

XUENHUI
YU GE E DI

学会与各地 商人做生意

——◎侯景坤 编著

如何与北京商人、广东商人、上海商人、河南商人、香港商人、温州商人、石狮商人、东北商人、安徽商人、宁波商人、西安商人、武汉商人、山东商人、四川商人等各地商人做生意……

SHANGREN 西苑出版社
ZUOSHENG YI

XUEHUI
YU GEGE DI

学会与各地 商人做生意

----- ©侯景坤 编著

SHANGREN 西苑出版社
ZUOSHENGYI

图书在版编目 (CIP) 数据

学会与各地商人做生意/侯景坤编著. —北京:
西苑出版社, 2006. 8
ISBN 7-80210-092-5

I. 学... II. 侯... III. 商业经营—研究—中国
IV. F72

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 083612 号

学会与各地商人做生意

编 者 侯景坤

出版发行 **西苑出版社**

通讯地址 北京市海淀区阜石路 15 号 邮政编码: 100039

电 话: 010-68214971 传 真: 010-68247120

网 址 www.xycbs.com E-mail: aaa@xycbs.com

印 刷 三河国英印务有限公司

经 销 全国新华书店

开 本 787mm × 1092mm 1/16

字 数 205 千字

印 张 13.75

版 次 2006 年 9 月第 1 版

印 次 2006 年 9 月河北第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-80210-092-5/F · 05

定 价 28.00 元

(凡西苑版图书如有缺漏页、残破等质量问题, 本社邮购部负责调换)

版权所有 翻印必究

目 录

引言 地域文化与商人性格	001
个性问题	001
商性问题	002
中国人的商性	004
商性和个性的联系	005
商性的发展趋势	006
一、如何与北京商人做生意	007
北京商人印象	007
北京商人的性格特征	009
1. 最爱“侃大山”	009
2. 关注政治	010
3. 自身素质高，充满“文化气息”	011
4. 勤劳务实，待人坦诚	013
5. 富有人情味	014
6. 少用广告	016
如何与北京商人打交道	018

二、如何与广东商人做生意 020

广东商人印象 020

广东商人的性格特征 022

1. 赚钱第一 022

2. 重商轻政 023

3. 注重外表，喜欢自夸 024

4. 敢于标新立异 027

5. 迷信色彩浓重 029

如何与广东商人打交道 031

三、如何与上海商人做生意 033

上海商人印象 033

上海商人的性格特征 035

1. 善于精打细算 035

2. 勇于竞争 036

3. 商战能手 038

4. 自负自傲 040

5. 遵纪守法，契约意识强 042

如何与上海商人打交道 043

四、如何与温州商人做生意 045

温州商人印象 045

温州商人的性格特征 047

1. 从小处着手 047

2. 推销手段高明 048

3. 眼光敏锐 050

4. 四海为家 052

如何与温州商人打交道 053

五、如何与石狮商人做生意 055

石狮商人印象 055

石狮商人的性格特征 056

1. 市场意识超前 056

2. “商念”执著 060

3. 借“侨”生财 062

4. 以服装取胜 064

如何与石狮商人打交道 065

六、如何与闽南商人做生意 067

闽南商人印象 067

闽南商人的性格特征 069

1. 市场经济意识强烈 069

2. 天生喜欢创业 072

3. 算度精深 075

如何与闽南商人打交道 079

七、如何与东北商人做生意 081

东北商人印象 081

东北商人的性格特征 083

1. 脾气暴躁 083

2. 耿直豪爽 085

3. 无酒不成商 087

4. “义”字当头 089

如何与东北商人打交道 091

八、如何与安徽商人做生意 093

安徽商人印象 093

安徽商人的性格特征	094
1. 徽商好儒	094
2. 小农意识较强	097
3. 以诚信为本	100
4. 广结善缘	102
如何与安徽商人打交道	104
九、如何与山西商人做生意	106
山西商人印象	106
山西商人的性格特征	108
1. 勤俭吃苦	108
2. 崇信尚义	111
3. 自立自强	113
4. 追求薄利多销	116
5. 善抓信息	117
如何与山西商人打交道	120
十、如何与宁波商人做生意	122
宁波商人印象	122
宁波商人的性格特征	124
1. 敢为天下先	124
2. 灵活善变	127
3. 以服务取胜	129
4. 不冒险赚钱	131
如何与宁波商人打交道	133
十一、如何与西安商人做生意	135
西安商人印象	135
西安商人的性格特征	137
1. 善于捕捉商机	137

2. 孤注一掷，敢于冒险	140
3. 自尊自负	143
如何与西安商人打交道	144

十二、如何与武汉商人做生意 146

武汉商人印象	146
武汉商人的性格特征	148
1. 永不服输	148
2. 翻新花样创商机	150
3. 重人情面子	153
如何与武汉商人打交道	155

十三、如何与杭州商人做生意 157

杭州商人印象	157
杭州商人的性格特征	159
1. 好走上层路线	159
2. 讲究和气生财	161
3. 固守思想浓厚	164
如何与杭州商人打交道	166

十四、如何与山东商人做生意 168

山东商人印象	168
山东商人的性格特征	170
1. 吃苦耐劳	170
2. 务实精神十足	172
3. 注重团队合作	174
4. 缺乏商业意识	174
如何与山东商人打交道	176

十五、如何与河南商人做生意 178

河南商人印象	178
--------	-----

河南商人的性格特征	180
1. 精于商战	180
2. 勇于挑战	182
3. 家园意识强烈	185
4. 小富即安	186
如何与河南商人打交道	188

十六、如何与香港商人做生意 189

香港商人印象	189
香港商人的性格特征	191
1. 适应性强	191
2. 勇于拼搏	193
3. 敢于制造悬念	196
4. 会享受	199
如何与香港商人打交道	200

十七、如何与四川商人做生意 202

四川商人印象	202
四川商人的性格特征	204
1. “中庸”之道	204
2. 韧性十足	205
3. 胆略过人	208
4. 不善进攻	210
如何与四川商人打交道	212

YINYAN

引言 地域文化与商人性格

DIYU WENHUA YU SHANGREN XINGGE



个性问题

每个人都拥有自己的个性。哲学家在论述人性的普遍性时也毫不掩饰这样一个结论：世界上没有两片相同的树叶，人类也是一样。关于人的个性问题在日常生活或各种各样的故事之中我们都不难了解；而一个群体的个性，似乎在我们的头脑中也不难形成概念。

《天方夜谭》中曾经讲有这样一个故事，一位阿拉伯人的头巾被人偷去了，出乎人们意料的是他并没有追寻小偷，而是立刻来到了部落的墓地，并坐在了入口处。感到奇怪的人们上前询问，为什么不去抓小偷，这个阿拉伯人十分肯定地说：“是的，我想这样可以找到他。他最后肯定会来这里的！”

如果我们做这样的结论似乎与故事的本意背道而驰，然而抛弃形而上的哲学思考，从故事本身也不难发现这样一个事实：如同美国人类学专家亚瑟·亨·史密斯所认为的，东方民族拥有消极等待的个性。

如果因为感到饥饿就走上街头高喊“面包，否则就流血”，这在东方人看来有时是不可思议的，他们只会静静地等待，等待政府的救济。

个性的不同是由于文化的差异，而文化的差异，最终将我们引向了地域，在这个层面上的审视，有利于我们对事实看得更加清楚明白。

亚瑟·亨·史密斯在其著作《中国人的性格》一书中，列举出 27 项中国人的个性：保全面子、节俭持家、勤劳刻苦、讲究礼貌、漠视时间、漠视精确、易于误解、拐弯抹角、顺而不从、思绪含混、不紧不慢、轻视外族、缺乏公心、因循守旧、随遇而安、顽强生存、能忍且韧、知足常乐、孝悌为先、仁爱之心、缺乏同情、社会风波、株连守法、相互猜疑、缺乏诚信、多元信仰现实与时务。

而且对于每一条中国人的个性，史密斯都有详细的论证。就韧性而言，史密斯认为韧性是中国人所具有的一种内在天性，中国人的韧性是世界一流的。你不难发现这样的案例：中国古代的一位考生会年复一年地埋头参加考试，直到 90 岁时仍不肯罢休。

然而这并不能代表全部的中国人，不同地方的人同样会有不同的个性。这种不同的人性与个性带进商业之中，便形成了各具特色的“商性”。

商性问题

并非所有的人都对此了如指掌：为何不同地域的文化存在着差异，而不同的文化又如何铸就了不同的商性。事实上，仔细研究并不难发现：不同“商性”的形成，完全是在不同的生存条件下理性选择的结果。比如，能忍且韧的性格形成并非是中国人天生如此，而是因为在中国恶劣的生存条件下最好的选择。

生存空间的相对狭小，是中国人不得不忍的一个原因。

人们并不难看到这样一个事实，人口特别稠密的中国，生存空间异常狭窄。在这种情况下的谋生行为将成为名副其实的“生存斗争”。每

个人都在竭尽全力为自己获得生活资料，仅仅是为了生存，直至他们完全摆脱贫困的威胁。

极度的贫穷和为生存而艰苦的斗争，使中国人节俭和勤劳的重要特性得到了最有效的发展。除此之外，还必然发展出忍与韧的品格。就像机会不多的猎人和渔夫，他们最终会从生活中体会到，生计靠的是他们行动的隐蔽和小心，以及等待时机的耐心。

其结果将十分明显，无论他们属于哪一个民族，在这样的环境之中，他们总是很隐蔽，很小心，而且很有耐性。正是在这样的条件之下，中国人将文明民族积极的勤劳刻苦与野蛮民族消极的坚韧忍耐融为一体，形成了自己鲜明的个性。

尽管地域的不同造就了不同民族的个性，然而人类并不缺乏某些共同的特点。在地域文化的汲取上，商人的产生与出现使其性格带有了地域的色彩。是的，例如我们完全可以将商人的共性搁置不谈，而在个性的形成上，地域文化对其影响是无以忽视的。

对西方人而言，英国人无疑在这一方面具有代表性，他们善于组织的天性在商业上得以很好的体现。马歇尔不无夸赞地说：“英国人的性格很早就显示了他们具有现代组织才能的迹象。”

马歇尔这样认为，形成这种组织现代经济的性格并非是偶然的，英国地理位置的优越使得北欧最为强大的民族之中最强大的成员移来居住，自然淘汰过程使那些勇敢而依靠自己的人相继移入英国，而气候则比北半球任何其他地方更宜于保存精力，没有崇山峻岭的阻碍，它的任何一个角落离可通航的水道都不会超过 20 英里，所以这里的人们可以自由地往来，完全没有任何自然的障碍。

同时，长子继承制使贵族及家长以外的诸子倾向于自谋生计，不同阶级的融合使得英国的政治很有条理，也使企业家具有贵族勇敢而传奇式的抱负。因此，英国人天生适合发展现代工商业，他们因自己的食物和体格胜过大陆上的对手而感到光荣；在学习纯熟地运用自己的双手时，他们具有同样的顽强性、自由独立性、自制力与赴汤蹈火的精神。

商性就是如此形成的。



中国人的商性

从总体而言，中国人的商性是相当复杂的。

仅仅一个简单的例子就可以说明这一问题：在中国商人中，温州人喜欢远赴天涯，四处闯荡，而江西人则宁愿守在家中。

不同地域的人们之所以行为不同，或者说存在着不同的文化底蕴，与其说是天生或天性使然，倒不如说是在社会、经济、历史、地理等不同的约束条件下作出的不同选择而已。

温州商人的性格形成与其地理环境的影响极为密切，也许改变一下这样的地理环境，最初的温州人将会改变今日的现状。我们并非对假设有太多的兴趣，就地理在其性格的形成所占因素之中的比重而言，虽然难以量化，却也是不言而喻的。温州三面环山，一面环水，人多地少且矿藏极少，对于人力资源的开发似乎是弥补的唯一办法。他们必须调动自身的积极性，走遍千山万水，走进千家万户，说尽千言万语，想尽千方百计，才可能在市场上站稳脚跟，才能从市场中谋到财富。

与温州的情况不同，江西人口较少，丰富的矿藏使他们占尽了优势。尤其是大自然给予了江西人极好的耕作条件，这里气候宜人，生存条件极佳。“稻谷、桑麻、茶叶、柑橘……山岚与天籁伴随四季轮回更替着迷人的色彩，将一个江西滋养得精血饱满。”一位学者不无赞美地感叹说。日出而作、日落而息的田园生活自然成为江西人最好的选择，自然经济的亲和力在这里是最为有效的。人们没有能力拒绝这种诱惑，辛辛苦苦的商业经营与此相比将毫无吸引力。这是他们最佳的选择，也是唯一的。

客观条件的不同决定了不同商性的形成。

北京人挟政治而自重，上海人心胸开阔，近代广东开创一代风气之先，武汉素有“九省通衢”之称，西安历史最为悠久，杭州向为人间天堂，宁波是中国最早的通商口岸，闽南多山而崎岖、石狮的华侨遍天

下……人们没有选择的余地，一切都是提前设定的，我们毫无拒绝的理由。

商性和个性的联系

商性与个性之间并非毫无关系可言，事实上，商性是个性、人性在商业舞台上、自然地、烙印式展示。我们将毫不怀疑这样的结论，商性同时被赋予了浓厚的地方文化色彩。

普遍的人性使人类有了共同的话题，然而由于地域的不同，人的个性也同样有所差异。这样的事例我们将随处可见。古波斯人具有拉长弓和讲真话两种重要的技能；盎格鲁撒克逊人具有对敌人和对朋友都同样诚实和公正的天性；美国人大抵率直可爱；爱尔兰人倔强不屈；德国人遵纪好强；日本人精致而重集体；法国人浪漫而多才思；意大利人热烈而奔放……当这些性格在商业上体现出来时，又具有了另外的景观，投射出人性与个性的色彩，显得那么斑斓多姿。

中国人对此不会陌生，政治一向是北京商人的最爱，如同食品中的盐一样。对于他们而言，缺乏政治的生活将变得寡然无味。事实不难发现，北京的市场是有限的，然而商业的场面却绝不逊于任何地方，对政治的关注和信息的丰富是其中的原因之一。“权力与信息构成了北京新一代商人的经商特色。”一位没有透露姓名的中国政府官员这样评价北京新一代商人。

相比之下广东商人则迥然不同，对政治的并不特别看重是广东商人的一贯作风。除非政治找到广东人，否则，他们是不会谈政治的。言必言商、言必言利、全民皆商是广东人最大的特点。

不同地域文化造就了商人不同的特点，这些特点在接触中你将不难发现，武汉商人不喜欢服输，西安商人对于信息都比较灵通，杭州商人



会儒雅有礼，宁波商人敢为天下先，而东北人则性格耿直。

所有这些商人性格的形成，都是地域文化上的结果，也是各地人们的特性在商业经营中的反映。

商性的发展趋势

尽管各地的商人各有各的不同，但世上的成功商人似乎都有着共同的特性，我们可以将此称之为商性的共性。

“他们都是清教徒，渴望通过创造财富为上帝增添荣耀。” 马克斯·韦伯在描述早期资本主义时代商人的共性之时这样说，而奥地利经济学家熊彼特则将商人的共性归之为“创新”。

共同的商性使他们同样达到了成功的彼岸：冒险意识、创新精神、敢拼敢打、开拓进取，等等。这些共同的特性形成了丰富内涵的商性，同样也揭示了成功商人所必需的条件。

人性是不断变化的，商性也是如此。

时代的发展使得市场机制不断地趋于完善，过于发挥地域性而与他人无法融合将会带来不幸的命运，并使之随着时间的推移而逐渐消失，而适应市场的经济契约与法制的商性将会发扬光大。

如同经济的全球化使世界变成一个小小的村庄一样，不同地方的人会越来越多地融合，不同地域的商性也将显得越来越趋相同。

RUHEYU

一、如何与北京商人做生意

BEIJINGSHANGRENZUOSHISENGYI



北京商人印象

我们眼中的北京究竟是个什么样子？“那是一个极富人情味的地方，从小小的四合院中产生的人与人之间的那种和睦关系，形成了一种稳固的文化心理，北京人独特的性格特征便是这种人情文化在人性上的表现，那样的极富人情味，是让我们有些羡慕的。”这是一位久居国外的朋友所得来的认识，事实也正是如此。

看重人情是北京人性格中的倾向所在，商人也是如此。友情在他们的情感生活中占据着相当的分量，比如在吃饭问题上，他们在一起时总会争着付钱，很少会出现AA制。假如和他们一起出门，总会有热情的北京朋友帮你打理一切，他们从来不计回报。热情诚恳似乎是他们与生俱来的特点。这不仅仅使他们换回了朋友对他们的尊重，也同样赢得了许多商机，尽管这些看上去并不刻意。

与倍受称赞的个人英雄主义不同，东方人更注重集体的力量。集体行动是北京商人做事的习惯，你在他们中间很难找出多少鲜明的界限。集体活动中平均摊钱买东西或自食其力的情况很少会发生在北京商人中



间。而且，利益划分得过于清楚，对于某件事情的过分计较都会让他们觉得你过于小气与自私，他们会因此而小看你，并对你逐渐疏远，你的人际关系将糟糕透顶。

不管成不成功，与北京商人谈生意都将是人生的一件乐趣。热情诚恳是北京商人接待朋友的最好礼物，只要你真诚地对待他们，你定将得到同样的回报。他们认为自己居于大国之都，有责任与义务去维护国家的友好形象，所以任何事你都不必担心，这次生意不成功，照样可以做很好的朋友。

谈天可以说是北京人的拿手好戏，无论谈什么，大事小事，总有北京人说不完的话题。耐性是与北京商人谈生意时所必备的心态，你应该学会如何与他们谈天。政治是北京商人的最爱，他们对于政治事件的分析与见解，可以称得上一个业余的观察家，加之地缘关系，总会有源源不断的谈资供他们消遣。刚一接触便要直入主题将是你与北京商人谈生意时的一大败笔，他们会觉得你不够朋友，不懂得他们的生活情趣，这对以后的交往是不利的。

因为地缘关系，这里聚集着最优秀最杰出的人才，并逐渐形成北京商人中的一员，他们通常有极高的修养，稳重是他们所表现出的商人风范。在做事上，他们不会过于激进，而是稳扎稳打，平步向前。

坦诚无欺是北京商人的本分。在中国的医药行业中，“同仁堂”可以说是一个老牌子。“顾客至上”是他们奉行的原则，客人无论重要与否，都将会得到他们优质的服务。历经 350 年而生意兴隆，诚信是“同仁堂”生存的不二法门。像这样的老店在北京还有很多，它们的足迹不仅仅是在中国，在我们生活的周围，你也许就会遇上它。

北京商人还十分讲究实际。“货好不用说”是这里的大多数公司厂家所奉行的观点，广告在他们看来只不过是表面文章，是不值一提的，只要货好，消费者也会代他们做出宣传。只是在货物销路不够畅通时，他们才会想到用广告来试上一试。有时候，《北京晚报》、《京华时报》等报纸上，也会看到一些北京商家的产品，但这离真正意义上的商业广告还有很长一段距离，只能算是一些商场促销产品的生活类广告。讲求实惠是北京商人所一向奉行的原则。