

“向一线城市要质，向二线城市要量”，这解释了奢侈品品牌这几年在二、三线甚至四线城市扩张的原因。

奢侈品军团掀财富“暗战”潮

□ 李春晓

法国顶级品牌路易威登(简称LV)终于来河南了。近日，LV 郑州专卖店新装亮相，隆重揭幕。作为有着 150 余年历史的老品牌，LV 进入中国已经 18 年。而 LV 进入郑州，据说从“有意”到“成事”用了整整八年时间。为了让 LV 落户郑州，裕达国贸耗资数亿元。商界戏称，一个城市有没有 LV，是衡量其消费水平和商业时尚度的重要指标。LV 的到来，将彻底打开河南零售市场的奢侈品通道。而对品质极致追求的 LV，为何会选择河南市场？

欲望符号

据东方今报报道，不就是卖包包嘛？LV 到底在干吗？其实他们在推销故事、贩卖欲望。LV 每进入中国的一座城市，都会对这座城市零售业的带来一定的影响。作为欲望符号，它也是一个城市气质的代言和零售商业的梦想。

LV 为何落户郑州？据悉，LV 有专业的调查公司，对全国每一个城市的 GDP、商业经济发展质量、人均消费能力、国际品牌的经营质量、主流消费人群的素质、城市现代化程度都有详细的调研。在明确开店意向之前，LV 已经进行了多次调查。这些调查不仅体现在产品和硬件设施上，对商业环境、人员素质等软件也有很高的要求。

LV 公关部的工作人员说，LV 选择开业，首先考虑的不是预期业绩，而是在合适的时间、该进入的时候进入，把这样的一种文化和体验带进来。

“奢”为谁

街车为谁而堵？奢侈品为谁而来？不言而喻。河南有 1 亿人口，哪怕消费群体只是金字塔尖的 1%，就够了。根据《2010 胡润财富报告》统计，河南千万富豪数量在全国排名第 10 位，亿万富豪数量在全国排名第 12 位。

谁在郑州消费奢侈品？“私企业主、财富新贵、富二代和‘未富先奢’的白领。”这是业内人士的总结。

有调查显示，在中产消费群体中，二、三线城市的消费者在奢侈品上的消费金额甚至超过一线城市。相比之下，二、三线城市消费者的购买数量和频率都更高，他们对于奢侈品下手更快、更狠。

1992 年，LV 首次进入中国，第一站选择了北京。18 年后，LV 来到了郑州。这十几年间，中国经济飞速发展，地理经济格局也有了彻底的变化。

“兵家”必争

“向一线城市要质，向二线城市要量”，这解释了奢侈品品牌这几年在二、三线甚至四线城市扩张的原因。郑州也必将成为奢侈品的“兵家”必争之地。

GUCCI、卡地亚、Ferragamo（菲拉格慕）、万宝龙、豪华手机 Vertu……这些炙手可热的品牌，郑州都有了。除了 LV 外，emporio armani（阿玛尼）、范思哲、宝格丽、伯爵、积家，也扎堆裕达国贸。接下来，裕达国贸福福百货的目标是引进爱马仕、普拉达、迪奥、香奈儿等。

欲望号街车，永不停息。

许多老板坦言，他们是创造物质财富的内行，但他们更渴望得到精神层面的财富，尤其是在最重要的民族传统节日里……

老板过年 回避抑或迎合传承

□ 高鹏

从除夕前到正月初五，记者采访了天津的十多位民营企业企业家，能拨通电话的绝大多数是在除夕前，进入春节假期后，老板们的手机基本上处于关闭状态，记者拨打了数十个号码，开机的仅有几位。接受到采访的老板们几乎全都选择了异地过年，近一小半的人出国。

据中华工商时报报道，对待春节的看法，大家普遍反映，我们的传统节日在文化传承方面正在“年趋”弱化，新的节日因素存在低俗甚至恶俗化倾向，我们的社会在富裕起来之后，精神食粮的匮乏初步凸显。许多老板坦言，他们是创造物质财富的内行，但他们更渴望得到精神层面的财富，尤其是在最重要的民族传统节日里，辛辛苦作了一年了人们应该有良好的心灵享受，然而现实却是别样一般，文化的失落感让他们选择了回避。

民营企业家左先生说，平日里繁杂的应酬让老板们对节日的感觉淡化了很多，春节虽然是最重要的传统节日，但是过春节的内容和形式一直缺



乏不可替代性，更缺乏对深厚历史文化积淀的有效传承，我们在节日文化方面正在处于迷失状态。由于春节期间可以停止工作上的应酬，他选择了和全家一起外出度假，而且会关闭手机，让别人“找不到”自己，安静地和家人一起迎接新的一年到来。

一位计划春节在国外度假的企业家说，国内过春节的方式太拘泥于拜年、聚会、放鞭炮等没有“独到之处”的普通形式，祝福、聚会在平时都可以进行，在以前“短缺经济”时代，春节是人们在物质上“补偿”自己的节日，而今天我们的物质生活水平已经很高了，按照物质丰富的标准人们天天都在过年，如果春节没有文化品位上的独到“补偿”，过年的意义实在一般。与在国内过年的疲乏相比，到海外和华人一

起感受中国新年的情趣，体验“血浓于水”的同胞之情，别有一番感觉。

从事文化产业的“儒商”郭先生对记者说，一个民族历法上的新年开始，应该是这个民族最重要的民族节日，具有不可替代性，“春节”一词原来指我们传统 24 节气的“立春”，上世纪初传统历法的新年“元旦”一词被“移交”给了公历的 1 月 1 日，传统的元旦被改称“春节”，所以说今天意义上的“春节”只有 100 年的历史。随着一定特殊历史时期的多次反传统浪潮，传统文化中的精髓之处被大量遗忘流失，我国在经济方面长期贫穷落后于西方，西方文化随着改革开放深刻地影响社会生活，今天，西方节日正在和我们的传统节日分庭抗礼。30 年的经济发展，我们积累了大量的物质财富，民营企业家们是这个过程的亲身见证者，在物质文明开始丰富的今天，精神文明却滞后一步，企业家们对节日的希冀与要求日渐提高，春节从形式到内容要求提升文化力量的呼声日益高涨，当精神需求得不到满足时，企业家过年的兴趣与兴致当然不会多高。



商议 | Shang Yi

继承了湖湘文化精髓的湘商文化，在市场化与全球化的时代，会创造什么新的奇迹？

湘商文化“新五条”

如何继承、如何转型的呢？

2007 年 9 月 26 日，在湖南长沙召开的首届湘商大会上，由傅军、张跃、周华松、伍继延、熊晓鸽、刘习宣、易小迪等 18 名杰出湘商代表，发表《湘商宣言》，代表全体湘商郑重宣示：将秉承“心忧天下、敢为人先、兼容并蓄、实事求是、经世致用”的湖湘文化优良传统，着力打造湘商品牌，向世界展示一个充满活力的经济湖南。

“责任、创新、和谐、诚信、务实”，这 10 个字，正式被确立为当代湘商文化精神。

2007 年 11 月 21 日，在山东省滨州市召开的“首届中国商人精神高峰论坛”上，刚刚开始了湘商文化的伍继延，首次对这 10 个字做了阐释：第一，我们应该把心忧天下转化为商人的精神，转化为我们强烈的社会责任。第二，把敢为人先，转变为模式，无论是经营模式的创新，还是管理上的创新，还是技术上的创新，都应该转变为敢为人先的模式。

第三，把经世致用，转化为一种更加务实的态度，这些年中国在经济建设上的确取得了长足的进步，这种进步是与务实精神分不开的。民营企业能够发展到今天，也是务实的体现。第四，要把湖湘文化中的兼容并蓄转化为现在所提的科学发展、和谐发展。第五，实事求是，表现在商人的精神上就应该是诚信，一就是一，二就是二，实事求是。

由湖湘文化精髓脱胎而来的湘商文化“新五条”，被当作今天天下湘商的命根。也因为这五条，湘商从一开始就站在经营天下的高度，自我赋予社会责任感与时代使命感。所以，在滨州市面对全国各大商帮领袖，伍继延首次发声时即这样表述：我们在今天的讲台上讨论中国商人精神的时候，我们如何把中华民族传统文化创造性

地转化为全球化和市场经济背景下的商人精神。

2011 年，随着湘商文化在全国 11 大商帮中影响面日益扩大，一种新的声音开始充满期待：150 多年前，湖湘文化催生了湘军，我们知道以曾国藩为代表的湘军。20 世纪里，湖湘文化又创造了第二个高峰，出现以毛泽东为代表的一批优秀的湖南人和战略家，建立了新中国，开创了中国的新纪元。继承了湖湘文化精髓的湘商文化，在市场化与全球化的时代，又会创造什么新的奇迹？



湘商们纷纷在“湘商宣言”上签名(资料图片)

重义不轻利，重利不忘义，这应该是新冀商对前辈传统精神的继承和扬弃。这种人文精神有助于冀商做大、做强、做久，而强大的冀商又会将这种人文精神不断充实、升华。

“薪尽火传”新冀商

用、改造政策，这种制约持续了 30 年，包括冀商在内的中国所有商帮的复兴和发展均被中断。四是人文原因。这一点对冀商来说是致命伤，冀商在历史上没有形成诸如晋商、徽商、浙商那样坚挺的、为社会广泛认同的商业人文精神，使其在制约逐渐放开时很难苏醒，更遑论承继。

商帮的声望是精神先导，是以文化排座次、比高低、论输赢，即以商帮的价值取向和人文精神决定商帮的成就和影响。历史上存在的冀商占有极其显著的地位，是相对于晋商、徽商、浙商和其他各路商帮而独立存在的。对于今日新冀商的崛起和发展，有着重要的借鉴作用和文化意义。

叫响“冀商”

改革开放以来，河北省的民营企业从无到有，从小到大，经过 20 多年的风雨拼搏，已经成为国民经济的重要支柱，在社会生产总值和国家税收中占有举足轻重的地位。近几年，“中国冀商”一词浮出水面，叫响“冀商”

成为社会上引人关注的话题。

从新冀商产生的必要条件，诸如人员、规模、资本、市场、影响等，可以用“天时地利人和”来概括。目前在北京的河北人超过百万，从事的行业达几十种，有的当为巨擘和翘楚。在重庆的河北人达 10 万，拥有 2000 家以上的企业，年贸易总额超过 10 亿元。北京河北企业商会会长直言告白：“无论资本实力还是影响，在北京，冀商不会输给任何商帮。”“任何商帮”中当然包括浙商，可谓是山外青山楼外楼，河北英雄争上游。2006 年国家商务部评选出的“中华老字号”，河北省有 8 家金榜题名，其中就有保定槐茂酱菜。

新冀商的崛起，变一盘散沙为组织，变各自为战为团结协作，变低调运作为大旗高竖，变摸索潜行为高瞻远瞩，实在是应运而生，水到渠成，势在必行，行之必得。

打造“新”精神

新型商帮如何继承传统商帮精神，在提升现代商业文明中怎样打造

具有鲜明时代特色的新的人文精神，是各地新型商帮都需要认真对待并解决的问题。在传统商帮精神中，有许多是各地共有的，如艰苦创业、诚信为本、抢占商机等，有的则在某个商帮身上表现得特别突出，如晋商的勤俭吃苦、讲究信用、汇通天下；徽商的亦商亦儒、财白道生、利缘义取；浙商的开拓冒险、意识超前、务实苦干。而冀商，也有个说法，曰朴实平淡、坚忍不拔、重义轻利。河北人的性格中，自古以来便渗透着“义”的精髓，可以说是义为安身立命之本，义行天下。

冀商如此，新冀商也应如此。重义不轻利，重利不忘义，这应该是新冀商对前辈传统精神的继承和扬弃。品牌的影响力中，最重要的是文化意义。新冀商要想在全国、全世界叫响，从一开始就要注意自身形象，体现出一种世人赞誉的、具有地方特色的、包容在现代商业文明主流价值观中的人文精神。这种人文精神有助于冀商做大、做强、做久，而强大的冀商又会将这种人文精神不断充实、升华。有实力才有魅力，这也是硬道理。

对于签证、安全、货物运输、报关清关等具体情况，商户们都觉得投资方考虑得很全面，提供的服务很周到。“我们很放心，走出去的信心更足了。”

新疆商人鏖战乌克兰

□ 赵军

“我看好乌克兰的市场，更看好中国商品的国际竞争力。”1 月 28 日，在乌克兰(赫梅尼斯克)中国商贸城招商代表会议上，新疆商人孙鹏高兴地说。

他告诉记者，他在中国商贸城购买了 1500 平方米的商铺，准备经营建材。“现在，新疆进入了大建设、大开放、大发展的阶段，走出去是大势所趋。今天，我先迈出这一步，就意味着抢占了商机。”

帕尔哈提·艾则孜是新疆一家商贸公司的总经理，这次把事业拓展到乌克兰，一个重要原因是看好中国商贸城的发展前景。“中国商贸城位于基辅市西南 350 公里，是乌克兰西部八州的中心，是乌克兰通向西欧各国的桥头堡，与俄罗斯、白俄罗斯、波兰、匈牙利、斯洛伐克、摩尔多瓦和罗马尼亚等国接壤，辐射人口超过五亿。你想想，这是多大的商机啊。”

对于签证、安全、货物运输、报关清关等具体情况，商户们都觉得投资方考虑得很全面，提供的服务很周到。“我们很放心，走出去的信心更足了。”

“我们将加大服务力度，提高服务水平，大力引导、培育外经贸市场，鼓励更多的企业和商家到周边国家经商，全面实施走出去的战略。”参会的自治区商务厅对外经济技术合作处副处长阿里木江·阿不里米提告诉记者，自治区商务厅将会把自治区外贸政策用足、用好，真正落实到新疆外经贸企业身上，使自治区外经贸事业呈现多元化的发展态势，达到内引外联的效果。

据乌克兰赫梅尼斯克中国商贸城新疆招商代表、新疆途力法尔进出口贸易有限公司总经理阿不都卡德尔·阿不拉介绍，乌克兰现有三个规模化综合批发市场，其中西部的赫梅尼斯克中国商贸城由乌克兰和中国商人投资建设，一期占地 22 万平方米，有 5000 个摊位，主要经营建材、服装、鞋帽、百货、轻工、电子产品等，仓库、停车场、餐厅、宾馆等基础设施齐全，市场管理、货物运输、信息化建设等方面周到细致，是现代、最规范、最安全的综合批发市场。