

CASHU ZHESHANG

财富浙商

一个关于浙商成长、发展、突围的话题

应华根 主编



宁波出版社
Ningbo Publishing House

财富浙商

应华根 主编

宁波出版社

图书在版编目(CIP)数据

财富浙商/应华根主编.—宁波:宁波出版社,

2004.9

ISBN 7-80602-805-6

I.财… II.应… III.商业经营—研究—浙江省

IV.F727.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 093616 号

财富浙商

出版发行 宁波出版社

地 址 宁波市苍水街 79 号

邮 编 315000

电 话 0574—87264598 87279895

印 刷 杭州钱江彩色印务有限公司

主 编 应华根

责任编辑 吴 波 倪建飞

封面设计 邬巧红

开 本 787×1092mm 1/16

字 数 220 千

版 次 2004 年 9 月第 1 版 2004 年 9 月第 1 次印刷

印 张 17.375

标准书号 ISBN 7-80602-805-6/F·43

读者服务 宁波市孝闻街 12 号(0574—87347866)

如发现缺页或倒装,请与承印厂联系调换

前言

在这个英雄辈出的时代，做一名记者是幸运的。

在这个财富逐渐被崇尚的时代，做一名常驻浙江的记者更是幸运的。

而作为中华工商时报派驻浙江的记者，则可说是幸福的了：躬逢盛时盛世，又站在了一个很好的平台和很好的角度。

对浙江的见证，属于时代交付给我们的“全国命题”。

浙江的一颦一笑，牵动着中国的神经。

正因如此，带有全局意义的浙江，让我们兴奋，也让我们惶恐。

区域经济、块状经济、带状经济，浙江经济的组合千姿百态，浙江财富的生态美轮美奂，一个浙江人就是一种浙江经济方式，一群浙江人就是一门浙江经济学。

所以，在2004年7月的某一天，当宁波出版社的吴波和倪建飞两位先生，在三江口畔的一家茶馆里邀我坐下来共商《财富浙商》这本书时，我慷慨赴约。

慷慨是源于冲动，冲动是源于吸引。以财富的名义走近浙商，解剖浙商，是一种无尚荣光的“时髦”。

尽管，很快，我就为我的这一“时髦”之举付出了沉重的代价。

煮茶论英雄是一种惬意，但这种惬意随后便是无穷无尽的煎熬。

煎熬首先是因为认知的贫脊。我们的认知毕竟肤浅。“草根”的

浙商犹如浩瀚的草原，远望是一片郁郁葱葱，近看却不显山不露水。如一个人道不深的票友，我是看惯了热闹，却看不懂门道。

防火防盗防记者，浙江老板们拒绝张扬的习性更让财富永远处于“财不外露”的内敛。

所以，对于我这样的观望者而言，肤浅是一种不得不接受的真实。

好在，我们是一支团体性的见证队伍。我的母社人才济济，孟怀虎、叶正积、张志勇、高初建、李爱明……一个名字就是一双豁亮的眼睛，而我，仅仅是因为离宁波出版社最近，“近水楼台先得月”，有幸“加冕”成为“主编”。实际上，成绩来自中华工商时报同仁们十年的辛勤。

好在，在内芯为新闻人的外包装上，我以宁波民营企业家协会副秘书长和宁波强势品牌协作体召集人的身份，能与一大批宁波财富的创造者们推心置腹。由于这种谈心以不见著文字为前提，故而免不了要担负起“泄密”的罪责。

开卷有益，但愿在翻开这本书的时候，会让遥远的财富离你稍稍近些。毕竟，财富是人性的。

集群、低调，一有雨水就发芽，一有阳光就灿烂，“草根”之所以能茂盛成为“草原”，土壤、环境、气候是一种因素，“种子”则是另一种因素。当“浙江人经济”研究开始升温的时候，对“草根”经济的探讨开始回归“种子”的本位。

我举双手拥护这种本质的“归位”。

为什么宁波人会比其他地方对从未到过宁波的邓小平给予更加崇高的怀念呢？既因为他是中国改革开放的总设计师，更重要的是他为这座城市迎来了改革开放的“种子”——宁波帮。宁波帮是宁波走向世界的特殊方式。

温州人为什么会如此吸引世人的关注？除了温州人把一座座

“温州城”和一条条“温州街”铺天盖地地复制到了天南海北，更是因为温州人骨子里的精神和气质。

绍兴为什么会出现鲁迅？因为绍兴是一个出思想的地方。幕后的“绍兴师爷”在离政治忽近忽远的地方摇着蒲扇影响时政格局，那是百年之前。百年之后的今天，以经济的晴雨表——股票为例，绍兴一个镇的上市公司可能就是一个大中城市的总和。

走近财富，并不是为了简单的恭维。因为，浙江的优势是“草根”，而浙江的劣势恰恰也是“草根”。

“草”，总容易燎原；“草”总容易传播种子；但就是因为是“草”，所以它总免不了“风吹草动”，它的生命力是短暂的——总是一茬一茬地死，一茬一茬地生，随着“春风”和“冬风”的更替；它的影响力是有限的——或用于引火，或用于饲料，或以腐烂的方式反馈于土壤。总之，它总非栋梁之材，最多，也只能盖一座简陋的栖身之所，比如余姚河姆渡旧址上的茅草房。

浙江人必须学会反思。习惯于沾沾自喜，浙江人将永远跳不出“草根”背后的农耕时代。当农业也在大力探求由粗放型向集约型转化的时代，浙江人必须深刻认知自己的痛处。虽有点迟了，但仍不晚。

2004年夏的西湖，夜里有点黑——那是缺电折腾的。我们的沈建国社长在走过西湖时有感而发：天堂不知夜的黑。

资源的瓶颈已让浙江的民营企业家中痛不堪言，而“陈伤”也总是在气候的变更中时时引发。

21世纪初的这场声势浩大的经济调控，但愿能促使浙江的财富创造者们加快“草根经济”质变的过程。

目 录

前 言

第一篇 活力中国的财富基地——浙江

- 2 骄傲与困惑的7000亿:浙江成为最大资本溢出地
- 4 中国的财富制造基地
- 11 中瑞财团:浙商的一次民间“发力”
- 14 浙江老板抢滩大上海
- 20 在全国人大会议上的一次集体亮相:财富浙商的新财富观
- 21 宁波财富观:“纸糊”的400富人榜

第二篇 解读财富浙商

- 26 浙商为什么辉煌之一:“听话”的草根浙商
- 34 浙商为什么辉煌之二:敢为天下先
- 42 浙商为什么辉煌之三:混合经济驱动 资本运作助推
- 46 浙商为什么辉煌之四:活力源自不断创新
- 50 民营浙江的实践之一:GDP贡献60%
- 51 民营浙江的实践之二:4000市场辐射中国
- 54 民营浙江的实践之三:万家私企争雄海外

第三篇 财富浙商的压力和考验

- 58 财富浙商的压力和考验之一:“草根浙商”如何面对升级压力?
- 65 财富浙商的压力和考验之二:资本外流考验政府智慧

- 73 财富浙商的压力和考验之三:如何面对宏观调控?
- 76 财富浙商的压力和考验之四:如何谋划能源安全体系?
- 81 财富浙商的压力和考验之五:怎样走向世界?

第四篇 活力宁波

- 90 宁波现状
- 98 “宁波帮”:一座城市走向世界的特殊方式
- 106 家电:宁波制造的一个标签
- 116 从“有名”中捞“大利”:奥克斯担纲代言“宁波制造”
- 123 附录:从企业文化透视中国厨具业双雄

第五篇 奇迹温州

- 132 沉浸在民本的激荡之中 ——关于温州和温州人的思考
- 141 激扬于民生的喷涌之前 ——关于温州和温州人的对话
- 148 在海外创业——走出去的温州人
- 156 “失血”还是“造血”——走出去的温州资本
- 164 炒房有没有错? ——对温州资本的争议
- 168 三问温州之一:怎么看待资本走出去?
- 172 三问温州之二:今日温州如何再寻突破口?
- 176 三问温州之三:人为什么是温州最大优势?
- 178 附录:温州“双星”央视对话录

第六篇 灵动台州

- 192 聚焦台州
- 193 挑大梁的台州民营企业
- 203 台州金融:浙江民间金融生态圈的标杆
- 206 台州塑料业:无米也成炊

- 211 台州:在长三角经济中的热情
- 215 台州:“小狗经济”理论的“原产地”
- 220 附录:飞跃,用缝纫编织新世界

第七篇 财富浙商的困境和出路

- 230 2004,浙江的拐点之年
- 234 温州走向末路?
- 236 浙江民企外迁的是是非非
- 245 转型之际,浙江民营企业家如何直面挑战?
- 254 浙江人经济的“人”瓶颈
- 257 要不要职业经理人的两难抉择
- 262 浙江的出路

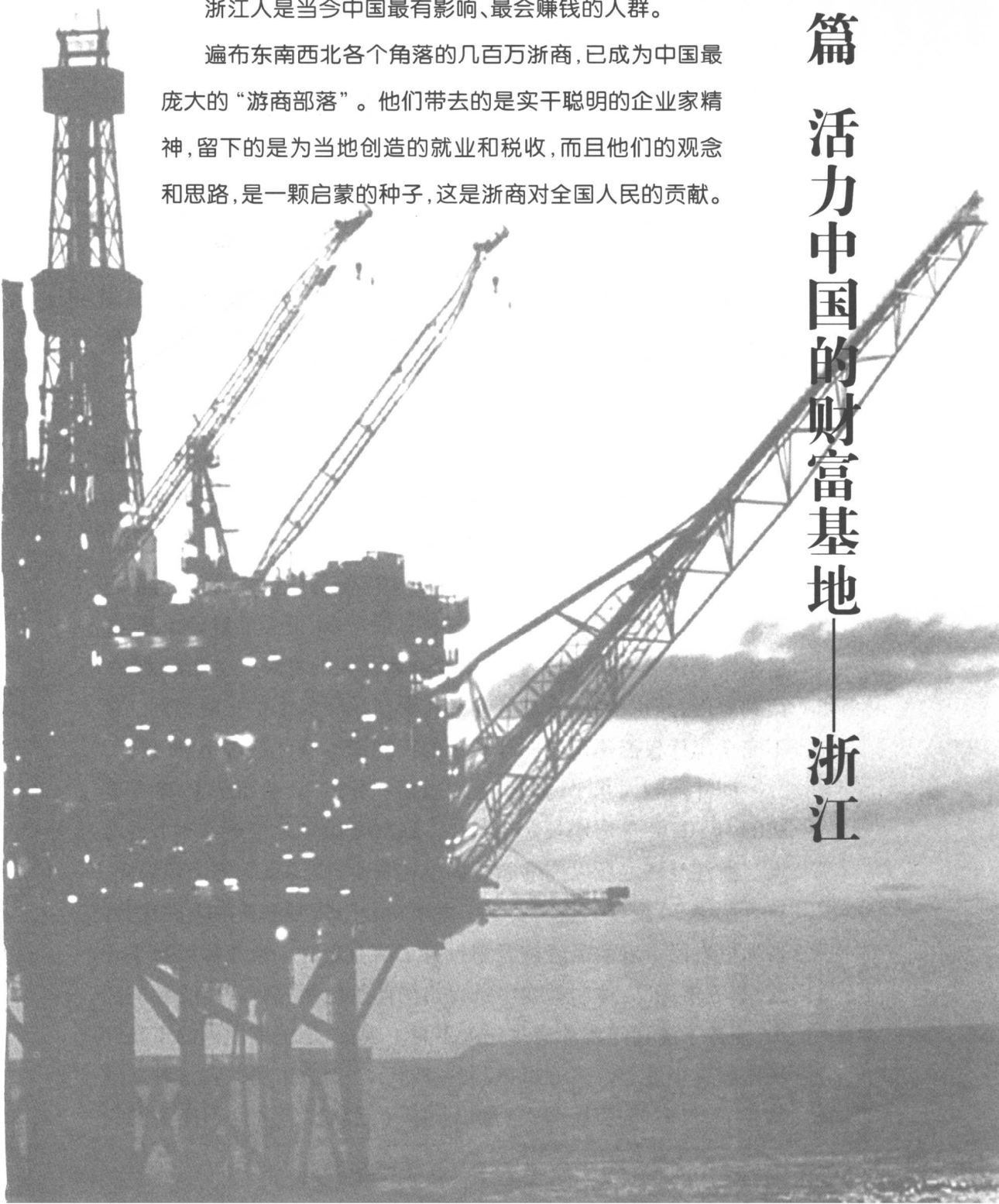
后 记

第一篇 活力中国的财富基地——浙江

浙江是我国大陆最大的民间资本溢出地。

浙江人是当今中国最有影响、最会赚钱的人群。

遍布东南西北各个角落的几百万浙商,已成为中国最庞大的“游商部落”。他们带去的是实干聪明的企业家精神,留下的是为当地创造的就业和税收,而且他们的观念和思路,是一颗启蒙的种子,这是浙商对全国人民的贡献。



骄傲与困惑的 7000 亿： 浙江成为最大资本溢出地

2004 年 6 月 3 日，新华社一条消息再次对财富浙江予以确认：

据不完全统计，自“九五”以来，浙江至少有 7000 多亿元民间资本进入全国各地的不同领域。专家指出，无论从总量还是从活跃程度看，浙江都是内地最大的民间资本溢出地。

这是浙江的光荣和骄傲。

种种数据表明，截至目前，共有 5 万多家浙江企业在上海滩发展，其中有一定规模的达 2000 多家。在上海经商办企业的浙江人达 25 万，所办企业的注册资本达 610 亿元。在重庆，由鞋业巨头温州奥康集团牵头，联合其他企业投资 10 亿元打造的“西部鞋都”已正式奠基。在北京，全国最大的服装批发市场、最大的灯具市场、奥运场馆建设等项目的背后，都闪现着浙江人的身影。北至黑龙江，南到海南，西达新疆，全国各地都有浙江民间资本扩张的事例。据不完全统计仅温州市流向外省市的民间资本就已超过 1000 亿元。

浙江陆域面积小，且是“七山二水一分田”。然而从 1978 年到 2003 年，GDP 年均增长达 13.1%，高出全国平均增幅 3.7 个百分点。浙江经济之所以能够超越国家投资少、资源贫乏等诸多局限，获得持续 20 余年的快速发展，主要得益于体制创新的先发优势。当大批农民带着商品经济意识投身工商业之时，恰逢持续数十年的“卖方市场”。体制嬗变中迸发出的能量以及先行者所尝到的甜头，掩盖了浙江经济的诸多先天不足。现在，全国范围内的市场经济体制逐步确立，“买方市场”彻底取代了“卖方市场”。在这种新的形势下，仅有“先发优势”已难以快速牵动浙江经济这列庞大的火

车,经济发展的“硬件”制约开始浮出水面。

这也正是浙江资本的困惑。

经济专家认为,浙江资本外溢是资本日益庞大与浙江地域空间、资源空间发生矛盾的结果。近年来,浙江的土地、能源、人才等重要生产要素全线告急。浙江现有耕地 3188 万亩,划定基本农田 2711 万亩,建设用地只有 400 多万亩。按前些年建设用地的势头,土地的回旋余地已非常有限,温州、台州、义乌等地,数以千计的企业排队等地。绍兴县委书记徐纪平说,照眼下的发展态势,绍兴县三年之内就将遇到“发展极限”问题。

“能源荒”是最令浙江人焦虑的问题。2003 年,浙江全省发电量增加 17%,外购电量增加 51%,但仍然不得不拉闸限电,而且近两年缺电的局面还将延续。据介绍,去年非典疫情对浙江 GDP 的影响是 0.3 个百分点,而“能源荒”的影响却达到 0.6 个百分点。

也有专家认为,不能仅仅把浙江资本外溢归结于资源制约和空间制约。杭州商学院工商管理学院副院长郑拥军认为,资本有流动的天性,浙江的资本流出并非全是被动。经济发展到一定层次,企业发展到一定规模,必然要求突破原有的发展区域、平台和经营模式。从调查的情况看,浙江资本外溢的动因除为摆脱土地、能源等制约外,还有多种类型。一是为了寻求更高的发展平台。从 20 世纪末开始,浙江大批企业把总部迁往上海,就是因为上海是更先进的信息集纳之地,更容易和世界接轨。二是占领稀缺资源。如浙江的金义集团,几年前就投巨资到黑龙江,开发号称世界三大冷泉之一的五大连池。三是参与新的产业重组与整合。奥克斯集团在中央提出振兴东北老工业基地之后,北上辽宁收购了当地一家汽车生产企业,实现了多年来参与汽车产业的梦想。

经济界人士指出,无论是被动出走也好,主动出击也罢,我国能有浙江这样一个民间资本流出的高地,对全国都是“利好”之事。



浙江经济的飞速发展吸引了越来越多的关注,一年一度的浙洽会成为浙江经济走向世界的一个重要舞台。

浙江民间资本东奔西走，激活了全国不少地方沉寂着的资产和资源。同时，深谙市场经济精髓的浙江商人，带去的远远不止是钱。正如黑龙江省政府一位领导所说：“每一个浙江商人都是一部市场经济的教科书。”

面对这个集骄傲与困惑、光荣和梦想于一体的 7000 亿，有一点是可以确认无疑的：浙江，正以民营的名义，当之无愧地成为活力中国的财富基地。

中国的财富制造基地

浙江人被称为中国的犹太人，哪里有商机哪里就有他们的身影。一份最新的统计资料把浙江民营经济的巨大“魔力”彰显得淋漓尽致。目前，在浙江全省 88 个县市区形成了块状经济，年产值超亿元的区块 519 个，块状经济总产值 5993 亿元，约占当年全省工业总产值的 49%。浙江人是《福布斯》首富榜的常客：2000 年度中国 50 位首富排行榜中 9 位浙江企业家榜上有名；2001 年度中国内地首富 100 位企业家中，浙江人最多，有 17 个。2001 年度中国民营企业 500 强中，浙江一省就独占 1/3 强。

然而，浙商厉害的主要不是名人大家，而是深厚的民间基础与庞大的群体阵容。2002 年底，浙江省私营企业总户数达 24.73 万户，注册资本 2515.43 亿元，户均注册资金 87.19 万元。浙江现有年产值亿元以上的私营企业 334 家，注册资本 1000 万元以上的私营企业 3348 户。浙江省个私经济总产值、销售总额、社会消费品零售额、出口创汇额、全国民营企业 500 强企业户数等多项指标均居全国第一。（原载于中华工商时报 2003 年 3 月 26 日，杨轶清文，稍作修改。）

谁是浙商？

浙江人是当今中国最有影响、最会赚钱的人群。下面这份不完全名单，可以证明这绝非一句虚妄的断语：

出任中国乡镇企业协会会长的万向集团创始人鲁冠球，是国内第一位领衔全国性行业协会一把手的企业一线负责人。

在由美国《财富》杂志的投票评选中，四十出头的华立集团董事长汪力成荣登“2001 中国商人榜首”，而在总共 8 人中，浙商就有 2 人。

资深企业家冯根生，是 1988 年第一届中国优秀企业家 20 位得主中仍然活跃在生产经营第一线仅有的二人之一。阿里巴巴创办人马云，获选 2000 年《福布斯》杂志封面人物，成为 50 年来中国企业家获此殊荣的第一人。

.....

零点调查公司不久前在北京地区进行的一项企业界人士调查结果显示，浙江商人是北京市场上的超级活跃群体，广东商人次之。在上海，在沪浙军达 50 多万人，浙籍企业在沪投资总额、企业总数和资产总额，均居全国兄弟省市之首。

不仅仅在北京、上海等大城市，从通都大邑到穷乡僻壤，甚至在欧美各国城市，到处都有操浙江口音的投资者和生意人。在各地的“浙江村”、“温州路”、“义乌街”，很难听不懂的“浙江话”成了各地的本土语言。仅在西部省份，就有 300 万浙商在做着“你发展，我发财”的生意。

民间有一句评价苏南模式和温州模式差别的话：“苏南每镇有一两个能人，温州个个是能人。”因为温州的起家是靠家庭工厂，靠社会总动员。温州市的老书记董朝材认为：“温州人看到有生意可赚，第二天就弄台机器先干起来，机器可以放在家里或朋友的仓库里，行了，再盖厂房，大了才请管理人员，这要是在其他地方半年也论证不下来。”温州人就是以这种土法换取效率，也换得认错的机会。温州人有 10 万元，绝不会像内地人只用 5 万，留 5 万备急，他不仅把 10 万元全投进去而且还借款，以便在市场上尽快获得竞争优势，许多温州人甚至不惜失败后又重操旧业弹棉花。



越来越多的名优产品在浙江生产制造，米卢担当奥克斯空调的形象代表使这一国产空调的品牌更加炫目。

温州商人在很多场合被视为浙商的代名词,事实上并非如此。浙江的每一个地区,每一个县,即使原先的欠发达地区,都有大面积的工商业活跃,都有大批人外出——做老板,不是打工,哪怕是养鸭种香菇,也是承担投资风险的业主。浙商成为全国人数最多、比例最高、分布最广、影响最大的经营者群体。

“哪里有市场,哪里就有浙商”在很多地方已成为一句“商谚”,但这句话也许倒过来说更为准确——“哪里有浙商,哪里就有市场”。市场,这种浙商在实践中创造出来的新型流通业态,在全国开花结果,有的地方甚至到了“无浙不成市”的程度。

“80年代的广东,21世纪初的浙江”,浙商成为浙江活力的第一推动力。遍布东南西北各个角落的几百万浙商,成为中国最庞大的“游商部落”。他们带去的是实干聪明的企业家精神,留下的是为当地创造的就业和税收,而且他们的观念和思路,是一颗启蒙的种子,这是浙商对全国人民的贡献。

浙商看起来有点小

浙商常常是各类排行榜的主角,但如果以此认为浙商有爱上镜的偏好,那很可能是一个不准确的结论。一般认为,浙商的形象并不“高大”,而是低调。这样的例子到处都是。

营养米粉销量已经是亨氏两倍的杭州未来食品老板蒋敏德,他在1998年全国抗洪救灾晚会上的那句自我介绍,至今让人印象深刻。捐出百万巨款,他只说了一句话:我是浙江富阳的一个个体户。既不说自己是谁,也没有提企业的名字。多好的宣传机会啊,他放弃了。

法国经济学家佩雷斯特经过近半个世纪的研究后宣称,“精神气质”在一个地区的发展过程中起着关键性的作用。一般说来,下面这些特点在浙商身上表现得比较突出。

一、刻意低调,公众知名度甚低。浙商都不喜欢见记者,年销售额几亿甚至几十亿的大公司,老板没有一篇个人专访,在浙商中并

不稀奇。其次,浙商们也不喜欢到公众场合露面,即使一些在很多人看来很重要的场合。比如,企业的千万元捐赠仪式,他会派代表参加;上级领导莅临考察,他也不一定赶回来陪同。再一点,不多报销售、利润,也是多数浙商的共同爱好。曾被媒体广泛报道的浙江首富对《福布斯》说“不”,就是如此。浙商的这种“对待荣誉有如对待批评”式的反应,与经常可以听到的国内其他一些地方的企业经营管理者统计“注水”夸大业绩吹牛皮比较起来,其不爱出风头的个性,十分突出。

二、经营手法平实,不重形式、技巧,不搞噱头。浙商普遍不擅表达,创造概念和新名词不是他们的专长。浙商重操作,理性化的东西比较少,要概括浙商的经营管理规律,并不是一件很轻松的事。

三、政治上积极稳健。浙商们的政治立场稳健可靠,态度谨慎。不过激,也不过火,宁可委曲求全,也不争一时之短长。浙商在领会贯彻政策时重实效而不赶时髦,浙江的私企党建是全国的典型。与地方政府保持有距离的融洽关系。同时,浙江地方政府也比较开明。因此,浙商因为政治上政策上出问题的相当少见。

四、亏损少,失败率低。在全国有影响的浙商破产案几乎没有,就是小企业破产比例也不高。在义乌的工商业集中的城镇,问起这个问题,他们的回答是:有歇业停产的,好像没听说谁破产倒闭了。

五、清醒而理智。在最近一次对浙江民企的走访中,著名经济学家吴敬琏对奥克斯的称道就是源于其当家人郑坚江的两大观点:企业不进则退,慢进也是退;每一个企业都有消亡的那一天,我们所能做的,是让精彩持续得更长久一点。

六、长寿企业多。浙江各地有一大批操持企业二三十年以上的常青树,经营非常稳健。鲁冠球、白骅、吴少华、叶雪康等经营几十年竟能做到一年不亏。

埋头苦干的浙商,在障碍面前敢跨敢闯。仔细盘点一下,几乎在中国经济改革进程的每一步,都可以听到看到浙商的声音或脚步。从第一本个体营业执照到第一家自然人控股的上市公司;从我国第一家具有进出口经营权的私营流通企业到首家民营企业在香港上

市;从最早的私营企业到全国第一的私企党建;从第一家股份公司设立到冯根生难题的破解……浙商们的创富之路走得很神气。

竞争力从哪里来?

这群最能赚钱的中国人,怎么看似乎都不像经典教材里描述的企业家形象——浙商只会模仿,不会创新;浙商70%以上只有初中以下学历,近80%出身于农民;他们的产业层次都很低,他们的规模都很小;他们都是家族制;浙商没有远大的理想,他们很保守;他们的管理像风筝一样牢牢地抓在手里;他们从事的多是传统产业,很少有高新技术……

的确,浙商们看起来更像是新经济的“落伍者”。按照西方学术的规范看来,浙商的成功有些“不合常理”,一般公式化的理论很难解释他们的实践。



可是,就是他们这种“落后”的生产和组织,将一个个昔日的龙头老大拉下了马,在与跨国巨头的热身赛中抢得了先机。据2002年的统计,全国532种主要工业产品最终产品的产量,浙江有109种居全国第二,154种居第三位,56种产品是全国冠军。温州人做起了打火机,韩国、日本的大公司只好歇业;宗庆后的非常可乐,销量已经超过了可口可乐;而躲在深山不为人知的庄启传,他的洗衣粉市场是所有跨国公司在华销量的四倍。庄启传的体会是,跨国公司带来的是管理模式,而不是管理精神;必须把管理精神与中国实际结合起来,否则不能成功。

浙商的“个头”确实小,浙江企业的平均规模要比全国水平小1/4,浙江百亿规模的企业屈指可数,产品也“小”,但是他们很敦实。像温州,其支柱产品皮鞋、服装、眼镜、打火机、低压电器等,全部是抓在手心里一只手可以拿着走的东西,科技含量、资金门槛都很