

中国的犹太人 可怕的浙江人

《浙江人凭什么》
修订本

浙江人

的

创业经验与 经营智慧



中国商业出版社

中国的犹太人 可怕的浙江人

《浙江人凭什么》
修订本

浙江人的 创业经验与 经营智慧



图书在版编目 (CIP) 数据

浙江人的创业经验与经营智慧 / 曾繁文著. —北京:
中国商业出版社, 2004. 6
ISBN 7-5044-5142-8

I. 浙… II. 曾… III. 经实文学 - 中国 - 当代
IV. 125

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 058260 号

责任编辑 / 常勇

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺 1 号)
新华书店总店北京发行所经销
北京市北七家印刷厂印刷

★

787×1092 毫米 1/16 开 20.75 印张 350 千字

2004 年 7 月第 1 版 2004 年 7 月第 1 次印刷

定价: 32.00 元

★ ★ ★ ★

(如有印装质量问题可更换)

前言

山不在高,有仙则名;水不在深,有龙则灵;地方不在大小肥瘦,有人则行。2001年,我国经济实力最强的100个县市中,浙江占了23个,几近1/4。无独有偶,温州人在巴西圣保罗建立了中华商城,义乌在南非开办了小商品海外分场,海宁瞄准乌克兰,杭州看中布达佩斯……以“小商品、大市场”蜚声国内的浙江,正以强烈的市场竞争意识,走出国门。非独商界,在我国现职的1000多名两院院士中,浙江籍的院士有200多人,也近1/4。

浙江的经济已经领跑全国11年了,2003年浙江省国内生产总值达到6700亿元,比上年增长10.5%,全省人均GDP达到14850元,继续保持了全国省区第一的位置。然而,浙江资源匮乏,人均耕地只有全国平均的40%,国家重点投资项目也不多,是什么撑起了浙江这么多年经济的快速发展?

一份最新的统计资料把浙江经济的巨大“魔力”彰显得淋漓尽致。目前,在浙江全省88个县市区中,已经有85个县市区形成了块状经济,年产值超亿元的区块519个,块状经济总产值5993亿元,约占当年全省工业总产值的49%。这些经济群落也孕育出了一个勤劳务实、勇于开拓、善捕商机,敢冒风险的浙江商人群体。

越来越多的研究者认同这样的一个观点:位于中国东南沿海的浙江商人是当今中国最具活力也是最会赚钱的人群。

知名的零点调查公司不久前在北京地区的一项企业界人士调查结果显示,浙江商人是北京市场上的超级活跃群体,广东商人次之。

在上海,浙军达50多万人,浙籍企业在沪投资总额、企业总数和资产总额,均居全国兄弟省市之首。

不仅仅在北京、上海等大城市,从通都大邑到穷山僻壤,甚至在欧陆各国城市,到处都有操浙江口音的投资者和生意人。在各地的“浙江村”、“温州路”、“义乌街”,很难听不懂的“浙江”话成了各地的本土语言。仅在西部省份,就有300万浙商在“你发展,我发财”。

1999年度全国民营企业“500强”中,浙江占了112家,比例超过了1/5,总

量位居全国第一。而在 2000 年,“500 强”的“浙江产”更是达到了惊人的 171 家,一省就独占 1/3 强。2001 年,前十名增加到 5 家。2002 年,进入前 500 名的浙江省企业有 188 家,占全国 37.6%。

然而,浙商厉害的主要不是名人大家,而是深厚的民间基础与庞大的群体阵容。2002 年底,浙江省私营企业总户数达 24.73 万户,注册资本 2515.43 亿元,户均注册资金 87.19 万元。浙江现有年产值亿元以上的私营企业 334 家,注册资本 1000 万元以上的私营企业 3348 户。浙江省个体私营经济总产值、销售总额、社会消费品零售额、出口创汇额、全国民营企业 500 强企业户数等多项指标均居全国第一。

浙江人的创业经验和经营智慧是什么呢?艰苦创业,致富永不满足。浙江人,特别是温州人有很强的致富欲望和创业精神。为了致富,他们非常勤劳,敢于冒险,勇于闯天下,即使在艰苦的地方,也能寻找生机,生根发展,而且没有“小富即安”的思想,永不满足。“白天做老板,晚上睡地板”就是生动的写照。台州飞跃集团是我国最大的缝纫机生产基地,目前与其配套的企业达上千家。就是在这个大企业,人们难得看到宏伟的办公大楼,企业领导和员工的办公地方仅在一层高的平房内,厂房、车间挂着醒目的艰苦创业的标语。靠 300 元补鞋起家的董事长邱继宝现在仍住在仓库楼上。企业的一位副总曾在介绍“飞跃现象”时说,飞跃始终保持和发扬知难而进、艰苦创业的作风,正是凭着这种作风,飞跃才能从小到大,从农村到城市。飞跃赚钱后,不是像别人那样造房子、买汽车享受,而是用于扩大再生产。

温州民营企业大多都是凭着艰苦创业精神起家的。正泰集团董事长南存辉、德力西集团董事局主席胡成中就是由补鞋、做小买卖起步的。为了创业,他们挤过火车,吃过方便面。而在积累了一定的财富时,甚至一辈子也不愁吃穿时,他们没有“小富即安”,而是继续奋斗,要将企业做成国内名牌,做成享誉世界的品牌。

温州、台州民营企业家的另一种精神还体现在敢于出去闯,善于抓住商机。无论在黑龙江的“北极村”还是在西陲边境唐古拉兵站,无论在欧洲还是美国,都有温州人在做生意赚钱。伊拉克战争开始后,温州企业家很快瞄准了战后伊拉克重建的商机,将温州商品运抵伊拉克,抢占生意。报道说,在我国成功取得了 2008 年奥运会主办权的当晚,台州一批民营企业家就坐飞机赶到北京,取得了为北京奥运工程提供花卉、盆景的合同。

小商品大市场,造就“个性竞争力”从“一村(镇)一品”起步,就近建立专业

市场,经过多次产品档次的提升,主导产业不断壮大,逐步构成了“小商品大市场高回报”和“小资本大集聚”的区域特色产业,这是经济强县(市)发展的共同轨迹。

绍兴的纺织业、诸暨大唐的袜业、慈溪的小家电、乐清的低压电器等,在这些经济强县(市),总有一个或者几个产业不是全国最大就是最强的。2001年,在17个经济强县(市)中,具有相当规模和竞争实力的各类特色产业区块共有33处;涉及近百个行业和几万家企业。特色块状经济占这些县(市)工业经济的50%以上,有的甚至高达70%。经济强县(市)集中了全省主要的“小巨人”企业和高新技术企业,从而形成了最具创新力和竞争力的产业基础。

著名的经济学家吴敬琏说:“浙江是一个具有炽热企业家精神的地方,浙江非常有利于发挥华人的才能,浙商完全可以媲美全球成功的华商。”浙江人的创业经验和经营智慧也是中国商界一笔不可多得的宝贵财富。

目 录

第一章 浙江人经营中的超前视野

第一节 改革春风又绿江南岸	3
一、浙江民营经济的发展	3
二、小商品走出大市场	4
三、异想天开,自由翱翔	7
第二节 多样化的市场经营	9
一、繁花似锦,气势磅礴	9
二、八仙过海,各显其能	11
第三节 面向 21 世纪——坚定、清醒、有作为	14
一、自强不息的奋斗精神	14
二、崇尚工商的事功精神	15
三、博纳宽容的兼容精神	16
四、注重开拓的创新精神	17

第二章 浙江人的经营法则

第一节 浙江人的名牌方略	21
一、创名品名牌——杉杉	21
二、中国名牌的飞翔之路	23
三、雅戈尔展现品牌	25
四、同心协力,打造名品——报喜鸟	27

第二节 只要合适的就是好的 31

一、长城集团三请“高工” 31

二、德力西的成长历程 33

第三节 浙江人经营的三大法宝 37

一、有容乃大——从乡村鞋匠到中国富豪 37

二、因势而为——柳市的崛起之路 40

三、有所为有所不为——温台现象的启迪 45

第三章 浙江人的创业之道

第一节 风风火火闯九州 51

一、敢想敢干的李书福 51

二、挑战奇迹的金爱华 59

第二节 海纳百川，有容乃大 64

一、志在四方的万向 64

二、红蜻蜓的文化之旅 67

第三节 以人为本，以富民为先 69

一、“绿色浙江”的规划 69

二、共创共享的“横店” 73

第四节 “君子”以自强不息 76

一、自强不息的邱光和 76

二、自动自发的卓文生 79

三、练好内功，诚信创业 82

第四章 名行业，新理念

第一节 五彩缤纷的服装业 87

一、擎天一柱的服装业 87

二、温州鞋业,为国人打造	92
第二节 走向世界的浙江企业	96
一、从“苦力”到“大腕”	96
二、从产品“搬运工”到海外构筑“中国制造”基地	98
三、从产品输出到品牌输出	99
四、从引进技术到用自主知识产权占领国际市场制高点	101
第三节 风景这边独好	102
一、旅游大亨黄巧灵	102
二、独领风骚靠创新	105
 第五章 浙江人的骄傲	
第一节 温州模式	113
一、市场解决模式	113
二、自发自生的发展模式	117
三、解读温州经济模式	122
第二节 义乌小商品市场	126
一、撑起中国小商品经济	126
二、义乌模式	128
三、市场的胜利	129
第三节 开拓的宁波帮	131
一、开放的宁波	131
二、海外宁波帮	132
三、鹰击长空	134
 第六章 浙江人在全国	
第一节 “北伐”、“西征”	141
一、浙江商人在北京	141
二、浙江商人在西部	143
三、儒商张征宇	146

第二节 经营南部“根据地”	156
一、浙江人在上海	156
二、浙江民资“北伐”、“西征”	160

第七章 风云浙商的智慧

第一节 香港商界两巨头	165
一、船王的人生航程	165
二、慈善大使邵逸夫	166

第二节 内地浙商七巨头	171
一、郑晓超和他的“永固”	171
二、打火机中的“大虎”	176
三、浙江的阿里巴巴	181
四、天下任我行	187
五、挺宇集团和潘氏父女	190
六、新浙商徐冠巨	194
七、“另类浙商”王均瑶	198

第八章 浙江企业巡礼

第一节 广厦集团	205
一、楼忠福的传奇	205
二、广厦的扩张	206
三、广厦的二次创业	207
四、质量就是生命	208

第二节 赵章光和 101 的故事	210
一、意想之外的开端	210
二、意料之外的辉煌	211
三、辉煌后的定位	215

第三节 今天你喝了没有——娃哈哈	218
一、娃哈哈简介	218
二、娃哈哈集团创业纪实	219
三、娃哈哈西进启示录	223

第四节 奥克斯集团的涅槃	225
一、核心理念造就一流企业	225
二、商务中心的故事	227
三、锅炉房的故事	228
四、保安科的故事	229
五、电瓶车的故事	229

第九章 向不可能说再见

第一节 “网”遍天下	235
一、令人艳羡的浙江网站	235
二、另辟蹊径的产业网站	238
三、全面出击的市场运作	241

第二节 豪气冲天，快人半拍	243
一、老楼金叫板拜耳	243
二、汪立成的绝对商人状态	248

第十章 浙江模式新析

第一节 浙江模式的背后	253
第二节 浙江经济的中流砥柱	257
第三节 “家族制”民营企业的创新	261
第四节 “草根浙商”的升级压力	268

第五节 浙江民企的“两道坎”	274
----------------------	-----

第十一章 透析“浙江人经济”

第一节 浙江人经济	277
一、透析浙江人经济	277
二、浙商,打造中国的财富制造基地	282
三、今日浙商会否变成昔日徽商	287
第二节 浙江何去何从	290
一、乡镇企业终结了么	290
二、推动产业升级	291

第十二章 政府·中流砥柱

第一节 助民营经济百花齐放	301
一、尊重群众创业权利而“无为”	301
二、自觉从竞争性领域退出是“无为”	302
三、政策引导要“有为”	303
四、提高服务意识应“有为”	304
第二节 体制创新加速浙江经济	307
一、浙江经济正在加速度	307
二、坚持公有制,多种所有制经济共同发展	308
第三节 敢为天下先	311
一、首要秘诀是“走出去”	311
二、市场经济繁荣的“催化剂”	312
三、开明的政府成就了浙商的传奇	314
参考书目	317

第一章

浙江人经营中的超前视野

人无我有,人有我精,敢为人先,快人半拍……浙江人凭借他们开阔的思维,敏锐的视野,先人一步的理念,在激烈的商业竞争中笑看春风……

第一节 改革春风又绿江南岸

一、浙江民营经济的发展

“不论白猫黑猫,抓住老鼠就是好猫”,这是新时期浙江人的成分论。“一张白纸可以画出最新最美的图画”,用这句话来形容改革开放之初浙江经济的起步,可能是合适的。由于历史的原因,浙江国有企业不多,计划经济的控制力相对较弱,但这也为浙江人在全国率先冲破僵化观念的束缚,摆脱计划体制下“等靠要”的依赖心理,确立适应市场经济发展的新观念,提供了大好空间。有着强烈脱贫致富愿望的浙江人,在改革开放的春风吹拂下,毅然投向市场大海,成为社会主义市场经济的先行者。

没有资金,没有市场,但勤劳刻苦的浙江人却善于“无中生有”。为了摆脱贫困,他们什么苦都肯吃,什么脏活、累活都愿干,从事起各种别人瞧不起的“下等活”:弹棉花、补鞋子、磨豆腐、配钥匙……20世纪80年代中期,一个台州地区,就有10多万“豆腐大军”活跃在北京城乡;全省外出到全国各地打工的就达200多万人。斗转星移数年间,这些远离故土的棉花郎、修鞋匠们在含辛茹苦积攒血汗钱的同时,懂得了市场经济的基本法则。当他们将资本积累到一定阶段时,或回乡创业,或在异乡扎根发展,在新的起点上开始了新的追求。一个个老板从当年的打工族中走出来。

浙江人前赴后继的创业精神,令许多人感叹。如今,哪里有商机,哪里就有浙江人;哪里有浙江人,哪里就有红火的专业市场。据统计,目前浙江省在外务工经商的人员达到300多万人。全国各地仅“浙江村”、“温州城”、“义乌路”、“台州街”等就有100多个。浙江人经商,一分钱不嫌少;一个办法行不通就换个思路干,一个地方没有发展空间了,就拉家带口寻找新的希望之地。从20世纪90年代以来,浙江工商业者在中西部地区的投资已达900多亿元,创办企业7000多家。精明的浙江商人在挺进中西部中与当地实现了“双赢”。

当众多的个体细胞被激活后,区域经济的活力也就显现出来了。随着家庭工厂、股份合作制企业如雨后春笋般出现,浙江的民营经济从小到大,由弱而强,不断成长。民营经济与市场经济的天然亲和力,不仅推动了浙江区域经济的蓬勃繁荣,也使浙江的经济规模迅速扩大。

在民营经济的发展中,浙江省委、省政府坚持把工作的着力点放在发展上,突破“唯成份论”,创造性地执行党的改革开放政策,通过“先放开后引导、先搞活后规范、先发展后提高”的思路,不断促进市场主体和市场机制的发育和完善。针对浙江民营企业在发展初期存在的低、小、散等问题,十年前,浙江省委、省政府审时度势,正视经济发展中存在的深层次问题,进一步放手发展非公有制经济,推动农村工业化,让千家万户成为市场经济的真正主体,并引导它们走向联合、形成规模。

浙江民营经济的繁荣,生动地说明了“小河有水大河满”的道理。多种所有制经济齐头并进,像千万条涓涓细流汇成的汪洋大海,托起了浙江经济腾飞之舟。1978年,浙江省人均国内生产总值只有331元,而到2001年增长了43倍之多;财政收入更是从1978年增长到2002年的856亿元。2002年1~4月份,浙江的财政收入已相当于1998年全年的财政收入。小商品大市场,小资本大集聚,2002年4月份,浙江企业在天津和南京举办的跨国零售商订货会上大显身手。其中在南京的四天会上,100多家浙江中小企业一口气拿下了10.6亿元的订单。家乐福、沃尔玛等跨国买家还专程派员循踪而来。

二、小商品走出大市场

面对中国这块巨大的市场,那些跨国大买家为什么对浙江钟爱有加呢?原因在于浙江小商品显示了价格上的绝对优势。以温州鞋业为例,在走过了假冒伪劣的弯路后,如今温州鞋业在确保质量的同时,通过市场手段将成本降到了极限。构成一双皮鞋的所有原料都有温州“自己”的市场:鞋底来自乐清白石鞋底生产基地;鞋饰来自永嘉黄田鞋饰生产基地;鞋料来自河通桥鞋料市场……全国各地,甚至海外的制鞋企业不得不找上门来,当起了这批“配角市场”的真正“配角”。一位西班牙客商吃惊地说:“这里的专业分工已经细化到了不可思议的地步,别人几乎

无从竞争。”

如今,浙江各地涌现了成百上千个生产钮扣、眼镜、鞋类、灯具、袜子、打火机等专业村、专业镇。其中产值超亿元的特色产业区 500 多个,产值约占全省工业总产值的一半。虽然这里出产的大多是人们看不上眼的小玩意儿,但小有小的优势:生产成本低,不需要大量投资,适合于千家万户和中小企业生产,更新和转产快,回报率高。如在桥头钮扣市场,一枚钮扣的成本为 2 分钱,售价为 1 毛,利润率 400%! 义乌小商品城的专业户销售年画时,每幅年画只赚几厘钱,但当外地客商用卡车来装运年画时,人们才发现这是笔大买卖! 纺织产业中的印染助剂只占整个产业产值的 0.5%, 往往为人所忽视。但民营企业浙江传化集团却牢牢抓住这 0.5% 进行科研攻关,终于占领了国内 60% 的印染助剂市场。如今,十多年前靠 2000 元借款起家的传化集团已经拥有 8 亿多元的总资产,成为集化工、物流、高科技农业于一体的现代化集团。温州苍南的一批印刷包装企业,专门为全国的白酒企业等制作酒类包装,一年的销售额达到 30 多亿元!

浙江的小商品是随市场变动而动的,应变能力强,市场占有率高。温州打火机目前在国际市场上的占有率超过 70%; 嵊州领带年产量达到 2.8 亿条,占全球领带领量的三分之一;海宁年产皮衣 1600 万件,占全国产量的四分之一;萧山羽绒制品产量也占全国的三分之一。在 2001 年全国 532 种主要工业产品的经济效益排序中,浙江省有 336 种产品的效益位居前十名,其中 263 种产品的效益位居前三位。

任何事情都具有两面性,小也有小的难处。单个企业势单力薄,在大市场的风浪中无法独自应战。由此,浙江的中小企业从诞生之日起就走向了群落,形成“小企业大协作”、“小资本大集聚”的效应。在同一产业群中,生产者之间从相互模仿开始,生产技能、市场信息等得到快速传递,最终使产业群越滚越大。诸暨市大唐镇有 8000 多家家庭企业,却形成了袜子生产的全流程:1000 家袜子原料厂、300 家缝头厂、100 家定型厂、300 家包装厂、200 家配件厂、600 家营销商、100 家联运商……一环扣一环,既竞争又合作,将全镇变成了一个巨大的袜子工厂:年产袜子 48 亿双,产值 90 亿元。

现在,浙江的特色产业群还出现了跨市县的大产业区。如以永康市为中心,包括武义县、缙云县在内的五金机械产业区、杭州—绍兴—宁波的服装产业区等等。它们的销售网络也大多覆盖到了海外。在法国的 10 万祖籍温州的侨胞,如今已经成为浙江货在欧洲市场上的推销员。