

徽商研究系列丛书（五）

品牌徽商

——徽商发展报告 2008

◎ 主编 吴克明

安徽人民出版社

徽商研究系列丛书（五）

Pinpai Huishang

品牌徽商

——徽商发展报告2008

主 编：吴克明

副主编：戴培昆 杨 农

王世华 孙

江苏工业学院图书馆
藏书章

安徽人民出版社

责任编辑:白 明 李 芳

封面设计:吴成和

图书在版编目(CIP)数据

品牌徽商——徽商发展报告 2008 / 吴克明主编. —合肥:安徽人民出版社,2008.5
ISBN 978-7-212-03254-8

I. 品… II. 吴… III. 商业经济—经济发展—研究报告—安徽省—2008 IV. F727.54
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 063966 号

品 牌 徽 商

——徽商发展报告 2008

吴克明 主编

出版发行:安徽人民出版社

地 址:合肥市政务文化新区圣泉路 1118 号出版传媒广场 邮编:230071

发 行 部:0551-3533258 0551-3533292(传真)

经 销:新华书店

制 版:合肥市中旭制版有限责任公司

印 刷:安徽地质印刷厂

开 本:787×1092 1/16 印张:10.25 字数:240 千

版 次:2008 年 5 月第 1 版 2008 年 5 月第 1 次印刷

标准书号:ISBN 978-7-212-03254-8

定 价:40.00 元

本版图书凡印刷、装订错误可及时向承印厂调换

《品牌徽商——徽商发展报告2008》编委会

主 任：文海英

顾 问：刘世锦 吴昌期

副主任：吴克明 韩 军

委 员：王世华 孙东海 李 红 凌宏彬

朱耀春 余雁刚 梅 汛 宋 宏

主 编：吴克明

副主编：戴培昆 杨 农 王世华 孙东海

编 辑：宋 宏 凌宏彬 杨仕奎 范伟军

塑造徽商品牌 展现徽商雄风

——在“2007 中国国际徽商大会(合肥)·徽商论坛”上的致辞

(代序)

安徽省人民政府副省长 文海英

尊敬的各位领导、各位专家,女士们、先生们、朋友们:

非常高兴再次与大家相约在中国国际徽商大会·徽商论坛上。中国国际徽商大会是安徽省人民政府举办的一年一度的经贸盛会,已连续举办了四届。今年“移师”省会合肥,目的是诚邀五湖四海的新朋老友到徽商的发源地走一走、看一看,亲身感受徽文化的深厚底蕴,亲身领略徽商故里日新月异的变化。共同探讨重振徽商雄风之方,问计安徽崛起之策。在此,我谨代表安徽省人民政府,对各位领导、各位嘉宾亲临论坛表示热烈的欢迎和衷心的感谢!

今天是我第四次站在徽商论坛的讲台上,与大家共同回顾昔日徽商的辉煌,展望新徽商的崛起。在前三次的论坛上,我着重强调要弘扬徽商精神,抢抓崛起先机,夯实崛起基石,鼓足崛起劲头,推动安徽经济社会又好又快发展。因为在我看来,历史上的徽商留给我们最为宝贵的财富是其“进取、创新、合作、诚信”的精神。这种精神,闪耀着催人奋进的光芒,深深地激励着徽商奋然前行;这种精神,已深深地融化到博大精深的徽文化之中,孕育出了一代又一代的徽商,创造出了一个又一个的经济奇迹。今天,新一代徽商要进一步继承和发扬这种精神,把握住千载难逢的历史机遇,演绎生生不息的生命力,展示徽商品牌的影响力,在江淮大地乃至海内外催生出新徽商群体,以骄人的成就续写新的“徽”煌篇章。我们惊喜地看到,改革开放以来,应运而生了一批素质较高、拥有现代经营管理技术的企业家队伍,成为安徽跨越式发展的先锋队,他们以无畏的精神、巨大的魄力,积极开拓市场,争当市场经济大潮中的弄潮儿,展示了安徽人民创新创业的良好精神风貌。以张巨声、陈荣珍、杨元庆、常义兵、祝义才、王传福、史玉柱为代表的新徽商群体,已成为安徽区域形象的代言人,展示了安徽敢为人先、勇于创新、奋力拼搏、积极进取的区域形象,成为促进安徽人民奋力崛起的精神动力。

各位嘉宾,当前,安徽已迈入工业化加速推进的新阶段。在国家实施中部崛起战略的大背景下,随着国内外产业和资本的加速转移,安徽在全国区域发展格局中的地位进一步提升,显现出巨大的发展潜力,彰显出厚积薄发的活力。一是区位优势趋升。安徽居中靠

东,连南接北,处在全国经济发展战略要冲和国内几大经济板块的对接地带。全国9纵18横高速公路网中安徽占有2纵6横,今年底将实现市市通高速。京沪、宁西和大京九铁路纵贯境内,安徽的交通枢纽地位将进一步凸显。二是资源保障趋好。安徽沿长江一带铜、铁、硫和水泥石灰岩等储量位居全国前列,沿淮河一带正在打造中国13个亿吨煤炭基地之一。安徽水、电资源供应充足,又是全国清洁能源的生产基地,年产乙醇超过40万吨,全国三分天下有其一,实现可持续发展有较好的条件。三是支柱产业趋优。以美菱、荣事达为代表的家电工业成为继珠三角、长三角和胶东半岛之后中国家电业的第四极,以奇瑞、江汽为代表的汽车及工程机械工业异军突起,以马钢、海螺、铜陵有色为代表的优质材料工业领跑同行业,以两淮煤炭为代表的能源工业方兴未艾,以丰原、华茂为代表的农产品加工业长足发展。四是开放态势趋强。近年来,安徽深入实施大开放战略,扩大与境内外的经贸交流与合作。去年,全年实际利用外资24.9亿美元,引进省外资金1265.5亿元,分别增长47%和57.9%,世界500强企业已有36家来安徽投资;进出口总额122.5亿美元,增长34.3%,连续7年居中西部地区之首。为进一步改善发展环境,当前,全省上下正在进行效能革命,打一场效能建设的攻坚战,各级政府和有关部门大力创新机制,改进作风,提高效率,为进一步扩大开放服务。五是发展前景趋旺。经过多年的建设和积累,安徽已跨上了又好又快发展的平台,到了应该也能够崛起的时候。面对有利的发展环境,安徽将抢抓机遇、乘势而上。我们规划GDP年均增长10%以上,到2010年超过1万亿元,单位地区生产总值能耗比“十五”末降低20%左右,实现经济社会又好又快发展。到2020年以前,我省经济社会发展将居全国中上游行列,提前实现全面小康社会的宏伟目标。

各位嘉宾,在安徽崛起的过程中,将会创造出无限的商机,这就为新徽商的发展提供了巨大的空间。我们始终认为,安徽的企业家是徽商,已在安徽投资的客商是徽商,拟来安徽投资的也是徽商。让我们秉承徽商精神,在安徽奋力崛起的征程中相随相伴,共同前行;在安徽这片充满生机与商机的沃土上,再展徽商雄风。

最后,祝徽商论坛取得圆满成功!谢谢大家!

目 录

塑造徽商品牌 展现徽商雄风(代序)	文海英	[1]
徽商论坛		
弘扬徽商精神 促进安徽崛起	刘世锦	[1]
徽商与中华商帮文化	吴昌期	[4]
携手共创徽商品牌	吴克明	[7]
徽商的辉煌与中部的崛起	陈文玲	[12]
安徽后来居上的策略	曾仕强	[14]
利用金融杠杆 促进徽商发展	方 方	[16]
走国际化发展之路	郑海精	[17]
争做现代物流的领跑者	许家贵	[19]
解放思想 创新徽商品牌	王文银	[21]
履行社会责任 促进社会和谐	陈光标	[23]
实践徽商精神 做大做强徽商民营企业	胡万民	[25]
秉承徽商文化精神 构筑徽商发展优质平台	王华波	[27]
主题报告		
品牌徽商——徽商发展报告 2008		[29]
第一章 徽商品牌的兴起		[29]
一、徽商品牌兴起的历史文化基础		[29]
二、徽商品牌兴起的现实机遇		[31]
第二章 徽商品牌的基本属性		[35]
一、区域性		[35]
二、历史性		[35]
三、文化性		[35]
四、民族性		[36]
五、群体性		[36]

六、公共性	[37]
第三章 微商品牌的核心价值	[38]
一、崇尚学习	[38]
二、眼光向外	[39]
三、诚实守信	[39]
四、开拓进取	[40]
五、勇于创新	[41]
六、和谐共赢	[41]
第四章 微商品牌的类型	[42]
一、徽商人物品牌	[42]
二、微商产品品牌	[45]
三、微商企业品牌	[50]
四、微商产业品牌	[54]
五、微商服务品牌	[58]
六、微商劳务品牌	[63]
七、微商文化品牌	[67]
八、微商组织品牌	[69]
九、微商地区品牌	[72]
十、微商环境品牌	[75]
第五章 共创微商品牌的几点建议	[80]
一、实施微商品牌战略	[80]
二、明确微商品牌目标方向	[80]
三、建立微商品牌推进机制	[80]
四、丰富微商品牌文化内涵	[81]
五、凸显微商品牌个性特色	[81]
六、加强微商品牌经营管理人才培养	[81]
七、形成塑造微商品牌的系统合力	[82]

典型案例

关于芜湖打造微商品牌的策划思路及建议	[84]
一、微商与芜湖	[84]
二、关于把芜湖古城打造成“中国徽商城”的策划思路及建议	[87]
附：芜湖古城改造建设调查问卷分析报告	[95]
附：关于芜湖古城改造建设的问卷调查	[101]

新微商发展实录

方方：快乐的投行家	[103]
合肥百大郑晓燕：捍卫本土零售业的巾帼微商	[106]

张靖华:迈向国际医药美容新境界	[109]
崔兴柏:徽商的谋略	[111]
心印梅花别样红	[113]
陈沛:围棋 商场 人生	[115]
刘笃寿:笃定信念天自成	[118]
洪术年:从连锁中挖掘深度价值	[120]
硝烟中,且看“徽商金属”如何出牌	[123]
盛迎生:德善为先的现代儒商	[127]
高述红:坚守老字号的“女徽商”	[133]
新徽商汪智利上海成功记	[139]
陶声荣——返乡创业造福乡邻	[142]
餐饮人物——肖伟	[143]
 徽商活动大事记	
省政府主办的重大活动	[145]
安徽省国际徽商交流协会重要活动	[147]
 编后语	[158]

· 徽商论坛 ·

弘扬徽商精神 促进安徽崛起

——在“2007 中国国际徽商大会(合肥)·徽商论坛”上的讲演

国务院发展研究中心副主任 刘世锦

很高兴能有机会参加这次徽商大会和徽商论坛。首先,我代表国务院发展研究中心对这次徽商大会和这次徽商论坛的举办表示祝贺,同时我们作为会议的主办单位之一,向与会的各位代表表示由衷的感谢和欢迎。我们这次论坛的主题有两个关键词,一个是“弘扬徽商的精神”,另一个是“促进安徽的崛起”。应该说,这两件事情是紧密联系在一起。我们来安徽参加这次徽商大会,出席这次徽商论坛,对于我本人来讲,我应该学习徽商的精神。通过这两天的学习以后,我觉得大体上可以把徽商精神的特征和精髓概括为:崇文向上、务实求真、眼光向外、以德经商、不畏艰难、百折不挠、勇于探索、敢为人先、同舟共济、相互扶持,等等。我想,徽商精神的这些内容和特征,与我们现在讲的改革开放、实事求是、诚信为本、开拓进取,以及创新型国家、建设社会主义和谐社会等理念、战略和政策应该说的不谋而合、神通形似。

安徽的崛起、中部的崛起需要我们做的事情很多,而最终还是要有一种体现历史文化和时代特征的新徽商精神,有一批实践徽商精神的企业家,有一批在徽商精神激励下成长起来的有竞争力的企业。

下面,我想从这样一个角度,就新形势下如何弘扬徽商精神,进一步发展产业集群特别是创新型的产业集群,以促进安徽特别是中部地区的崛起。

安徽和中部地区的崛起需要发展制造业,而发展制造业的一个重要机遇就是承接东南沿海地区的产业链。东南沿海地区向中部地区的产业转移直接依托于中国经济结构近年来的一系列重要变化。改革开放以来,中国经济快速增长,是因为我们形成了一种有自己特色的模式,我们把它概括称为低成本竞争的增长模式。在过去 20 多年的时间里,低成本竞争的增长模式的很多优势在东南沿海地区表现得更为突出。因此,东南沿海地区获得了更快的发展速度,在全国先走了一步。但是从 2002 年开始的新一轮经济增长中,低成本竞争的增长模式受到很大的冲击,这个冲击主要是来自两个方面。其一,土地、劳动力、环境等成本的明显上升。其二,能源和其他重要资源供给紧张加剧。持续了 20 多年的增长模式面临着日益增大的转型压力,这种压力更突出地表现在东南沿海地区。土地和房产价格大幅上升,民工荒的出现及其引发了工资提高;能源和其他重要资源的供应紧张,简单地讲就是能源成本的上升,使持续 20 多年的增长模式正在发生重要改变。这种低成本优势的削弱,将会带来剧烈的企业结构的调

整。这一点在珠三角和长三角地区表现得相当明显。

怎么调整呢？一个出路就是转出去，寻找新的低成本区域。对准备承接进行产业转移的地区，包括安徽，包括中部其他地区来讲，仅仅保持自身相对于沿海地区的生产要素低成本就够了吗？应该说是不够的。

首先，在沿海地区成本上升的同时，中部地区的要素成本也在上升，有的地区上升得相当快，低成本因素并不明显。在安徽的很多地方，包括合肥也存在这样的问题。产业转移是多方位的，除了中部地区还有西部地区，北部沿海地区，此外还有境外的越南、柬埔寨、南亚乃至非洲许多国家。所以现在东南沿海地区的产业转移大体是这么几个方向：一个是西进，一个是北上，还有就是南下。这几年地方政府对地价房价上升事实上持支持态度，直接的好处使房地产有较快的发展，但是同时也提高了本地区的商业成本，增加了吸引外资的投资和产业转移的难度，对长期的发展是不利的。

其次，中部各个地区之间在承接产业转移上也是相互竞争的。

进一步的问题是低成本优势，中部地区是不是就有足够的能力把沿海的产业，特别是技术含量或者是附带价格比较高的企业吸引过来呢？前一段时间有一个美国的学者在中国考察以后，他认为中国除了低成本、高素质的劳动力之外，还有一个重要优势，就是产业配套优势，或者说是供应链的优势。这个集中表现在产业集群的发展上。这个因素过去被低估了，否则就不能解释为什么许多制造业不转移到比中国劳动力成本更低的其他地区。近几年东南沿海地区一些企业如果从成本的角度看，应该向中西部的地区转移，但事实上不少企业没有转移，或者它的转移不成功。其中一个重要的原因就是作为产业承接地的地区产业配套不好，虽然劳动力成本下来了，但配套的成本上去了。当然也有向中西部转移成功的例子，原因也恰恰就是作为产业转移承接地的地区形成了一定的产业配套条件，或者说产业配套条件正在迅速地改善。所以从总体上看，在中部地区吸引沿海产业转移的进程中，各个地区如果说条件大体相同，这些地区实际上是在相互竞争，在这个竞争的过程中，产业配套会成为一个越来越重要的因素。这里我想还要提出“现在各地改善投资环境，许多事情大家都同时在做”，大体上趋同，彼此的差距越来越小。这些做法，我们给它一个概念就是“通用式”要素，大家都能做的事情。相比之下培育和改进产业配套条件的难度大大增加，而且不可能一个早上发现成效。但是这些事情做好了，你就会有突出而持久的优势。没有来的产业，何以吸引他们来；产业吸引来了，又怎么可以留得住。产业配套条件搞好了，就会有自己的特色，因为城市之间的产业配套都不一样，有差异。城市和地区之间的竞争通用性要素很多，但是构成竞争力基础的通常是专业性因素。包括产业配套条件在内的这种别人没有的专业性要素多了、突出了，地区之间仍有竞争，但这是可持续的竞争，而不是低水平的竞争。提高产业配套条件，一个基本形势就是发展产业集群。而发展产业集群并不是一般的产业集群，而应当是一种创新型的产业集群。当然，这个创新型的产业集群也是一个相当大的概念。主要有这么几个特点：

一、在这些创新型企业当中有一批创新的企业和个人，包括企业家和个人，也包括政府和中介组织的积极分子，这一批人创新精神特别强。我想我们微商精神、创新的精神特别强。

二、有一个相互竞争、持续合作的平台，在技术、供应链、分销渠道、管理等方面具有独到的优势，形成鼓励创新、容忍失败、尊重知识和知识产权的制度环境和文化氛围。

三、重视昔日的机制文化相当重要。在创新型的产业集群中，长期的产业关系、近距离的

接触,这就要求大家要讲究信誉。如果你不讲信誉,失信于人,你的成本是很高的。这与徽商精神是有密切联系的。

刚才讲的这些创新型产业集群的因素或者特征,是一般的、简单的劳动密集型产业所不具备的。发展这种创新型的产业集群,需要做的事情也很多,由于时间的关系,我想简要分为这么几点:

一、对看得准的或者潜力比较大的区域和产业可以适当超前制定发展创新型产业集群的规划。

二、对已经具备较好基础和有一定优势的产业集群,进一步加强和完善其配套能力。比如,安徽目前的汽车业、家电产业,应该讲有相当好的基础,在全国已经表现出相当强的竞争力。能不能在这个有一定优势的产业集群中间进一步持续地加强配套能力。因为你的配套企业如果强的话,不仅可以留住本地的企业,而且可以吸引外来的龙头企业或者是一些配套企业。

三、要重视创造和维护公平竞争的环境,对各类企业,只要是合法经营的,都要一视同仁。这里面特别要强调,不要看不起小企业,因为我们有时候有一种大企业的情结。我们现在搞产业配套,大多数是小企业提供的。

四、要重视创新型的企业。这些企业有什么特点呢?它中间有一些新的技术或者新的配套方法,它里面有一些人可以出来,出来以后可以创办新的企业。一个创新型企业可以引出很多企业,一个企业可以带动很多企业。我们要重视创新型的种子企业,特别是在土地资源有限的情况下,要努力向形成高水平产业链和创新型产业集群的项目集结。

五、政府要提供更好的服务,特别是在人员培训、技术创新和转让、知识产权保护等方面要提供更好的服务。

我们相信,通过弘扬新时期的徽商精神,通过大家持续不断的努力,安徽的产业配套条件一定会大大改善,对提高安徽地区、中部地区的投资信息和产业竞争力,对推动安徽的崛起起到越来越大的积极作用。

谢谢大家!

(本文根据录音整理)

徽商与中华商帮文化

——在“2007 中国国际徽商大会(合肥)·徽商论坛”上的讲演

安徽省企业家联合会会长、安徽国际徽商交流协会会长 吴昌期

“商帮”是一个历史的名词。近几年,随着市场经济的发展,许多地区出现了一批著名的工商企业,“商帮”这一沉寂半个多世纪的历史名词,又突然红火起来,成为一个热门的话题,有的研究历史著名商帮,有的宣传现代新商帮。古商帮是中国封建主义体系中,在市场经济萌芽时代的地域性工商业群体组织;新商帮是中国特色社会主义市场经济体系中发展起来的地域性工商业群体组织,新老商帮都有共同的地域和文化特色。

明清两代,历史商帮逐步昌盛,最著名的有“十大商帮”,分别是:晋商(山西)、徽商(今安徽黄山地区)、陕商(陕西)、闽商(福建)、粤商(广东)、江右商帮(江西)、洞庭商帮(今苏州市太湖中洞庭东山和西山)、宁波商帮、龙游商帮(浙江中部)和山东商帮。影响较大的有:曾以“钻天洞庭遍地徽”誉满中华的徽商和洞庭商帮,以经营票号为主的“晋商”等。

古商帮的形成和结合,大致有五种因缘:一是地缘(同乡),二是亲缘(同宗),三是文缘(如徽商亦儒亦贾),四是行缘(同行、行业公会),五是官缘(大商帮官府支持特许专卖)。

改革开放以后,一批新商帮开始崭露头角,历史上已负盛名的晋商、徽商、粤商、鲁商、浙商、苏商、闽商又重振雄风,还有沪商、京商、深商、豫商以及珠三角、长三角、环渤海各种商帮旗号都在纷纷举起。

形成现代商帮的客观原因,主要是:有一批地域相同、成功的工商企业,有鲜明地域特点的产业和市场等方面的结合,还有在市场竞争中形成共同的经营理念和商业文化。

一些专家、学者在探讨有关“商帮”的两个课题:一是新商帮与古商帮有哪些传承关系;二是在现代经济全球化、市场一体化、强调国际竞争与合作的商业环境中,带有强烈地域概念的商业帮会组织能否持续存在。

我认为:在国际化、信息化的时代,新商帮不应再延续画地为牢的旧观念,联系商帮的地域、亲缘等概念必然逐步淡化,而共同的商道、商德等文化因子,将成为联结新商帮的重要纽带。

历史和现代商帮都有一套独特的营商文化,如:拼搏、勤俭、谦让、戒欺、实践、创业、学习、求新、敬业、爱群、奉献、人本等,这些理念也是各行各业共有的文化内涵。

纵观各个历史时期的商业文化,都与当时经济发展、社会制度有关,有其特殊性;但又与市场商业行为有关,有其共同性。商业的社会功能主要是互通有无、等价交换。由于本源相同,古今商帮有三个共同的商业道德:一是契约理念,二是诚信商德,三是社会责任。这三条都以

中华优秀传统文化为基础,既符合现代国际商业惯例,也符合中国特色社会主义的核心价值观。

中国是商业和商业文化历史最悠久的国家,“商”朝就是以“商”名代。在“商”、“周”两代,商人地位是很高的,齐桓公的两个重臣管仲和鲍叔牙是安徽人,都是商人出身;范里辞官下海,在“陶”地经商,改姓朱,人称“陶朱公”,富可敌国。司马迁在《史记》中专门写了一篇《货殖列传》,开篇就提出“天下熙熙,皆为利来,天下攘攘,皆为利往”。“商”、“周”工商业的兴盛,有客观历史原因,“春秋战国”和“东周列国”时代政治分裂,各个小国之间必须互通有无,各取所需,但当时信息并不准确、灵通,法制又不严密完备,而且跨国商业经营又不受本国法律管辖,商业活动机遇与风险并存,如何趋利避险,在商业交往实践中形成了以“契约”和“诚信”为核心价值观念的商业主流文化。“契约”以互利共存为目的,以协商谈判为手段,以“诚信守诺”为基础。“契约”文化的基点是互让、互赢和互利,“契约”的实质是在对他方利益充分尊重的同时,对自身利益最大化的追求。“契约”是商业文化的行为准则,“诚信”则是商业文化的道德基础。人无信则不立,市无信则不兴,商无信则无誉。

随着商业经济的发展,商业文化作为一种价值观,对“商”、“周”时代的社会文化也产生了重大影响。“春秋多义士”,“一诺重千金”。春秋战国时的“义士”最大特点是“重然诺,轻生死”,他们对“诚信”精神的执著追求到了令人惊叹的程度。

诚信是儒教伦理道德的主要内容,也是儒家做人、处世、为政的行为准则。孔子的学生子贡当官了,向老师请教从政之道,夫子曰:“足食,足兵,民信也矣。”孔子说了从政要重视的三件大事,一是足食,民以食为天,要发展经济,让百姓吃饱、吃好。二是要加强国防建设,春秋战国时期,保卫疆土的兵力很重要。三是要建立一个诚信社会。子贡又问,“必不可以而去之,三者何先”。孔子说,“去兵”,也就是说国防建设可以慢一点。子贡是个好学多问、打破砂锅问到底的人,又问,“必不可以再去之,二者何先”。子曰,“去食”,意思是经济发展也可以慢一点。孔子接着又强调一句,“自古谁无死,民无信不立”,生活差一点,寿命短一点,人总是要死的,但政府、社会没有信用就不能稳定。孔夫子还说过一段话:“人而无信,不知其可也,大车无挽,小车无扼,其何以行之哉。”儒教把诚信的民风、诚信的社会、诚信的政府看成为社会稳定的基础、社会前进的方向盘。

中国古圣先贤都以“仁爱”作为道德的基本元素,批判“为富不仁”,倡导“仁者爱人”、“以义为利”、“穷则独善其身,富则兼济天下”。这已成为中华古商帮积极履行社会责任的行为准则。

当今世界,“经济全球化”、“市场一体化”的浪潮蓬勃兴起。在国际化的商贸游戏规则中,“诚信守约”是公认的现代价值观,它的价值取向是:单个利益主体、出让部分权利、以换取有关主体普遍同意为前提的契约精神,并重视建构平等竞争和共同发展的氛围,创立普遍交往与交流的信任基础。

在经济全球化的背景下,如何更好地应对环保、健康、安全、气候变化、劳工权益等方面的挑战和要求,是现代企业社会责任方面十分关注的课题。有关国际组织对此作出了一些重要举措:一是一些国际商贸规则中列入了企业社会责任的内容,如“ISO 15000(标准)”中列入环境保护的条款,“SA 8000(标准)”中列入了劳工权利的内容;二是成立了一个全球性组织——“世界可持续发展工商委员会(CBCSD)”,这个组织倡导和促进企业履行社会责任,有效地推

动全球可持续发展事业;三是联合国于2000年7月发起了一个名为“全球协议”的重要活动,号召全球企业认识自己对世界经济社会协调发展应承担的责任,自愿遵守共同的价值标准,实施必要的社会规则,推动建立平等、公正、可持续增长、共同发展的全球经济。“全球协议”共有九项原则,包括维护劳工权利、禁止使用童工、应对环境挑战、鼓励推行无公害技术等内容。2004年6月召开的“全球协议”领导人峰会上,又新增了一款“反贪污”原则:“企业应反对各种形式的贪污,包括敲诈勒索和行贿受贿。”这些规定都体现了对现代企业履行社会责任的要求。目前,世界各地已有70多国的1500多家大型企业加入了“全球协议”,其中,我国有36家企业。

诚实守信、履行社会责任,完全符合中国特色社会主义核心价值观。中国共产党十六届六中全会强调,我们要构建的社会主义和谐社会的总要求是:民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处。胡锦涛同志提出以“八荣八耻”为内容的社会主义荣辱观,其中第六条的内容就是“以诚实守信为荣,以见利忘义为耻”。我国十一五规划纲要中,突出强调实行“全面、协调、可持续的科学发展观”,使企业界从深层次上进一步考虑如何更好地节约资源、保护环境、重视生产安全、尊重劳工权益、帮扶弱小群体,积极履行企业的社会责任。

今天,我们重提“商帮”,既是为了共同探讨“中华商帮”成功的奥秘,搭建“中华商帮”交流合作的平台。更重要的是把符合社会主义核心价值观、继承优秀传统商德的“中华商帮”文化推向世界。

文化是一种资源,这种资源是影响综合竞争能力的一个主要变量,是一种影响大而持久的无所不在、无时不有的无形资产,它以信仰力、感召力、凝聚力等形式存在并发挥作用。无形价值观的作用能够使有形资产间接增值,综合竞争能力就是对各种物质资源和企业文化等无形资源之间进行组织管理、协调融合而产生的。

胡锦涛总书记指出:“当今时代,文化在综合国力竞争中的地位日益重要,谁占据了文化发展的制高点,谁就能够更好地在激烈的国际竞争中掌握主动权。”积极倡导和弘扬中华优秀传统文化,增强中华文化、价值观念在全球的认同感和吸引力,这是一种可以影响世界秩序调整和重组的“软实力”,是增强我国综合国力的重要措施。

安徽国际徽商交流协会愿为增强“中华商帮同根同文的吸引力,相辅相成的影响力”作出努力。2005年以前主要在安徽省内组织各种徽商活动,打造徽商品牌;2005年成立“安徽国际徽商交流协会”以后,主要在省外组织徽商活动,加强新徽商联系,进一步扩大徽商影响;今年,我们开始加强徽商与各地商帮的交流合作,2007年4月18日,“安徽国际徽商交流协会”与“深圳投资商会”共同发起,举办了“中华商帮文化论坛”;2007年4月23日“安徽省企业联合会”与“浙江企联”“山西企联”“广东企联”“香港工业总会”“江苏企联”“温州企联”“台商协会”“潮商协会”共同主办了“首届时代商家精英华夏十大商帮论坛”,并酝酿成立“中华商帮联盟”,创办中华商帮报刊网站。同时,“安徽国际徽商交流协会”还与“国际华商大会”加强了联系,两会领导互兼顾问,促进中华商帮组织与国际华商组织加强联系与合作。

(本文根据录音整理)

携手共创徽商品牌

——在“2007 中国国际徽商大会(合肥)·徽商论坛”上的讲演

安徽省人民政府发展研究中心主任 吴克明

各位领导、各位专家、各位微商朋友：

大家好！

新微商是改革开放中形成的、秉承徽文化精华与微商精神、在时代经济中贡献突出的群体。与历史微商相比，新微商已具备区域性品牌的各种要素。我今天谈的微商品牌是市场经济条件下的新微商群体及其活动与现象，她刚刚崭露头角，方兴未艾，需要大力支持，全力打造。

一、微商品牌的兴起

微商品牌适应社会需要，遵循经济规律，开始发展壮大，因素是多方面的。传统微商所孕育并传承至今的商业文化，是时刻存在并持续发生作用的主要因素，对新微商的影响力最大。可以说，没有徽商文化就不会有新微商。

微商品牌兴起与区域文化休戚相关。从区域文化特征看，徽商文化源于徽文化，徽文化源自以“儒学”为主要特征的中华文化。“儒学”是中国传统社会的主流文化，也是“徽文化”的根基。一代代历史微商在长期的商业实践中，逐步形成具有稳定性、持续性、扩散性与再生性的文化特质，主要体现为：开放、诚信、进取、创新、和协。由于文化的独特传承性，新微商的兴起必然受到传统微商文化的影响与制约。在新时期，深受徽商文化影响的企业与企业家，只要具备适宜的生存土壤和理想的发展环境，就会逐步萌芽、成长、壮大，成为新时期有代表性的微商。

微商品牌的兴起有深刻的社会历史背景。经济全球化步伐加快，知识经济时代来临，我国改革开放政策以及“中部崛起”战略的实施，都为微商品牌的发育成长提供了机遇、环境和动力。经济全球化本质是全球经济市场化，市场化把全球各国、各类经济紧密地联系在一起。由于客观形势要求和主观发展需求，我国确立了改革开放的国策。对内改革、对外开放的重要特征就是发展市场经济，使得微商的商业文化有兴起的可能。新时期的改革大潮率先在安徽农村涌动，但由于当时农业的市场化程度相当低下，加之我国最初开放的区域主要是沿海开放地区，所以，那些深受徽商文化影响、具有开拓精神的创业者，在沿海开放地区成长起来，成为新一代微商。随着科技的发展与知识经济的来临，知识要素的作用越来越大，加上我国改革开放领域不断深入，新微商坚持传承与弘扬徽商文化中重文化、重学习、重开拓、重创新的传统，创新潜能空前激发，企业管理能力、市场适应能力和资源运用能力不断增强，这些都极大地推动了安徽本土企业家和企业家群体的形成。

中部崛起政策是重要的促进因素。中部崛起政策的出台,使得安徽多年的“政策洼地”状况得到改善,境内外产业加速转移,使安徽面临前所未有的发展机遇,为新徽商大显身手提供了平台。在 1000 多万外出务工人员中,一部分人已经发展为新徽商,其余的人成为新徽商发展壮大的后备军。

新徽商作出的贡献,加快了地方经济发展步伐,又为徽商品牌兴起提供了广阔平台。当前,安徽经济进入了难得的机遇期,新徽商如能抓住这些机遇,就会发挥自身优势,迅速成长壮大,为打造徽商品牌奠定基础。我们深信,新徽商崛起之时,就是安徽崛起之日。

二、徽商品牌的基本属性

徽商品牌有两种内涵,广义上包括以徽文化为核心的商人群体及与其相联系的经济活动和经济现象;狭义上是指秉承徽商文化的市场主体向社会提供的、能够明显区分的有形和无形资产,包括名称、术语、标记、符号或图案等。

打造徽商品牌,有助于传承徽商文化,培养商业人才,营造创业环境,实现信用价值,提升安徽形象,意义重大而深远。品牌应具有极高的知名度、崇高的声誉和市场领先等基本特征,打造品牌的过程是漫长的,需要一代人,甚至几代人的不懈努力,需要在认知认同、发展战略、经营手段等诸多方面不断调整与适应。

徽商具有明显的品牌价值,表现为六个基本属性:

一是区域性。新徽商的经营地域虽已发生很大变化,但与古徽州乃至安徽这块神奇的土地依然有着千丝万缕的联系,既带着徽商文化的烙印,又富于时代气息和创新精神。目前已具备区域性品牌的各种要素,包括最基本的价值、所带来的利益、属性、个性化条件、深厚的文化底蕴以及品牌使用者。二是历史性。从南宋到清末,徽商经历了萌芽、成长、成熟和衰落的发展周期,虽然只是一个历史现象,却影响了十几代人的思想和行为。在新的历史条件下,新徽商已经渡过萌芽阶段,正在向成长期阶段发展,然后迈向成熟期,再现徽商雄风。三是文化性。徽文化是中华文化的瑰宝,博大精深,滋润哺育着徽商成长,使其具有深厚的文化底蕴,并逐步发展为具有独特经营理念、营销方略和商业道德的“徽商文化”。徽商的长期实践,又极大地丰富和发展了徽文化,两者相互影响,共同发展。徽商这种长期稳定的文化属性,使我们至今仍能认同、传承和发扬光大。四是民族性。徽商源于古徽州,后来成为中华民族商业史的重要组成部分和典型样本,对世界经济史也产生一定影响,其特征显著、内涵丰富的民族品牌,实质上是中华民族智慧的结晶。五是群体性。徽商不仅是一批商人以及企业家,还代表着一种商业现象、商业文化、各种商业活动;不仅是一个单一品牌,还是一个综合性品牌,是一个品牌的体系。六是公共性。徽商是一个公共品牌,不只为商人独有,所有秉承徽商文化精髓的人,都可以共同使用、创造和维护。

三、徽商品牌的核心价值

徽商品牌的核心价值,一方面传承了古徽商的“徽骆驼”“诚信仁义”“和气生财”“崇文济世”等优秀传统精神,同时顺应时代潮流,适应市场需求,融合国际文化,表现为具有鲜明时代特征的新徽商精神。主要体现在以下六个方面:

1. 崇尚学习。古徽商一向有崇尚学习的优良传统,徽商故里“十里之村,不废诵读”的说