

李浩然◎编著

温州人

的经商智慧

- ◆ 如果说犹太人是世界上最为聪明的商人，而温州人就是“中国的犹太人”
- ◆ 温州人是智商不是奸商
- ◆ 温州人经商不是炒作而是炒智慧
- ◆ 温州人如何从赤手空拳到富甲一方，从默默无闻到一鸣惊人，从一窍不通到行家里手
- ◆ 温州人经商智慧的全新攻略

● 李浩然◎编著 ●

温州人

的经商智慧

- ◆ 如果说犹太人是世界上最为聪明的商人，而温州人就是“中国的犹太人”
- ◆ 温州人是智商不是奸商
- ◆ 温州人经商不是炒作而是炒智慧
- ◆ 温州人如何从赤手空拳到富甲一方、从默默无闻到一鸣惊人、从一窍不通到行家里手
- ◆ 温州人经商智慧的全新攻略

图书在版编目(CIP)数据

温州人的经商智慧/李浩然编著. —北京: 中国电影出版社, 2006. 9

ISBN 7-106-02587-9

I. 温... II. 李... III. 商业经营—经验—温州市 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 110124 号

责任编辑:纵华跃

温州人的经商智慧

李浩然 编著

出版发行 中国电影出版社(北京北三环东路 22 号)邮编 100013

电话:64296657(总编室) 64216278(发行部)

E-mail:cfpw@edude.net

经 销 新华书店

印 刷 北京明月印务有限责任公司

版 次 2006 年 12 月第 1 版 2006 年 12 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/787×960 毫米 1/16

印张/16 插页/5 字数/200 千字

印 数 1-5000 册

书 号 ISBN 7-106-02587-9/F·0006

定 价 25.00 元

前言

温州人是一群神秘部落，他们往往能从没有市场处找出市场，从鲜为人知的边缘经济的夹缝中杀出一条血路。很多人说温州人的成功得益于他们的炒作，不错，他们是在炒作，但他们炒的是智慧，而不是单纯的炒作，可以说，温州人所到之处，必然引起一片“炒”天翻地的变化。他们炒天、炒地、炒海、炒河、炒房、炒煤，只要是能炒的，他们无不敢炒。诚然，在这些炒作背后，可能会出现某些不法商人的欺诈行为，但商业欺诈并不是商业“炒作”的“伴生品”，在没有商业“炒作”的交易中同样有可能会夹杂着欺诈行为。我们所应该重视和研究的是隐藏在“炒作”背后的一些更可贵的东西，那就是他们的商智。

温州人，一个累积财富的群落，一个屡出传奇的群落，一个横行大江南北、遍布亚、欧、美、非四大洲的群落，一个饱受争议的群落，一个让人叹羡，又让人惊诧的群落……

温州人是靠炒作还是凭借智慧？为什么温州人是中国的犹太商人？温州人是智商还是奸商？温州人横行天下的秘诀又在哪里？

这正是本书所要力图客观地告诉给读者的。

温州人

的 经 商 智 慧

围绕着温州人和温州模式，经济学家、理论家、政治家甚至历史学家们对此已经进行了多年的讨论，有的已盖棺定论，有的还存在各种争议，但无论温州有着什么样的争议和形象，温州人的商业智慧已为世人所惊叹、所认可，温州人已成为一个品牌，温州人已被当作了中国的犹太人，这却是一个不争的事实。

“改革开放初期的温州很穷，温州人的出外谋生，当时被叫做‘可怜的温州人’；上世纪80年代中后期，温州假冒伪劣产品泛滥，背负骂名的温州人被称为‘可恨的温州人’；上世纪90年代，温州在市场经济发展中，迈出了大步伐，全国都有温州人在闯市场，全国市场都有温州产品，大家都说是‘可怕的温州人’；如今的温州，产品大阔步走向国际市场，行业打赢国际反倾销官司，人人称温州人为‘可敬的温州人’。”

这是中国国情调查研究中心主任刘吉2004年11月在温州市举办的“温州讲坛”上对温州人的概括和评价，这段话准确到位地描述了温州人的财富旅途，那么我们该如何正确地解读温州人呢？

显然，单一的从商业角度去解读是很难达到准确的。事实上，温州模式的产生和温州人的可怜、可恨、可怕、可敬都有着一定文化根源和性格因素，温州人的商智也不是天生就有的，只有了解这些才能更全面地了解温州人。

本书将在对温州人的商业智慧和商业传奇给予独到精彩的描写外，还将逐本溯源地从文化、历史、性格等角度对温州人做全方位的描述，相信一定能让读者把握温州人的财富精髓，找到打开财富之门的钥匙。

本书在编写过程，参考了同类优秀书籍，在此一并致以感谢。另外，由于水平所限，书中难免存在疏误，欢迎广大读者批评指正。

第一部分 文化篇

第一章 温州的文化性格 (2)

现在社会上,一些人一方面对温州的财富惊羨不已;一方面又对温州极为鄙夷,在他们看来温州是“经济的森林,文化的沙漠”。

事实上,持这一观点的人不在少数,对温州人的评论似乎也为一个怪圈所限定,那就是:温州人素质差,只会赚钱,温州欠缺文化底蕴。那么,这种观点是否正确?温州人真的缺少文化底蕴吗?

1. 温州基本概况 (2)

2. 温州文化地理 (6)

3. 温州的文化历史 (9)

第二章 古怪的温州话 (13)

温州话的地域性极为明显,出了温州地界,谁也听不懂温州话。几个温州人在外地,叽里咕噜一说家乡话,旁人就傻了眼。听不懂温州话,有人急了,骂温州话是“瘟话”。温州话,传递着温州人与众不同的商业文化性格:聪明、务实、叛逆。

1. 温州方言的种类 (13)

2. 温州方言的由来 (17)

CONTENTS

3. 温州话与吴语的异同	(19)
第三章 “温州模式”的文化根源	(21)

温州模式的一切无不与“功利并举”、“农商并重”的文化传统有关。正是这种思想使温州人脑子里充斥着“无利不起早”、“平安二字值千金,冒险半生为万贯”等朴素的市场观和价值观;也正是这种思想支撑了温州经济的快速发展。

1. 温州模式的特殊底蕴	(21)
2. 温州模式形成的文化背景	(24)
3. 温州民俗与温州模式	(27)

第二部分 性格篇

第四章 智慧与强悍兼备的温州男人	(32)
------------------------	------

温州男人聪明且又世故,但这并不代表温州男人缺乏血性,在瘦小文弱的外表下,温州男人往往有着一颗非常强悍的心,这种强悍虽不能与北方人相比,但却胜在与智慧结合在一起,这使得温州男人平添了几分魅力。

1. 温州人素描	(32)
2. 温州男人的尚武好胜	(35)
3. 温州男人不浪漫但很实在	(38)
4. 个性清爽的温州男人	(40)
第五章 刚柔兼济的温州女人	(42)

温州女性特立独行,她们绝不依附于男人,她们和男人们一样勤劳吃苦,打拼创业,自己挣钱自己花,温州女人已成为温州经济生活中一道靓丽的风景线。

绝大多数温州女性虽然外表娇小瘦弱,小鸟依人,但骨子里却相反,她们自强自立,并非一味依赖男人,她们更愿意和男人

一道打拼创业。因此,身处温州,可时时处处感受到女老板们活跃在经济舞台上的身影。

1. 温州也是美女之乡	(42)
2. 温州女人和温州女人街	(44)
3. 特立独行的温州女人	(46)
4. 温州女性的事业心	(49)
第六章 温州人与上海人	(54)

过去上海人确实瞧不起温州人。在他们看来除了上海,其余地方都是乡下;温州人也不怎么服气上海人,认为上海人太势利眼,嫌贫爱富;上海人太小心眼,太小市民。

如今这种观念已发生变化。上海人认为温州人为人豪爽,做生意也有一手,是值得交往和学习的。温州人认为上海人素质高,办事认真,效率高,上海的商机又特别多,也是值得交往和学习的,在上海还可以赚到大钱。于是双方都很喜欢对方,双方都以有对方做朋友为荣。

1. 温州人为什么不喜欢杭州	(54)
2. 温州人更倾向上海	(59)
3. 上海人瞧不起温州人	(61)
4. 爱恨上海人	(64)
5. 用崛起赢得尊重的温州人	(66)

第三部分 起家篇

第七章 白手起家,英雄不问出处	(70)
------------------------------	-------------

白手起家,艰苦奋斗是温州人最主要的创业精神,也是温州模式最核心的内容之一。

在中国,温州商人是公认的白手起家的典范。温州人是“中

CONTENTS

国的犹太人”，他们最善于经商。许多温州人都是白手起家，都有开拓创新精神，他们不但善于创新，甚至“胆大包天”，在温州人心里，不存在“下岗”这个词，也不存在“失业”这个词。

1. 敢吃苦中苦的温州商人 (70)
2. 凭勤奋立业的温州商人 (73)
3. 行动第一的温州商人 (76)
4. 奋进务实的温州商人 (80)

第八章 壮志雄心，人人都有财富梦 (83)

温州人天生不安分，每个温州人都有赚大钱、成大事的欲望。他们喜欢给自己打工，他们力求做到最好，他们有胆有识，他们异想“开天”……

他们的壮志雄心让世人为人动容。而也正是这种壮志雄心，使他们成为了中国最富有的一个群落，成为了“中国的犹太人”。

1. 喜欢给自己打工的温州人 (83)
2. 有胆有识，无所不敢的勇气 (86)
3. “异想天开”，心有多大，舞台就有多大 (89)
4. 天生不安份，温州人绝不安于现状 (93)

第九章 无温不成商，像犹太人那样流浪 (96)

只要是太阳能照射到的地方，就会有温州人。

在国内三十多个省、市、自治区中，散布着一百四十多万温州人。在北京、上海、广州、武汉等等大城市，温州人几乎都在十万人左右，有的还超过十万人，皇城根下，黄浦江边，长白山麓，天涯海角，青藏高原，天山南北……处处都有温州人的身影。

不仅如此，温州人还大胆地杀向了海外。美国、巴西、日本、法国、意大利、西班牙、荷兰甚至南非、索马里等等国家，也都有

温州商人在纵横驰骋。

1. 温州人与犹太人的共通点 (96)
2. 遍布天南地北的温州人 (100)
3. 温州人是大海的朋友 (102)
4. 走出国门,赚外国人的钱 (105)

第十章 人格魅力无限,用品格和素质铸就辉煌 (108)

不可否认,温州商人的学历不高,但他们的个人素质和品格却不能说不高。尤其是在经历了80年代的那次诚信危机之后,温州人更是深刻的认识到了:人格是衡量商人素质高低的首要因素,有多高人格,办多大事情。

在温州商人看来,经商亦如做人,只有拥有了好的品格和素质,才能铸就辉煌的事业。

1. 为商未必奸,靠诚信赢得回报 (108)
2. 用品格建立起财富大厦 (111)
3. 自我认可,温州人坚信品牌的力量 (113)
4. 温州人难解老板情结 (115)

第四部分 经营篇

第十一章 经营有方,温州商人的经营秘诀 (120)

温州人在实践中摸索出的经营之道是“温州经济”不断发展的重要原因。温州人在经营理念、组织制度和管理生产、人才技术等方面的独特之处和不断创新是“温州经济”竞争力的重要组成。

现在提到温州人,很多人的印象好像都是暴发户,然后就是喜欢炒房什么的。事实上,温州人的成功是经过自己的辛苦经营得来的,温州人的经营秘诀才是他们迅速积累财富的关键所

CONTENTS

在。

1. 超凡的凝聚力和巨大的能量 (120)
2. 在“人和”上下大功夫 (124)
3. 人脉即财脉,同外地人照样交朋友 (127)
- 第十二章 有钱就赚,小利大利都是财 (131)

温州人做生意,注重从小处着手,务实苦干,只要有一分钱赚,都会不遗余力地去干,从不好高骛远,从不好大喜功。温州人赚钱,从零做起,一步一个脚印,踏踏实实,一丝不苟,不像有些地方的人,大钱赚不来,小钱不愿赚,只好两手空空,而一味抱怨“天不助我”。

1. 商品小,利益却不小 (131)
2. 小处着手,于细微处寻找商机 (134)
3. 薄利多销,用价格战赢得市场 (138)
4. 温州人最善于推销 (141)
5. 温州人的“事功”哲学 (145)
- 第十三章 见“钱”眼开,敏锐的市场洞察力 (149)

敏锐的市场洞察力是先知先觉的表现,也是投资理财成功的基本要素。

但凡能赚大钱的人都具备敏锐的洞察力,比尔·盖茨弃学从商是因为他感觉到数字时代的春风正迎面吹来;巴菲特之所以成为股神是因为他总能嗅到股市中“咖啡和牛奶”的香味;而温州人则总是先人一步找到了能够“滋生财富的温床”,他们能从细节处发现商机,能从细微处发现变化,他们的眼只为财富而睁开。

1. 精打细算,看准了再出手 (149)
2. 察微知著,从细微处寻找机遇 (152)

3. 重视信息,温州商人领跑中国的秘诀	(155)
4. 把握商机:只有疲软的经营,没有疲软的市场	(158)
第十四章 富贵险中求,胆大包天地	(161)

温州人敢闯敢冒险敢尝试,敢做第一个吃螃蟹的人,由此创造了市场经济的先发优势。

温州人胆大包“天”、胆大包“海”、胆大包“地”的传奇,在商界已盛传多年。这从一个侧面凸现了温州人敢为人先的精神。

1. 大胆模仿,再求创新	(161)
2. 包天包地,大胆赚大钱	(165)
3. 胆大与心细相结合,绝不贸然出击	(167)
4. 审时度势,善于随机应变	(171)

第五部分 商战篇

第十五章 抱团打天下,走南闯北鲜逢敌	(180)
--------------------------	-------

有人说:“单个温州人是孤狼,抱团的温州人是狼群。”当今天下哪个团队最无敌,毫无疑问答案是“温州人”:温州炒房团,温州炒煤团,温州炒油团……温州人爱抱团天下第一,温州人的商业战斗力也绝对一流。

1. 市场意识和团队精神的完美结合	(180)
2. 小小联合,形成万流汇聚之势	(183)
3. 民间力量助温州人经营天下	(188)
第十六章 先发制人,“快鱼”比“大鱼”更凶猛	(191)

现代社会一切竞争都围绕着速度,与速度密切相关。谁抓住了速度,谁就走在了时代的前头,抓住了未来。因此思科 CEO 钱伯斯认为:新经济时代,大鱼吃小鱼将逐渐被快鱼吃慢鱼所代替。

CONTENTS

而温州人显然是这一规律的忠实捍卫者,他们用自己行动证明了在现代商战中:只有快者能为王。

1. 快者为王,谁占先机谁是老大 (191)
2. 速度第一,快鱼吃慢鱼 (195)
3. 认识先机,抢得先机 (199)
4. 抢占优势商地,得别人未得之利 (203)

第十七章 炒遍天下,游戏规则“我”来定 (207)

“温州炒房团”是国内外众多媒体上最为引人注目的一个群体之一,他们的敏锐、他们的投资手段,他们的成功,也似乎成了阐释温州模式的一个代言。那么,温州炒房团到底是一个什么样的群体?他们是天使还是魔鬼?他们的传奇我们应该怎样解读?

1. “狼”行其道——温州炒房团的传奇故事 (207)
2. 10 万到 1000 亿,温州炒房团的财富之迷 (211)
3. 利益——温州炒房团异军突起的关键点 (217)
4. 天使还是魔鬼,温州炒房团的利与弊 (221)

第十八章 以质取胜,质量是商战制胜的根本 (226)

改革开放 20 多年来,温州经济发展的每一步,几乎都与质量意识有关。温州人有着惨痛的质量教训,并因此形成了深厚的质量情结,这种情结甚至已经融入到了产品的设计理念中了。

对温州商人来说,质量是企业的生命,质量上,则企业盛;质量下,则企业衰。

1. 败于质量,亦成于质量 (226)
2. 靠质量在国际市场谋得一席之地 (232)
3. 做精做强,温州人的商战新观念 (237)
4. 重视品牌,用形象为质量作宣传 (240)

温州人

的 经 商 智 慧

第
一
部
分

文化篇





第一章 温州的文化性格

现在社会上一些人一方面对温州人的财富惊羨不已，一方面又对温州极为鄙夷，在他们看来温州是“经济的森林，文化的沙漠”。

事实上，持这一观点的人不在少数，对温州人的评论似乎也为一个怪圈所限定，那就是：温州人素质差，只会赚钱，温州欠缺文化底蕴。那么，这种观点是否正确？温州人真的缺少文化底蕴吗？

1. 温州基本概况

温州位于浙江省东南部，是浙南地区经济、文化、交通中心，是全国首批 14 个沿海开放城市之一，是全国首批 13 个农村改革试验区之一，是全国 18 个港口城市之一，是全国创建文明城市工作先进城市。

是中国综合改革和金融体制改革的试点城市，也是国家以信息化带动工业化的试点城市之一。全市辖三区两市六县，陆地总面积 11784 平方公里，人口 750 多万，其中市区人口 190 多万。

温州气候宜人，属亚热带海洋季风气候，冬无严寒，夏少酷暑。全年平均气温 18.8℃，全年平均降雨量 1922 毫米，作物年可三熟，素称“鱼米之乡”。经济作物有茶叶、柑桔、杨梅、甘蔗等 160 余种。西部山区有大量的林木产品和动植物资源。温州海域广阔，渔场有洞头、南麂、乐清湾等处。海产鱼类有带鱼、黄鱼、鳗鱼等 370 余种，浅溪滩涂主要养殖虾、蟹、蛭、蛤等水产品。这些都为温州人经商做生意提供了极为有利的地理条件。

温州古称瓯越，从大量的考古发现证明，这里从远古时期就有人类活动。早在五六千年前的新石器时代晚期，就有些原始部落在这里劳动生息。温州风光秀丽，名胜古迹数不胜数，拥有雁荡山、楠溪江两个国家级重点风景名胜区；有乌岩岭、南麂岛两个国家级自然保护区；还有仙岩、瑶溪、寨寮溪、玉苍山等七个省级风景名胜区；有蒲壮所城、玉海楼两个国家重点文物保护单位。温州地灵人杰，代有名家，南宋时形成永嘉学派；近现代陈黼宸、孙诒让、夏鼐、夏承焘、苏步青等人为我国教育文化和科技事业作出了重要贡献。温州还是浙江省的著名侨乡，全市有华侨华人 30 多万人，分布在世界 60 多个国家和地区。这些都为温州人经商做生意提供了有利的文化条件。

温州地处我国黄金海岸线的中部，交通通讯业极为发达。温州海岸线长达 355 公里，港口条件优越，是一个集河口港、海湾港于一体的综合性天然良港，为浙南、闽北货物进出的咽喉，是全国 20 个主枢纽港之一。温州机场已开辟 60 条国内航线，并开通了与香港、澳门的地区航线。温州火车站是我国第一条股份制合资建设铁路——金温铁路的终点站，旅客列车可直达北京、上海、南京、杭州等国内主要城市。温州



市已经成为全国 45 个公路主枢纽城市之一，公路运输四通八达，104 国道和 330 国道贯穿南北，黑龙江至海南三亚高速公路温州段正在建设之中。温州邮政通讯事业迅猛发展。至 2002 年，全市电信业务总量达 49.3 亿元，程控电话交换机容量 200 多万，列全国地级城市前茅。温州城市供水供电设施日益完善。电力建设已同华东电网连接，泽雅水库、瑶溪水利枢纽工程相继建成，城市日供水量达 45 万多吨。这些为温州经济的发展提供了先决条件。

党的十一届三中全会以来，温州把党的改革开放政策同本地实际相结合，率先发展家庭工业、专业市场和个体私营经济，率先开展以股份合作制为重点的企业制度创新，走出了一条具有鲜明特色的商业发展之路，取得了温州发展史上前所未有的辉煌。

温州人创造出了数十个“全国第一”：

中国第一批农村专业市场，
中国第一批个体工商户，
中国第一家实行利率改革的农村信用社，
中国第一座商标城，
中国最早推行“土地转包”的地方，
中国第一座农民城，
中国第一个开展评选“富民书记”的城市，
新中国第一家私人钱庄，
中国第一个股份合作制企业，
中国第一个股份合作制城市信用社，
中国第一份关于私营企业的地方性法规，
中国第一份股份合作制企业的地方性法规，
中国第一个集资建造的飞机场，
新中国最早的典当行，