



“对于浙商来说,最根本的敌人,不是其竞争对手,而是其眼前的利益。”

## 凶猛浙商 民营特立独行

□ 钟新刚

在中国民营经济的地域性分布中,浙江民营经济独树一帜,浙商资本特立独行。浙商俨然成为中国一个流动的“金库”,也一度成为民间投资的风向标。

“炒房促使房价飙升”“山西煤炭整合逼退”“新疆探油炒棉”“海南楼市泡沫”“迪拜炒楼铩羽”……近期一系列国内外的财经大事件,似乎都与浙江一股股神出鬼没、数额巨大、来去匆匆的民营资本有关。

为什么浙江民间资本多集聚投资在同一地区和领域?上海、广州、深圳等地也有大量民间剩余资金,为什么很少出现“人抱团,资金更抱团”的情况?为什么浙商资本如此喜欢“炒作”?

浙江产权交易所党支部书记和副总经理徐王婴不认同浙商“游资”的凶猛,“浙商资本聚集靠人脉、地域和圈子,但是人脉和地域是有限的,不如一种体制、机制和文化。”徐王婴认为,如果能够通过股权投资盘整民间资本,积沙成塔,反倒可以成为促进产业升级的力量。

“假如只学会了抓住机会,你永远只能做个商人。机会不会随叫随到,用制度、文化、人才等辅助手段,把机会做大做强,从商人晋级到企业家,这是最大的挑战。”浙商之一的马云,显然对浙商的转型深有感慨。

“对于浙商来说,最根本的敌人,不是其竞争对手,而是其眼前的利益。”浙江商人王基正说。他担心,如果浙商资本得不到合理的疏导,而产业升级换代又步履过慢,任由资本投机的本性横冲直闯的话,则浙商这一群体,也恐怕很难摆脱历史商帮的宿命。

多少年过去了,闽商祖辈流传,并固守着“爱拼”的商业精神,并将其作为最初的原动力。

## 大道闽商 爱拼才会赢

□ 施安

有一组数据可以概括闽商的影响力。

在海外,世界华商 500 强中,闽商占了 1/10 强,闽籍华商资产存量已超过 3000 亿美元,成就国际商界传奇。

在国内,闽商经过 30 年改革开放的锤炼,再次以惊人的成长速度和经济实力,成为中国经济舞台最活跃的商帮之一。

在省内,以闽商为主体的民营经济已占全省经济总量的 73%,并仍在不断壮大。

那么,是什么品质成就闽商的影响力?

闽商答曰:山人自有商道。

商道为何?那首歌这样唱的——“爱拼才会赢”。

他们天生就是一头狮子,以征服世界的心态入世。鹏起东南,多少年过去了,闽商祖辈流传,并固守着“爱拼”的商业精神,并将其作为最初的原动力。

如果说“爱拼”是一种精神动力,那么“敢拼”则是闽商中最男人的气质折射。除此之外,在许多闽商的身上,我们还可以看到“善拼”。

“善拼”让他们成为最能弄潮的海豚,慧眼追逐着造英雄的时势。所以高瞻远瞩、敢为人先,所以合群团结、豪爽忠义。

爱拼、敢拼、善拼,成就了闽商的高道,也成就了闽商的影响力。

以儒文化为内涵的文化精神始终是中国商帮兴起、壮大的精神支柱和动力源泉

# 商帮文化 中国商道价值洼地



□ 王方圆

曾经,在中国商界“偶像殿堂”里,一个个精英偶像“倒下”——如同一连串倒下的多米诺骨牌,让国民感觉到中国商人精神的危机。“偶像殿堂”给人空空如也的感觉。坊间人哀

叹,中国商人道德真的先天缺乏吗?

### 以儒文化为内涵

回看中国多个世纪以前,中国商道有着幽深灿烂的文化底蕴。

明中叶以后,商帮兴起。这是中

国经济史上一件大事,更是中国历史上的一件大事。随着商帮兴起,社会习俗发生变化,文学风格发生变化,经商思想也随之变化。然而,以儒文化为内涵的文化精神始终是中国商帮兴起、壮大的精神支柱和动力源泉。

无论是著名的晋商、徽商、宁波帮等商帮,还是传统老字号全聚德、同仁堂、张小泉等商铺,都异口同声地宣称“以义制利、诚信为本”的商业原则。商道中,中国人对“诚信”的理解是世界上最好的。“人无信不立,政无信不威,商无信不富”,足以证明中国人对诚信的理解是到位的。

清人郭嵩焘写过:“中国商贾凤称山陕,山陕人之智术不能望江浙,其推算不及江西湖广,而世守商贾之业,惟其心朴而心实也。”晋商成功建立起遍及全国远涉日韩的信用网

络,与其特有的“心朴”和“心实”有着直接的关系。

徽商成为儒商的一个代名词。以义取利,为义让利,徽商一方面体现了对中国传统伦理原则的恪守,一方面反映出对“义”、“利”辩证关系的深刻领悟和具体把握。

### 开放式的精神切口

我们需要一个开放式的精神切口,能够容纳中国的“新商道”。

建构中国的商业精神,就必须具有三个核心规范:敬业、诚信和节俭。这三种精神既与马克思·韦伯的“新教伦理”相通,更与儒家伦理为根源的中国现代社会伦理相适应。非此不足以建成能够有效规范中国现代商业活动的中国现代商业精神——

敬业:自强不息,生财有道;达则

兼济天下,穷则独善其身;

诚信:民无信不立。诚信是一种品格,更是一种智慧;

节俭:节俭朴素,人之美德;奢侈华丽,人之大恶。节俭的另一面,却是为社会创造更多有形无形的价值。

希望新的商道伦理成为中国社会现代化的重要源头,自我克制、勤劳、诚信等等进取创新精神,构成了大国崛起以及中国现代化进程中的一个重要精神动力。

疾风知劲草。商道大破大立,当为这个时代的最大呼声。我们从最现实的角度出发,形成真正意义上的、包容了伦理与法律双重内涵的体系。

逆市更高飞。商业负重而行,当是这个时代的坚定步伐。我们更需要新的商道产生,能够成为中国商道的新脊梁。

观察 | Guancha

## 商会凝聚新商帮力量

□ 杨金贵

改革开放以来,日渐崛起的浙商、苏商、沪商、京商、粤商和闽商,正悄然发展的鲁商、豫商,已经成为中国经济的代表商帮,而商帮成长的那片土地,也是中国经济的支柱所在。商帮的兴起同时也是中国民营经济崛起的另一个体现。因为有了成熟的民营经济,也便进一步催生了商帮的复兴。

商会便是新时代商帮文化的载体,商会文化也是商帮文化的传承、革新的产物所在。“北京浙江企业商会”、“北京福建企业商会”等区域性标志明确的商会组织事实上也就是那些远离故土、异乡创业的各地商

人的娘家,我们可以称之为“商帮文化”与时俱进的体现。

另外一支不可忽视的力量就是海外华商,而今,分布于世界各地的华人社团,就是中国商人在海外的商帮组织。他们为华商的海外经营提供了有力保障,在为所在国经济、世界经济发展做出贡献的同时,也为中国经济的腾飞与发展做出了不可磨灭的贡献。

无论是哪一支商帮,都流淌着中华民族的血脉,无论是在国内还是国外,无论从事着何种行业,没有人忘记自己的根本,这就是商帮的力量,这就是民营企业的拳拳爱国之情。

商帮文化承载了中国数千年的



商业文化精髓,也是我国民营经济发展的重要支撑力量,商帮文化的繁荣与振兴是中华传统文化与现代商业文明的完美结合。商帮不仅是区域经济的催生力量,是中国市场经济的催生力量,也是世界经济复兴的重要力量,更是民营经济振兴的文化特征。因此,商帮文化的发

光大,是中国经济发展的需要,也是世界经济发展的需要。

(作者为中国企业走出去研究中心常务副主任、跨国商务精英俱乐部秘书长、跨国在线总策划、《世界杰出华人与商业文化》副主编、高级商务策划师)

新鲁商中鲜有“明星企业家”,却多“隐形冠军”。这就是低调与高调的体现。

## 隐形鲁商 儒道为王



□ 穆弓

很多鲁商,最初走上创业之路,是穷则思变,但他们的“思变”,是希望身边所有人的改变,有一种“推己

及人”的思想。这种产生于仁义思想的天生责任感,往往成为他们创业的最初动力。

看今日之新鲁商,大部分起于本土,而非像浙商一样遍布全球,当然,这也与山东资源丰富有关。社会的变迁正在改变新鲁商的这种故土观念,从而具备了更强的开放性和开拓精神。

儒家思想对齐鲁社会影响深远。这种文化显然不是产生企业家的土壤。但一旦从商,则会反过来以儒家义利之辨指导商业管理,如近代鲁商之大家孟洛川、新鲁商之季缙绮,都因之建立起强大的企业文化。

新鲁商中鲜有“明星企业家”,却多“隐形冠军”。这就是低调与高调的体现。一方面低调,重埋头苦干,远离

媒体,不喜作秀,生活简单,不事张扬;一方面大概是受泰山文化影响,都有“唯我独尊”的潜意识,都要憋足了劲做“老大”。内心高调,锲而不舍,很值得赞赏,但这也可能是一把双刃剑——毕竟,做好对外的功夫,对于品牌的提升无疑有益。

新鲁商做事稳妥,从另一角度看,则显保守,缺乏足够的冒险精神。很多新鲁商的发展,尤其是很多白手起家的草根英雄,主要受到知识结构局限和外向型思维欠缺的影响。浙江也多洗脚上岸的草根企业家,但他们的冒险精神弥补了知识结构的不足。尤其在资本时代,每当企业面临超常规发展、跨越式发展时,鲁商的这种局限性就会更凸显。

“面子”心态在崇尚中庸、以和为贵的鲁商群体中可能更加严重,怕自己丢面子,同样怕给别人说

“不”。“面子”往往置规则、原则于不顾。

鲁商近官是公认的事实,这与儒家文化中重功名轻商业的传统有关,但凡做商业就总有一种不安全感,都希望有一个靠山。事实上,在很多鲁商中,近官只是一种社会资源的趋利性选择,在很多人身上有的是一种对官员敬而远之的心态。尤其随着服务型政府的确立,这种状况正发生着耐人寻味的变化。

山东人重感情,以喝酒闻名全国。浙商或者粤商会觉得打高尔夫也可以谈生意,但鲁商只会觉得喝酒才可能谈生意。鲁商都重实干,在工作中讲究以身作则,很难把工作与生活分开。但现在讲究的,是生意与生活的平衡之道,对生活的重视与追求,也应该是事业的重要推进剂。

闽商的探索拼搏精神和参与建构经济全球化的传统,是中国改革开放的文化软实力和内在文化基因。

## 文明闽商 最市场化与国际化

□ 钟桂光

“经济是船,文化是帆。”福州大学闽商文化研究院院长苏文菁这样打了个比方,福建是中国海洋文明最典型的区域,而闽商是中华文明海洋文明的杰出代表。

苏文菁用五句话总结了闽商文化的重要地位:

第一,闽商是中国海洋文明的实践者;

第二,闽商文化所代表的中国海洋文明,代表了中华文明“从陆到海”的必然趋势;

第三,中国海洋文明是海峡两岸共同的文化纽带,是闽台共同精神家园;

第四,闽商的探索拼搏精神和参与建构经济全球化的传统,是中国改革开放的文化软实力和内在文化基因;

第五,16 世纪以来,闽商就在推动全球化进程,因此闽商

文化研究也是全球性的话题。

苏文菁认为,从历史上看,闽商经营的都是诸如茶、瓷、书、布之类的日常民生用品,无论是技术资源还是市场都具备垄断性。由此诞生了前工业化时代的标准化、批量化生产,更重要的是,闽商将中华传统文化与商品的营销结合在一起,促进了文化商品的诞生。由此可见,闽商是中国最市场化与国际化的商帮。

## 务实粤商——高调兴企 低调做人

□ 许黎娜

与新粤商们显赫财富形成鲜明对比的是他们低调、不事张扬的性格。据南方都市报报道,如果说“敢拼能闯”是他们赢尽天下的软实力,那么“慎言”就铸就了新粤商们的独特风骨。“只干不说”、“闷声发大财”……这些词语一直被用来形容广东企业家的特点。

近年来,新粤商屡屡登上各种富豪榜,事实上,这一群体中还有许多“隐秘冠军”,他们极少在公开场合、媒体中露面。做企业要高调、做人要低调,成了粤商们奉行的“十一字真经”,也就成了新粤商们的集体特征。而这种特征也注定了新粤商中企业巨头众多,却少有意见领袖。

广东省政协委员林佑钦认为,粤商务实的形象已成口碑,一个项目如遇几个商帮竞争,国内很多地方都会首选粤商,因为粤商的投资项目大都是中长期的,而一些商帮炒作成分较高,赚完就走的短期项目往往留给当地的是一个烂摊子。作为新粤商一员,林佑钦也坦陈,粤商太务实、太低调了。他建议,发挥商会、协会的集群力量形成凝聚力,以财团的集体形象投资重大项目,拉动企业做大做强。

广东企业家的传统是较少的言语,较少的张扬。这在创业阶段体现为务实、扎实、稳定,但是到了发展阶段,这样做就远远不够,商会的社会功能就要发挥出来。随着经济的增长,新粤商们发现要实现自己的政治诉求、获得大众认可,还需要新粤商们优秀的领袖人物站出来,掌控自己的话语权。

“粤商拥有这么多优势,如果本身的声音传不出去,不能够很好地跟政府沟通,同海外沟通,这是非常大的悲哀。”粤商领袖联合会执行委员会主任黄民宗指出,在浙商有马云、鲁冠球等代表性的人物,广东好像没有。其实,广东有很多非常优秀的企业家,只是广东的企业家比较低调,即使做得很好也没有站出来,走上前台。他呼吁,要真正树立粤商的领袖,为广东出谋划策,引领广东经济,为粤商清名。



系列报道·商道篇 | 聚焦中国新商帮生态圈

China's new business group focused ecosystem