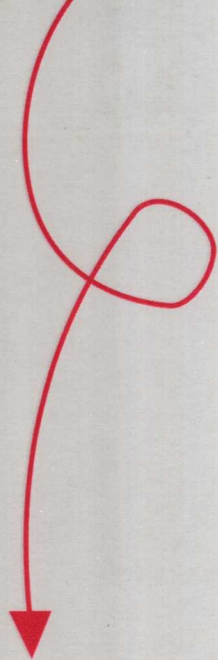


温州人 可怕的



金辉 杨莉◎著
资本时代的响亮宣言：
温州人这样征服世界！
转动温州财富魔方
揭秘“中国犹太”生财之道

可怕的温州人

KEPADEWENZHOUREN

资本时代的响亮宣言：温州人这样征服世界！转动温州财富魔方，揭秘“中国犹太”生财之道。

金辉 杨莉◎著

图书在版编目(CIP)数据

可怕的温州人 / 金辉、杨莉著. —北京: 光明日报出版社,
2006.8

ISBN 7-80206-245-4

I.可... II.①金...②杨... III.特写(文学)—中国
—现代 IV.I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 100357 号

可怕的温州人

著 者: 金 辉 杨 莉

责任编辑: 师新星

装帧设计: 王彦春 何 月

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市崇文区珠市口东大街 5 号, 100062

电 话: 010-67078243 (咨询), 64959556 (发行), 67078235 (邮购)

传 真: 010-67078255, 64959758

网 址: <http://book.gmw.cn>

E-mail: gmcbs@gmw.cn

法律顾问: 北京盈科律师事务所郝惠珍律师

印 刷: 北京瑞达方舟印务有限公司

装 订: 北京瑞达方舟印务有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社发行部联系调换

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

字 数: 235 千字 印 张: 15.5

版 次: 2006 年 9 月第 1 版 印 次: 2006 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80206-245-4

定 价: 20.00 元

版权所有 翻印必究

..... 序言 PREFACE

温州人来了

《华西都市报》副总编辑 赵坚

我是上世纪80年代初从报刊上读到温州的。

报上说温州有个龙港城，是一群农民奋勇冲破几十年城乡壁垒，自己动手建造起来的都市，这使龙港农民城天下闻名。

但是，有关温州的更多消息则是负面的。20世纪80年代中期，温州电器产品基本上成了假冒伪劣的代名词。温州乐清县柳市镇是质低价廉的电器生产集中地，那时国内许多商店门口挂着“柳市推销员免进”、“本店不售柳市货”等招牌，以致温州在人们心目中成了“瘟州”。

温州偏居中国东南一隅，名气不大，影响微弱，所以当时谁也没太在意那个浙南的小地方受此打击后会怎么样。

1986年夏天，西藏高原紫外线强烈，我在拉萨街头问一位守着眼镜摊的人：哪儿来的？答：温州。那人光着头，晒得很黑，似乎一点都不担心高原的紫外线会伤人。我当时感慨不已：除了四川人能吃苦，江浙地区的温州人也这么能吃苦。

后来，到西部淘金的温州人越来越多。成都荷花池市场是成都人创造的，但现在经营店面商铺的却是温州人居多。灯饰市场，温州人几乎形成垄断。温



州人占优势的还有皮货等等。在成都长期经商安家的已有8万多温州人。放眼四海，温州人好像无处不在。大江南北，长城内外，西藏新疆，同四川人在外打工仔多这一点不同，温州人大多经商当老板。丰田公司有句广告，“车到山前必有路，有路必有丰田车”，温州人则给自己写照，“高山峡谷有小城，有城就有温州人”。走南闯北的温州人对各省经济有很大影响。四川广元为了引进温州商人、改变消息闭塞、流通不畅的局面而竭尽全力。有这样一个故事：一个身体有残疾的温州商人去四川考察，飞机晚点，到广元机场已是深夜，广元市几位市政官员一直在机场守候。这位温州商人见状大为感动，不但自己投资，还带动其他温州人前来建温州商场。

2000年我有机会到了欧洲。在意大利的北部名城米兰，导游告诉我，郊外有4万温州人在制造皮件。到佛罗伦萨，导游又告诉我，郊外工厂有很多温州人。给我印象最深的是在佛罗伦萨据说排名世界第三的大教堂，熙熙攘攘都是衣着光鲜的各国游客，一些摆摊卖艺术品的人中竟有几个中国乡下人。我凑上去问：哪儿的？答：浙江温州。我内心很矛盾，一方面觉得他们的形象给中国人丢脸，一方面又钦佩这些温州乡下人，一不懂外语、二没多少文化，就敢成群结队闯荡世界作“洋插队”。

星星点点的接触中，我对温州人产生了浓厚兴趣：他们是怎样的一群人？为什么能在国内国外有这么大的影响？他们有着怎样的地域文化背景？与中国的主流传统文化有何异同？

2002年8月初，我与几位报社同仁从成都飞赴温州采访，与温州的新闻人士、文化精英对话，收集资料，于是有了这本书——《可怕的温州人》。

温州人的可怕，首先是他们天生有一种不唯上、不唯书、只唯实的朴素自然意识。外界“姓社姓资”沸反盈天，温州人只信“民以食为天”，怎样能生存，怎样能富裕、幸福，他们就怎么干。中国的许多地方在“姓社姓资”的问题上长时间徘徊彷徨，翻来覆去折腾，丧失了大好发展时机，付出了高昂的社会成本。温州人却按照几何学中“两点之间直线最短”原理，排除一切干扰，孜孜不倦地追求财富。历史证明，他们这样做是正确的。

温州人的可怕，在于他们在追逐财富的利益驱动下敢闯敢干敢吃苦敢为

天下先的精神。市场经济的不确定性使其充满了风险和机遇，既遍地黄金又满布荆棘，既能一步天堂美梦成真又可能千金尽失满盘皆输。市场经济强有力地挑战人生，在这里，因循守旧、守株待兔、犹疑不决、闲适散漫、清高自闭统统没有出路。温州人敢冒风险、勇闯天下、敢吃第一只螃蟹的性格特点，使他们占得市场先机，当别人亦步亦趋学温州人时，他们已经积累起财富资本，进军新的领域。

温州人的可怕，在于他们“江河不拒涓流”。没有国家投资形成的巨额产业群，温州人就自力创业，“从我做起”，“从小做起”，生产纽扣、皮鞋、打火机、低压电器等等。温州人文化不高，但动手能力强。顽强的生存本能让他们在这些不起眼的小东西上千方百计节约成本，赚取一分一厘甚至是一毫的利润。强烈的生存危机和利润意识造就了一大批竞争激烈的专业化生产工厂（作坊），高度集约的专业化生产造就了“温州制造”优质廉价商品洪流，市场占有率惊人。例如温州的打火机，竟占领了全球市场的70%。有鉴于此，国家把10个全国轻工业生产基地放在了弹丸之地的温州。

温州人的可怕，在于他们对市场天生的敏锐嗅觉。请看国内各大中小城市，160万温州人在这些城市商贸流通的大小市场呈均匀分布状态。在北方，在中西部各省，温州商人群落，或占据批发市场，或租用商场柜台，或经营服务业流通业，资金雄厚者则进军电脑、通信、房地产开发等领域。温州人追寻市场的精神有一个小故事：新华社记者朱幼棣曾在新疆阿勒泰雪山下遇见一个温州补鞋匠挑着沉甸甸的担子，一路追赶骑着马不停迁徙的哈萨克牧民。这是因为牧民马靴遇雪水极易磨穿，需不断修补。温州补鞋匠被这一小块市场吸引，竟凭着打满血泡的双脚，追赶哈萨克牧民辗转谋生。温州人就是用这样一种精神，占据、分割、蚕食着国内一块块市场。他们信息灵、资金雄厚、能吃苦、天生的商业头脑，在国内各地激烈的商业竞争中逐渐处于优势。难怪温州人被人们评价为“中国的犹太人”。

温州人的可怕，还在于他们有着不同于中国传统等级制文化的独特的地域文化传统。温州社会经商、办厂蔚然成风。“家家户户开发项目，家家户户研究管理，家家户户融通资金，家家户户开拓市场，家家户户承担风险，结



果家家户户都有企业家。”（钟朋荣语）这是一场市场经济的人民战争。浙江省经济发展迅猛，继江苏、广东、上海后，已成为当今中国又一经济热点区域。这一结果，终究要归功于以温州模式及温州文化为特点的民本经济、草根经济。

中华民族勤劳勇敢，中国民间蕴藏着创造财富追求幸福的极大潜能。如果制度和文化能适应这种要求，百姓有创业致富的自由，加上各种资本包括民间资本的推动，何愁经济不会持续健康发展。

勤劳智慧的温州人可敬、可佩、可爱，但如果我们仅仅停留在欣赏温州现象而不去研究学习并启发自己的思路，总有一天早上醒来你会发现：可怕的温州人来了！

序 言 温州人来了 I

引 子 震撼之旅：温州人为什么可怕 I

是温州人唤起了中国精英阶层对财富文化的重新认识。从古到今，温州人从来也没有像今天这样为世人所瞩目。

第一章 温州制造：挡不住的商业旋风 13

火星落到地球上被逮住了……温州人则会立即请他吃饭，打听火星上有没有生意可做，请他帮忙介绍。

连普通话都不会说的老太太也会做生意 / “走遍天下路，难过温州渡” / “胆大妄为”的集体创改 / 八个人造城记 / 撬开金融铁板，“抬会”带来疯狂 / 既不看伟人讲了没有，也不看别人做过没有 / 惊人的数据 / 连省委书记的眼睛都骗过了 / 连五粮液都厂的订单都是小意思 / 金字塔经营模式 / 搞垮日本人 / 头发丝都是空心的 / 排名全球第七大工业国的意大利与温州相似 / 哪里有温州人，哪里就有市场 / 每人花680元买票听温州老板讲课 / 壮观的“温州热” / “拷问”温州

第二章 国际玩笑：异想天开的生意经 45

香港回归、江泽民访美……大胆的温州人都视为商机，他们甚至把订制纪念章的业务信直接寄到了中央办公厅和外交部。

“养蜂部落”南征北战 / 捉放“八大王” / “我把官帽子放在办公桌上” / 两个红头文件顶牛 / 慧眼识“路” / 一个“第一”和一个“比喻” / “满天星

斗总该有一颗是归我的吧？” / 挣大学生的钱 / 克林顿也是温州人的“盘中餐” / 下岗是“转岗” / 从厕所里掏出黄金的人 / 占领北京雅宝路 / 拿邓小平的讲话给执法部门看 / 抓住购房户到市政府上访的时机大赚 / 买断昆明世博会纪念品的专利权 / 800 根链条锁住 800 个摊位 / 吃亏就是占便宜 / “三把刀”打天下 / 中国市场经济的最佳范本

第三章 中国犹太：受歧视的财富 71

“龙门能跳，狗洞能钻”。只要有希望，温州人就能不畏艰险逐“金钱水草”而居。温州人，在中国的每一个角落，绝对意味着梦想和财富。

脑袋有“鬼” / 眼睛有“针” / 嘴巴吐“火” / 人情“无价” / “四自”精神 / “龙门能跳，狗洞能钻” / 好吃的温州人 / 处处讲人情 / 我不喜欢温州人

第四章 生而知之：金钱的气味 87

无论何时何地，无论刮风下雨，鼻子一耸，他们都能嗅出金钱的气味。由于天生就有这样的气质，温州人显得特别胆大妄为，什么都敢想，什么也敢干。

不要总想着安定下来 / 不会变通就吃不开

第五章 座右铭：不赚钱，勿宁死 97

与其他地方的人落魄后还死爱面子的情况有着显著区别，在温州，面临贫困，要活下去，人必须赚钱，否则只有完蛋！

我想卖多少钱就卖多少钱 / 哪怕是一个小摊，也一定是自己的 / 没有人，怎么赚钱

第六章 生财有道：形象包装的诀窍 109

温州人无道胜有道，只要能赚钱，一切都能变通，变通就是道。大道无形，温州人已经深得孟子“王道”和“霸道”之精髓，已变成真正的“道长”。

世界杯的钱不能不挣 / 从“实话实说”中杀出一条血路 / 把周华健搞成公司的朋友

第七章 地域气质：温州人就该这个样 129

“商场上切忌投机，轻易得来的钱不牢靠，上天随便扔给你的钱肯定要收回去。还有，商场上切忌轻信别人，哪怕是你的亲兄弟，也要考虑一下。

哪怕是亲兄弟也不轻信的温州人 / 善于迂回作战的温州人 / 能赚能赔、笑傲美国的温州人 / 从中关村到沃顿的温州人 / 绝不当单纯商人的温州人

第八章 第二性：“难以忍受”的温州女人 163

不跟老婆吃饭是正常的，不跟朋友打堆是不正常的……同样，温州女人绝不会像许多地方的女人那样，把贝帅哥看得那样“重要”！

只想着自己的人挣不着钱 / 梦想只有实现才有价值

第九章 迷途：魔鬼生存训练课 179

一定要接受生存的磨练，否则你就会不通世故人情，而不通世故人情你就肯定会一事无成，无论是从商、从政还是从事其他工作，都难成大器。

不在大树下乘凉 / 歧路难返的孤独客

第十章 影响力：财富英雄大比拼 193

媒体向民间征询“温州人崇拜的20世纪名人”时，温州前小鞋匠、现任正泰集团老总的南存辉一举当选，与鲁迅和雷锋同列。

温州老板有多大分量 / 老板才是“真正的英雄” / 温州老板的12个性格悖论
/ 温州人的陋习

第十一章 种子：“可怕”会生根 225

温州现象在提醒我们，这个社会的价值重心正日益趋向财富的追求，这是大势。转换观念，最重要的就是要转换为财富观念。

金钱教育 / 财富追求 / 财富道德新辩证 / 文化力量



Foreword 引子

震撼之旅：温州人为什么可怕

你搞你的运动，我搞我的“资本主义的尾巴”，主义看不见，“尾巴”却能够使家里多一盘菜。

你讨论你的姓“社”还是姓“资”，我先搞我的家庭工业。

从古到今，温州人从来也没有像今天这样地被世人所瞩目，也从来没有像今天这样创造出骄人的成绩。





温

州，位于浙江沿海，是浙南经济文化交通中心。辖三区（鹿城、龙湾、瓯海）、两市（瑞安、东清）、六县（苍南、平阳、文成、泰顺、洞关、永嘉），总面积约11784平方公里，人口727万，市区人口约117万。

1937年的夏天，一位在英国留学的中国青年从伦敦到柏林去和他的哥哥一起度假。一天，有人敲他们的房门，是一个拎着手提箱的中国人。异国遇乡人自然是大喜过望，可弟弟吃惊地发现，他竟听不懂这位不速之客口中的中国话。只见来人极有礼貌地鞠了个躬，然后打开手提箱，里面都是一些日用小百货。弟弟明白了，来人是希望他们买东西。等上门推销的小贩走后，哥哥告诉弟弟，在柏林、巴黎等欧洲大陆的不少城市中，这样的小生意人数以万计。他们大多来自温州、青田一带。起初，他们背着青田石漂洋过海，在意大利、法国、德国做石刻托。待到石头用完了，就转而做小买卖。这些人靠着挨家挨户地送货上门和彬彬有礼的服务态度经商赚钱。弟弟这才明白，他刚才听不懂的中国话其实是温州话。

半个世纪后，这位弟弟已年逾古稀，他来到了温州的永嘉，在一座桥头遇到一位生意郎，顿时勾起了他对半个世纪前柏林那个夏天的回忆。

为什么相隔半个世纪的两个行走四方的生意小贩，会使这位留洋归来的人如此挂怀呢？这位有心人就是大名鼎鼎的经济学家费孝通。就是他，发现了温州“小商品，大市场”的划时代意义。费老在总结温州小贩生意时说，就是“这样的历史传统，推动了今天温州农村经济以商带工的‘小商品，大市场’格局的形成”。

费老的发现，意义非同寻常。他认为，“温州模式”已超出了区域范围，在全国范围有普遍意义。温州人依靠自己传统的才能和遍及全国的手艺人，通过自己组织起来的流通网络，形成了面向全国的大市场，为流通体制的改革创造了新鲜经验，为从根本上解决买难卖难问题树立了一个标本。所以，他认为“温州模式”的重要意义倒不在于它发展了家庭工业，而在于它提出了一个值得研究的课题：民间自发的遍及全国的小商品大市场，直接在生产者和消费者之间建立起一个无孔不入的流通网络。

2002年7月底，我们一行6人飞赴温州，进行为期一周的采访。这次采访的目标是针对有关“温州模式”的所有重大事件，挖掘其背后的文化背景，从而与皇城文化、中原文化、巴蜀文化等进行对比，得一个结论，印证一下：一个地方、一个社会群体是否能够顺应时势变化而自觉进行自我改造和社会变革从而创造社



提出温州“小商品、大市场”的划时代意义的著名经济学家费孝通在温州。



会进步经济繁荣的奇迹，起决定性作用的是文化内涵及其形态。

费老当年对温州的兴趣，源于他对中国经济改革的高度关注。我们的这次采访，却是希望通过温州对中国经济改革的深刻影响来反省正统文化的积习。

“温州模式”创造的经济奇迹，源自历史上北宋以来的“功利文化”；同样，中国社会众多城市群体性的落后、贫穷，也与中国的道德文化血肉相连。

这是一个比较敏感的话题。因此，我们的采访路线和项目安排也必然有点朦胧。

但是，我们要感谢这样的朦胧！

因为朦胧，所以我们不断地被意料之外的遭遇和见闻所震惊。

棒喝当头不足以概括，绝处蹦极也难以形容。与其说是震惊，不如说是震撼！就像和平年代的我们在枪战大片中遭遇被机关枪迎面乱扫、身体被击穿、被扫射成碎片的那种震撼！

寻找文化根源的目标已退居次要位置。当时当地，分分秒秒都在震撼着我们大脑和身心的，首先是一个个闻所未闻的故事，真实得难以置信的传奇故事！我们要寻找的文化根源就是这些传奇得以发生的基石，但是我们首先关心的还是这些传奇。因为离开这些传奇，所谓的文化根源只不过是虚妄的谰语。

于是，我们全面访问这些传奇，搜集它们的各种版本。

于是，我们追踪这些传奇的“历史内幕”，企图澄清其存在价值。报道这些传奇，唤起中国精英阶层对财富文化的重新认识，唤起中国民间直面现代社会正从以贵贱为中心转向以财富为中心的现实。

在飞往温州的飞机上，我们先从地图上认识温州。

从古到今，温州人从来也没有像今天这样地为世人所瞩目，也从来没有像今天这样创造出骄人的成绩。

温州人是个重实际、重形象的群体。比如说与人结伴外出游玩时，如果导游指着一块石头，说它像什么什么，可能会得到温州人的认可与赞同。但如果对方说出的是一通富有美学意味、深奥难懂的道理的话，温州人则可能会转身

离去了。

我们也不能免俗，想从温州地图上看出些什么。

它有点像哑铃，极具力度，富于活力。

大家为这样的发现感到开心。一个矮小壮实的运动员举着哑铃，这正是温州人独特生命能量的形象，是生命魅力召唤下的一轮景观。

我们还在一篇关于温州的随笔里看到，作者将温州比喻为一只牧羊犬，乐清、大荆是头，泰顺、仕阳是尾，洞头是脚。

它善于奔跑，所以几乎世界上的所有地方都有温州人的存在。他们在家乡成长，一旦具有奔走的能力，就满世界跑了。

它强劲又尚武，具有团体精神。温州人的地域观念明显胜于其他地方。有这么一个故事，说一个温州人在火车上被外地人欺负了，眼看就要不敌，这个温州人大喊一声：“车上有温州人吗？我被外地人打了。”结果，所有的温州人都跑到他的身边，狠狠教训了外地人一通，显示出温州人个体或群体的血液里所释放出来的温暖的能量。

它憨态可掬，惹人喜爱。温州人的豪爽、热情、好客，赢得了所有到过温州的外乡人的极大好感，也赢得了一笔笔生意，赢得了历史赋予的机会。豪迈和开朗，使身在他乡的温州人在最困苦的时候仍能保持愉快乐观的心境。

地图上的温州还像一只枕头，就是那种藤条编成、夏天睡觉特别凉快的枕头。温州人喜欢热闹，喜欢玩乐，喜欢过安逸的日子。不少人稍稍有了一些钱以后，就忙着买房子、买电器、买车子，甚至花大力气造坟墓，而忘了当你享受的时候，别的地方的人正借鉴你的经验，在准备赶超你呢。

在上海发展了十多年、创造了良好业绩的一个温州企业家讲了一个聚会的故事：

上海的企业家晚上赴宴，全部是由专职司机开车。到了酒店，老板给司机100元钱去吃饭，自己则步入酒店，宴会结束回到车上，司机已经在车里等候了。温州的企业家则喜欢自己开车，有时候随便带上几个客人，大家一起热闹热闹，完了，大声张扬地离开酒店。他们还没把聚会、聚餐当作一个正式社交活动来对待。这样，如果这两方碰在了一起，很可能会谈不成生意——思维方



式、行为模式不一样。

我们经常在报刊上看见中国人同外国人谈判如何如何被骗了，如何如何不愉快等等。其实，这中间有一个很大的因素就是文化根基不一样、思维模式不一样。

由于去温州采访，我们认识了 800 年前的温州人叶适。

大学问家叶适于南宋时期生活在温州永嘉。当时，温州商贾已经非常活跃，叶适从中得到启发，提出了利义统一、经世致用的“永嘉学派”事功学说体系。在这种功利文化的熏陶下，历史的风雨铸就了温州“其货纤靡，其人善贾”的传统品格。而这种独特的品格如同遗传因子，从此一直延续在温州人的举手投足之中。800 年后，“永嘉学派”的功利特质成了今天“温州模式”的文化谜底。

可以说，叶适“学以致用”的思想形成了温州人的主体思想，成了本土文化的根基。沿着这一文化脉络，温州人的所有行为都能够找到依据。

你搞你的运动，我搞我的“资本主义的尾巴”。主义看不见，“尾巴”却能够使家里多一盘菜。

你讨论你姓“社”还是姓“资”的问题，我先搞我的家庭工业。温州地少人多，资源不丰富，大家都要，自己先动手吧。

你不给拨款没关系，我们自己筹资，先把城市建设搞起来。

机场、机场大道、体育馆、铁路等等，无不体现了“功利之学”的作用。

在这里，文化提供了思维，思维产生了行动，行动之中能见利弊，利弊之后就看出了鲜明的结果。

叶适是入世的。由于温州山高皇帝远，朝中高官也少，故“永嘉学派”大多数人都是靠自己的刻苦而登堂入室的。他们来自平民，对平民的生存苦乐也非常了解，因而也就知道柴米油盐是老百姓最需要的。叶适提出的功利学说是给士大夫听的，却是给老百姓用的。

大量的温州人经过比较以后，发现诗和清谈解决不了人生的问题，于是就奔实际的、功利的方面去了。