

浙江商帮的创富群像与文化镜像

周明宝

(浙江外国语学院, 浙江 杭州 310012)

摘要: 古往今来, 世界各地的商业竞争归根结底是商人的竞争, 是商业文化的较量, 是商业伦理价值观的博弈。浙江商业文化是农业文明与海洋文明的有机组合, 开放前沿赋予了浙江人经商的天然土壤, 重商崇儒、工商皆本的思想观念不断激活着民间商业行为。在各种商贸实践中, 浙江商人逐步由散而群, 由竞而合, 在历史上形成了若干区域性商业帮群, 成为推动浙江区域经济发展的基本力量, 缔造了浙商创富传奇和浙江经济奇迹。面对全球金融危机的“倒逼”考验, 当前, 浙江经济进入经济田径场上的“弯道”区间, 迎来了转型升级的调整时期, 网络经济和以文化附加值提升为目标的文创产业在浙江蓬勃发展, 新经济特征显山露水, 浙江商业文明在传承中有机发展。

关键词: 浙江商帮; 创业创新; 商政化; 商业文明; 传承; 文化镜像

中图分类号: G432.6 **文献标识码:** A **文章编号:** 1672-4129(2014)02-0016-06

中国历史上长期处于农耕社会, 近代才系统地进入商业社会, 但是民间的商业实践却年代久远。中国商人在历史上还形成了“商帮”这种特殊的经济形态, 这种以地域为中心, 以血缘、乡谊为纽带, 以“相亲相助”为宗旨, 以会馆、公所为其在异乡的联络、计议之所的一种既“亲密”而又松散的自发形成的商人群体, 形成了组织化的社会力量, 有力地扩大了商人群体在当时经济社会发展中的社会声望和影响。在今天, “商人”进一步泛化为个体以自己名义专业从事商品交易或商业活动的人, 各区域性商帮也历经着兴衰更替, 在市场经济中勇立潮头的商人群体, 已发展成为推动社会经济发展的中坚力量。

一、传奇创富的浙商群像

浙江省地处中国东南沿海长江三角洲南翼, 背山靠海, 内陆与海洋的相互交融, 使得浙江人既有农耕社会的勤劳朴实, 也有开放创新的海洋特性。“东南形胜, 三吴都会, 钱塘自古繁华。烟柳画桥, 风帘翠幕, 参差十万人家……”北宋柳永的词作生动描绘了江南城市的繁花似锦。历史上浙江是河姆渡文化的发祥之地、春秋时期的吴越争霸之地、明清以来的江南鱼米之乡, 新中国改革开放以来的市场经济先行区。一代代勤劳智慧的浙江人延续着繁荣富裕的梦想, 创造出各个时期的商业传奇。

(一) 由散而群, 浙江商帮享誉四方

浙江商贾风尚源远流长。据《史记》记载, 中国最早的大商人范蠡就是战国时期越国的名臣。在封建社会历代王朝里, 浙江商人一直是商品贸易的活跃群体。近代以来, 浙江人身处中西汇通前沿, 得风气之先。开放前沿赋予了浙江人经商的天然土壤, 农商并举、工商皆本的思想观念不断激活着民间商业行为。在各种商贸实践中, 浙江商人逐步由散而群, 由竞而合, 在历史上形成了三大商帮——宁波商帮、龙游商帮、南浔丝商竞风流的格局^[1]。宁波商帮以“无宁不成市”与“稳健大气”而著称, 龙游商帮以“无远弗届, 遍地龙游”与“诚信经营”而闻名, 南浔丝商以“四象八牛七十二金狗”与“贾而好儒”而称绝。若干区域性商业帮群, 成为推动浙江区域经济发展的基本力量, 缔造了浙江经济发展和商业文明的历史成就。

(二) 创业创新, 当代浙商缔造传奇

改革开放以来，地处沿海的浙江商人，勇立潮头，大力发展民营经济，一跃成为中国经济高速发展的生力军。他们八仙过海、各显神通，将家庭作坊衍生为现代私营企业，在多样化的经营中派生出各具特色的现代产业集群和专业市场，在块状经济的有机发展中衍生出特色鲜明的产业带和都市圈。

一代勤劳人，画出浙商脸谱；两只万能手，垒起半壁江山。当下，民营经济在我国经济结构中“三分天下有其一”，浙江是民营经济大本营，当代浙商是民营企业的集合。浙江民营经济占全省 GDP 的 70% 以上。以民营经济见长的浙商的崛起，改变着中国的经济版图；600 万省外浙商在中国乃至全球创业，在国内外林立的浙商分会，成为那些远离故土、异乡创业的各地浙商的娘家，当代浙商群像，形成了一种独特的经济和人文现象。在历年的全国民营企业 500 强排序、福布斯财富排行榜以及各类慈善纳税榜中，浙商以及他们领导的企业都稳居全国前列，当代浙商的创富能力使其赢得了“中国第一商帮”的美誉，“鱼米之乡”的浙江是名副其实的“老板之乡”。

（三）企业实践，“四千”精神成就灵魂

改革开放的阳光雨露，全面激活了浙商的“文化基因”，在丰富的商业实践中，当代浙商内在自成了富有区域文化特质的群体特征。义乌货郎担挑出“世界超市”、包天包地温州人、长袖善舞新甬商……凭借着“走遍千山万水，讲遍千言万语，想尽千方百计，吃尽千辛万苦”的“四千”精神，当代浙商以勇气、智慧、汗水和担当，创造了一个又一个传奇的“浙江现象”，这种现象成为“自强不息、坚韧不拔、勇于创新、讲求实效”的浙江精神和“务实、守信、崇学、向善”为内涵的当代浙江人共同价值观的鲜活写照。当前，金融危机考验着全球经济，浙江经济进入转型升级的关键时期。浙商审时度势，千方百计提升品牌、千方百计保持市场、千方百计自主创新、千方百计改善管理，以“新四千精神”引领着企业发展，为建设“物质富裕、精神富有”的现代化浙江注入强劲动力。

二、重商崇儒的浙商文化

浙江工商业的长久繁荣并不是无源之水、无本之木，一代又一代在崇文重教、重商崇儒环境下成长的“浙商”是支撑浙江经济发展奇迹的有生力量。“浙商”不仅仅是一个商业现象，更是一个文化现象。文以载道，化为天下，“文化基因”注入经济文明，造就了历史上浙江商帮的传奇故事；“义利兼顾”的“事功”文化观，也伴随着一代又一代浙商群体的商业实践，派生出耦合于市场经济时代的商业文明，重商崇儒成为浙商创富的文化力量。

（一）传奇商圣的经商法则

在中国古代茫茫商海，浙江出现了许多商人典范。其中最著名的就是被称为商圣的范蠡和胡雪岩。陶朱公范蠡，一生不仅做到了“君子生财，取之有道”，更有一股侠商的气概，重商而不耻言利的陶朱遗风启蒙了浙商的商业实践，胡雪岩坚持义利相统一，一生诚信经营，坚持把道义放中间，利益摆两旁；由此，他们都成为了千古称颂的君子商人。如今，这种商道品质，汇流于中国传统优秀文化的精髓，代代传承，历久弥新，惠泽万民。

（二）扶商的儒脉和崇儒的商贾

源远流长的儒家文化滋养着浙江商人。历史上，浙江基本上远离中央集权的政治中心，同时交织着海洋文明与农耕文明的双重性，浙江文化由此有着开放性和包容性的区域特色，浙江人把儒家思想与商业文化融合起来，形成了崇文重教、崇尚儒学、重商亲商的传统，成为儒商摇篮。浙江的思想先驱们又立足浙江生活实际，逐渐提炼并自成了一种学术精神——浙学精神——求实、批判、兼容、创新。在北宋时期，这些价值观念与“儒学思想”交汇，产生了“新儒学思想运动”，这一思想在浙江中、东部一带传承过程中，形成了一股具有鲜明反经学与理学倾向的革新思潮；南宋以后兴起于浙东的事功学派（主要以陈亮为代表的永康学派、以吕祖谦为代表的金华学派和以薛季宣、陈傅良、叶适为代表的“永嘉学派”）就是浙江重商文化的代表。他们

崇尚并传播“通商惠工”、“义利并存”的“事功”文化价值观。

商帮文化承载了悠久深厚的浙江商业文化精髓。在浙江这块土地上，从范蠡的“散财济民”、王充的“实事求是”到陈亮的“义利双行”，从叶适的“崇义养利”、“以利合义”到黄宗羲的“工商皆本”，从经商致用的“永嘉文化”到胡庆余堂承续百年的“戒欺”祖训，再到蔡元培的“兼容并包”，无不展示了浙江深厚的崇儒商业文化底蕴。在今天市场经济的大舞台中，浙商与浙东事功学说的精神文化一脉相承，把自己打造成集经济人的理性计算、社会人的责任反哺、文化人的人本观照的强大现代商业群体。冯根生与正大青春宝国药传统坚守、鲁冠球与万向国际化思维、马云与阿里巴巴电子商务理念、宋卫平与绿城房产文化特质……当代浙商将儒家思想学说融入企业经营管理中去，经济文明与儒家文化的融合发展，使浙商发展成为有口皆碑的品质浙商。

（三）慈善反哺与企业发展的社会责任

慈善是浙商承担企业社会责任的原始方式，研究者徐忠友认为，浙商参与慈善等公益活动由来已久，他们自古就有守信济贫的优良传统^[2]：如宁波商帮有着近百年的诚信经营传统，他们以“宁可做蚀、弗可做绝”、“诚招天下客、信誉值千金”等经营格言，长期建立了可靠的商业信誉和信用制度，使宁波商帮的盛誉名闻海内外。

近代中国，浙江商帮充分施展对国家和民族的积极的政治情怀，纷纷创办民族企业，进行实业报国，推进了民族工商业的发展。建国以来，浙商秉承中国传统儒商精神，坚持“义行天下”的社会意识和社会责任感，以实际行动支持公益事业，回报社会。宁波商帮中的影视巨子邵逸夫是浙商群体中乐善好施的杰出代表。他于 1973 年在香港设立“邵氏基金会”，30 多年来，在大陆不遗余力地兴办教育、卫生和文化事业，造福炎黄子孙。

浙江经济是民办、民营、民有、民享的民本经济。融入市场社会的现代浙商在企业经营实践中，更加注重实现自我价值和责任的和谐统一。时下，绿色生产、品牌认证、社会责任……这些表征企业社会责任的行为成为浙商致富思源、富而思进的社会价值观。从功利到公利、从“浙商”到“责商”，近年来，浙商平衡着财富积累和责任担当的关系，成为社会慈善的主力军。在胡润慈善榜中，浙商始终处于第一爱心方阵。浙商的慈善表现如同浙商崛起的扎堆现象，“责商”群体的慈善行为，激发和带动着整个社会商人道德情操的提升。在 2007 年浙商大会上，3000 多名浙商郑重地在“浙商社会责任倡议书”上签字，共同作出五大承诺：改革创新，做强做大；关爱员工，诚信守法；环境友好，节约资源；扶贫济困，热心慈善；修身立业，传承文明。

三、商业文明推陈出新

浙江商业文化是农业文明与海洋文明的有机组合，当代浙商立足于以血缘为纽带的熟人社会，以家族、村落、乡镇为载体，扩张生发出新的现代商业形态。改革开放三十多年，浙江以一个自然资源匮乏的小省一跃成为 GDP 排名全国第 4 位的经济大省和强省；崛起于改革开放社会生态中的当代浙商，发端于草根，燎原于市场，做强于民企，闯荡于天下，推动着商业文化的现代化。基于灵活的创业机制，和谐的创业氛围，浙江大地创业风潮迭起；短短几十年，以吉利集团为代表的浙江民企跻身于世界 500 强，成为全球资本市场里耀眼的新兴企业明星。

20 世纪 90 年代中期，新技术革命引起了经济增长方式、经济结构以及经济运行规则的变化，在经济全球化背景下，世界经济进入信息技术（IT）革命以及由信息技术革命带动的、以高新科技产业为龙头的新经济时代。技术的进步就意味着经济边界的扩展，“浙江制造”引人注目，“浙江制造”任重道远。面对全球金融危机的“倒逼”考验，浙江经济进入经济田径场上的“弯道”区间，迎来了转型升级的调整时期。如何推动浙江商业文化向现代商业文化蜕变与演化，已经是一个不容阻挡的历史趋势。

“浙江模式”的凤凰涅槃，其背后是同质竞争、比较粗放的“小狗经济”如何发展为“大象经济”，块状经济如何向现代产业集群提升，单纯外贸模式如何向企业产业新模式转变，如何进一步推进城乡一体化和公共资源均等化。在这一转型发展过程中，浙江许多企业从承包走向研发，从贴牌走向自主创新，从单纯制造走向发展生产服务业；浙商越来越重视技术更新、品牌发展、产权保护、标准化认证以及管理创新；整装雄起，浙商再出发，以前所未有的勇气和智慧，抢滩着新经济时代的“蓝海”。

（一）浙商进入代际传承新时期

文化是泥土，什么样的土壤生长出什么样的植物。浙江商人汲取儒家思想精华，注重以礼修身，崇文重教，诗礼传家，将儒家经典及其道德规范运用在商业实践中，世代相传，直到现代市场社会。

伴随着企业做大做强，草根创业的第一代浙商迎来向“富二代”让渡掌门人的高峰期。浙江民企大多为家族企业，目前，这些企业处于两代人财富、权力的交接阶段，而如何做好企业传承与转型，成为浙商群体能否可持续发展的重要基础。根据麦肯锡一项关于家族企业的研究结果表明：全球范围内家族企业的平均寿命只有 24 年，只有 30% 的家族企业可以传到第二代，能传到第三代的企业不足总量的 13%，而只有 5% 的企业在三代继续生存。浙江民营企业面临着代际传承的历史性考验。

子承父业，是创业者绕不过的坎。调查发现^[3]，在培养方式上，浙江的企业家较多选择让自己的子女接受国外的教育，有 70% 的浙商表示已经送子女出国或者有此计划，而且出国的年龄越来越小。浙商们往往希望选择精英教育的方式来培养自己的子女，在他们的意识中，似乎只有国外的教育才更适合培养出新一代能力超群的浙商来。

时下，家族企业接班人的培育已经成为了关系到家族企业能否可持续发展的关键问题。对于接班，在分析浙江民企的现状后，浙江大学城市学院家族企业研究所所长陈凌教授提出了“子承父业”的四种模式：

一是子女在父亲的指导下，从企业的底层或者中层做起，达到一定积累后，接手父亲的事业；

二是子女根据新的经济形式和自身能力，在父亲的财力资助下，创办新企业；

三是集体接班性质的，多个有能力的后代同时接手子公司，各掌一方，最后由市场来选择；

四是子女继承了父亲的财富，但企业经营权交给职业经理人，这种属于托孤式。

经济学家钟朋荣认为，要管理好本家族的企业，应采取“传、帮、带”的方式，要像师傅带徒弟一样。子承父业是民营企业一个重要的优势，也是一种重要的激励机制。^[3]笔者认为，浙江企业传承的本质不是简单的财富与资产交接，而是通过创业精神、核心价值观和优秀商道的传承发展；要加快建设现代企业制度，推动新生代企业家在岗位历练中由“富二代”成为“创二代”。

传统商业文化向现代商业文化的蜕变与演化，已经是一个不容阻挡的历史趋势。浙江民营企业能否顺利传承，关键是新生代企业家的素质和能力。当前，要加大新生代企业家培养力度，努力引导和培养他们成为“政治上有方向”、“经营上有本事”、“责任上有担当”、“文化上有内涵”的新生代企业家，让草根一代开创的浙商文化基因薪火相传，血脉延续，推动浙江民企财富大厦基业长青。

（二）网络新贵掀起消费革命

浙商文化的与时俱进，其最大的一个表现就是他们对现代信息的渴求。生活在信息流中的新浙商开始积极探索创新，走产

业化、信息化、国际化、现代化的道路。表现在浙商文化的影响上，信息产业的发展促成了众多想象力的产生，促进了“后浙商文化”时代的产生。最明显的就是“生活在信息流中的新浙商”的价值观与生活方式的变化。比如，浙江作为全国第二的通信大省，近 30 万的中小企业，其中就有 5 万多的企业建设了自己的网页，如中国化工网、中国纺织网、中国金蚕网、各种网上农业博览会等等，其中仅嘉兴的中国金蚕网通过网上成交的有 200 多个亿。如此高的交流沟通频度展示出新浙商的新变迁和他们的活力，他们从农业文明、草根阶层中崛起的跑单帮，开始成为日理万“讯”、运筹帷幄的现代化职业经理人。^[4]

网络时代的到来和知识经济的兴起，浙江商人不仅在商业和制造业继续引领国内翘楚，在前沿的 IT 领域也涌现了许许多多的知名企业和知名人物。如阿里巴巴——马云，网易——丁磊，盛大——陈天桥，网盛——孙德良，分众传媒——江南春，金山——求伯君等，就是在美国或香港上市的 IT 企业，也有 1/3 以上是浙商。互联网使人们进入了数字化生存时代。反映在生活方式上，电子商务作为以商务活动为主体，以计算机网络为基础，以电子化方式手段，在法律许可范围内所进行的商务活动过程，成为人们新兴的消费生活方式。

网络消费引领人们进入了“拇指文化”时代，其中以阿里巴巴为代表的网商的崛起功不可没。阿里巴巴是由马云在 1999 年一手创建的网上贸易市场平台。2003 年 5 月，阿里巴巴投资一亿元人民币建立淘宝网。2004 年 10 月，阿里巴巴投资成立支付宝公司，面向中国电子商务市场推出基于中介的安全交易服务。2012 年 2 月，阿里巴巴宣布，向旗下上市公司提出私有化要约，回购价格为每股 13.5 港元。2012 年 5 月，阿里巴巴与雅虎就股权回购一事签署最终协议，阿里巴巴用 71 亿美元回购 20% 股权。2012 年 7 月，阿里巴巴宣布调整淘宝、一淘、天猫、聚划算、阿里国际业务、阿里小企业业务和阿里云为七大事业群（号称“七剑下天山”），组成集团 CBBS 大市场。

自阿里巴巴于 1999 年成立以来，基于阿里巴巴价值观体系的强大的企业文化已成为阿里巴巴集团及其子公司的基石。他们在商业上的成功和快速增长，是以企业家精神和创新精神为基础，并且始终关注于满足客户的需求。文化是阿里巴巴的 DNA。如今，阿里巴巴推出的电子商务深入千家万户，即使在互联网建设相对滞后的农村地区，也呈现蓬勃发展的态势。

（三）创意产业引领浙商“智造”

温家宝指出，一个国家，当文化表现出比物质和货币资本更强大力量的时候，当经济、产业和产品体现出文化品格的时候，这个国家的经济才能进入更高的发展阶段，才能具有可持续发展和持续创造财富的能力。^[5]由小生意起家的草根浙商，在传统制造业中积累了一定的原始资本后，开始把目光锁定在“创造”、“智造”上；当前，以文化附加值提升为目标的文创产业在浙江蓬勃发展，新经济特征显山露水。

一般认为，文化与经济生活不断融合，经历着五个发展阶段。

第一阶段：和以农业为基础的经济相对应，是传统文化。它是脱离大众的精英文化，文化艺术主要是少数人创作，同样是少数人收藏和观赏。艺术家们为贵族和皇家所供养。

第二阶段：和以工业为基础的经济相对应，是商业文化阶段。工业革命推动了城市化，并使大量城市下层居民产生文化需求，刺激了大规模复制与传播的现代传媒技术的发展。人类文明进入“商业文化”时代。

第三阶段：和以服务业为基础的经济相对应，是文化产业阶段。涵盖了从电子媒介到互联网以前的发展阶段。19 世纪到 20 世纪，由于电报、电话、广播的发明，纸质媒介过渡到电子传媒，进入“大众文化”时代，并第一次具有工业化的生产形态，形成“文化工业”。

第四阶段：以知识性服务业为基础的经济相对应，是内容产业阶段。它从互联网出现开始，是信息社会第一阶段。20 世纪

80—90 年代以来,“数字化信息技术革命”使复制与传播技术登峰造极,并实现了所有传媒手段技术基础的统一。其最显著特征是:传媒汇流使传媒手段过剩,内容不足,因而使文化产业升级为内容产业。

第五阶段:和以艺术和文化知识服务业为基础的经济相对应,是创意产业阶段。这是信息社会第二阶段。^[6]在当前网络信息社会和读图消费时代,迪斯尼米老鼠、唐老鸭、KITTY 猫和喜洋洋等诸多文化符号证明,一个文化产品在充分传播并成为大众文化偶像之后,它就有着长久的延伸消费功能、广阔的消费空间和可观的消费收益。

上述五个阶段几乎同时出现在浙江省内城乡的很多地方。浙江是制造业大省,又面临着资源约束日趋严峻的形势,这对浙江如何转变经济增长方式提出了现实要求;然而浙江文化底蕴深厚,文化名人辈出,这为浙商将传统产业和文化产业有机融合,推动浙商释放文化新能量,进而步入“思想浙商”的高级阶段奠定了良好的文化基础。2008 年 6 月召开的浙江省委工作会议提出了建设文化产业发展体系的任务,并且提出了“大力发展文化创意产业”的要求,明确在加快建设创新型省份和文化大省的进程中要把发展文化创意产业作为一项重大工作来抓。2012 年省第十三次党代会报告中明确提出:“要把发展服务业作为新的经济增长点和结构调整的战略重点,尤其要大力发展金融、创意、信息、咨询、物流、旅游、会展、电子商务等现代服务业。”在政府的鼓励下,在企业的实践下,浙江文创产业正迎来百花齐放发展的黄金时期。

参考文献:

- [1] 韩永学. 浙江历史上的主要商帮及其经营思想研究 [J]. 绥化学院学报, 2009(1)
- [2] 徐忠友. 浙商在社会责任面前勇挑重担 [N]. 中华工商时报, 2010-10-27.
- [3] 聿敏. 薪火相传,浙商新命题[N]. 钱江晚报. 转引自浙江在线 <http://zjnews.zjol.com.cn/05zjnews/system/2005/01/07/004137673.shtml>.
- [4] 徐龙. 新浙商文化的内涵 [EB/OL]. http://finance.icxo.com/htmlnews/2006/06/02/858266_0.htm.
- [5] 温家宝. 关于发展社会事业和改善民生的几个问题 [J]. 求是, 2010(7) .
- [6] 张晓明, 韩谨. 走向“创意”产业 [J]. 出版参考, 2005, 2(2) .