



向温商学习

犹太式中国人的经商与做人法则

李凤伟◎著

温商

——当代中国的赫里姆

温商

——当代中国的胡雪岩



Wuhan University Press

武汉大学出版社

向温商 学习

犹太式中国人的经商与做人法则



李凤伟○著



Wuhan University Press
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

向温商学习 / 李凤伟著. — 武汉: 武汉大学出版社, 2006.10

ISBN 7-307-05210-5

I. 向…

II. 李…

III. ①商业经营—经验—温州市 ②商人—研究—温州市

IV. ①F715 ②F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 106960 号

策 划: 珞 珈

执行总监: 陈正侠

责任编辑: 王 晶

责任印制: 马经山

营销统筹: 吕 良

出 版: 武汉大学出版社

发 行: 武汉大学出版社北京图书策划中心

(电话: 010-63950993 传真: 010-63974946)

印 刷: 廊坊市华北石油华星印务有限公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 19

字 数: 220 千字

版 次: 2006 年 10 月第 1 版

印 次: 2006 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 29.80 元

版权所有, 盗版必究(举报电话: 010-63978987)

(如图书出现印装质量问题, 请与本社北京图书策划中心联系调换)

前 言

温商的十个世界之最

温商是中国的奇迹,也是世界的奇迹;温商是中国的骄傲,也是世界的骄傲。一位著名的韩国企业家感叹到:从我儿子8岁开始,我就跟他讲温商的故事,我相信等到他80岁的时候,他会发现,他一生的成功都来源于这些故事。

NO.1 温商是世界上惟一可以和犹太商人比肩的群体

“世界的钱装在美国人的口袋里;而美国人的钱却装在犹太人的口袋里”,有“上帝选民”之称的犹太人改变了世界的经济格局。温州人被各界称为“东方的犹太人”,他们用创富的行动证明自己不仅要学习犹太人,还要超过犹太人。据说,在法国,温商独有的做人、做事方法逐渐将犹太人挤出了市场,天下第一的犹太商人惊呼:居然还有比我们更会做生意的人!

NO.2 温商是世界上财富积累速度最快的群体

在20世纪五六十年代,日本曾经创造了经济“奇迹”,其年平均经济增长速度为8.6%,八十年代以来,中国成为世界上经济增长速度最快的国家,在过去20多年的时间里,保持了年均9.4%的高速度,超越了日本,刷新了世界纪录,创造了新的经济奇迹。与此同时,温州市的城镇居民人均可支配收入更是以15%至20%的速度递增,“温州速度”成了专有名词。

前

言

1984年,南存辉创建的正泰集团是一家注册资金仅5万元、产值仅1万元的家庭作坊式企业,到2004年,正泰在册员工为14500人,总资产为42亿元,销售额为119亿元。从1997年到2001年间,正泰集团的年销售收入水平与总资产的年平均增长率分别为39.46%和32.23%,远远高于国内同类企业平均水平的9.7%和6.5%。2005年的统计数据显示,正泰集团在未来几年仍将保持着50%~60%的高速增长率。在世界各地,和南存辉一样的温商比比皆是。

NO.3 温商是世界上最会赚钱的商人

上苍给了温州一个贫穷的起点,20年前,“平阳讨饭,文成人贩,永嘉逃难,洞头靠贷款吃饭”,温州的空气里充满了贫穷与饥荒的信息。20年后,“十万元是贫困户,百万元才起步,千万元才算富。”温州人“穷得只剩下钱了”。“温州商人在浙江乃至全中国都以他们强大的资本动员能力而闻名。他们具有敏锐的经商嗅觉,在商机把握上总是能先行一步,只要跟随温州商人选择投资方向,赚钱的大门就向你敞开。”这段出自《韩国经济》杂志,被《环球时报》转载的话印证了温商的赚钱能力。

NO.4 温商是世界上最活跃的商人群体

2003年温州市统计年鉴表明,共有40多万温州人活跃在全球的87个国家和地区。据美国《世界日报》报道:纽约法拉盛人气最旺的超市,老板几乎是清一色的温州人。有人戏言,温州打个喷嚏,全球都要感冒,虽然有点夸张,但是,“走出去”的温州人,正在“无孔不入”地影响着世界。“目前在美国约有24万温州人,他们以经营小商品、开餐馆等行业起家,投资领域已涉及贸易、房地产开发、服装制造及销售,对美国经济有无法代替的推动作用。”美国浙江温州工商总会名誉会长朱海风介绍。

NO.5 温商是世界上最能创业的人群

创业过程中最常见的问题有三点:1.资金问题。2.信息资源。3.管

理能力。这些问题,在温商面前很自然地不成问题。他们通过“以资金为纽带联合打拼”、“借鸡生蛋”、“虚拟经营”等经商法则轻松地解决了资金问题;他们凭借无处不在的商会网络及时地获取最新的商业信息;人才是挖掘不尽的宝藏,他们通过自身不断的学习和外部人才的引入强化了组织的管理能力。

著名经济学家董辅初指出,温州模式的最可贵之处在于温州人强烈的致富欲望和创业精神。温商的创业精神有三方面的内涵:一是敢于冒险,二是善于变通,三是勇于创新。在创业成功路上起决定性作用的是创业精神,温商各方面的成功经验是可以模仿的,其创业精神不可模仿。

NO.6 温商是世界上最会算计的商人

在人际交往上,他们精于人情世故,主张堂堂正正的精明。在金钱应用上,他们主张把钱花在刀刃上,对于经营成本,他们锱铢必较,住最廉价的房子、吃最便宜的饭菜。另一方面,他们看准一个项目之后,能以迅雷不及掩耳之势将大量的钞票“砸”下去,温州人投资买房的举措可称得上是独一无二。另外,温商十分热衷慈善事业,几百万、几千万元的捐助他们都认为是理所应当。

NO.7 温商是世界上最善于创新的商人

温州人的模仿能力是十分惊人的,他们把打火机、眼镜、低压电器等商品拆开再重装,然后,就能制造出一模一样的产品了。在模仿的基础上,温商不断地学习、求新、求变,进而巩固自己差异化的竞争优势。

2006年5月,在温州市自主创新大会上,温州市委书记王建满说:“创新,是一个民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭动力。创新是温州发展最鲜明的特征,也是温州发展最有力的支撑。温州的发展之路,就是一条改革创新之路。过去温州靠创新赢得先发优势,将来还要依靠创新引领争先。”



前

言

NO.8 温商是世界上最敢于冒险的商人

“平安二字值千金，冒险半生为万贯”的观念使温州人“敢为天下先”、敢于第一个吃螃蟹。他们胆大包“天”、胆大包“海”、胆大包“地”，由此创造了市场经济的先发优势。他们认为：头道汤的味道最好，先人一步的生意最赚钱。事实证明：一分耕耘，一分收获；一分冒险，一分成就。温商的成功经验证实了一句话：惟冒险者生存。

NO.9 温商是世界上最懂得人脉的商人

在关系取向的商业社会里，个人拥有的社会关系逐渐演变成了一种十分重要的资源，一种宝贵的资本。有企业家在《英才》杂志的采访中称：“花20万元认识一个对自己有利的圈子很值得。”温州人信奉朋友就是财富，有义就有利。他们和朋友间的利益并不是直接金钱的交往，而是互相帮助。借助政策和政府的公关需求，巩固企业的根基，已经成了温州商人的“共识”，善于利用关系资源的温州人，站在巨人的肩膀上，可以轻松地眺望广阔的商业猎场。

NO.10 温商是世界上最能把苦难当作财富的商人

有这样一句话：“人们应当为所经受的苦难而自豪，任何苦难都能成为成功者幸福的回忆。”温商是那种穷时能吃苦，富了也能吃苦；打工能吃苦，当老板也能吃苦的人，他们把苦难和失败看作人生的导师，在面对挫折时，不是怨天尤人，而是保持冷静的头脑笑对失败，他们甚至渴望苦难，因为苦难的背后是财富的源泉。

温州人靠“一元钱”闯天下，他们自无中生有，自小中见大，迅速网罗世界各地的财富，他们集中力量、勇于冒险、敢为人先、攻城略地、战无不胜。温商是世界上最值得学习的商人。

李凤伟

目 录

Contents

上篇 向温州人学经商/1

一、善用别人的资源 3

没有能力买鞋子时,可以借别人的,这样比赤脚走得快。

——《塔木德》箴言

温州人的成功大都是使用别人口袋里的钱来成就自己的梦想。《塔木德》箴言提到:对于财富运用的观念,我很欣赏现在流行的“托付观”,它认为人生如过客,你一生中拥有的任何东西都不属于你个人,而是被交托到你手中。

著名经济学家于光远说:人有三种,一是天才、二是人才、三是蠢才。花大钱办小事是蠢才;花小钱办大事是人才;不花钱办大事是天

才。温商中很多人是在“零资产”、“零资源”的情况下，发展起来的。“用好自己的资本，善用别人的资本，用活今天的资本，巧用明天的资本”，在这种观念的指导下，很多温商甚至在“负”资本中发展起来，他们少花钱多办事，不花钱也办事，花别人的钱办自己的事，实现了从贫穷到富裕的两极跨越，创造了无中生有的创富神话。

二、用钱要恰到好处 10

有时你看似是一件很吃亏的事，往往会变成非常有利的事。

——李嘉诚

温州人有时是极其豪爽的，他们可以动辄上亿元，投资于慈善事业；他们对客户，坚守着“吃亏是福”的指导方针，他们认为知识是无价的，不能赤手空拳地开始行程，必须用知识把自己武装起来。另一方面，他们表现得极为吝啬，他们视节俭为一生中食之不完的美筵。

花钱要恰到好处，不做挥霍的浪费者，也不做葛朗台似的吝啬鬼。正如比尔·盖茨所说：“花钱如炒菜一样，要恰到好处。盐少了，菜就会淡而无味，盐多了，苦咸难咽。”

三、适者生存，而非大者生存 16

这个世界是属于弱者的，因为弱者最懂得适应。

——杰克·韦尔奇

达尔文说过：“应变力也是战斗力，而且是重要的战斗力。得以生存的不是最强大或最聪明的物种，而是最善变的物种。”有位经济学家说：千规律，万规律，经济规律仅一条：适者生存。

温州人认为：要想生存，就要像水一样适应环境，水本无形，也可以有形。放在桶里的水是圆的，放在箱子里的水是方的，它随势而变，

不拘一格。必须学会像水一样,善于随着周围的环境改变而改变,随行就市,不断调整自己,改变自己,使自己能够适应周围的大气候,这样才能在竞争中处于不败之地。水的精神赋予了温商“一有土壤就发芽、一有阳光就灿烂”的生存能力。

四、寻找无竞争的蓝海 21

风险越大,赚钱的机会就越大。到别人认为是冷门的地方,你会赚到数不清的钱。

——世界船王奥纳西斯

温州商人坚信:没有人的地方水草最为丰美,“钻空子”的思维,使得他们往往能从“没有市场”处找出市场;从“乱花渐欲迷人眼”的市场混乱中,寻找到商机;从鲜为人知的边缘经济的夹缝中杀出一条血路。

在杀成一片血海的市场中,温州人畅游于无竞争的蓝海。“温州人善于捕捉商机,在温州可能还没有真正意义上的运用蓝海战略的企业家,但是温州不乏已经具备蓝海战略思维的企业家。”马津龙教授这么评价温州企业家的蓝海基因。

五、拿来主义 27

可持续竞争的惟一优势来自于超过竞争对手的创新能力。

——管理顾问詹姆斯·莫尔斯

模仿是创新的基础。蒸汽机的发明,是瓦特对小水壶热蒸气原理的模仿运用;卫星上天环绕地球运行,是牛顿对苹果落地原理的模仿创新。统计显示:创新,是由80%~90%的模仿,10%~20%的创新组成的。

温州人的模仿能力是极其可怕的,他们把打火机、眼镜、低压电器等商品拆开再重装,然后,就能自己制造出一模一样的产品了。在



目

录

一无资金、二无技术、三无资源的背景下,有着狡黠而胆大性格的温州人,最初正是靠了“模仿”,才打出了一片属于自己的市场。现在,他们对创新提出了更高的要求。

六、基业长青靠诚信 32

即使是口头承诺,神也可以听见。

——犹太商人

一位温州商人说:“做人要务实,讲话要真实,做事要诚信,不能骗人蒙人,丧失信用。钱可以创造,但诚信比金钱更重要。不守诚信也许能赢得一时之利,但一定会失长久之利。”朴实的语言里有对诚信的坚持。

诚以修身,信以立业,诚信实现了商人的利益最大化。《塔木德》训诫后人:“你们不可行不义。要用公道天平、公道砝码、公道升斗、公道秤。”犹太人认为诚信就是财路,就是商业活动中最高的技巧。诚信是商人步入市场的通行证,失信于市场即是商人的自杀。温州人认为:诚信对企业发展的的重要性就相当于心脏对于人,心脏停止跳动,生命就不存在了。

七、赚钱是硬道理 38

只有偏执狂才能生存。

——安德鲁·葛鲁夫

贫穷是什么?在温州人看来,贫穷不是缺米少盐,也不是缺衣少食,贫穷是无能,是罪恶。《塔木德》箴言提到:身体依靠心灵而生存,心灵则依靠钱包而生存。温州人对钱有着绝对的偏执,他们身体的每个细胞都呼唤着金钱,对他们来说,“生命诚可贵,爱情价更高。若为金钱故,二者皆可抛。”

温州人无道胜有道，“赚钱才是硬道理”，他们穿着金色的外衣，在无涯的商海，以钱做舟，以钱做桨，寻找着未知的金矿。

八、隐形冠军 43

小生意怕食不怕息，大生意怕息不怕食。

——恒基兆业地产集团主席李兆基

随着20世纪90年代赫尔曼·西蒙教授《隐形冠军》一书的出版，人们惊奇地发现，一国经济活力的真正源泉往往并非那些声名显赫的大企业，反是在小市场领域高居本国乃至全球领先地位的中小公司。他们被称为“隐形冠军”。这些隐形冠军甚至常常拥有各自所在市场60%~90%的全球市场份额。

通过多年深入的研究和调查，赫尔曼·西蒙总结了隐形冠军的八大特质：①目标明确。②高度专注。③攥紧客户关系。④成为卓越者的伙伴。⑤创新。⑥跻身顶级竞技场。⑦保护独一无二。⑧强大的企业文化。

九、“微利是图” 48

别想一下就造出大海，必须先由小河川开始。

——《塔木德》箴言

据统计，国外90%以上的大富豪是白手起家或靠小本起步的，只有不到10%的人是靠继承遗产发家的。在中国，改革开放之前商场上几乎全是穷人，靠赚小钱起家的恐怕要占到99%以上。

温州人的商业哲学是：“惟利是图”不足取，“微利是图”却能积少成多，是生财之道、赚钱之术，他们认为：生意场上的事情，看大而未必大，看小而未必小。温州人能挣大钱，也绝不嫌弃小钱。他们挣钱有时是按角、分来计算的。他们响亮地喊出了“赚一厘钱也光荣”的口



目

录

号。温州人就靠这一分一厘的集腋成裘,完成了他们的原始累积,为其后来的第二次、第三次创业奠定了雄厚的资金基础。

十、和“同志”牵手 53

一个人赚钱没有什么了不起,要让大家都能赚钱。许多个体的精诚合作,可以控制整个市场。

——温州商人

石油大王洛克菲勒说:“我获得成功的奥秘,就在于有一大批人在工作中真诚的合作。”有人做了这样的比喻:一般人的做法犹如打麻将,看住上家,扣住下家,防住对家,结果我做不成,你也做不成。犹太商人和温州商人的做法犹如下围棋,你占这个点,我就占那个点,你卖汽车,我就开旅馆,大家在竞争中合作,在合作中竞争,其结果是联手造势,有模有样。

十一、炒豆理论 58

我们温州人既会干事,也会做秀!豆子要不断翻炒才能熟,经商办企业就应该炒,炒才能成就大业。

——温州商人

有人这样定义平凡与平庸,平凡的人,是机器上的一颗螺丝钉,毫不起眼,但在适当的位置,发挥着自己的用处,实现着自己的价值。平庸的人,是一颗废弃的螺丝钉,身处机器运转之外,无心也无力参与机器的运作。温州人决不会沦为平庸,也绝不甘于平凡。

“自豪而不自满,昂扬而不张扬”,浙江省省委书记习近平对温商做了这样的评价。不安分的性格,使他们不仅做事,还做秀;为了“我想卖多少钱就卖多少钱”,他们“有钱做老板,没钱也要做老板”,“哪

怕是一个小摊,也一定是自己的”。

十二、网,中国式人脉 63

铁路的95%是人,5%是铁。

——美国某铁路公司总裁史密斯

人脉是金,却贵甚黄金;因为黄金有价,人脉无价。人脉资源是一种潜在的无形资产,是一种潜在的财富。成功学大师卡耐基说:“专业知识在一个人成功中的作用只占15%,其余85%则取决于人际关系。”

人脉圈,是经商者拓展生意的必需途径。温州人认为:经营关系是很重要的,建立起利益联盟,让联盟内的生意伙伴的利益都获得均衡,是商场上有效的潜规则。古今中外,有很多成功人士就是借助别人的关系和能力,才顺利的攀上了成功的巅峰。

十三、让数字来说话 68

模糊源自农事,精确源自经商。

——李永红博士

犹太人之所以始终“生财有道”,最重要的原因是他们拥有一套特殊算钱法则:78:22。我们常常听到人们这样说:“世界的金钱装在犹太人的口袋里。”犹太人从人口上说只占世界总人口很小很小的比例,但他们的富有却是众所周知的。

“数中有术,术中有数”,在温州人看来,把钱计算得清清楚楚,才能有计划地用钱,有条理地赚钱,有目的地花钱。



目

录

十四、以资本为纽带联合作战 73

竞争是浪费时间,联合与合作才是繁荣稳定之道。

——犹太金融巨子摩根

鲁迅先生曾经说过:“天才并不是自生自长在深林荒野里的怪物,是由可以使天才生长的民众产生、长育出来的,所以没有这种民众,就没有天才。”凡事都需要集体的力量,单枪匹马打天下是不可能成功的。犹太人认为:不要鄙视任何人,任何人都有自己的位置,都可以在有钱和有时间的条件下创造奇迹。

竞合观念与商业的繁荣有很大的关联。竞合是指合作和竞争的组合,即竞争中有合作。在竞争中通过合作,形成合力,可以收获放大或倍加的功效,以实现双赢甚至多赢。对温商来说,竞合之路,是一个行之有效的途径。

十五、眼光决定财富 81

我从来都是戴着望远镜看世界的。

——比尔·盖茨

“机会是上帝的别名”,可见商机对于赚钱的重要性,发现并把握商机可以说是致富的一条捷径,有时候,一个机会就足以让人摇身一变,成为有钱人。艺术家说:世界不是缺乏美,而是缺少发现。同样,世界上绝不缺乏商机,缺乏的是发现商机的眼睛。

石油大王约翰·洛克菲勒说:“我总是努力把每个灾难变成机会。”温州一家报纸曾专门做过一项调查,结果表明:91%的温州商人都关心政治,60%的经营者“因为某项政策的出台而放弃或者更有信心做某项生意或投资。”同样条件的生意人,有人赚得盆满钵满,有人

赔得一塌糊涂,两者的根本区别是能否嗅到和看到潜在的商机。

十六、关键时刻勇于花钱..... 87

赚钱,一个乞丐就可以做到;用钱,十个哲学家都难以做好。

——乔治·索罗斯

有钱是好事,但知道如何使用更好。在温商的观念里,花一元钱,就要发挥一元钱100%的功效。他们对用钱的艺术有自己的独特见解,一方面他们看准投资项目时绝不含糊,甚至拿出全部的财产,实行钱生钱的造钱工程;另一方面,他们锱铢必较,一元钱也不会随便浪费。

《塔木德》说:金钱是没有臭味的,它是对人类安逸生活的祝福。温州人认为:我们怎样对待金钱,金钱就怎样对待我们,“钱本位”的他们致力于让钱发挥种子的作用,以收获每年的金秋。

十七、先理人,后理财..... 92

企业最大的资产是人。

——日本经营之神松下幸之助

常言道:得人才者得天下,失人才者失天下。古往今来,有远见卓识的领导者,都深知选贤任能是领导者的第一要务。战国时期的齐威王,曾把人才誉为国宝;美国钢铁工业之父卡耐基则声称:如果将我所有的工厂、设备、市场、资金全部夺去,但只要保留我的组织人员,四年之后,我仍将是一个钢铁大王。正如孙中山先生所说:人既尽其才,则百事俱举;百事举矣,则富强不足谋也。

温州商人认为:人才理好了,钱财也理好了。“适用即人才”的用人标准是温州商人务实发展思想的体现,温州天正集团总裁高天乐说:“学习之后才能懂得用人,懂得用人才才会懂得用钱。某些民营企业



目

录

的老板因为不学习,不知道人力资源是否适配,结果因为人力不相适应,企业最后垮了,而老板却还不知个中缘由。”

十八、企业文化是赚钱的软实力 97

管理不只是一门学问,还应是一种“文化”,它有自己的价值观、信仰、工会和语言。

——彼得·德鲁克

著名经济学家于光远有句名言:“国家富强在于经济,经济繁荣在于企业,企业兴旺在于管理,管理优劣在于文化”。于光远先生用精炼的语言,把企业文化的地位与作用,提升到了战略的高度,深化到了核心的位置。

文化是企业发展的灵魂和动力,温州老板用自己的实际行动展示给我们看:温州企业不仅仅只有“老板文化”,为适应发展的新要求,他们对企业内部的文化建设提出了更高的目标。

十九、超额利润靠品牌 103

伟大的品牌是公司维持超额利润的惟一途径,伟大的品牌实现了感性收益,而不是理性收益。

——菲利普·科特勒

贴牌生产是一家技术能力不太强的企业走向市场的选择之一。但是,如果企业一直都局限在贴牌生产中,而不是有意识、有目的地学习先进技术,提升自身能力,必将陷入贴牌的困局。OEM只是替别人打工,创立自己的品牌则是一笔宝贵的无形资产。

徐勇水说:品牌的形成,除了质量、服务之外,还要经久不息的文化沉淀,这才是附加值的根源,是无法采取捷径来实现的。道路是崎