

当代学者人文论丛

20

现代泉商产业发展研究

XIANDAIQUANSHANGCHANYEFAZHANYANJIU

◇吕庆华 / 著

光明日报出版社

现代泉商产业发展研究

吕庆华 著

光明日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代泉商产业发展研究 / 吕庆华著. —北京: 光明日报出版社, 2010. 5

(当代学者人文论丛第 21 辑 / 李兰芳主编)

ISBN 978-7-80206-926-8

I. ①现… II. ①吕… III. ①商业经济—经济发展
研究—泉州市 IV. ①F727.573

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 085699 号

当代学者人文论丛第 21 辑·现代泉商产业发展研究

著 者: 吕庆华

责任编辑: 茹新平

版式设计: 莘海琴

责任校对: 徐为正

责任印制: 胡 骑 宋云鹏

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市崇文区珠市口东大街 5 号, 100062

电 话: 010-67078244

传 真: 010-67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E-mail: gmcbs@gmw.cn

法律顾问: 北京昆仑律师事务所陶雷律师

印 刷: 北京振兴源印务有限公司

装 订: 北京振兴源印务有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社发行部联系调换

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

字 数: 364 千字 印 张: 15.25

版 次: 2010 年 5 月北京第 1 版 印 次: 2010 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-80206-926-8

定 价: 300.00 元 (全十册)

版权所有 翻印必究

目 录

第一章 现代泉商产业发展概要	1
第一节 现代泉商的精神内涵与性格特征	1
一、现代泉商的含义	2
二、现代泉商的精神内涵	2
三、现代泉商的性格特征	4
第二节 现代泉商产业发展的成就	5
一、改革开放以来的发展成就	5
二、改革开放以来的发展历程	6
三、借助海内外泉商实力，拓展产业发展空间	8
四、发展产业集群，实施品牌战略	9
五、推动资本运营，发展现代流通	10
第三节 现代泉商产业发展的不足	10
一、简单的产业重建或扩建，产业升级乏力	11
二、泉州模式奇迹不再	11
三、家族治理不利于企业做大做强，职业经理人 难以成长	12

四、企业规模较小，自主创新能力较差	13
五、合作精神不够强	13
第四节 现代泉商产业发展的突破	14
一、创造产业集群优势，促进高端产业发展	14
二、调整和优化产业结构，发展文化创意产业	15
三、注重泉州经济持续发展的外向型因素	16
四、建立现代企业制度，提高泉商的组织化程度	16
五、重视品牌创新的文化因素，实施品牌战略	17
六、超越自我，走向哲商境界	18
附录 世界泉商宣言	20
 第二章 现代泉商的产业集群	22
第一节 产业集群的基本理论	22
一、产业集群的性能	23
二、产业集群的形成条件和形态演化	27
第二节 现代泉商产业集群的经验及发展思路	30
一、现代泉商产业集群的状况	30
二、现代泉商产业集群的主要特征	32
三、现代泉商产业集群的有益经验	33
四、现代泉商产业集群的发展思路	35
第三节 现代泉商主要特色产业集群	37
一、晋江运动鞋产业集群	37
二、石狮服装产业集群	42
三、南安石材产业集群	46
四、安溪铁观音产业集群	49

五、德化陶瓷产业集群	55
 第三章 现代泉商的企业制度	60
第一节 企业制度的基本理论	60
一、制度	61
二、企业制度	64
第二节 现代泉商企业制度发展历程	67
一、现代泉商家族企业的兴起	68
二、股份制改革与上市尝试	69
三、现代企业制度创新与升级	72
第三节 现代泉商企业制度的问题及创新	77
一、现代泉商企业制度存在的问题	77
二、现代泉商企业制度创新的内容	80
三、现代泉商企业制度创新的途径	83
四、现代泉商企业制度创新的企业家作为	86
 第四章 现代泉商的批发业	92
第一节 批发业的基本理论	92
一、批发业和批发市场的特质	93
二、批发业的职能与作用	97
三、批发业的产生与发展	100
第二节 现代泉商县域批发市场的演进	103
一、晋江鞋业批发市场——中国鞋都	104
二、石狮服装批发市场——石狮服装城	106

三、安溪茶叶批发市场——中国茶都·····	109
四、德化陶瓷批发市场——德化陶瓷（虚拟） 商城·····	110
五、惠安石雕批发市场——中国雕艺城·····	112
第三节 现代泉商县域批发市场的创新价值·····	114
一、以流通为先导，充分发挥专业批发市场的 经营职能·····	114
二、批发市场与产业集群的互动发展·····	116
三、批发市场的品牌建设·····	117
四、批发市场与泉商文化的契合性·····	118
五、培育市场主体，寻求海外发展·····	119
六、多元化筹集经营资本·····	121
七、虚拟批发及物流资源整合·····	122
 第五章 现代泉商的零售业 ·····	126
第一节 零售业的基本理论·····	126
一、零售业的性能·····	127
二、零售业态的类型·····	129
三、零售业的演进·····	131
四、零售业演进的基本理论·····	133
第二节 现代泉商零售业的发展状况及竞争环境·····	136
一、现代泉商零售业的发展状况·····	136
二、现代泉商零售业 SWOT 模型分析 ·····	138
第三节 现代泉商零售业的发展对策·····	143
一、现代泉商零售业的发展战略·····	143

二、现代泉商零售业的发展策略·····	147
第四节 现代泉商零售业的发展趋势及突破·····	150
一、运用信息技术改造和提升泉州传统零售业·····	150
二、运用电子商务优化现代泉商零售业结构·····	152
三、鼓励和扶持虚拟商圈的建设与发展·····	153
四、构建和完善县级和农村零售业网点体系·····	155
五、加速现代泉商零售业物流配送体系的建设·····	156
六、促进现代泉商零售业特许经营的新发展·····	157
 第六章 现代泉商的代理业·····	161
第一节 代理商的基本理论·····	161
一、代理商的性能及组织形式·····	162
二、代理商的独立分化及其经济意义·····	166
三、代理商的基础理论·····	167
第二节 现代泉商代理业的历史演进·····	170
一、国外代理商的历史演进·····	170
二、中国代理商的历史演进·····	172
三、现代泉商代理业的历史演进·····	175
第三节 现代泉商代理业的崛起及实践内涵·····	177
一、现代泉商代理业崛起的商帮发展背景·····	177
二、现代泉商代理业的实践内涵·····	179
第四节 现代泉商代理业存在的问题和对策·····	183
一、现代泉商代理业存在的问题·····	184
二、现代泉商代理业的发展对策·····	189

第七章 现代泉商的物流业	196
第一节 物流的基本理论	196
一、物流的含义和活动内容	197
二、物流的相关学说	199
三、现代物流的种类及特点	202
第二节 现代泉商物流业发展的基础条件和制约因素	204
一、现代泉商物流业发展的基础条件	205
二、现代泉商物流的制约因素	210
第三节 现代泉商物流业的建设成就	212
一、运输规模	213
二、港口物流	213
三、物流园区	215
四、物流基地	217
五、物流中心	219
六、配送中心	220
第四节 现代泉商物流业的发展目标及对策建议	221
一、现代泉商物流业的发展动态	221
二、现代泉商物流业的发展目标及趋势	225
三、现代泉商物流业发展的对策建议	227
第八章 现代泉商的电子商务	231
第一节 电子商务的基本理论	231
一、电子商务的内涵及种类	232
二、电子商务产业链	236

三、我国电子商务发展历程·····	239
第二节 现代泉商企业电子商务的崛起、问题及对策·····	242
一、现代泉商企业电子商务的崛起·····	242
二、现代泉商企业电子商务存在的问题·····	249
三、现代泉商企业电子商务的发展对策·····	252
第三节 现代泉商的电子政务支持·····	255
一、电子政务的内涵及进展·····	255
二、泉州电子政务的成绩·····	257
三、泉州电子政务存在的问题·····	261
四、泉州电子政务的发展对策·····	263
 第九章 现代泉商的企业知识资产 ·····	268
第一节 知识资产的基本理论·····	268
一、知识资产的性能·····	269
二、知识资产、知识创新、技术创新、知识产权 之间的关系·····	271
第二节 现代泉商的企业知识创新·····	275
一、现代泉商企业知识创新的优势·····	276
二、现代泉商企业知识创新的现状·····	278
第三节 现代泉商的企业技术创新·····	282
一、现代泉商企业技术创新的主要形式·····	282
二、现代泉商企业技术创新的成就·····	284
三、现代泉商企业技术创新存在的问题·····	287
四、现代泉商企业技术创新的对策·····	291
第四节 现代泉商的企业知识产权·····	296

一、现代泉商企业知识产权的成果·····	296
二、现代泉商企业知识产权的特点·····	302
三、现代泉商企业知识产权工作的不足及对策·····	305

第十章 现代泉商的文化产业 ····· 310

第一节 文化产业的基本理论····· 310

一、文化产业的含义及类型·····	310
二、文化产业的马克思文化生产力理论·····	314
三、文化产业的文化资本理论·····	317

第二节 泉州文化历史资源的产业开发····· 319

一、泉州文化历史资源简介·····	320
二、泉州文化历史资源的传媒产业开发·····	321
三、泉州文化历史资源的艺术产业开发·····	323
四、泉州文化历史资源的旅游产业开发·····	328

第三节 泉州文化智能资源的产业开发····· 334

一、泉州外显文化智能资源的版权产业开发·····	334
二、泉州内隐文化智能资源的创意产业开发·····	338

第四节 泉州文化产业发展的对策思路····· 343

一、加强园区建设,发展泉州文化产业·····	344
二、以文化产业提升泉州传统产业·····	346
三、加强泉州文化产业的台湾连接·····	348

第十一章 现代泉商的品牌创新 ····· 354

第一节 品牌创新的一般规律····· 354

一、品牌性能及经济意义	355
二、品牌创新的一般规律	358
第二节 现代泉商品牌创新的经验	360
一、政府推动及科技创新	361
二、现代泉商创牌雄心	363
三、差异定位	367
四、渠道拓展	368
五、文化营销与聚合营销	370
第三节 现代泉商品牌创新的挑战	374
一、现代泉商品牌的国际拓展	375
二、现代泉商的品牌文化生态建构	376
三、现代泉商的品牌营销方式创新——基于后现代 社会消费文化观	380
三、现代泉商的品牌嵌入营销创新	383
第十二章 现代泉商的商会组织	388
第一节 现代商会组织的性能	388
一、现代商会组织的特质	389
二、当前我国商会组织的形态及职能	392
三、我国商会组织的相关立法	394
第二节 现代泉商商会组织的架构及沿革	396
一、现代泉商商会组织的体制架构	396
二、现代泉商商会组织的地位及影响力	402
三、现代泉商商会组织（工商联）的历史沿革	404
第三节 现代泉商商会组织的特色及困局	409

一、现代泉商商会组织的特色·····	409
二、现代泉商商会组织的困局·····	413
第四节 现代泉商商会组织的突围·····	417
一、强化组织服务功能·····	418
二、提升区域商业整体形象·····	420
三、拓展国际发展空间·····	422
四、整合现代泉商商会组织资源·····	426
 第十三章 现代泉商的社会责任 ·····	429
第一节 企业社会责任的基本理论·····	429
一、企业社会责任的特质及发展历程·····	430
二、企业家承担社会责任的思想基础·····	434
第二节 现代泉商承担社会责任的历程及现状·····	439
一、现代泉商承担社会责任的历程·····	439
二、现代泉商承担社会责任的特点·····	443
三、现代泉商承担企业社会责任的现状·····	447
第三节 现代泉商承担企业社会责任的客观性及动因·····	450
一、现代泉商承担社会责任的客观性·····	451
二、现代泉商承担企业社会责任的动因·····	454
第四节 现代泉商承担社会责任存在的问题及对策·····	458
一、现代泉商承担社会责任存在的问题·····	458
二、提升现代泉商承担社会责任能力的对策·····	462
 后 记 ·····	468

第一章 现代泉商产业发展概要

商帮是指以地缘关系为基础的，由亲缘组织扩展开来的商人组织。改革开放（1978 年）以来，中国涌现出新鲁商、新苏商、新浙商、新闽商、新粤商等五大现代商帮。进入 21 世纪，福建率先关注新闽商理论与实践问题。2004 年，福建省成功举办了首届世界闽商大会，2007 年又举办了第二届世界闽商大会，大会发表了《闽商宣言》，并决定今后每三年举办一届。本章第一节探讨现代泉商的精神内涵与性格特征，第二节介绍现代泉商产业发展的成就，第三节分析现代泉商产业发展的不足，第四节研究现代泉商产业发展的突破。

第一节 现代泉商的精神内涵与性格特征

现代泉商是现代泉州商帮的简称，是现代闽商最具影响力的组成部分。近年来，泉州各界高度重视现代泉商的实践发展与理论研究。2010 年 2 月 28 日，首届世界泉商大会在泉州召开，会议发表

了《世界泉商宣言》(参见本章附录)。24个国家和地区的1200多名海内外泉籍乡亲出席了会议,其中海外代表600多人,港澳台代表300多人。目前,海内外泉籍乡贤在家乡的投资超过百亿美元,公益捐助超过80亿元人民币。

一、现代泉商的含义

现代泉商是指改革开放(1978年)后成长起来的泉州商帮,主要由两部分构成。一是本土现代泉商。即根植于泉州、土生土长的泉商,他们在推动泉州经济发展的同时,向大陆其他地区扩展,并大力实施“走出去”发展战略,向海外投资。目前,泉州企业分别在香港、新加坡、韩国、马来西亚和美国等地上市。其中,香港股市成为泉州企业境外上市的最大热门。目前,泉州有近20家企业登陆香港股市,约占全省的1/3,融资总规模超过100亿港元,市值超过1000亿港元,涌现出恒安国际、安踏体育、中国利郎等一批优质企业。二是海外现代泉商。指居住境外或国外的从事工商活动的泉籍华侨华人。据统计,海外华侨华人达3000多万人,其中来自福建的达1200多万人,泉州地区高达700多万人。他们投身工商事业,积累了大量财富,为当地的社会经济发展作出了重大贡献;泉籍港澳台同胞,在改革开放初期,通过“三来一补”加工贸易投资,为福建乃至大陆的经济的发展作出了重大贡献。

二、现代泉商的精神内涵

中国最早从事海外贸易的当数泉商。泉州地处福建省东南部,与台湾隔海相望,枕山面海。泉州土地稀少,人口稠密却又海域辽阔,总面积11360平方公里,这使得泉州人只能向大海谋求生存

发展。

从唐代至元朝，泉州“刺桐港”一直是中国主要对外贸易港口，是古代“海上丝绸之路”的起点。大约 11 世纪，泉州商人就已频频出没于高丽的港口，公元 1012—1192 年间，宋商人“因贾（商）船至者”共百余次，人数达 4500 余名，其中以泉州客商居多。据《高丽史》记载，从公元 1015—1090 年相继到达高丽的泉州商船就有 19 起。泉州商人有往海南岛、安南、占城贸易的传统，与印度半岛的贸易也很频繁，甚至到达印度西海岸。

明代谢肇淛《五杂俎》中写到：东则朝鲜，东南则琉球、吕宋，南则安南、占城，西南则满刺迦、暹罗，彼此互市，若比邻然。日本广岛发现明代泉州船舶的旗帜，记录了一个名叫蔡福的泉州人与日本开展民间贸易的历程，这是目前发现的泉州人与外国人做生意最早的一个广告招牌。除了海外通商贸易外，泉州人也对全国各地大量渗透，大江南北到处可见泉商的身影。清代时，仅苏州一地就有泉州商人上千人。

泉州商人长期置身于海洋文化的惊涛骇浪中，从来处变不惊，爱拼敢赢，并获得顽强的生存能力。现代泉商精神就是一种敢想敢干、敢为人先的精神；一种务实求实、敬业乐业的精神；一种百折不挠、永不言败的精神。泉商精神在特殊的地理环境中，历经 2 千年的历史洗礼而逐渐形成，其表现形式丰富多彩。

另外，由于远离中原文化区，泉商受中原传统重农抑商观念的影响相对较弱，与传统农业区商人相比，现代泉商精神具有迥异的内涵特征，如工商致富、以商为荣的观念，义利合一、道义与功利统一的理念，依据时事经权达变的工作方法。

三、现代泉商的性格特征

闽商从唐宋开始活跃在海外贸易活动中，至明清之崛起与兴盛，在这一过程中，福建特殊的地域环境与历史条件孕育了福建文化的特质，同时也促成闽商固有的性格特征。泉州人自强不息，坚忍不拔，团结进取，爱拼敢赢的精神，以及充满灵性的经商头脑和渗透于血液中的市场意识，使他们成为市场经济大潮中一股不可或缺的力量。而泉商正是闽商的主体，是闽商群体的杰出代表，其性格特征主要表现为以下四个方面。

1. 重商务实观念。早期福建人民缘于生计被迫入海从事贸易，明清时期，商品经济的发展对包括泉州在内的福建沿海一带人的价值观念造成了冲击，他们从业观念上不再局限于农业，重商逐利更为人们所崇尚，形成宋人所言“只博黄金不博诗”重商务实的典型商业观。

2. 开拓拼搏精神。缘于宋元时期海外贸易与明清时期犯禁下海走私的传统，以泉州商人为主体的闽商更富于“爱拼敢赢”的商业冒险精神。因此，泉商普遍信奉“三分天注定、七分靠打拼”，崇尚“少年不打拼、老来无名声”，“三分本事七分胆”，更具开放和向外开拓意识。

3. 恋祖爱乡情结。移民的传统使福建人民更重视血缘与地缘的关系，在商业经营中习惯于以血缘与地缘为纽带组建商业网络，采取家族经营模式发展壮大企业。同时，在事业有成后，乐于回馈桑梓，致力于家乡建设。

4. 兼容并蓄心态。福建文化由古越族文化与中原汉族文化融合而成。泉州地处东南沿海，无论是宋元时期的“海上丝绸之路”