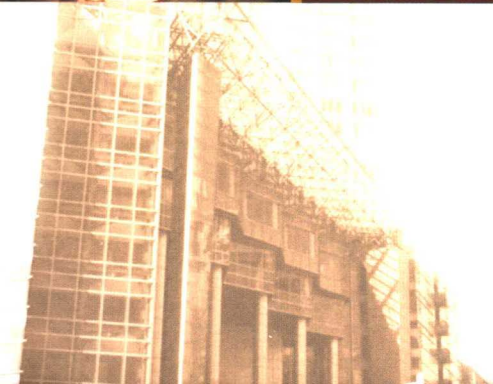


浙商 转型研究

吕福新 主编



*THE STUDY OF
ZHEJIANG BUSINESSMEN
TRANSFORMATION*



中国发展出版社

浙江省社会科学重点研究基地——浙江工商大学浙商研究中心



学术前沿文丛

THE STUDY OF
ZHEJIANG BUSINESSMEN
TRANSFORMATION

浙商 转型研究

吕福新 主编

中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

浙商转型研究/吕福新主编. —北京: 中国发展出版社, 2006.12

ISBN 7-80087-985-2

I. 浙… II. 吕… III. 商业经营-研究-浙江省
IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 141590 号

书 名: 浙商转型研究

著作责任者: 吕福新 主编

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 7-80087-985-2 / F·601

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京宏伟双华印刷有限公司

开 本: 670×990mm 1/16

印 张: 16.25

字 数: 266 千字

版 次: 2006 年 12 月第 1 版

印 次: 2006 年 12 月第 1 次印刷

定 价: 30.00 元

咨 询 电 话: (010) 68990642 68990692

购 书 热 线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn>

电 子 邮 件: fazhan@drc.gov.cn

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

序

浙商是中国现代第一商人群体，具有“疾虚妄、倡实践”，以及“义利并举”和“工商兼本”的文化传统，更有个人和众人自发自主的文化特质，因此在改革开放的环境和条件下迅速崛起，如雨后春笋般地涌现与成长。据估计，国内省外的浙商有400多万人，国外的浙商有100多万人，加上省内的浙商总共不会少于1000万人。正是浙商创造了浙江的经济奇迹，使一个资源小省很快发展成为经济大省。浙江的国土面积只占全国的1%左右，人口不足全国的4%，人均资源综合指数居全国倒数第三，而生产总值迅速从全国第12位跃居第4位，而且已经连续7年稳居这一位次，人均生产总值高出全国平均水平近1倍，名列全国各省区第1位，人均可支配收入也多年居全国各省区第1位。于是，浙商也就被称为当今中国第一财富制造商。

浙商是真正的民商，不仅独立于政府、区别于“官商”，而且不依赖外资、不投靠外商。浙江省的企业有95%是个私企业。在浙江进入全国百强县的30个县（市、区）中，绝大多数县（市、区）民营经济占生产总值的比重超过80%，占工业总产值的比重超过90%。民商是最具市场适应性和创造力的，是市场经济的真正主体。更何况，浙商除了具有敏锐的市场感知和快速的市场反应外，还具有“敢为性”，充满活力和创造性，这正是浙江经济富有魅力和惹人关注的根本原因所在。目前，浙商不仅备受国内新闻和理论界关注，而且也受到国外新闻和理论界关注。美国斯隆管理学院学者黄亚生在英国《金融时报》（2006年10月9日）上发表题为“浙江私营企业家乃中国之榜样”的文章。

作为中国真正的民商，浙商具有广泛的国民性，他们主要是来自

于广大农民，出于本性和本能，为了生存和脱贫致富，带着一身乡土气，用简朴甚至是老土的方法开始经商和办企业，极具“草根性”。同时，浙商的“功利性”比较强，普遍追求利润最大化，“炒股”、“炒房”、“炒煤”和“炒矿”等充分体现了这一点。正是浙商的“功利性”加上“草根性”，还有鲜明和突出的“务实性”，决定了其市场经济行为的初级性：文明程度较低，主要从事技术水平较低的传统产业，资本和企业规模较小，家族化管理色彩较浓，经营和产品同质化明显，资源消耗和环境污染比较严重，社会信用、信誉和形象常遭质疑，特别是早期的假冒伪劣问题比较突出。这是浙商成长和发展过程中的历史局限。

浙商是一个高度开放的商人群体，贸易和经营活动的国际化程度比较高，与国际经济的联系比较广泛，受国际环境和经济全球化的影响比较大，与国外企业直接和间接的联系比较多。在经济全球化的时代和环境条件下，商业规则和伦理标准趋于统一，这使发展水平还比较低的浙商面临巨大的压力与挑战，比如反倾销和社会责任问题等。此外，中国不仅要反映当今时代的特性与要求，而且要传承和弘扬自己民族的优秀传统文化，因此确立了科学发展观，提出建设和谐社会的伟大构想与目标，这也对走在市场经济前沿的浙商提出很高的要求。香港《镜报》2006年10月号发表谭中题为“中国外交内政应该‘文明挂帅’”的文章，该文指出，西方文明追求“强力”，提倡“优胜劣汰”，它必将产生“文明冲突”——实质是利益冲突。而与市场经济天然吻合的西方文明，已经被实行市场经济的中国所内化，当然也被浙商所内化。在面对“狼”的竞争威胁时，作为弱小的“羊”，规模小和实力弱的浙商和中国企业，自然要使自己强大起来，甚至变成“狼”。但是，“狼虎争斗”和“文明冲突”，往往会导致灾难，产生野蛮和破坏文明，这是有悖全人类的要求，更是有悖中国的文化传统。所以，谭中强调中国传统的道德文明。其实，受文化基因的规定、约束与影响，中国不可能真正成为“狼”。虽然企业不同于国家和民族，但也不可能不受国家和民族文化传统的影响，不应该不传承、利用和发扬优秀传统文化。于是，浙商与中国其他商人群体及企业就面临双重任务，

既要使自己变得强大，在竞争中生存与发展，又要使自己变得文明，以创造和推进社会和谐乃至世界和谐。这是前所未有的挑战，浙商首当其冲。当然，这也是极好的机遇。所以，浙商首先应该实施和完成转型与提升。转型与提升是浙商当前和今后一个时期的中心任务。

“浙商转型”是一个很大的课题，其目标是肯定与坚持个人和众人自发自主，提高自主能力，形成和发展自发的社会关系尤其是契约关系的基础上，加强制度建设和文化建设，扩展制度相关与伦理相关，提高整体的文明水平，营造、实现和发展“和合”。所以，从“个众”主体性向“合众”主体性转型，是浙商转型的主题或主旨。浙商进行转型和提升是有基础和条件的，这不仅因为浙商具有“义利并举”的文化传统，而且具有敢为天下先的精神。别人还在犹豫时，浙商已经在行动。在第一轮改革大潮中，浙商就创造了许多全国第一：第一批个体工商户，第一批私营企业，第一批专业市场，第一座中国农民城，第一个股份合作制企业，第一家私人包机公司，第一个海外专业市场等。浙商会继续进取、创新和超越，还将创造许多新的第一，使自己提升到一个新的水平与高度。浙江省社会科学重点研究基地——浙江工商大学浙商研究中心，首次启动关于浙商转型的研究，内容包括主体转型、架构转型与实务转型，基本涵盖浙商转型的整个范围，但又是粗线条和初步的。但有了第一步，就容易迈出第二步和第三步，我们准备继续深入和广泛地展开对浙商转型的研究。

浙江工商大学浙商研究中心主任

研究员 博导

吕福新

2006年12月

本书作者简介

- 吕福新 男 1950 年 3 月生 教授 博士
主要研究企业家、企业产权组织和企业领导的理论与实践
- 盛 亚 男 1959 年 5 月生 教授 博士
主要研究企业创新战略、技术创新及其扩期、新产品营销
- 肖余春 男 1962 年 11 月生 教授 博士
主要研究组织行为学、企业管理
- 吕筱萍 女 1961 年 2 月生 教授 硕士
主要研究营销管理与企业管理、数量经济
- 李靖华 男 1970 年 11 月生 副教授 博士
主要研究技术创新管理
- 缪仁炳 男 1971 年 5 月生 副教授 博士
主要研究人力资源管理
- 向 荣 男 1973 年 4 月生 副教授 硕士（在读博士）
主要研究企业战略与竞争力、民营企业成长
- 范 钧 男 1974 年 2 月生 副教授 硕士（在读博士）
主要研究市场营销、企业管理
- 余 琛 女 1974 年 10 月生 讲师 博士
主要研究人力资源管理
- 金杨华 男 1976 年 11 月生 副教授 博士
主要研究人力资源管理、工业与组织心理学
- 俞荣建 男 1975 年 11 月生 讲师 硕士（在读博士）
主要研究薪酬与绩效管理、组织变革与职务管理
- 易开刚 男 1973 年 10 月生 副教授 硕士（在读博士）
主要研究营销管理、经济伦理

- 黎 常 男 1972 年 11 月生 讲师 硕士（在读博士）
主要研究企业国际化发展、跨国人力资源管理、绩效管理
- 姚丽霞 女 1976 年 8 月生 讲师 硕士
主要研究组织行为、知识管理、虚拟团队
- 项国鹏 男 1975 年 9 月生 副教授 博士
主要研究企业家与战略管理、变革管理、知识管理
- 沈 青 女 1964 年 9 月生 副教授 硕士
主要研究企业管理、企业公共活动的理论与实践
- 吴小钢 男 1960 年 11 月生 副教授 硕士
主要研究方向投资决策与评估
- 胡洪力 男 1973 年 10 月生 讲师 博士
主要研究方向为产业制度创新、企业绩效评估

目 录

第一篇 主体转型

论浙商的“个众”特性——具有中国意义的主体性分析·····	(3)
论浙商从“个众”到“合众”的转型——具有中国意义的企业 主体性转变分析·····	(12)
浙商从经营企业家向战略企业家的转型·····	(23)
转型期浙商与职业经理人之间契约的研究·····	(50)
浙商转型背景中的人力资源主体性管理——基于主体性学说的 思考·····	(59)
浙商转型期团队结构与团队效能关系的初步研究·····	(72)
试论浙商形象的转变和提升·····	(79)

第二篇 架构转型

从文化视角看浙商创业特征与转型路径·····	(95)
国际化视角下的浙商创业行为转型——创业模式与策略·····	(103)
区域经济发展环境与浙商战略转型研究——基于 IMD 对浙江省的 实证·····	(111)

浙商发展战略的转型	(124)
浙江家族企业制度转型的路径选择	(145)
论不同时空下浙商伦理转型的方向	(157)
基于组织学习的国际合资企业关系资本构建研究——以西子奥的 斯公司为例	(167)

第三篇 实务转型

浙江制造业技术能力水平测度及其比较研究	(181)
浙商技术转型的模式及其路径选择	(196)
对浙商产业转型的思考	(205)
对浙商服务转型的思考	(210)
浙江村镇产业发展与批发交易市场的关系探索	(214)
浙商外迁：动态趋势、原因探究与理性认识	(220)
共生视角的集群企业迁移对合作营销的影响维度分析	(229)
浙江民营企业在招聘和选拔中如何突破“三缘”局限	(240)

第一篇

主体转型

- 论浙商的“个众”特性——具有中国意义的主体性分析
- 论浙商从“个众”到“合众”的转型——具有中国意义的企业主体性转变分析
- 浙商从经营企业家向战略企业家的转型
- 转型期浙商与职业经理人之间契约的研究
- 浙商转型背景中的人力资源主体性管理——基于主体性学说的思考
- 浙商转型期团队结构与团队效能关系的初步研究
- 试论浙商形象的转变和提升

论浙商的“个众”特性

——具有中国意义的主体性分析

吕福新

【摘 要】浙商是具有世界影响的中国现代商人群体，具有体现市场经济原发性和国民性的“个众”特性，研究浙商具有普遍性、代表性、典型性和方向性的意义。浙商既是市场主体，又是社会主体，需要对其进行主体性分析。浙商“个众”的主体性，一方面既是个人独立自主，又是众人自发自主，具有“个众”的自主性，包括功利性、务实性、敢为性、资本性、开放性和包容性、大众性和草根性、吃苦性和坚忍性等及其相互联系；另一方面是“个众”的相关性，主要包括契约相关性和伦理相关性，也包括地缘相关性和亲缘相关性等。独立自主性与契约相关性的统一形成典型的市场主体性，而与伦理相关性以及地缘和亲缘相关性的统一则形成特殊的社会主体性。浙商的“个众”主体具有对市场获利机会的敏锐性和竞争性，以及个性与共性、刚性与柔性统一的“方圆”特性。

【关键词】浙商；“个众”特性；中国意义；主体性分析

浙商是具有世界影响的中国现代第一商人群体，随着改革开放而产生和兴起，体现市场经济的原发性，是典型的“民商”，具有国民性和中国的代表性，可以概括为“个众”特性。浙商的“个众”特性，对中国具有一般的意义，需要进行主体性分析。

一、个人独立自主

浙商就个体或个人而言，主要是指各个商人和老板及其企业，他们都

是以个人的独立自主为基础和根本的。浙江的思想文化传统是重视个体的生活实践，通过个体的生活实践将内在道德表达于生活世界本身（董平，2005）。

“个人自主性”，是浙商内在的根本属性，是浙商的“基点”，在这个根本属性和基点上产生出一系列的特性。首先，是“功利性”。个体作为自然人，必定有其本能的功利性规定及要求，但只有独立自主，其功利性才会自发地表现出来。不然，功利性就会受到扼制。功利性是体现人之生存和发展本能的内在动机属性及倾向。浙商的功利属性比较突出，“炒股”、“炒房”、“炒煤”和“炒矿”等突出地体现了浙商的功利性；其次，是“务实性”。务实性是为人处事的态度和行为属性，是浙商的显著特点。浙商既具有“疾虚妄、倡实践”的思想文化传统，更有干实事、讲实效的社会经济行为特性。浙商不讲或很少讲空话，不唱或很少唱高调，不图或很少图虚名，不赶或很少赶热闹，不出或很少出风头等；第三，是“敢为性”。浙商不仅具有思想解放、观念解构和经纶实务的思想文化传统，更有敢作敢为和敢为天下先的精神与行动。别人还在犹豫时，浙商已经在行动。在第一轮改革大潮中，浙商就创造了许多全国第一：第一批个体工商户，第一批私营企业，第一批专业市场，第一座中国农民城，第一个股份合作制企业，第一家私人包机公司，第一个海外专业市场等。还有，科索沃战争硝烟未散，浙商就冒着炮火把生意做到了南联盟；美国的战机尚在阿富汗上空盘旋，浙商已经把装满商品的集装箱运到了卡布尔等（何福清等编，2003）。另外，浙商率先开创中国民营汽车和民间金融事业，率先开创民间投资基础设施和公共事业，率先开创民营企业收购兼并国有和集体企业，率先开创民营企业海外上市等。

“个人自主性”突出地表现为“资本性”。个人要在市场经济中独立和自主，就必须拥有资本。资本不仅体现人的功利性，而且反映浙商的务实性，它是人们进行市场经济活动最基本和最坚实的手段与条件。不会创造、掌握和运用资本，在市场经济中的事业就可能付之东流。中国曾有许多门户网站的网络英雄们纷纷被资本抛弃，就是证明。资本性是人对手段或条件的占有和利用以及价值增值的关系与行为属性。浙商具有比较强烈的资本性，努力追求资本，牢固掌控资本，有效运用资本，不断增值资本。

个人的“自主性”、“功利性”和“资本性”，是“民商”的基本属性，是市场经济主体的根本属性，是市场经济的共同基础与基本根据，决定市

市场经济发展的内在根本动力。这说明浙商对中国市场经济的发展具有根本和普遍的意义。其他许多地方的商人往往缺乏独立性和自主性，或者依附于政府及其有关部门，或者依附于外来的资本和企业，缺乏民商的本质属性，形成“官商”和“买办”。而“官商”和“买办”是缺乏发展的自身基础和内在动力的，尽管在我国有比较广泛的存在，但是对中国市场经济的发展缺乏根本的意义。正如新加坡《联合早报》2006年7月4日发表的郑永年关于“‘浙江模式’值得深思”的文章中所说的，在中国沿海从珠江三角洲到长江三角洲再到京津唐和渤海湾地区的很多地方，经济发展的主动力来自外部资本。尽管外来资本的确推动着当地经济的发展，但也正在滋生越来越多的问题。而浙江的民营经济所释放出来的巨大能量已经构成了浙江经济发展的主动力。浙江民营经济所包含的内涵是深刻的。它首先是一种内生型发展，发展的动力来自内部。浙江经济基于民营资本之上，技术创新能力比其他地区要高出很多，劳工状况远较其他地区好，与政府和社会的关系既是独立的，又容易协调。浙江模式对中国未来的发展应当说具有方向性的意义。

浙商独立自主所表现的“务实性”和“敢为性”，在体现民商的根本属性的基础上，反映浙商作为民商的代表性或典型性。只有真正的民商，才是务实的和敢为的。依靠外资的结果往往是，资本进来了，先进的技术不一定进来，本国或本地的技术不一定能够提高。郑永年的文章中还说，高密度的外资严重地制约着本土企业的发展和科技创新。在近年，数量巨大的外资也在制造着经济的泡沫成分。浙江的民营经济不仅其资本来自内部，而且其市场也是以国内为主。这种满足内部市场为主体的发展模式对于整个国家的发展是非常有利的，同时这种模式要比出口导向更稳定和更具有可持续性，因为它更能承受外部国际市场的冲击。浙商主要从事与人民群众的生活密切相关的传统产业，也是其务实性的突出体现，也正因为如此，浙江经济的发展更具有稳定性。浙商的功利性和务实性，虽然有过头一些劣迹，如20世纪80年代一些浙商生产和销售假货的问题比较严重，但是客观环境和条件变了，其务实的内容、手段和方式也跟着改变，加上其进取性和敢为性，决定其不断的创新和进步，所以其优势在继续发展。

二、众人自发自主

浙商的自主性不只是个人的自主性，也不是少数人的自主性，而更是众人的自主性。据估计，在国内省外的浙商有400多万人，在国外的浙商

有 100 多万人，加上省内的浙商总共不会少于 1000 万人。浙江省的企业有 95% 是个私企业。到 2004 年底，在浙江的 84.34 万家工业企业中，个私企业达到 79.32 万家，占全部工业企业的比重为 94.0%（张仁寿等，2006）。浙江个私企业的数量不断增加，特别是在服务业中个私企业的比重更高。浙江省个私经济注册资本、经济总产值、销售总额、社会消费品零售额、出口创汇额、上市公司户数等 6 项指标均居全国第一。这决定浙江经济是真正的民营经济，是老百姓经济或民众经济，体现出充分的“民众性”或“大众性”。国外一些学者和媒体在比较中国经济与印度经济后得出结论说，印度经济比中国经济更具有优势、更可持续和更有发展前途。其理由除了认为印度依法治国，建立了民主制度，金融体系相对稳健，以及教育和潜在的人力资源外，主要是认为印度的企业是民营的。虽然印度涌现出了一批世界顶尖的公司，从软件行业的信息系统技术公司、制药领域的兰巴克西公司、经营汽车零部件的巴贾杰公司再到汽车装配行业的马亨德拉公司等，但这是少数精英分子创办和经营的，而多数印度国民却处在被奴役和贫困之中。浙商的众人自主性所体现的国民性，以及开始形成和在经济环境改善后得以更大发展的优势，是印度无法比拟的。不仅如此，浙商的众人自主性，尽管是原始的或基础性的，但也反映马克思在《共产党宣言》中所说的“每个人的自由发展是一切人的自由发展的条件”。这更突显浙商对于中国经济和社会发展的方向性和代表性意义。

浙商的“众人自主性”决定其具有“开放性”。众多个人都独立自主地开展经商和办企业，加上浙江省是人口多资源少，个子不高脚步快，力气不大脑子灵，再加上浙商的功利性、务实性和敢为性，这就决定浙江商人走南闯北，四处安身，天涯海角，四海为家。与“开放性”相辅相成的是“包容性”，浙江和浙商的包容性比较强。正是“开放性”和“包容性”决定浙商是广义的、动态的，既是在浙江省范围内的商人群体包括在浙江落地生根的外籍浙江商人，也是在全国和世界各地的浙江籍浙江商人。这就使浙商对中国经济以及在国际市场的影响很大。

浙商的“众人自主性”和“民众性”，是基于现实的。在中国改革开放之初，浙商主要来自于农民，农业联产承包制把大批农民从土地上解放出来，在环境和条件比较差的地方或情况下，受传统的影响和出自于本能，为了生存和脱贫致富，带着一身乡土气，用简朴甚至是古老的方法开始经商和办企业，即具有“草根性”。很多浙商是出身于泥水匠、打铁匠、修鞋匠、理发匠，养鸡农、养鸭农、养蜂农等，他们收鸡毛、收鸭毛、收

废旧物品，卖布料、卖五金、卖作业本，卖什么的都有。数百万连普通话都不会讲、讲不好的浙江农民到全国各地经商，凡有城镇的地方都有浙江商人，他们从事各种别人瞧不起的艰苦行当，弹棉花的、补鞋的、做裁缝的、理发的，还有养鸭、养蜂，买卖塑料制品和收购鸭鹅羽毛，回收含银废料、废液和废旧钢锯条等。20世纪60年代末，温州等地的一些乡村就有一半以上的劳动力外出跑买卖和做手艺。“缙云鸭农走天下”，“江山养蜂遍神州”，仙居农民从全国各地乃至越南、俄罗斯回收含银废料废液，一年加工交易白银500吨，相当于全国白银产量的1/4（何福清等编，2003）。每一件事都是成千上万的人在做。浙商的“大众性”与“草根性”，是高度现实相关的，“大众性”源于“草根性”，“天涯何处无芳草”。草根是“遍地皆是”的同义词”，既遍地撒落又遍地“扎堆”。浙商创造了遍地开花的经济（刘彦欣等编，2005）。

浙商的“草根性”决定和表现为“吃苦性”与“坚忍性”。可以说，浙商是什么苦都能吃，什么脏活、累活都肯干。浙商开始时往往既当老板，又是营销员，有的还是生产技术员，是会计和出纳，背着自制或购买来的商品四处推销，常常与工人一起在狭小的工棚里研制和生产产品，每天工作十多个小时。“白天当老板，晚上睡地板”就是对浙商的一种生动写照。很多浙商即使是企业做大了，财富多了，但仍然能吃苦，甚至愿意吃苦。一些资产上千万或上亿的浙商，在扩大生产上是一掷千金，而在自己的出差开支上却是精打细算甚至抠门小气，穿戴一般都简单朴素。浙商能吃苦，以及面对艰难和困苦的坚忍不拔，充分体现浙商的“坚忍性”。浙商的“吃苦性”和“坚忍性”，对于其他地区的中国人也具有深刻的启示意义。新加坡《联合早报》2006年7月28日发表杜平题为“中国之阴，中国之阳”的文章说，从石景山驾车前往郊县房山区，看到的是整个中国的缩影：“从五环路绕到高速公路，路面质量已经超出了我所熟悉的欧洲公路，各种款式的汽车欢快地承载着已经富裕起来的阶层。但是，道路两边，干裂的农田、灰蒙蒙的村庄和满眼皆是的废料与垃圾，却在不断提醒路人，虽然繁华的市区就在身后，但感觉上已经显得非常遥远。”这种巨大的反差正是中国的写照，也正是给我们所有的中国人尤其是富裕起来的那部分中国人以强烈的警示：就总体来说中国还比较落后，现代化的路还很长，我们应长期保持“吃苦性”和“坚忍性”以及艰苦奋斗的作风。

浙商的“功利性”和“务实性”，以及“大众性”和“草根性”，决定其具有“模仿性”。“功利性”和“务实性”决定许多人不会采取冒很大风