

一本与各地商人过招的绝胜攻略

一方水土养一方人，一方水土育一方商人  
商场即战场，知己知彼方能百战不殆

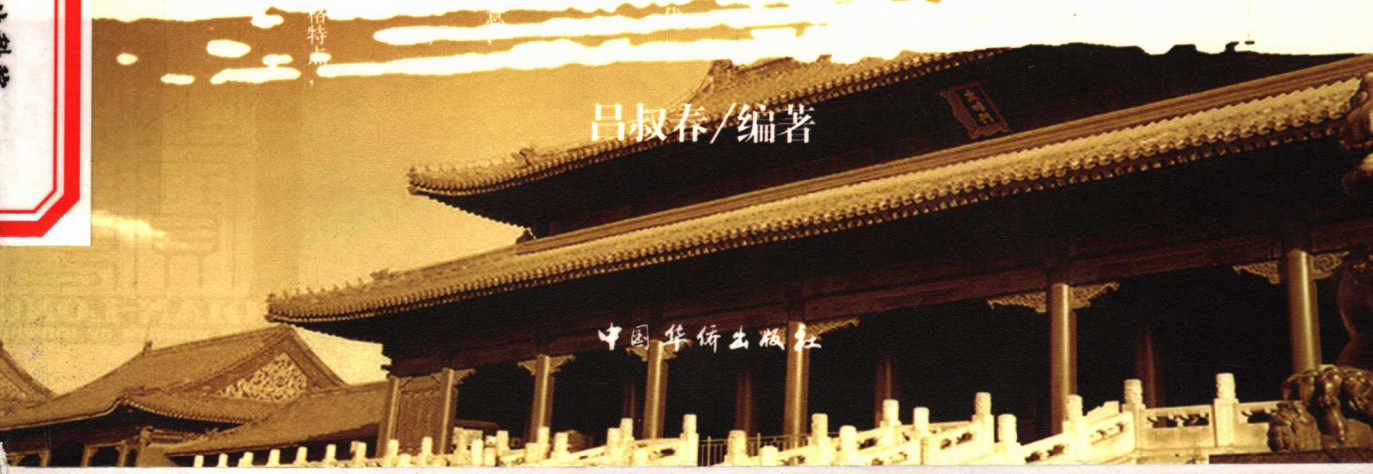
# 商战

[中国各地商人的性格  
与特征]

[一本洞悉各地商人经商脾性的宝典]

吕叔春/编著

中国华侨出版社



1729  
4

# 一本与各地商人过招的绝胜攻略

一方水土养一方人，一方水土育一方商人  
商场即战场，知己知彼方能百战不殆

# 商胜

[中国各地商人的性格  
与特征]

吕叔春/编著

中国华侨出版社



## 图书在版编目(CIP)数据

商鉴:中国各地商人的性格与特征/吕叔春编著. —北京:中国华侨出版社,2006.6

ISBN 7-80222-153-6

I. 商… II. 吕… III. 商人—对比研究—中国

IV. F729

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 071894 号

## ● 商鉴

编 著/吕叔春

责任编辑/李晓娟

装帧设计/孙希前

责任校对/志刚

经 销/新华书店

开 本/787×1092 毫米 1/16 印张 19.5 字数 340 千字

印 刷/北京中创彩色印刷有限公司印刷

版 次/2006 年 11 月第 1 版 2006 年 11 月第 1 次印刷

印 数/5000 册

书 号/ISBN 7-80222-153-6/G·137

定 价/30.00 元

中国华侨出版社 北京市安定路 20 号院 邮编 100029

法律顾问:陈鹰律师事务所

发行部(010)64443051

编辑部(010)64443979 64443056

# 前言

“布衣匹夫之人，不害于政，不妨百姓，取之于时而息财富，智者有采焉。作《货殖列传》。”这是《史记》中对商人的描述。

中国经商的传统起源于何时已无从考证，但中国商人的成长环境却是相当不妙，在中国传统的“重农抑商”思想的影响下，中国的商人自产生之日起，就始终处于受贬抑的地位。

虽然如此，中国的商业发展还是贯穿了整个中国历史，在中国广袤的大地上，还是孕育了无数杰出的商人。可以说，没有中国商业的发展，没有中国商人的活动，就没有中华五千年的文明。

马克思在《资本论》中指出：“一个社会不能没有商人，近现代社会更是如此。商人、商品和商业资本是推动社会发展的积极因素。商人可以存在于任何社会微小的缝隙中，为自己开辟出一个活动的大天地，这种顽强的生命力遇到适当的机会便会勃发出旺盛的生机，以致在一定历史时期里，商人可以产生压倒一切的影响。”

既然商业有如此重要的作用，商人有如此重要的地位，那么对他们进行研究和品评就显得十分必要。

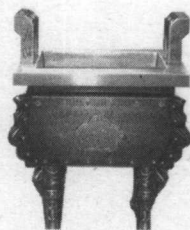
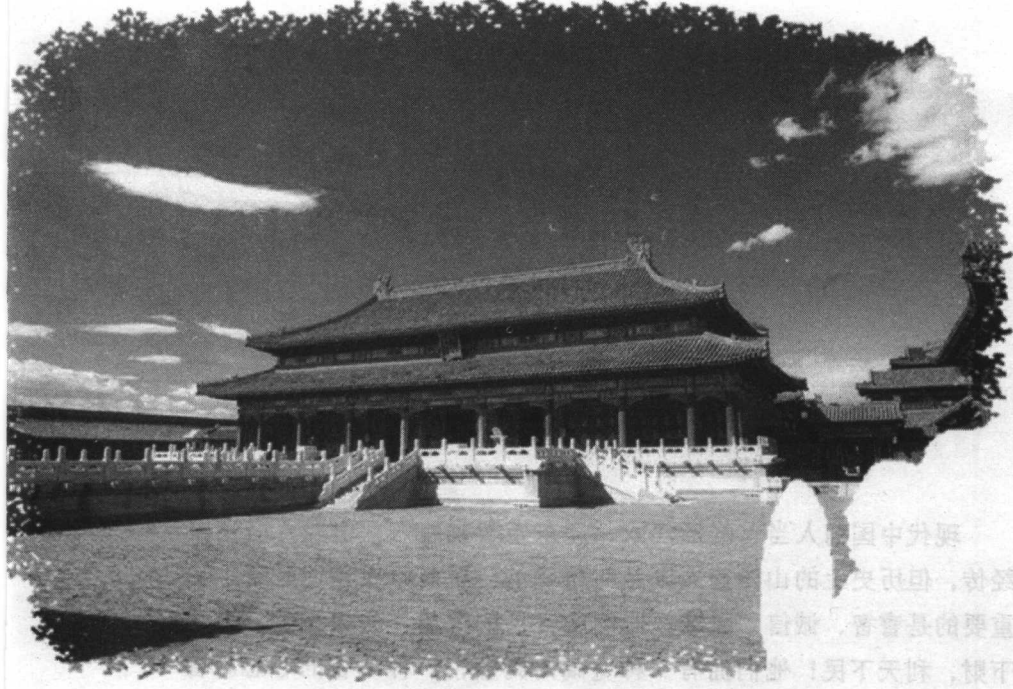
值得注意的是，中国商人阶层的形成一开始就表现出它的地域色彩，结成自己的流派，崛起了十大商帮。各商帮的经营项目、活动范围、经营风格、观念并不完全一样。就是到了现在，在全球经济一体化到来的时代，各地商人经商还是呈现出不同的特点。

比如，在当前大众心目中，北京商人无商不“官”；上海商人无商不精；四川商人虽说朴实执中，毕竟有顽固保守之嫌；广东商人虽说缺点不少，但凭借勇于开拓创新与务实拼搏的创业精神，终究是赢得

了商而不奸、可赞可敬的普遍评价。

因此,要想与各地商人做生意,并在商业活动中步步为赢,先声夺人,就有必要了解不同地域商人的特点,抓住关键,区别对待。《孙子兵法》早就说了:“知己知彼,方能百战不殆。”

本书撷取了十七个具有代表性的商人群体,从各地商人的性格特点,以及经商手段入手,生动而全面地揭示了商业游戏中的隐形规则。同一般“重特点,轻技巧”的商人地域性格书不同,本书立足于性格特点,意在诠释造成此种特点的主客观原因,并提出了一些可行的做生意技巧,希望能给经商之人以及对商业领域感兴趣的人以启示。名为“抛砖”,实则“引玉”,从而助你在商业活动中游刃有余,所向披靡。



# 目录

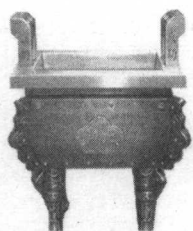
## CONTENTS

### 第一章 北京商人

#### 能侃心诚，重政治创神话

北京商人，不用说，他们占据天时、地利、人和，所掌握的经商与政治信息比任何一个区域的人都快、都准，浓厚的政治氛围也使北京商人对于政治情有独钟。因此，北京商人有一个很大的特点，就是能说能侃，还特好侃政治。北京商人以他们丰富的文化底蕴，引领着全国文化的主流，创造了一个又一个经济领域的神话。

1. 北京商人政治味浓 / 3
2. “侃”是生产力，“哥们儿”讲义气 / 6
3. 娶媳妇打幡，跟着哄 / 10
4. 创造神话的新北京商人 / 13



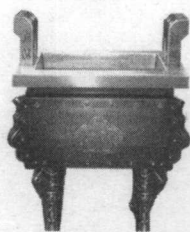
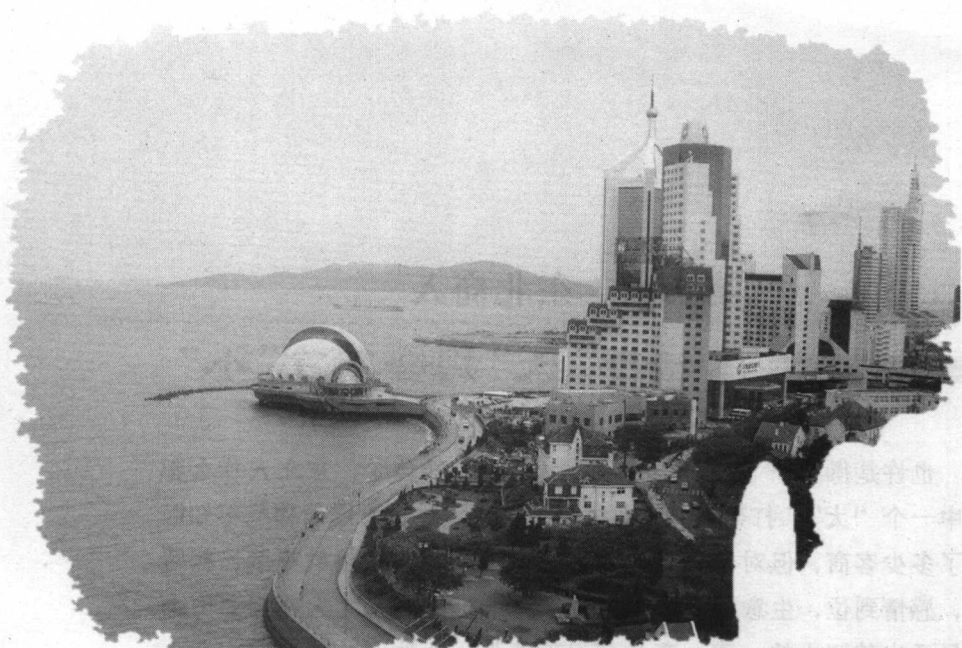
## 第二章 山西商人

### 勤俭吃苦，重利守义

现代中国商人当首推浙江人、广东人和福建人，山西人名不见经传，但历史上的山西商人则是叫得响的。晋商不仅精明勤奋，更重要的是睿智、诚信、团结。他们用自己的劳动，通天下货，谋天下财，利天下民！他们拥有一种宽阔的胸怀，一种从容的心态。曾经辉煌一时，富甲海内的晋商不愧为一代大商人。

1. “自强”与“勤俭”托起一代晋商 / 19
2. 一是守信，二是讲义，三是取利  
——晋商乔致庸经商之道 / 23
3. 独特的群体意识 / 28
4. 创新有效的经营手段 / 33





# 目 录

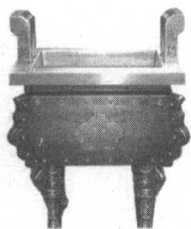
## CONTENTS

### 第三章 山东商人

#### 忠厚仁义，诚实不欺

山东商人的经营态度具有山东人的个性特征：直朴单纯，豪爽诚实。他们讲义气，骨子里有齐鲁重义的遗风，在经商中往往表现为团结，尤其倚重老乡。这既是山东商人的优点，又是他们的弱点。忠厚仁义有余，但灵活机智不足，有经商之能，却不精于此道。结果往往是山东人出力流汗，别人却大把赚钱。

1. 商道即人道，人脉即财脉 / 39
2. 敢于打破常规，利用一切可利用资源 / 43
3. 苦行主义：靠天，靠地，不如靠自己 / 46
4. 山东商人重义气，讲信用，做事够朋友 / 48
5. 大汉经商不够精 / 51
6. 质量是个宝，要好还得“炒” / 54



# 目录

## CONTENTS

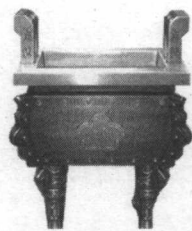
### 第四章 东北商人

#### 重酒重友,钟情于“大”割舍不了“小”

也许是得缘于“大口吃肉,大碗喝酒”的传统,东北人什么都看中一个“大”,打架要胆大,喝酒要碗大。过于火爆的脾气不知吓走了多少客商,但对于讲义气的东北商人来说,只要敢喝酒,能喝酒,感情到位,生意场的事就好说。钟情于大的东北人在经商方面又显示出其胆小的一面,商品意识不够强,外地人总能抢在东北人之前开拓商机。因此,外地人都觉得东北人的钱既不好赚又好赚。

1. 东北商人有脾性:打架胆大,经商胆小 / 59
2. 东北商人出手大方,对“大”情有独钟 / 62
3. 无酒不言商,谈生意论感情 / 65
4. 盲目崇外,好打外地牌——外地的月亮比东北的圆 / 68
5. 旱鸭子下海,水土难服 / 70
6. 经商不是坐、等、看 / 72





# 目录

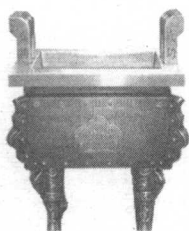
## CONTENTS

### 第五章 武汉商人

#### 善于创新，过于精明，不服输

“天上九头鸟，地上湖北佬”，这是外地人对武汉商人的印象，也是对他们的评价。在外地人的眼中，武汉人可是个个精明，在生意场上的人更是如此。武汉商人不服输的名声远扬中外，他们没有北方人的粗犷，但他们不服输的劲儿毫不逊色于北方人。不服输的上进精神，使武汉的商业在全国商场中占据着重要地位。

1. 与武汉人做生意，必须讲面子 / 77
2. “杀不死的猪”永远不服输 / 79
3. 欠缺实业精神的武汉商人 / 83
4. 商业重镇，缘何未形成“汉帮” / 87



# 目录

## CONTENTS

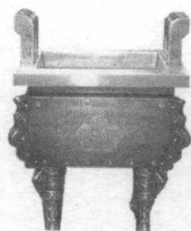
### 第六章 河南商人

#### 小心谨慎，处处求安难赚钱

河南地处中原，长期以来封闭型的经济形态，造就了河南人过于正统的民族性格。尽管河南人羡慕广东式的生活，向往北京的气派与上海的殷实，但有时似乎承受不了紧张的工作和精细的商业文明。因此，河南商人做生意总是以保本为前提，害怕冒险。“邯郸学步”式的经营方式使得河南商人失去了许多机会，也多走了许多弯路。

1. 不打冒险牌，以保本为经营准则 / 93
2. “邯郸学步”式的模仿 / 95
3. 河南商人相煎何太急 / 97
4. 拿来主义≠造假 / 100
5. 河南商人聪明人多，凑成一团难成事 / 103
6. 善待河南商人 / 106





# 目录

## CONTENTS

### 第七章 西安商人

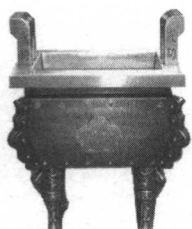
#### 处变不惊，信心十足

与其他各地商人相比，西安商人是很自负的商人群体。秦中自古帝王都，祖宗辉煌的历史给了他们自负的资本。

司马迁在《史记·货殖列传》中就指出：“关中之地于天下三分之一，而人众不过什三，然量其富什居其六。”历史中的西安商人是有点底气的。

但在现代商业社会，过于自负的他们，对外地货的过分排斥，却不是一个生意人的明智之举。

1. 自负到骨子里 / 111
2. 敢做敢为，善于捕捉商机 / 113
3. 以市场为准绳，极尽商人精明之能 / 116
4. 注重品牌效应，打造名牌 / 119



# 目录

## CONTENTS

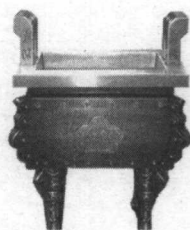
### 第八章 安徽商人

#### 温文尔雅，亦贾亦儒

自古云：“无徽不成镇，无徽不成商。”众所周知，徽商是中国古代大商帮之一。中国商人喜欢把自己称为儒商，而“儒商”这一名称则始于徽商。一直以来，徽商不是一个单纯的以营利为目的的商业集团，他们与文化有着不解之缘，从而形成了以商养文，以文传家这个商业集团的独特风格，形成了儒贾之间的良性循环。在中国这个以儒为尊的国度里，研究中国商人，就离不开对徽商的研究。

1. 无徽不成镇，无徽不成商 / 123
2. 贾而好儒，亦贾亦儒——徽商的儒商特色 / 127
3. 商而优则仕——官商结合的典范 / 132
4. 无奸也商，商而不奸 / 135
5. 小农意识深入骨髓 / 139





# 目录

## CONTENTS

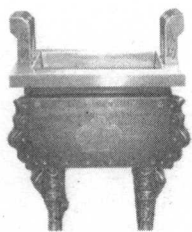
### 第九章 上海商人

#### 精明精细，看重利益

得天独厚的地理环境和人文背景，造就了“十里洋场”的辉煌，造就了魅力独具的上海商人群落。历史的恢宏大气为上海人争得了骄傲和自豪的资本。与此同时，上海人又过于死抠，这似乎与大气派、大模样形成了背反。在外地人眼里，上海人就是一群“门槛精”。在日常生活中，上海人常常为了一点点小利益而斤斤计较。在生意场上，上海商人更是行家里手，既识货又明理，又敢于和善于据理力争。

然而，上海商人就是在这种“背反”中创造着辉煌的业绩。

1. 精明自负，做生意死命的抠 / 145
2. 商战硝烟弥漫上海滩 / 150
3. 追求实惠，以利为先 / 155
4. 遵守秩序，“丑话说在前头”——理性的上海商人 / 158



# 目 录

## CONTENTS

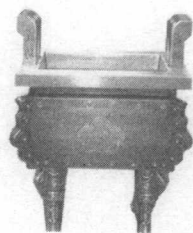
### 第十章 宁波商人

#### 敢闯敢冒，世界任我行

宁波商人没有杭州人那么多的家园意识，“航海梯山，视若户庭。”宁波人是以四海为家的。宁波商人也没有北方人那种守成享福思想，他们有了钱便立即投入更大的事业。宁波商人耻于安守家业，他们宁愿背井离乡，到外面的世界拼搏创业，也不愿守着狭小舒适的家园而碌碌无为。他们四海为家，冒险犯难。宁波商人天生就是干大事的料子。宁波商人坚毅的冒险精神和开拓精神，在他们的商业活动中显露无遗。

1. 哪里有生意，哪里就有宁波商人 / 163
2. 险中求稳，勇于开拓新路 / 166
3. 以变求存，以应变万变 / 169
4. 精于企业管理是宁波商人的特色 / 173





# 目 录

## CONTENTS

### 第十一章 温州商人

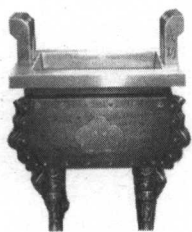
#### 做生意不贪大，从小处着手

温州人是天生的生意人，他们号称是“东方的犹太人”。

在温州人眼里，职业没有高低贵贱之分，能否赚钱才是最主要的。正因为如此，温州人才四处闯荡，占据了外地人不屑一顾的那些领域，不声不响地富了起来。

做生意先从小处着手是温州人起家的拿手好戏，也是他们走向成功的奥秘。

1. 为钱去流浪 / 179
2. 温州“蜂群”的“拿来主义” / 182
3. “春江水暖鸭先知”——温州商人惊人的洞察力 / 184
4. 宁为鸡脑袋，不当牛屁股——难解的老板情结 / 187
5. 小商品做大市场 / 190
6. “不管你怎么看我，我就是要赚你的钱”  
——温州商人脸皮“厚” / 194



## 第十二章 杭州商人

### 儒雅有余，干劲不足

作为善于经商的浙人中的一员，杭州商人是比较另类的。千年西湖在他们身上养育了充裕的灵气，因此，杭州商人善于用智慧来指导自己创业，这使得他们在复杂多变的商场上，善于应变，善于适时调整自己。但聪明的杭州商人却缺少宁波商人的“大气”和温州商人的“精气”。如果杭州商人能吸众家之长，应当能成为一个有作为的商业群体。

1. 缺乏闯劲，少有大商人 / 199
2. 从本土出发，挖掘财富 / 202
3. “千年浙商”谁能跑得更远? / 206

