

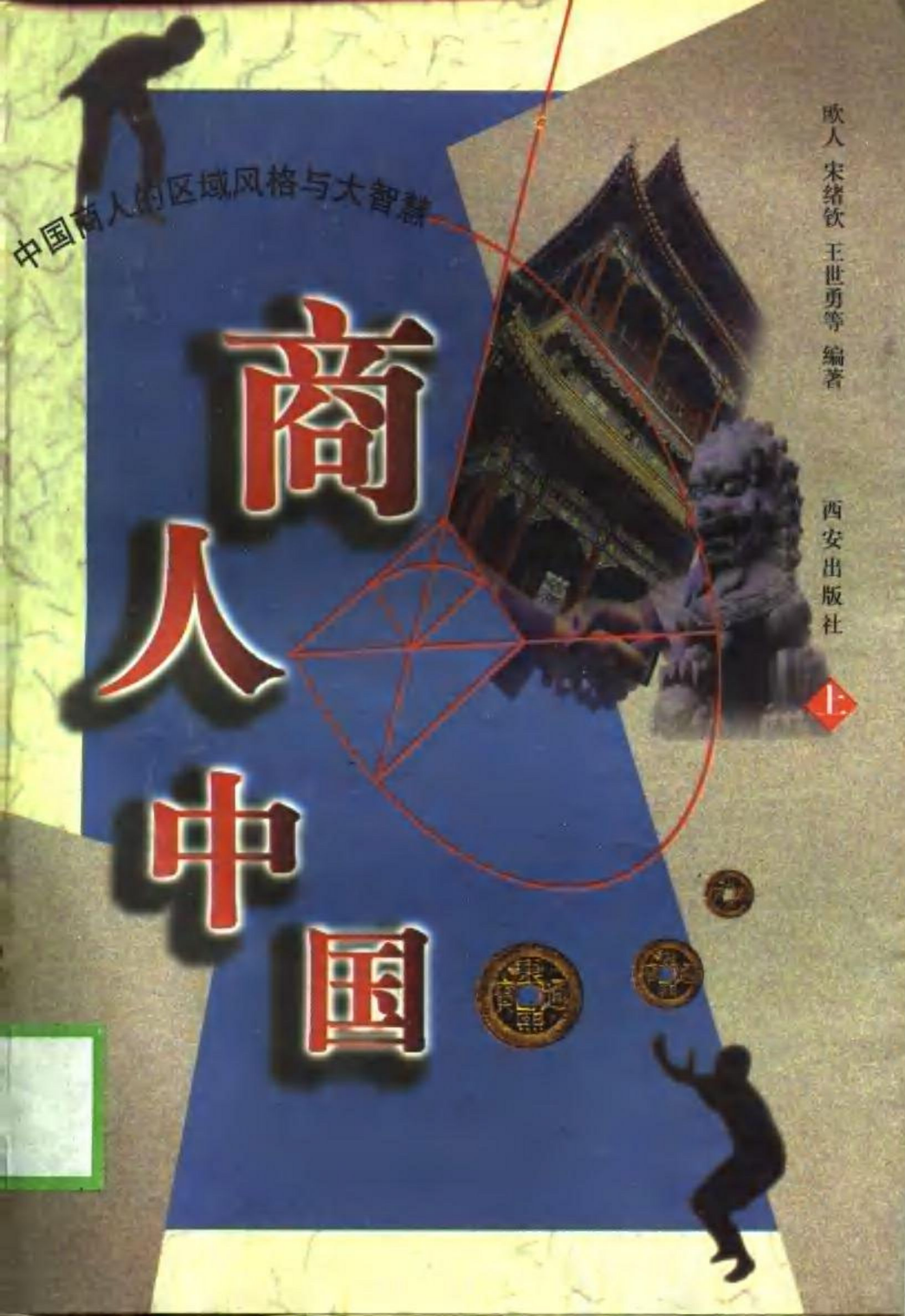
中国商人的区域风格与大智慧

欧人 宋绪钦 王世勇等 编著

西安出版社

上

商人中国



商人中国

上

——中国商人的区域风格与大智慧



商人中国（上、下册）

——中国商人的区域风格与大智慧

著 者：欧人 宋绪钦 王世勇等 著

出版发行：西安出版社

联 系 人：索新革 于行军

陈 昶 樊亚军

社 址：西安市长安北路 34 号

电 话：5234426

邮政编码：710061

印 刷：西安建筑科技大学印刷厂印刷

开 本：850×1168 1/32

印 张：19.875

字 数：470 千字

版 次：1998 年 10 月第 1 版

1999 年 1 月第 1 次印刷

印 数：1—5,000

ISBN 7-80594-504-7/C·24

定 价：28.00 元（上、下册）

△ 本书如有缺页、误装，请寄回另换。

商人中国

下

——中国商人的区域风格与大智慧



序 言

中国第一个商人何许人也，恐怕已无从考证了。但将经商作为一门职业，肯定在西周就已经有了。武王伐纣，天下为“周”，商代臣民没有立足之地，迁往外地，以贩卖活动来维持生活，久而久之，也就形成了固定的职业。由于从事贩卖活动的人大都系商代遗民，故被称为“商人”，商人由此而来。

应当说，商人的诞生，是社会生产力提高社会分工扩大的产物，也是人类文明进步的标志。可惜，中国商人的成长环境相当不妙。中国的封建统治者们总是固执地认为天下财富均源于最初的实物生产，而工多奇技淫巧，商则纯为贱买贵卖的不义之举，因而实行重农抑商的政策，最大限度地压抑甚至打击从事工商业的人。

如果重农抑商只是体现在政治上、政策上倒也罢了，连商人的人格也大为贬低，好像天下万事万物，惟商人最恶。中国是个讲仁义道德的国度，可偏偏给商人批一个“奸”字。须知，这个“奸”字在中国是很要人命的，为官奸则遗臭万年，为人奸则狗屎不如。历史上的汉奸有几个能平反昭雪的。大汉奸秦桧至今还跪在大忠臣岳飞的面前呢。偏偏把这么一个损人的谥号罩在了商人的头上，任你铁打的腰杆，也休想直起来。何况说，还有“无商不奸”一条，干脆把普天下的商人一古脑儿地判了“死罪”。你从商，你就是奸人，你就是小人，你就失去了人的尊严，从而就谈不上档次品味。“谈笑有鸿儒，往来无白丁。”哈哈，商人们，谁

敢、谁愿与你们为伍，物以类聚，人与群分嘛！跟你还有什么好说的，否则就有“狼狈”之嫌了。

中国有句谚语：“唾沫星子淹死人。”在传统的重压下，商人就这样成了“名不正言不顺”的鸟人。

这里，有一个最为典型的例子足以说明商人地位的落魄或说“无地自容”。人们都知道知识分子有“臭老九”之称，而且一直认为知识分子这一阶层十分重要，本应占一席之地。但中国历史给知识分子开的玩笑并不小。谁不知道“家有三斗粮，不当孩子王”的古训。“臭老九”的由来还在于清人魏源《元史新编选举志》中的记载：“明人说部称：蒙古代宋，第其人为十等，有一官、二吏、三僧、四道、五兵、六农、七匠、八娼、九儒、十丐之说。”瞧，满腹经纶的“士”如此卑下，“位在乞丐之上而在妓女之下”，难怪笔杆子们要鸣不平了。但有一点，“士”们毕竟有“学而优则仕”的传统，从“儒”还有可能晋升为“官”或“吏”。比附一下商人，他们的境遇就好得多了。君不见，那十等之中，竟无“商”可言。

重本抑末，重农轻商，结果是商品经济不能得到正常发展，商人不能形成一股社会力量。

明代以后，商人的地位似乎有了转机。明太祖朱元璋，可能由于出身关系，曾有使“农、士、商、工”各安其业的思想，并对汉武帝之抑商表示不同的意见。其后，张居正提出厚农而资商、厚商而利农的双轨政策见解；以后，黄宗羲等人更有“工商皆本”的思想。相对宽松的政治环境，使得中国的商品经济有了一定程度的发展，并已经形成具有雏形的国内市场，资本主义萌芽也已经出现。与此相适应的是商人队伍的壮大并形成了一个阶层。

值得注意的是，中国商人阶层的形成一开始就表现出她的地域色彩，结成自己的流派，崛起了十大商帮。这十大商帮中，南方居多，有徽州商帮、宁波商帮、广东商帮、福建商帮等；北方

少之，有山西商帮、陕西商帮等。各帮商人的经营项目、活动范围、经营风格、价值观念等并不完全一样。比如山西商帮以善理财、独创票号著称；徽州商帮则表现为亦贾亦儒，贾儒结合；广东、福建两帮商人以海商为主体，表现出亦商亦盗的组织形式。异彩纷呈，各显英雄本色，给中国社会经济注入了新的活力。

缘何中国商人集团呈现出区域特征？说到底，从商既是一种经济活动，也是一种文化现象。中国文化的地域色彩是比较明显的。这一点不但中国的学究夫子多有论述，就是蓝眼睛高鼻梁的外国人也有亲身感受。19世纪，几度来华的德国地质学家利希霍芬走遍了大半个中国，最后写成《中国——亲身旅行和据此所作的研究成果》一书，比较详细地描述了中国19个省人的文化性格特点。虽失偏颇，却也道出了一些真实。商人营商是在一定的传统文化与文化观念支配下进行的，他们的经营原则与方式、经营品种与特色，必然会打上地域的痕迹，往往会形成一个流派。

我们说明代商人的地位与以前相比，有变化。但总的来说，仍然处于最低等。洪武时期，统治者曾蛮不讲理地规定，农家可穿绸纱、绢布，商贾只能穿绢布。绸纱是高级品，绢布则是粗厚的丝织品，可见在明代的观念上仍然是贱商。在政治上，尽管有的商贾已家财万贯，居室豪华，交结官宦，与文人学士互相来往，但是他们仍然没有大官僚、大地主那显赫的地位。明朝商人，虽可向政府购买官爵，但得到的荣衔多于实权。黄宗羲的“工商皆本”思想只能作为一种观念存在，不可能实际操作。整个明代商人被官府敲诈、勒索、鱼肉之现象仍比比皆是。由此，我们就不难理解中国商人赚了钱后，为何不愿继续扩大生意，而是转向买田置地，或者用于个人享受，或者干脆把钱贮藏起来；我们也不难理解中国早有资本主义萌芽却不能得到进一步发展；我们还不难理解十大商帮在西方资本主义势力侵入中国后，为何显得那般茫然无措而一败涂地。

到了近代，中国商人除了遭受封建势力的勒索外，还要受外国殖民势力的欺压。他们在夹缝中求生存，其境况之险恶便可想而知。为摆脱封建官府的敲诈，中国商人或在外国注册，或挂洋行的牌子。为摆脱西方殖民势力的欺压，中国商人不得不采取官督商办、官商合办等形式，与官府进行“合作”。因此，近代中国商人表现出双重人格。

特别应当提及的是，虽然历代专制统治者非常憎恶商人，但中国官商却一直很兴旺发达。皇帝本人就是最大的官商。中国商品经济发展缓慢与中国官商“兴隆”可能有着内在的联系。官商“兴旺”，民间商人就“萎缩”。官商一般凭借特权、地位、靠山垄断市场经营。权力渗透市场，市场上就不可能有公平自由的竞争。

新中国建立后，我们长期实行高度集中的计划经济，企业一切都由国家包起来，厂长、经理只不过是政府政策的执行者而已。因而，计划经济时代只有工人，而无严格意义上的商人。十一届三中全会后，我们开始了改革开放，商品经济得到很大的发展；中共“十四大”，又正式确立了建立社会主义市场经济体制的宏伟目标。市场经济呼唤商人的涌现，同时市场经济又是造就商人的大熔炉。可喜的是，中国商人虽不成熟，但已形成一个阶层，并且形成了自己的流派。前商业部长胡平先生说：“新商人已形成京派、海派、港派三种不同风格的流派。他们既竞争又联合，成为推动中国市场经济建设的重要力量。”胡平说，京派商人一般从传统商人和政府官员中脱颖而出，经商方式比较多地表现为权力的转移。权力与信息构成了京派商人的一大特点。海派商人的特点是精明、但有的地方不高明，当然这一现象也在改变。港派商人将中国传统文化与西方文化比较成功地对接起来，形成了一种很有时代特点和开放特色的商业文化模式。港派的特点是开放，市场经济意识强。

应当说，胡平先生的分析是很有见地的，无疑对商业文化的

研究起着指导和推动作用。我们就是受胡平先生的启发，撮成这部拙作的。就中国大陆商人而言，我们认为可以分为三大流派，即江浙商人、岭南商人及北方商人。

江浙商人是指江苏、浙江、上海一带的商人，这一地区历史上是商品经济发达的地区，有重商之传统。近代以来，江浙一带处于中西文化碰撞和交融之地，故商业活动带有西化和传统的双重角色，如同“上海滩”这个概念一样，处于内陆，同时又经受西方文明的涤荡、洗礼。如近代上海商人和浙江宁波商帮等，他们受西方经营思想熏陶，具有西方商人的手腕和现代技术专长，对新事物极为敏感，能不失时机地开拓新领域，不失时机地适应市场的瞬息万变。在商务活动中，适应和吸收能力特强。因此，近代江浙商人中出现一大批著名的实业家和金融家，形成近代史上特有的金融工商阶层。从近代意义讲，他们是中国真正的商人，具有商人的现代素质和经营思想，他们精明灵活、富于机变、注重市场、注重实利，同时又较有文化涵养和品位。

岭南商人，是指广东、福建一带的商人，近代岭南是最早对外开放，最早受西方文明的侵淫和较少地受到传统文化束缚的地区。由于受地理环境和生存环境的影响，同时又面向海洋，经常与海打交道，所以这一带历来重商不重农，有着商业发展的得天独厚的条件。因此，有人说，他们是商人的后代，具有天赋“商”才。尤其自近代以来，由于受到西方文化的冲击，岭南商人显得更为活跃，更为开放，表现为海商特色浓厚。20世纪80年代改革开放以来，广东、福建一带深受港台文化和商风的熏陶，岭南商人以开拓性、冒险性、敢为天下先、敢冒天下之大不韪、善于竞争、善于“搵钱”等特色，著称于大陆；他们的生活观念、消费观念、经营观念，接近港派商人；由于他们自身文化素质大多不高，受教育程度较浅，除了“搵钱”，就是花钱，也给他们的进一步发展带来障碍。所以，有人说他们是纯粹的“经济动物”。岭

南商人的未来发展面临挑战！另外，由于香港商人与岭南商人同属一地域，历史上又同属岭南文化，而岭南商人又多受其影响，所以，我们把香港商人也划归岭南商人。

北方商人是指黄河流域、关东一带的商人。长江中上游地区的商人介于北方商人与江浙商人之间，但相对于江浙商人，他们受传统文化影响更深些，其特征更接近北方商人，所以我们也应将这一地区的商人划归北方商人。北方商人是某种意义上的传统商人，他们重义轻利，吃苦耐劳，经商往往是被动的，有着非经济因素制约之背景。由于深受农业文化、小农经济的长期束缚，他们大部分商业头脑不够灵活，不太注重市场信息，不大容易接受新事物和新技术，不善竞争，缺乏对商业的忠诚和执著追求；商人身份不明确，今天可能做生意，明天可能小富即安，或买田盖房，或从政为官。由于深受重本抑末、重农轻商的传统影响，在他们的观念里，商业是政治的附属物，做生意就是挣钱，缺乏大商业头脑和现代意义上的商人素质。即使出现少数大商人都与政治有某种微妙的关系。在中国传统商人眼里，官商一体，始终难舍难分。

以上，对中国大陆三大商人流派的划分，会在中国商业文化研究中，引起不同见解，我们旨在抛砖引玉。当然，在每派商人内部也存在着不同程度的差异，在商业精神和经营风格上会有一些小地域特色。如北方商人中，山东商人奉行以苦为乐，苦干实干；山西商人善于理财，有金融之才，如山西票号，曾经执中国金融界牛耳；江西商人小本经营，擅长小本买卖；安徽商人，亦贾亦文，贾而好儒等等。而这种差异正是本书研究的重点。读者从中可以看到我们关于中国大陆商人三个流派划分的脉络。

然而，无论是北方商人、江浙商人还是岭南商人，都是黄皮肤的中国商人。与西方商人比，由于文化背景不同，他们之间也呈现出不同的特征。比如，在餐桌上，西方商人吃美食，中国商

人谈生意；在谈判桌上，西方商人是利益大于人情，中国商人是人情大于利益；在用人上，西方商人雇能赚钱的人，中国商人雇家族里的人；在对待下级方面，西方商人出于目标管理，中国商人是出于培养下属成才；面对成绩，西方商人坦然肯定自我，中国商人谨守谦虚原则，等等。这一问题，我们在《商是论衡——中西商人的商运契机与商业精神》一书中已做了论述。

需要说明的是，江浙、岭南、北方三派商人的经营风格与商业精神，没有绝对的好坏优劣之分，而且随着市场经济的逐步完善，南北文化交流的频繁活跃，商人的地域色彩也会日趋弱化，但终不会消失。

目 录

第一章 灵活善变的浙江商人

天生商才必有用…………… (3)

创造精神、开放精神、思想解放、求实精神是商业精神的基本要素,它长期影响着浙江人的心理素质,形成了今天浙江人头脑灵活、长于思考、善于经营、富于机变的性格特质。

商界交际花…………… (6)

长于交际的浙江人在商界左右逢源,获取市场信息灵而快。同时良好的人际关系,圆通的处世之术,又似一服润滑剂,大大提高了浙江人赚钱的效率。所以有人说,浙江人是商界交际花,但却是工于心计的交际花。

杭州人:南国商界中的北佬…………… (11)

从某种意义上讲,杭州人不像善贾的浙江人。杭州人做生意,决不会赤裸裸地大谈其钱,尽管其内心多么渴望金钱,他们总会给“挣钱”披上一层亮丽的面纱,好像他们并不需要钱,仅仅是为了做某件光彩的事。

南界常青树 (14)

宁波商帮在明清众多的商帮中并不太显眼,可进入近代后,在西方商人的猛烈冲击下,她不但顽强地生存下来了,而且得到了迅猛的发展,成为中国商界一颗耀眼的明星,被誉为商界“常青树”。究其原因,在于宁波商人具有强烈的开放意识、执著的创新意识及机敏的应变能力。相反,有的商帮在新的历史条件下,墨守成规,木讷迟钝,其衰败的结局也就不可避免了。

四海为家,冒险犯难 (17)

宁波人没有北方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。创业!创业!再创业!宁波人难得潇洒歇一回。

审时度势,灵活善变 (22)

宁波商人捕捉商机,及时调整经营方针的能力特强,仿佛这是他们与生俱来的天赋,这是优秀的现代商人品质。单凭这一点,宁波商人在激烈的商战中就可立于不败之地。

精于企业管理 (24)

宁波商人精于企业管理。“企业大王”刘鸿生说:“一个企业,一定要有一套完整的成本会计制度,它可以告诉你哪一部门是厂里最薄弱的环节,需要想法子改进;哪一部门有浪费,需要想法子克服。成本会计是你的眼睛。”

为改善经营管理,刘鸿生聘请第一流的会计师,设计出“中国最标准的成本会计制度”,开创了工业科学管理之先河。

天下之主，不如买主 (28)

一天，一位洋行经理雇叶澄衷的小舢舨到浦东。船停岸后，洋人因事急心慌，匆忙中将一只装有贵重物品的公文包遗失在舢舨上。叶发现后没有据为己有，而是在原处等候失主的归返。直至傍晚，那洋人才在到处寻包不着后懊恼地返回，他没有想到包会在舢舨上，更没想到船工在久久地等他。一个中国苦力竟有如此品质，对外来之财毫不动心，洋人十分感动。洋人拉着叶澄衷到自己的公司，诚恳地邀请他一起做五金生意。由此，叶走上商途，走上“五金大王”的地位。

世界船王出宁波 (32)

航运是宁波人最为擅长经营的行业，从虞洽卿、陈薰、严义彬到朱葆三、谢蘅窗、傅筱庵，宁波人成了包打航运界的主儿。宁波还为世界贡献了两位重量级船王——董浩云和包玉刚。

冒险中求稳 (34)

聪明的宁波商人不作无谓的冒险，当其事业有了一定根基之后，多坚持稳健的经营作风。包玉刚一贯奉行的座右铭是宁可少赚钱，也要尽量少冒风险，他常说：“我是银行家，不是赌徒。”

“宁波商帮”帮宁波 (37)

在无情的商战中，宁波人相互依存，相互支持，和衷共济，渡过了一个又一个艰难险阻，而立不败之地。

温州人素描 (40)

温州人“脸皮厚”。他们不怕碰壁，不怕人不给好脸色看，他们心里只有一个念头，不管你怎么看我待我，我就是要赚你的钱。

有人的地方就有温州人 (43)

温州人外出经商，绝无漂泊的感觉，他们背井离乡绝不是迫于生计或为挣钱娶妻生子，而是创业。只要有人的地方，温州人就敢闯荡，以致世界上到底有多少个“温州村”“温州街”，谁也说不清，道不明。

天生不安分 (46)

不安分的温州人在受到一次次高压打击后，仍不改其天性。为了活得更好一点，更富一点，他们仍在时刻关注着每一个可能发财的机会，而这种机会一旦出现，他们便会不顾一切，奋力抓着。

机遇垂青温州人 (50)

温州人眼观六路，耳听八方，旁人熟视无睹或无动于衷的信息，常常成为温州人发财的契机。

小商品赚大钱 (56)

船小好调头，一旦有了市场变动，温州的小企业马上就调整产品结构，始终在市场上拾遗补缺，供应市场需要。

从小处着眼的温州人赚了大钱。

购销大军跑全国 (61)

温州经济的发展离不开一支特殊的队伍——农民购销员。他们“跑了千山万水，说了千言万语，历尽千辛万苦，想出千方百计，采购千万吨原料，推销千万种产品，签订千万张合同，组织千万家生产，传递千万种信息，开辟千万条财路，引出千万种发明，造就千万个人才”，他们是辛勤采蜜的“工蜂”。

第二章 精明的上海商人

独特的历史，独有的人格 (67)

在中西文化的交汇、涤荡、融合中，上海生成了中国大陆特有的中西合璧式的文化。在很多中国人眼里，上海是他们认识西方的窗口，而西方人也从上海人身上体验中国，认识中国。

铸造商界精英的大熔炉 (71)

上海，商家必争之地，谁能立足上海，谁就意味着拥有财富。上海，铸造商界精英的大熔炉。在这熔炉里，培养出一大批近代中国的商界精英，尽管他们大都不是土生土长的上海人，但他们发迹上海滩，并从这里杀向全国。

商战硝烟弥漫上海滩 (75)

近代上海商人给今天中国人留下深刻印象的莫过于商战，他们不仅与洋商竞争，同胞之间的竞争也十分激烈，甚至有点残酷。上海著名的“协大祥”与“宝大祥”布店的竞争更是你死我活，激烈异常，有点像中原 90 年代的商战。

从买办到民族资本家 (82)

买办，即那些由在华洋商雇佣从事经营管理的新式商人。近代上海的民族资本家不少从买办转化而来。在外资纷纷涌向上海的今天，“新买办”成为上海人羡慕的行当。

上海人的金融意识 (87)

半个世纪前，上海就以“远东华尔街”的美名享誉世界，股

票、期货对上海人来说，早已不是陌生的字眼。改革开放后，上海人如鱼得水，热衷于金融的队伍愈来愈大。

中产阶层文化 (93)

著名学者余秋雨说：“即便是上海人中的佼佼者，最合适的岗位仍是某跨国大企业的高级职员，而很难成为气吞山河的第一总裁。上海人的眼界远远超过闯劲，适应力远远超过开创力。有大家风度，却没有大将风范。有鸟瞰世界的视野，却没有纵横世界的气概。”

理解了上海人的这些特点，海派商人的经营风格就可自然演绎出来。

韩国报称：外国人很难从上海人的口袋里

掏出钱来 (98)

上海商人都是行家里手，既识货又明理，又敢于和善于力争，上海人的钱不好挣。和上海商人打交道，事先要对双方的要求有大致的估计，只要挣够自己应得的就可以了，不要有太高的企求，否则，上海人就“走人”了。

上海人的契约是可以摆在桌面上的..... (105)

与上海人合作，必须签订合同，而且合同必须清楚明白，面面俱到；对可能发生的各种后果都要有清楚的估计，并有合理的对策；而合同的制订必须符合法律、行规及当地政府的各种规定，不能够产生因可预见的主客观原因而使合同不能履行的状况。

强烈的功利追求..... (109)

上海人做生意，把经济利益作为惟一的原则与目的，只要有