

蜀地,乃四川的简称,长久以来被称为“蜀身毒道”的蜀地商业发展非常艰难、坎坷,但二千多年蜀人的商梦却断续间见证了一批批蜀商的艰辛、努力、成就以及悲壮。从汉朝邛崃的卓王孙、成都富商罗裳,到近代的卢作孚,到今天的刘姓四杰以及成千上万的成长、发展中的川内外、海内外的蜀商,断续间书写了一曲拼死求生、艰难行走的蜀商壮歌。

蜀商的群体站立与精神特质



□ 于代松

四川是西部稳定可靠的粮食和副食品基地,是西部工业门类最齐全和优势产品最多的工业基地,省会成都都是西部的特大城市,在全国副省级城市中经济总量名列第四,在西部名列第一。蜀商在西部的优势地位,是建立在四川的自然和历史优势基础上的。

蜀商 支撑四川经济的栋梁

有人说四川人是天下的盐,蜀商也带着自己独特的味道润养着商界,世界上第一张纸币——宋代的交子诞生于成都;千古不废的南方丝绸之路始于成都平原;上世纪80年代末、90年代初中国第一个买卖内部股的场外交易市场——红庙子市场出现在成都、内地第一家上市的民营企业——禾嘉股份。

虽然四川历史上像卢作孚这样有影响的商人很少,但在改革开放以来,却涌现出一批出类拔萃的商界精英,诸如“中国十佳民营企业家”之一的新希望集团董事长刘永好、“第三届有色行业有影响人物”、“中国自主创新品牌建设功勋人物”的宏大集团董事长刘沧龙、全球最大的水产企业四川通威集团董事长刘汉元、国内第一个上市的民营企业禾嘉集团董事长夏朝嘉、中国股市中小企业板第一个上市的民

营企业海特集团董事长李再春等等。

当今的蜀商和他们的先辈们一样,已经把生意遍及了全国,而且正在走向全世界,川菜的兴旺就是蜀商在各地开枝散叶的有力明证。蜀商的重要性不仅在于对四川本地的经济发展起着支柱作用,更重要的是它对整个西部区域的经济发展有着不可低估的推动作用。

大多数蜀商没有像京商身后有宏大的政治背景,晋商有良好的历史传承,大多数蜀商就是平民商人,也可以说他们是行走在大地上的草根商人。蜀商在气势上相比别的高派显得较弱。

蜀商的精神特质

作为一个地域性的商帮,蜀商聪明,以智取胜;吃苦耐劳、不畏艰险、具有很强的冒险精神也是蜀商最大的特点;创新精神、社会责任感和包容性也是蜀商的优势。蜀商的聪明智慧体现在他们善于因地制宜、因势利导上。改革开放之初,四川最早出现的一批民营企业几乎全是围绕本地的特色产业来选定自己的经营方向的。那时候最多的就是饲料厂、肥料厂和酒厂,所对应的是四川庞大的生猪产业、种植产业和传统的优势产业——酿酒业。

蜀商身上有四种特征。

首先,拼死求生、吃苦耐劳的精神。从历史和现实来看蜀地交通阻

隔、资本弱乏、信息落后、政治资源匮乏,蜀商的生存和发展土壤贫瘠、空间有限,它们需要克服更多的艰险、困难、限制。许多蜀商在难以想象的条件中能生存、发展起来,多因其拼死求生的特质。

第二,善务实而拙务虚。善务实,强调产品质量、强调生产数量;拙务虚,轻视品牌建设,团队建设和企业文化建设。拿餐饮业来说,四川的餐饮在全国来说算是比较有名的了,但是说起川菜,别人说的只是川菜的味道好,而说不出最能代表川菜品牌的企业。

第三,受道家思想熏染较重。蜀地是道家思想发源地,蜀商在不知不觉中受其影响,多数蜀商专注于吃喝、享受、品味等产业,许多蜀商注重生活品质、舍得享受,不少蜀商有条件后显得水性、随意、安闲,外界都觉得蜀商有很强的“小富即安”的心态,实际上,这也是他们抵御不健全的制度、不规范的市场的一种顺其自然地道家思想体现。

第四,志向不够宏伟。大多数蜀商没有像京商身后有宏大的政治背景,晋商有良好的历史传承,大多数蜀商就是平民商人,也可以说他们是行走在大地上的商人。蜀商在气势上相比别的高派显得较弱。蜀商的形成与发展本身就是建立在一个很薄弱的基础上,起点不高,底子也不厚。俗话说,人穷志短,所以在造势上、在发展战略设定上,蜀商就显得相对较弱、较低。

“一个好汉三个帮,一个篱笆三个桩”,群策群力胜过单打独斗,或许温州商人的这种群体意识正是蜀商在今后的发展中最需要的。

蜀商要在“群体意识”中站立

去年,浙江温州召开了世界温州人大会,来自全球的温州籍各界杰出代表1500人齐聚温州,共叙乡情。以“联谊——发展”为主题的世界温州人大会,意在联络200万分布在世界各地的温州人,这一宝贵资源对温州市经济发展的促进作用是显而易见的。一个温州人,孤身一人来到异国他乡,只要他一说温州话,就能找到素不相识的家乡,就会有老乡慷慨解囊,热情相助,“老温州”会帮助“新温州”,有钱的温州老乡会主动凑钱给没钱的新来者,帮助他创业,“扶上马,送一程”,这就是为什么温州商人每到一个地方都要成立温州商会的原因之一。

专家学者们普遍认为,蜀商具有智慧、勤奋、儒雅等诸多优点,但却缺乏整体的品牌。其原因既有地理因素——蜀道难使得蜀商难以走出去,因而外界不容易了解蜀商,要形成全国性的知名度更难;也有历史因素——无数次的战乱摧毁了曾经繁荣的工商业,商业的薪火屡屡断代,使得蜀商无法形成持久的影响力;更有自身的因素——没有人来致力于打造蜀商品牌。在拉萨、在格尔木,虽然四川商人占据了绝对

的多数,却没有人愿意出来挑头,像浙江商人、温州商人那样成立自己的商会。

其实,四川的人脉资源方面一点都不差,据统计,分布在国内外的四川人,对四川来讲这就是一笔宝贵的资源——人才、技术、资金、信息等方面的巨大财富。说到四川人重乡情、重亲情、重义气的个性,也并不比温州人差,只不过这种个性还没有变成一种群体意识。对于蜀商来说,无论是川内还是川外的、国内还是国外的,只要是巴山蜀水的后裔,“一个好汉三个帮,一个篱笆三个桩”,群策群力胜过单打独斗,或许温州商人的这种群体意识正是蜀商在今后的发展中最需要的。

蜀商兴则四川兴,蜀商富则四川富。蜀商是四川经济、社会发展的基础核心力量,这个群体的生存、发展、壮大是四川发展的根基。而蜀商作为一个从漫长的历史长河中艰难行走过来的群体,必然不断与这个群体的历史文化传承,蜀商未来的群体、个体成长、壮大也依赖这个群体的文化传承与引领。因此站在蜀商历史的视野上,当下的蜀商们也肩负着传承蜀商文化的重任。

(作者系四川省蜀商研究会副会长,西华大学经贸学院教授,经济学硕士,西华大学区域社会经济研究所副所长,四川省民营企业创新中心副主任,四川省旅游学会旅游经济专业委员会主任。本文系作者供本报专稿)

《经理日报·聚商周刊》设立通讯委员会

全国会所、会馆、俱乐部、商会专属媒体 聚焦中国最耀眼的集群高地

《经理日报》是全国唯一面向数千万企业家和经理人群体、国内外公开发行的大型财经日报。创刊20多年来,致力于促进中国企业家队伍的成长发展。

随着中国经济的高速发展,出现了一个特别值得我们关注的商业现象:即会所、会馆、俱乐部、商会这一高端商人集群经济体在全国各大中城市大面积地发展成长。她既是经营实体,又是聚合各类商界领袖、企业精英的商务集群总部。为了服务于这个庞大的商务阶层,《经理日报》特创办《聚商周刊》,聚焦这一中国经济界最为耀眼的集群高地,以此去观察、发现并记录其庞大的商界

群英们鲜活、生动的个性面孔及其商业故事。

《聚商周刊》秉承“大象无形,大商无算”的中国传统大局观理念,以各领域取得巨大成就的成功商界人士及会所、会馆、俱乐部、商会经营载体为服务对象,提供一份人文主义商业经济思想修行的营养大餐。

《聚商周刊》表现的是内在价值观,追逐的是领先思维。我们向所有成功者提供一种向内的历练和思维。

各类报刊林林总总,然千面一孔者居多,《聚商周刊》的唯一性和排他性就在于以中国传统商业文化的基本脉络为主线,追求很中国的商业文化

内涵,有着山水画的传达意境,传递高山流水般的情致。

《聚商周刊》冲刺的这一媒体海拔,定是中国经济界、商界乃至社会各界高端人群不忍释卷的精彩读物。

为了把《聚商周刊》办成名副其实的商界精品读物,经理日报社决定成立《聚商周刊》通讯委员会,诚邀全国各地会所、会馆、俱乐部、商会秘书长及相关人员出任《聚商周刊》通讯委员会委员、副主任及特约记者、特约撰稿人、特约通讯员,我们热切欢迎有识有志之士的加盟。

现将有关事宜敬告如下:
一、通讯委员会副主任、委员任职

资格:

1、副主任需具备会所、会馆、商会秘书长或以上职位,并具有较高政治思想和新闻业务水平及文字写作能力,由主管会所、会馆、俱乐部、商会推荐,本报审核批准发给相应聘书及证件。

2、委员应系会所、会馆、俱乐部、商会在职有关人员,具有一定政治思想和新闻业务水平及文字写作能力,由主管会所、会馆、商会推荐,本报审核批准。

二、特约评论员、特约记者、特约撰稿人、特约通讯员任职资格:

1、具有一定的政治思想、新闻理

论和政策水平及文字写作能力。

2、熟悉会所、会馆、俱乐部、商会的有关情况,具有敏锐的新闻嗅觉和采访技巧,有从事媒体采写工作经验者优先。

3、由主管会所、会馆、俱乐部、商会推荐,本报审核批准,发给相关证件。

具体联系事项, 请询《经理日报·聚商周刊》通讯委员会
联系邮箱: jlrsh@163.com
联系电话: (028) 68230670
传真: (028) 68230670
联系人: 张顺梅
手机: 13688367862

《聚商》与你相约

商会、会所、会馆、俱乐部,聚合着各类商界领袖、经济精英等高端商人集群,是当今中国的主流经济力量。这个在我国各大中城市迅猛大面积发展的商业形态,值得我们特别去关注并以媒体力量加以推动。

为了服务于这个庞大的商务阶层,伴随着中国改革开放和企业家阶层成长的经济类大型日报——《经理日报》,特创办汇集高端、精品、时尚、文化为一体的《聚商》周刊,聚焦这一中国经济界最为耀眼的集群高地,以此去观察、发现并记录、彰显这个庞大的商界群英鲜活、生动的个性面孔和商业故事,打造出优秀的、独一无二的商讯、商友、商机的聚合平台。

《聚商》周刊以“一领天下经济精英宿营地”为办刊理念,努力打造一份以商界企业界领袖群体为主体的高端会所、会馆、商会、俱乐部读物,构造我们这个时代领袖精英的主流传媒阵地。

《聚商》周刊规划设置了会所报道,名企展台,名家访谈,行业标杆,商机聚会,品位生活,环球商情,帮扶维权,商旅度假,名品世界,运动健康,商务装备,精英人物,商务沙龙,聚商论坛等众多个性十足的绝不雷同的内容版块和特色栏目。

更重要的是,《聚商》开辟了独立的版面,专门对商会、俱乐部、会所、会馆进行全景式扫描,充分表达它们各自不同的诉求,彰显它们风格各异的品质。

聚焦中国商界高度,传承品质服务高端。向世

界发出中国商业领袖的主流之声,力求表达的是时代先锋思想,表现的是时代时尚生活方式,这是《聚商》恒久前进的方向,它必将成为《聚商》与读者、作者共同的崇高愿景。

《聚商》周刊承诺:凡有关介绍商会、俱乐部、会所、会馆的经营发展、文化品位和相关组织活动,以及会员企业或经营者的稿件;正副会长、馆所长、秘书长、总经理面对面访谈的稿件;商人们的商业故事、有品位、有个性的成功商界人物风志,从而引领人们思考、甚至改变生活方式追求和态度的稿件;介绍高端人群的商旅度假、名品世界、运动健康、商务装备等品位生活,彰显出卓尔不凡的规格和气度的稿件;睿智、理性、幽默、风趣的时评言论;甚至于,无论是有资金还是有项目,是寻求合作还是商情发布,均在《聚商》的欢迎之列。

精品大作(含图片),一律不拘于现有的内容版块和栏目设置,只要有创意性和独特性,只要自认适合《聚商》所用,均可通过电子邮件(WORD文档附件)发送至邮箱 JSZKYG@163.com,来稿时请务必注明作者的准确联系方式。

《聚商》友情提示:要求作品原创首发,来稿文责自负并请勿一稿多投。对于已发表文章,广大读者如发现抄袭,欢迎举报。《聚商》郑重承诺:来稿一经采用,即邮寄样刊,见刊一个月内奉呈薄酬。

自身强大才有资格对话世界,持续发展才有本钱指点江山,《聚商》期待着与你的精彩相约。

《经理日报·聚商周刊》征订单

订户名称		邮政编码		经办人	
详细地址		电 话			
订阅份数	份	订阅起止期	年 月 至 年 月		
每份单价(元)	100元/年	合计金额(元)			
合计人民币(大写)	仟 佰 拾 元 角 分				
经理日报社发行中心:					
我单位自愿订阅贵社《经理日报·聚商周刊》份,起止期为 年 月至 年月,订报费合计 元已通过邮局汇寄至贵社财务处/通过银行汇寄给贵社指定账号,请查收。					
请贵社收到订报款后及时向我们寄送报纸。					
订报单位(公章)					
联系人:					
汇款时间:					
联系电话	传 真	联系人	邮 编	610072	
邮发代号	61-85	联系地址	中国四川成都市青羊区二环路西二段121号		
开户银行	成都市商业银行谢家祠支行	账号	27022006208653000014		
联系邮箱: jlrsh@163.com					
联系电话: (028) 68230670 (028) 68230670(传真)					
联系人: 张 顺 梅 (手机) 13688367862					

观点 | GuanDian

专家学者企业家话蜀商

中共四川省委政策研究室副主任李后强——敢于破除自我 塑造创新精神

蜀商外表为“水”,内质是“和”。“水”的力量表现在锲而不舍、团结拼搏。“和”表示包容、接受、尊重和认可。今天的四川,到处都有当年外地客商留下的遗迹。盐都自贡有“西秦公馆”,是当年陕商留下的足迹。在宜宾,保存完好的“滇南馆”,述说着川滇商人的悠悠往事。蜀商居于盆地而不保守,与外来商人一起共同寻找商机和谋求发展。

打造蜀商精神,必须切实解决思想观念、思维方式和精神状态等方面的问题。要破除盆地观念,树立开放意识,消除自我封闭心态,形成合作共赢的浓厚氛围;要破除内陆观念,树立前沿意识,克服不沿边、不靠海的先天不足,创造和发挥独特的区域优势;要破除自满观念,树立进取意识,摒弃小富即安的保守思想,弘扬自强不息、勇攀新高的进取精神;破除休闲观念,树立爬坡意识,改变贪图安逸的作风,只争朝夕,知难而进。在川商精神中,创新是灵魂,冒险是天性,敬业是核心,合作是动力,诚信是基石,执着是本色,学习是关键,宽容是条件。

四川省社会科学院研究员王小琪——蜀商对实现止滑回升贡献大

四川经济在过去一年所取得的成绩,四川企业家的表现不俗。“在过去的一年,一方面四川省经济快速增长,先于全国触底,高于全国水平,实现止滑回升;另一方面,产业结构得到进一步改善。这些都与四川企业家的努力分不开。”对四川企业的未来之路,王小琪建议,“对企业家自身来说,要突破自己固有的模式,实现经营理念和管理理念的进一步更新,建立现代企业制度,实现资源最优配置。”

四川省经济发展研究院研究员王小刚——蜀商企业家更加重视社会责任

“特大地震后,很多企业不仅把目光聚焦在自身发展上,而且关注社会公益事业,帮助灾区人民克服困难,这是值得赞扬和鼓励的,这说明蜀商企业家们更加重视社会责任。这是新时代蜀商精神的体现。”

王小刚认为,四川企业家要向东部发达地区的企业家学习,加快产业转型,加快自主创新,实现产品的革新与进步。要突出四川自身的优势,特别要加强市场营销,这样才能取得长足进步。

新希望集团董事长刘永好——走向世界 根在四川

谈及家族企业社会化问题时,刘永好说:新希望集团的发展理念是“与祖国一起发展,与人民携手致富,与社会共同进步。”回忆起刘氏兄弟当年1000元起步的创业历程,刘永好满怀深情地说:“没有家乡人民的爱护,就没有新希望的今天。面对经济全球化的浪潮,新希望集团要走向全国、走向世界,但它的根在四川。”“好一个‘根在四川’!刘永好说出了川商致富思源、富而思进的共同心声,也道出了川商做大做强的根本动力。

宏达集团董事长刘沧龙——团结起来 打出品牌

“川商,无非是一个代号,打一个品牌,首先解决两个字——团结。”不管国营企业还是民营企业,都是商业流通环节中的一员,各有各的优势。沿海商人享受到了很多优惠政策,抓住机遇,走在了全国前列,打出了自己的品牌。川商近年来发展非常迅猛,竞争力并不弱,“我们也应该团结起来,把名气打出去。”

高金食品董事长金翔宇——蜀商渐渐开明务实

现在蜀商已经在改变,开始用开明、务实的思想来打造企业。整个社会重商的氛围越来越浓厚,政府为企业发展创造好的政策和服务环境,社会也逐渐形成尊重企业家的舆论。川商之间要加强信息沟通,相互支持,充分发挥商会和行业组织的组织作用。通过主流媒体搭建平台,增加交流机会,蜀商的凝聚力将不断增强。“我们相信,蜀商这张名片一定可以得到全国的认可。

中国营销学会副会长李蔚教授——学习浙商抱团精神

浙商的扎根精神、开放精神、抱团精神非常值得大家学习,浙江的沿海地理优势,非常完善的产业链,为经商创造了很好的软优势;蜀商由于盆地文化影响,个人奋斗精神值得敬佩;但在全球化的今天,更鼓励资源、渠道共享。(本报综合整理)