

浙商的兴起与发展
典型地反映传统与现代的结合
突出地体现先发的后发优势与后发劣势

The Shang Lun

浙商论

当今世界之中国第一民商

吕福新 等◎著



中国发展出版社

The Shang Lun

浙商论

当今世界之中国第一民商

吕福新 等◎著



中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

浙商论——当今世界之中国第一民商/吕福新等著.
北京: 中国发展出版社, 2009. 8
ISBN 978 - 7 - 80234 - 454 - 9

I. 浙… II. 吕… III. 商业经营—研究—浙江省
IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 143045 号

书 名: 浙商论——当今世界之中国第一民商

著作责任者: 吕福新 等

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 978 - 7 - 80234 - 454 - 9

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京市源海印刷有限公司

开 本: 720 × 1000mm 1/16

印 张: 30.25

字 数: 470 千字

版 次: 2009 年 8 月第 1 版

印 次: 2009 年 8 月第 1 次印刷

印 数: 1—4000 册

定 价: 58.00 元

咨询电话: (010) 68990642 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developpress.com.cn>

电子邮箱: fazhanreader@163.com

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

序

一

“当今世界之中国第一民商”的要义

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主任吕福新教授及其领导的团队，2008年已出版了《浙商的崛起与挑战——改革开放30年》一书，现在又完成了《浙商论——当今世界之中国第一民商》的书稿，这种积极进取、努力拼搏和只争朝夕的精神，正反映和体现浙商具有的且应对危机需要加强的精神。而且，这两本书是姐妹篇，所以我欣然应允为本书作序。本书的副标题“当今世界之中国第一民商”全面和准确地反映浙商的特性与内涵，《浙商论》正是揭示和阐述了“当今世界之中国第一民商”的要义。

1. 个人、企业、社会的统一

浙商作为当今世界之中国第一民商，必须以个人的自主以及不断提高个人的素质和能力为基础。这既是现代化的基础，也是社会主义的基础，每个人都应该且只能自主地用他的权利承担责任，以他的素质和能力为他人和社会作贡献。但又不能是个人主义，个人本位和个人中心主义是西方的文化传统以及西方传统的现代化。到了现代，一方面是企业家与企业的关系发生了根本性的变化，即从企业家—企业转变为企业—企业家，也就是从老板个人置于企业之上转变为企业置于老板个人之上；另一方面是个人和企业与社会的联系非常密切，不仅要承担法律规定的社会责任，而且要把社会成本和社会

会责任内化，形成自觉的社会道德和公共意识等。而中国的文化传统也包含“国家兴亡，匹夫有责”等的道德精神。所以，个人、企业、社会的统一，是当今世界之中国第一民商必须具有的规定性。从总体上看，浙商确实具有体现这种规定的主体属性和群体特性。《浙商论》用完整主体属性和“个体”群体特性来概括。这是一种高度的哲学概括，但确实反映浙商作为当今世界之中国第一民商的基本规定性和总体状况。不仅如此，《浙商论》还指出个人、企业、社会的统一比较突出地体现在浙商作为企业家和事业家的身上，而个人、企业、社会的矛盾则比较突出地体现在浙商作为生意人和企业主的身上。当然，这种区分是相对的。浙商作为当今世界之中国第一民商，必定会普遍和长期地面临个人、企业、社会的矛盾，必定要全面和持续地解决这一矛盾。

2. 经济、政治、文化的统一

浙商作为当今世界之中国第一民商，首先是作为商人或经济人，务实和功利，追求经济利益，实现资源的有效配置和使用，促使经济增长和物质财富的增加。浙商是中国人数最多、分布最广的生意人和财富制造商。同时，浙商普遍关注国家政策，重视与政府的协调。还有，浙商既有悠久的历史传统，又有丰富的时代精神。所以，就总体来说，浙商体现经济、政治、文化的统一。《浙商论》关于自主性与多元相关性统一的多重主体性的理论，概括和反映了浙商的这一总体特性。有一批优秀的浙商不仅是一般地反映经济、政治、文化的统一，而且是创造性地解决经济、政治、文化的矛盾，突出地体现为创造经济、政治、文化统一的产业模式和商业模式。例如，把无数分散的中小企业缺乏信息来源和销售渠道，社会缺乏普遍信用和制度规范，政府想解决企业和社会问题心有余而力不足等问题，与信息技术和互联网飞速发展结合起来，创造性地建立系统的电子商务基础设施，并着手建设电子商务生态系统，推动和促使传统产业与电子商务相结合，以及传统产业的信息化。又如，把分散的物流运输企业及其解决寻货、等待、空跑等问题的需要，与政府需要解决道路拥挤和物流市

市场秩序混乱等问题，以提高城市化的水平和功能，和整个社会需要物流业的网络化、系统化和有序化等结合起来，创造新的物流模式。但同时，浙商也普遍和大量地面临甚至陷入经济、政治、文化的矛盾，包括过分地追求经济数量的增长和经济规模的扩张，过度地消耗资源和污染环境，经济效益与社会效益相冲突，法律和制度不健全，行政权力缺乏约束，腐败问题大量滋生，物欲膨胀，不健康的文化和生活方式蔓延等，需要浙商认真面对并尽可能地在自己的权利、行为和作用范围内加以控制和予以解决。这些都进入《浙商论》的视野，是《浙商论》高度关注和充分论述的问题，并且提出许多解决问题的正确方法。

3. 传统性、现代性、超越性的统一

《浙商论》高度聚焦浙商作为当今世界之中国第一民商的传统性、现代性、超越性及其矛盾和统一。首先，是充分认识浙商的传统性，包括体现传统社会和传统文化的性质与特点，突出地表现为乡土性、缘约性和草根性等。浙商普遍重视家庭和家乡，以及血缘、姻缘、地缘等亲缘和亲情。同时，浙商基本都是出身低微的平民百姓，是非主流和非精英，但是具有顽强的生命力，以及遍布每一个角落。这些是综合体现中国民间的传统性。当然，浙商也或多或少地反映和体现中国主流文化的传统性，如仁义礼智信等。同时，浙商是中国改革开放以来率先兴起的民商群体，因此也是率先广泛反映现代化的要求和开始现代化的进程。这突出地体现为重视商业，建立市场组织和发展工业等。不仅如此，在世界发达国家已经进入后现代化、信息化和现代服务业高度发展的国际环境中，浙商也关注和进入互联网，着力发展电子商务和推进信息化，着手发展现代服务业和文化产业等。《浙商论》深刻地揭示传统性与现代性的矛盾统一关系在浙商身上的体现，指出浙商既率先利用“后发优势”，充分发挥乡土性、缘约性和草根性等传统性的作用以及与现代性的结合，形成后发的先发优势，又先行遭遇“后发劣势”，既存在乡土性、缘约性和草根性等传统性的局限，又面临种种制度建设滞后的障碍，以及现代化和全球化等的挑战。所

以,《浙商论》十分强调浙商的超越性要求,阐述浙商必须反映后发现代化循着超越自然历史发展的规律,以及具备相应的主体性能。超越性既体现传统性与现代性的统一,又反映传统性与现代性的矛盾。浙商要实现从模仿到创新的超越,从制造到创造的超越,从传统到现代的超越,除了需要着力于技术进步和制度建设、加强社会责任和公共道德外,还需要加强理论学习,实现从经验到知识和智慧的超越。这也是我为本书作序的重要原因。尽管本书有些深奥,但所包含的深刻道理和丰富哲理可以指导浙商超越发展。

浙 江 省 政 协 副 主 席

浙江省工商联主席传化集团董事长

浙 商 研 究 中 心 顾 问

徐冠巨

2009年8月5日

《浙商论》的内涵和特点

吕福新等人所著的《浙商论——当今世界之中国第一民商》（以下简称《浙商论》），是一本专门研究和论述浙商的学术专著。浙商虽是一个区域性的商人群体，但却具有中国意义和国际影响；浙商研究虽是现实性和针对性很强的应用性研究，但可以形成高度抽象和概括以及具有普遍价值的理论。这就是《浙商论》所反映和提供的。《浙商论》具有系统综合的内涵和扼要鲜明的特点。

1. 思想方法：哲学+人文精神+科学

《浙商论》所体现的思想方法，是哲学加人文精神加科学。《浙商论》的哲学方法，主要是反映“当今世界之中国第一民商”的综合性和特殊性。浙商作为当今世界之中国第一民商，首先是体现“当今”的时代特性，即经济全球化、政治强权化并开始多元化以及发达国家的后现代化等；其次是反映“世界之中国”的时代性和传统性，中国既实行改革开放和现代化建设以及与世界对接，又具有与西方不同的悠久的文化传统和现实的经济基础、社会结构、政治体制和意识形态等；再次是反映“中国第一民商”的一般性和特殊性，即既反映市场经济和中国传统与现实之一般，又反映浙江文化传统和浙商“草根性”之特殊等。要综合地统一反映和体现这些不同的文化传统、时代特性、经济基础、社会结构和政治制度以及人的素质等，

只能依靠和运用哲学方法。但同时，浙商又是一个正在实践着的商人群体，要客观地反映和正确地认识其存在的现状和发展的趋势，对浙商的研究必须运用科学方法。何况，当今是一个科学广泛和充分发展以及起普遍和主导作用的时代。《浙商论》在具体分析和论述诸如浙商创业活动、创新行为和经营战略等问题时，比较多甚至是比较严格地运用科学方法。但是，从某一角度看，哲学与科学之间也存在差距，这不仅是抽象程度的差别，而且关键在于世界观的差别。作为科学只讲客观、认知和真理，其世界观也就是真理观；而作为哲学除了讲客观、认知和真理外，还讲理想目标、功利价值、伦理道德以及意义和信仰等，其世界观除了真理观外，还包括价值观和伦理观等。但是，对于具有不同文化传统的人或主体，以及处于不同发展阶段的人或主体，其价值观和伦理观等是不同的。这就取决于站在什么人的立场上，以及体现什么样的价值观和伦理观，即体现什么样的人文精神。《浙商论》的作者显然是站在“世界之中国”的立场上，以世界之中国及其第一民商的现代化为目标，既强调遵循生产力发展规律和市场经济原则，又重视人的价值和人的发展，形成和体现既肯定关爱又分析批判的人文精神。正是这样的人文精神，把哲学与科学统一起来，以观察、分析、揭示和论述浙商。这是《浙商论》的显著特点和真实内涵之一。

2. 理论体系：主体论 + 个众论 + 发展论

《浙商论》所包含的理论体系，是主体论加个众论加发展论。首先，是主体论。浙商无论是个人或者是企业集体还是群体，都是主体。尤其是在市场经济条件下，作为商人必须是权利和义务的主体，既拥有权利和承担责任，又具备相应的素质和能力。不仅如此，由于不同的文化传统、发展阶段和时代环境对主体的要求不同，因此作为认识和实践的主体就必须而且也会具有不同的规定性，形成不同的主体属性和具有不同的主体性能。“当今世界之中国”是综合地反映中国的文化传统，中国处于社会主义初级阶段和市场化、工业化、城市化的中或后期，以及处于经济全球化和发达国家已经进入后现代化的国际环境中，具有对主体的多重规定性。因此，浙商作为世界

之中国第一民商，就不仅要具有体现市场化和现代化所要求的“自主性”，而且还要具有体现中国传统文化和社会主义特性以及后现代化所要求的“相关性”，即必须具有完整的主体属性。不仅如此，浙商除了作为市场和经济主体外，还是社会和文化的主体等，要具有相应的主体属性。这些都在《浙商论》中有明确的论述，并且进而运用完整和系统的主体性理论，分析和论述浙商的角色人格、创业活动、创新行为和经营战略等。其次，是个众论。《浙商论》运用主体性理论分析、揭示和论述浙商的群体特性，并把它概括为个人独立和众人自主与和合的“个众”特性。个众论，不仅分析和论述浙商个众特性形成的背景、过程和机理以及具体的内涵和功能，而且分析和论述浙商个众的分支、分布和分层及治理等，具有丰富的内容和完整的体系。再次，是发展论。《浙商论》在主体论和个众论的基础上，提出和论述循着超越自然历史进程的发展论。发展论，是从揭示和论述循着超越自然历史发展的规律入手，既涉及和论述社会生产力发展规律，也涉及和论述社会关系发展规律，还专门分析和论述人的发展规律，进而集中分析和论证循着超越自然历史发展的规律。在此基础上，具体和深入地分析和论述循着超越自然历史发展的主体实践性能、紧张性能和觉悟性能，以及循着超越自然历史发展的个众结构机理、分一合机理和协调机理等。这其实也就是用主体论和个众论来分析和论述循着超越发展的主体性能。它充分说明本书《浙商论》的理论体系有着紧密的内在有机联系，其核心是以人为本与科学发展的内在有机联系。这也就是《浙商论》的基本内涵和主要特点。

3. 精神灵魂：综合性 + 探索性 + 创新性

《浙商论》所体现的精神灵魂，是综合性加探索性加创新性。前面的分析和论述已经充分地表明本书的主题以及所体现的思想，具有非常明显和突出的综合性。“当今世界之中国第一民商”是一个非常综合的命题或主题，不仅具有时代性、国际性、传统性和现实性等，而且具有特殊性、典型性和代表性等。综合性是一种思想和精神，也是一种知识和知识体系。要体现综合的思想和精神，观察、分析和论述综合的主题，就必须运用综合的知识，

它包括经济学、政治学、社会学、文化学、心理学、法学、哲学和管理学等。运用跨学科的综合知识，分析和论述综合性很强的“当今世界之中国第一民商”这个主题，是没有先例的，因此是探索性的。探索是一种精神。中国特色社会主义市场经济没有先例，特别需要有探索精神。邓小平说“摸着石头过河”，就是主张和鼓励探索，倡导探索精神。实践需要探索，理论也需要探索。尤其是改革开放走过了30年的历程，中国经济面临全球性金融和经济危机，需要转变发展方式，更需要探索和创新。改革开放以来率先兴起的浙商，经过30年的快速发展和低水平扩张，需要转型升级，浙商研究更需要探索和创新。《浙商论》的创新性，除了体现在思想方法上，创新地形成哲学—人文—科学方法，并且实际地进行跨学科的创新研究外，更体现在理论上。自主性与相关性统一的完整主体性以及自主性与多元相关性统一的多重主体性理论，不仅是对西方传统的主体性理论的吸收和创新，也是对西方现代的主体间性理论的吸收和创新，也是对中国传统和现代有关思想理论的继承与创新。个众论和循着超越发展论，都包含和体现理论创新，不仅概念是新的，而且揭示了现象背后的新的本质，反映“后发现代化”的生产力发展与人的发展统一的客观规律。

总体来说，《浙商论》所体现的是综合创新，在综合中国与世界、传统与现代、经济与文化、科学与人文、人与关系、主体与环境等的基础上进行理论创新，提出既反映“后发现代化”之共性，也反映“世界之中国”的特性，更反映浙商之特性或个性的理论。

同时，正因为是探索和创新，所以书中也难免存在一些不足，如缺乏全面和系统的实证，科学性有待加强。

中国社会科学院学部委员

2009年8月6日

张卓元

目 录

Contents

第一篇 绪 论

第一章 浙商是谁	2
第一节 界定一	2
一、浙商是浙江商人及其企业	3
二、浙商是浙江的企业所有者和经营者	8
第二节 界定二	12
一、浙商是中国改革开放以来率先兴起的百姓商人	13
二、浙商是当代中国市场经济的典型主体	16
三、浙商是具有鲜明“个众”特性的商人群体	21
第三节 定义三	25
一、浙商是全球化背景下中国现代化的民商代表	26
二、浙商是中国循着超越发展的民众代表	30
第二章 浙商的历史传统	36
第一节 浙商主体属性的历史传统	36
一、主体独立意识的历史传统	36

二、主体抱团文化的历史传统	39
三、主体人本文化的历史传统	42
第二节 浙商“个众”特性的历史传统	44
一、“个众”的传统思想内涵	44
二、“个众”的传统辩证统一观	45
三、“个众”的社会责任传统	47
第三节 浙商因循和开拓创新的历史传统	48
一、浙商的因循历史传统	48
二、近代浙江商帮的开拓创新传统	50
第四节 浙商基于和超越传统的文化	53
一、根植一务实与远征一虚拟	53
二、功利一仁义与诚信一公正	57
三、道与术的结合和创新超越发展	61
四、地理环境的边缘性与历史文化的自由性	63

第二篇 主体论

第三章 浙商的主体属性	68
第一节 诸多双重性的规定与要求	68
一、人的诸双重性	68
二、文化的双重性	75
三、传统性与现代化	82
第二节 主体双重属性的基本内容	88
一、主体的自主属性	88
二、主体的相关属性	94
三、主体的完整属性	100
第三节 浙商主体属性的成长发展	107
一、自觉主体属性的成长发展	107
二、契约主体属性的成长发展	112
三、公共主体属性的成长发展	117

第四章 浙商的角色人格	123
第一节 浙商的角色要求和角色资格	123
一、浙商的角色要求	124
二、浙商的角色资格	126
第二节 浙商的角色扮演	129
一、浙商的经济人角色扮演	129
二、浙商的社会人角色扮演	133
三、浙商的文化人角色扮演	135
第三节 浙商的角色人格发展	138
一、人的社会化发展	138
二、浙商的角色化演进	140
三、浙商的角色人格提升	142
 第五章 浙商的创业活动	147
第一节 个人和家族创业	148
一、浙商个人和家族创业背景	149
二、浙商个人和家族创业特征	150
三、浙商个人和家族创业面临的问题与挑战	153
第二节 公司创业	154
一、浙商公司创业背景	154
二、浙商“二次创业”的公司化	155
三、公司创业的内容和特征	156
第三节 网络和社会创业	158
一、网络和社会创业的内涵与背景	158
二、专业市场与产业集群创业	161
三、电子网络与产业网站创业	163
 第六章 浙商的创新行为	167
第一节 浙商的分散和模仿创新行为	167
一、浙商的分散和模仿创新主体性分析	168

二、浙商分散和模仿创新面临的挑战	173
第二节 浙商的联合和自主创新行为	175
一、浙商联合和自主创新的特性与实践	175
二、浙商联合和自主创新存在的局限	177
三、浙商联合和自主创新的转型对策	179
第三节 浙商的利益相关者创新行为	181
一、利益相关者创新的核心思想	182
二、浙商利益相关者创新实证	185
三、浙商自主创新：从联合创新向利益相关者创新的转变	188
 第七章 浙商的经营战略	191
第一节 浙商经营战略的自主能力	191
一、企业家制度能力和战略能力的理论内涵	191
二、浙商在制度能力和战略能力方面所面临的约束	195
三、浙商提升制度能力和战略能力的措施	198
第二节 浙商经营战略的相关系统	200
一、战略系统观视角的存在动因和具体内容	201
二、浙商战略转型的具体对策	203
第三节 浙商经营战略的商业模式	206
一、基于价值创造的企业商业模式创新研究的简要回顾	206
二、价值创造视角的企业商业模式创新的多维透视	208
三、CESS 价值创造模型	210
四、CESS 价值创造模型视野中的资源环境约束 对浙商价值创造的挑战	212
五、基于 CESS 价值创造模型的浙商企业商业模式创新模式	214

第三篇 个众论

第八章 浙商的“个众”特性	220
第一节 浙商“个众”特性的形成	220

一、浙商“个众”特性形成的背景	220
二、浙商“个众”特性形成的过程	224
三、浙商“个众”特性形成的机理	234
第二节 浙商“个众”特性的内涵	239
一、“个众”自主—和合	240
二、“能人—抱团—聚合”	244
三、个共、多合和公共	247
第三节 浙商“个众”特性的功能	250
一、浙商“个众”的基本性能	251
二、“个众”特性的积极功能	254
三、“个众”特性的消极作用	259
 第九章 浙商的“个众”分支	265
第一节 浙商“个众”分支的形成	265
一、浙商东南分支的形成	265
二、中部浙商分支的形成	268
三、东部浙商分支的形成	270
四、北部浙商分支的形成	272
第二节 浙商“个众”分支的特点	274
一、东南浙商分支的特点	274
二、中部浙商分支的特点	277
三、东部浙商分支的特点	279
四、北部浙商分支的特点	281
第三节 浙商“个众”分支的作用	283
一、东南浙商分支的作用	283
二、中部浙商分支的作用	285
三、东部浙商分支的作用	286
四、北部浙商分支的作用	287

第十章 浙商的“个众”分布	289
第一节 浙商“个众”分布的形成	289
一、浙商“个众”分布的历史渊源	289
二、浙商“个众”分布的形成阶段	290
三、浙商“个众”分布的形成机理	292
第二节 浙商“个众”分布的结构	295
一、以上海、江苏为代表的中国东部浙商	295
二、以广东、海南为代表的中国南部浙商	297
三、以四川、新疆为代表的中国西部浙商	300
四、以北京、天津为代表的中国北部浙商	302
五、以湖北、河南为代表的中国中部浙商	305
六、海外浙商	307
第三节 浙商“个众”分布的作用	308
一、商会的组织、协同和桥梁作用	308
二、对各地经济和社会发展的作用	313
二、对浙江和浙商整体发展的作用	316
 第十一章 浙商的“个众”层次	 320
第一节 浙商“个众”层次的形成	320
一、浙商“个众”层次形成的过程	320
二、浙商“个众”层次形成的机理	325
第二节 浙商“个众”层次的内涵	328
一、企业家分类的前人研究	328
二、企业主层次的内涵	330
三、企业家层次的内涵	332
四、事业家层次的内涵	334
第三节 浙商“个众”层次的作用	335
一、企业主层次的作用	335
二、企业家层次的作用	337
三、事业家层次的作用	339