

[上接 P1]▶▶▶



商道：川商和闽商的比较研究

在史书记载中,最早、最出名的女商人是四川地区一个名字叫“清”的寡妇。司马迁在《史记·货殖列传》中,以寥寥 76 个字记录了她经营朱砂与水银的事迹。秦始皇十分推重“清”,曾下令为她修筑了一座叫做“怀清台”的豪华纪念碑,以表彰她的“贞节”。女性经商最活跃的时期是在唐代,这不足为奇,因为连第一个女皇帝也是在那时出现的。在当时第二大商业城市洛阳最出名的女商人叫高五娘,她也是一个寡妇,从事的也是冶炼业。因为钱赚得实在太多了,还被人告发惹上了官司。在长江流域,最出名的女商人叫俞大娘,她生活在中唐的大历贞元年间,从事造船业。除了从事大规模制造业的高五娘和俞大娘,史书中还出现过不少女商人的身影。女子经商之风自汉唐之后一直屡屡不绝,据《中国经济史》作者侯家驹的考据,“在北宋,妇女还从事茶肆、食店、药铺之经营,并作小贩、卖卦及牙人。”但是到了 12 世纪的南宋时,风气终于大变。当时出现了一股礼教运动,对女性的约束大大增加,从此女性被关在宅门之内,再也无法在商场上有所作为。宋元之后的明清两朝,像寡妇清、高五娘和俞大娘这样的女中豪杰已成绝响。不过到了 19 世纪初的清朝后期,在南方却冒出来一个郑一嫂,她从事的是十分凶险的海盗业。郑一嫂的势力实在太太,引来朝廷的多次围剿。1808 年,清军以八万两白银为代价,邀集英国及葡萄牙海军对其发动总攻击,被迫接受“招安”的郑一嫂授诰命夫人,1822 年定居澳门,开设赌场,得享天年。

在中国历史上,有十大著名商人。他们腰缠万贯、富可敌国。他们所经历的财富故事都给后人留下了许多值得品味、值得思索、值得借鉴、值得发扬的东西。这些“商圣”的发家史能给我们带来积极的启发和借鉴。

商业始祖——王 亥
慈善商圣——范 蠡
儒商鼻祖——子 贡
智慧商祖——白 圭
营国巨商——吕不韦
堪比财神——沈万三
第一富翁——伍秉鉴
商业巨族——乔致庸
红顶商人——胡雪岩
一代钱王——王 炽
我们选择其中几位筒略介绍。

一是商业始祖——王亥（公元前 1854—1803 年）,开创了华夏商业贸易的先河,他的“经商之道”就是“诚信”、“仁义”。在与各国的交易中,王亥坚持以诚信为本,平等交易。

二是慈善商圣——范蠡（公元前 536—448 年）,秋末著名的政治家、军事家和实业家。后人尊称“商圣”。弃政从商,名扬四海。其“经商之道”是把握行情,“人取我予”;让货等人,“待乏贸易”;诚信经商,因地制宜,多种经营;注重质量,不图侥幸;埋头苦干,劳动致富;尽散其财,富好行德。范蠡的陶朱公商训十二则被称为“经商圣经”:能识人:知人善恶、眼目不负;能用人:因财器便,任事可赖;能知机:善财时宜,不致蚀本;能倡率:躬行以率,观感自生;能整顿:货物整齐,夺人心目;能敏捷:犹豫不决,到老无成;能接纳:礼义相交,顾客者众;能安业:弃旧迎新,商贾大病;能辩论:生财之道,开引其机;能办货:置货不拘,获利必多;能收账:勤恳不怠,取讨自多;能还账:多少先后,酌中而行。

三是儒商鼻祖——子贡,即端木赐(公元前 520—456 年),政治家,外交家,官至鲁、卫两国之相,是孔门七十二贤之一,孔门十哲之一,是孔子的得意门生。他的经商之道是,己所不欲,勿施于人。己欲立而立人,己欲达而达人。内儒外商,为富当仁。以仁为本,以和为贵。从善如流,嫉恶如仇。君子爱财,取之有道。子贡擅长预测市场,其儒商的精髓:信奉儒家,修升素养,事业有成,内儒外商。子贡儒商精神:以义取利,以利济世,以和为贵,以儒兴商。儒商人格:仁爱立人,见利思义,讲信修睦,乐于施善。儒商生活:博学儒雅,亦文亦商,以商养儒,以儒促商。儒商之道:重守诚信,谋利有度,宽厚圆融,内圣外王。

四是智慧商祖——白圭（公元前 370—300 年）,战国时人,第一个把经商当作一门大学问的人。他主张经商必须“乐观时变”,即经常注意生产变化动向和市场行情,及时掌握时机经谋取厚利,他的经商之道,“人弃我取,人取我与”,“智”、“勇”、“仁”、“强”,诚信为本,要薄利多销。

五是营国巨商——吕不韦(公元前 292—235 年),为秦国丞相,政治家、思想家,奇货可居,志在谋国的风险投资家,他的经商之道是,

敢于冒险,善于投机;机不可失,时不再来;风险投资带来丰厚回报;助人成功,己也成功;助人贵在雪中送炭;不拘一格,选拔人才。

不愧为千古第一奇商。

六是一代钱王——王炽 (1836~1903 年),在四川重庆经商,与旅渝滇商合营“天顺祥”商号,来往川滇互贸,其富犹如清廷之国库。胆略非凡,实力雄厚,信用昭著。其经商之道是,以德为根,以质为本;以财聚才,以才取财。重德重义,以德经商,对“商道”有着独到的领悟:“说我,惹我,辱我,骂我,毁我,欺我,骗我,害我,我将何以处之? 容他,凭他,随他,尽他,让他,由他,任他,帮他,再过几年看他……” 经营上不固步自封,善于借鉴世界先进经验,为强国奋争。

第三个问题： 闽商的特点与优势

闽商是蓝色文明(海洋文化)的代表。闽商具有移民、包容、开放、爱拼、善交(五缘)、合群、家族、大气、大志、大家的特点,其根基是所谓“五缘文化说”,就是以亲缘、地缘、神缘、业缘和物缘为内涵的五种关系。亲缘(Kinship),就是宗族、亲戚关系,它包括了血亲、姻亲和假亲(或称契亲,如金兰结义等);地缘,就是邻里,乡党等关系,即通常所说的“小同乡”和“大同乡”;神缘,就是共同的宗教信仰的关系,如对关羽、诸葛亮、妈祖等的信仰,共奉的神祇结合着的人群;业缘,就是同学、同行之间的关系,有共同的利益和业务关系,有切磋和交流和的需要和愿望,由此组合而成的人群,其组织形式便是同学会、学会、协会、研究会等等;物缘,就是因物(如土、特、名、优等产品)而发生的关系,因物而集合的人群,也会出现诸如行会、协会、研究会之类的组织。“五缘文化说”,是植根于五千年华夏优秀传统文化基础上,吸取道家“六亲和睦”的观念,以儒

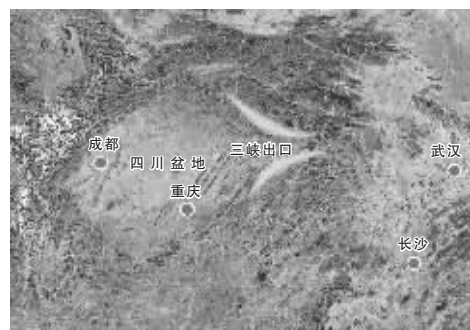


图 3 四川盆地是开放型外流型盆地

家“的五伦”伦理为理论根据,结合改革开放以来的实践,立足现实,面向海外而创立的新理论,是华人、华侨史的一个社会学概括,也是沿海地区对外开放、发展地方经济的经验总结。闽商有世界多元文化的新优势,闽商文化属于移民文化,具有较强的兼容性和开放性、广泛的延伸性。闽商有世界华人五缘关系的新优势,闽商以五缘结成商业网络,五缘促进了闽商网络的进一步拓展和互动。在国外以闽商为主体的商会也数以千计。以神缘为例,妈祖崇拜已成为闽商最典型的文化标记。

福建人走出福建省外的很多。根据粗略统计,目前在海外的福建乡亲多达 160 多万,遍布 120 多个国家、地区。“国际华商 600 强”资料统计,扣除台湾地区企业外,在 2003 年度 264 家华商企业中,属于闽文化圈的有 101 家,其中东南亚国家 83 家,香港地区 18 家,累计资产总额 2560.1 亿美元,分别占到上榜企业和资产总额的 39.9%和 36.8%,有很多大企业家。

传统闽商信奉“三分天注定,七分靠打拼”,推崇“少年不打拼,老来无名声”,“输人不输阵,输阵番番面”,“争气不争财”,“三分本事七分拼”等传统优秀精神。冒险精神是企业家的品质。数百年来,遍布全球的闽商,秉承“爱拼会赢”的精神,努力拼搏,以他们的勤劳、智慧和热情,为中国及所在国或地区的经济社会发展做出了重要贡献。人们把它概括为蓝色的海洋经营精神,即:兼容并蓄、善拼敢赢、义利相兼、勇担道义。独特精神:善观时变,顺势有为;敢冒风险,好拼会赢;合群团结,豪爽义气;恋祖爱乡,回馈桑梓。这 32 字的内涵就是指闽商能根据形势发展不断创新,与时俱进,因而在不同时期、不同国度克服困难获得发展;闽商有不畏艰险、排除万难的创业激情、勇气、韧劲。闽商还有兼容并蓄、博采众长、善于学习的开放心态,有报效桑梓、兼济天下的价值取向。但闽

商应该把企业经营重心由产品运营拓展到品牌运营、资本运营。转向竞争力强的技术资金密集型的现代产业。创新闽商模式在当前要做到:(1) 拓展发展路径,稳健地推进跨国经营,寻找新的发展空间。(2)不断地调整产业结构,提高创新能力。(3)推进家族资本与社会资本融合。(4)增强闽商网络的开放性。闽商经济网络发展受到了血缘等因素限制,容易产生排外行为,不利于保护闽商利益及其事业的发展。历史上,东南亚国家多次出现了排华情绪和现象,充分说明闽商网络开放的重要性。

针对闽商家族企业经营模式的缺陷进行制度变革。(1)突破“家”的狭隘观念,树立企业长远发展理念。(2)适应管理现代化的要求,实行委托代理制,建立现代企业制度,用人唯贤,而不是用人唯亲。(3)适应企业发展的需要,进行所有权结构调整。实现资本社会化。(4)适应经济全球化和 WTO 的要求,提高自身素质。

福建是中国海洋文明最为发达的地区,同时也是商业发达且与国际经济较早接轨的地区。但目前,福建省的“海洋文明”尚停留在一个民间的、零散的、粗糙的层面,亟需一个载体——“闽商”将其理论化、系统化,使之成为海西建设的文化支撑与文化动力。闽商是中国海洋文明的实践者;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;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;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。

第四个问题： 川商的特点与优势

川商是黄色文明(内陆土地)的代表,中

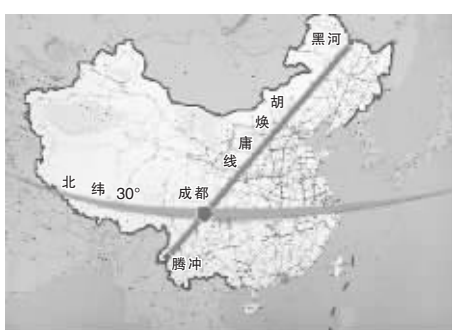


图 4 中华对角线与北纬 30° 交点在成都

国任何文化都与四川有关(嫫祖、大禹、女媧、武则天、黄河文明、李白、杜甫、巴金等)。一方水土养一方人,一方人创造一方文化。四川盆地又称为信封盆地、紫色盆地、红色盆地,是中国四大盆地之一;它由连结的山脉环绕而成,位于中国腹心地帶和中国大西部东缘中段,总面积约 26 万多平方千米,占四川省面积的 46%。可明显分为边缘山地和盆地底部两大部分,其面积分别约为 10 万多和 16 万多平方千米。四川盆地聚居着四川省大部分人口,是中国和世界上人口最多的区域之一,是中国各大盆地中形态最典型、纬度最南、海拔最低的盆地。长江把它和东海一脉相连。四川盆地有 1049 条河流,是世界上唯一的具有如此众多河流的绿色生命盆地,并且是中国最大的外流盆地(三峡出口)(图 3)。因此,川商具有水的特点,即柔和坚韧、随遇而安、滴水穿石、不屈不挠、一直向前;川商具有水的物相——冰的坚硬、水的随意、蒸汽的弥漫飘逸;外流型盆地的特点是表面封闭,实际很开放。因此,改革开放的总设计师诞生在四川,成都是中国第一个走向世界的城市;如今的金沙、三星堆就是证据。早在张骞出使西域之前就通过南方丝绸之路把蜀布、邛杖销售到缅甸、印度、伊朗、阿富汗、土耳其等。四川山地和高原占 78%以上,单元特色突出,蜀道艰难。但是地球北纬 30°线穿过四川成都,中华对角线(胡焕庸曲线)穿过成都,交点在成都(图 4),说明四川在世界和中国都极为重要,被称为中国“西部天眼”。同时,围绕青藏高原天然太极图,四川盆地与塔里木盆地构成中国西部的双核(图 5)。因此,川商具有勤奋、独立、包容、多元、敢闯、开放的特点。由于四川盆地的海洋性气候,造成川商小富即安、单打独斗,特别是麻将文化、休闲文化盛行。巴蜀性格不同,重庆是火锅文化,成都茶馆文化。川商的内质是“和”,行为是“水”,“和”代表包容、接受和认可,包括对外来文化的兼容

并蓄。“水”,以柔克刚,百折不回。

新一届党中央提出的“三带战略”,即长江经济带、丝绸之路经济带、21 世纪海上丝绸之路经济带(也称“一带一路”、长江经济带或“两路一带”),是我国新时期实施的重大开放战略、贸易战略、产业战略、外交战略,在世界上引起了巨大反响,得到广泛支持和拥护。丝绸之路申报世界遗产已经成功(2014 年 6 月 22 日多哈),将对沿线国家发展产生重大影响。四川是长江的源头,丝绸之路的起点。“西三角经济区”(四川重庆西安昆明)处于“三带战略”的心脏地位(图 6)。

翻开千年中国历史,川商起落不定。虽然早在隋唐五代,成都就是“水陆所凑,货殖所萃”,但在华夏史册上却只有浙商、晋商、闽商、徽商等叱咤风云,很难寻到川商的踪迹;近代中国,关于川商的记载也仅是只言片语,与惊天动地的宁波商帮、潮州商帮相去甚远;当代中国,在走马灯式的福布斯中国富豪榜、胡润富豪榜上,川商也不过是凤毛麟角。企业是市场经济的主体,企业家是现代企业的支撑。现代经济之争,归根结底是人才之争。早在 2008 年召开的首届川商大会上,时任省委书记刘奇葆就对川商的发展表示了热切关心,提出了殷切期望。“川商”在中国历史上曾经有过一时的辉煌,据统计创造了几十个世界第一的奇迹,如茶马古道、南方丝绸之路、都江堰、栈道、金牛道、蜀布、邛杖、盐都、纸币“交子”、壁画、方言、印刷等,但这些早期的经商传奇,已经化作历史的尘埃。重铸“川商”品牌,责无旁贷地落在了每一位当今川商的肩上。我们要勇于担当这一重任,无愧于我们的时代,无愧于家乡父老的期望,无愧于我们的子孙后代。目前在闽川商近 5000 家,涉及数十个行业,其中发电设备、航空电气、建筑石材、物流供应链、工业设计等数家企业已跻身全国同行业龙头企业行列,具有一定规模川商企业超过 600 家。福建省四川商会的每一个会员的身后,都有一部可歌可泣、可圈可点

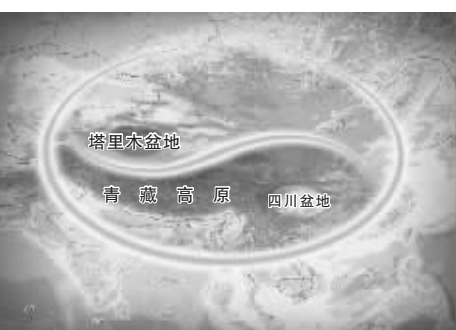


图 5 青藏高原“天然太极”

的奋斗历史。会长邹鹏提出了要发扬“竹林精神”,抱团发展。商会是川商在福建共同的家,并将“团结、团结、再团结”、“发展、发展、再发展”作为商会的核心理念。会员之间精诚团结,彼此多一些坦诚,多一些付出,多一些理解,多一些信任,多一些包容,多一些鼓励,多一些合作,为第二故乡福建和家乡四川的发展作出贡献。

四川省委高度重视川商培养与发展。2009 年将“川商计划”写进了贯彻落实党的十七届四中全会的意见之中。长期规划:在全省人才发展中长期规划纲要(2009—2020)中,也对实施“川商计划”作出全面安排。目标明确:打造“商界精英”,培养“明日之星”,培植“创业能人”,到 2020 年,培养造就多名国际化的企业家,上百位在国内有较大影响的企业家,几百名企业年销售额超过 10 亿元的企业家,上万名优秀职业经理人队伍——宏大的“川商”培养计划,为川商的发展注入了强劲动力。这是一个宏伟的人才规划,这是一个重大的战略决策,这是一个崭新的理念跨越,这是一个久盼的历史转折!

造就优秀企业家,必须重树川商精神。精神是前进的动力,川商的发展离不开“川商精神”。从三星堆、金沙遗址、纸币交子、茶马古道、千里栈道、南丝绸之路等弥足珍贵的文化遗产中,可以真切地感受到四川悠久的商业文明、深邃的商业精神。时任省委书记刘奇葆曾精辟地论述:“川商自古以来就是带有独特地域特征的群体,体现着四川人民勤劳、勇敢、智慧、谦和的特质,更兼有刚毅、果敢、诚信、开拓的品格。”破除盆地意识、山区意识、休闲意识、小农意识,继承坚定坚韧坚强、敢闯敢试敢干、爱家爱乡爱业的优良传统,铸造出“创新敬业、合作诚信、执着坚韧、豁达包容”的新时期川商精神,四川企业家就一定能够形成自己的品牌,树立自己的形象,重写历史的辉煌。

造就优秀企业家,必须加强团结协作。团结就是力量,协作才能共赢。川商是一个团队概念、集体符号。面对区域一体化、经济全球化趋势,面对实施“三大发展战略”和推进“两个跨越”的大局,喊响川商、发展川商、做大川商,就必须整合力量,抱团求进,形成“天下川商是一家,天下川商为一体”的合作格局;就必须进一步解放思想,增强开放意识,以全球的视野,战略的眼光,把川商的发展放到中国乃至世界经济中去考量;就必须树立“天下资源皆可为川商所用”的气魄和胆略,主动加强与其他商团的沟通协作,积极参与全球经济的循环合作。昨天的川商已成历史,今天的川商正在成长,明天的川商必定更加强大!

第五个问题： 川商与闽商的差异与合作

第一,四川与福建区位差异——内地与沿海、后方与前沿、蜀道难与海陆畅通的对比。四川是青藏高原东大门,西部“天眼”;福建面向太平洋、台湾海峡,是海上丝绸之路的重要节点。四川是丝绸之路起点,是长江经济带的发源地,长江上游生态屏障。

第二,四川与福建文化差异——内敛与开放、厚重与大气、黄色文明与蓝色文明的对比。指南针发明是转折点,可以出海航行。四川有三星堆、金沙遗址、土墩文化、营盘山文明、三国文化、红色文化、水文化、道教文化。福建有海洋文化、五缘文化、客家文化等。

第三,四川与福建的资源差异——四川天然气、矿产、水电、旅游、人口、文化、科技资源丰富;福建主要是海洋、矿产、植物、教育资源众多。四川面积 48.5 万平方公里,人口 8900 万,高校 107 所,院士 67 名。四川矿物 132 种,占全国 70%,有五个全国第一,钛占世界 82%,钛占世界 35%。福建全省土地总面积为 12.4 万平方公里,海域面积达 13.6 万平



图 6 四川重庆西安昆明处于“三带战略”的心脏地位

方公里。共有岛屿 1500 多个。人口 3748 万人。已知矿产 116 种。常住中国科学院和中国工程院的院士中,有 96 名为福建人,在全国排名第 5。共有高校 83 所。

第四,四川与福建经济差异——2013 年,四川省经济总量达到 26260.77 亿,总量居于全国第八位,作为经济实体排世界第 28 位,相当于南非。21 个市州有 12 个超过千亿,全省人均 GDP 值低于全国平均水平,居第 24 位。2013 年,福建省经济总量达到 21759.64 亿,总量全国第 11 位,人均居全国第 9 位,作为经济实体相当于马来西亚。

在福建的川商,是蜀文化与闽文化的“化合物”而不是“混合物”,产生了化学反应,有光、热、新物质释放。福建川商有不同于四川和福建企业家的特点,具有很强的杂交优势,甚至比一般的川商、闽商都优秀。因为,这种杂交是“分子水平”,是蜀文化与闽文化的非线性组合,就是 1+1>2,或者是 1+1=2+δx,这里 δx>0,即大于零。希望福建川商发挥“榕树优势”和“竹林精神”,释放“聚变效应”,做大 δx 增量。我们欢迎川商回乡投资创业,支持川商走向世界!

最后,我们摘录诗词《川商,代表一个时代的辉煌》,献给伟大的川商,川商,个个都是诸葛亮。不要怀疑智商,我们有无穷的宝藏;不要低估情商,我们有大海的胸膛;不要追问力量,我们有神山的臂膀。川商上善若水,充满希望和阳光。作为改革开放总设计师的老乡,川商,要为全面建成小康社会,努力奉献做出榜样。川商,要勇于成为国际商界的偶像,争当世界“五百强”。川商,要实现民族复兴的伟大梦想,联网、高唱、翱翔。川商,要乘风破浪走远方,再创一个伟大时代的辉煌!

(本文系四川省社会科学院党委书记李后强教授 2014 年 6 月 27 日在福建厦门举行的“泛长三角四川商会合作论坛”上的报告摘要)