第一章
浙江人经营中的超前视野

人无我有，人有我精，敢为人先，快人半拍……浙江人凭借他们开阔的思维，敏锐的视野，先人一步的理念，在激烈的商业竞争中笑看春风……

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第一节　改革春风又绿江南岸

一、浙江民营经济的发展

“不论白猫黑猫，抓住老鼠就是好猫”，这是新时期浙江人的成分论。“一张白纸可以画出最新最美的图画”，用这句话来形容改革开放之初浙江经济的起步，可能是合适的。由于历史的原因，浙江国有企业不多，计划经济的控制力相对较弱，但这也为浙江人在全国率先冲破僵化观念的束缚，摆脱计划体制下“等靠要”的依赖心理，确立适应市场经济发展的新观念，提供了大好空间。有着强烈脱贫致富愿望的浙江人，在改革开放的春风吹拂下，毅然投向市场大海，成为社会主义市场经济的先行者。

没有资金，没有市场，但勤劳刻苦的浙江人却善于“无中生有”。为了摆脱贫困，他们什么苦都肯吃，什么脏活、累活都愿干，从事起各种别人瞧不起的“下等活”弹棉花、补鞋子、磨豆腐、配钥匙……20 世纪 80 年代中期，一个台州地区，就有 10 多万“豆腐大军”活跃在北京城乡；全省外出到全国各地打工的就达 200 多万人。斗转星移数年间，这些远离故土的棉花郎、修鞋匠们在含辛茹苦积攒血汗钱的同时，懂得了市场经济的基本法则。当他们将资本积累到一定阶段时，或回乡创业，或在异乡扎根发展，在新的起点上开始了新的追求。一个个老板从当年的打工族中走出来。

浙江人前赴后继的创业精神，令许多人感叹。如今，哪里有商机，哪里就有浙江人；哪里有浙江人，哪里就有红火的专业市场。据统计，目前浙江省在外务工经商的人员达到 300 多万人。全国各地仅“浙江村”“温州城”“义乌路”“台州街”等就有 100 多个。浙江人经商，一分钱不嫌少；一个办法行不通就换个思路干，一个地方没有发展空间了，就拉家带口寻找新的希望之地。从 20 世纪 90 年代以来，浙江工商业者在中西部地区的投资已达 900 多亿元，创办企业 7000 多家。精明的浙江商人在挺进中西部中与当地实现了“双赢”。

当众多的个体细胞被激活后，区域经济的活力也就显现出来了。随着家庭工厂、股份合作制企业如雨后春笋般出现，浙江的民营经济从小到大，由弱而强，不断成长。民营经济与市场经济的天然亲和力，不仅推动了浙江区域经济的蓬勃繁荣，也使浙江的经济规模迅速扩大。

在民营经济的发展中，浙江省委、省政府坚持把工作的着力点放在发展上，突破“唯成份论”,创造性地执行党的改革开放政策,通过“先放开后引导、先搞活后规范、先发展后提高”的思路，不断促进市场主体和市场机制的发育和完善。针对浙江民营企业在发展初期存在的低、小、散等问题,十年前,浙江省委、省政府审时度势，正视经济发展中存在的深层次问题，进一步放手发展非公有制经济，推动农村工业化，让千家万户成为市场经济的真正主体，并引导它们走向联合、形成规模。

浙江民营经济的繁荣，生动地说明了“小河有水大河满”的道理。多种所有制经济齐头并进，像千万条涓涓细流汇成的汪洋大海，托起了浙江经济腾飞之舟。1978 年，浙江省人均国内生产总值只有 331 元,而到 2001 年增长了 43 倍之多 财政收入更是从 1978 年增长到 2002 年的 856 亿元。2002 年 1~4 月份,浙江的财政收入已相当于 1998 年全年的财政收入。小商品大市场，小资本大集聚，2002 年 4 月份，浙江企业在天津和南京举办的跨国零售商订货会上大显身手。其中在南京的四天会上,100 多家浙江中小企业一口气拿下了 10.6 亿元的订单。家乐福、沃尔玛等跨国买家还专程派员循踪而来。

二、小商品走出大市场

面对中国这块巨大的市场，那些跨国大买家为什么对浙江钟爱有加呢？原因在于浙江小商品显示了价格上的绝对优势。以温州鞋业为例，在走过了假冒伪劣的弯路后，如今温州鞋业在确保质量的同时，通过市场手段将成本降到了极限。构成一双皮鞋的所有原料都有温州“自己”的市场：鞋底来自乐清白石鞋底生产基地；鞋饰来自永嘉黄田鞋饰生产基地；鞋料来自河通桥鞋料市场……全国各地，甚至海外的制鞋企业不得不找上门来,当起了这批“配角市场”的真正“配角”。一位西班牙客商吃惊地说：“这里的专业分工已经细化到了不可思议的地步，别人几乎

无从竞争。”

如今,浙江各地涌现了成百上千个生产钮扣、眼镜、鞋类、灯具、袜子、打火机等专业村、专业镇。其中产值超亿元的特色产业区 500 多个，产值约占全省工业总产值的一半。虽然这里出产的大多是人们看不上眼的小玩意儿，但小有小的优势：生产成本低，不需要大量投资，适合于千家万户和中小企业生产，更新和转产快，回报率高。如在桥头钮扣市场，一枚钮扣的成本为 2 分钱，售价为 1 毛,利润率 400%! 义乌小商品城的专业户销售年画时，每幅年画只赚几厘钱，但当外地客商用卡车来装运年画时，人们才发现这是笔大买卖！纺织产业中的印染助剂只占整个产业产值的 0.5%，往往为人所忽视。但民营企业浙江传化集团却牢牢抓住这 0.5%进行科研攻关，终于占领了国内 60%的印染助剂市场。如今，十多年前靠 2000 元借款起家的传化集团已经拥有 8 亿多元的总资产,成为集化工、物流、高科技农业于一体的现代化集团。温州苍南的一批印刷包装企业，专门为全国的白酒企业等制作酒类包装，一年的销售额达到 30 多亿元！

浙江的小商品是随市场变动而动的，应变能力强，市场占有率高。温州打火机目前在国际市场上的占有率超过 70%;嵊州领带年产量达到 2.8 亿条,占全球领带销量的三分之一；海宁年产皮衣 1600 万件，占全国产量的四分之一；萧山羽绒制品产量也占全国的三分之一。在2001 年全国 532 种主要工业产品的经济效益排序中,浙江省有 336 种产品的效益位居前十名，其中 263 种产品的效益位居前三位。

任何事情都具有两面性，小也有小的难处。单个企业势单力薄，在大市场的风浪中无法独自应战。由此，浙江的中小企业从诞生之日起就走向了群落，形成“小企业大协作”“小资本大集聚”的效应。在同一产业群中,生产者之间从相互模仿开始，生产技能、市场信息等得到快速传递，最终使产业群越滚越大。诸暨市大唐镇有 8000 多家家庭企业，却形成了袜子生产的全流程：1000 家袜子原料厂、300 家缝头厂、100 家定型厂、300 家包装厂、200 家配件厂、600 家营销商、100 家联运商……一环扣一环，既竞争又合作，将全镇变成了一个巨大的袜子工厂：年产袜子 48 亿双,产值 90 亿元。

现在，浙江的特色产业群还出现了跨市县的大产业区。如以永康市为中心，包括武义县、缙云县在内的五金机械产业区、杭州一绍兴一宁波的服装产业区等等。它们的销售网络也大多覆盖到了海外。在法国的 10 万祖籍温州的侨胞，如今已经成为浙江货在欧洲市场上的推销员。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

“百工之乡”渊源深;“文化基因”起作用;“浙江现象”的背后有文化的因素。原浙江省委书记张德江认为，浙江经济发展的巨大成就靠的是邓小平理论的指引和党的改革开放政策；靠的是党中央的正确领导。而就浙江的具体情况来讲，其深层原因，还在于浙江悠久的历史和源远流长的文化。这种深厚的文化底蕴和文化传统与当今时代的发展得到了有机结合,形成了“自强不息、坚韧不拔、勇于创新、讲求实效”的“浙江精神”。这种“文化基因”,在改革开放的环境中,极大地推动了浙江经济的蓬勃发展。文化与经济的日益融合，迸发出巨大的创造力，极大地推动了浙江生产力的解放和发展。

浙江经济的活跃源于人的活跃。浙江是“百工之乡”。长期以来求生存、求发展的实践，使浙江人形成了依靠聪明才智和专业技能外出谋生的传统。这里历史上不仅孕育了绍兴师爷、“宁波帮”等智慧型的职业群体，也培养出无数能工巧匠，如，东阳木匠、永康铁匠、青田石雕匠、湖州湖笔匠等等。这些世代相传的专业技能，加上头脑灵活、善于经营的个性，构成了浙江特殊的人力资本优势，使浙江人在资源、资金等并不占优的情况下，在改革开放之初迅速形成千家万户外出创业的热潮。

“义利并重”、“工商皆本”的历史文化传统,孕育了浙江人的商业头脑和务实品性。浙江历史上的许多著名政治家、思想家都有注重工商的新思想新观念。如明代思想家、心学大师王阳明大力提倡“四民平等”,人为士、农、工、商,只是社会分工不同，并没有高低贵贱之分。明末启蒙思想家黄宗羲更是鲜明提出“工商皆本”的思想，与当时正统思想中重农轻商的观念形成了鲜明对比。这些观念和思想，是浙江人在长期实践中形成的价值观念和行为方式的集中反映，并成为浙江区域文化的一个特色。正是在这种文化传统的长期熏陶下，逐步形成了浙江人精明的商业头脑和务实的群体性格。

多元文化的相互激荡，塑造了浙江人的创新意识和开放心态：浙江靠山临海，多样性的地理环境使浙江人既有山里人吃苦耐劳、顽强拼搏的硬气、韧劲，又有大海人心胸开阔、敢于冒险的胆识。近代以来,包括“宁波帮”在内的大批浙江人到海外谋生，使浙江成为重要侨乡，海外侨胞成了浙江与外来文化交融的纽带，使浙江人较早、较多地接触到了外来文化，形成了博采众长的开放心态。

在改革开放初期，凭借特殊人力资本优势的浙江人，抢抓机遇，成为市场经济的启蒙者。在发展社会主义市场经济的新阶段，与时俱进的浙江人正在续写新辉煌！

三、异想天开,自由翱翔

浙江人在经商中眼光的长远、头脑的灵活是出了名的。这一点在许多浙江商人的身上都有着明显的体现，邵奇星便是其中的一位佼佼者。

邵奇星现在是温州市海螺工业集团公司党委书记、总经理。

1982 年，温州市制伞厂快要倒闭了，这是一家集体所有制的厂。邵奇星接任了厂长。他首先打破原有的工资结构，使收入和贡献挂钩，企业当年扭亏为盈。

1985 年，海螺公司兼并温州市食品三厂，在温州开创成功兼并企业的先例。1992 年，兼并已停产三年的温州汽水厂。随后一路兼并，直到把战刀直指自己的上级单位——在全国开创了“ 下级兼并上级，集体企业托管国有企业 ”的先例。这又是一个温州创造的第一。

下属的单位多了，融资很不方便，他们就办起了城市信用社——汇海信用社。1987 年，海螺公司搞专业化大协作。把产品下到厂外加工点去生产，利用总厂的资金、技术、销售优势,没有增加厂房、没有增加人员,就扩大了生产规模。这也是及时吸收了温州民营企业成功的经验。

1993 年,他在公司中实行租赁经营,在用人机制上实行‘ 三四三制 ”,即 30%优秀者保持稳定,40%的人属须提高者,30%的不适合者淘汰。这听起来是很残酷的。美国通用电气公司的杰克·韦尔奇，也采用相似的政策，所定的比例只是“ 二七一 ”,这已经让基层的具体执行者颇感于心不忍了。可见在‘ 三四三 ’的比例下,每个员工会感到多大的压力，仿佛天天都有只吃人的恶虎在背后狂追不已。

海螺公司的传统主营产业是制伞。 1991 年，邵奇星到日本参加一个国际贸易展会,日本有‘ 制伞王国 ”之称。邵奇星受到了刺激。他发现自己精心生产的伞,与日本伞一比,自己的货简直不是货。日本伞设计考究、做工精细、撑收巧妙、品种花色繁多。他断定，自己的伞，与日本伞至少有 30 年的差距。

但是,邵奇星不想用 30 年来弥补这个差距，他要尽快，要最快。

于是,他投资数百万元用于产品开发,开发晴雨伞。面料,从布到尼龙,又从尼龙到进口防水缎面。伞骨表面处理，从涂银粉到镀乌金。骨架材质，自己的研究所研制出玻璃钢材料。一共开发出 400 多个品种，在国内外市场打出了一片新天地。

海螺牌晴雨伞走向了世界。最令邵奇星满意的是海螺伞打进了日本市场。

有日本的公司前来谈合作意向。

他抓出口很有一套妙法。他用抵押代销的方式，先让华侨把伞带出去，顺利地打开了外销的路。后来，有外商找上门了，他摸清了网络，自己设批发公司。再后来，他们以集团的名义和外商合资办贸易公司，直接从事进出口业务。先后在美国、巴西、波兰、香港等国家和地区建立了自己的销售网络。

每个大的举措，邵奇星总是想了又想，反反复复地想，想到最后总是“异想天开”：自己以最小的成本获得最大的利益，并且还要让合作者有利可图。

他分析，世界制伞王国，上世纪 60 年代在日本，70 年代在台湾，80 年代在徘徊，90 年代在中国大陆，这是劳动密集型产业生产基地变迁的必然趋势。我们一定要抓住这个时机，顺趋势而动，大搞雨伞基地建设，发展规模效益，提高竞争力，力争在最短的时间内，让温州成为世界制伞基地——生产中心、销售中心、信息中心。1996 年，温州市商委决定，将海螺集团的原上级部门——温州市商业工业公司撤销，其下属的九家企业一并划归海螺集团名下。

邵奇星并不满足于“制伞王国”的建设，他总是在不断超越自我，不断培育新的经济增长点。

他在建设‘制伞王国’的同时，又投入亿元资金，建立高科技高档酱油、血液制品两大生产基地。引进日本高盐稀态发酵工艺，生产高品质酱油。与浙江省血液制品所合资创建海康生物公司血液制品生产线，生产人血蛋白等高科技生物制品。如今已经建成了制伞、调味品、生物三大生产基地。

邵奇星还不满足于生产和贸易。1998 年，在浙江省和温州市政府的参与下，海螺集团参股创建了海外投资实业总公司，在世界第五大城市巴西的圣保罗，开办了浙江第一个海外市场——巴西‘中华商城’。

人们回顾海螺的发展历程，惊奇地发现，它从一个快要倒闭的集体制伞小厂，已经发展成为跨行业、跨地区、跨国的集团公司，年产值由 35 万元向 10 亿元迈进。

邵奇星像一只兼具哲学思维和商业智慧的猎鹰，总在商海大潮里巡遨不已，总是在寻求最佳商机，他甚至组合了各种体制的最优之势为我所用。最有传奇色彩的大手笔就是跨所有制兼并和托管、创建海外商城。依他的思维惯性，他绝对不会行止于此。

第二节　多样化的市场经营

一、繁花似锦,气势磅礴

从改革开放初始到 1985 年，温州大大小小、各种各样的市场共有 417 个,其中专业市场就有近 120 个，尤以十大专业市场闻名全国，它们是：永嘉县桥头镇的钮扣批发市场，苍南县宜山区的再生纺织品市场，乐清县柳市区的五金电器市场，苍南县金乡镇的徽章、标牌市场，平阳县水头区的兔毛市场，瑞安县仙降区的塑革鞋市场，瑞安县塘下、莘塍区的塑料编织袋、松紧带市场，苍南县钱库区的工业小商品、农副产品综合市场，平阳县肖江乡的塑编市场，乐清县大荆区东林乡的布料市场。另外，乐清县虹桥区的虹桥农贸市场是浙江省四大综合性农贸市场之一，其规模也相当大。总观当时温州的商品市场情况，真可谓气势磅礴、色彩斑斓，完全可以用下面七个字来概括:多、高、广、细、廉、大、快。

多，指当时温州市场的数目极多，参加交易人数众多，商品品种繁多。温州九县二区，除了位居山区的两大穷县——文成县和泰顺县外，其他各县各区各乡各镇差不多都有规模和形式不等的市场，即使文成和泰顺也有一些大小不一的集市。上面提到的市场个数还是一个大致的估计。每天在市场上参加交易的人数数以万计，仅以十大专业市场统计，每个市场日上市人数少则几千，多则数万人。除了坐店(摊)者外,还有大量的饮食、旅馆运输等等配套行业的个体经营者参与其活动。光一个桥头镇，私人经营的机动三轮车和面包车就有 150 多辆,来往接送出入市场的人员；个体开业的旅馆有 45 家,饮食店 53 家，从这里也可以看出参与市场交易的外来人员之多。温州不仅专业市场众多，而且每个专业市场的每一种特色商品，也都有几百上千个品种。如在柳市区低压电器市场，就有各种型号和规格的交流接触器、电流互感器、自动空气开关、电机节电器、电机断相保护器、微动开关、讯号灯、指示灯、行程开关等等,共有 1200 多个品种。外地国营商店的一批供销人员是这么评价桥头钮扣市场的：“我们虽千里万里好不容易来到这儿，花了很

多差旅费，但能在一小时内就采购到国内现有的各种规格、花色的钮扣，而且人一回去，货也到手，相比之下经济上还是很划得来的。”这句话充分点出了温州专业市场在商品品种、规格上的规模优势。

高，指温州专业市场的销售额相当高。1984 年十大市场成交额达 9.55 亿元。据苍南县钱库区综合商品市场统计，1985 年的成交额就达 1.1 亿元，比 1984 年增长 31.7%，超过了当地的社会商品零售额。比如钱库镇内的商店、摊点，人均年销售额在 5 万元以上的，就占到 30%以上。有一家永生百货商店，从业人员只 4 人，年销售额竟达到 72 万元。

广，即温州专业市场的辐射面相当广。十大市场中有七个是销售面遍布全国各地的，其余三个也都辐射至广东、福建和华东、华北各省。可以说“面向全国、远程贸易”是温州专业市场经营的一大特点。比如苍南县金乡镇的徽章、标牌市场中新兴的涤纶商标生意，正以迅猛之势向全国各地扩展。在一个很普通的涤纶商标的小摊上，就可惊异地发现为北方的丹东、南方的广州、西南的云南以及上海等地的大中小工厂定制的各种商标样品。桥头钮扣生意也早已做到了“中南海”。

细，即温州专业市场的分工相当细密。一个市场上，从远程购料、组织生产、收进成品、整理包装到坐店设摊、推销商品甚至发送业务信件等等，都有人专司其职。市场上各方经营者配合默契，通过自然形成的分工协作，把每一个市场组织得井井有条，使温州的工业小商品和农副产品的流通渠道畅通无阻、流转迅速便捷。在永嘉县桥头镇，每天有 1000 多名采购员到各地进货；再有一批人对购进的钮扣进行整理包装，分成 500~1000 粒装，送到镇内市场的各个摊位，然后由 1 万多名本地和外地的推销员随意选购，并由他们到全国 29 个省、市去推销。

廉，就是指温州专业市场经销的商品价格极其低廉，单位利润十分菲薄。温州专业市场这个特征既同家庭工业的生产经营特点密切相关，也得益于商品周转环节的短少和灵活。专业市场上单位商品的销售利润甚至以分、厘、毫计，卖一袋 100 公斤重的白糖只赚五角至一元；金乡的涤纶商标，每一立方厘米仅得几厘钱的利润。有些市场的某些小商品售价甚至比本地的国营商店和供销社还要便宜！

大，温州专业市场的商品售价如此低，但市场成交额却那样高，这是专业市场经营上的又一大特点，即薄利多销，每笔生意批量大。像宜山的再生腈纶衣裤市场，都是几十打地批发的；桥头的钮扣市场，购销专业户一人一次贩运就是上百万颗钮扣；钱库的综合商品市场，专业大户做大吞大吐生意，一次购进就是几百箱味精、几十袋白糖，几天时间便销售一空。

快，即指温州专业市场的商品销售快，资金周转快。利润与资金周转速度是成正比例的，专业市场贩销速度之快，也是惊人的，远超过国营商业。如桥头钮扣市场的资金周转，一般每月周转 2 次,快的只有 10 天，甚至只要 5~6 天,而国营商业资金周转一次 2 个月左右还算是快的。钱库市场的流动资金周转期为 25~30 天，比当地国营商业要快 3 倍左右。快速度的贩销，弥补了微利经营，取得了较好的经济效益。

二、八仙过海,各显其能

在 20 世纪 80 年代，温州农村的市场不仅形成基础不一，而且发挥的功能也不同。若按温州市场的功能来划分，又可以分为如下三类：

一、产销连接型市场

这类市场从功能上来说，就是在一个交易场所将当地家庭工业生产与流通连接起来。通过产销连接型市场，既使温州家庭工业所需的大批原材料，特别是来自全国各地的边角余料进入生产领域，又使家庭工业的大批产品经过批零销售得以实现价值。

产销连接型市场在温州是比较普遍的。有着昔日穷乡僻壤、今日“金子之乡”美誉的苍南县金乡镇的徽章、塑片、薄膜市场就很典型。和宜山一样，金乡也有手工业的历史传统,家庭小五金业有一定基础。“开放”“搞活”政策实施以后,昔日的家庭小五金业转向再生铝制品和再生塑料制品的专业生产。现在，在家庭工场柜(摊)上的商品,虽然也可零买,但主要是供各地来的采购员看货定样的。采购员中不少是来自全国各地或者是买了样品带回去以备将来定货，多数是当场和厂主讨价还价、批量订货、立地成交。而大量的家庭作坊、工厂生产所用的边角废料,以及作为后一道工序投入的前一道工序的半成品，则是由市场上的几千名购销员供应。由此可见，生产和销售，首先在作为经营活动的最基本单位的家庭中得到了结合，然后在此基础上形成了全镇范围的产销连接。 1985 年,金乡全镇卷入专业生产和销售的人员达 5000 多人，交易额共计 4100 万元。

其他比较著名的产销连接型市场，据 1985 年的不完全统计，还有从业人员(包括产销两部分)67000 人、交易额达 12 亿元的宜山再生纺织品市场；从业人员

需要全本请访问 www.ertongbook.com

50000 人,交易额达 1.7 亿元的柳市五金电器市场；从业人员 8000 人,交易额 3100 万元的仙降塑革鞋市场；从业人员 30473 人,交易额达 1.2 亿元的塘下、莘塍塑料拉丝编织品市场；从业人员 5400 人,交易额 4800 万元的肖江塑编市场等。它们占了十大专业市场中的六个，吸纳了 16 万多名从业人员，交易额共达 5.23 亿元,从中足以看到整个温州模式的基本特点。

二、集散型市场

这类市场的功能是起到商品在一定区域里的集散作用。通过集散型市场，使温州的经济发展与全国的物流和商流密切结合起来，使温州农村的商品生产向更广阔的规模和更深的层次发展。

在温州十大专业市场中，平阳县水头兔毛市场和乐清县东林乡的布料市场等，都属于集散型市场，另外苍南县钱库区的综合商品市场也应归入此类。比如，水头兔毛市场是 1984 年以后崛起，一支上万人的兔毛购销队伍，分散在全国各地把一家一户、一斤一两的零星兔毛收购得来，运到水头兔毛专业市场交易，真是“取全国兔毛,集水头之交”,已成为国内兔毛的重要集散地。

乐清县大荆区的东林乡，称得上是一个“无形”的集散型市场。该乡农民远在清朝年间，就有一套经营土布的经验。解放后，这一行业也仍在继续，只是在十年动乱期间被迫中断。党的十一届三中全会后，东林农民重操旧业。 1980 年,该乡农民周小义得悉绍兴地区乡、村办的各类织布厂 100 多家，生产了大批涤纶布长期积压,急于推销,于是,他就在绍兴的柯桥购了一批涤纶布,运到北方农村试销,结果深受欢迎，获利不少。消息在本乡不胫而走，产生了强烈的示范效应，许多人都到萧山、绍兴一带，为那些乡、村织布厂当推销员，从此东林乡农民的卖布业在历史基础上得到了更大的发展。现在，东林乡有 5 千余人即占全乡人口约一半的农民外出从事卖布和服装加工业，其中有全家出动的、父子同路的、夫妻相随的、兄妹同往的、姑嫂同行的，足迹遍布全国各地，一年交易额达 3000 多万元，净利润 500 多万元，把浙江乡镇企业生产的大批布料，集散至全国各地。东林布料市场虽然也是温州的十大专业市场之一，但是它没有一个固定的场所，而是由 5000 多名购销员和 3000 多万元交易额所组成，卖布的农民成了这一“无形”市场的“载体”。

三、产销连接和集散型市场

这类市场是集产销连接和商品集散功能于一身，既能衔接当地家庭工业的生产与销售的关系，又是此类专业商品的全国或区域的集散中心。在十大专业市场中，桥头钮扣批发市场就是此类市场的一种典型。它的起源，前面讲过是由于外出

劳务人员的意外发现所引起的桥头钮扣批发业的兴起，一开始只是作为一个纯集散型的市场。以后，随着市场的发展，桥头人对钮扣交易的精通熟悉，逐步由纯粹经销发展到自己生产，而且，很快地在钮扣的花色规格上比内地城市的有些工厂还略胜一筹。从此，由集散型开始的桥头市场，现在摆出了本地厂家生产的花色钮扣，从而转为一个产销连接和集散结合型的市场。

第三节　面向21世纪—坚定、清醒、有作为

新的时代，新的机遇，任何时候，浙江人心中都默默地将“坚定、清醒、有作为”作为自己行动的指针，这也许就是“浙江精神”的延续……

一、自强不息的奋斗精神

浙江人一旦确立奋斗目标，就会自强不息坚持不懈地奋斗，这是浙江人民的优秀文化中的传统。古代的吴、越之争，越国战败，越王勾践‘卧薪尝胆’，‘十年教训，十年生聚’，锐意改革，积蓄力量，奋发有为，最后灭了吴国，取得胜利。浙江人的这种不达到目的不肯罢休、矢志不渝的精神，虽然在不同的历史时期及其社会条件下，自强不息的奋斗精神有着具体各异的内容，但它的基本内容和本质是锐意改革、百折不挠、艰苦奋斗。

改革开放以来，这种不畏艰险、奋发有为的精神鼓舞着浙江人民不等不靠，锐意改革，努力奋斗，闯出了一条脱贫致富的道路。二十多年来，浙江人民埋头苦干，自强不息的执著追求，谱写了一曲曲的赞歌就是丰富的例证。他们在现代化建设的崇高理想激励下，认真对待前进道路上的各种各样困难和问题，知难而进，积极进取，勇往直前。为了实现建立社会主义市场经济体制的宏伟目标，他们吃苦耐劳，敢于拼搏，经受着各种各样的考验和磨炼。通过一次次的改革试验，探索出在社会主义制度下搞市场经济新路子。理顺产权关系，探索以股份制为国有企业实现所有制形式、转换经营机制的有效模式；着力培育包括消费市场、生产要素市场以及产权、保税生产资料市场在内的比较完整的市场体系；按市场经济要求，改革经济管理体制；实行按劳分配与生产要素分配相结合的分配原则，初步建立多层次的社会保障制度等等。浙江的乡镇企业孕育于市场，从它诞生起，面对的是一条坎坷曲折的道路，但浙江人一步一个脚印，脚踏实地干下去。农民企业家们埋头苦

干，办厂经商，闯荡天下，正是靠着这种自强不息的精神和对市场经济的特有的敏感，把乡镇企业推向市场，积极参与市场交换和竞争，并日益发展壮大。至 1997 年底，全省有各种所有制形式的乡镇企业 93 万家,职工 786 万人。在全省工业经济中，乡镇企业“五分天下有其四”，成为农村经济的主导力量和国民经济的重要支柱。

要自强不息，就要有坚忍不拔的意志、锐意进取的精神状态和行为品质。浙江改革开放的历史已经确证，每一家成功的企业，每一位富有成就的创业者和企业家，都有一部可歌可泣的创业史。浙江企业家为了求得市场经济发展的一席之地，他们‘想尽千方百计,走过千山万水,说遍千言万语,历经千难万险”,在创业的过程中，严酷的竞争环境迫使他们艰苦奋斗，不怨天尤人，不灰心丧气。“雅戈尔集团’和‘飞翔集团’都是靠着这种坚忍不拔的精神,艰苦创业,使一些小企业发展成为富有名气的大企业。雅戈尔集团从 2 万元知青安置费开办的乡镇小厂，经过艰苦努力,成为拥有 15 亿元净资产、26 家经济实体、销售 23 亿元、创利 2.08 亿元的亚洲最大、最先进的衬衫和西服生产基地。飞翔集团的“方太之路”也靠的是坚忍不拔的精神，飞翔老总从不言败，面临创业的艰辛，他有时真想哭出来，也想撒手不干,但‘飞翔人’对于认准了的事,绝不半途而废。他们心里憋足了一股韧劲,硬是在夹缝中闯出一片新天地，从原来的小企业，发展成为拥有亿元资产、1000 多名员工、产值超 3 亿元的“全国文明乡镇企业”。事实已充分表明，没有雅戈尔人、飞翔人的坚忍不拔精神，就没有今天的雅戈尔集团、飞翔集团的辉煌。

二、崇尚工商的事功精神

长期以来，浙江形成了比较浓厚的区域商贸文化传统，其显著特点是注重功利，讲究实际，重视工商。唐宋以来，工商业有较多发展。浙江学者强调义利合一、理欲相容,特别是注重工商。南宋哲学家叶适讲究‘功利之学”,主张‘通商惠工”,反对传统的重本抑末论,认为‘抑末厚本,非正论也”。袁燮提出‘食货为本’的论点。黄宗羲的“工商皆本”思想也是在这些文化底蕴下产生的。浙江人民素有务工经商传统，宋代以来商品经济发达，商业性农业、城乡手工业、集市贸易和市镇的发展均居全国前列。明末清初，在纺织业与航运业还出现了资本主义萌芽；近代以后，宁绍商帮崛起，更在我国经济发展中起着举足轻重的作用。

浙江人民历史悠久的商品意识，鼓舞着一代又一代的浙江人。浙江的乡镇企业随着商品经济的出现而萌芽，在市场经济条件下不断发展、壮大，浙江人民把这种传统精神充实了新的内容。他们确立了大市场、大流通、大生产观念，敢于面对市场竞争。乡镇企业孕育于市场，从它诞生时起，就走上了一条“以市场为目标、以市场求生存”的发展道路。正是靠着对市场经济的特有的敏感，把乡镇企业推向市场，积极参与市场交换和竞争。以市场为导向，根据市场需求及其变化特点，不断调整和优化产业结构，从而带动着销售和专业市场的发展，义乌的日用小商品、绍兴的纺织面料、嵊州的领带、柳市的低压电器、宁波的服装、温州的皮鞋、海宁的皮革制品、永康的五金制品等，形成了较大规模的专业市场。涌现出宁波“雅戈尔”、“杉杉”、“帅康”,温州的‘正泰’、‘德力西’电器及‘奥康’皮鞋等一批在国内外市场有一定知名度的名牌产品。 1999 年全省各类商品专业市场有 4347 个，成交额达 3600 多亿元，已连续九年位居全国第一。以区域性专业批发市场为骨干，以遍布城乡集贸型市场为基础的商品交易市场在全省已初步形成，成为浙江改革开放的一大特色。

三、博纳宽容的兼容精神

强调重视人与自然、人与人和谐统一的中国传统文化，决定浙江人民自古以来博纳宽容,表现在群体的团结,对外的兼容。“甬上四先生”之一的舒磷的思想以象山学说为宗旨,但他兼有各家观点。全祖望称他‘广平尝切磋于晦翁(朱熹),讲贯文献于东莱(吕祖谦)”。沈焕兼综各家,“沈氏之学,实兼得明招(指吕氏)一派”,对陆门以外的其他学派，持宽容兼蓄的态度。阳明心学也是兼采佛老的思想元素。在近代，浙江成为接受西方文明的前沿，不仅学习西方的科技文化，而且也把浙江介绍给世界，这种中西文化交流虽有曲折，但毕竟有利于浙江的近代化。

兼容精神还表现在外向开放。由于浙江人多地少，且偏于一隅，一批有战略眼光的浙江人为开拓生存空间，或实现自己的人生价值，形成了强烈的向外拓展的冲动。浙江商帮遍布全国各地，为近代中国经济发展做出了卓越贡献。考察中国近代经济史，浙江商人的足迹遍及全国。上海崛起时，浙江商人约有 20 多万人,从事钱庄、航运、棉纱棉布、五金、颜料、茶叶、丝绸等业。

在长期的发展中形成的兼容精神，促使当代浙江人善于吸收外来文化。这一开放精神正在被现代的浙江人所继承和弘扬。他们在改革开放中善于学习各国先进经验,博采众长。善于利用国内外市场,获得生产所需要的资源、技术和人才。飞跃集团生产缝纫机所需要的主要原料来自国外，长城皮鞋厂请意大利一流的设计师设计，万向集团致力于本土化管理，“用洋人的资源，做洋人老板，赚洋人的钞票”。浙江籍企业家更是大力吸收西方管理文化中的“合理内核”，创造出富有特色的现代企业家精神。

不仅如此，浙江人民在党的十一届三中全会路线指引下，对外开放不断向纵深方向发展,取得很大进展。形成了以杭州、宁波、温州等沿海开放城市为先导,以八个国家级开发区和 50个省级开发区为主体的，辐射全省的开放格局。对外开放取得好的成效。1999 年，外贸总额达 183.1 亿美元，进出口经营企业超过 9000 多家,出口商品 2000 多种。全省累计外资项目 17 万个，协议利用外资 220 亿美元，实际利用外资超过 100 亿美元。

四、注重开拓的创新精神

创新是民族进步、国家兴旺发达的不竭动力。创新有两个层面。一是敢冒，敢闯，敢为人先，敢于探求；二是要尊重客观规律。中华民族自古以来就有创新精神。浙江学子富有骨气，敢于创新，不崇尚权威，不墨守陈规，具有冲决网罗的精神气概。在南宋，面对占统治地位的程朱理学，叶适和陈亮强调学术与事功的统一，力倡‘事功之学’。明中叶以后产生的阳明心学,更是对传统儒学进行改造,反对拘守经典,提出‘吾心之良知,即所谓天理也’,极大地弘扬了人的主体精神。明末清初浙江出现了启蒙思想大家黄宗羲，对封建制度、伦理进行了猛烈抨击。近代的龚自珍、章炳麟更具有创新精神,龚自珍为改革决心冲破‘万马齐喑’风气,这种精神一直延续到今天。

在新时期，浙江人民把注重开拓的创新精神运用到改革实践之中，把解放思想、更新观念、制度创新融为一体。千百万的浙江人继承先人的开拓创新优良传统,打破高度集权的计划经济年代留下的旧观念,以‘三个有利于’为标准,成为市场经济大潮中的弄潮儿。他们解放思想，破除阻碍生产力发展的旧体制，适应市场

需要全本请访问 www.ertongbook.com