

广东明星镇
系列丛书之一

探索中国城镇区域经济发展之路

樊荣强◎主编



龙江：中国家具第一镇

LONGJIANG:ZHONGGUOJIAJUDIYIZHENG

- 从沙发之乡到家具王国
- 有形之手掀起资本浪潮
- 跨世纪的“登月工程”
- 会展激活无限商机
- “龙江模式”解码
- 精品家具闪亮登场
- 热爱龙江的32个理由

广东经济出版社

广东明星镇系列丛书之一

主编 樊荣强

龙江

中国家具第一镇

樊荣强 吴志高 雍西武 古贤辉 著



广东经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

龙江：中国家具第一镇/樊荣强等著. —
广州：广东经济出版社，2001.7

ISBN 7-80632-990-0

I. 龙... II. 樊... III. 城镇—经济发展—经验—顺德市
IV. F127.653

中国版本图书馆CIP数据核字（2001）第050011号

出版 发行	广东经济出版社（广州市环市东路水荫路11号5楼）	
经销	广东新华发行集团股份有限公司	
印刷	梅州市嘉华印刷厂（梅州市梅州三路72号）	
开本	889毫米×1194毫米	1/32
印张	9 2插页	
字数	200,000字	
版次	2001年7月第1版	
印次	2001年7月第1次	
印数	1~5,000册	
书号	ISBN 7-80632-990-0/F·538	
定价	60.00元	

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

• 版权所有 翻印必究 •



江泽民主席坐在龙江
产的大班椅上连声称赞。

序

英雄使自己成为英雄

罗治英

樊荣强君是我新近认识的朋友。我们的第一次会面很有意思。他专程从顺德驱车到广州花都区来会我，送给我一份很特别的礼物——厚厚一沓《龙江：中国家具第一镇》的文稿，并要我为此书写序。这种情景可谓“以文会友”，且有几分浪漫，于是写序之事我答应了。要写序，当然得先读原稿。未料到这一读，心境竟难以平静，主要是觉得龙江的发展让人看到了一种希望、一种方向、一种实践、一份激情、一份成熟，进而认为龙江人很了不起，真是好样儿的英雄！正是这种感受，使我在拟订的多个标题（如龙江颂，龙江腾飞解读等）中，最终选择了一位哲人说的话：英雄使自己成为英雄。



面积不及80平方公里、人口不到10万人，2000年却取得了GDP23.8亿元的显赫业绩，人均GDP接近全国人均水平的四倍，这便是昨天之龙江。而令人赞叹不已的，是今日和明日之龙江，是龙江人并不安于现状，围绕“登月工程”，坚持“富而

思进”的那种强者心态和向高峰冲击的奋斗精神！

通读本书文稿后，产生了试图解读龙江和她的“登月工程”，以便从中悟出些道理来的强烈愿望。这样做需要选择视角，或者说观察参照系。在我习惯使用的视角中，有五点值得道及。第一，有的地方程度不同地患了一种“GDP压力症”和“微量元素缺乏症”，整个“机器”是在“亚健康状态”下“病态运行”，因此难免步履维艰，且不排除出现恶性循环的可能。第二，全球各地的企业正在进入一个永无休止的骚动期，在形成这种局面的众多因素中，不少业界人士对目前全球范围发生的大变革在思想、观念、措施、行动等方面缺乏认识、缺乏准备，是容易被忽视的一个重要因素。第三，增长不等于发展，有增长无发展的情形可能存在，“亚健康状态”下的运行不能认为是一种正常的发展态势。第四，英特公司前总经理格罗夫有一个观点值得注意，他认为领导者要懂得及时发现“战略转折点”，善于发现引起战略变化的“10倍速因素”。所谓10倍速因素，系指构成并推动事物发展变化的多种因素中，有些因素所起的作用会因主客观环境的变化而逐渐或突然凸显起来，以至成为该事物快速发展或快速衰落的决定性原因。“10倍速的时代已经来临，我们的成功与失败正以10倍速的节奏在进行。”（格罗夫语）解决“亚健康状态”下的“病态运行”，显然与此有关，值得关注。第五，地方政府的某一举措是否真正代表了当地人民的根本利益和对当地长远发展有利，其中一条重要



的标准，要看是否能做到“近者悦，远者来”。
(孔子语)

基于上述，笔者认为龙江的不少经验值得引起注意：

1. 镇领导将“登月工程”看作是龙江战略转折的良性10倍速因素，从1999年开始启动“登月工程”，对原有“十里家私城”进行改造，作为集营造市、全方位提升龙江家具业的跨世纪工程，并通过今春成功举办的“龙家展”，使龙江得以胜利迈向新的高度。这一点很了不起，即使对一个县或者地级市来说，搞“登月工程”这种规模的事，都称得上是大手笔。因此，人们有理由高度评价“登月工程”对于龙江今后发展的意义与作用。

2. “登月工程”促进了改革。在筹划和实施“登月工程”的过程中，通过实行“政府出政策、出规划、出环境、出服务，民间出资本”的新型投资体制，笔者高兴地看到镇党委和政府十分重视政府职能的转变，并在从权力管理型向服务管理型的转变方面取得了实质性进展。可以预期，这种转变对龙江今后的发展将会愈益显示其重要意义。

3. 龙江做到了“近者悦，远者来”。它还意味着“龙江人的再一次觉醒”。这说明镇党委和政府的举措符合“三个代表”原则，因而才能激发起龙江人今天的热情。在这种良好的党群关系中，镇党政一班人奉行的“不做大官做大事”，与龙江人的觉醒，可谓交相辉映，相辅相成，相得益彰。

4. “登月工程”的顺利实施向人们揭示了一个



值得重视的事实：龙江正在形成一支有眼光、有魄力的企业家队伍（企业家不同于一般的业主或投资人）。这支队伍及其壮大，将是龙江实现腾飞的重要因素。

6. 龙江人是“做而论道”的理性族群，而不是“做不论道”的“埋头拉车者”，更不是“坐而论道”的空谈家。这一点很重要，因为它是龙江极为可贵的无形资源与财富。“登月工程”表面看是用钱建造的，其实更多地是用正确的发展思路，以及意志和智慧建造起来的。

《龙江：中国家具第一镇》提供了大量信息，它所涉及的问题，诸如产业升级、政府职能转变、战略转折点选择、城市化等，实际上已经超出了龙江本身的范围。我从中受益匪浅，因而觉得读者诸君值得一阅。

2001年6月于花都

（罗治英，南方现代市场经济研究院地区形象研究所所长、教授，中国管理科学研究院区域发展研究所顾问、研究员，中山大学兼职教授。）



为什么是龙江？

改革开放以来，广东经济和社会发展的成就举世瞩目，在大中城市蓬勃发展的同时，各个城镇如星星之火点燃了整个珠三角的经济，涌现出了许多经济上有实力，产业上有特色的明星城镇，其经济实力与水平撑起了广东经济的半壁江山，成为广东经济重要的增长之源。



为了回顾广东城镇经济发展的历程，总结成功经验，探索发展新思路，知本工作室于去年底开始策划出版《广东明星镇系列丛书》。也许是机缘巧合，在众多的明星城镇中我们首先选择了顺德市的龙江镇作为写作对象。

1999年初，龙江镇提出了建造十里家具长廊的“登月工程”计划，响亮的名字，庞大的投资令海内外广泛关注。据说也引起了美国五角大楼的注意，以为中国又有什么新的航天军事新动向。

我们第一个选择龙江，是因为十分看重它

的典型价值。我认为，在中国经济体系逐步走向市场经济的过程中，政府这只“有形的手”如何转变职能，发挥功能，与市场的力量有机结合，是非常值得深入探讨的问题。某一地区经济发展迅速，具有特色，我认为有两种主要力量在推动，也就是“政府”与“市场”，由此也形成两种区域经济发展的极端模式，即“政府主导型”和“市场主导型”。市场主导型有不少成功的例子，它们无需政府的力量照样取得成功，可能与以下因素有关：(1)产业特点与地方政府行为关系不大；(2)有一批企业精英如老板或经营管理者；(3)政府错误地主动放弃了引导责任或者无能。

我不主张在发展区域经济问题上，政府采取完全无为、放任的态度，甚至美其名曰“不

在中国经济体系逐步走向市场经济的过程中，政府这只“有形的手”如何转变职能，发挥功能，与市场的力量有机结合，是非常值得深入探讨的问题。



龙江镇的典型价值突出地表现在“登月工程”上，龙江镇政府提出了“政府出政策、出规划、出环境、出服务，民间出资本”的区域经济开发策略。



插手企业内部事务”。我主张政府必须在宏观上主导区域经济发展方向，并且为企业做好直接有效的服务。因为：第一，民间资本还不够强大，而营造区域优势产业，建设大型或超大型项目，政府不出面推动资本的集聚，区域经济难以迅速发展；第二，中国目前的市场经济体系还很不健全，没有完全的自由市场经济环境，政府如果不介入，不起一定主导作用，民间分散的资本会表现盲目，很难找到恰当的投资方向。

龙江的典型价值突出地表现在“登月工程”上，龙江镇政府提出了“政府出政策、出规划、出环境、出服务，民间出资本”的开发策略，组织引导企业展开大规模的建设，取得令人震撼的成就，具有十分普遍的借鉴意义。

当然，在我们直接面对中国家具第一镇龙江的时候，心中可以说有十万个为什么需要得到答案。

有人说，龙江家具产业的发展，是一个充满神秘色彩的神话，这里既不是家具原材料产地，又没有悠久的家具制造历史，但在改革开放后的20多年里，龙江人以超常的发展速度，打造了一个家具生产的王国，成为中国家具第一镇。龙江的发展模式对中国区域经济发展特别是城镇经济发展有多少启发？对中国民族产业的形成有多大意义？为什么偏偏选择了家具产业而不是其他？其重要地位的形成有多少因素如政治改革的、经济转型的、文化传统的、商贸意识的、区域优势的、社会风尚的等在起作用？我们希望通过本书能够为读者提供一部分答案，或者有助于得出答案的启发性材料。

在此，我想提出一点自己的看法。

一、龙江文化：龙江发展的原动力

支撑着龙江叩开成功之门的，是那些深层的文化精神。龙江的文化精神离不开水。龙江地处珠三角腹地，南通港澳，北邻广佛。境内内龙峰、锦屏、大金三山势若眠龙；西江、北江两江环流，蜿蜒而去，洋洋悠悠，曲尽游龙之妙。龙江因此而得名。

河川密布，潮进汐出，龙江气象万千的水乡风光孕育了灿烂的区域水乡文明。生生不息，流水不腐，让人时时感受扑面而来的鲜活的、充满灵性的水乡气息。



龙江的发展模式对中国区域经济发展特别是城镇经济发展有多少启发？对中国民族产业的形成有多大意义？在龙江可能得到的受益太多了。



仁者乐山，智者乐水，近水者皆睿智练达。重工而善商，龙江有着深厚的工商文明的历史积淀。偏安于一隅，正统的儒家文化难以成为龙江的主流文化。儒家淡化商业意识，重义而轻利，长期抑制了内地的商品经济发展。龙江人摒弃宋儒的“理欲之辩”，主张“人欲合理”，为经济活动提供了文化温床。在龙江物质文明和精神文明中，起主要作用的是商业性和平民性两个内涵，其中又以商业性为基础。正是由于龙江文化内部萌芽的早期商业思想，造成朴素平等的平民文化。两者共同造就了龙江文化的多元性和实用心态，也成就其开放性、冒险性、求变的动态心理和兼容一切的广阔胸怀。

正是由于龙江文化内部萌芽的早期商业思想，造成朴素平等的平民文化。两者共同造就了龙江文化的多元性和实用心态，也成就其开放性、冒险性、求变的动态心理和兼容一切的广阔胸怀。

务实是龙江人安身立命的根本，务实之风气源远流长。事实总是胜于雄辩的，龙江人对

“口水多过茶”和类似的夸夸其谈一向深恶痛绝。龙江的农、工、商的产业构架以满足大众化的生活需要为目的，具有大众性和实用性特征，龙江的家具、小家电、纺织服装、啤酒饮料和生活息息相关。不惟上，不惟书，只惟





龙江人的开放实质是通过广泛吸收外来文化，摒弃成规，摆脱传统束缚，创造新文化的心态、过程和精神。

实，打破夜郎自大的封闭体系，从实际情况出发，走有龙江特色的道路。

龙江人的开放精神亦广受称道。水乡人的浮家泛宅承载着他们四处开拓，唐宋元明时期到处传播商业文明的火种，明清时代已成为“四方商贾云集之地，六合堂奥之区”。近代又吸纳西方商业文明，以家具业为例，先把西式家具拿进来，再把中西合璧的家具拿出去。龙江人的开放实质是通过广泛吸收外来文化，摒弃成规，摆脱传统束缚，创造新文化的心态、过程和精神。开放导致了龙江文化的多元性，而多元性、兼容性又继续刺激了龙江人的开放，形成了一种良性的互动循环。

龙江人一向敢为天下之先。在动态中求变，龙江人有敢干冒险的遗传基因。龙江弹丸之地，诞生了不少地区性、甚至全国性的第一，第一个吃螃蟹的人不在少数。薛广深的全

国第一台柴油机，全国私营企业的第一张克隆沙发，顺德第一只电饭锅，全世界第一只紫砂电饭锅，都能让龙江人扬眉吐气。

龙江水文化淘出了龙江人水一般的性格：至柔而至刚，冒险而随世，敢闯而变通，动态求变而又顺势而为。游刃于传统和创新之间，龙江人活得洒脱自在，如鱼得水。

二、龙江龙缘：龙字里透出期盼与召唤

龙江人固执地认为，龙和龙江人有着千丝万缕的联系。山名龙山，江名龙江，举办家具展，也要叫“龙”家具精品展览会……

第一届龙家具精品展览会，以一个斗笔写出的“龙”字为会标，十分抢眼，魅力十足。这个极具书法意味的“龙”字，出现在广深高速公路及325国道旁的巨型广告牌上，犹如天降飞龙，舞动腾跃，豪气冲天，传统意味浓郁，中国气派十足，具有强烈的视觉冲击力、深刻

龙江人固执地认为，龙和龙江人有着千丝万缕的联系。第一届龙家具精品展览会，以一个斗笔写出的“龙”字为会标，十分抢眼，魅力十足。



的文化内涵，以及鲜明的文化号召力。

中国家具业借20世纪90年代初港台家具业移师大陆之机，逐步兴起，但还没有完全形成自己的独特的设计理念与设计思想。



“龙家具”旗号一打出，可以说标志着“中华家具文化”觉醒时代的到来。中国家具文化如何吸取传统之精华、世界之营养，重新伸枝展叶，老树新花，恢复青春，再现东方之瑰丽奇观，“龙”字里透出了热切的期盼和召唤。

自古神州，视龙“善水”，水聚流于地；视龙“好飞”，飞升于云天。于是龙具备了沟通天地，做天地间桥梁与信使的能力。因此，龙江之“龙”字里其实蕴含了这样一层意思：期望中国家具业融汇中西古今，在21世纪里走出一条具有中国风格、中国特色、中国气派的产业发达之路！

龙是中华民族图腾，龙善水，水是人类生命之源，生产生活之命脉；龙好飞，飞是对超越苦难，摆脱困境，追求幸福的向往。因此，龙江之“龙”字里，也是祝福与祈愿，愿龙江经济，愿龙江家具业乃到中国家具业源远流长、兴旺发达，愿普天下龙的传人共享和平美好的幸福生活！

三、龙江思维：龙江腾飞希望所在

区域经济腾飞，只有传统文化是不够的，仅有期盼是不够的，还需要我们从现在开始起，去努力创造、拚搏；更需要有一个有胆识、有创意、有责任感、有使命感，无私无畏的领导集体。

大地日出日落，大海潮起潮伏，世上万物



龙是中华民族
的图腾，更是龙江
人的图腾。这是龙
江镇党委书记张教
邦题写的龙字。

“不做大官做大事”，朴实而耐人寻味的话，体现了龙江镇党委一班人对龙江的历史、现状和未来有清醒把握基础上，发自内心的危机感和责任感。



生长，自有其运行规律，但透过百般景象，我们更看重人的创造性，更看重的是推动事物发展的“主观能动力量”，这力量或许是一个创意、一个观念、一个思想、一个口号。但这是何等重要的“一个”，它犹如一粒种子，播下地，才有了一望无际的草原和森林。

在龙江，我们听到党委书记张教邦讲的一句话——“不做大官做大事”，朴实而耐人寻味，给人以震撼，给人以启迪，这就是龙江父母官的境界，体现了他以及龙江党委一班人对龙江的历史、现状和未来有清醒把握基础上，发自内心的危机感和责任感。龙江家具业有1200多家厂，早已形成了具有规模的生产基地，但有基地无市场，有基地集约无市场集约，最终导致交易的多环节、高成本，龙江家具产品的市场竞争优势逐步丧失。面对如此情形，经过多年的探索，他提出了“登月工程”