朱船板，有蛇王庙，庙内有蛇数百，夏秋之间赛神一次，蛇之大者或缠人腰人头，出赛。”这一祭蛇民俗一直延续到现在。如今樟湖善男信女对蛇虔诚敬拜，祈求蛇神保社稷安宁，消灾祛难，风调雨顺，五谷丰登，保佑信徒水陆平安。随着时代的进步，尽管现代文明为千年古镇注入几多活力，尽管进入21世纪樟湖人全身心投入改革开放和三个文明建设大潮之中，但“闽蛇崇拜”民俗仍在樟湖地区表现的最为典型，最为完整。这不仅给后人进一步探明和研究崇蛇内涵、来源、传承历史等留下了重要资料，同时也为旅游开发留下了宝贵资源。

读书吧台 | Dushu Batai

经商必读《红顶商人胡雪岩》

□ 王石

受清教徒精神熏陶的西方企业家“拼命赚钱，拼命省钱，拼命捐钱”。在“拼命赚钱，拼命省钱”这点上，中国当代企业家毫不逊色，但在“拼命捐钱”这方面，似乎做得不够。一些时候是为响应政府部门要求和出于商业目的而捐，并非出于内心深处的善意。

是什么力量促使一些人“拼命捐钱”？又是什么原因让另一些人缺乏社会捐赠的动机？这其实可以归结为这样的问题：企业家如何看自己的社会责任？财富的意义是什么？人生的终极意义又是什么？

中国传统儒家文化熏陶下的近代企业家曾经给出过自己的答案。2006年8月，我拜访徽商胡雪岩故居，颇有感触。

生于清道光三年的胡雪岩，“家素贫，年弱冠，入钱肆习贾事，以诚谨闻。”在钱庄当学徒出身，办事勤快，能言善道。后经营生丝、茶叶、开办典当铺，开设阜康钱庄，创办胡庆余堂国药号……性情通达，眼光敏锐，

手腕圆活，富有人情味和豪侠气。

当时丝茶贸易为洋商所操纵，中国商人受排挤，蚕农利益受到严重的伤害。胡雪岩有感于此，便出资2000万两银四处收购生丝。后竞争失败，胡雪岩损失利银1000万两，折本银800万两。光绪九年，胡雪岩因经营失败，钱庄倒闭，家资罄尽，负债累累，被革去道员职衔。之后一年多，便忧愤而死。

我了解这位中国近代商界传奇人物，是在上世纪80年代读了台湾作家高阳的《胡雪岩全传》。许多从政、经商的中国人，都推崇一句话：“做官须看《曾国藩》，经商必读《胡雪岩》。”遗憾的是，胡雪岩这位晚清“活财神”之所以成为中国商界的偶像和英雄，更多不是因为他“戒欺”的信条，不是因为“采办务真，修制务精”的生意底线，也不是因为“顾客乃养命之源”的经营理念，而是因为他官商两界通吃，善于经营政府关系，最终成为“红顶商人”。今天的企业家奉若神明要学胡雪岩，是因为他的“红顶之道”，在转型中的中国社会，依然有效。

徽商讲究“商而兼仕，贾而好儒”，与官僚混为一体，或相互接托。他们除以“急公议叙”、“捐纳”和“读书登第”作为攫取官位的途径外，还以重资结纳，求得官僚乃至太监、皇帝的庇护。所以，徽商的“官商”之道，是明确的生存发展策略，数代积累，形成其权势圈子，成为一种“官商”文化。

胡雪岩早期攀附王有龄，随后接上左宗棠，为左宗棠及湘军竭尽全力。在左宗棠等人推荐下，被授江西候補道，赐穿黄马褂，并且依靠湘军的势力，在全国广设当铺和银号，成为富甲江南的特大官商。

胡雪岩靠官场后台，达到事业顶峰，但他最后失败，也与官场倾轧大有关系。一旦失去政府后台的支持，无论胡雪岩还是徽商，都兵败如山倒。徽州盐商在清政府实行“纲盐制”时，是受政策保护最多的。道光年间清政府在两淮实行“改纲为票”的盐法改革，取消了徽州盐商在两淮盐业中的垄断特权，徽州盐商表现得毫无竞争力，从此一蹶不振。

人生最大的资本是品行

□ 秦琴

30年前，美国华盛顿一个商人的妻子，在一个冬天的晚上，不慎把一个皮包丢在一家医院里。商人焦急万分，连夜去找。因为皮包内不仅有10万美金，还有一份十分机密的市場信息。当商人赶到那家医院时，他一眼就看到，清冷的医院走廊里，靠墙蹲着一个冻得瑟瑟发抖的瘦弱女孩，在她怀中紧紧抱着的正是妻子丢的那个皮包。这个叫希亚达的女孩，是来这家医院陪病重的妈妈治病的。相依为命的娘儿俩家里很穷，卖了所有能卖的东西，凑来的钱还是仅够一个晚上的医疗费。没有钱明天就得被赶出医院。晚上，无能为力希亚达在医院走廊里徘徊，她天真地请求上帝保佑，能碰上一个好心的人救救她的妈妈。突然，一个从楼上下来的妇人经过走廊时，腋下的一个皮包掉在地上，可能是她腋下还有别的东西，皮包掉了竟毫无知觉。当时走廊里只有希亚达一个人。她走过去捡起皮包，急忙追出门外，但那位女士却上了一辆轿车扬长而去。

希亚达回到病房，当她打开那个皮包时，母女俩都被里面成沓的钞票惊呆了。那一刻，她们心里明白，用这些钱可能治好妈妈的病。妈妈却让希亚达把皮包送回走廊去，等丢皮包的人回来领取。虽然商人尽了最大的努力，希亚达的妈妈还是抛下了孤苦伶仃的女儿离开了人间。

后来商人就领养了这个女孩。她们母女不仅帮商人挽回了10万美元的损失，更主要的是那份失而复得的市場信息，使商人的生意如日中天，不久就成了大富翁。被商人领养的希亚达，读完大学就协助富翁料理商务。虽然富翁一直没委任她任何实际职务，但在长期的历练中，富翁的智慧和经验潜移默化地影响了她，使她成了一个成熟的商业人才，到富翁晚年时，他的很多想法都要征求希亚达的意见。

富翁临危之际，留下了这样的一份遗嘱：“在我认识希亚达母女之前我就已经很有钱了。可是当我站在贫病交加却拾巨款而不昧的母女面前时，我发现她们最富有，因为她们恪守着至高无上的人生准则，这正是我作为商人最缺少的。我的钱几乎都是尔虞我诈、明争暗斗得来的，是她们使我领悟到人生最大的资本是品行。我收养希亚达既不为知恩图报，也不是出于同情，而是请了一个做人的楷模。有她在我的身边，生意场上我会时刻铭记，哪些该做，哪些不该做，什么钱该赚，什么钱不该赚。这就是我后来的业绩兴旺发达的根本原因，我成了亿万富翁。我死后，我的亿万资产全部留给希亚达继承。这不是馈赠，而是为了我的事业能更加辉煌昌盛。我深信，我聪明的儿子能够理解爸爸的良苦用心。”

富翁在国外的儿子回来，仔细看完父亲的遗嘱后，立刻毫不犹豫地，在财产继承协议书上签了字：“我同意希亚达继承父亲的全部资产。只请求希亚达能做我的夫人。”希亚达看完富翁儿子的签字，略一沉思，也提笔签了字：“我愿接受先辈留下的全部财产——包括他的儿子。”



作为一个企业家，读以胡雪岩为代表的徽商历史，备感中国旧式商人脱离不了两个特点：资源霸占、倒买倒卖；更脱离不了对政府深深的依附——这怎不让我深深地失落？