

DAXUESHENG
CHUANGYE JICHU

李爱卿 叶华 / 主编
吴璇华 刘喻 / 副主编

大学生 创业 基础

有子曰：「君君、臣臣、父父、子子。」
子曰：「夫孝，天之经也，地之义也，民之行也。」
居天下之广居，立天下之正位，行天下之大道。见得志，与民由之，不得志，独行其道。富贵不能淫，贫贱不能移，威武不能屈。此之谓大丈夫。
性善一，一志二，二生三，三生万物。万物莫明而德昭，冲气以为和。人之所感，唯德意不谷，而王公以
为珍。故物或损之而益，或益之而损。人之所教，我亦教之。近者者不得其死，得者以为教父。



清华大学出版社



大学生创业基础

李爱卿 叶华 主 编
吴璇华 刘喻 副主编

清华大学出版社

内 容 简 介

本书围绕教育部颁发的《普通本科学校创业教育教学基本要求(试行)》进行编写而成。针对创业基础课程教学的需要,以创办新企业与管理为主线,通过解读中国商帮创业文化特点,培育创业意识与创业精神,掌握创业选择方法,学习撰写创业计划书,熟悉创业流程和新创企业生存之道,培养良好的创业精神与创业品质,把握现代创业的价值与意义。

本书每章配有导读案例、案例评析、拓展阅读、实训项目、复习思考,内容脉络清晰、重点突出,可以作为高等学校创业课程的教材,也可以作为社会创业者的行动参考手册。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

大学生创业基础/李爱卿,叶华 主编. —北京:清华大学出版社,2015
ISBN 978-7-302-38916-3

I. ①大… II. ①李… ②叶… III. ①大学生—职业选择—高等学校—教材 IV. ①G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 308134 号

责任编辑:王 定 程 琪

封面设计:周晓亮

版式设计:牛静敏

责任校对:邱晓玉

责任印制:宋 林

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62794504

印 刷 者:三河市君旺印务有限公司

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:16 字 数:399 千字

版 次:2015 年 2 月第 1 版

印 次:2015 年 2 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:35.00 元

产品编号:060622-01

前言

创业带给人类翻天覆地的变化,尤其是大学生创业。美国硅谷文化作为创新文化的典型代表,它是20世纪60年代中期以来微电子技术高速发展而逐步形成的,其特点是以附近一些具有雄厚科研力量的美国一流大学斯坦福、加州大学伯克利分校和加州理工等世界知名大学为依托,以高技术的中小公司群为基础,并拥有思科、英特尔、惠普、朗讯、苹果等大公司,融科学、技术、生产为一体。硅谷文化凝聚人才、发展经济的示范效应和深远影响大大超过了其经济指标的增长。这种潜在影响是一种难以用数字说明的巨大财富和精神力量。

正如创业大师拉里·法雷尔所说:“发展创业型经济是打赢21世纪这场全球经济战争的关键。”创业教育就是在这一社会经济背景下产生并发展起来的。创业教育正式进入高校教育是从1947年哈佛大学商学院教授迈尔斯·梅斯(Myles Mace)针对学校MBA学员开设创业课程开始的。而今,创业教育已成为世界高等教育发展的新趋势,是继学术教育、职业教育之后大学生进入社会的第三本“教育护照”。

无论是在发达国家还是发展中国家,创业都是一个国家经济发展中最具活力的部分,是经济发展的原动力。创业教育是经济发展的必然要求,有利于解决社会矛盾,缓解就业压力,推进社会进步。联合国教科文组织强调,必须把培养学生创业技能和创业精神作为高等教育的基本目标,毕业生不仅仅是求职者,更应该是工作岗位的创造者。

目前,中国创业活动在参与全球创业观察的60多个国家和地区中,排名从2002年的第11位提升到第2位。创业活动日益活跃,创业环境逐渐改善,高学历创业者的创业效应优势也在不断增强。

2012年8月,教育部发布了《普通本科学校创业教育教学基本要求(试行)》,同时发布了《“创业基础”教学大纲(试行)》。本书编写依据《“创业基础”教学大纲(试行)》的基本内容和教学要求,总结多年开展创业实践的经验,引用大量鲜活的案例以及创业模拟实训,探讨解决创业活动的基本规律和关键问题。

本书由李爱卿、叶华拟定编写大纲并担任主编,吴璇华、刘喻为副主编。参编及分工如下:第一章、第六章由李爱卿编写;第二章由叶华编写;第三章由吴璇华编写;第四章由彭育强编写;第五章由李维兴编写;第七章、第八章由刘喻编写;第九章由伍雄晖编写。

本书的编写过程参考了大量国内外专家、学者的研究成果及优秀教材,借鉴和吸收了许多理论和观点,在此我们表示衷心的感谢!

由于编者水平有限,难免存在缺陷与不足,希望得到批评指正。

为了便于学习,本书提供配套的电子课件等相关资料,联系邮箱: yeye13660368300@163.com, 或自 www.tup.com.cn 网站下载。

编者

2014年12月

目 录

第一章 创业教育发展历史	1
导读案例——美国的车库文化	1
第一节 创业文化的历史起缘	2
一、晋商创业文化	3
二、徽商创业文化	5
三、粤商创业文化	8
第二节 大学生创业教育	10
一、大学生创业教育的历史沿革	11
二、大学生创业教育的现实困境	12
三、大学生创业教育的发展对策	13
第三节 大学生自主创业政策	16
一、政治经济环境的分析	16
二、自主创业政策的解读	17
拓展阅读——创业文化的建设理念	20
实训项目——大学生创业园助胡彦祺创业梦想“破壳”	22
复习思考	23
第二章 创业概述	25
导读案例——“瓶子科技”创业之路	25
第一节 什么是创业	26
一、创业的含义	26
二、创业要素	28
三、大学生创业的特征	29
第二节 创业类型	32
一、以创业动机的分类	32
二、以创业形式的分类	33
三、以创业主体的分类	34
第三节 创业效应	36
一、创业的社会效应	37
二、创业的就业效应	39
第四节 创业过程	42
一、创业过程的研究角度	42
二、创业过程的阶段划分	42
拓展阅读——树立正确的创业观	46

实训项目——失业不矢志 刘尊众的修脚创业路	47
复习思考	48
第三章 创业者与创业团队	49
导读案例——杰里米冰激凌	49
第一节 创业者与创业理论	49
一、创业者的概念	49
二、创业者的特质	51
三、创业动机	54
四、创业动机的驱动因素	56
五、创业者的能力素质	57
第二节 创业团队	59
一、创业团队的概念与形成	59
二、组建创业团队的重要意义	60
三、创业团队组建的基本原则	63
四、创业团队类型	66
五、大学生创业团队的组建形式	70
六、创业团队的组建与管理	75
拓展阅读——对团队成员的经济激励	77
实训项目——自我分析报告	77
复习思考	78
第四章 创业机会	79
导读案例——李维斯(Levi's)牛仔裤的诞生	79
第一节 创意与创业机会	79
一、创意的产生	79
二、创业机会的概念与来源	84
第二节 创业机会的识别和把握	86
一、创业机会的识别	86
二、创业机会的把握	87
第三节 创业机会的特征与评价	98
一、创业机会的特征	98
二、创业机会的评价	98
拓展阅读——影响创业机会识别过程的因素	100
实训项目——头脑风暴实例练习	101
复习思考	102
第五章 大学生创业模式	103
导读案例——苹果是如何创新商业模式的？	103
第一节 商业模式	104
一、商业模式的概念	104
二、商业模式的类型	105

三、商业模式创新与企业增长率的关系	108
四、商业(盈利)模式案例介绍	109
第二节 商业模式设计方法与创新	115
一、商业模式设计方法	115
二、商业模式定性评价	117
第三节 大学生创业模式	118
一、大学生创业模式类型	118
二、适合大学生的创业项目	120
拓展阅读——大学生创业模式的演化路径	123
实训项目——调研报告	125
复习思考	126
第六章 创业计划	127
导读案例——四川大学学生创业计划“卖”2200万元	127
第一节 创业市场调查	128
一、什么是市场调查	128
二、市场调查的内容与方法	128
第二节 创业计划书	133
一、创业计划书的作用与功能	133
二、创业计划书的内容	136
三、创业计划书样本示例	137
拓展阅读——何谓一页纸的商业计划书?	175
实训项目——创业计划书	176
复习思考	176
第七章 创业资源	177
导读案例——精心设计“创业”有效整合人脉资源	177
第一节 创业资源概述	178
一、创业资源的内涵与作用	178
二、创业资源的种类	178
三、创业资源获取的途径与管理	180
第二节 创业融资	185
一、创业融资分析	185
二、创业融资的原则	186
三、创业融资的特性	186
四、创业融资渠道	187
五、创业融资选择策略	190
第三节 创业风险管理	195
一、创业风险的来源	195
二、创业风险的类型	196
三、新企业的经营风险管理	197
拓展阅读——影响创业融资的决定性因素分析	199

实训项目——调研报告	200
复习思考	200
第八章 创办新企业	201
导读案例——清华“创办新企业”课程帮学生开公司	201
第一节 企业的登记注册	202
一、企业的法律形式	202
二、企业的登记注册类型及流程	204
三、企业的税务登记	207
四、企业的社会责任	207
第二节 新企业的生存管理	209
一、企业的发展愿景	210
二、企业的发展战略	212
三、新产品开发定位	214
拓展阅读——企业创新与发展的 5 个策略	220
实训项目——案例分析	221
复习思考	223
第九章 大学生创业模拟体验	225
导读案例——华工学子有米 CEO 陈第：豪取亿元融资做开发者与广告商 最好的桥梁	225
第一节 “创业之星”创业管理模拟	226
一、软件介绍	226
二、功能模块介绍	228
第二节 微创业体验	230
一、微创业的提出	230
二、微创业的概念	230
三、微创业的作用	231
四、微创业面临的问题	233
五、微创业的体验	233
实训项目——申办并经营你的网店	243
复习思考	243
参考文献	245

第一章

创业教育发展历史

导读案例——美国的车库文化

车库是用来干什么的？除了用来停放车辆，当然还有其他用途。

20 世纪 20 年代的经济大萧条时期，在美国堪萨斯城，一个名叫沃尔特·迪斯尼的年轻人找了一份替教堂绘画的工作，但报酬非常低，由于没钱租借专业画室，他只好拿父亲的车库当作临时办公室。

一天，他和往常一样在车库里工作的时候，忽然见到一只老鼠在地板上跳跃。他没有把老鼠赶走，反而拿出面包喂给它吃。渐渐地，彼此都混得非常熟悉。有时，那只小老鼠还会大胆地爬上他工作的画板溜达、玩耍。不久，年轻人被介绍到好莱坞去摄制一部以动物为主角的卡通片。但这并未使他成名，失败令他变得更加贫穷。潦倒不堪的他这时突然想起车库内的那只小老鼠，于是世界上那只最著名的“耗子”——米老鼠的卡通形象就此诞生。

无独有偶，惠普公司也是诞生在车库里。

1938 年的时候，两位斯坦福大学的毕业生比尔·休利特(Bill Hewlett)和戴维·帕卡德(David Packard)，也遇到了当下中国大学生最头疼的问题——找不到一份称心如意的好工作。他们整日地苦恼啊、郁闷啊，但当有一天他们目睹许多人因失业陷入困境的惨状时，这两个聪明的“脑瓜”忽然领悟到一个人生哲理——与其到处“求爷爷告奶奶”给人打工，不如自己去开创一番事业，给别人当老板。

于是，他们决定合伙打天下。这两个一无所有的穷光蛋，掏了半天裤袋才凑了 538 美元，租个像样的工作环境是没戏了，于是他们跑到加州的一间车库里，办起属于自己的公司。这家企业就以两人姓氏的第一个字母来命名——HP(惠普)。而今，惠普公司已经是全球最重要的电子设备供应商之一，总资产达 300 多亿美元。

有意思吧，迪士尼和惠普这两家大名鼎鼎的公司，铸就它们今日辉煌起点的，居然全都是间破烂车库。

其实发迹于车库之中的美国大企业又何止这两家，比尔·盖茨的微软帝国诞生在哪里？车库。世界最大搜索引擎平台谷歌诞生在哪里？车库。全球最大视频网站 YouTube 诞生在哪里？还是车库。如果细细盘点一下，这份名单还能列出很长一串——DELL、ATI、Westwood……难怪有人戏称“车库是美国 IT 业的摇篮”。不过这话还是保守了点，

美国的车库文化就好比当下中国社会风行的“山寨文化”一样,实质都是大众创新精神的勃发。

2009年初,媒体上报道了四川一位农民自己动手造飞机的故事,引得无数国人为之侧目,倍感新奇。但如果换在美国,这种事算不得新闻。成千上万的美国老百姓在自家的小作坊里,整天“撅着屁股”叮叮当地改装汽车、摩托、游艇、飞机,在那里,你造航天飞船才是新闻。

美国的中产阶级占人口的比例很大,他们都有自己的小洋楼,楼下有双车库,英语叫 Garage。这个单词在英文里有两个意思,一是车库,二是车间。美国人的确把这两种意义都体现出来了。

很多美国人平时并不把车放在车库中,而是停在道边或院子里,这样出行更方便。于是他们的车库就变成了形形色色的车间、实验室和家庭作坊,里面拉根电线,再备齐各种工具和机器设备,就可以做自己感兴趣的事。笔者在美国时,房东喜欢玩点木工活,电锯、电刨、电钻一应俱全,打孔、做造型都可以进行,而最吸引人眼球的则是角落里居然还摆着一台数控机床。

随着 CAD(计算机辅助设计系统)技术的飞速发展,在电脑上设计出的各种部件,都可以通过先进的 LAD 软件直接用数控机床加工出来。无怪乎美国人可以自个儿在家里加工、制造出游艇、帆船和载人气球,而用散件自行组装小飞机、汽车、摩托车,同样不足为奇。

可以说,正是鼓励创新的车库文化造就了今日强大的美国,当年乔布斯等人在车库时的艰苦创业,不正是许多创业者在起步阶段需要面对的共同处境——有想法没办法,边凑本钱边干革命。在美国,没有人敢轻视车库里的公司,正如大人不会嘲笑学步的婴儿一样,对于敢作敢为的人来说,车库里同样可以产生奇迹。

[资料来源](摘编自)毕胜福.智慧与成功.乐读网.<http://www.ledu365.com/a/shiye/2254.html>.

[评析]

从美国“硅谷”车库灿烂创业文化可以看出,无论是沃尔特·迪斯尼、比尔·休利特与戴维·帕卡德和比尔·盖茨等都是从小公司起步。这些在车库中蜗居的创业者,在逼仄的环境中,用智慧和汗水打拼着未来。他们坚守对美好的期盼,坚信通过自己的努力能够改变自己的生活,最终不但从芸芸众生中脱颖而出,重新分割世界财富版图,而且在某种程度上改变了人类历史发展的轨迹。

成功青年创业者都是从小公司开始起步,大学生不仅要泡实验室、图书馆,也要有创业理念,把创新和创业结合起来,为自己、也为社会和国家创造财富。

车库不仅仅是一个地名,更重要的是一种创业精神。

第一节 创业文化的历史起缘

早在明清时代,中国社会经济出现了一种十分引人注目的现象,就是地方商帮和大商人资本的兴起。商帮一般是指血缘性或地缘性商业联盟,真正意义上的中国商帮形成于封建社会末期,主要有徽商、晋商、闽商、粤商、宁波商、洞庭商、龙游商、江西商、山东商、陕西商,合称“十大商帮”。其中以晋商和徽商规模最大,实力最为雄厚,

纵横商界 500 余年。作为中国历史上闻名遐迩的商帮文化，我们选取了极具代表性的晋商、徽商和粤商，探究其创业发展及创业文化，对今天的创业者和企业家的传播价值意义重大。

一、晋商创业文化

（一）晋商创业发展历史

明清两代，随着戍边的需要和经济的发展，山西商人被历史性地推到了商业发展的前台，最终创造了长达 500 年的商业传奇。

1. 明代的晋商

晋商之所以在明代获得发展，主要有以下几个方面的原因：首先，明朝“开中制”政策的实施，为晋商的发展提供了契机；其次，山西矿产资源丰富，手工业和加工制造业当时已初具规模，这为晋商的发展提供了物质基础，使得晋商逐步走向辉煌；此外，由于晋南一带地窄人稠，外出经商成为人们的谋生手段，晋中商人当时已遍及全国各地，北京城曾流行这么一句话，“京师大贾数晋人”。随着商业竞争的日趋激烈，为了壮大自己的力量，维护自身的利益，晋商的商业组织开始出现。起初由资本雄厚的商人出资雇佣当地土商，共同经营、朋合营利成为较松散的商人群体，后来发展为东伙制，类似现在的股份制，这是晋商的一大创举，也是晋商能够经久不衰的一个重要原因。山西商人作为地方性集团组织的出现虽在明代，但其发展的鼎盛时期则在清代，其重要标志就是会馆的设立。会馆刚开始是为联络同乡感情设立的，到后来发展成为维护同行或同乡利益的组织。

2. 清代的晋商

晋商发展到清代，已成为国内势力最雄厚的商帮。他们的经营商店遍布全国各地，甚至将贸易市场扩大到世界范围，涉足东、中、西亚，世界经济史学界把他们和意大利商人相提并论，给予很高的评价。商业的发展不仅给人们带来了财富，而且也改变了当时人们多少年“学而优则仕”的观念。当时说“家有万两银，不如茶庄上有个人”，“当官入了阁，不如茶票庄上当了客”，茶庄票号正是当时非常热门的行业。

这一时期，晋商雄踞中华，饮誉欧亚，辉煌业绩中外瞩目。特别值得指出的是，在晋商称雄过程中，晋商一共树有 3 座丰碑，那就是驼帮、船帮和票号。

驼帮是晋商中以骆驼运输为主从事贸易活动的重要商帮之一，他们主要经营的产品为茶叶。当时南来“烟酒糖布茶”，北来“牛羊骆驼马”。晋商经营茶叶的独到之处，就是运销一条龙。晋商在福建、两湖、安徽、浙江、江苏一带购买茶山，同时收购茶叶以后就地加工成砖茶，然后经陆路、水路两条路线运往其各个分号。晋商的茶叶主要销往蒙古及俄国一带。在销往蒙古的时候要路过杀虎口（遗址在现在的朔州右玉县），当时运销茶叶非常艰险。

船帮出现在清代中叶，随着商品经济的发展，货币流通量猛增，但当时中国产铜量极低，仅靠云南一地产的滇铜远远满足不了铸币需求。在这种情况下，山西商人组织船

帮对日贸易采办洋铜。介休范家就是最为突出的代表。范毓宾时期,范家的商业发展到了鼎盛时期,被人们称为著名的“洋铜商”。晋商在利用“驼帮”“船帮”经商的过程中,真可谓是“船帮乘风破浪,东渡扶桑,商帮驼铃声声,传播四方”,写下了部部艰辛的创业史。但是山西商人并没有只盯着洋铜和茶叶,山西商人的最大创举是票号。

中国历史上第一家票号是由平遥李家独资创办的日升昌票号,地址在平遥的西大街上,现在已开发为“中国票号博物馆”。当时在日升昌票号的带动下,平遥、祁县、太谷人群起仿效,形成了平遥帮、祁县帮、太谷帮。祁太平三帮曾有一度“执全国金融界之牛耳”的美誉。在当时全国 51 家大的票号中,山西商人开设有 43 家,晋中人开设了 41 家,而祁县就开设了 12 家。在这些票号中值得一提的是祁县的第一家票号合盛元。1907 年时,合盛元票号不惧风险,远涉重洋,在日本的东京、大阪、横滨、神户以及朝鲜的新义州等地,设立了票号分庄,从事国际汇兑业务,开设了中国金融机构向海外设庄的新纪元。

晋商的辉煌,不仅成就了富商巨贾和商界精英,推动山西成为当时的“海内最富”,但是,晋商文化在后期由于官商结合、封建保守等主客观原因,发展到近代却随着清王朝的消亡而走向衰败。

(二) 晋商创业文化

晋商创业文化是中国商业文化史上的璀璨明珠,在商帮文化史上产生了强大的吸引力、凝聚力和创造力。从其诞生起,通过文化的整合、增殖、积淀、变迁而不断发展,它并没有随着晋商本身的衰亡而消失,相反,其文化本身的进步性与典型性却给我们留下了深厚而弥久的晋商文化。

1. 重商立业、勤劳节俭、儒贾相通的创业文化

晋商“学而优则商”的理念,突破了传统封建思想的束缚,走出了一条别具一格的成功之路。晋商能在“重仕轻商”的封建社会树立起重商立业的人生观,足见其勇气与魄力,铸造了其在商业文明中的辉煌成就。所以,晋商这种不拘一格、敢为人先、突破传统思想的勇气值得现代人学习。

晋商大多白手起家,通过艰苦奋斗的创业而成为一代巨商,主要也归功于其勤劳节俭的精神品质。这与其生存的环境有很大的关系,但他们秉承着勤劳节俭的创业精神,积攒起了雄厚的资本,为日后的辉煌业绩打下了良好的基础。这种精神品质不管在创业初期,还是在创业成功之后,都是需要坚持的。

晋商在重商的同时没有摒弃儒家学说,而是儒贾相通,用儒家的思想来修身养性指导自己的商业活动。儒家“仁、义、礼、智、信”的思想充分融入晋商的祖训家训,指导着一代代晋商走向成功。而山西人富裕了也并不只奢侈消费,他们也注重对子孙的培养教育。“先做人,再做事”,晋商用儒家思想树人,终于做到儒贾相通。如何处理好做人和经商的关系,晋商给我们深刻的启示。

2. 开拓创新、诚信义利、同舟共济的创业文化

晋商把重商立业、开拓创新、诚信义利、同舟共济的核心价值充分融入其经商活动，并成就了其在经营管理和经营艺术等方面的创新。

晋商在经营管理中的开拓创新精神，让其在经营管理中首创了许多在当时乃至现在都很有意义的企业管理方式；开拓出了继“丝绸之路”后的又一条亚欧大陆经商之道——茶马古道；首创了“汇通天下”的票号业等。晋商很多先进的经营管理方法和理念都是现代企业制度的雏形，晋商在几百年前就能做到这些，可以想象当年的晋商在经营管理上的智慧与创新。在经营过程中，晋商供奉关公，以儒家“诚信义利”的思想来指导商业活动。晋商作为商人，平衡了利与义的关系，他们以义制利，危难中又有胸怀天下的爱国观念。著名的晋商保矿运动、抵制日货运动等，在国家危难时晋商无不挺身而出，解囊相助，爱国济民。大灾之年晋商巨贾无不主动赈灾济民，著名商人乔致庸胸怀天下、忧国忧民的情怀，是晋商群体形象的集中体现。晋商用其博大的商人品质和情怀撰写了 500 年的商业传奇。在当时历史条件下，不论是经商还是做人，晋商都做到了极致。

3. 货通天下、汇通天下的创业文化

晋商依托明初“开中制”的大好时机而发家致富，由刚开始推着独轮车走西口，到之后赶着成群的骆驼穿越大漠、驾着成群的船队南下贩货，晋商北上南下，其商业网络已经遍布国内大江南北、长城内外，并延伸到亚欧地区。而晋商做到货通天下，也为其创立金融汇总业务的票号业打下了良好的基础，日升昌票号的创办，标志着中国旧式银行业的兴起——山西票号。票号寄托着晋商“汇通天下”的梦想，给当时南北各地的商业交往带来了空前的便利，给中国金融业带来了前所未有的发展。

二、徽商创业文化

(一) 徽商创业发展历史

徽商，又称“新安商人”，俗称“徽帮”，即徽州商人，旧徽州府籍的商人或商人集团的总称。徽商萌生于东晋，成长于唐宋，盛于明，衰于清末。

1. 宋元时期的徽商

南宋开始出现拥有巨资的徽商，祁门程承津、程承海兄弟经商致富，分别被人们称为“十万大公”“十万二公”，合称“程十万”。朱熹的外祖父祝确经营的商店、客栈占徽州府的一半，人称“祝半州”。一些资本雄厚的大商人还在徽州境内发行“会子”。元末，歙县商人江嘉在徽州发放高利贷，牟取暴利。元末明初的徽商资本，较之宋代大为增加，朱元璋入皖缺饷，歙人江元一次助饷银 10 万两。

2. 明清时期的徽商

到明代成化年间，徽商相继打入盐业领域，一向以经营盐业为主的山西、陕西商人集团受到严重打击，于是徽商以经营盐业为中心，雄飞于中国商界。明代中叶以后至清乾隆末年的 300 余年，是徽商发展的黄金时代，无论营业人数、活动范围、经营行业与

资本,都居全国各商人集团之首。当时,经商成了徽州人的“第一等生业”,成人男子中,经商者占70%,极盛时甚至还要超过这一比例。徽商的活动范围遍及国内城乡各地,东抵淮南,西达滇、黔、关、陇,北至幽燕、辽东,南到闽、粤。不仅如此,徽商的足迹还远至日本、暹罗、东南亚各国以及葡萄牙等地。

徽商经营行业以盐、典当、茶木为最著,其次为米、谷、棉布、丝绸、纸、墨、瓷器等。其中婺源人多茶、木商,歙县人多盐商,绩溪人多菜馆业,休宁人多典当商,祁门、黟县人以经营布匹、杂货为多。

徽商除了从事多种商业和贩运行业外,还直接办产业。休宁商人朱云沾在福建开采铁矿,歙县商人阮弼在芜湖开设染纸厂,他们边生产边贩卖,合工商于一身。徽商经营多取批发和长途贩运。休宁人汪福光在江淮之间从事贩盐,拥有船只千艘。一些富商巨贾,还委有代理人和副手。徽商还使用奴仆营商,休宁人程廷灏曾驱僮奴数十人,行贾四方。徽商在经营中注重人才,做到知人善任,注重市场行情,实行灵活经营。有一业为主兼营它业的,也有根据不同行情、季节变换经营项目的。

徽商讲究商业道德,提倡以诚待人,以信接物,义利兼顾。徽商以勤奋和吃苦耐劳而著称,在外经营,三年一归,新婚离别,习为故常。徽商商而兼士,贾而好儒,与封建官僚混为一体,或相互接托。他们除以“急公议叙”“捐纳”和“读书登第”作为攫取官位的途径外,还以重资结纳,求得部曹守令乃至太监、天子的庇护,享有官爵的特权。一些徽商本人不能跻身官僚行业,就督促子弟应试为官,自己也就成为官商。

清乾隆末年,封建统治日趋没落,课税、捐输日益加重,徽商处境愈来愈困难。1831年,两江总督兼管两淮盐政陶澍革除淮盐积弊,改行“票法”,靠盐业专利发迹的徽商开始衰败,典当业也因左宗棠垄断及外国银行的侵入而中落。茶、木两商则由于鸦片战争和太平天国运动的影响,连年亏损。尤其是随着帝国主义入侵,外资渗入,国外商品倾销,徽商经营的行业大多被其所替代。同时与帝国主义、军阀官僚联系密切的广东、江浙财阀开始兴起,只掌握传统商业知识、技能的徽商,在商业领域逐渐失去其操纵、垄断和独占的地位,开始走下坡路。

清末和民国时期,虽有个别徽商人物(如黟县盐商李宗媚、歙县房地产商人程霖生等)崭露头角,但整体上挽救不了徽商的颓势。

(二) 徽商创业文化

1. 聚族而贾的群商创业文化

徽商既有结伴而行外出经商的传统,又有在经商地落脚后召集乡人举族迁徙共同经营的传统,他们在经商地要么占据某个行业的垄断地位,要么获取整个地区的商业垄断利润。从这个意义上说,徽商创业过程中存在较鲜明的集群现象,形成一大群徽商联手经营某一个行业的特色,我们称之为群商创业文化。

在聚族而贾的基础上,徽商把徽州家乡的宗族活动继承、移植和发展到商业关系的协调中,一方面是对本商铺职员的教育控制,另一方面是对各商铺之间关系的处理。通过开祠堂建立族人聚会的场所,集体议事;通过修家谱明确长幼尊卑关系,建立社会关

系。徽商选择这种管理机制是基于其地域文化与经商理念影响下的成本收益权衡，宗族控制手段的机会成本最低。

徽州商人一般是聚族经商，善于利用宗族势力与地域关系形成一个团体，扩大资本，垄断市场，建立商业会馆。这种以亲情血缘关系为纽带的宗族团体参与市场竞争，在集聚财力、物力、人力及统一行动方面占有很强优势。他们非常懂得“团结就是力量、合作才能共赢”的生意经，相亲相助，使其在激烈的商战竞争中发挥很强的凝聚力与集团优势。徽商的这种抱团精神昭示我们在创业过程中需要注重团队建设，过去依靠血缘、宗族关系建立信任，今天可以设计有效的激励约束机制来塑造创业团队。

2. 骆驼品格的驼商创业文化

徽商的创业之路是坎坷和艰辛的，这是由徽商走出大山的封闭环境和身处贱商思想占主流的社会环境所决定的。徽商面对这些艰难险阻，并没有知难而退，而是以胡适先生比喻的“徽骆驼精神”，即百折不挠的创业精神，或排除万难取得经商成功，或辛苦终生默默无闻。我们把徽商的这种精神称为驼商创业文化。

“驴上徽州，不死不休”是对徽商敢于冒险走天下的形象写照。他们能吃苦耐劳、勤俭敬业、遇挫不折、知难而上。徽商“一贾不利再贾，再贾不利三贾，三贾不利犹未厌也”的不屈不挠的拼搏精神，是其创业成功的重要因素。

“无徽不成镇”是对徽商兴旺局面的真实描述。从业务规模看，徽商的坐贾实行字号连锁，扩大了市场范围，提高了业务量；从经营方式看，徽商从行商和坐贾独自经营转化为一体经营；从业务范围看，徽商在立足主业的同时，积极开展兼营业务，二者相辅相成，壮大了商业实力。徽商的这种驼商精神值得我们在经营中好好学习，不仅仅是埋头苦干、任劳任怨，更重要的是视野开阔、心怀天下，有做大事的气魄。

3. 交好官府的和商创业文化

在贱商思想占主流的封建社会里，需要积累官府里的人脉资源，以便及时了解政府的政策动向，做出应对之策，在具体的经营活动中受到政府的保护。徽州的宗族势力与封建政权有着天然的联系。因为徽州巨族大多渊源于“中原衣冠”，既有曾经显赫的先祖，又有注重培养子弟读书做官的传统，历代步入仕途的徽州宗族子弟不乏其人，这为徽商结交官府提供了通道。事实上，徽商结交官府的主要切入点就是宗族血缘关系。徽商凭借复杂的宗族线索，以缘攀官；凭借深厚的文化底蕴，以儒会官；凭借诱人的利益分享，以利结官；凭借有利的官商联姻，以亲附官。徽商正是通过这4种整合官府人脉资源的手段，由此形成与官府和睦相处的和商创业文化。徽商的这种和商文化体现了生存和发展智慧，我们需要通过政府的宏观政策面把握经营方向 and 经营环境，为创业提供更加有利的时机。

4. 诚信仁义的儒商创业文化

徽商深受儒家传统诚信观、义利观的影响。在商业活动中，他们身体力行以诚为本、诚信待人、诚实守信、以义为利，充分体现了儒家诚、信、仁、义的道德规范。徽商在创业实践中这种特有的思想、行为，称为儒商创业文化。徽商的诚信仁义最值得我们借

鉴,秉持诚信的核心价值观、积极主动地承担社会责任对企业是有利的,即使在某时某地可能吃亏,但是从企业长期健康发展来看,这是十分必要的。

三、粤商创业文化

(一) 粤商创业发展历史

粤商,又称为广东商帮,是由广东本地的3大民系以及其他民系组成,包括广府帮、潮州帮、客家帮、海陆丰帮以及其余广东各地帮等。粤商诞生于中国岭南地区,延伸至港澳和海内外,在中国经济(特别是商贸流通经济)中具有突出影响力的商帮。

古代的广东属于岭南地区,是中国重要的对外经济贸易发源地之一。

1. 明代以前的粤商

早在汉代,广东即以海上交通“舟楫之便”开拓了海上丝绸之路,经南中国海过马六甲海峡,入印度洋到印度半岛、波斯湾、阿拉伯半岛甚至到非洲东海岸,与世界各民族之间进行商业贸易和友好往来。一直到唐宋时期,广州都是闻名世界的中国对外贸易的重要港口,即使到了明清时期,朝廷严格控制对外贸易,广东却一直没有停止过与海外的商业交往,这一时期是粤商兴起和形成的重要时期。

海上丝绸之路,与中国途经西北地区的陆上丝绸之路相比,航行更为艰巨、风险更大,但船舶的容量更大、利润更为可观,因而吸引了大量的粤商从事海外贸易经营。特别是清中叶以后,随着国际市场对茶叶、丝绸需求量的增加,刺激了当地商品经济的发展,除广州、佛山两大商埠外,潮汕商人的足迹,“上沂津门,下通台厦”,远至新加坡、暹罗一带,形成了当时商业系统著名的“潮州帮”(潮商)和“广东帮”。

历隋、唐、宋数代,广州海上丝绸之路已发展到空前繁荣的阶段。官方坚持实行开放政策,除了官方积极经营对外贸易外,又允许私人出海贸易。同时还大力鼓励外国来中国进行贸易,并在广州设立了市舶使专管外贸事务。当时中国与南洋和波斯湾地区有6条定期航线,这些航线都集中在广州,其中最著名的一条航线叫“广州通海夷道”,广州起航,越南海、印度洋、波斯湾、东非和欧洲,途经100多个国家和地区,全长共14 000公里,是当时世界上最长的国际航线。海上丝绸之路的开辟,伴随着海外贸易的发展,越来越多的广东粤人流向海外谋生、创业,形成了粤商对外发展之势。

2. 明清时期的粤商

明清时期,广东商人已经有了自己的社会组织,如“十三行”、“七十二行”、广东会馆等广东行会和商会。而“十三行”成为清代粤商的核心主体,代表了粤商发展过程中的重要环节和辉煌阶段。专家认为,“十三行”商人开创了“中华文明的岭南时代”。

早在1573年粤商已经形成“十三行”的萌芽状态,那个时候政府对贸易的管制是十分强的,明朝万历年间的官员治理——行业管理,36行商(广交会前身),民间外经贸委。那时,广州是中国朝贡贸易第一大港,也是中国外贸第一港,并首创外贸交易会,每年夏冬两季定期举办外贸集市。所以广交会的前身可以追溯到1573年。

1685—1756年间,康熙开海贸易,“十三行”诞生。

清乾隆二十二年(1757年)至道光二十年(1840年)的80余年间,清政府关闭各地对外口岸,只允许广东“一口通商”,且委托广东“十三行”协助粤海关管理广州的对外贸易。凭借着“一口通商”的独特优势,粤商“十三行”成为了当时东西方交流的重要门户。广州得天独厚地垄断了中国的对外贸易,外国客商都必须经过“十三行”从事与中国的贸易,粤商成为“坐商”,承接西方各国工商业产品转销内地,及收集内地陶瓷、茶叶、银钱转销海外业务。随着业务的扩大和新一批通商口岸的建立,粤商也发生了“坐商”到“行商”的转型,开始走遍全国各地进行交易,并前往海外进行贸易,广州的外贸因而空前繁荣,中国与西方列国的全部贸易都聚汇于广州。中国各地物产都运来此地,各省的商贾货栈在此经营着赚钱的买卖。清末至民国时期,广州大力引进华侨和外国资本开办商业、洋行和银行,商业和外贸的发展在全国处于领先地位。

随着鸦片战争的爆发,一系列不平等条约的签订,五口通商,给长期在华洋贸易中占据主导地位的粤商带来深远的影响,“十三行”一口通商的垄断局面不复存在,广州传统的地利优势逐渐丧失,以“商行”为代表的粤商群体逐步衰落。

(二) 粤商创业文化

粤商从海上丝绸之路的奠基,到“十三行”转手贸易的辉煌时代,粤商的创业文化千年传承,生生不息。粤商的世代繁衍,为现代企业走出去提供了重要借鉴作用。

1. 开放、包容的创业文化

粤商在生存和发展的过程中长期与洋人打交道,因此深受海外西方文化的影响,较早接触到国外企业经营方式等,在内地再创业或去海外经营,与海外的密切联系在中国商帮文化中独树一帜,一度在国际贸易舞台上扮演着重要角色。粤商成长于独特的岭南文化背景,也正因为岭南文化的开放特性,赋予了粤商勇于开拓的精神品质。而粤商得以代代相传,得益于其独特的粤商文化。广东人通过“海上丝绸之路”一直与世界保持着贸易往来,而经商带来的丰厚利润,激励着广东人世代为商。

岭南文化是粤商的家业和商业精神得以传承和延续的重要因子,与中原文化不同,岭南文化更注重实际、讲究实利,并不认为对物质利益的欲望是可耻的,并倡导“经世致用”。这对于培养粤商敬业务实的创业精神可谓大有裨益。正是这种岭南文化传统熏陶了一代代粤商,保障了粤商不断演绎历经磨难而不断代、游历海外而不衰落的传奇。

2. 敢为天下先、精明务实的创业文化

粤商从秦汉时期“海上丝绸之路”开展艰辛的海外贸易商旅,到近代广州“十三行”成为与世界通商的主力,形成了敢为人先、勤劳务实,善观时变、勇于创新,开放兼容、合作共赢,利通五洲、达济天下的独特文化,这正是粤商区别于其他商帮最显著的特征。

粤商通过集资结帮造船出海贸易,走出了一条成功的跨国经营道路。笑迎三江客,广纳四海财,有钱大家赚,深谙禅理的粤商自有其高明的商业哲学和商业智慧,值得现代人传扬。