

莞商是什么样的人?

■ 卢忠光



作者简介:

卢忠光:中国报告文学学会会员,“大粤商”丛书策划及写作者。出版专著《新兵连》《杨学思》《头版头条》等3部;发表新闻、文学作品2000余篇;多次获中国新闻奖、广东新闻奖;荣立二等功1次、三等功5次。曾任广州军区《战士报》驻站记者,现任职于广东省新闻出版广电局。

五岭之南,南海之滨,有一个族群,千百年来,在这片土地上寒耕热耘,生息繁衍,开创文明,亦承担着天地人生的善美福德,他们的名字叫——莞人。

在莞人当中,又有一些出类拔萃之辈,无论日月星辰、大海桑田如何变幻,始终秉持着“天变不足畏,祖宗不足法,人言不足恤”的英锐之气,既有天真与率真的活力,亦不失敦厚笃实、坚毅坚忍、谦克忠敬的胸怀,他们的思想智慧与行动能力,是长在大江大海、风口浪尖中的生活中磨炼出来的,所以格外顽强充沛。他们的名字叫——莞商。

众所周知,所谓“北上广深”,是指北京、上海、广州、深圳。偌大一个中国,能跻身于一线城市的,也就这四个,广东占了两个。这四个超级城市,就像四颗璀璨的巨星,往往会把周边的群星都映照得黯然失色,试看天津、石家庄,无论怎样奋起,其光芒亦常被北京所掩;南京、苏州,干得再出色,也不敌上海风头之盛。

而东莞,不是处在一颗巨星的光晕之内,而是夹在两颗巨星中间!

广州至深圳的150公里距离,就是东莞的地理宽度。广、深有多远,东莞就有多宽。然而,它的经济宽度,却远远超出了这150公里的地理宽度。虽然夹在广、深中间,却不是靠这两大城市分一杯羹,才有饭吃;不是靠“站在巨人肩膀上”,才显出自己的高大;它更不是月亮,自己不发光,只会反射太阳的光芒。它本身就是一个巨人,即使与广、深并肩而立,也毫不逊色,毫不怯场。东莞给世界的印象,从来就不是广、深的“附属品”,不是广、深的卫星城,它在岭南文化与经济的大舞台上,以独树一帜的本土文化,独立坚实的产业基础,独辟蹊径的发展路向,成为举足轻重的“方面军”。

东莞有莞商!

东莞从一个种番薯、甘蔗的农业县,成长为GDP总量达6275.06亿元,人均GDP突破12075.75美元(2015年)的现代经济大城市,不过花了30多年的时间。以政府为推手,在一代莞商的手中,完成了这个“华丽转身”,不能不让人惊叹这是一个千古未有的传奇。

很多人听过粤商、晋商、徽商、浙商、闽商这些响当当的商帮名称,有谁听过莞商?有谁谈论过莞商?

少之又少。

实事求是地讲,中国改革开放之前,鲜有“莞商”之说,甚至连东莞本地人也无法给你一个“莞商”的确切定义。孩子早就生了,但一直还未命名。

2014年,中山大学中文系主任李炜曾指导11名大学生对身份地位各异的东莞人进行了长达两个月的访谈调查,并与逾百位访谈对象“保持了最大的民间立场”,以探秘东莞人的性格密码,并采写出版了《东莞人:讲出自己的故事》一书。李教授在此书序言中概括说:“莞商乃至东莞人,最突出的特点就是‘升了富了不变形’,就是说无论升官或发财,他们还是该干嘛就干嘛,以前啥样儿还啥样儿,不像我常常在其他某些大城市所看到的那样,一旦升了、富了,就变着法儿地显摆,生怕人家不知道,一个个要目中无人,要么气宇轩昂,好像一定要镇住你而后快似的。”

这个评价,笔者认为是恰当的。有一个事实可有力证明,东莞的富豪家前大多是农民,但他们从不讳言自己的出身,无论是面对高官,还是普通市民或媒体,他们都坦然言事。比如龙泉的张佛恩,“我原来是开拖拉机的”;宏远的陈林,“我是种田出身的农民”;鸿福的梁锦枝,“全东莞都知道我原来是卖咸鱼的”……

采访中,一位不愿意公开姓名的莞商说:“我农村出身,只读过小学,打过工,要过饭……”话语坦诚,让笔者内心极受震动:一个商界大亨,时刻铭记自己的疾苦,并且毫不掩饰,实属率真而难得。

这个社会,有太多表面光鲜亮丽的人,却在使浑身解数竭力掩饰自己曾经暗淡的过往以“洗白”自己,以塑就原本就是尊贵的形象。

而眼前这个亿万富翁,却在并不熟悉的笔者面前,三言两语之间,便自然地提及自己的贫寒出身及悲苦经历,眼眶里竟然泛起了感慨的泪花,此情此景,让人动容。笔者情不自禁地想起了艾青那首著名的诗:为什么我的眼里常含泪水?因为我对这土地爱得深沉。这位莞商大亨的泪花,不但是对他瞬间勾起的悲情岁月的感怀,更是对他今天靠拼搏得来的幸福生活的感恩——感恩这个时代,感恩东莞这片土地。

李教授还说起过曾亲身经历的一个故事,有一回他在北京参加一个以政府官员为主的饭局,一位刚提拔的年轻厅官居高临下地对大家说:“这里我官最大,听我的,来!都用大杯倒满酒干!”他觉得这事儿如果发生在东莞,人们一定会把这位厅官当“赘居”(有毛病)。更何况东莞人大多酒量较差,习惯了不会跟人家大杯喝酒,都是量力而为,碰碰杯意思意思就好了。

更多时候,跟东莞人乃至广东人吃饭,座次不过分讲究,话题不云山雾罩,点菜惯例是有鸡有鱼有青菜,喝酒一般是洋酒或红酒,甚至干脆洋酒、红酒、白酒、啤酒全端上,让客人自选。礼节性碰杯之后,不劝酒,不灌酒,更不逼酒,吃也好喝也罢,均无任何压力。

说到酒,笔者在此还想说说一个关于东莞和酒的商业谜团及遗憾。东莞曾产棉酒,并于1915年在美国旧金山——巴拿马万国博览会上,与张裕、汾酒、茅台共同获得金奖,还被记载在当年的《巴拿马太平洋万国博览会要览》的获奖榜单里。同一榜单上还发现,东莞棉酒产自东莞农事试验场,而同样产自这个试验场的东莞各种子油、棉油、树油及种子、笋干鲜笋也获得金牌。也就是说,那年世博会上,东莞一并摘下了3块金牌。

史料上把棉酒描绘得十分传神。当时《巴拿马万国博览会会刊》及《旧金山报》将其获得金奖评为“不可思议的事件”,并评价其“风味独特而显其长……”

这种酒会是怎样的醇香和风味独特?世人或已难知,可能只有仙逝的美国前总统才知道。

据世博会史料记载,1915年2月25日,美国总统伍德罗·威尔逊、副总统托马斯·马歇尔及前总统西奥多·罗斯福及各界要员光临中国馆,并品尝了中国参展的10多种名酒,对风味独特的中国名酒赞不绝口。东莞棉酒获得金牌,自然归属名酒之列。当时,这一消息立即在旧金山的华人中引起了轰动,华侨社团还特意设宴庆贺。

可惜,如今茅台、张裕、汾酒名扬天下,东莞棉酒这个名噪世界的品牌却消失得无影无踪,甚至在东莞史料上都是一片空白。棉酒是什么样的酒?是用棉花生产的吗?生产棉酒的农事试验场又在哪?棉酒为何在世消失得无影无踪了?棉酒之迷,期待东莞有识之士进一步挖掘和解码,并发挥其潜在的经济价值。

相信真正熟悉东莞的人都知道,在东莞你很难凭借穿衣打扮、座驾乃至气质来判定谁是富人。因为他们拥有的财富,根本不需要通过这些外在的东西来彰显。甚至如果你某天穿得西装革履的,出门朋友一定会好奇问道:“你什么时候改卖保险了?做直销了?”原来,只有推销员才会在东莞穿得一本正经,其他人都穿得随便便,干净、舒适便可。可某些大城市,就听说有不少人为装阔而借钱或贷款买悍马、路虎,人借车贵,这在东莞人看来纯属“赘居”。

探秘东莞人为何“升了富了不变形”,李教授认为这与他们在精神上的某些传承和坚守密不可分,至少有以下几个方面原因:一是重情义;二是诚信;三是勤力(比勤奋更加卖力);四是低调谦虚;五是务实明理;六是包容并蓄。笔者也试图为莞商精神“厚德务实,敢为人先”的形成进行探源:岭南历史文化的哺育;海洋文明的塑造;家风家教的传承;移民文化的助推;经济发展的促动;性格个性的养成。

遗憾的是,似乎有太多的人对东莞及莞商存在误解和偏见,什么东莞靠剥削廉价劳工发家啦;东莞老板没文化啦;莞商是暴发户啦。各种道听途说,人云亦云,似是而非的嘲笑与谩骂,此起彼伏。以至于过去很多人一听到“东莞”这个名字时,一般都会暧昧地对视一眼,心地怪笑或坏笑几声。

2014年年初,《中国青年报》著名评论员曹林也撰文说,以前他也是这样,听到东莞时也会这样暧昧地坏笑,但当有一天看到一条关于东莞的新闻后,便意识到这种暧昧坏笑会在无形中给东莞人带来伤害。这条新闻说,现在不少在东莞工作的人都不敢跟家人说在东莞打工,而是含糊地说“在广东打工”——在这里工作的女白领,更是竭力避免提这个名字。一些到东莞出差的人,也不敢跟家人说到这里出差。原因很简单,害怕外人的想

66 莞商,是中国改革开放的先锋,是东莞绽放精彩的推手,他们低调务实,敢为人先;他们诚信厚道,忠厚仁爱;他们默默苦干,低调深耕版图;他们熠熠生辉,高调回报社会。他们是东莞人的杰出代表,一个造福社会的精英群体,一股驱动时代的文明力量。

像力,担心外人那怪异的目光和暧昧的坏笑或怪笑。

其实,很多人只是把这当成一种调侃和玩笑,但没想到这种像病毒一样的玩笑,在东莞人心里投下了许多挥之不去的阴影,更给那些生活在这座城市中的“无辜的绝大多数”带来了许多有形无形的伤害。

据李教授研究,他认为其实在中国被误解的城市不止一个。比如“京油子,卫嘴子,保定狗腿子”,最冤的是保定,据说这一句原为“保定府的勾腿子”,是说保定人爱摔跤,而且摔跤时爱使勾腿这招儿,非常厉害,后来也不知怎么鬼使神差地把“勾腿子”变成了“狗腿子”。要命的是,对“狗腿子”的演绎可就相当恶劣了。还有《苏三起解》那句戏词儿:“洪洞县里无好人”,戏里原意是指洪洞县衙里没好人,但脱离戏剧情景后,人们传成洪洞县里没好人了,愣把个“根祖圣地,华人老家”打入了十八层地狱。

如今是移动互联网时代,资讯发达,有时便成了谣言的发酵剂,甚至发一条简单的微信或微博,一旦转发成千上万次后,也未免真假难辨,抑或假作真时真亦假。

真理传播得快,谬误也传播得快。

千百年来,莞商渊源流长,但它的历史、文化、商道精神等却没有被系统地去挖掘和提炼。相反,社会上流传着各种关于东莞及莞商的传言与疑问:东莞凭什么创造出这么多的经济奇迹?莞商为何会有这么多人上了富豪榜(据2017胡润全球富豪榜,至少15名富豪与东莞有关)?莞商为什么如此低调?莞商是没文化吗?……

由此,笔者决定为莞商撰写一部书稿,全面解读不一样的东莞,总结不一样的莞商。这便是《东莞商帮》这本书的写作缘由。

那么,众说纷纭的莞商,究竟是什么样的人?

当东莞的经济力量在中国乃至世界商业舞台上饰演着越来越重要的角色之际,莞商,是时候掀掉你的盖头来,让世人好好端详一番了——

莞商是一群特别务实的人。

广东人的务实是出了名的,而莞商可以归入广东人里最务实的那一群之中。广东有一句俗话说叫“逆水行船好过湾(泊)。”意思是只要有一寸空间,都要努力往前行,有尺水,行尺船。这也是莞商所信奉的人生哲学,“做就系工,唔做就系空”。与其整天埋怨上天不把机会给自己,埋怨运气不好,埋怨别人,埋怨环境,总是想着“机会来了,赚他个百八十万,有什么难”,不如脚踏实地,从一点一滴做起,从一分一毫赚起。不做,永远是空的。东莞市绿通高尔夫观光车董事长张志江也说:“有梦想,才会成真;敢去做,才会实现。”他还把宏大的梦想化作了务实而具体的工作目标:日日要有新进步,月月要有新招数,年年要有新思路。

东莞的石龙镇,是国家星火技术密集区、国家信息化试点镇、国家电子信息产业基地,也是东莞的门户。如果说,它今天的辉煌,是从30多年前加工小小的钥匙扣起家的,有多少人会相信?但当地的人们当年确实是在几间知青农场的旧瓦房里,办起了第一家“三来一补”的钥匙扣加工厂,迈出了从农业社会走向工业社会的第一步。

有人说,广东人会生孩子,不会起名字。莞商创造的许多新观念、新思维,走出了许多新路子,改变了世界对中国的观瞻,但由于性格一向低调、务实,谨于言而敏于行,习惯于用“事实胜于雄辩”来避开争论,不懂得掌握“政治论述”的主动权,因此,尽管他们为学者们的创意立言提供了极丰富的素材,自己却常被人为暴发户、土包子,被讥为除了钱什么都缺的土豪。

令人奇怪的是,很少听到莞商为自己辩护。媒体去采访莞商,他们往往会说:“谈企业可以,谈我们就不必了。”“好吧,那就谈企业

吧。面对人们说莞商是暴发户,没文化,你们有什么回应?”莞商却总是笑而不语,被问多了,便自嘲地说:“我们就是‘乡下佬’,是没文化。嘴长在别人身上,爱说什么就让他说吧。有鸡啼天光(亮),有鸡啼天亦光(亮)。”

然而,“乡下佬”有大思维。谁说莞商没文化?谁说莞商不懂政治?“东莞模式”所引发的讨论,不就是一个深刻的政治论题吗?人们常常慨叹广东是中国的南风窗,吹的却是“穿堂风”。广东人生的孩子,却要北方学者给他起名字,似乎很可悲。其实不然。风是从广东刮起来的,是广东人把这股改革之风吹向全国的。不要以为生孩子不是文化,起名字才是文化。理论永远是灰色的,实践才是长青树。

莞商不喜欢过于宏大的叙述、不喜欢大鸣大放,不喜欢出风头、抢镜头,他们在实践中喝到了“头啖汤”(粤语,第一口汤,比喻率先尝试),得到了最大的实惠,这就够了,着实是“有肉藏在碗底里”。所以,他们宁愿生活保持着一种平稳而恒久、不急不躁、细水长流的状态,谁起名字不重要,重要的是这孩子已经呱呱坠地,茁壮成长,这就是最大的文化。

“文化沙漠”本来就是强加给东莞的一个子虚乌有的东西,就像《西游记》里的“唵嘛呢叭吽吽”符咒一样,压得齐天大圣都翻不过身来。其实揭下这道符一看,什么也不是,破纸一张。

文化也好,政治也好,莞商都有自己实实在在的理解。他们认为,政治不仅仅是在庙堂之上参政议政,也不是非要出将入相,治国平天下不可,更不是在茶余饭后侃国际国内形势或胡诌些所谓的政治秘闻,就叫作忧国忧民。在莞商心目中,政治不能仅挂在天上,还是要落地的,创造利润、积累财富也是政治,计算效益成本也是政治,提高效率也是政治,公平的商业竞争也是政治,建立健康的市场秩序也是政治。凡涉及社会公众事务的,无一不是政治。

莞商有着最务实的政治观,就像抗非典英雄钟南山院士所说:“做好自己的事情,就是最大的政治。”

莞商是一群特别勤奋的人。

广东有几个粤语方言,很能反映广东人的勤奋和拼搏精神,比如“擒青”“搞掂”“顶硬上”“唔好讲耶稣”,甚至是“搏晒老命”。有此精神,故广东人不怕“食头箸”,也就是“敢为天下先”。事实上,改革开放以来东莞的经济腾飞,在很大程度上就有赖于这种精神。许多外省人连想也不敢想的事,东莞人连想也不去想就做了。等到他们醒悟过来,也照着东莞的经验去做时,其差距已不可以道里计。

但是,有一个很奇怪的现象,在某些人的印象中,广东当地人都是游手好闲、好吃懒做的,东莞人更是如此。一位在东莞打工的人说:“东莞人有点好逸恶劳,没什么能力,我在东莞待过几家工厂,那些本地厂长给我的感觉,好像每个月白白地拿几千元钱,也没干什么事。”这种说法,一传十,十传百,以讹传讹,成了曾参杀人、三人行虎故事的现代版。

而当有人听到东莞人说自己为了生计忙得“滚水碌脚”或是“搏晒老命”时,不肯相信,如果证实是真的,便大大地惊讶:这与传说中的东莞人每个月不用工作就可以分很多钱,相差甚远啊!

受这种莫名其妙的印象影响,东莞人仿佛与“二世祖”画上了等号,成了早茶晚酒饭后烟,吹吹水,打几圈麻将,就把一天打发掉的“大食懒”(好吃懒做的人)。但是,东莞人真的是靠出租祖宗土地和榨取外地劳工的血汗过活吗?一个简单的道理是:土地搁在那儿是不会自动升值的,中国960万平方公里,各地千差万别,怎么造成的?除了地理条件、国家政策之外,人是最大的因素。在同等等条件下,为什么有的地方早在三十年前就崛起了,走出一条大阳线,有的地方却徘徊几十年,变化不大?为什么东莞的土地可以生出工厂、酒店、写字楼,生出一个红红火火的城市,别处的土地就生不出来呢?这就是人的不同,是人的思想不同、下的功夫不同。

其实东莞人最讨厌“大食懒”。当地甚至还有“卖懒”的习俗,把“懒”卖掉,人就勤快了。除夕上灯后,给每个小孩一个红鸡蛋,点着一炷香,让他提着灯笼,到街头巷尾去边走边唱道:“卖懒,卖懒,卖到年三十晚,人懒我唔懒……”

东莞在20世纪80年代初就开始工业化转型,那时还没有多少外来人口,改革开放后的第一代的外地劳工,都是往深圳跑,往珠海跑,还没多少人知道东莞。但是,“天下者我们的天下,东莞者我们的东莞”,洗脚上田的莞商,义不容辞,扯起大旗,毅然上路,充当开路先锋。他们开基创业,修公路、建码头、盖厂房,招商引资、铺路搭桥、手胼足胝、艰苦打拼,为后来的创业者打下了坚实的基础。

东莞人有一句名言叫“顶硬上”。这句话是明代莞人袁崇焕的口头禅,也是莞商精神

的核心价值之一。只要认准了方向,他们自有一种“铁打心肝铜打肺,立实心肠去捱世”的毅力,无论路有多难走,硬着头皮也要走。

一位在长安镇经营五金、建材的莞商,经过十几年的奋斗,已拥有一家颇具规模的公司,和十几个国家有生意来往,在记者到问他的成功经验时,他竟掉下泪来说:“如果让我把走过的路重新走一遍,我绝对没有那个勇气,我会疯掉的。当时真不知是怎么熬过来的。”

莞商不太善于为自己评功摆好,但他们就这么熬过来了,不畏风雨,不惧崎岖,一步一个脚印,硬是把弯弯曲曲的乡间小道修成了高速公路,把荒草萋萋的河海滩涂变成了世界物流中心,把编织草席的小作坊升级为高端电子信息产业基地。

无数的莞商以自己的汗水,肥沃着故乡的每一寸土地。东莞就像一台开足马力的发动机,为中国经济改革的历史车轮提供源源不断的动力。他们的努力和艰辛,历史自有公正评价。

“天道酬勤是真理,一分辛劳一分财。”东莞市“广强建筑基础工程”董事长兼总经理赵志强、副总经理赵容广这兄弟俩的人生信条,就是莞商勤劳致富最好的注释。他们从七八个人的小建筑队做起,经过30多年的拼搏,发展成为员工400余人、年产值5亿多的东莞建筑基础工程行业龙头企业。每逢公司年会,兄弟俩必登台合唱《广强之歌》,其团结之情传为佳话。

莞商是一群特别敢闯的人。

在谈论广东人的性格时,人们常会提到“敢为天下先”。这也是莞商一种鲜明的文化精神。马来西亚的莞商张建华谈起他的生意经时,就一再强调他的“四个敢于”:敢梦、敢说、敢做、敢于失败。

在中国文化传统里,“敢为天下先”原不是什么好事,老子说:“吾有三宝,持而保之。”一曰慈,二曰俭,三曰不敢为天下先。”但现在时代不同了,敢为天下先成了一种美誉,广东人说自己敢为天下先,湖南人也说自己敢为天下先,上海人也说自己敢为天下先,甚至连宁夏人、青海人、甘肃人都说自己敢为天下先,大家都争戴这顶桂冠。

追根溯源,这种文化观念的转变,最早出现在鸦片战争时代,虎门销烟的一把火,把千年的天朝幻境烧出个大洞,人们幡然猛醒,中国再不能这么弱下去了!中国再不能这么贫穷下去了!在这天地变色,日月无光的最后关头,南方兴起了变革维新思潮,一批有志于富国强民的改革者,从南方出发,走向全国,大发求仁之义,而讲中外之故,救中国之法。鸦片战争迫使中国从一个封闭的、宗法专制的国家,开始向现代国家转型。广东在这个转型过程中,起着一种历史枢纽的作用。

因而,一位学者慨言:“近百年来,中国所以危而不亡,主要靠湖南、广东人物的努力。”

到20世纪80年代初,改革开放时代来临。以东莞、番禺、南海、顺德、深圳、珠海等珠江三角洲地区崛起为标志,一种新的价值信念,由此成形,风靡全国。当初珠江三角洲有两个经济特区,一是深圳,二是珠海,加上省会城市广州,可谓三足鼎立,气势如虹。

东莞不是经济特区,却又无反顾地充当起改革开放的“排头兵”“桥头堡”,莞商用他们的铁肩,扛起漫天的风雨。中央和省里没有给予的政策,东莞全力去争取;中央和省里已经给予的政策,东莞用足用透。正是在“敢为天下先”的信念的推动下,莞商办起了全国第一家“三来一补”工厂,从此改变了中国。

不依古法但横行,自有云雷绕膝生。翻开改革开放这部沉甸甸的历史巨著,无论是财政、税收、金融、物价、外贸、流通体制的改革,还是劳动制度的改革和农业结构的改革,几乎在每一篇章,每一段落,都可以看到莞商摸索前行的身影,他们为历史提供了一个极具参考价值的改革范本。

莞商的敢闯,还体现在闯南闯北,不畏竞争,勇于竞争的胆略上。上世纪80年代以前,东莞的工业基础非常薄弱,这群“番薯屎都未属清”(粤语,意指农民的习气未去)的农家子弟,就敢把自己的产品拿到上海,在最高级的第一百货公司开展销会,而且还大获成功。简直是天方夜谭。

上海是什么地方?那是近代中国商业城市的“拿摩温”(Number One),号称“十里洋场”,是多少商人眼里的“黄金帝国”,但莞商就这样不知天高地厚地带着一身泥土味闯进来了。作为广东经济崛起的象征,曾令广东人无比骄傲的“广货北伐”,莞商是最有竞争力的先头部队之一,充分发挥了“过河卒子当车使”的作用。

在敢闯的同时,莞商还积极参与广东对口支援新疆的工作,30多家莞商企业进驻投资,并成立了世界莞商联合会首个国内分支机构——喀什分会。