



一路走来 印证辉煌

山西人自古就擅长经商、理财,山西商业资本开始的时间很早,先秦时代晋南一带就有了商业交易活动。晋文公时降低关税、修桥铺路,提供各种优惠促进商贸往来。人才优势再加上政策对路,晋国很快富强起来。榆次、安邑等后来成为中原著名的商业中心。

秦汉时代,太原、平陆、平遥、汾阳等地已成为重要商品集散市场。汉唐时期,境内生产的丝绸、纸张和铜器等商品,就通过“丝绸之路”输往西域,运至罗马。与此同时,山西商人还打通了以山西为枢纽,北越长城,贯穿蒙古和西伯利亚,直抵欧洲腹地的商路,成为当时东西方陆路商业往来的重要通道。

唐朝定太原为北都,使太原城成为商业繁华的有名城市,韩愈形容当时的太原是“朗朗闻街鼓,晨起似朝时”。尽管如此,这一时期的山西商人还没有一定组织和突出的地位。宋时晋商和徽商并驾齐驱,垄断了全国大部分的商贸份额,成为当时中国商业的中坚力量。北宋王朝所需要的战马大多数依靠北方的辽来供应,辽也急需要宋的手工业制品。

据记载,宋朝庆历年间(公元1041——1048年),宋王朝出藏绢2000多匹在山西岢岚买马,又出绢30000多匹在山西各州府买马,非官方的民间贸易更是频繁。《马可·波罗游记》中写着:“从太原到平阳(临汾)这一带的商人遍及全国各地,获得巨额利润。”

自唐宋以迄明清,长城内外的物资交流,大都由山西商人进行。从明代到清代初年,山西商人势力得到进一步发展。明代全国较大的商业城市有33个,山西就有太原、平阳、蒲州(永济)三处。这时,山西商人的资本积累已相当可观:“平阳、泽潞富豪甲天下,非数十万不称富”。

200多年前,晋商的前辈们靠胆识和勇气,开辟了一条南起中国福建武夷山,北至俄罗斯恰克图市,共计4500多公里的国际贸易通道——晋商茶路,创造了“德通天下、货通天下、汇通天下、利通天下”的辉煌。

晋商茶路纵贯戈壁大漠,输送了华夏特产,弘扬了晋商精神,传递了国际友谊,在中国茶叶史、东亚运输史、东方文明史乃至国际贸易史上都写下了浓重的一笔,是中华民族历史上与丝绸之路一同彪炳史册、名垂千古的壮举。

晋商茶路为中国和世界留下了宝贵的物质财富和精神财富,为沿线城市留下了难以磨灭的美好记忆。同时,古老的茶路沿线分布着众多的历史文物古迹、秀丽的自然风光和多采的风土人情……这些丰富的自然资源和文化资源是沿线城市共同的旅游文化品牌。

(林宇)



重振雄风 新晋商启动复兴之旅

编者按

既有的辉煌是晋商的历程,却不能就此湮灭为历史。时光荏苒,世事变迁,新一代晋商们的周围早已是另一番境况。在高举重振晋商雄风的旗帜的同时,也需要沉下来好好思考。面对新时代下的各种机遇和挑战,新一代晋商用思路、用行动,开始了复兴之旅。



把山西推销出去是我们的责任 ——在豫晋商个体素描

乡土、血脉,像一根根的细线,遥遥系在人们的身上,组成一张庞大的无形网络,牵着人们或聚拢或分散,或信任或背离,时刻牢记着自己来自何方。在河南省会郑州市,一批山西商人正背负着乡情的使命,在晋商先辈曾经走过的万里茶路上耕耘新的事业。

“东家”雷承洋

从山西平遥县出来的雷承洋,身上几乎找不见一点都市气息。手机铃声是晋剧,一来电,梆子、小锣和晋胡纷纷乱奏将起来,透出浓浓的乡土味道。说话是醇正的平遥味儿,不注意听还真有点听不懂。“我这说话改不了,有时候确实影响和别人打交道。”他笑着说。

雷承洋的名片在晋商圈里都小有名气,不是经理也不是董事长,而是“东家”。熟人见了面,都要拿这个开两句带着有点赞许的玩笑。至于他的生意,卖的是平遥的推光漆器。不过,“东家”可不喜欢“卖”这样的低端词汇。在他眼里,漆器不应该再单纯地去“卖”了。“咱们以前就是当作旅游纪念品,从没有把漆器作为单独的产品去做。”他说,“如果把它作为手工艺品,再扩展到家具、首饰等门类,市场就大多了。”

在平遥,雷承洋有个不大的作坊,虽然有些同行也会找他来推销产品,但和他思想“共振”的却没有几个。他在郑州的古玩城有一个店,漆器也一点点从平遥销往南中国、东南亚,但这适应不了他的蓝图,“我想搬出来,自己做个展示中心。”

“东家”的产业不止这一处,肉制品、物流才是他的主业,做漆器得靠这些来补贴。

“今年的目标是收支平衡,一步一步再往大做。晋商当年那么富,用的都是咱平遥的漆器,何况这还是



晋商爱抱团,纷纷加入各地晋商会。

中国四大漆器之一,只要思路对了,销路肯定没问题。”“雷”、“东家”,两个晋商味儿十足的标签,刹那间让雷承洋的话有了一丝穿越时空的厚实。

“夸土产”高三平

“平遥的牛肉太谷饼……杏花村特产竹叶青……山西的陈醋酸淋

淋”,民歌《夸土产》在全国即便不算家喻户晓,也可说知者甚众。但要让山西土产走上各地居民的餐桌,只靠悠扬的旋律显然不够。在河南上学后留下来的高三平,便是用行动推进这个进程的人之一。

“咱本身就是个山西人,老感觉把山西特产推销出去是我们的责任。”高三平有个不大的特产专卖店,挨着另一个老乡的饭店“刘记山

西面馆”。开店前,高三平把自己的想法和刘记的老板刘瑞刚谈了谈,正好饭店旁边有个小铺子要出租,一切便水到渠成。

老高说,山西特产有需求,但市场不太好。“比如陈醋,听起来在河南应该一统天下,可市场是镇江山西半斤八两。一些超市里有山西的陈醋和小米,但价格比特产店还要贵。”

因此,尽管这些特产都历史悠久,但在老高眼里,它们在郑州都还是“新产品”,处于市场开拓阶段。“一公斤沁州黄,比普通小米价格高出一倍多,目前能认可的不多。”他的目标是先把高端人群拿下,“我店里都是最好的产品,醋是宁化府(这个称呼似乎比真正的品牌‘益源庆’更知名),小米是沁州黄,枣就是天娇红,便宜的不做,品质低的不做。”

高三平说,目前的销售主要还是靠人际关系,用人情影响销量,还没有达到以品质吸引顾客的程度。不过,“河南省供销社的河南特产超市,咱们打进去了;进口食品专卖店,咱也铺货进去了。市场差不多摸熟了,看看这段时间能不能找个好的铺面,把特产店也升级扩容一下。”

“千碗面”刘瑞刚

刘瑞刚很很忙,即便“刘记山西面馆”后厨十来个面点师不歇手地向外送着面条的时候,也难见到他的身影。不论上面提到的高三平还是河南省晋商会的秘书长李金泉,都对老刘的馆子赞不绝口。

似乎每一个餐饮店老板都有一段艰苦奋斗的历史,刘瑞刚也不例外。除了认真于餐饮本身,在外地的创业者多数比当地人受到更多的骚扰。老刘不爱谈这些,关心他的老乡悄悄透露了几句。问老刘,“开饭店有什么感受?”只有一句,“山西人在外面,不容易啊。”许多的人生经历浓缩其中。

十来年的打拼,老刘的馆子匀

牵着老乡的乡情,也赢得了郑州老百姓的喜爱。一天光是面条,就要卖出1000碗,生意还真不错。不过,据说有一家挺知名的铁锅焖面馆要在刘记旁边开业。老乡们有些担心,“对老刘的店肯定有冲击啊。”话说回来,山西面名闻天下,原汁原味的山西面食应该有应对竞争的底气。

“大槐树”张俊平

跟“刘记山西面馆”不同,“大槐树”主题餐厅的老板张俊平对这种竞争看得要淡一些,“我们做的是移民文化加餐饮,别人很难复制。”张俊平当兵出身,但多年商海打磨,军营的影响从外表已经很难看得出来。

“大槐树”就像个展览馆,不少来就餐的人能在这里找到自己姓氏的来源和原籍。当然,先人们曾经吃过的地道山西饮食更能在这里寻得到。

“河南电视台一个餐饮节目定期给咱们做节目,大河报还给做过免费广告。”张俊平谈起这些很自豪,“他们对山西饭店比较认可。”可是对饭店的规模,他有点遗憾,“做大的瓶颈是人才,其次是资金。”

这些阻挡不了他的脚步。“前段时间回洪洞参加祭祖活动,见到那个‘重八席’,很有特色。”提到菜品创新,张俊平的情绪又上来了,“引进来、改良以后,120%能成功。”

(资料提供:河南省晋商会)

编后记

刘瑞刚和张俊平、高三平、雷承洋,只是在豫晋商的少数代表,他们或自觉或不自觉地,都把发扬山西文化放在自己理想蓝图的重要位置。人们之所以“近乡情更怯”,多半是“离乡情更切”。距离产生的不只是美,还有真,情感的真。

“新晋商要在日趋激烈的国内外竞争中占据优势,后来居上,重振晋商雄风,振兴山西经济。” 思路为王 新晋商发展受关注

□薛皓中 郑书成

晋商在中国历史上扮演了重要的角色,创造了三晋人民引以为荣的商业辉煌,极大地推动了中国经济社会发展的进程。

近几年来,为了团结新晋商力量,推动山西对外开放与山西率先在中部崛起,更好地迎接全球化带来的挑战,把握信息时代的发展机遇,全国各个省、市乃至世界各地纷纷成立了晋商组织。据不完全统计,目前,在海内外成立的晋商联合会,已有数十家之多。新晋商联合会即为其中之一。

在不久前由新晋商联合会主办的2010新晋商联盟大会暨国际晋商协会高层峰会上,300余名来賓围

绕弘扬晋商精神及新晋商崛起、创新、转型、发展等话题,从多角度展开论述,对“晋商兴盛与山西发展”提出了新的思想、观点和方法。

“走出去”和“走回来”

“过去只能代表过去,要想再次赢得世人的尊敬和推崇,就必须走出去,参与国际市场竞争,创造出自己的成就。”在论坛上,中央政策研究室经济局局长李连仲认为,晋商是走出去的一个很有力的竞争群体,因为晋商遍布世界的各个角落。

“在为走出去的新晋商欢呼的同时,应欢迎更多的新晋商走回。”湖南工商联常委伍继延在演讲时建

议,太原是晋商之都,这些年在改善投资环境方面做了很多工作,在欢迎外地商人投资山西的同时,应欢迎更多新晋商走回来。

“老晋商”和“新晋商”

“晋商究竟含义是什么?我认为主要是讲诚信,求创新,艰苦奋斗,而且有丰富的崇高的人文情怀。这是晋商成功的基本要素。”山西省社科院原副院长艾斐认为,在各大商帮里面,晋商是走在前列的。诚信是老晋商留下来的一笔无形资产,现在的晋商应继续坚持诚信,把它发扬光大。

“晋商是天下第一商帮,晋商称雄国内,闻名国际,给后人留下了宝

贵的精神财富。”中国商业文化研究会副会长刘秀生建议,新晋商要在日趋激烈的国内外竞争中占据优势,后来居上,重振晋商雄风,振兴山西经济,既要依托资源优势,重视工业建设,也要增强重商立业的价值观,提高商业服务意识。

“差异化”还是“流水线”

“企业走出去有寻找海外市场、取得海外技术及资源三个目的。到目前为止,包括山西企业在内,许多企业家想走出去,是为了取得海外的资源。其实我认为,企业要想发展,要解决‘差异化’还是‘流水线’这个问题。”美国驻华大使馆前公使衔商务参赞洪文明认

为,现在许多企业不重视差异化,不懂海外市场,只是在搞流水线作业。山西企业要发展,应注意研发环节的技术差异化及销售环节的服务差异化。

“我们愿意为山西企业发展提供机会。”韩国大德研发特区总裁朴寅哲认为,山西今后要发展,也应找到自己的优势,再通过现有的产业基础,与北京等城市取得联系,可能会取得更快更好的发展。

“这么多年在外,一直对山西有一种很深的家乡情感。我很希望我们的政府与我们在外的人多一些对接,把我们的需要告诉家乡的人民,再把那边的需要告诉这里。”加拿大晋商联谊会会长张钟玺的话道出了参会代表的共同心声。