

中国众多商帮中的佼佼者，国际商界的劲旅

闽商的拼劲

MINSHANG DE PINJIN

——闽商征服商业帝国的答案



重石◎著

老祖宗的身上继承了“爱拼才会赢”的精神，再苦再累都要努力拼搏下去，一边靠自己的勤劳实干、智慧禀赋、热情一边靠勇于冒险、广结人脉，从而一步步把生意做大做强。

北京工业大学出版社

闽商的拼劲

MINSHANG DE PINJIN

——闽商征服商业帝国的答案

重石◎著

北京工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

闽商的拼劲：闽商征服商业帝国的答案 / 重石著. —北京：
北京工业大学出版社，2013. 11

ISBN 978 - 7 - 5639 - 3687 - 8

I. ①闽… II. ①重… III. ①商业经营—经验—福建省
IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 239539 号

闽商的拼劲——闽商征服商业帝国的答案

著 者：重 石

责任编辑：杨 青

封面设计：盛世美传

出版发行：北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园 100 号 100124)

010 - 67391722 (传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人：郝 勇

经销单位：全国各地新华书店

承印单位：北京天正元印务有限公司

开 本：787 mm × 1092 mm 1/16

印 张：15.75

字 数：239 千字

版 次：2013 年 11 月第 1 版

印 次：2013 年 11 月第 1 次印刷

标准书号：ISBN 978 - 7 - 5639 - 3687 - 8

定 价：28.00 元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题，请寄本社发行部调换 010 - 67391106)

前言

有这样一首歌曲叫《爱拼才会赢》，深受福建人喜爱。在闽地，还流行着一句话：“不当老板不算好猛男。”福建商人的拼劲、闯劲、干劲，生动地展现在世人面前。

经商、办企业、当老板是闽人的第一职业选择。他们不做守财奴，不喜欢存款，而喜欢创业。对他们来说，创业过程是一种最大的满足。他们在当地办了厂，然后向其他地方延伸，他们不会陶醉在已有的世界里，因为外面的世界更精彩。

走进闽地，经常可以看到，20岁出头的小伙子有条不紊地管理着一个几十人甚至上百人的企业。而在海外，许多早年勇闯商场的福建人早已成了华人巨富，他们回报家乡，帮助亲友，上演了一幕幕感人大戏。

此外，闽人的宗族团结观念非常强，具有团结、讲义气的性格特质。这缘于出海风险太大，大家在海上生存全靠相互之间共同协作，不团结是不可能的，而一旦遭遇海难无法回来，家中的妻儿老小自然就由邻居代为照看，这样的情谊便成为联结人际关系最坚实的纽带。

闽商虽然奔走于各地，但团结、讲义气的特质始终像风筝线一样牵扯着他们，因此，取得成就后回馈桑梓成了他们普遍的做法。向前闯的时候，丝毫不畏惧；回馈家乡的时候，丝毫不犹豫，这就是敢拼能闯的福建商人显著的特点。

狭路相逢勇者胜。福建商人的进取精神很强，表现在商场上就是乐于与人打交道，主动与人结交，善于和老乡做生意，能够带出优秀的团队，乐于借助商帮会馆发展合作关系……



闽商拼劲

这就是福建商人，他们会利用一切机会发展合作关系，同时，也注重利用自身优势，爱拼敢赢，诚信经商，并结交各界精英，团结合作，正因为如此，福建商人成为现今商业全球化和中国市场经济环境下的弄潮儿。

目 录

第一章 拼闯劲

——天生乐于打交道，广交商界朋友 / 1

1. 闽商：从蛇到龙的蜕变 / 3
2. 强烈的市场经济意识 / 7
3. 性格彪悍而又团结，讲义气 / 11
4. 爱拼才会赢的闽商 / 14
5. 石狮人天生就爱做生意 / 18
6. 开拓进取，敢拼敢赢 / 21
7. 弃万贯家财，从基层做起 / 25
8. 懂得自律的人更有人格魅力 / 28
9. 分享意识让生意做得足够大 / 31

第二章 拼人缘

——地缘带来人缘，人缘就是财源 / 35

1. 靠山面海造就海运优势 / 37
2. 客家商人靠土特产发家 / 40
3. 闽台地缘造就郊行崛起 / 44
4. 家人是经商的好帮手 / 48
5. 熟人经济带来竞争力 / 52
6. 晋江：向“制造之都”迈进 / 56



7. 你追我赶的“造牌运动” / 59
8. 北大总裁研修班里的生意经 / 62
9. 抱团在股权投资领域获益 / 66

第三章 拼团队

——凝聚竞争所需的力量 / 71

1. 众人拾柴才能火焰高 / 73
2. 聚集一群齐心的创业伙伴 / 76
3. 绝不亏待跟自己打天下的兄弟 / 79
4. 用优秀人才塑造优秀企业 / 82
5. 团队领导人应善于守拙 / 85
6. 重金聘用专业团队搞产品研发 / 88
7. 危难时刻同舟共济 / 91
8. 选好接班人实现基业长青 / 94
9. 从辛苦打拼到子承父业 / 97

第四章 拼地缘

——海峡经济圈让闽台经济更紧密 / 101

1. 海峡两岸居民本是同根生 / 103
2. 文化图腾连接海峡两岸 / 106
3. 闽台与闽南人的同宗关系 / 110
4. 政府推动台海经济圈发展 / 114
5. 闽台经济一体化趋势 / 117
6. “大三通”提升合作水平 / 120
7. 海峡旅游经济圈：人流带来资金流 / 123
8. 免税购物区：推动两岸纵深交流 / 126

第五章 拼商帮文化

——闽商会馆里的中国式“人情”生意 / 129

-
1. 会馆：福建商帮的历史印记 / 131
 2. 星罗棋布的会馆是闽商的家 / 135
 3. 地理环境塑造了闽商文化 / 139
 4. “义利兼顾”是慈善原动力 / 143

第六章 拼海外资源

——海外侨胞是闽商无形的资产 / 147

-
1. 入行离不开家人的提携 / 149
 2. 侨批：串联起家人情感与海外关系 / 152
 3. 以“走出去”来发展自己 / 155
 4. 下南洋投奔亲人是经商的开始 / 158
 5. 闽商有自己神秘的渠道 / 161
 6. “侨”牌：海外关系是经商的利器 / 164
 7. 团圆日：世界闽商大会 / 167

第七章 拼人脉

——闽商的生意圈离不开人脉圈 / 171

-
1. 生意场上“得道者多助” / 173
 2. 和气生财是发财的定律 / 176
 3. 靠诚信积累商誉 / 180
 4. 人脉经：聘用“中国打工皇帝” / 184
 5. 肥水不流外人田 / 188
 6. 在海外抱团闯天下 / 191
 7. 放弃竞争，选择竞合 / 194
 8. 引入策略型商业伙伴 / 198



闽商拼劲

第八章 拼政商资源

——懂政治，但是绝不搞政治 / 201

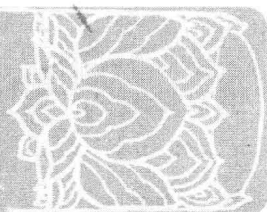
-
1. 善用政府资源打开门路 / 203
 2. 商人要学会与政府“打交道” / 206
 3. 经济外交凸显经商智慧 / 209
 4. 与政府合伙做生意 / 212
 5. 做爱国的企业家 / 215
 6. 不计名利，无私奉献 / 218
 7. 广结政界、商界精英 / 222

第九章 拼头脑

——将世界商业文化融会贯通 / 225

-
1. 葡萄牙：闽商是重要的贸易伙伴 / 227
 2. 荷兰：借闽商力量维护贸易格局 / 230
 3. 西班牙：福建是认识中国的起点 / 233
 4. 法国：被闽人的奋斗精神折服 / 236
 5. 中东：石狮人一套服装走天下 / 239

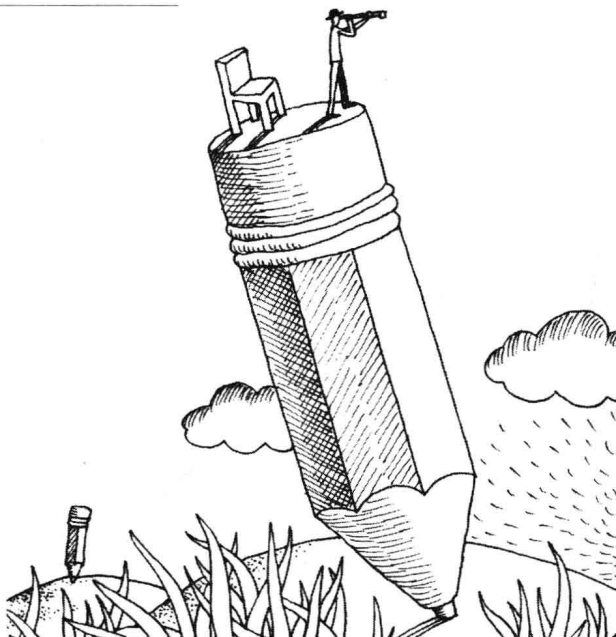
第一章



拼闯劲

——天生乐于打交道，广交商界朋友

福建地区依山傍水，这种特殊的地理位置，赋予了闽商属于海洋文化的蓝色文明。骨子里的“海洋基因”让福建商人天生就爱与人打交道，甚至漂洋过海结交朋友，广积人脉资源。如果说第一代闽商是为生计而远走他乡的话，那么现代的闽商则是为了发展而向外扩张的。开放、拓展人脉圈的意识早已融入他们的血液中，成为闽商文化特有的元素。



1. 闽商：从蛇到龙的蜕变

如果仔细观察这个“闽”字，你会发现它是一个很有趣的字：门内关着一条虫。这是它的本意吗？是的。而且，这虫在古代指的就是蛇。试想，若蛇被关在房子里，很难有大的作为。但如果游出门外呢？那就是另一番景象了。

事实会让人吃惊。福建门外是东海，只要福建的门一打开，蛇便有机会游入海里，就会立刻变成大龙。看来，闽商的命运，与福建的门，还真有某种直接的关系。

明清时期，封建政府一直实行海禁政策，这样福建人无处谋生，只能钻营在穷山之间，但解除海禁之后，福建对外的门打开了，这些积蓄了很久能量的福建人便大施功力，厚积薄发。闽商利用一切可以利用的人脉关系，把生意做到了国外，一时间，闽商群体如蛟龙逐海，踏浪前行。

脱离了桎梏，从蔚蓝海岸出发的闽商，积极向海外市场开拓。有统计显示，改革开放以后，福建籍人士，纷纷走出国门创业，如今，福建籍新华侨华人已接近 1100 万人。生在异国他乡，拼得怎么样？相当不错。以事实例证，2004 年仅福清一县，从日本汇回福建的人民币就高达 30 亿元。

在地球村内扫描一下，我们会惊讶地发现，闽商已遍布地球 160 多个国家和地区，在港澳地区有 120 多万人，在台湾地区有 900 万人。这些全部加在一起，资产存量估计已超过 3000 亿美元。

其中颇具代表性的人物，是现任世纪金源集团董事局主席黄如论。这



闽商拼劲

个1951年生于连江县的福建人，从1986年开始，创办了北京、云南、重庆、上海等八个区域集团，50多家企业，在中国大陆投资超过2000亿元，缴纳各类税费超过300亿元，无偿捐资捐款贡献社会的超过34亿元。2009年，福布斯发布的中国慈善榜，黄如论排在榜首，他同样又成为胡润“2009慈善榜·单年子榜”第一名，出现了胡润和福布斯发布排行榜以来极为罕见的榜首为同一人的现象。

在中国幅员辽阔的土地上，闽商凭借他们龙的精神和天生的生意头脑，已经占得一席之地。如此卷海翻澜，志得意满，熟悉它历史的人，不免都有点感叹唏嘘了。感叹是因为，闽商在历史上经历了曲曲折折，出没于浩瀚烟波，又经过了长时间的沉寂。唏嘘又是因为，福建处在穷乡僻壤之中，每天打开大门，面朝茫茫大海，总是一脸茫然，不说自己，别人听来都感到失魂落魄。

事实正是如此，闽商之魂，自古以来，飘荡不居。走进福建之门，看闽商其人，我们于是更想知道，他们是怎样的一群人？

现如今许多知名企业的管理者在创业之初都面临着艰难的选择，但他们都毫不犹豫地选择了艰苦创业这条路。这其实也是福建人几百年来人生际遇的缩影。

自古以来，闽风尚贾。翻检典籍，“闽”字有虫蛇出没之地的意思，意指地理环境和自然环境恶劣，加上土地贫瘠，不适宜农耕。因此，“出海从商”就成了闽南人的最佳职业选择。

有学者认为，所谓“闽商”实际上是“海商”。追溯源头，闽商最为辉煌的时期恰是郑成功和他的父亲郑芝龙率领海商集团纵横于东南沿海的明清岁月，他们军商合一，被欧洲人称为海上王国的统治者。郑氏父子驰骋海洋的冒险精神以及开放兼容的国际视野，是闽商身上“海洋文化”的集中投射。

敢打敢拼是根植于闽商灵魂深处的商业信条。而这正是海商文化的具体特征——置身于惊涛骇浪之中，屹立于潮头，处变不惊，敢打敢拼。正是由于这种商业精神的支撑，18世纪中期始，在东南亚各国形成了经济实力强大的福建帮。在东南亚涌现出陈嘉庚、郭鹤年、黄双安、林文镜等商业巨子，在海外，闽商无疑成为华商的标志。

海外经商的成功为新一代闽商的成长提供了原始资本基础。近 20 年来,许多海外华商回闽投资,带回许多外界的商业经验和经营理念,成为福建对外开放的重要载体。正是在海外闽商的大力配合下,不少“本土派”闽商得以在很短时间内就完成了资本积累,在国内外市场上迅速崛起。

石狮市就是一个借助海外资源发展起来的很好的例子,石狮没出名前是晋江下属的一个县,改革开放初期跟海外亲属恢复联系后,每家都置办了一台传真机。中国香港地区、中国台湾地区或欧美的亲戚把最新的服装图样传真过来后,石狮人凭几把剪刀就能原样克隆。这种小作坊式的运作方式让最早的家族企业诞生了,也打造了“铺天盖地万式装,有街无处不经商”的中国休闲服装名城石狮。

除了漂洋过海,闽商有着天然的向外生长的基因与动能。以最能见得大家之气的中国房地产市场为佐证,在竞争激烈的北京房地产领域,闽籍房地产开发商“在外地军团中排名第二位”,仅次于香港军团。此外,在北京,十块瓷砖中有九块是闽清人卖出的,而莆田人则垄断了北京 99% 的木材市场,其在石材、钢材、茶叶等行业同样占据主导地位。

在中国经济最为发达的上海市场中,据上海市福建商会的统计,在上海的福建人有 40 万,有 3 万多家企业,经营规模在 50 万元以上的企业有上万家,年营业额逾千亿元。目前,上海有八成的网吧掌握在闽商手中。在钢材现货交易市场,闽商已经成为上海钢材现货市场的重要控制力量。闽商在上海木材行业市场中占据半壁江山,做进口原木板材的莆田人、做进口地板材料的福清人,都已成为行业细分市场不可忽视的商业群体。

其实,不单单在经济发达的北京、上海等地,北至内蒙古、南至海南等全国各地,闽商的影子也是随处可见,并已在当地经济发展中充当着重要的角色。



闽商拼劲

闽商真功夫

早期由于福建特殊的地理位置，使人们迫于生计从事海上贸易，出海从商。然而福建的门一打开，蛇便入海成龙，闽商乐于与人打交道，利用海上资源优势，开拓海外市场，把人脉圈扩展到了全世界，资本积累越来越丰富，开始在本土以及全国各地大规模地攻城略地，形成势不可当之势，使闽商的崛起真正成为学者和民众关注的热点。

2. 强烈的市场经济意识

做生意，许多时候根本没有规律可循，全靠投资者的眼力。在充满迷雾的市场上，偶然性随时可能出现，但不是每个经营者都能捕捉到商机，创造出奇迹。

洛阳市福建商会秘书长张自建在谈到对闽商的印象时，提到一个词——看市场。张自建自幼生活在福州，他对福建人那种浓厚的商业意识、敏锐的市场洞察力和对商机的捕捉能力深有体会。比如说部队里的士兵辛苦训练一天后，没有精力去洗刷和缝补衣物，这时候一些家境比较贫困的妇女就会主动跑去替他们洗衣服、刷鞋子，以此换得劳动报酬养家糊口。在她们看来这是很自然的事，大家各取所需，没什么不好。

闽商遍布世界各地，其经营特点也很突出。留意观察后不难发现，除喜欢抱团经营外，闽商还有一个重要特点，就是市场上缺什么，很快就会有福建人来做什么，大到工矿企业、房地产开发，小到经营陶瓷洁具、水暖阀门、海鲜茶叶等。而且福建人开办的企业和销售的产品，往往在当地有着非常高的知名度，只是由于他们一贯的内敛和低调，很少有人知道到底哪些东西是出自闽商之手。

由此可见，是强烈的市场经济意识和商品意识加强了闽商捕捉商机的能力。对于闽商来说，商机就是财富，抓住商机才能创造财富。

林土秋的制鞋厂是目前晋江最大的制鞋厂之一。但十几年前，林土秋还是一个普通的农民。但一次偶然的机会，凭着对市场的敏感，他看到了商机，并成功地抓住了它。



有一次，远在海外的姐姐回来探亲，给家里人买了好多外国货，还有一些国内见不到的小物件。其中有一件东西引起了林土秋的关注，他从来没有见过，觉得非常新奇，这件东西看起来有点儿像牛眼罩。但他转念一想，姐姐要牛眼罩干什么呢？林土秋忍不住用手偷偷地捏了捏，还有弹性……他不好意思往那儿想，就让自己的妻子去问。

通过妻子的打听，林土秋了解到，这原来是胸罩。像林土秋这样一个在穷山村活了小半辈子的农民哪儿知道这种东西，幸好从华侨姐姐那儿打听到了这个新名词。这玩意儿挺新鲜、刺激的，天生的市场意识让林土秋觉得这将是一个不错的开发项目，前景一定很好。

于是，他让姐姐临走时把那新鲜玩意留下了。他开始仔细研究，拿在手里捏一捏，挺软，可又不瘪下去，拆开一看，原来里边包着两片海绵。摸清了胸罩的内部结构，林土秋认为，这东西在国内并没有流行起来，而且随着女性对自己身材和健康的关注，胸罩一定会在市场上火起来。他决定先试做几副看看市场反应。

胸罩最基本的东西是海绵，可哪有海绵呢？林土秋想到，乒乓球拍上有，于是他到文具店一下子买了十副乒乓球拍，回来把球拍里的海绵取出来，仿做了十副胸罩。他先是拿到厦门一家服装商店代售，自己则混在顾客当中获取市场信息。结果，那家服装商店很快被人群包围了，大部分是女性顾客，她们对此同样感到新奇，不到半个小时，十副胸罩就全部售完了。商店当时就表示再定2000副，这让林土秋欣喜若狂，他毅然决定加大生产量。

当然，大批量的生产就不能再拆乒乓球拍了，为了保证产品的质量，林土秋找到药店，寻求卫生合格的海绵，由于批进的数量较多，药店帮林土秋联系到了海绵厂家。这样，有了进货渠道，林土秋开始大胆地进行生产。

这位农民身上“天生”流淌着商品经济的血液，他好奇，敢“创新”，敢走进那茫茫人群中去寻找市场。终于他成功了。

在福建，像林土秋这样的人还有很多，他们的赚钱意识可以说是闽南人商品意识的一个突出反映。这种强烈的市场经济意识的产生是有一定原因的。