

不可不知的中国“领军商帮”的赚钱法则

中国式

●●●● 追溯中国商人的智慧之源
揭示中国商人的经营理念 ●●●●

生意经

• 中国式顶尖经商智慧 •

公开中国人藏而不露的经商秘密
告诉你少数人掌握的财富密码

中国物资出版社

中国式 生意经

· 中国式顶尖经商智慧 ·

马银春◎编著

中国物资出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国式生意经/马银春编著. —北京: 中国物资出版社, 2011. 7

ISBN 978-7-5047-3879-0

I. ①中… II. ①马… III. ①商业经营—经验—中国 IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 111718 号

策划编辑 钱 瑛

责任印制 何崇杭

责任编辑 张 娟

责任校对 孙会香 梁 凡

出版发行 中国物资出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010-52227568 (发行部) 010-52227588 转 307 (总编室)

010-68589540 (读者服务部) 010-52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.clph.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978-7-5047-3879-0/F·1547

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 19.75

版 次 2011 年 7 月第 1 版

字 数 334 千字

印 次 2011 年 7 月第 1 次印刷

印 数 0001—7000 册

定 价 35.00 元

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换



前言

俗话说：“一方水土养一方人。”人类在适应自然的过程中形成了不同的性格，而地理区域、自然风貌又形成了不同地域人的不同性格。这些不同的人性和个性，必然还会反映到商业中来，进而形成各具特色的经商风俗、习惯和作风。

进入 21 世纪后，世界已经不可逆转地进入了“经济全球化的时代”。“新经济”浪潮滚滚而来，冲垮了传统意义上的国界和各地区各民族之间交流的障碍，地球真真正正地变成了一个小村庄。

面对“经济全球化”后的机遇和竞争，就是在国内，一个利小力薄的小生意人也不得不去迎接全国各地商人的挑战，加入竞争。一个有远见的大生意人就不得不去主动和全国各地的人打交道，把眼光转向全国。只有这样，中国商人才能发展自己，壮大自己，打造出自己的品牌。

因此，了解各民族的民族性格、民族文化，了解各地区商人的经商法则、经营之术，借鉴其经商之道，研究其经商策略，已经成为一个现代商人的基本素质。

中国商人从一形成就开始表现出不同的地域特点，历史上曾形成过十大帮派，进入 21 世纪，在市场经济大潮中各地的商人更是各显身手，在经商过程中奇招百出，经商方式争奇斗艳，表现出新一代“新经济人”的特色。在这样一个大经济时代，做生意，驰骋商海是时代的主旋律。在激烈竞争的今天，靠偶然的机遇而成为暴发户的事情早已经一去不复返，没有卓越的生意经和现代化的经营理念，是不可能在今日的商海中立足的。“走向全国”成了走向这一个个具体的商人个体及其经营范围的问题。不知人，无以商，不先深入了解“商业大战”的对手，谈什么“判”？谈什么“合作”？谈什么“发展”？谈什么“占领市场”？

所以要与全国各地商人打交道，就必须熟悉他们的性格，了解他们的

作风，懂得他们经商的习惯，遵从他们做生意的规矩。知己知彼，然后，才能在商场中进行合作和竞争。

《中国式生意经》一书详细阐释了全国各地商人的性格特征，并探究其性格形成的原因和过程。它是商人的“四书五经”，是经商者的谈判高手，是经商者必备手册，是生意场上的活字典，是了解全国各地商人性格特征的参考书。它将教你去不同区域和省份与各种商人做生意、打交道的技巧……

编 者

2011 月 4 日



目 录

第一章 温州人生意经——最会赚钱的商人群体

温州人，素有“中国犹太人”之称，他们个个精明过人，全民皆商。温州，一个出经验的地方，一个出争论的地方，一个出老板的地方，一个出财富的地方。是温州人引发了争论，用超前的思考掀起了温州现象；是温州人从封闭走向开放、从贫穷走向富裕、从弱小走向强大，用闪光的足迹总结了温州经验；是温州人创造了令人称奇的财富，用胜于雄辩的事实探索了温州模式。

1. 面子事小，赚钱事大 /3
2. 先赚小钱后赚大钱 /7
3. 睡得地板，当得老板 /10
4. 只有不去做，没有不可能 /14
5. 脚踏实地，务实苦干 /18
6. 眼光决定你的财富 /21
7. 什么都可以丢，唯有信誉不能丢 /25
8. 微利是途，薄利多销 /28

第二章 福建人生意经——从血泊中捞金子

福建人遍及世界各地，有着蒲公英一样的精神。他们不择地域、环境；不论是空气稀薄的青藏高原，还是人迹罕至的西部边陲；无论是繁华的大都市，还是偏远的小县城；无论是开放的巴黎，还是保守的朝鲜。只要可以生存，只要可以发展，他们就会在那里生根、发芽、开花、结果……福建人这种四海为家、随遇而安的坚韧与顽强让人心惊胆战。

1. 不怕风险，敢拼敢赢 /35
2. 勤劳务实，知难而上 /38
3. 人和则财通 /41
4. 审时度势，寻机谋利 /44
5. 创新是企业发展的不竭动力 /47
6. 抢占先机，一路胜策 /51
7. 打出自己的金字招牌 /54
8. 一方水土养一方人 /57

第三章 安徽人生意经——亦贾亦儒的商帮

“无徽不成镇”的民谚，恐怕是最能体现徽商当时对于中国经济的巨大影响了。这句民谚是徽州人自己说出来的，因为它带着一种自豪，带着一种自信，那是一种“舍我其谁”的豪迈气概。徽州号称“东南邹鲁”，儒学的正宗，同样，安徽商人在商场上也是儒商文化的代表。

1. 纵横商海，手不释卷 /63
2. 忍辱负重，不屈不挠 /66
3. 以众帮众，相互提携 /69
4. 报效政府，不利求利 /72
5. 自奉俭约，克勤克俭 /75
6. 善捕商机，逐时而变 /78
7. 背靠大树好乘凉 /81
8. 粮业棉布，制造巨富 /84

第四章 山西人生意经——天下晋商是一家

俗话说：“一方水土养一方人。”晋商生于黄土，长于黄土。贫瘠的黄土地上生产出的粮食难以解决当地人的温饱。穷则变，变则通，通则生财。迫于生存的压力，山西人只能外出经商谋生。晋商辉煌500年，出了乔致庸、雷履泰等很多富人，以至于达到了“富甲天下”的地步；也许很多人会有疑问，在明清之际，山西既不是中国经济最繁盛的地区，也非平坦通途之地，又

不临海沿江，这些富人凭什么称雄于全国？他们的成功靠的又是什么呢？

1. 坚定不移地向着梦想进发 /89
2. 经商是荣宗耀祖的事业 /92
3. 忍耐相让，和衷为贵 /95
4. 爱国济民，回报社会 /100
5. 功不可灭的经理负责制 /105
6. 不惜重金买贤才 /109
7. 借他人的“钱袋”发自己的财 /113
8. 牢牢抓住稍纵即逝的商机 /118

第五章 湖南人生意经——做事认真，肯吃苦

湖南省的地域面积在全国属于后排，占国土面积的22%，且处于内陆。湖南省的人口也不算多，全国每20个人中还不到一个湖南人。但是恰恰是这个多山闭塞而且开发历史不长的省份，担负起了领导中国历史潮流的任务。近200年来，湖南涌现的人才不仅仅领导了中国，而且影响了世界。

1. 工业先导，功在中华 /123
2. 解放思想，魅力四射 /127
3. 独善其身，兼济天下 /130
4. 中国制造，时不我待 /133
5. “咖啡之翼”，水性法则 /136
6. 儒雅之将，智夺天下 /139
7. “零售”湘军，雄霸一方 /143
8. 凤凰展翅，武陵相依 /147

第六章 四川人生意经——视信誉如生命

四川，古称“蜀”，“蜀”与“闽”相似，素有“蜀闽同风”之说。“蜀”字也是腹中有一条虫。当年疑古派的学者由此怀疑断定蜀人就是由虫变来的。这当然是与蜀人的祖先崇拜，最先发明养蚕的蚕丛氏有关。蚕不就是一条虫吗？“蚕”字不就是由

“虫”字组成的吗？那么，四川人又是如何破茧成蝶，化虫为龙的呢？

1. 知识改变命运 /153
2. 用智慧和技术浇灌商界“常青树” /156
3. 味美不怕巷子深，风靡世界美名扬 /160
4. 鹤鹑蛋里孵出的首富 /163
5. 富而有德，回报家邦 /167
6. 情系民生，回馈社会 /170
7. 史上第一女富商 /172
8. 以天下为己任 /175
9. 敢吃第一只螃蟹 /177

第七章 广东人生意经——激情的冒险家

广东经济被商界誉为“加工贸易发达经济”，呈现出“快、重、强、活、聚、优”的特点。作为中国改革开放的前沿阵地，广东得天时、地利、人和，如春风一夜的大自然吐露万千芳华。广东人言必称商，人人皆商，全民皆商。正所谓：“东南西北中，发财到广东。”广东人以“春笋之速”引领改革开放之潮头。“红袖善舞”的魔幻身形运筹帷幄于资本市场。以大吞小，强强联合。在资本市场跑马圈地，显现了广东人资本魔方之高深莫测。

1. 敢冒风险，生意有成 /181
2. 取财有道，智赢人心 /184
3. 独立自强，无往不胜 /187
4. 独辟蹊径，求同存异 /191
5. 打造“王牌”产品，彰显王者风范 /194
6. 官商互济，风雨同舟 /197
7. 全球投资，包举宇内 /200
8. 饮水思源，富不忘本 /203
9. 实业报国，反哺家园 /206



第八章 北京人生意经——官气十足的政治商人

北京是一个巨大的人才库。这里会聚了中国最有影响、最有权威的高等学府和科研机构，也集中了中国最优秀、最杰出的人才。北京新办的民营企业中，绝大多数老板是年轻人，而且文化层次在提高，不少持有硕士、博士学位，甚至是出国留学归来的人。他们一般从事科技、信息产业以及第三产业。这些从知识分子转化而来的商人，文化层次高，信息灵敏，经营有道。

1. 诚实守信，规矩本分 /211
2. 知书达理，和气生财 /215
3. 懂得满足顾客的需求 /218
4. 寻找商机，把握商机 /221
5. 独辟蹊径，营造时尚 /225
6. 在市场找准自己的“位置” /229
7. 创意思维，从无到有 /233
8. 靠品牌创造奇迹 /239

第九章 上海人生意经——精打细算，精明干练

上海自开埠以来，历时不过 170 年，由于位于东西方交会的最前沿，加之上海人自身勇于创业的冒险精神，上海很快就上升为中国经济最繁荣的地方，造就了一个十里洋场。有句话说得好：2000 年的历史看西安，1000 年的历史看北京，100 年的历史看上海。上海可谓是近代和现代中国的钥匙，是中国的一个缩影。

1. 一代巨商，叱咤风云 /245
2. 海上霸主，举世瞩目 /248
3. 食品王国，百年传承 /252
4. “恒源百货，源发千祥” /255
5. 信用至上，服务社会 /259
6. “天上人间，佛手为鲜” /262
7. 提倡国货，生产救国 /265

第十章 浙江人生意经——最具人气的“财富制造商”

古人云：“越人善贾。”很久以前浙江人就以经商而著称。从昔日十大商帮中的宁波帮、龙游帮，到现在横空出世的“浙商”群体；从昔日“无宁不成市”、“遍地龙游”，到现在散居各地的浙人商铺、“浙江村”、“义乌街”、《福布斯》中国富豪榜上的浙商军团，浙商老枝萌新芽，超越了晋商、徽商，成为新时代的中国第一商帮。

1. 重商言利，以富为荣 /271
2. 欲望强烈，忍辱负重 /274
3. 坚守梦想，滴水穿石 /278
4. 老板情结，平民创业 /281
5. 洞察力强，敏于商机 /286
6. 勇于冒险，敢为人先 /290
7. 低调内敛，务实求效 /294
8. 抱团打拼，协作制胜 /298
9. 善于学习，不断提升 /302

第一章

温州人生意经 ——最会赚钱的商人群体



温州人，素有“中国犹太人”之称，他们个个精明过人，全民皆商。温州，一个出经验的地方，一个出争论的地方，一个出老板的地方，一个出财富的地方。是温州人引发了争论，用超前的思考掀起了温州现象；是温州人从封闭走向开放、从贫穷走向富裕、从弱小走向强大，用闪光的足迹总结了温州经验；是温州人创造了令人称奇的财富，用胜于雄辩的事实探索了温州模式。



1. 面子事小，赚钱事大

在中国，面子是个大问题，人们常说，“人要脸，树要皮”。中国人向来是很好面子的。从“君子死，冠不免”，“佛争一炉香，人争一口气”，“士可杀而不可辱”，到“打狗还看主人面”，“不看僧面看佛面”等，关乎面子的警句格言成百上千。

鲁迅先生曾经说过：“面子是中国人的精神纲领，只要抓住这个，就像24年前的抓住了辫子一样，全身都跟着走。”林语堂也有过精辟的论述：“中国民族的特征之一，就是重人情、重面子。”对此，德国汉学家马特斯的论述最为透辟：“中国人的面子，就是一种角色期待……中国人是作为角色而存在的，而不是作为人本身而存在的……”能够以某种方式满足自我的角色期待，就是有面子。美国人史密斯写的《中国人气质》一书的第一章就叫《面子》。他发表了自己的看法：“在中国，面子这个词，实际上是一个复杂的集合名词，其中包含的意义，比我们所能描述或者可能领悟的含义还要多，面子问题正是打开中国人许多最重要特性这把暗锁的钥匙。”

在中国面子如此重要，以至于有人往往和自尊、尊严等联系起来，这在无形中就束缚了人的一些正常的思维和行动。由于面子观念在国人头脑中根深蒂固，使得中国人在就业时，走入了一些误区，如怕脏怕累、盲目攀比、清高自负、好高骛远，等等。

但是在温商的观念中，面子不值钱，挣钱才是硬道理。

楚剧演员夏艺，下岗后以替人“哭丧”为生，被人们尊称为“哭丧艺术家”。很多家里亲人去世了以能请到他去“哭”一场为荣。当然，他也

以“哭丧”的方式谋生赚了个钵满盆溢，并建立了自己的哭丧队伍。他是怎样把一种风俗习惯变成一项大产业的呢？

夏艺出生在一个贫困农家，父亲在他6岁时就去世了。因为生活艰辛，母亲常常爱哼唱楚戏里的哭腔来发泄自己的郁闷。夏艺从小耳濡目染，也能哼唱出一口好哭腔。夏艺高中毕业后被应城市楚剧团招聘为胡琴手。在剧团，他一边学操胡琴一边继续向老演员们学习楚戏哭腔。

1979年，夏艺结婚了，婚后不久生下一对龙凤胎。夏艺的母亲那时身体还很健康，他们一家的日子过得很幸福。1993年，不幸接连向夏艺袭来：先是妻子下岗了；接着儿子得了心脏病；母亲这时也一病不起，大限将至。为给母亲和儿子治病，家里已是债台高筑。

那一年，夏艺的儿子和老母亲相继去世了，夏艺痛不欲生。他在为母亲送葬时，不由悲从中来，在母亲的灵前大声痛哭起来。因他平日喜欢唱楚戏里的哭腔，又加之情到深处，所以他哭起来有板有眼，拿腔拿调，让人如同听了一场痛断肝肠的楚戏，催人泪下，来参加丧葬的亲友无不说他哭得好。以至于丧葬过去好几天，还有人津津乐道他的“哭丧”。

后来，夏艺一个同学的父亲去世了，夏艺前去哀悼。同学的母亲是一个哑巴，他是父母唯一的子女，可他因为丧父过度悲伤，急火攻心，嗓子嘶哑得说不出话来，不能放声大哭。而本地风俗是人去世了要放声哭，否则，死者来生就要变哑巴。同学正急得像热锅上的蚂蚁，见夏艺来了，便想让他来替自己当孝子哭丧。夏艺虽不同意，但经不住同学恳求，又见他确实哭不出来，就勉强同意了。

于是，夏艺穿上孝衣，扎上孝巾哭诉起来。起初，他哭得没感情，但又想到了自己的母亲，情不自禁，那眼泪就滴滴答答地落下来，哭声也就充满了感染力，让在座的宾客都眼泪汪汪的。大家都夸他哭得好，够义气。

那天，夏艺哭完后，一位宾客要留下他的电话号码，说是自己的妈快不行了，到时想请他去哭一场。夏艺连忙拒绝，说自己是正规剧团的专业演员，不是做那种下三流“哭丧”事的人，今天只是特殊情况。夏艺的同学这时候开导他说：“现在是市场经济，你的‘哭丧’技术这么好，丧家又迫切需要，你为什么不能改换脑筋，以‘哭丧’为职业呢？”

晚上回到家，妻子陈华芳听了这事情后却高兴不已。她为丈夫算了一

笔账，全国各地每天都有人去世，丈夫按一天只哭一场，每场收费 200 元计算，一个月就可以净赚 6000 元啊！经妻子这么一算，夏艺也怦然心动：没想到哭中还蕴藏着这样大的商机。但他还是绕不过心中的那道坎，以干这种事为耻，所以迟迟没有行动。

不久，那位宾客的母亲真的去世了，他给夏艺家里打了一个电话，是陈华芳接的。她毫不犹豫地替丈夫接下了明天去“哭丧”的任务，想趁此机会逼夏艺出道。夏艺回来后得知此事，埋怨了妻子一顿，但事已至此，第二天他只得硬着头皮去“哭丧”。但这次因为不了解对方家里的情况，惹怒了其儿媳，并由此引起了现场的骚乱。但是他决定在哪里跌倒就在哪里爬起，把“哭丧”当个正经事做好。夏艺首先努力掌握了在不同场合的不同哭法，后又掌握了定点定时流泪的技巧。妻子陈华芳也跟着他一起学习“哭丧”，终于两人都能够做到流泪收发自如。

1996 年春节一过，夏艺、陈华芳决定出山。由于经过精心准备与训练，这一场“哭丧”夏艺夫妇表现得很好，名声一下就传开了，不断有人请他们夫妇去“哭丧”。1996 年 5 月，夏艺办理了停薪留职手续，招聘了十几个人办起了一个乐队，妻子陈华芳也辞去了原来的工作。从此，夫妻二人专门从事“哭丧”。

有人问夏艺，你对目前所从事的这种职业有什么看法？夏艺诙谐地说：“社会进步了，经济增长了，人们生活水平提高了，眼泪流不出来了，‘哭丧’职业就应运而生了；人生有太多的无奈，我现在想开了，看透了，凭本事生存，能赚钱养家就行了。”

在温商的观念中，如果你想在社会上走出一条路来，那么就要放下身份和面子，让自己回归到“普通人”。同时，也不要在乎别人的眼光和批评，做你认为值得做的事，走你认为值得走的路。

舍弃面子比放不下面子的人在竞争上多了几个优势：

舍弃面子的人，他的思考富有高度的弹性，不会有刻板的观念，而能吸收各种资讯，形成一个庞大而多样的资讯库，这将是他的本钱。

舍弃面子的人能比别人早一步抓到好机会，也能比别人抓到更多的机会，因为他没有面子的顾虑。

俗话说：可怜之人必有可恨之处，对于那些宁愿吃低保，也要保住面

子而不愿努力打拼挣钱的人，温商是最瞧不起的。

你会说，当初温商不也一贫如洗吗？但他们能丢掉面子、顶着压力努力赚钱，“自救者得天救”，温商能赚钱而且赚了钱就在情理之中了。

为了赚钱，可以不要面子，但是也要为了面子，拼命赚钱。金钱是人生成功的象征，可以改变你的一生。英国文豪莎士比亚在著名的《雅典的泰门》中对金钱的魔力有着绝妙的论述：“金子！黄黄的、发光的、金贵的金子……这东西，只这一点点儿，就可以使黑的变成白的，丑的变成美的，错的变成对的，卑贱变成尊贵，老人变成少年，懦夫变成勇士……”一句话，拥有了金钱，你就拥有了改变人生的筹码。