



浙商研究系列

浙商崛起 与危机应对

吕福新 主 编
盛亚 张旭昆 副主编



*HESHANG'S
RISING
AND CRISIS SOLVING*



浙江工商大学出版社
Zhejiang Gongshang University Press

浙商崛起 与危机应对

吕福新 主编 盛亚 张旭昆 副主编

 浙江工商大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

浙商崛起与危机应对/吕福新主编. —杭州: 浙江
工商大学出版社, 2010. 3
ISBN 978-7-81140-120-2

I. ①浙… II. ①吕… III. ①商业经营—浙江省—
文集 IV. ①F715-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 034320 号

浙商崛起与危机应对

主编 吕福新

责任编辑 许 静

责任校对 周敏燕

责任印制 汪 俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码: 310012)

(Email: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88823703, 88831806(传真)

排 版 杭州大漠照排印刷有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 710 mm × 1000 mm 1/16

印 张 31.5

字 数 565 千字

版 印 次 2010 年 3 月第 1 版 2010 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81140-120-2

定 价 60 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话: 0571-88804227

序

“浙商”是中国改革开放以来率先兴起的,人数最多的,分布最广和影响很大的民商群体,既充分利用后发市场化和后发工业化的“后发优势”而迅速崛起,又先行遭遇因文化变革、制度建设和人员素质提高滞后等造成的“后发劣势”而面临挑战,尤其是遭受了全球金融危机的沉重打击,且受了“内伤”,必须积极应对,加快转型升级和创新发展。

浙江省哲学社会科学重点研究基地——浙江工商大学浙商研究中心,在2006年就开展了“浙商转型研究”,2007年开展对“浙商人文精神”的深层研究,2008年开展对“浙商创新——从模仿到自主”的专门研究。在此基础上,还开展了“浙商崛起与应对危机和创新发展”的综合研究。我们把这些研究成果编成《浙商崛起与危机应对》文集。

这本文集,共分五部分。第一部分,“浙商崛起和挑战的历史与逻辑”。这一部分的核心,是把改革开放30年来浙商崛起和挑战的历史,概括为“个众与公共的展开、冲突和协调”。这是逻辑与历史的统一。“个众”是浙商群体的基本特性,既反映中国的传统文化和浙江的区域文化,又反映互联网时代和当今世界的特点;既体现传统性,也体现现代性,是包含着丰富内容的矛盾复合体。经济体制改革就是作为公共代表的政府向民众个人和众人开放,即“个众”的形成。这也就是“公共”的展开,公共不再限于政府,民众或“个众”包含着公共。“个众”与公共的展开,是浙商崛起和发展的根本原因。但是,在展开的过程中会发生冲突,既包括民众与政府的冲突,也包括“个众”中的私人利益和行为与公共利益和秩序的冲突。这冲突是导致国内危机和限制继续发展的根源所在。

第二部分,“危机应对和浙商转型”。以美国为代表的全球金融危机以及所导致的全球经济危机,既是虚拟经济与实体经济的严重失衡和冲突,也是以美国为代表的发达国家“高消费”的经济增长方式与以中国为代表的

发展中国家高储蓄和高出口的“高消耗”的经济增长方式,以及与资源和环境的冲突。它强力地冲击了浙商和中国经济。危机中和危机后,美国等发达国家已经开始进行深刻的调整和变革,将迎来新的经济革命。这需要浙商和中国经济进行系统和全面的转型,而关键是战略转型,包括从工业经济向生态经济转型,从规模经济向质量经济转型,以及向低碳化、智能化、人本化、文明化转型等。

第三部分,“浙商伦理与文化变革”。工业经济和规模经济可以是单纯的功利经济、物质经济和技术经济,而生态经济和质量经济就不能是单纯的或狭隘的功利经济、物质经济和技术经济。从工业经济向生态经济、规模经济向质量经济转型,除了需要加大科技进步和技术创新外,还需要进行文化变革和伦理转型提升。浙商的伦理转型和文化变革,其核心和关键是从以个人和家族为中心转变为以企业和社会为中心,以缘约为主要纽带转变为以契约为主要纽带,以特殊主义为主要标准转变为以公平正义为主要标准,即从以私人信任为主转变为以社会信任为主,拓展、加强和提升社会责任。

第四部分,“浙商组织和商业模式创新”。浙商既是商人或生意人,更应该是企业家和企业。浙商应对危机、转型升级和创新发展,既需要人的伦理转型和人格调整,更需要企业的组织转型和模式创新。这包括从人治转变为制度管理和建设,从以机会导向为主转变为以战略导向为主,重视组织创新,促使组织健康成长,使浙商企业从实干型和经验型转变和提升为学习型和知识型,运用互联网技术和电子商务方式,着力创新商业模式,从价值分配为主转变为以价值创造为主,从以老板创业创新为主向以员工创业创新为主转变。

第五部分,“区域经济发展和国内外比较借鉴”。浙商是既源于浙江和主要依托于浙江,又跳出浙江而走向全国和世界各地,与区域经济发展密切相关,所以可通过国内外的比较而获得转型升级和创新发展的多方面借鉴。以浙商为主体的浙江经济是典型的内生经济和内生演化,表现形态主要是集群企业,存在“低端锁定”现象,需要加强转型升级。进行纵向的历史比较,横向的国内不同省区比较和不同国家比较,给浙江经济转型升级提供许多有益的启示和借鉴。

我们浙江工商大学浙商研究中心经过3年多的创新发展,把哲学社会科学作为一个整体来把握并运用于浙商研究,已经在学术上取得了一定的成就,为形成综合性的独特学科奠定了学理基础。同时,也初步建立了跨学科、跨职业、跨单位、跨地区的学者、企业家、官员和传媒人“四位一体”的浙商研究及

应用服务的社会网络。在此基础上,浙江工商大学已于2009年10月将浙商研究中心升格为浙商研究院。我们浙商研究院将以更加开阔的视野,更加广泛的联络,更加密切的合作,更加健全的制度,更加规范的运作,更加有效的投入,为浙江工商大学的学科建设,为浙商和浙江经济社会应对“后危机”,实现转型升级和创新发展做出更大的努力与贡献。

浙江省哲学社会科学重点研究基地浙商研究中心 主任
浙江工商大学浙商研究院 院长、研究员、博士生导师
吕福新
2009年12月

目 录

第一部分 浙商崛起和挑战的历史与逻辑

浙商的崛起与挑战

——“个众”与公共的展开、冲突和协调 吕福新 (2)

个众与公共的博弈与共融

——改革开放 30 年来浙商政治参与历程的思考 韩玲梅 (17)

“个众一和合”视角下的浙商精神 王永跃 (24)

浙商的自然社会来源及其生成机制 杨轶清 (28)

被动的自愿:温商集体行动的逻辑

——兼以探讨温商行为模式的演进 季元杰 (38)

寻根百年浙商 杨轶清 (46)

近代浙商经营管理思想刍议 尹 铁 (61)

“富而好行其德”的浙商精神

——浙商史料的思想精髓综述 韩永学 (68)

浔商文化现象反思

——晚清民初与改革开放初之浔商文化问题 李学功 (75)

基于制度的国际新企业形成影响机制研究 黎 常 (92)

高新技术企业知识获取的海外嵌入权变关系研究模型

..... 陈学光 徐双庆 (103)

第二部分 危机应对和浙商转型

新经济革命与中国“双重转型战略”思考	张孝德 (111)
高经济外向度区域经济的危机应对	
——以浙江为例	张宗和 宋树理 (120)
金融危机、产业振兴中浙江经济的挑战与机遇	谢 杰 (134)
危机与创新:一个基于文本分析的讨论	李靖华 吴洋玲 (145)
对危机及后危机时代浙江海外华商经济转型的思考	夏凤珍 (156)
后金融危机时代浙商公共行为与政策机制	王春福 (163)
全球金融危机的法律挑战与对策论纲	张学军 (173)
家族企业承继法律问题研究	吴高庆 (179)
民营企业要加强危机管理	郑修敏 许晓明 (189)
浙商从自利性向公共性展开的实现机制	王春福 (198)
论浙商的转型与非经济因素	张敏杰 (207)
婺商企业生命力研究报告	
——浙商商帮之“婺商企业”长寿基因调查分析	徐井岗 (216)
温州模式困境中的转型升级对策	张苗荧 (242)

第三部分 浙商伦理与文化变革

当代浙商诚信观念的演化	陈立旭 (249)
伦理视阈中的浙商转型研究	易开刚 (258)
和谐主题下的企业诚信与“浙商”实践	俞荣建 (266)
和谐社会背景下当代企业的社会责任感	易开刚 (273)
浙商转型:打造“水火相济”的商业文化观念	何丽野 (278)
企业文化变革的策略和技巧	
——“浙商”如何消除金融危机的影响	李继先 (289)

中西管理文化变革中的融合	吴 思 (296)
地理环境与婺商文化特征研究	王正新 (303)
金融危机后中小浙商企业形象转型对策	沈 青 (309)

第四部分 浙商组织和商业模式创新

制度变迁中的“浙商”转型:从战术企业家到战略企业家	项国鹏 (317)
“小狗经济”困境与“浙商”组织创新	
——价值网格理论的应用	俞荣建 (328)
全球金融危机背景下浙商企业的组织健康评价机制	
——一个危机管理的新视角	王永跃 (336)
基于 MTS 理论的体验式团队学习类型的调查研究	
——以浙江省知识型企业为例	肖余春 谢小霞 周红丽 (343)
浙商房地产企业多项目团队间知识共享模式案例研究	
.....	肖余春 郑喜燕 (351)
资源环境约束下“浙商”企业商业模式创新: CESS 价值创造	
模型及典型案例	项国鹏 韩思源 (359)
浙商电子商务企业商业模式创新研究	
——以阿里巴巴 B2B 公司为例	沈 青 (368)
浙商	
——浙江民营企业创新的动力源	陈云娟 (376)
“1 + 100 + P”的创业发展模式	
——浙江一石的经验与启示	沈立松 (383)

第五部分 区域经济发展和国内外比较借鉴

永康传统五金企业集群低端锁定问题研究	
——给予内生演化视角的分析	姜朝晖 (390)

集群企业合作营销的影响因素

——浙江义乌饰品企业的案例研究 赵浩兴 (408)

2006 年浙江城市创新能力评价研究 胡洪力 谢蕾蕾 (422)

浙江和贵州五市高新技术区企业集群式创新发展的实证研究

..... 古家军 (436)

日本制造业的竞争优势 吕政 丁毅 (447)

晋商中的身股与年功辛金制度安排及启示

——以乔家字号为例 卢昌崇 郑文全 (453)

日本支持中小企业发展的经验及启示

——以金融支撑体系为中心 徐少丹 曹岑 (465)

从中国大城市消费者行为看中日韩品牌竞争

——以家电产品为例 王松 盛亚 (476)

以色列风险投资政策与高科技产业集群成长 陈平 (485)

第一部分

浙商崛起和挑战的历史与逻辑

- 浙商的崛起与挑战
- “个众”与公共的博弈与共融
- “个众一和合”视角下的浙商精神
- 浙商的自然社会来源及其生成机制
- 被动的自愿：温商集体行动的逻辑
- 寻根百年浙商
- 近代浙商经营管理思想刍议
- “富而好行其德”的浙商精神
- 浔商文化现象反思
- 基于制度的国际新企业形成影响机制研究
- 高新技术企业知识获取的海外嵌入权变关系研究模型

浙商的崛起与挑战

——“个众”与公共的展开、冲突和协调*

吕福新

浙商是中国改革开放以来兴起的人数最多、分布最广和影响很大的民商群体,既取得巨大成就,又面临严峻挑战。浙商的崛起、成就与挑战比较典型地反映了中国改革开放 30 年历程。我们把中国改革开放和浙商崛起与挑战的逻辑主线概括为“‘个众’与公共的展开、冲突和协调”。因此,浙江省社会科学重点研究基地——浙江工商大学浙商研究中心(以下简称浙商研究中心),与《管理世界》和《浙江社会科学》杂志社联合举办“改革开放 30 年浙商的崛起与挑战——‘个众’与公共的展开、冲突和协调”的研讨会。中国社科院学部委员吕政、浙江省政协副主席王永昌、浙江省社科联主席胡祖光、浙江省委政策研究室副主任郭占恒、浙江省政府经济协作办副主任郑宪宏,国家行政学院、浙江大学、东北财经大学和加拿大东方文化和学术交流中心,山东、山西、安徽和河南等地高校,浙江省社科院、浙江省委党校、浙江工商大学和省内其他高校的学者和专家等,省内外、国内外的优秀浙商和浙江商会代表,浙商研究中心及各地分支机构的研究人员,以及一些传媒者,一共 120 多人参加会议。这是一次浙商研究与交流的盛会。与会人士高度地认同会议主题,认为“是一个具有重要现实意义和理论价值的议题”,并充分发表观点和意见。《管理世界》编辑部主任尚增健说,浙商取得了巨大的成就,但是从学术的角度看,浙商的一些经验还没有完全地挖掘出来。国际形势的变化,浙商又面临着一次新的挑战,同时也是一次学术发展的机遇。《浙江社会科学》杂志社社

* 基金项目:2007 年浙江省社会科学重点研究基地“浙商研究中心”省社科规划重大项目(07JDZS11ZD)“浙商的崛起与创造——浙江改革开放 30 年”。该文已发表在《管理世界》2009 年第 1 期。

长俞伯灵说,从经济主体,从企业家的角度展开研究“浙江现象”,考察分析改革开放以来浙商的成长和发展轨迹,以及浙商的升级与转型无疑是一个重要的视角。这也是一个能够取得重大研究成果的视角。

一、浙商的崛起和成就：“个众”与公共的展开和协调

浙商研究中心首席专家胡祖光教授说,改革开放 30 年是一部中国特色的社会主义理论的实验史,也是一部波澜壮阔的创业创新史,也是一部充满着艰辛探索的经济成长史。浙商群体已经成为人们解读浙江经济,认识浙江现象,学习浙江精神的重要缩影。郭占恒说,改革开放 30 年来,浙江创造性地形成了战略性的资源,形成了以浙商为主体的创业创新群体。浙商是能够在省内,在全国,甚至在全世界都有影响力的群体,这是改革开放 30 年的一项重大成果。

浙商的崛起,既是党和政府反映民意,实行改革和开放,放松或部分地放开管制,使民众个人获得一定的独立性和自主权的成果,又是甚至更是个人和大众自发行动与相互影响,并从下到上地推动和促进变革,同时充分利用国家改革开放的政策及机会而大量兴起和快速发展,形成“个众”浙商。

1. “个众”与公共的纵向展开

首先,是百姓的自发和自下而上。具有自利本能又较少受约束的浙江农民和普通老百姓,自发地要求并采取便利和有效的经商与办企业的方式获得物质利益。这种自发的要求和冲动,在浙江深厚的传统中一直存在着,在政策允许的情况下如雨后春笋般涌现。早在“所有制改造”结束后不久和“大跃进”开始之前的 1957 年,永嘉县就出现了包田到户。在“文化大革命”期间,温州也有许多小商小贩。在政策稍微宽松的情况下,浙江人更是自发行动,做自己做得了和做得好的小事甚至是别人看不起的“贱事”,务实和有效地开始经商创业。“柳市八大王”,是 1978 年之后温州最早的民间商人。

浙江人自发的经商创业活动,开始时得不到上级的认可,甚至遭受排斥和打击。1981 年至 1982 年全国实行打击经济领域犯罪活动,“柳市八大王”被关押,或逃逸。政府逮捕“八大王”后,温州的主要经济指标一路下滑。1980 年温州第二产业发展速度为 31.5%,1981 年为 7.0%,1982 年一下子下降为 -1.7%。这使政府的认识发生了变化。

浙江百姓普遍和持续地自发经商创业的倾向和行动,使政府了解和反映民意。在“文化大革命”期间,温州市工商行政管理局给市革委会的《关于对个体工商业户进行全面整顿、登记、发证工作的报告》中说,需从实际情况出

发,进行个体工商业户的登记管理工作。^① 1994 年浙江省出台关于乡镇企业改制的文件,率先反映民意和实践发展的要求。

然后,是政府自觉和自上而下。在国家或政党的自觉认识和决策的前提下,自上而下地推进改革和发展,使浙商正式和大规模地形成与发展。农村联产承包制使大批农民成为第一批草根浙商,国有和乡镇企业改制使一些企业经营者和员工成为第二批浙商。1998 年,浙江全省 90% 以上的乡镇集体企业完成改制。到 2001 年,浙江 16930 家国有企业和城镇集体企业的 16365 家进行了以产权改革为核心的多种形式转制^②,产生大批新的浙商。

再后,是民间与政府的互动。《国务院关于鼓励支持和引导非公有制经济发展的若干意见》(俗称“非公经济 36 条”)的出台,就是政府与民间互动的结果。上海复星高科技(集团)有限公司总裁、浙江台州人梁信军说,我们参与 36 条意见的讨论时,都很兴奋。“非公经济 36 条”将有利于破除以往限制民营企业发展的“潜规则”。

浙江省各级党委和政府对于浙商的形成和发展普遍坚持先放开后引导,先搞活后规范,先发展后提高。例如,在群众实践和政府试点以及在总结的基础上,浙江省政府于 1988 年 10 月颁发了《关于经济发达地区推行土地规模经营的若干政策规定》。^③ 这对浙商在农业和非农领域的发展起到了重要作用。

台州市社联副主席、浙商研究中心台商研究所执行所长谢绍银说,全国一共有 120 多家城市商业银行,我们台州就占了 3 家,这在全国是唯一的。而且,我们城市商业银行的股份基本上全部是民营,银行资产质量非常好,不良贷款的比率是 0.6%。这是民商银行的自主自律,加上政府的保护和引导的结果。同时,台州现在有 1233 家农民专业合作社,已经带动农户 48 万户,占到农户的 38.1%,已经有 1/3 的土地进行了流转。这样,就产生了一大批从事第一产业的台州商人。

浙商兴起的自发自主与政府的自觉认可与支持,也体现在浙江以外的地方。北京浙江商会秘书长方杰说,北京“浙江村”是 1985 年形成的,经历了三个阶段:即 1985~1992 年是自发阶段,形成小生意的集聚;1992~1996 年是矛盾和冲突阶段,一方面是一些城市形成一个大的浙江村落,产生环境的混乱等,另一方面是政府不支持和一再进行清理。最大的一次是 1996 年动用了大

^① 郑勇军、袁亚春、林承亮:《解读“市场大省”——浙江专业市场现象研究》,浙江大学出版社 2002 年版,第 159~160 页。

^② 中共浙江省委宣传部课题组:《活力的源泉——解读浙江》,《纵论浙江》,浙江人民出版社 2003 年版,第 9 页。

^③ 《浙江改革开放史》课题组:《浙江改革开放史》,中共党史出版社 2006 年版,第 110~112 页。

量的武警部队进行清理,但是每次被赶出去之后,大家很快又都回来了;1996年之后是调整、融合和互动阶段,浙商和政府的关系慢慢协调起来了。

国家行政学院经济管理教研部教授、浙商研究中心首席专家张孝德说,对吕福新教授提出的“个众”与公共的命题,我们可以用这样一个简单的组织模型来回应。一个是纵向的政府组织,或称他组织,另外一个为横向民间组织,也称为自组织,还有一个是民间与政府的互动组织。在这三类组织中,综合效率最高,动用资源最多,最具有持久性的是官民互动的组织。15世纪到18世纪的英国经济正好是一个官民互动的组织,英国的纺织业遍布民间。这与浙江的情况非常相似。我们按照模型划分,广东属于民间主导型,山东和江苏属于政府主导型,浙江正好是介于广东和山东之间的“个众”与公共互动型。

2. “个众”与公共的横向展开

浙商的形成和发展,更多的是一个左右互动的横向关系。浙商的形成,首先是一部分人或少数人不等不靠,掌握自己的命运,率先和顽强地经商创业,然后是许多亲戚、同乡和朋友跟着经商创业,形成大众经商创业。这一开始就比较集中和突出地体现在块状经济和专业市场的形成上。不仅如此,地方政府之间的竞争更促使浙商的横向发展。张维迎认为,经济发展的推动力由中央政府转向地方竞争,是中国过去30年经济改革及其成就的五个关键转变之一。地区之间的竞争引发了20世纪90年代之后的民营化浪潮。^①浙商成为各地政府的座上宾,使浙商在全国各地快速发展。据调查,省外国内浙商总数有440多万。

浙商横向关系的发展也就是一种“个众”与公共的展开。块状经济和专业市场形成和包含公共领域,产生公共秩序和环境问题,以及共同利用市场信息,共享销售渠道和知识溢出等。这也就使政府部门直接管理变得不适合甚至起抑制作用。于是,浙江政府主管部门不仅从直接管理中走出来,把专业市场等还给市场和社会,并给予积极的支持,而且鼓励建立会计师事务所、律师事务所、公证机构、产品质量检验机构、投诉和仲裁机构等,即产生新的“公共”机构,提供专业和“公共”服务。同时,块状经济和专业市场也培育了大批浙商。很多浙商包括一些知名的浙商,如星光集团董事长周晓光等,都是从市场经营户出身或依托于专业市场而成长起来的。浙商越来越依靠自己创造的基础和平台而获得发展。

浙江工商大学人文学院院长徐斌说,改革开放30年来浙商从配角成长为

^① 张维迎:《理解中国经济改革》,《中国改革30年——10位经济学家的思考》,世纪集团、上海人民出版社2008年版,第9-18页。

主角。以个私所有为基础的浙商一直处于一种边缘化配角地位,随着改革的深入和自己的做大,就逐步成为时代的主角。

3. “个众”特性与“后发优势”

我们把浙商个人独立和大众自主与和合的特点概括为浙商的“个众”特性^①。个人独立性和自主性包含和体现功利性、务实性和敢为性以及资本性;众人自发自主包含和体现开放性、包容性和民众性以及草根性和模仿性;“个众”具有和包含相关性,包括契约相关性和血缘、亲缘和地缘等缘约相关性等。浙商的“个众”特性往往表现为“少数人领先创新与多数人跟从模仿”。同时,“个众”具有和合的性能和特点,其中包含和体现公共性。

浙商研究中心浙商文化研究所所长韩永学教授最早认同和赞成浙商“个众”特性的概念。他认为,“个众”是在东西方商人文化的大背景下创建的新概念。同时,他把“个众”人文特性的内容表述为自主和合,公私兼顾,人我合一,以利和义。^② 东北财经大学工商管理学院院长、浙商研究中心学术委员卢昌崇教授说,浙商存在一种“山寨”现象,即一个人领导整个家族,其他众人跟随;一个创新,群体效仿;一个繁荣,天下繁荣。方杰说,我们浙江商人,是一个矛盾的综合体,一方面喜欢单打独斗,另一方面又喜欢抱团经营,温商特别明显。浙江师范大学工商管理学院院长、浙商研究中心婺商研究所所长孙伯良教授说,浙商是个而众,一大群蚂蚁可以把一个庞然大物啃吃掉。同时,个体走自有资本积累的道路。

浙江省社科院科研处处长、浙江历史和文化研究中心秘书长卢敦基说,在对浙江精神进行总结时,有很多人提出浙江的自主精神很突出,主张把自主精神写到这里去,但是有的领导顾虑自主精神提多了,是不是与中央一致,于是,把自主精神这四个字删掉了。

浙商研究中心副主任杨轶清用“小狗、草根、狼、土鸡和水”五种意象来描绘和反映浙商的“个众”特性。浙商研究中心温商研究所执行所长张苗茢说,水,更符合温商抓住市场机会的特性,四面出击,无孔不入,哪里有钱赚就到哪里去,投资战术灵活等。浙商中心婺商研究所执行所长赵浩兴说,浙商群体像“鸡”,有三个特点,一是土而不洋,二是群而不合,三是腾而不飞。浙江大学管理学院王小毅博士说,我觉得浙商最不像“狼”。浙商定义为小狗比较合适一点。一条狗可以变成狼,然后带领一群狼。但是小狗变为家养以后,就丧失

^① 吕福新:《论浙商的“个众”特性——具有中国意义的主体性分析》,《中州学刊》2007年第1期;《浙商“个众自主一和合”的人文特性和精神品格》,《管理世界》2008年第1期。

^② 韩永学:《从东方传统文化视角略论浙商“个众”人文特性》,《浙商人文精神》,中国发展出版社2007年版,第18-27页。

了觅食的能力,连鸡都不如。这关键就是看“个众”处在一个什么样的群体当中。浙江工商大学工商管理学院企管系主任肖余春说,我觉得浙商像草根或者水。浙商走出去就像海洋,他们利用外面的信息,很好地滋润了在贫瘠土壤里生长的草根。草根可能长成参天大树,也可能被淹,关键要看培育的环境如何。徐斌说,五个意象都显示了浙商的特点,但最合适的是草根。草根有其力量和优势,但发展到一定阶段也会有其问题。浙江省委党校文化和社会学教研室主任、浙商研究中心学术委员陈立旭教授说,商人只能产生于草根,浙商第一代百分百是草根。土鸡体现了商人唯利是图的本性。还有水,体现了商人无孔不入的本性。

1978年以来兴起的浙商处于经济全球化的国际环境中。用陈志武教授的话说,1978年中国开始改革开放时,世界已经为中国积累了一次巨大的、前所未有的发展机遇,即“后发优势”。“后发优势”包含财富创造能力的“广度”、“深度”和“长度”。所谓财富能力的“广度”,一方面是市场地理范围跨地区、跨国界的拓展,另一方面是消费品、工业品种类和空间的扩大。财富创造力的“深度”,是指科技进步的力量和效果,体现在单位时间所能生产的东西上。财富创造力的“长度”,是指时间的缩短或延长。股票市场起到这种作用,可以让预期的未来财富能力方便地转变成今天能重新配置的财富,大大提高了今天创造财富的能力,而这反过来又增加了未来的收入机会和财富创造能力。^①

浙商的“个众”特性正可以充分利用“后发优势”。这主要是对财富能力的“广度”的利用。浙商对市场机会的敏感,以及人数众多和分布广泛,在省内外和国内外的浙商总数有1000来万,把浙商的产品销售到全国各地甚至是世界不少地方,最大化地实现浙商产品的价值。而且浙商从事的主要是有关吃、穿、用等轻纺工业和小商品生产,商品的种类很多,这也就使很多种类的商品都实现很大的市场规模和市场价值。浙商对财富能力“广度”上的“后发优势”的利用和发挥到了一种极致。同时,浙商也在财富能力的“深度”和“长度”上一定程度地利用了“后发优势”。浙江有160多家上市公司。杭州商人汪力成被称为“资本玩家”,他所领导的华立集团控制了4家上市公司。

4. 浙商形成“后发”的先发优势

浙商是1978年中国改革开放以来率先兴起的以个私所有为基础的民营群体,不仅与市场经济天然吻合,而且是少数人领先创新和众多人跟随模仿,

^① 陈志武:《改革开放160年》,《中国改革30年——10位经济学家的思考》,世纪出版集团,上海人民出版社2008年版,第232~240页。