

浙商文化

浙商文化一研究一

ZHESHANG WENHUA YANJIU

韩永学 著

金——浙商在创造财富的同时，更创造了开放的浙商经营模式。

木——一个浙商就是一棵大树，百万浙商就是一望无际的莽莽森林。

水——浙商就是在水的滋润下由小到大、由少到多，茁壮成长。浙商头脑灵活，亦如水的特性。水乃天下之至柔，但能克天下之至坚，水滴石穿，浙商即如此。

火——星星之火，可以燎原。草根浙商创业时星星点点，如今，火种遍布大江南北。

土——曾几何时，浙江人饥寒交迫，穷困潦倒，但浙江人没有怨天尤人，而是挺起脊梁，四处闯荡，在中国掀起了一浪高过一浪的商海大潮。

哈尔滨地图出版社

○浙江省社科规划浙商基地重点课题

●浙江省企业管理重点学科基金资助

浙商文化研究

ZHESHANG WENHUA YANJIU

韩永学 著

哈尔滨地图出版社

· 哈尔滨 ·

图书在版编目(CIP)数据

浙商文化研究/韩永学著. —哈尔滨:哈尔滨地图出版社, 2007. 10

ISBN 978-7-80717-774-6

I. 浙… II. 韩… III. 企业文化—研究—浙江省 IV. F279.275.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 165279 号

哈尔滨地图出版社出版发行

(地址:哈尔滨市南岗区测绘路 2 号 邮政编码:150086)

哈尔滨海天印刷设计有限公司印刷

开本:850 mm×1 168 mm 1/16 印张:12.5 字数:360 千字

2007 年 10 月第 1 版 2007 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-80717-774-6

印数:1~2 000 定价:49.00 元

自序

浙商是一个优秀的群体，他们不仅创造了许多财富，而且为全国商人提供了一种经商哲学。浙商现象已经受到世界的普遍关注。哪里有市场，哪里就有浙商；中国 500 强企业中，浙江企业总是位居前列；每年的《福布斯中国富豪榜》上，浙商总占据绝大多数。浙商，号称“中国财富制造商”，被世人誉为“东方犹太人”。

●浙者，水也；商者，活也。

浙江的山多，水更多，江河湖海一应俱全。仅以杭州为例，江有钱塘江，河有京杭大运河，湖有西子湖，海有杭州湾。还有大大小小的溪流、湿地。浙江俨然一个水乡泽国。

古语云：仁者乐山，智者乐水。浙商乐山，更乐水。乐山培育了浙江人乐善好施、抱团合作的仁者情怀；乐水养成了浙商聪明睿智、敢作敢为的智者性格。

老子云：水乃天下之至柔，但能克天下之至坚。岩石再硬，也会被江河冲刷得浑圆如鹅卵；大山再高，也会被江河劈开一道天堑；土地再荒，也会被江河滋润成万亩良田。

水乃双刃剑，水少则旱，水多则涝，不多不少正是浙商的福分。大禹治水的成功在于疏导，而不是堵。“流水不腐，户枢不蠹”。水有水的特性，大禹之父不懂水，也就违背了自然之道。自然的规律就是人的法则。背道而驰，荒冢一堆；顺势而为，造福苍生。

“无商不活”，这是千古真理。一潭死水，鱼虾难活；一眼活水，滋润万家。南宋大学问家朱熹有诗曰：“半亩方塘一鉴开，天光云影共徘徊。问渠哪得清如许？为有源头活水来。”浙商如活水，商贾天下；浙商如日月，灿烂星河。

●浙者，之也；商者，兑也。

钱塘江，古称浙江，今唤钱塘，弯弯曲曲呈“之”字状。大书法家王

羲之父子均以“之”字为名，清初三大儒之一王夫之亦以“之”字取号。“之”乃曲折之意，人生的轨迹就是曲曲折折的大圆圈。曲折伴随着苦难，苦难才能造就英雄式的壮举。

有的人办企业，贴起脚后跟企盼事业有成，效仿别人，走出一条虽然艰辛但辉煌的企业之路；有的人办企业，脑袋里装的全是企图，挖别人的墙角，损害别人的利益，到头来必然是“竹篮子打水——一场空”。前者把握了“之”字的深刻，后者则把“之”字抛到了脑后。

商人最要紧的是承诺兑现。商字本身就蕴含“八口说圆，承诺兑现”之意。孔子曰：“人而无信，不知其可也。大车无輗，小车无軏，其何以行之哉？”韩非子曰：“巧诈不如拙诚。”汉司马迁《史记·季布列传》载：“得黄金百两，不如得季布一诺。”此乃成语“一诺千金”的来历，讲的是信誉的重要。曹操断发，取信于民，赢得拥戴；季札挂剑，一言九鼎；商鞅变法，立木取信，政令畅通；唐太宗李世民讲诚信，以人为本，从谏如流，以德治国，创造了贞观之治。

中国传统文化中以“诚信”做对的妙联佳对颇多——“不诚愧对往来客，无信枉称商贾人”，“五风十雨诚滋我，万紫千红信竟芳”，“千呼万唤诚多日，一诺千金信有时”，“常学晏殊诚，长存抱柱信”。

●浙者，强也；商者，伤也。

浙商现已成为中国人数最多、比例最高、分布最广、影响最大的经营者群体。“无浙不成市”已经成为一句社会上的常用语。浙商创造了财富，更创造了奇迹。

浙商的实力被世界所认可，传化集团董事长徐冠巨当选浙江省政协副主席，开创中国私营企业家出任省级领导的先例；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》杂志的首次投票评选中，华立集团董事长汪力成荣登“2001年中国商人”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；阿里巴巴创始人马云，获选成为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。

2005年中国《新财富》500富人榜中，浙商占105名，其中，陈天桥更以150亿元身价荣登榜首，鲁冠球名列第四，丁磊排在第五。在2004年全国工商联公布的中国民营企业综合实力500强中，浙江占了183家，已连续四届保持全国第一。中国社科院推出的2004年中国最具竞争力民营企业50强，浙江占了26席。

不管是徐冠巨、鲁冠球、汪力成，还是马云、陈天桥、丁磊，他们办企业不找市长找市场的率性而为，恰恰成就了企业的辉煌。企业家的成功就是市场的成功，“无形的手”永远比“有形的手”高贵永恒。办企业办出神性来，也就握住了上帝的“手”。

商音同伤，血雨腥风；商场如战场，令人感伤。“伤”字从二人从力，二人乃一竖人一横人，站立的人用力量将另一人打倒，倒下的人受损了，故称之为“伤”。商场就是战场。战场上你死我活，拼杀异常激烈残酷。关于商人的一种说法——“奸商，奸商，无奸不商”，表明一些商人见钱眼开、唯利是图、损人利己、牟取暴利。这种商人只顾眼前、鼠目寸光，是令人鄙视的无赖小人。做企业要依“商”字原则办事，不可用奸诈的手段攫取不义之财。所谓“君子爱财，取之有道”。“商”字最大的原则是“儒商之德，信誉为上”。经商应坚持不伤害原则，这是经商的道德底线。

●浙者，哲也；商者，贾也。

从西方翻译过来的“哲学”，即是“智慧之学”。浙商有聪颖敏捷的大脑，有朴素辩证的思维，有“执两用中”的中庸智慧。他们坚信“以利合义”的义利哲学，他们懂得企业契约精神的游戏规则，他们懂得“富而好其德”的范蠡精髓。

松下有一句名言：“当我的员工有100人时，我要站在员工最前面指挥部属；当员工增加到1000人时，我必须站在员工的中间，恳求员工鼎力相助；当员工达到10000人时，我只要站在员工后面，心存感激即可。”浙商品出了其中的滋味，他们知道了麦格雷戈“胡萝卜+大棒”的管理艺术。

浙商的确有“严于律己，宽以待人”的宽境界，视野有多宽，事业就

有多宽,如此路就多了起来。“待人以诚,待人以宽”,这是高明老板的高明所在,老板的宽境界必然换来员工的忠诚。也有“站得高,看得远”的远境界,想的有多远,老板的事业就有多远,如此一路走来就知道哪里有荆棘哪里有坎坷,怎么克服。一句话:善待员工,有困难我们一起扛。这靠什么?靠的就是人文精神。也有“禅定禅定,定出智慧”的定境界,天天看着员工这也不对那也不对的老板,不会有高智慧,有智慧的老板一定有深厚的文化底蕴。老板觉悟了,员工觉悟了,他们就会朝着人生的理想去努力而不是吃饱喝足就能够满足需求的低等动物了。大境界、宽境界、远境界、定境界应当是浙商永恒不变、恒久追求的哲学境界。

从汉字文化来解释“贸”字,卯为时间,贝为金钱;卯时为早,占机为先。“贸”字,从卯从贝,卯时是地支的第四位,子丑寅卯中的卯时即早晨的五点至七点。“贝”是古代的货币,在汉字里代表金钱。现代流行的说法“时间就是金钱”集中体现在上古先民创造的这个“贸”字上。从全年来看,卯时又是进入惊蛰、春分的季节。卯春二月,大地复苏,万物破土,嫩芽即将经历风雨、经受风险。商贸事业本身风险颇大,如何规避风险,从“贸”字出发主要有两条原则:一是“卯时为早”,“早”是商贸中极为重要的原则,卯时是一天中精力最充沛、思路最清晰的时刻,“一年之计在于春,一日之计在于晨”,中国历朝历代的皇帝大臣们的早朝坚持了几千年,就是要抓住一天最好的时刻——卯时。二是“占机为先”,“占”字从卜从口,“卜”是客观地测影,“口”是根据影子说出其中的奥秘。占机就是抓住机会,把握时机,抢占先机。

●浙者,草根也;商者,买卖也。

草是大地上最为普通的植物了,草没有花香,没有树高,但草亦如“苔花如米小,也学牡丹开”。草根性是浙商的第一大特性,浙商就如禅学的解释是“悟得来,担柴挑水,皆是妙道”、“禅便如这老牛,渴来喝水,饥来吃草”。

浙江的山多水多,而可耕种的土地却少得可怜,饿肚子怎么办?与自然抗争,与贫穷抗争。自古就有“士农工商”,浙江只有一条路可选,

就是经商。他们真的就像小草一样，给一点儿阳光就灿烂。随着中国改革大潮的风起云涌，他们就像雨后春笋般遍布江南大地，而后遍布全国乃至世界，这就是早期创业时拿鸡毛掸子换糖的草根浙商。

商人也叫买卖人，这一买一卖就赚取了中间的利润。繁体字“買”字的解释是：背上篓筐，带上贝钱；化贝为货，用物方便；买音通卖，买卖互换；价廉物美，买方心愿。“買”字，从网从贝，“网”是篓筐，贝是金钱。背上空背篓，带上钱，上集市，“化贝为货”，即花钱买东西。钱不能用，只有商品、货物，才可供生产、生活所用。若为商人，则买货是为了卖货，“化货为贝”，从中赚钱。“买音通卖”，买乃三声，卖乃四声。商人既买又卖，买卖是一个转换过程。“价廉物美”是买方的内心愿望，作为卖方应掌握买方的心理需求，按买卖原则行事，买方想买好货，卖方要卖好货，实现买卖的信息对称与心理平衡。

繁体字“賣”字可解释为：篓装土产，上市卖钱；货化为贝，用钱方便；卖音通买，卖买互换；货真价实，卖方心愿。“賣”字，从土从网从贝，“网”是篓筐，贝是金钱，土是装在篓筐里的土特产品。卖货是“货化为贝”，即将山货土货卖掉变成钱。钱又可买货，可以买来“柴米油盐酱醋茶”。“卖音通买，买卖互换”，卖方是卖货的，买方是付钱的，买卖是一个货币交换的过程。卖方应做到货真价实、物美价廉，这是商贸活动中的重要原则。

中国人经商的历史源远流长，几千年的漫长发展积淀了丰富的商业文化，涌现出了很多名商巨贾。明清时期，中国商业达到了鼎盛，出现了十大商帮，其中以山西商帮、徽州商帮最负盛名。时至今日，晋商、徽商辉煌不再，而浙商后来居上，成为中国第一大创富团体，屡次在《福布斯中国富豪榜》上表现非凡，其人数之众多、名次之靠前、财富之巨大，已非山西商人、安徽商人所能比。

很多人一直以为浙江多文人墨客，而少见巨贾名商，其实在《史记》中记载，中国最早的大商人，即后代商人的鼻祖“陶朱公”范蠡，就是战国时期越国的名臣，可见浙江人从商的历史多么悠久。“古有先秦陶朱公，近有晚清胡雪岩。”一代红顶商人胡雪岩在中国近代商业史上的地

位,堪与中国古代“商圣”陶朱公范蠡相媲美,后人誉之为“亚商圣”。

中国的传统文化自古就轻视商人,一直“重本轻末”、“重农抑商”。直到宋朝,商人穿的鞋都是一黑一白的,让人一看就知道对其要小心加谨慎了。这就是中国传统文化的腐朽与悲哀。而如今,商人得到了社会应有的关注与重视。浙商又是华商的领头羊,理应站在历史的潮头,为国家的繁荣、民族的复兴而贡献力量。浙商已然把买卖做到了世界的每一个角落,他们的事业正在焕发出勃勃生机。

笔者撰写的专著《浙商文化研究》系浙江省社科规划浙商研究中心基地重点课题——“浙商史料汇集及研究”的论著成果,课题编号:07JDZS02Z。

浙商文化的核心理念是“不伤害”原则——“不伤害自然,不伤害他人,不伤害自己”,就以此作为本书的开篇语吧。

韩永学于杭州

2007年10月

目 录

金 之 卷

第一章 浙商的汉字文化内涵·····	3
一、浙商的本义·····	3
二、文化的本义·····	11
三、浙商文化现象·····	15
第二章 浙商的地理环境空间·····	16
一、“背山面海”的中纬度地理位置·····	17
二、亚热带山水环境·····	18
三、浙商兴起与地理环境的辩证关系·····	23
第三章 浙商的历史文化基因·····	27
一、史前文化(先越民族文化)·····	27
二、越文化·····	28
三、从秦汉大一统至明清的历史文化思想·····	32
第四章 浙商的经商历史传统·····	46
一、浙江古代商业活动·····	46
二、古代著名商人的经营理念·····	49
三、近代浙商商帮·····	50
四、近代浙商的经商之道·····	52
第五章 浙商的中庸经营哲学·····	58

一、汉字中的中庸辩证哲学·····	58
二、“黄金分割法”的解读与数理依据·····	59
三、“中庸”：“黄金分割法”的思想注脚·····	65
四、浙商的中庸经营哲学·····	68

木 之 卷

第六章 范蠡的经商思想·····	77
一、范蠡：“三迁皆有荣名”·····	77
二、大智若愚的范蠡·····	78
三、华商始祖——范蠡·····	87
四、范蠡发明了“秤”·····	89
五、范蠡的“不争而善胜”·····	90
六、范蠡的经商思想·····	92
第七章 宋代文人的涉商诗·····	96
第八章 苏东坡的商业头脑·····	100
一、苏东坡：“人间真一东坡老”·····	100
二、苏东坡治理西湖·····	101
三、以苏东坡名字命名的杭帮菜·····	102
四、苏东坡发明的食疗方·····	103
五、苏东坡的黄金周·····	103
第九章 钱镠的经世治国思想·····	105
一、钱王：吴越文化始祖·····	105
二、钱王：做官一时，做人一世·····	107
第十章 胡雪岩的经商思想·····	109

一、胡雪岩其人	109
二、胡雪岩的经商之道	110
三、《胡雪岩全传》中的胡雪岩	116
四、红顶商人胡雪岩事业兴衰的启示	122

水 之 卷

第十一章 叶适与“永嘉学派”	127
一、叶适：“事功之学”	127
二、叶适的皇极与太极	128
三、叶适的易学思想与事功学说	130
四、永嘉学派	133
五、永嘉学派与温州商业的渊源	135
第十二章 陈亮与“永康学派”	137
一、陈亮：穷则变，变则通，通则久	137
二、《周易》与南宋功利学派	138
三、永康学派与近代经世实学	144
第十三章 吕祖谦与“婺学”	159
一、吕祖谦的学术成就	159
二、吕祖谦的婺学：“不名一师、不私一说”	160
第十四章 王阳明与“阳明心学”	173
一、王阳明：“心外无物”	173
二、王阳明的思想体系	176
三、王阳明心学与政治文化	180
第十五章 黄宗羲与《明夷待访录》	187

一、黄宗羲：“先造死，后造生”	187
二、黄宗羲的民本思想	189
三、黄宗羲民本思想的现代价值	190
四、“黄宗羲定律”	192
五、黄宗羲“经世致用”思想与“宁波商帮”的实践	194

火 之 卷

第十六章 浙商的个性文化	201
一、人的性格	201
二、浙商的性格	203
三、浙江家禽与浙商性格的寓意关系	207
四、浙商的商业习俗	209
五、浙商商业习俗风尚的地域差异	210
六、浙商的分类：温商、甬商、婺商、越商、杭商、台（州）商	216
第十七章 浙商“个众”人文特性	252
一、“个众”概念的汉字学解释	252
二、与“个众”密切相关的几个概念	253
三、浙商的“个众”人文特性	258
第十八章 浙商的商会文化	264
一、商会研究综述	264
二、个案研究：从四明公所到宁波旅沪同乡组织的变迁	272
三、商会的作用	280
四、商会改革与建设（以五十铃商会为例）	281
第十九章 浙商的诚信文化	284

一、东方文化对“诚信”的认识与解释	284
二、历史中的浙商诚信	286
三、政府部门的“突然死亡法”与企业信用监管体系建设	287
四、浙商诚信经营的个案分析	290
第二十章 浙商的人文精神	295
一、“浙商非伤”的汉字学解释	295
二、“浙商非伤”人文精神的核心——“不伤害”	296
三、“浙商非伤”人文精神的本质	297

土 之 卷

第二十一章 浙商个案一：华荣集团企业文化理念识别系统	311
一、企业文化理念的总体思路	312
二、企业哲学——天人合一	314
三、企业愿景——华荣人人人荣华	317
四、企业价值观——诚信，协作，务实，创新	319
五、企业精神——中和精神	323
六、公司道德理念——德润身，人为本	325
七、企业经营理念——经营企业，就是经营事业，更是经营人生	326
八、企业服务理念——无一事不合理，无一人不满意	328
九、组织与管理理念——宽严有度，权责一致	329
十、员工价值观——体+悟+化+智+德=10000	331
十一、人力资源管理理念——安人比理人高明， 理人比管人有效	332
十二、华荣集团公司行为规范——从心所欲，不逾矩	333

第二十二章 浙商个案二：义乌小商品市场的企业创新文化	336
一、以“小”著称的义乌	336
二、经营战略的“金三角”	337
三、义乌政府对小商品市场的支持分析	340
四、义乌小商品市场经营战略中的管理创新	345
第二十三章 浙商个案三：雅戈尔的企业生命共同体	348
一、企业人格化	348
二、企业和合化	349
三、企业生命共同体	351
四、雅戈尔企业文化建设	354
五、企业文化理念在雅戈尔经营管理中的运用	357
第二十四章 浙商个案四：阿里巴巴“上善若水”的企业文化	360
一、对抗“官僚主义”	360
二、休养生息	361
三、引进政委体系	362
第二十五章 浙商个案五：传化集团“义利并举”的企业文化	364
一、浙商“义”字当先实质上是“义利并举”	364
二、两种历史传统中义利观的选择：主流义利观与 非主流义利观	365
三、传化集团“义”字当先，以“社会责任感”为企业的 核心价值观	367
四、“传化”名字背后隐含的人性光辉与社会责任感	368
参考文献	371
跋	380

金 之 卷

“金”是五行(金、木、水、火、土)之一。五行学说认为,五行是构成宇宙的基本物质元素,宇宙间各种物质都可以按照这五种基本物质的属性来归类,五行之间存在相生相克的关系。

甲骨文的“金”字为上下结构:下边是一个“火”字,表示以火熔炼;上边是一个古文的“今”字。金文的“金”字有两款:一款乃承续甲骨文,下部从火;另一款的下部从土,表示“金”乃从土(矿石)中冶炼而出。小篆缘此成为“从今从土从两点”的会意字,楷书写作“金”。

“金”字的构形含义源自上古时代以火炼铜。铜在上古时期乃是金属中使用量最多且用途最广泛者。故而“金”又用来泛指金属。不论是铜,还是黄金,古代社会都曾经用做货币。黄金乃金属中最为贵重之物,“金”字专指黄金,人们只好另造“铜”字,“金”则成为造字构件中的“类符”。

黄金是一种传世之宝,被人们称为“金属皇后”。浙商的财富就像用黄金堆积起来的山,用曹雪芹在《红楼梦》里的“护官符”来比喻毫不夸张——“贾不假,白玉为堂金做马;阿房宫,三百里,住不下金陵一个史;东海缺少白玉床,龙王来请金陵王;丰年好大雪,珍珠如土金如铁”。浙商在创造财富的同时,更创造了开放的浙商经营模式,正所谓:“要看银山拍天浪,开窗放入大江来。”

