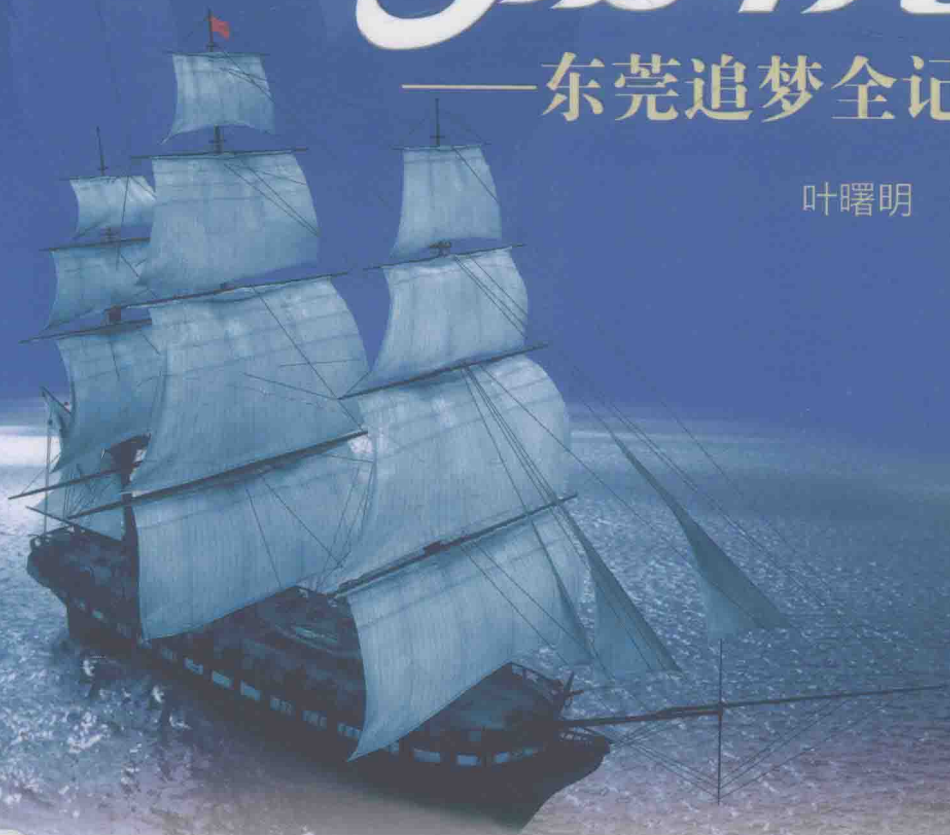




粤海扬帆

——东莞追梦全记录

叶曙明 著



SPM 南方出版传媒

全国优秀出版社 广东教育出版社
全国百佳图书出版单位





粤海 扬帆

——东莞追梦全记录

叶曙明 著

SPM 南方出版传媒

全国优秀出版社 广东教育出版社
全国百佳图书出版单位

· 广州 ·

图书在版编目(CIP)数据

粤海扬帆：东莞追梦全纪录 / 叶曙明著. —广州：
广东教育出版社，2016.5

ISBN 978-7-5548-1198-6

I. ①粤… II. ①叶… III. ①商业史—东莞市
IV. ①F729

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第126711号

责任编辑：林玉洁 李木子

责任技编：杨启承

装帧设计：友间文化

粤海扬帆——东莞追梦全记录

YUEHAI YANGFAN——DONGGUAN ZHUIMENG QUANJILU

广东教育出版社出版发行

(广州市环市东路472号12-15楼)

邮政编码：510075

网址：<http://www.gjs.cn>

广东新华发行集团股份有限公司经销

佛山市浩文彩色印刷有限公司

(佛山市南海区狮山科技工业园A区)

787毫米×1092毫米 16开本 23.5印张 410 000字

2016年5月第1版 2016年5月第1次印刷

ISBN 978-7-5548-1198-6

定价：48.00元

质量监督电话：020-87613102 邮箱：gis-quality@gdpg.com.cn

购书咨询电话：020-87615809

目录

CONTENTS

001 为东莞点赞 为莞商正名

东莞人是一群特别务实的人 / 003

东莞人是一群特别勤奋的人 / 004

东莞人是一群特别敢闯的人 / 006

东莞人是一群特别聪明的人 / 008

东莞人是一群特别低调的人 / 010

012 岁月传承三千年

风水宝地话东莞 / 013

第一代莞商的诞生 / 016

莞盐创造的奇迹 / 021

开辟海上丝路 / 027

莞香与莞草 / 032

赚了钱就办教育 / 039

走出国门的莞商 / 046

做爆竹也可以称大王 / 052

在爱国运动巨潮中 / 055

与时代风浪共沉浮 / 060

068 改革开放排头兵

思想解放，东莞一步一惊雷 / 069

东莞模式横空出世 / 078

厚街迎来第一批台商 / 088

虎门小地摊闯出一片天 / 096

创东莞自己的品牌 / 103

东莞塞车，全球缺货 / 111

地球人大多穿过大朗毛衣 / 116

大岭山为世界家具定价 / 124

136 屹立世界大舞台

- 长安、横沥双月争辉 / 137
- “血汗工厂”，沉重的话题 / 146
- 他们是玩具王国的掌门人 / 150
- 石龙人从小小锁匙扣起家 / 162
- 顶硬上的莞城仔 / 172
- 走进珠三角的香格里拉 / 181
- 松湖人打造中国硅谷 / 193
- 小生意也有大乾坤 / 200
- 东莞酒店业的战国时代 / 211
- 是非缠身的“莞式服务” / 218

224 铁肩托起梦之城

- 要致富，先修路 / 225
- 有一个梦想叫城市 / 236
- 没有最高，只有更高 / 245
- 叩响金融世界的大门 / 253
- 产业转型，更上一层楼 / 261
- 天地人和谐共处 / 272

280 寻找他乡的故事

- 奋斗在狮子山下 / 281
- 敲开大门第一人 / 296
- 香江莞商群雄谱 / 312
- 大洋彼岸的乡音 / 335

349 四海莞商是一家

- 营造一个自己的家 / 350
- 情系东莞，商通天下 / 357
- 说不完的东莞 / 370



为东莞点赞 为莞商正名

我们见过很多创造奇迹的地区，但在这么短时间内创造如此骄人奇迹的地区，在历史上却极为罕见；我们见过很多低调的商帮，但没见过在如此骄人奇迹之中仍保持如此低调的商帮。东莞人——以低一点、再低一点的姿态，展现着高一点、再高一点的岭南经济文化创造力。这真是一个让人看不透、说不完的地方。

在波涛浩渺的南海之滨，有一群人，千百年来，在这片土地上寒耕热耘，生息繁衍，开创文明，亦承担着天地人生的善美福德，他们的名字叫“莞人”。

在莞人当中，不乏出类拔萃之辈，披荆斩棘，凿山开路，引领着时代向前走。无论日月星辰、沧海桑田如何变幻，他们秉持着“天变不足畏，祖宗不足法，人言不足恤”的英锐之气，既葆有天真与率直的活力，也不失敦厚笃实、沉毅坚忍、谦克忠敬的胸襟。他们的思想智慧与行动能力，是从常年在大江大海、风口浪尖的生活中磨炼而成，所以格外顽强充沛。

众所周知，所谓“北上广深”，是指北京、上海、广州、深圳。偌大一个中国，能跻身于一线城市的，也就这四个，广东占了两个。这四个超级城市，就像四颗璀璨的巨星，往往会把周边的群星都映照得黯然失色，试看天津、石家庄，无论怎样奋起，其光芒亦常被北京所掩；南京、苏州，干得再出色，也不敌上海风头之盛。而东莞，不是处在一颗巨星的光晕之内，而是夹在两颗巨星中间！

广州至深圳的150千米距离，就是东莞的地理宽度。广、深有多远，东莞就有多宽。然而，它的经济宽度，却远远超出了这150千米的地理宽度。虽然夹在广、深中间，却不是靠这两大城市分一杯羹，才有饭吃；不是靠“站在巨人肩上”，才显出自己的高大。它本身就是一个巨人，即使与广、深并肩而立，也毫不逊色，毫不怯场。它给世界的印象，从来就不是广、深的“附属品”，不是广、深的卫星城，而是在岭南文化与经济的大舞台上，以独树一帜的本土文化，独立坚实的产业基础，独辟蹊径的发展路向，成为举足轻重的生力军。

很多人听过粤商、晋商、徽商、浙商、闽商这些响当当的商帮名称，有谁听过莞商？有谁谈论过莞商？很少。20年前，甚至连东莞本地人，也无法给你一个“莞商”的确切定义。在这世界上，见过低调的，没见过这么低调的。然而，正是他们一马当先，充当开路先锋，把东莞从一个种番薯、甘蔗的农业县，变成GDP总量达5881.18亿美元，人均GDP突破11000美元（2014年）的现代经济重镇。不过花了三四十年时间，在一代莞人的手中，东莞完成了这个“华丽转身”，不能不让人惊叹为一个千古未有的传奇。

东莞人是一群特别务实的人

广东人的务实是出了名的，而莞人可以归入广东人中最务实的那一群之中。广东有一句俗话：“逆水行船好过湾（泊）。”只要有一寸空间，都要努力往前行，有尺水，行尺船。这也是莞人所信奉的人生哲学，“做就系工，唔做就系空”。与其整天埋怨上天不给机会自己，埋怨运气不好，埋怨别人，埋怨环境，总是想着“机会来了，赚他个百八十万，有什么难”，不如脚踏实地，从一点一滴做起，从一分一毫赚起。不做，永远是空的。

东莞的石龙镇，是国家星火技术密集区、国家信息化试点镇、国家电子信息产业基地，也是东莞的门户。如果说，它今天的辉煌，是从三十多年前加工小小的锁匙扣起家的，有多少人会相信？但他们当年确实是在几间知青农场的旧瓦房里，办起了第一家“三来一补”的锁匙扣加工厂，迈出了从农业社会走向工业社会的第一步。

有人说，广东人会生孩子，不会起名字。莞人创造的许多新观念、新思维，走出了许多新路子，改变了世界对中国的观瞻，但由于性格一向低调、务实，讷于言而敏于行，习惯于用“事实胜于雄辩”来避开争论，不懂得掌握“政治论述”的主动权。因此，尽管他们为学者们的创意立言，提供了极丰富的素材，自己却常被人视为暴发户和土包子，被讥讽为除了钱什么都缺的土豪。

令人奇怪的是，很少听到莞人为自己辩护。记者去采访他们，他们往往会说：“谈企业可以，谈我们就不必了。”“好吧，那就谈企业吧，面对人们说你们是暴发户，没文化，你们怎么回应？”他们却总是笑而不语，被问多了，便自嘲地说：“我们就是‘乡下佬’，是没文化。嘴长在别人身上，爱说什么就让他说吧。有鸡啼天光（亮），有鸡啼天亦光（亮）。”

然而，“乡下佬”有大思维。谁说莞人没文化？谁说莞人不懂政治？“东莞模式”所引发的讨论，不是一个深刻的政治论题吗？人们常常慨叹广东是中国的南风窗，吹的却是“穿堂风”。近代史上，广东承风气之先，许多新思想是从广东兴起的，许多革命是从广东出发的，但最后都是穿堂而过。广东人生的孩子，却要北方学者给他起名字，似乎很可悲。其实不然。风是从广东刮起来的，是广东人把这股改革之风吹向全国的。不要以为生孩子不是文化，起名字才是文化。理论永远是灰色的，实践才是常青树。

文化是一个庞大复杂、多种多样的载体。不能以一个地方文化大师的多寡，作为否定老百姓生活方式的理由。老百姓希望踏踏实实过自己的日子，自由自在地生活，追求世俗层面的享受与快乐，这没什么不对。莞人不喜欢过于宏大的叙述、不喜欢大轰大嗡，不喜欢出风头、抢镜头，他们在实践中喝到了“头啖汤”（率先尝试），得到了最大的实惠，这就够了。所以，他们宁愿生活保持着一种平稳而恒久、不急不躁、细水长流的状态，谁起名字不重要，重要的是这孩子已经呱呱坠地，茁壮成长，这就是最大的文化。

东莞人是一群特别勤奋的人

有一个很奇怪的现象，在某些人的印象中，认定广东当地人都是游手好闲、好吃懒做的，东莞人更是如此。一位在东莞打工的人说：“东莞人有点好逸恶劳，没什么能力，我在东莞待过几家工厂，那些本地厂长给我的感觉，好像每个月白白地拿几千块钱，也没干什么事。”这种说法，一传十，十传百，成了“曾参杀人”故事的现代版。有人听到东莞人说自己也是“受人二分四”（受雇于人）的打工族，便大摇其头，不肯相信，如果竟证实是真的，便难免大大地惊讶，这与他们想象中的东莞人，每个月

不用工作就可以坐地分钱，“猪笼入水”，大相径庭啊！

受这种莫名其妙的印象影响，莞人仿佛与“二世祖”画上了等号，成了早茶晚酒饭后烟，吹吹水，打几圈麻将，就把一天打发掉的“大食懒”（好吃懒做的人）。但是，莞人真的是靠出租祖宗土地和榨取外地劳工的血汗过活吗？一个简单的道理是：土地搁在那儿是不会自动升值的，中国九百六十万平方千米，各地千差万别，怎么造成的？除了地理条件、国家政策之外，人是最大的因素。在同等条件之下，为什么有的地方三十年前就崛起了，走出一条大阳线，有的地方却徘徊几十年，变化不大？为什么东莞的土地可以生出工厂、酒店、写字楼，生出一个红红火火的城市，别处的土地就生不出来呢？这就是人的不同，是人的思想不同、下的功夫不同。如果莞人都是“大食懒”，会有这么多创业者如水赴壑，投奔这片热土吗？因为他们知道哪里最能施展自己的才华，实现自己的梦想。

东莞在1980年代初就开始工业化转型，那时还没有多少外来人口，改革开放后第一代的外地劳工，都是往深圳跑，往珠海跑，还没几个人知道东莞。但是，“天下者我们的天下，东莞者我们的东莞”，洗脚上田的莞人，义不容辞，扯起大旗，毅然上路。他们在农田阡陌之间，开基创业，修公路，建码头，盖厂房，招商引资，铺路搭桥，手胼足胝，艰苦打拼，为后来的创业者打下了坚实的基础。东莞人有一句名言：“顶硬上。”这句话是明代莞人袁崇焕的口头禅，也是莞商精神的核心价值之一。只要认准了方向，他们自有一种“铁打心肝铜打肺，立实心肠去挨世”的毅力，无论路有多难走，硬着头皮也要走。

一位在长安镇经营五金、建材的莞商，经过十几年的奋斗，已拥有一家颇具规模的公司，和十几个国家有生意来往，在记者问他的成功经验时，他竟掉下眼泪，说：“如果让我把走过的路重新走一遍，我绝对没有那个勇气，我会疯掉的。当时真不知是怎么挨过来的。”莞人不太善于为自己评功摆好，但他们就这么挨过来了，不畏风雨，不惧崎岖，一步一个脚印，硬是把弯弯曲曲的乡间小道修成了高速公路，把荒草萋萋的河海滩涂变成了世界物流中心，把编织草席的小作坊升级为高端电子信息产业基地。

东莞人是一群特别敢闯的人

在谈论广东人的性格时，人们常会提到“敢为天下先”。这也是莞人一种鲜明的文化精神。在中国文化传统里，“敢为天下先”原不是什么好事，老子说：“吾有三宝，持而保之。一曰慈，二曰俭，三曰不敢为天下先。”但现在时代不同了，敢为天下先成了一种美誉，广东人说自己敢为天下先，湖南人也说自己敢为天下先，上海人也说自己敢为天下先，甚至宁夏人、青海人、甘肃人都说自己敢为天下先，大家都争戴这顶桂冠。

追根溯源，这种文化观念的转变，最早出现在鸦片战争时期，虎门销烟的一把火，把千年的天朝幻境烧出个大洞，人们幡然猛醒，中国再不能这么弱下去了！中国再不能这么贫下去了！在这天地变色、日月无光的最后关头，南方兴起了变革维新思潮，一批有志于富国强民的改革者，从南方出发，走向全国，大发求仁之义，而讲中外之故，救中国之法。鸦片战争迫使中国从一个封闭的、宗法专制的国家，开始向现代国家转型。广东在这个转型过程中，起着一种历史枢纽的作用。因而，一位学者慨言：“近百年来，中国所以危而不亡，主要靠湖南、广东人物的努力。”

到1980年代初，改革开放时代来临。以东莞、番禺、南海、顺德、深圳、珠海等珠江三角洲地区崛起为标志，一种新的价值信念，由此成形，风靡全国。当初珠江三角洲地区有两个经济特区，一是深圳，二是珠海，加上省会城市广州，可谓三足鼎立，气势如虹。东莞不是经济特区，却又无反顾地充当起改革开放的“排头兵”“桥头堡”。中央和省里没有给予的政策，东莞努力去争取；中央和省里已经给予的政策，东莞用足用透。正是在“敢为天下先”的信念推动下，虎门莞商办起了全国第一家“三来一补”工厂，从此改变了中国。

不依古法但横行，自有云雷绕膝生。翻开改革开放这部沉甸甸的历史巨著，无论是财政、税收、金融、物价、外贸、流通体制的改革，还是劳

动制度的改革和农业结构的改革，几乎在每一篇章、每一段落，都可以看到莞商摸索前行的身影，他们为历史提供了一个极具参考价值的改革范本。

莞人的敢闯，还体现在不畏竞争、勇于竞争的胆略上。1980年代以前，东莞的工业基础非常薄弱，这群“番薯屎都未厠清”的农家子弟，就敢把自己的产品拿到上海，在最高级的第一百货公司开展销会，而且还大获成功，简直是天方夜谭。上海是什么地方？那是近代中国商业城市的“拿摩温”（Number One），号称“十里洋场”，是多少商人眼里的“黄金帝国”，但莞人就这样不知天高地厚地带着一身泥土味闯进来了。作为广东经济崛起的象征，曾令广东人无比骄傲的“广货北伐”，莞人是最有竞争力的先头部队之一，充分发挥了“过河卒仔当车使”的作用。

莞人不仅敢闯国内市场，而且从一起步开始，他们就自觉地、主动地把自己置于国际市场的大舞台上，敢与国际大商家、大企业，一争雄长。东莞的经济以外向型为主，几乎都是面向国际市场的。莞人根据不同的市场打不同的牌，有些是依靠劳动力优势、成本优势，有些是依靠规模优势、技术优势，有些是依靠管理优势、人才优势，有些是靠自己开山劈石，有些是靠借船出海，总之各施各法，拓展各个不同层面的国际市场，把“东莞制造”的招牌，打遍了全世界。

在海边长大的人，没有谁会害怕风浪的。两千多年的海上丝绸之路，莞商早已习惯于在惊涛骇浪中，扬帆搏风，奋进不止。如今很多人说起“中国制造”和“世界工厂”，都一脸不屑之色，但这一代的莞人，一穷二白起家，拼死拼活，在世界产业链中，挣得一环之地，把中国变成世界上最能赢钱的国家，岂是容易的事情？

一个时代的人，只能做一个时代的事。你让莞人在1980年代初，把牛棚猪栏一拆，就建起高技术含量、高资金含量、高附加价值率的高新技术产业，可能吗？路要一步一步地走，包子要一口一口地吃，你不能吃到第十个包子的时候饱了，就说前面九个都不用吃了，光吃第十个就好了。那些看不起“世界工厂”的人，是站着说话不腰疼。

有媒体形容，莞商是“果断、率真、刚烈、大大方方、充满战斗精

神，带着浪漫主义的气息”的一群人，这是一种很文艺的描述。如果用坊间平实的白话来说，就是：“比内地不发达地区的人生活节奏快，勤力，比较务实，不油嘴滑舌，什么都敢吃，什么都敢试。男人比较大男子主义，女人比较贤惠。有些暴发户很自大，瞧不起外地人，但不是个个都是暴发户。”无论是用文艺的笔调描述，还是坊间质朴笃实的评价，一群敢于踏海弄潮的勇者形象，已呼之欲出。

东莞人是一群特别聪明的人

聪明、灵活，这是广东人的一大特点。为什么会有这个特点？也许是天生的，他们的基因就这么聪明。中国历史上几次大规模的移民潮，几乎都是从北往南移的。秦始皇征服岭南之后，南征大军在当地安家落户，开边繁衍。沿着秦军入粤的路线，从西江向珠江三角洲扩散。后来秦二世又派了一批妇女到岭南为驻军缝补衣服。这是中原人口第一次大规模南迁，他们与当地的越族人结合，开枝散叶，繁衍子孙，形成了岭南地区最大的族群——广府民系，也就是莞人的祖先。

从秦亡汉兴、安史之乱、残唐五代，到南宋末，大量的北方人进入岭南，落地生根，繁衍不绝，不断为当地族群注入新鲜血液，印证了一种说法：血缘愈远的人结合，他们的后代愈聪明。移民愈多的地区，经济、文化、社会也会愈活跃，纵观世界，莫不如是。这是因为那里的人天生聪明，压也压不住，挡也挡不了。

莞人的聪明，还有一个原因是地理上靠着大江大海。向内有东江相通，向外有大海相接，境内河汊纵横，交织如网。文化带有很鲜明的水的印记。包容性、流动性、灵活变化，顺则有容，逆则有声，都是水的特点，莞人的性格，也是如此。当年粤籍人民音乐家冼星海在创作《黄河船夫曲》时，把东莞人最熟悉的民歌《顶硬上》的旋律融入其中，他说：

“广东因为近海，人比较聪明，在音调旋律方面受到外国一些影响，但有爽直、流利、热情、很甜的气味。”所以，孔子说“仁者乐山，智者乐水”，是有几分道理的，说莞人是乐水的智者，亦未尝不可。

莞人有一句口头禅，就是“有问题”。你和他们说什么困难，他们都会神色不变，淡定回答：“有问题。”尽管有时问题比山还大。当初全国第一家“三来一补”工厂——太平手袋厂，就是这样办起来的。港商拿了个款式时髦的手袋样板来，问他们能不能用一个晚上，做出完全一样的手袋。那些从来没做过手袋的东莞人，竟一口答应：“有问题。”他们果然把手袋做出来了。港商大喜过望，说要在这里开一家手袋加工厂，那些一无资金、二不懂管理、三没有销售渠道的东莞人，又是干脆答应：“有问题。”

莞人凭什么？就凭着目光如炬、嗅觉灵敏，善于捕捉市场的空位，一有空位就上。只要路口没立着“行人止步”的牌子，他们就要迈开步子走上一走，没准路就让他们给走通了。商场如战场，先到为君，后到为臣，能喝“头啖汤”，就是真本事。所谓有条件要上，没有条件创造条件也要上。这句口号人人会喊，但“创造条件”这四个字，千钧之重，不知包含了多少智慧、勇气和艰辛在里面。

有人总结莞人的行事风格是“非禁即入”，确实如此，改革开放初期有一句流行语：“遇见绿灯快步走，遇见红灯绕路走。”绝不走回头路。当时中央要求“摸着石头过河”，也就是说，没有现成的经验可资参考，也缺乏成熟稳定的制度保障，一切靠自己摸索。

在社会艰难的转型过程中，风舵经常出现摇摆转向，各种利益矛盾错综复杂，东莞每走一步，几乎都会引起各种争论甚至非议。莞人发挥了最大的聪明才智，遇山开路，遇水架桥，前面没有路，就自己开一条路。他们不是“有问题”，而是有什么问题就解决什么问题，随机应变，见招拆招。于是有人慨叹：“要以此说东莞是国内第一等聪明的城市也无不可。”

东莞人是一群特别低调的人

务实与低调几乎可以说是孪生兄弟。务实的莞人不懂得争“话语权”，这一性格特点，与生俱来。福建人在明代引进了番薯，又是请官府推广，又是著书立说，又是盖先薯祠，大锣大鼓地宣传，还请历史学家详加考证，描画出番薯从福建传向北方的路线图，弄得满天下的人都以为福建人是种番薯的鼻祖，其实闽人引进番薯比莞人晚了十几年。而东莞直到2011年，才在虎门为引进番薯第一人的陈益立了一尊塑像。全国第一家“三来一补”工厂的名次谁属，顺德、南海都来争，东莞人却拿不出当年那个“粤字001号”的企业牌照为证。这就是他们低调惯了的结果。

莞人似乎都信奉“人怕出名猪怕壮”的信条，不想出名，害怕出名，不愿意站在聚光灯下，不喜欢成为舆论关注的焦点。有媒体总结出他们的特点是：“掌声响起来，马上躲起来。”在胡润的中国富豪榜上，东莞与东北、北京、福建、武汉并称为“中国五大富人聚集地”，但唯独东莞让胡润大感头痛，他对报纸记者诉“苦”：“对广东富翁调研，东莞难度最大，主要是东莞富翁太低调。”那些被列上胡润富豪榜、福布斯富豪榜的东莞富商，几乎没有一个是乐意的，更不用说主动配合了。

说起莞人的低调，坊间流传着很多有趣的例子，比方说，在东莞，很多穿着短裤，趿着拖鞋，开着辆十多万小车的人，其貌不扬，却是身家亿万富豪。或者说，当你在街边吃牛杂时，站在旁边和你一起吃得津津有味的人，说不定是坐拥五六家酒店的大老板。还有一个茶余饭后常被人说起的故事：东城有个老板，人们传说他起码有60亿的资产，当记者问他时，他谦逊地回答：“太夸张了，哪有60亿？顶多40亿。”这类故事不仅民间津津乐道，也被众多媒体引用，从中透出的信息量很大。

据东莞市车管所2012年的统计数据，在东莞上牌的几大知名豪车，共计只有124辆。许多人看到这个数字的第一反应，都是大呼不可能，东莞每

年进口那么多豪车，都上哪里去了？据说是被摆在酒店、商场的大堂装门面，招徕顾客了；还有人戏谑地说，更多的豪车被富豪们收藏在家里，晚上别人都睡觉了，他们就点根蜡烛，悄悄欣赏呢。

说到这里，究竟东莞人是一群怎样的人，似乎依然难以定义，而莞人中的精英——莞商，似乎更难定义。但是，莞商要成为一个名副其实的“商帮”，要在地区经济、中国经济，乃至世界经济的舞台上占一席之地，以前说不清的东西，现在就要说得清；以前无法定义的事情，现在就要定义鲜明。孩子已经生下来了，不管你会不会起名字，这名字是一定要起的，否则他永远是个野孩子。

东莞人，现在该定义自己了。



岁月传承三千年

中国人崇拜祖宗，崇敬古圣先贤，强调慎终追远，承前启后。要了解莞商的今天，要预见她的明天，还须从她的昨天说起。几千年来，莞人是靠海贸起家的，最著名的商品，有莞盐、莞香、莞席、烟花、爆竹等。他们经历了百代的治乱兴亡，多少风雨岁月的磨砺，都是为了迎来今天的辉煌。