

“粤商文化”丛书

主编 申明浩

粤商好儒

YUESHANG HAORU

刘正刚 © 著



中山大學出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

“粤商文化”丛书

主编 申明浩

粤商好儒

YUESHANG HAORU

刘正刚 © 著



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

粤商好儒/刘正刚著. —广州: 中山大学出版社, 2016. 8

(“粤商文化”丛书/申明浩主编)

ISBN 978-7-306-05683-2

I. ①粤… II. ①刘… III. ①商业经营-研究-广东省 IV. ①F715

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第092938号

出版人: 徐 劲

策划编辑: 李 文

责任编辑: 李 文

封面设计: 林绵华

装帧设计: 林绵华

责任校对: 赵丽华

责任技编: 黄少伟

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020-84111997, 84110779, 84113349

发行部 020-84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路135号

邮 编: 510275 传 真: 020-84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 广州家联印刷有限公司

规 格: 787mm×1092mm 1/16 14.5印张 334千字

版次印次: 2016年8月第1版 2016年8月第1次印刷

定 价: 80.00元

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

“粤商文化”丛书编辑委员会



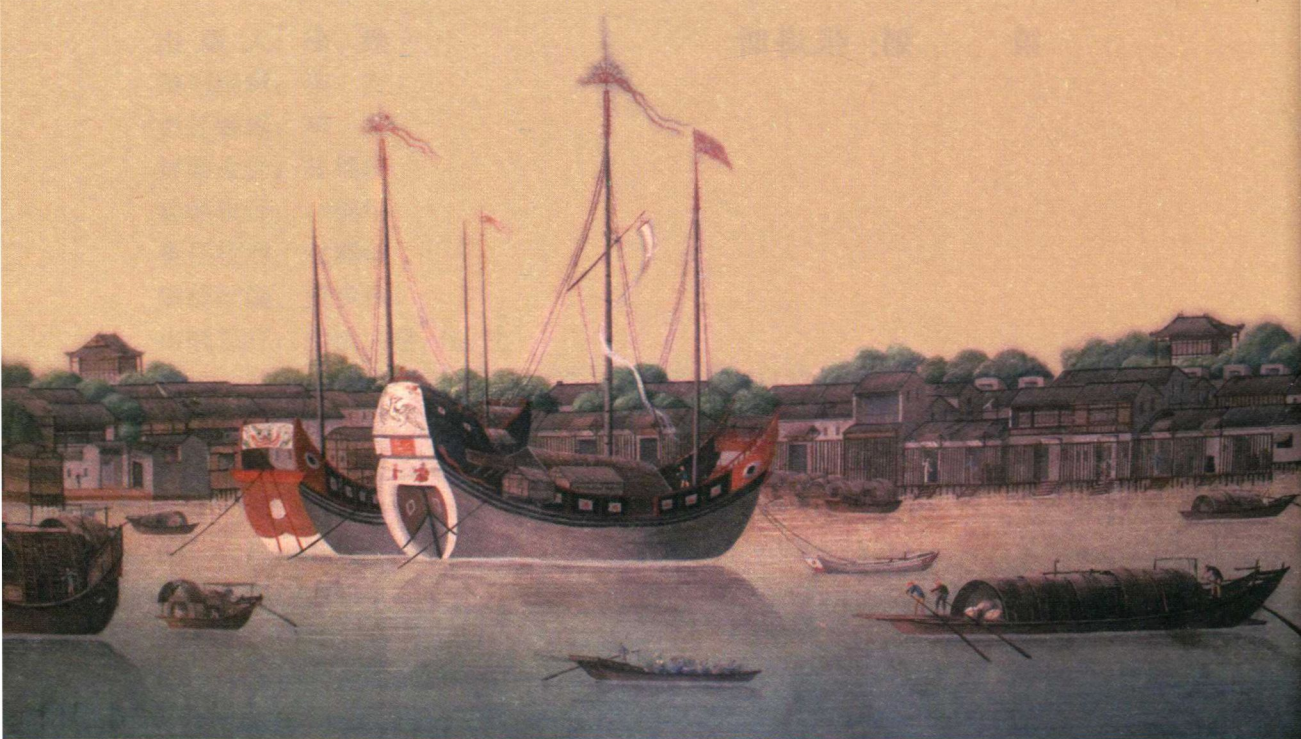
顾 问：顾作义

主 编：申明浩

编 委：谭元亨 范小静 刘正刚 冷 东

谢 英 蓝 天 曾楚宏 谢 俊

策 划：张海昕





总序

“千年粤商，百年崛起”。粤商的变迁和发展，在近现代世界范围内创造了财富的辉煌和人文的荣耀，对当代中国改革开放和社会进步产生了巨大的影响。一代代广府商人写下一个个传奇故事，雄踞海内外的潮汕商人笑看商海潮起潮涌，勇于开拓的客家商人显示出商界精英的大气魄。在风云变幻的年代，他们走出本土生存之道，又跨越海洋闯世界，放射出一道道耀眼的光芒。在改革开放之初，他们迈出市场经济第一步，领先于人，在民营领域大放异彩；同时也在转轨之痛中探索经验，吸取教训；在走向新世纪的征程中，他们与祖国母亲一道融入世界经济大潮，抗争中进去，创造中升华，为岭南大地带来新的血液和希望。

百年粤商，敢为人先，勇闯天下；一脉相承，致富行善，叱咤风云，充满创新与活力的粤商群体创造了蔚为大观的财富奇迹，为推动广东乃至中国经济持续快速发展做出了重要贡献。

中国现代化进程的推动者

自古以来，粤商就在中国商界中占据主要位置。秦汉时期“海上丝绸之路”粤商就已开展着艰辛的海外贸易商旅。近代史上，“粤商”与“徽商”和“晋商”鼎足而三，成为著名的商帮之一。粤商始于贸易业，广州“十三行”曾是中国与世界通商的主力，在中国经济史和世界贸易史上，都留下了令人瞩目的印迹。随着西风东渐，粤商在大力传承传统文化的同时，也受到了西方商业思想的影响。岭南地区粤商包容性强，容纳吸收了西方商业文明的结果。近现代香山地区（泛指珠海、中山、澳门等地）的粤商创办





的先施公司、永安公司、新新公司、大新公司，成为现代中国百货业和集团公司的先驱。现当代的李嘉诚、郭炳湘兄弟、霍英东等著名粤商，成为中国企业家效仿的楷模。

改革开放后，广东商人依靠天时（先行一步）、地利（毗邻港澳）、人和（华侨港澳同胞）之优势，大批现代工商企业应运而生，从发展“三来一补”企业、外资企业到创办个体企业、私营企业，从搞活国有集体企业到探索混合型企业、股份制企业，粤商都发挥了至关重要的作用。时下的李东生、何享健、马化腾等，正是在这一时期涌现出的粤商杰出代表，他们引领着新一轮粤商振兴的潮流。

粤商对于中华民族的进步，对于我国与世界的经贸交往，对于中国的现代化做出卓越的贡献。然而对粤商的研究却仍存在极大的空白和巨大的空间。或许是由于岭南文化低调务实的风格，粤商并没有像晋商、徽商那样被媒体和学者高度关注。而长期忽视对粤商的研究，不能不说是我国经济学和管理学界的一大缺陷。

现代人的印象中，粤商是一个历史概念，实际上，粤商并未像晋商、徽商一样随着历史变革而断代，而是在不断变化的社会中发展。近年来，广东省委省政府高度重视粤商的发展，2008年5月召开的首届新粤商大会，引起了海内外众多政界名人及许多工商社团、企业家的关注。学者对粤商这一题材的研究也开始升温。促使社会各界逐渐重视粤商研究的原因主要有两点：① 20世纪90年代，港澳台及东南亚等地区华人企业取得的经济成就令世人瞩目。世界华人经济对日本的经济地位大有取而代之之势，华人企业家团体把亚洲经济推向巅峰，并逐渐向西方经济领域扩展。海外华人企业家多半为粤籍商人，粤商的身影遍及世界。② 20世纪70年代末以来，珠三角地区引领中国的改革开放，一批新粤商脱颖而出，承接了港澳等地的产业转移，迅速建立起一大批产业集群，产品行销全球，家电、IT产品、灯饰等产量占据世界重要份额，被称之为世界工厂，成为世界经济的新引擎。

从学理背景看，粤商精神体现了岭南文化的突出特征，而岭南地区较好地保留和积淀了中国几千年的家文化和儒家伦理。这些文化与伦理对中国近现代企业发展历程起着至关重要的作用，影响着新兴的珠三角企业家群体。“敢为人先，和气生财，利己而不损人”的文化传统熏陶了一代代粤商，保障了粤商不断演绎历经磨难而不断代，游历海外而不衰落的传奇。粤商是一个跨学科的研究领域，涵盖了包括家族企业、跨国公司、公司治理等诸多研究方向。很多典型的粤商为家族企业，繁衍数代而不衰，破除了中国



“富不过三代”的诅咒，对我国家族企业的继承问题提供了很好的研究范本；粤商较早走出国门，成功开辟海外市场并实现本土化，成长为著名的跨国公司，值得我国企业走出去和本土化研究方面借鉴；粤商组织经历数代变迁，由传统的家族式经营过渡到现代企业制度，其内外部治理结构的完善是我国公司治理理论和实践的补充。因此，重视粤商在以上方向的研究，可以使人们加深对华人企业组织制度形式与组织行为以及与社会经济制度环境之间的互动变迁关系的认识，可以引发我们去深入探讨中国传统文化规则与现代市场经济规则以及现代企业制度规则的衔接点、结合点，进而从学理上探讨富有效率的中国特色的企业管理模式。所以，粤商研究是一个具有现代意义的话题。

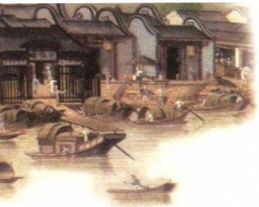
粤商的概念界定

如何定义粤商，是粤商研究中不可回避的问题。目前学者对粤商的定义纷争较多，无法统一。从地理区位划分者认为，粤商就是指广东商人，即出生于广东或者籍贯是广东的商人；从广义和狭义划分者认为，广义的粤商泛指所有从事工商业活动的人，狭义的粤商则指以零售业经营者为代表的商贸流通业的投资者或经营者；从时间维度划分者则认为，粤商包含两个时代，一是近代以来在广东创业和经营的人士，二是改革开放以来在广东创业与经营的人士（欧人，2002；王先庆，2007；刘光明，2007；谭建光，2008）。

上述界定均有偏颇，粤商概念不应局限于地域、时间等单一层面，而应是包含地域维度、行业维度和文化维度三个方面。粤商概念应该具有更大的内涵和更广阔的范畴，不能局限于传统商贸流通业，而应与现代产业体系发展同步，涵盖现代工商业的各种业态。所以，首先要认识到粤商不是完全不相关的一群人，而是有着共同点的商人形成一个商帮，这个共同点应该是超越了时间和地域、不限于某行某业的文化和价值取向。所以，粤商的定义可统一为，认同广东文化（岭南文化）的“粤地商人”或“粤籍商人”，包括广东出生和在广东经营，或广东籍贯在外地经营，且价值观与岭南文化呈现高度相关的企业家群体。

地域维度：粤商应该包含“粤地”、“粤籍”两个方面。所谓粤地，即在广东省境内经营的企业家群体，这其中包括非广东本土人，比如，十三行中的“潘卢伍叶”四大家族，除了卢家是广东新会人外，其余皆为福建侨居广东人士，他们当然是粤商中典型





的代表。广东地处中国南部边陲，历史上即为一个移民的重要区域，自秦始皇统一六国的秦兵南下开始，一直到今天改革开放的孔雀东南飞，新老移民共同为广东的经济建设做出各自的贡献。所谓粤籍，即广东籍贯的商人在外地经营，主要是海外经营的粤商。粤人是走向海外较早的群体，现在很多东南亚国家（如新加坡、印尼、马来西亚和泰国）的经济命脉都控制在海外粤商手中，他们所掌握的财富仅次于日本企业的海外资产，而港澳与广东同宗同源，其商人巨富更是为大家所称道，比如香港四大富豪中，皆为广东籍贯，李嘉诚为潮汕籍，其余三位是广府人。

行业维度：粤商始于贸易，兴于贸易，中国近代的对外贸易为十三行所垄断。现在广东仍然是中国第一贸易大省，其外贸总量长期在全国占四分之一强的比重，且中国的顺差主要来自广东。有争议认为，粤商是否应属于流通行业，这里我们从19世纪郑观应的《盛世危言》中可以找到答案，他提出了商战理论，认为西方实际上是通过商战来剥夺中国的财富，指出政治不改良，实业万难兴业。之后的洋务运动中涌现出无数经营实业的粤商，如中国第一个民营企业家陈澹浦的“联泰号”机器厂，中国第一家机器缫丝厂陈启沅的继昌缫丝厂；改革开放后广东珠三角兴起了大批加工贸易企业，他们都是粤商的重要组成部分，没有他们，粤商的历史将被割裂。所以，粤商所从事的行业应该包含传统服务业和现代服务业，也应包括与商贸有关的制造业，以及创新商业模式的新兴产业。

文化维度：基于地缘关系，粤商汇集了中原文化与海洋文化的特点，形成鲜明的文化特征，如“敢为人先”、“务实包容”、“利己而不损人”、“和气生财”等，因为粤商具有强烈的对外性，所以在接受新鲜事物上能够占有先机，近现代广东开风气之先，最早形成商业化市场经济，且与西方的商业文化有一定的融合，属于较为成熟的商业文化，使得粤商能够敬业守职，不会过多地向政治倾斜和靠拢，这也是粤商能够繁衍数代而不衰亡的一个基因。

粤商三大帮

广东本地有三大族群之分，广府、潮汕、客家，分别讲不同族群的方言。

广府族群是三大族群当中影响最大的一支，其方言（当地叫白话）也就是通常我们



所知的粤语，集中分布于珠三角地区，此外还广泛分布于广东省中西部地区的肇庆市、清远市、阳江市、茂名市、云浮市等，在民国以前，分布一直比较稳定。抗日战争爆发以后，大批广府人从珠三角地区逃往粤北的客家族群区和粤西的福佬族群区，很多最后定居下来，以至于今天韶关市、湛江市都有着大片的粤语方言岛。广府人是最早到达广东的，占有西江流域及其下游的珠江三角洲，早已成为海上丝绸之路上扬帆万里的主角。现在以广州为中心分布于珠三角及周边地区的人被称为“广府人”，这里是海上贸易的重要口岸，滋养了一代代的广府商人。

潮汕族群（人类学称福佬族群）方面，在唐宋时期，由于人口的自然增长，地狭人稠的闽南地区难以承载更多的人口，因此大批福佬人迁居到与闽南地区毗邻的潮汕地区、海陆丰地区以及惠州的部分地区，这里成为福佬人在广东省最大的聚居地。到达潮汕和海陆丰地区的一部分福佬人，随后又继续沿海西迁，前往雷州半岛以及海南岛。抗日战争爆发以后，很多福佬人逃往北部的丰顺县，不少人最终在此定居，这加剧了丰顺县“潮客交错”的局面，今天丰顺县城依然是闽南方言（潮汕话）与客家方言并存的双语区。相较于广府人，潮汕人稍后才到广东境内，占有了潮汕平原，濒临大海，商贾活跃，那里曾被恩格斯称之为“最具有现代商业意味”的港口，其商品意识也早已形成。

客家族群的迁移最为复杂，与其他族群交错分布的情况也最为常见。根据各市县地方志以及罗香林（1989）的记载，早期到达广东的客家人，主要是为了躲避几次大的战乱（黄巢起义、金人南下、满清入关）而南迁的。而客家人在广东省内的迁徙主要是由以下几次事件引发的：①明朝万历年间瑶民起义被镇压后客家人迁入；②清朝顺治、雍正年间，开平、鹤山招募客家人开荒；③清朝顺治、康熙年间，“迁海令”后“复界”，客家人形成“沿海客”；④清朝咸丰、同治年间，受太平天国运动影响，“天地会”起义演化为“土客械斗”，形成客家人西迁。客家人的祖先源自中原，是从中原迁徙到南方，是汉民族在中国南方的一个分支。经过长年累月的变迁和繁衍，客家文化一方面保留了中原文化主流特征，另一方面又容纳了所在地民族的文化精华。

粤商内部三大商帮天然形成于三大族群，具体是因为，数量庞大的粤籍商人或企业家，有着相同或类似的性格特征、价值取向、经营理念和行为模式，他们来自同一个文化共同体，即同一个族群，他们基于语言和文化背景形成的思维习惯对其经营行为都具有一定的共性影响。近现代以来，粤商能够垄断中国外贸百余年；鸦片战争之后，粤商能够开风气之先，民族工商业在广东率先兴起，粤商创造出近现代中国商业史无数第





一，都有一定的族群共通性。中国式企业遵循着基于族群内部的信任和学习机制导致了某种业态高度集中于某一族群内部，香山走出的四大百货缔造出中国商业第一街等案例都是佐证。

20 世纪 50 年代，中国大陆经历了资本主义工商业的社会主义改造，民营资本退出了大陆的经济舞台，而粤商继续发扬其外向型风格，在港澳及东南亚一带做出了惊天的伟业，是一个现代华商崛起的年代。

这一时期的代表性人物有霍英东、李嘉诚、曾宪梓。三人不仅仅代表着粤商的地理属性划分，即广商、潮商、客商，他们也代表了中国商帮在清朝、民国之后的辉煌，而他们更能代表的是中国商人在国际上的巨大影响力。

雄踞港澳及东南亚的富商相当多出自广府。香港富豪前五位除李嘉诚为潮商外，其余四位皆为广府人，分别是香港地产界霸主新鸿基集团郭氏父子、“珠宝大王”新世界集团主席郑裕彤（此三家与李嘉诚并称为香港“四大天王”）、澳门首富“赌王”何鸿燊。还有著名爱国商人霍英东，“碧桂园”创始人杨国强，恒生银行联合创办人何善衡、梁銑琚、谢瑞麟，美心食品集团创始人伍沾德、伍舜德兄弟，新浪网创始人王志东，腾讯联合创办人张志东，“真功夫”全球华人餐饮连锁董事长兼总裁蔡达标，利丰集团总裁冯国纶，香港“蚝油大王”李锦记集团主席李文达等，都是广府商人的代表。

潮商在亚洲占据着天时、地利、人和的三大要素，掌控着亚洲的商业版图。经常去东南亚办事的商人会发现，如今去东南亚办事，潮汕话是必须要懂的。如果你不懂潮汕话，那在东南亚的国家，很难与人沟通，更谈不上把生意谈成了。潮商在全球华人富豪榜上占据着 1/4 的财富，亚洲的潮商则占半壁江山，足见潮商在亚洲商业版图上的地位。潮商在全球商业上的地位，通过几个数据一目了然——全球潮商中，本地潮商占了 1/3、亚洲其他地区占了 1/3、欧洲和美洲占了 1/3。其中，在亚洲其他地区中，又以泰国的华人最多，达到了 1000 万人左右。在总资产 10 亿美元以上的“全球华人富豪榜”中，按籍贯分析，以潮商的经济实力最强，有 60 人上榜，占富豪榜的 1/6，总财富达 820.5 亿美元，占总财富近 1/4，其中李嘉诚、马化腾、谢国民等为亚洲潮商的典型代表。在东南亚地区，潮汕的实力尤为突出，该地区 11 个国家中，70% 的资产掌握在华人手里，而潮商约占其中一半。

客家人常常以那些英才男儿为榜样，启发教育子孙，向事业有成的前辈们学习。广



东北部和东部地区是世界著名的客都，“哪里有阳光，哪里就有客家人；哪里有一片土，客家人就在哪里聚族而居，艰苦创业，繁衍后代”。由于客家人行走天下，移民世界，在海外商界成功者众多，不断演绎着中华民族的商界传奇。从近代第一个投资铁路的华侨张煜南到“中国葡萄酒之父”张弼士，再到“领带大王”曾宪梓，客家商人在穿越历史的烟雨中演绎着惊心动魄而又鲜为人知的商业传奇。他们当中有立足实业、锻造品牌的田氏化工田家炳，永芳化妆品的姚美良，“印刷大王”香港星光集团林光如，共享发展的“国货大王”余国春，以及东南亚政商共荣的李显龙等一批杰出商人代表。

千年传承的粤商外向型基因

有学者对明清以来中国形成的商帮归纳为“十大商帮”，其中以徽商和晋商规模最大，影响最广，前后叱咤风云几百年，代表了中国古代农业文明情境中商帮的形象。与之形成鲜明对照的是粤商和浙商，特别是改革开放以来“新粤商”的异军突起，这支远离政治中心的商人队伍，具有明显的近代海洋文明的特征，从而也从一方面决定了它与旧的商帮形态不同的命运（程宇宏等，2009）。众所皆知，晋商、徽商在极度辉煌之后是覆灭的结局，现在的山西、安徽境内的商人群体，从严格意义上并未继承历史上的晋商与徽商的事业和商业精神，实际上出现了历史断代。而粤商则成功地延续至今，从海上丝绸之路的奠基，到十三行转手贸易的辉煌时代，再到现代的珠三角加工贸易和产业集群的兴盛，粤商千年传承，生生不息，不断在新的时期创造新的辉煌。搞清楚粤商世代繁衍，发展壮大的动因，对我国的企业发展具有重大的战略意义。

粤人经商的历史可远溯汉代，汉武帝时期开通了“经南中国海过马六甲海峡，入印度洋，到波斯湾、阿拉伯半岛以及非洲东海岸”的“海上丝绸之路”，与中国途径西北地区的陆上丝绸之路相比，这条海上丝绸之路的航行更为艰巨，风险更大，但船舶的容量更大，利润更为可观，因而吸引了大量的粤人从商，粤商的海外贸易经营从此展开。及至近代因为清政府一口通商的政策，广州得天独厚的垄断了中国的对外贸易，外国客商都必须经过“十三行”从事与中国的贸易，粤商成为闻名天下的商帮，承接西方各国工商业产品转销内地，及收集内地陶瓷、茶叶、银钱转销海外的业务；随着业务的扩大和新一批通商口岸的建立，粤商也逐渐转型，开始走遍全国各地进行交易，并前往海外进行贸易。





作为中国的著名商帮之一，粤商具有晋商、徽商不同的特征，因而也拥有不同的命运。由于地理位置远离封建政治中心，粤商从形成的第一天起就具有强烈的对外性，较少依附于政治权力，商贸活动的开展基本上遵循着“对外”的营销方向。这一“对外”性质对于粤商抵抗近代资本主义经济的发展和冲击具有非常重要的作用。粤商不仅避免了晋商、徽商在政治、经济环境剧变时迅速消亡的厄运，还纷纷走出国门，到世界各地开拓市场，寻求更大的发展机遇，在世界商业大舞台上展露中国人的商业才智，把中国和世界市场紧密连接在一起。粤商的这种对外交往活动对中国近代的思想进步、经贸发展和社会变革产生了巨大的影响。粤商的发展和演化过程，就是中国近代对外贸易发展的一个缩影。正是粤商这种外向性，使得粤商在不断的政治、社会动荡中得以留存和延续，粤商较早走出国门，进入不同的社会和法律环境开辟市场，形成了机动灵活、适应力强的特点。正是这种不局限于国内市场的国际化视野，使得粤商在晋商、徽商等因为固守传统而日渐式微的时候，却能伴随着近代海外移民的高潮而崛起于东南亚和香港、澳门等地区。从而在中国大陆改革开放之初率先脱颖而出，快速建立起外向型的工商业体系，成为中国经济改革的排头兵。

粤商精神与文化内涵

近现代中国，粤商一直是我国对外贸易的中流砥柱，尤其是近 30 多年来，粤商敢为天下先，成为改革开放的先行者，引领改革的步伐，启动了中国成为“世界工厂”的历史变革。改革开放 30 多年来，粤商对外经济贸易取得辉煌的成就。广东省进出口贸易从 1978 年的 16 亿美元增加到 2014 年的超万亿美元，年均增长达 21%。广东省生产总值约占全国的 1/8；财政总收入占全国 1/7；进出口贸易总额约占全国的 1/4。在改革开放的大好机遇中，粤商认清形势，抓住时机，不断发展壮大，成为外经贸的中坚力量，无论是目前广东的各大知名品牌，还是众多不知名的外贸公司、外向型生产企业，他们所实现的 6000 多亿美元的进出口额足以让粤商赢得世界的关注，长期的贸易传统令粤商充分发挥“广交会”的优势，产品行销全球。可以说，众多粤商成长的历程就是广东甚至中国改革开放过程的缩影。

支撑这一骄人战绩的是广大粤商所秉持的粤商精神，这种精神也是中国商界的瑰宝。粤商文化内涵非常丰富，我们可以通过“语言—观念—态度—行为”逻辑体系来



界定粤商文化内涵。粤商三大族群属于广府民系、福佬民系和客家民系，其方言要么是古代中原汉语，要么融合了古代中原汉语和当地土话，民风与传统兼容了古代中原文化传统和近代海洋文化传统；长年海外贸易兴盛导致民间重商传统浓重，开放观念深入人心；天生的国际化基因使之具备兼容的营商态度，能够吸纳东西方的文化和商业模式，敬业乐天的天职意识让其以知足乐观的态度对待身边的人和生意，养成了“和气生财，利己而不损人”的营商态度和准则；中庸文化的熏陶，老庄哲学的浸泡，让粤商深谙“人怕出名猪怕壮”、“生意就是生意”的道理，促使其低调、务实的行为；粤商不安现状的探索海洋的精神蕴蓄了其创新精神，能够在不同时代抓住时机转型升级，创新商业模式，创造新型业态。

1. “敢为天下先”的精神是粤商在很多方面引领改革开放的根源

粤商深受岭南文化的影响，远离政治中心，不受所谓“正统”、“权威”观念的束缚，正是这种勇于尝试的精神使得粤商在很多方面成为第一个吃螃蟹的人，使广东经济迅速成为全国的排头兵。当代粤商的崛起背景，是在经历过“文化大革命”闭关自守、百业凋零之后，“对外开放，对内搞活”从而获得了发展机遇。当时的粤商大胆革新，借鉴国外，敢于尝试。曾经流传的“红绿灯”理论就是形容粤商善于利用政策发展经济，善于创造条件变革经营，绝不等待，绝不观望，敢为天下先。

2. “开放、包容”的文化是粤商能长期保持昌盛的根本

较之国内大多数地区的商人，广东商人有更多的机会了解世界，获取新知，采用从外国学来的经营方式，在内地再创业或去海外经营。“广东的文化，历来不是封闭型的文化。”从国内来说，广东吸收了楚文化和中原文化，并改造了南越的风俗习惯和“刀耕火种”或“水耕火耨”的农业，特别是广州成为对外贸易的重要口岸之后，广州又成为中国与世界文化交流的重要窗口之一。因此，岭南地区各类人员在生存和发展的过程中，对中原文化与海外文化既没有明显的偏向，也没有明显的排斥，包容、融合外来文化的特征就在内外交往和交流的过程中形成了。

粤商深知“地低成海，人低成王”。不断地低下自身的姿态来向别人学习求教，在吸收外来优秀文化的同时壮大自己的实力，“师夷长技以制夷”的精神流传广泛。因而粤商走遍全国及世界，以全方位的开放心态，对内地、对海外都同样有强烈的开放态势。粤商对于各种有能力的人才以及新生事物，普遍能够虚心学习接受，并对于企业发





展有利的批评建议能够包容和接纳。这也是珠三角一些农民商人虽然自身没有文化，但却能办大型批发市场、高档连锁酒店以及商业街的原因。

3. “和气生财”、“利己而不损人”的理念构筑了广东企业有序的竞争环境

粤商有一个良好的商业风气，就是讲究和气生财，相安无事，各发其财。大家各算各的账，只算自己是否能够盈利，而不去计较对方是否赚得更多。这就是为什么广东形成众多的产业集群专业镇，在狭小的地域，那么多的企业依然和平相处、共同盈利的原因。

4. “低调务实，灵活变通”促使民营企业迅速发展壮大

粤商大都是实干家，敏于行，讷于言。他们不在乎所谓的虚名，越是有钱的反而越低调，怕惹祸上身，目标太大不安全。在众多的中小企业中，分布着许多的隐形冠军，他们是一些在各自行业里占有极高市场份额的企业。“不事张扬”使广东众多个体户发展成为颇具规模的民营企业。

粤商以灵活变通著称，从不把自己的生产经营局限于某一固定的框架之中，随时根据市场变化以及政策因素等各种条件及时调整自己的经营策略和经营方式。这种特征在官商关系处理上尤显突出。为了保护自身利益，粤商针对不同的历史条件，采取不同的策略，处理与政府之间的关系。他们处理官商关系既不曲意逢迎，也不一味抗拒，为了商业利益，总能抱作一团，一荣俱荣，有钱大家赚，既是合作伙伴也是竞争对手，无论是清朝特许的行商，还是民国时期的四大百货公司都是如此。这决定了他们能够在对外对内的开放中求新求变，不断输入新鲜血液，最终财源滚滚，兴盛持久。

5. “国际化视野”保障了粤商的代际传承、永续经营

作为中国的三大商帮之一，粤商具有晋商、徽商等商贸组织不同的特征。由于地理位置远离封建政治中心，粤商从形成的第一天起就具有强烈的对外性，较少依附于政治权力，商贸活动的开展基本上遵循着“对外”的营销方向，注重国际化视野。广州作为明清政府允许开放的唯一对外贸易港口，成为内地产品与外国商品、“洋货”与“土特产”的集散中心，粤商内部的“海商”、“牙商”和“内地长途贩运批发商”三大类型无一不是与海外贸易相关联或为目的的。这一“对外”性质对于粤商抵抗近代资本主义经济的发展和冲击具有非常重要的作用。粤商不仅避免了晋商、徽商等商贸组织在政治、经济环境剧变时迅速消亡的厄运，还纷纷走出国门，到世界各地开拓市场，寻求更大的



发展机遇，在世界商业大舞台上展露中国人的商业才智，把中国和世界市场紧密连接在一起。粤商的这种对外交往活动对中国近代的思想进步、经贸发展和社会变革产生了巨大的影响。粤商的发展和演化过程，就是中国近代对外贸易发展的一个缩影。尤其在改革开放的30年中，粤商起着引领改革时代潮流，推动企业规范化和国际化的先锋作用。

改革开放之初，粤商就着眼全球，利用广东侨乡的优势，引进资金和技术这些自己稀缺的东西，发挥劳动力优势，以“三来一补”、“来料加工，进料加工”为主业，发展产品贸易。不管当时的舆论如何，粤商看准的国际化市场策略从未动摇，靠着这样的坚定，不断在世界市场中求得发展，粤商在短短30年间神奇般地在国内外各个市场站稳了脚跟。

6. 非政府组织“广东会馆”的凝聚力和媒介作用是商业竞争力的支撑

广东商人遍布海内外的“广东会馆”将粤商紧密地团结起来，以团体的力量参与商业竞争。在异地经营的粤商常常以家乡为招牌，通过会馆整合各种政治资源，增强商业竞争实力。

新时期应赋予粤商精神现代内涵，粤商精神可以分为两个层次：

第一层次是开放、兼容、创新。这对建设国际商贸中心、自贸区和21世纪海上丝绸之路而言是积极正面的；香港、新加坡是名副其实的国际商贸中心，靠的是良好的营商环境、高级人力资源禀赋、自由港的市场准入，这些恰恰对应了粤商精神的开放兼容创新精神。

第二层次是知足、低调、务实。这在目前新开放阶段可能会产生负面影响，知足则止步，阻止了转型升级步伐，过于低调和务实则没有远见卓识，缺乏开拓新业务的勇气 and 希望。需要因势利导，促进粤商精神真正成为广东国际商贸中心和改革开放排头兵建设的钻石体系支撑，把广东打造为钻石水乡、首善商圈。

粤商网络与21世纪海上丝绸之路建设

席卷全球的金融海啸导致国际市场急剧萎缩，广东的外向型经济受到巨大冲击，大量外向型企业倒闭，粤商面临着前所未有的重大危机。市场萎缩和成本上升导致粤商经





营风险大幅增加，如何破解源自外需减少的粤商经营困局，如何规避层出不穷的市场风险，是一个亟待解决的问题。与此同时，在欧美提出“再工业化”以及德国推行工业4.0、智能制造与分布式制造蓬勃发展等因素的共同作用下，全球范围内出现了高端产业和高端要素向德国和美国等发达国家回流聚集、低端产业和低端要素向劳动力成本较低的印度和越南等发展中国家转移扎根的新趋势。这种变化趋势将会给依靠劳动力成本优势和大规模制造发展起来的粤商模式带来重大挑战和冲击，如果不能适应并且提升自身在价值链重构中的地位，粤商将有可能陷入高端市场打不进、低端市场又被对手抢占的“夹心层”尴尬境地。粤商如何转型升级，如何继续发挥大规模制造优势，如何保持既有比较优势并创造新的优势，成为不得不解决的迫切问题。

回顾历史，不难发现海上贸易历程其实不是一帆风顺的，粤商发展始终都伴随着巨大的自然风险、政治与法律风险、市场风险及管理风险，同时粤商也不断通过组织创新与技术创新来规避风险，学习乃至创造科学的经营与管理方法来控制风险，不断发展壮大。强大的海内外关系型网络与流动性产业资本的经营控制偏好是粤商繁衍壮大的关键。海外粤商对金融业的投资偏好非常明显，这种偏好是海外华人长期面临所在国经济与政治的不确定性的结果，在形势发生剧变，华人遭受突然打击时，只有流动资产是可以随时移动的，控制流动性资产可以保障资产的安全性。而且海外粤商在一些不稳定的政治经济环境中，很难从当地银行借款，只有创办华人银行才能解决关系网络中粤商的融资问题。这种差序格局式的关系型网络有助于形成商业联盟，产生网络外溢效应，帮助粤商在某地域、某产业集聚，迅速扩大市场份额，提升企业整体实力。

粤商不仅在复杂的政治经济环境中得以生存和壮大，并且不断转型升级，成功实现了代际传承，百年老字号品牌不计其数，归纳和总结其经营治理模式，不仅可以为国内企业渡过危机提供借鉴，还能够补充和完善我国的公司治理理论，并对于我国民营企业正在面临的继承和守业问题也具有重要的指导意义。研究粤商发展成长历程，与其说是回顾中国企业的过去，不如说是在预测当代中国企业的未来，因为粤商发展繁衍千年，作为影响近现代中国最主要的商业力量之一，不仅演化时间远长于当代企业，而且走出了一条中国式的跨国经营道路，抗市场风险能力也比较强。据不完全统计，海外华商多为粤籍，他们控制了太平洋沿岸亚洲部分除日本和韩国之外的每个国家或地区的经济，他们联合在一起所能动员的力量远远超过日本的企业大亨。菲律宾华人占总人口不足2%，却拥有全菲商业出售额的35%，印尼华人占总人口2%，拥有全国资本的70