

杭商研究丛书

新兴杭商

Xinxing Hangshang

辛 薇[®] 主编



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

杭商研究丛书

新兴杭商

Xinxing Hangshang

辛 薇 主编



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

新兴杭商 / 辛薇主编. —杭州:浙江工商大学出版社, 2014. 1

ISBN 978-7-5178-0218-1

I. ①新… II. ①辛… III. ①商业史—研究—杭州市
IV. ①F729

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 315950 号

新兴杭商

辛 薇 主 编

责任编辑 郑 建

责任校对 周敏燕

封面设计 包建辉

责任印制 汪 俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州余杭大华印刷有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 16.5

字 数 333 千

版 印 次 2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5178-0218-1

定 价 49.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804228

序 言 >>

杭商是一个商帮群体。作为具有文化和地域特色的经营者群体,商帮是既具有社会性又具有个人性的复合体。从商帮的社会性看,商帮承担着经营企业、运筹资源、适应秩序和规范、讲究效益和效率、追求和创造利润等经济社会功能,体现了理性人、经济人和社会人的特点。从商帮的个人性看,商帮作为地域性的群体,有着地域文化的特点,体现了个性化的感情、心态和价值,个性化的创业和生活方式。正是在面向客观性、普遍性的社会人与体现主体性、特色性的个体人的互相关联、彼此嵌入中,商帮才能既实现经济运行的功能,创造社会普遍的价值和财富,又保持人文品位、独特魅力,形成品牌影响力和核心竞争力。

杭商的特色,可以用两个词来概括,就是“品质创业、和谐创新”。“品质创业”体现了杭商创业的内涵,就是文化、艺术和知识的创业,它既体现在个人的文化知识素质上,又体现在企业的服务和产品中。“和谐创新”体现了杭商的创业方式。杭商关注社会发展,承担社会责任,与社会各界形成共建共享;杭商关心企业员工,注重发挥员工的主动性、参与性,形成与员工的命运共同体;杭商注重企业间的契合关系,构筑有机联系的企业和产业集群,形成企业发展的良好生态。“品质创业、和谐创新”的特色,让杭商的发展既有高度、有创新,又能够持续协同,尽显生机和活力。

杭商的特色,决定了杭商在经济转型升级中的重要作用。经济的转型升级,既要有体制和机制的改革创新,又取决于经营者的素质和品位。杭商的文化品位、生活态度和创业方式,将引导杭州的企业走创新发展、内涵提升之路,也将推动杭州产业和经济的转型升级。

本书研究总结了杭商的发展历程和内涵特色,有益于提升杭商品质,推广杭商品牌,发挥杭商作用,值得企业家、经济工作者及经济学研究者一读。

胡征宇

目 录 >>

杭商的新兴之道	001
论杭商	003
浙江经济发展新动力	019
杭商如何成为“创新之源”	042
杭商与温商的对话	068
大数据时代下成长型企业如何突围	091
杭商的历史变迁	115
杭商——历史积淀与现代诉求相融的工商团体	117
民国以来杭州商业街的变迁	135
杭州老字号的昨天、今天与明天	151
杭商的开新发展	165
杭商发展与杭州创新型城市建设	167
杭商加快转变发展方式的途径	179
杭商构建新型和谐劳动关系	194
杭商民间融资特征及优化策略	215
杭商中小型科技企业的成长机制	236
后 记	256

杭商的新兴之道

论 杭 商^①

一、杭商的内涵与品质

杭州历史源远流长,钱塘自古繁华富庶。

作为中国历史上古老的通商口岸,杭州很早就是商品云集、进出口繁荣的重要地区。在纷繁的商品流通过程中,历代行商坐贾活跃于城乡社会。明清时期,杭州商人就将丝绸、瓷器、茶叶、工艺品等源源不断地运往京城和全国各地,并通过丝绸之路和港口远销中亚及欧洲大陆。

改革开放以来,浙商异军突起,鲁冠球、宗庆后、冯根生、徐冠巨、汪力成、南存辉、马云……这些声名远扬、在商界名声如雷贯耳的成功者,都是土生土长的浙江商人。浙商已经成为全国人数最多、分布最广、影响力最大的创业群体,是当今中国人气最旺的致富商帮。

伴随着浙商的崛起,浙商中的一支重要力量——杭商开始崭露头角。

30多年来,杭州发生了翻天覆地的变化。杭商迅速成长,脱颖而出,涌现出许多在浙江、全国乃至世界都具有影响力的企业家,有以冯根生、鲁冠球、宗庆后等为代表的上一代企业家,也有以马云、屠红燕、谢宏、吴忠泉、孙德良、林东、彭蕾为代表的年轻一代企业家。

杭州商人继承了中国的传统商业道德,有着传统浙商敢于创新、务实勤奋、诚信经营的特点,又有着现代浙商“品质创业、和谐创新”的特色。杭商为浙商精神的形成和发展做出了自己的贡献,更以独特魅力引领浙商的发展。

杭商是杭州后工业化的社会主体,推动着杭州的产业向高级化发展。虽然杭州的土地资源、矿产资源十分稀缺,但杭商通过市场,较为有效地利用本地和跨地

^① 《2012年中国商帮峰会暨杭商论坛》大会稿。课题负责人:辛薇;课题组成员:周旭霞、洪洁、陈明鑫、王亮;执笔:周旭霞。

区资本、技术和劳动力等生产要素,以内源力量和市场机制推动经济发展。杭商还利用本地的特色和优势,致力于软件、网络、动漫、文化创意、医药、新材料、环保等高新技术产业的发展。一大批知识型企业和知识型企业家迅速成长,赋予杭商新的时代内涵。今天的杭商,已成为全球化、互联网时代的弄潮儿,是新经济时代的杰出代表。

杭商是一种地域性概念,也是一种文化概念。杭商是与杭州城市创业文化呈现高度相关的商帮群体,不仅包括杭州籍在杭州创业、杭州籍在外地创业的企业家,还包括外地籍在杭州创业的企业家。杭州吸纳来自全国各地的经营管理人才和省内外浙商的精英分子,杭商群体结构日趋多元。从2009年和2011年两届“品质杭商”评选的统计结果来看,具有良好成长性的178家杭商中,外地籍在杭州创业的企业家占39.33%,也就是5位企业家里面就有2位是外地籍。杭商群体内部差异甚大,具有很强的主体能动性和创造性;具有共同点又各自成派,具有很强的适应性、创造力、包容性和超越力。杭商群体与城市特征一脉相承。杭州这座城市融人文与自然于一体,集政治、经济、文化于一身,历史与现代有机结合。正是这种复合特征,涵养、造就了杭商这一群体,铸就了杭商的融合性和多元性,形成了独特的综合优势,蕴含了杭商的生命力和创造力。对于杭商的范畴,正如浙商研究会执行会长杨轶清所言:“其边界越大,所具备的能量也会越大。”

杭商是一种品质代表,普遍具有人文社会情怀,以社会责任为自觉追求。杭商与杭州城市人文精神的融合,既体现出“精致和谐、大气开放”的城市精神和价值取向,也体现了茶叶、丝绸、剪刀、中药和电子商务等传统与新兴产业相辅相成的杭州经济文化特色,更体现了以人为本与顺应天时、生活享受与工作创造,以及人文与科学、传统与现代、实体与虚拟等杭州复合文化特征。杭商具有情感与理智、诚信与敢为、深厚与活力、柔和与硬气、务实与谋略、沉稳与创新、休闲与创造等品格。总体上来说,杭商是超越资本的经营者,体现了中国的传统商业伦理和现代商业文明的精髓,彰显出杭州“和谐创业”模式的个性特征。

二、杭商的悠久历史

在1000多年商业历史中,杭州涌现出了众多杰出的商人,他们在各自的领域独领风骚。

隋开皇年间开凿大运河,令杭州由山中小县变为通商大邑。到唐代中期,杭州发展成“珍异所聚,商贾并臻”“骈橈二十里,开肆三万室”“鱼盐聚为市”“灯火家家市”的“大都”“名郡”。五代吴越和南宋又在此建都,此200多年,成为杭州发展史上的鼎盛时期,有“东南形胜,三吴都会”的美誉。

宋朝重建后南迁,定都临安府,杭州成为南宋的政治中心,全盛时人口达百万,取代北宋的开封成为当时世界上最大的都市。城内主要的商业街道,“自大内(宫

城)和宁门(北门)外,新路南北,早间珠玉、珍异及花果、时新海鲜、野味、奇器,天下所无者悉集于此”;“买卖关扑,酒楼歌馆,直至四鼓方静,而五鼓朝马将动,其有趁卖早市者,复起开张,无论四时皆然”;^①“严、婺、衢、徽等船,多尝通津买卖往来,……如杭城柴炭、木植、柑橘、干湿果子等物,多产于此数州耳”。^②宋高宗后期,因商业发展需要,杭州富商们还印造“便钱会子”在市场流通,因此,杭州是世界上最早将纸币作为商品流通媒介的城市之一。中国从汉代一直奉行“重农轻商”政策,商人居“四民”之末,受到社会的歧视。到宋代,商业逐渐被视为创造社会财富的源泉,“士、农、工、商,皆百姓之本业”,成为社会共识,两宋商人的社会地位得到前所未有的提高。

蒙古入主中原后,杭州未遭大的破坏,城内依然市场活跃,秩序井然,马可·波罗对此有详细的记载,“大型的市场有十所”,“周围建有高屋,屋之下层则为商店,售卖各种货物,其中亦有香料、首饰、珠宝”。元代的杭州是重要的消费市场和商品生产基地,也是出口商品吸纳地和钱塘江流域进出口商品的集散地。由于有着便捷的航运,杭州可以通过船舶把汇聚于此的进出口商品,由钱塘江通过澉浦港以入海。外地的富商大贾纷纷来此寻找商机,杭州城内有一定数量的外国居民,很多都是善于经营的穆斯林商人。^③

元代以后,随着政治和交通等因素的变迁,杭州逐步演变为区域中心城市,成为江南名城。城市工商业进一步发展,“东南财赋地,江浙人文薮”,就是当时杭州的写照。明初由于元末战争影响,城市经济遭到一定程度的破坏。万历时经济又呈现了空前的繁荣,史载“舟航水塞,车马路填,百货之委,商贾贸迁,珠玉象犀,南金大贝,侏儒雕口,诸蕃毕萃,既庶且富”^④。

明清时期,杭州与苏州并称为江南两大都会,以杭州为中心,把太湖南段的杭嘉湖平原以及附近地区的经济联系起来。浙江各地的商品流向杭州,通过大运河输送到国内各地。清朝中叶以后,杭商迎来了发展的黄金时代。胡庆余堂创办人胡雪岩纵横官商两道,富甲天下,成为商界“财神”。民国时期,随着民族企业的兴起,涌现出了像叶揆初、陈蝶仙、蒋抑卮、金润泉、徐新六、项兰生、项叔翔、朱光燾、吴受彤、朱紫光、吴季英、张子廉、都锦生等一批著名企业家。

从历史上看,杭商源远流长,特别是在南宋,杭商几乎是中国商人的代名词。无论是海上丝绸之路还是陆上丝绸之路,运送最多的商品就产自杭州和杭州周边地区。北京奥运会开幕式向世界展现的海上丝绸之路,起点就在杭州。

① 灌圃耐得翁:《都城纪胜·市井》,文化艺术出版社1998年版。

② 吴自牧:《梦粱录·卷十三·铺席》,中华书局1985年版。

③ 马可·波罗:《马可波罗行记》,冯承钧译,上海书店出版社2000年版。

④ 吴士进:《严州府志》,顺治六年重刻本,成文出版社1983年版。

三、杭商的快速崛起

改革开放的30多年,是杭州发生翻天覆地变化的30多年,是杭州企业由小到大、由弱变强,涌现出一大批“排头兵”“领头雁”“先行者”的30多年,也是杭商迅速成长,在中国众多商帮中脱颖而出,走向全国、走向世界的30多年。

(一)杭商的重要成就

站在新的起跑线上,面对新的历史重任,杭商与时俱进,以新的理念、新的追求、新的模式,创造新的辉煌,为杭州经济持续发展注入活力。

在2011年度全国民企500强评选中,杭州有56家企业入选,占全省的近2/5、全国的11.2%,连续10年蝉联全国城市首位。杭州90%以上的科技型企业、引进的大院名校和大企业大集团共建创新载体80%出自杭商。营收总额超过100亿元的杭商企业达到17家,万向集团全年营收超过800亿元,吉利、娃哈哈、广厦、西子控股等杭商纳税超10亿元。在2011年度中国大企业集团500强评选中,杭州有22家企业入围,占全省的50%。在2009年度中国企业集团竞争力500强评选中,杭州有38家企业入围,入围家数连续第三年居全国大中城市首位。这些数据都充分说明,杭商已经成为全国企业家的“排头兵”“领头雁”“先行者”。

中国乡镇企业协会会长、万向集团创始人鲁冠球,是国内第一位领衔全国性行业协会一把手的企业一线负责人。在美国《财富》杂志的首选投票评选中,华立集团董事长汪力成荣登“2001中国商人”榜首。资深企业家冯根生,是1988年第一届中国优秀企业家20位得主中,仍然活跃在生产经营第一线仅有的两人之一。阿里巴巴创办人马云,被选为2000年《福布斯》杂志封面人物,成为50年来中国企业家获此殊荣的第一人。一批企业市场占有率名列前茅,如杭州娃哈哈集团有限公司占全国饮料行业10强销售收入的40%以上,华立集团股份有限公司是全球最大的电能表制造商,杭州制氧机集团有限公司的空分设备国内市场占有率在60%左右,杭州汽轮动力集团有限公司的工业汽轮机国内市场占有率接近80%。

(二)杭商崛起的背景

“上海为何不出马云?”两位中央政治局委员,俞正声和汪洋,都不约而同地提到阿里巴巴创始人马云,并对他的创业精神和经营模式加以赞许。俞正声提出的问题是:“为什么像马云这样的人,在我们这儿没有成长?可能我们多少有一点问题。”汪洋的看法是:阿里巴巴的发展路径与广东中小企业的发展思路非常契合,广东中小企业发展目前面临着一些困境,阿里巴巴的发展带来不少启发。

马云只是一个符号、一个代表,关键在于一个大都市的草根的活力,平民的想象力与创造力,自主自信创业奋斗的力量、市场的力量,以及开放包容的重要性。

杭商是改革开放的硕果,也是杭州这座城市的骄傲。杭州市委、市政府关心杭商,千方百计让他们经济上有实惠、政治上有地位、社会上有荣誉、法律上有保障。2004年,市委、市政府对冯根生、鲁冠球、宗庆后3位企业家给予了每人300万元的重奖,在全国开了先河,还专门就建立杭州市民营企业健康体检和疗养休假制度下发了通知。市委、市政府一直高度重视杭商,努力为“放心、放胆、放手、放开”发展民营经济创造良好的环境,先后制定和实施了两轮民营经济“三年倍增”计划,出台了一系列“含金量”很高的扶持政策,包括《关于进一步促进个体私营经济发展的若干意见》(市委〔2000〕12号),《关于进一步加快民营科技企业发展的实施意见》(市委〔2003〕7号),《关于进一步促进民营经济发展的若干意见》(市委〔2004〕14号),《关于进一步鼓励支持和引导个体私营等非公有制经济发展的实施意见》(市委〔2006〕3号),并在全中国率先制定了《杭州市促进个体私营等非公有制经济发展规划(2006—2010年)》。

杭商的崛起、成长,是由于扎根于杭州这座民营经济的沃土。一个有活力的城市,其魅力不仅在于让那些已经强大的公司愿意在这里建立分支机构或总部,更在于有机会让“丑小鸭”变成“白天鹅”,让平凡人做成不平凡的事。

四、杭商的文化自觉

杭商身上浓缩了中国的传统商业伦理和现代商业文明的精髓,汇聚了成功商人群体的共同特性,同时又呈现出杭州商人群体的鲜明特点,彰显出杭州“和谐创业”模式的个性特征。

杭商是一种地域性概念,更是一种文化概念。杭商以文化蕴涵为其特征,非常重视文化的浸润。文化是企业凝聚力和创造力的重要源泉,是核心竞争力的重要因素。有什么样的人文禀赋,就有什么样的区域经济特色,也就有什么样的企业和产品。人文底蕴是否深厚,直接决定了商帮群体成长的内在驱动力。只有当文化表现出比物质和货币资本更强大力量的时候,当经济具有更多文化合力的时候,经济发展才能进入更高层次、更高水平,才能具有可持续发展的后劲。杭商有着高度的文化自觉,善于把知识、科技、艺术等文化元素渗透到企业经营之中,把探索、开拓、变革的创新精神融入企业发展之中,不断丰富企业文化的内涵,让企业文化真正成为凝聚员工力量的“加油站”、促进创新创业发展的“助推器”。显然,这是十分符合今天经济文化化、文化经济化的潮流和趋势的。

(一) 杭商的文化底蕴

长期以来,杭州一直是浙江的政治、经济、文化中心,频繁的人口、货物、信息交流,使得杭州成为各种文化碰撞、对话、交融的平台。杭商的文化既来源于浙江区域文化,更来源于自身特有的城市文化。

杭州作为浙江的政治经济文化中心,首先深受浙江区域文化传统的影响。浙江的历史文化中,具有重商的传统。在浙江的历史上,许多著名的政治家和思想家,都曾大胆地提出倡导功利、注重工商的新思想。例如,南宋思想家、永康学派的代表人物陈亮认为,义理存在功利之中,“功到成处,便是有德;事到济处,便是有理”,指出“农商一事”,“商藉农而立,农赖商而行”。虽然杭州并非浙东学派的主要影响地,但杭州向来市井生活的风气较浓,潜在的事功风气一直较盛,其内在的价值观念,基本上是属于重视事功的浙东学派的。尽管杭州的事功性表现不如浙东那么外露而强烈,但其内力与浙东学派的精神是相一致的。^① 这种历史文化中源远流长的商业文化传统,构成了浙江包括杭州人民代代相传的“文化基因”,这也是改革开放之初,杭州普遍开展个人和家族创业的文化基础。

杭州具有特有的城市文化。“精致和谐,大气开放”是杭州的城市精神,特别是“开放”,不仅是杭州城市文化的一大特征,更是千余年来杭州经济社会发展的动力。五代自吴越定都杭州,吴越国王及其后人就一直秉承开放的理念,使得杭州的经济社会快速发展。这种兼收并蓄的开放格局也必然使其文化形态表现为多元化,从而使杭州的历史文化带有高度的包容性特征。至南宋定都杭州,北方大批人口移居杭州,不仅促进了杭州经济发展,也使杭州的文化发展空前繁荣。南宋建都杭州以后,其文化形成情感的自我抒发、追求心灵自由的态势,文人士大夫寄情山水、推崇禅宗教义、追求心灵自由的态势,这种文人士大夫的诗兴品格,对杭州的普通市民来说,具有较强的渗透、引领的作用。^②

(二) 杭商的文化担当

杭州文化是本地文化与外来文化不断碰撞与对话,最终融合而成的。根植于这种多元文化的杭商,表现为更具有文化自觉与文化担当,更追求一种功利世界与意义世界的平衡。

杭商的文化担当在其事业追求上,表现为经济与文化的统一。杭商素有贾而好儒的文化情怀。如南宋书商陈起,在临安(今杭州)柵北大街睦亲坊开书肆,刻书售书,编撰并刻印了唐宋以来名人诗词、文体与杂记小说一百余种,有很多版本保存至今,为中华文化的传播做出了巨大贡献。同时,他在文学上也有相当造诣,著有《芸居遗稿》《芸居遗诗》传世。杭商的“儒商”情结已非个别现象,而体现于其产业层面,杭州女装、花卉艺术、工艺美术、文化创意、休闲会展等特色产业的发展,都是这种经济与文化统一的体现与承载。杭州茶文化是明显的例子,杭州是我国茶文化的发源地,无数文人墨客对杭州的龙井茶情有独钟,从唐以后至清代的 1200

^① 周膺:《杭商的文化特征与杭州人文精神》,浙江工商大学出版社 2010 年版。

^② 陈宁:《新时期杭州传统人文精神的反思和提升》,《杭州研究》2008 年第 4 期。

余年间,涉及龙井茶的茶书就有120余种,比如宋代钱塘人沈括撰的《茶论》、明清时吴旦编的《茶经外集》、宋文学家秦观的《游龙井记》、明代进士屠隆的《龙井茶歌》等等。20世纪60年代,以杭州龙井茶乡为创作背景的音乐舞蹈《采茶舞曲》曾风靡全国。到90年代,杭州作家王旭烽以杭州茶文化为背景的长篇小说《南方有嘉木》,获得了第五届茅盾文学奖,把杭州的茶文化推向又一高潮。杭商善于把文化符号转化为经济增长点。以西湖为中心,茶遍布于杭州城市的各个角落。目前,杭州有茶馆近800家,杭州茶馆业的年营业额已达10亿元。再如,杭州素有“丝绸之府”美誉,众多杭商企业如喜得宝、达利、万事利、凯喜雅等,基于得天独厚的杭州丝绸文化,都成功地走出了一条产业与文化相结合的成功之路。目前,杭州的丝绸女装企业超过2000家,自主品牌350多个,数量占全国一半。丝绸和女装行业每年的销售产值达200亿元,从业人员近20万人。杭州丝绸产量已占全国1/4、全球1/5的市场份额。不仅如此,杭商还将推动丝绸技术创新与文化创新的结合视为己任。杭州高盛文化有限公司通过技术创新,研制了高清晰度丝绸印花技术,弥补了传统丝绸印制色彩清晰度差的缺陷,能够做到在丝绸印面上与纸一样效果的精度,极大推动了丝绸文化与丝绸产业的共同发展。传统丝绸印制,由于受制于印制技术落后,很多富有文化内涵的东西无法表达,例如故宫和颐和园,用传统工艺做不出清晰度高度的画面,而杭商的这项技术创新则很好地实现了这种文化与产业的融合。2006年胡锦涛主席对美国进行访问期间送给布什总统的国礼——真丝织锦版《孙子兵法》,就是由杭州高盛文化有限公司策划与制造的。总之,许多杭商乐于把企业的成功部分归结于杭州的人文精神,认为这种人文精神是一种文化力,在其熏陶下,催生了他们的创业活动,实现了文化力向生产力的现实转化。

杭商的文化担当在其伦理取向上,表现为义利并举的价值观。杭商能创造一个个商业神话,自然有逐利动机的驱使,但杭商逐利的同时并不轻义。历史上杭州不乏遵循“守信戒欺、义利结合”等传统商业伦理的商人。被誉为“亚商圣”的胡雪岩,对杭州善举事业赞助甚多,并一度担任善举总督,其创办的胡庆余堂恪守“戒欺”“诚信”“采办务真,修制务精”的信条,至今已走过130多年的历程。再如杭州张小泉剪刀,史书《水窗春呓》中记载:“著名老店,杭州之张小泉,天下所知,然得名之始,只循‘诚理’二字为之。”其他如张同泰、边福茂、知味观等老字号,历经了从传统到现代的风雨,仍然保留着传统杭商所传承下的优秀传统。“诚信”是传统杭商义利观的核心,而新杭商则在“诚信”的基础上,对“义利并举”有了更深更广的认识,这种认识表现在杭商对企业社会责任的承担上。

杭商对内比较注重企业建立和谐劳动关系,重视员工激励。浙江省和谐劳动关系创建工作走在全国前列,而杭州又走在全省前列。2010年度劳动关系和谐指数调查结果,杭州以87.44分居全省第一。2005年,杭州市率先出台工资集体协商实施办法,成为全国第一部工资集体协商地方性法规。至2010年,杭州全市已签

订集体工资协议 13500 份,覆盖企业 34488 家、职工 129.5 万名,已被媒体称为工资集体协商的“杭州样本”。为充分调动员工积极性、主动性和创造性,杭商通过股权激励等多种方式,与员工共同成长、共享收获。在阿里巴巴,马云的公司持股比例不到 5%,而有 4900 余名员工持有阿里巴巴股票,形成了中国上市公司覆盖面最广的员工持股,掀起了有史以来互联网普及面最广的一次“造富运动”。2010 年,华策影视股份有限公司上市,其股权激励方案中共涉及员工 56 人,几乎覆盖了所有的员工,另外,公司还预留了 10% 期权给未来的激励对象。

杭商对外弘扬诚信文化,热心社会公益事业,新一代杭商继承并弘扬了传统杭商的“诚信”文化。传化公司的创始人徐传化和徐冠巨父子,在公司创建后的第二年赚了 6 万元,就捐出 2 万元用于村里的自来水安装。第四年赚了 20 多万元,又捐出 7 万元用于村里的基本水利建设,被传为佳话。2008 年的汶川大地震中,杭州捐款总额位居全国第五,位列副省级城市第一。其中杭州市个体民营(私营)企业协会会员向各级慈善机构、民政部门共捐款 8525.01 万元人民币,捐赠价值 14 万余元的空调被、鞋子、书包等救灾物资。

(三) 杭商的文化远见

温家宝曾指出:“一个国家,当文化表现出比物质和货币资本更强大力量的时候,当经济、产业和产品体现出文化品格的时候,这个国家的经济才能进入更高的发展阶段,才能具有可持续发展和持续创造财富的能力。”同理,无论是对区域经济还是对商帮群体,要想实现可持续发展,也必须更具文化远见,在面临转型升级任务的当下更是如此。

企业层面,杭商重视人文关怀。人文关怀是指对人的生存状况的关怀,包括对人的尊严和符合人性的生活条件的肯定,对人的解放和自由的追求,是社会文明进步的标志。企业要想有效调动员工的积极性和创造性,必须通过重视人文关怀,增强员工内心对企业的认同感和归属感,大幅提升企业内在的“主动性效率”,进而形成企业整体凝聚力。杭商普遍关注企业员工的思想状态和精神需求,在内心深处尊重员工,把握公正,切实关心员工,积极为员工实现自我价值创造和提供机会,维护员工的合理诉求和合法权益。杭州长运集团的王德润说:“只有将员工利益放在第一位,只有让员工觉得在杭州长运工作能体现自身的价值,企业队伍才能团结一心,才能把事情做好。”为了提高员工的工作积极性和职业素养,杭州长运每年都会动用大量的经费,为职工提供在同行业中最好的工资福利待遇和学习培训机会。也正因为如此,杭州长运的整体服务质量广受社会好评。也正因为王德润的耿耿眷注,杭州长运 3000 多名企业员工组成了整个优良的营运团队,为杭州旅客运输事业做出了积极的贡献。除了对员工的关爱,杭商还以各种形式将关怀延伸到员工的家属身上:杭州某建筑设计院年终给家属发红包;萧山的一家金饰企业每月给

外地员工父母发放生活补贴；杭州某 IT 企业过年过节问候员工父母；宋城股份邀请员工父母免费来杭旅游；西子联合控股陪员工父母看病；杭州某知名房产公司领导定期“家访”解决员工难处。杭商这种浓厚的人文关怀，极大增强了员工内心对企业的认同感和归属感，促进了杭州企业的和谐发展，是杭商特性的重要体现。

产业层面，杭商重视文化融入。杭商注重将文化元素融入产业发展之中，首先表现在文化创意产业的发展方面。文化产业以创意为动力、以内容为核心，其发展主要依靠精神成果、智力和科技投入，资源消耗少，环境污染低，是典型的绿色产业、低碳产业，具有很好的可持续发展特性。同时，文化产业属于高附加值、高回报产业，一个故事、一个人物形象可以转化为出版物、影视作品、动漫游戏、舞台演出等系列衍生品。只要消费者认可，就能在经济收益上产生叠加效应，实现一次投入、多次转化、持续回报。文创产业已成为杭州经济发展的“新引擎”。2011 年，杭州文创产业实现增加值 843.30 亿元，占全市 GDP 比重 12.03%。一批优秀文创企业脱颖而出，如中南卡通、华策影视等 7 家文创企业入选首批国家文化出口重点企业；宋城集团、中南卡通、华策影视等 26 家文创企业入选全国大企业大集团百强榜；银江电子、核新同花顺、顺网科技、华策影视、宋城旅游等 16 家文创企业成功上市。杭州拥有 2 家国家动画生产基地，3 家国家动画教学研究基地，2011 年全市完成原创动画作品 38000 分钟、漫画 930 部、游戏作品 734 款，成功举办第七届中国国际动漫节。杭州还是唯一被国务院定位为“全国文化创意中心”的城市。杭商重视文化融入，还表现在文化产业与其他产业的相互渗透和融合。从 20 世纪 60 年代开始，世界经济出现一个重大变化，即商品的文化价值、符号价值逐渐超过商品的使用价值和交换价值而成为主导价值。人们购买一件商品，不仅要得到它的使用价值，而且要得到艺术、文化价值，得到精神享受。因此，将文化产业中创意设计等领域与工业、农业和服务业相结合，对传统产业文化内涵和内在品质的提升具有不可替代的作用。

社会层面，杭商重视价值塑造。在经济持续快速的发展过程中，社会心理和价值取向呈现出复杂交错的现象。杭商重视商业新伦理、核心价值体系的建设。商业伦理是商业与社会关系的基础，在一定程度上是社会伦理的灵魂和核心。商业伦理的重构，不仅能促进经济良性循环和持续增长，而且能使商业起到激励和促进每个人满足需要、发展能力、完善自我的作用。杭商以现有行业标准为基础，在女装、美食、动漫、商贸服务等行业开展市民认知度、满意度调查，广泛征集各领域专家学者的意见，最终形成业主广泛认可、群众乐于接受、利于行业发展的价值标准，并搭建多样化发布平台。如女装行业从品牌质量、品牌认同、品牌经营、品牌个性、品牌引领等五个方面入手，制定了服装舒适度、做工精致度、款式时尚性、服装美观性、定位清晰度、公众认知度等 26 项指标。价值标准在行业发展中发挥着导向和基准作用，杭商将价值理念的精髓贯穿于行业的各种标准之中，以标准的刚性辅助

核心价值观的柔性穿透力。这是杭商倡导弘扬核心价值体系的生动实践,也是杭商在以人为本、民主公正的基点上引领社会思潮、统一思想认识、化解行业矛盾、推动社会进步的积极探索。

五、杭商的创业特点

杭商的创业创新特点,可以用“品质创业、和谐创新”八个字来高度概括。“品质创业”是杭商创业的价值取向、内涵格调,是一种具有浓郁生活气息、深厚文化内涵、显著社会效应的创业,是生活型创业、文化型创业、社会型创业。

(一) 杭商的创新创业

杭商的品质创业,主要体现在以下三个方面。

一是生活型创业。杭商不是为了生存而创业,而是为了更好的生活而创业。杭商善于将创业精神和创业活动融入生活,以生活的方式、生活的心态进行创业,使生活成为创业的生活,使创业成为生活的创业,并以生活方式、生活内涵的提升引领创业活动和产业发展,实现生活与创业、生活品质与创业品质的完美结合。生活型创业,使得杭商少了一分功利,多了一分宽和;少了一分浮躁,多了一分从容。

二是文化型创业。杭州这座具有悠久历史的文化名城、商业名城,熏陶了杭商的“儒商”气质。杭商注重企业的价值观和使命感的引导,善于把知识、科技、艺术等文化元素渗透到经济活动、产业产品中,融入企业经营管理中,为经济运行赋予更多的文化内涵,使文化资源转变为更多的经济价值,从而使得创业呈现出经济文化化、管理艺术化的特征。老一辈杭商如冯根生、鲁冠球、沈爱琴等,都善于学习、尊重知识;新一代杭商如马云、金津,本身就是知识分子创业、文化人创业。人们常说杭商“在商不言商”,实质上他们是在经营和推广一种文化价值、文化理念和文化特色。

三是社会型创业。杭商在注重企业自身发展的同时,充满人文情怀,承担社会责任。杭商积极投身公益慈善事业,在“希望工程”、“春风行动”、抗震救灾等活动中,均活跃着杭州企业家的身影;捐资助学活动、捐助社会事业已成为杭商生活的一种方式。例如,西子集团向社会发布了中国民营企业首份企业社会责任报告,王水福作为唯一被邀请的中国企业家代表参加了第九十六届世界劳工大会。从这个意义上讲,杭商不仅是“经济法人”,更是“社会公民”,是超越资本的经营者。杭商对外讲诚信,胡雪岩筹设胡庆余堂雪记国药号时,亲书“戒欺”牌匾,告诫员工诚信为商。今天,“戒欺”二字被杭商奉为经商的“圣经”。杭商对内重义,让股权和财富由管理者、经营者和员工共享,充分调动参与者的积极性、主动性和创造性,形成在参与中共享,在共享中参与的格局。不求“首富”求“群富”,财富分享机制极大地激发员工的创造性、主动性,促进企业竞争力的提升。