

后危机时期粤商网络对企业国际化经营的启示*

申明浩

内容提要:粤商对于我国与世界的经贸交往以及对于中国的现代化做出了重大的贡献。然而对粤商的研究还不深入。本文试图从粤商的定义、文化传承、合理性及对中国企业发展的意义等方面,进行研究,以期对国内企业发展提供借鉴。

关键词:粤商 粤商网络 现代意义

一、粤商研究:本土化管理科学理论建设的重要课题

改革开放后,广东商人依靠天时(先行一步)、地利(毗邻港澳)、人和(华侨港澳同胞)之优势,大批

支付。根据事权的划分确定年度预算,该支付多少。

4. 构建生态补偿机制,共同维护人人共享的生态环境。我国特殊的地理地貌构成了祖国大家庭的基础。西部的矿产资源和水资源成为东部赖以生存和发展的基本条件。珠江、长江、黄河等大江大河均发源于西部,上游的环境和对水资源的保护对下游地区的生产和生活起着生命线的作用。一些省域范围内的江河也存在类似情况。我国江河上游地区多是经济欠发达地区,下游地区又多是发达地区,因此,生态补偿机制的建立显得更为迫切和必要。欠发达地区的政府和人民正在谋划发展之路,他们既有生存权,也有发展权,经济全球化给这些地区带来前所未有的机遇,对生态环境的影响乃至破坏将越来越严重。生态补偿和对口支援不同,生态补偿是一种应尽的义务,是对生态保护地区的人民承受牺牲或贡献的一种补偿,补偿者不是“恩赐”,是不允许放弃的责任。对口支援是道义上的责任和政治任务,受援地区和支援地区可能不存在任何经济联系,所以可履行也可以不履行。

生态补偿机制建立的难度很大。一是生态补偿的理论尚不完备,至今理论界尚未形成共识,还存在

现代工商企业应运而生,从发展“三来一补”企业、外资企业到创办个体企业、私营企业,从搞活国有集体企业到探索混合型企业、股份制企业,粤商都发挥了至关重要的作用。

粤商对于中华民族的进步,对于我国与世界的经贸交往,对于中国的现代化做出重大贡献。然而

很多分歧;二是生态补偿标准难以确定。如水资源补偿机制是按照水资源数量还是按水的质量,抑或二者都须考虑;空气质量的测定在技术上已不成问题,但质量好坏不一定完全取决于上游地区,和自然界尤其是大气环流存在非常密切的关系。三是受益对象难以确定。是由下游地区的所有居民承担补偿责任还是由企业承担?四是补偿对象是上游地区的政府还是全体居民?等等。

建议“十二五”期间加强研究和试点。开征生态税,企业按资产纳税,个人按收入和不动产纳税。通过征收生态税建立生态补偿基金,用于提高欠发达地区人民的生活水平。凡生态受益对象明确的地区政府应对生态提供地区的政府签订协议,按照一定的标准给予补偿。

参考文献:

姚慧琴 任宗哲,2008:《中国西部经济发展报告 2008》,社科文献出版社。

魏后凯,2007:《中国西部经济发展报告 2006》,社科文献出版社。

(作者单位:国家发改委国土开发与地区经济研究所)

(责任编辑:吴语)

* 本文为教育部 2009 年度人文社会科学基金“政府控制与终极产权对控股股东行为模式的影响”、广东省自然科学基金博士启动项目“基于控制人类型与制度环境的大股东行为倾向研究”(批准号:9451042001004027)、广东省软科学基金项目“基于粤商网络的市场风险控制系统与广东企业海外拓展战略”(批准号 2009B070300118)的阶段性成果。

对粤商的研究却仍存在极大的空白和巨大的空间。或许是由于岭南文化低调务实的风格,粤商并没有像晋商、徽商那样被媒体和学者高度关注。而长期忽视对粤商的研究,不能不说是我国经济学和管理学界的一大缺陷。

促使社会各界逐渐重视粤商研究的原因主要有两点:(1)20世纪90年代,港澳台及东南亚等地区华人企业取得的经济成就令世人瞩目。世界华人经济对日本的经济地位大有取代之势,华人企业家团体把亚洲经济推向巅峰,并逐渐向西方经济领域扩展。海外华人企业家多半为粤籍商人,粤商的身影遍及世界。(2)20世纪70年代末以来,珠三角地区引领中国大陆的改革开放,一批新粤商脱颖而出,承接了港澳等地的产业转移,迅速建立起一大批产业集群,产品行销全球,家电、IT产品、灯饰等产量占据世界重要份额,被称之为世界工厂,成为世界经济的新引擎。

从学理背景看,粤商精神体现了岭南文化的突出特征,而岭南地区较好地保留和积淀了中国几千年的家文化和儒家伦理。这些文化与伦理对中国近现代企业发展历程起着至关重要的作用,影响着新兴的珠三角企业家群体。“敢为人先,和气生财,利己而不损人”的文化传统熏陶了一代代粤商,保障了粤商不断演绎历经磨难而不断代,游历海外而不衰落的传奇。粤商是一个跨学科的研究领域,涵盖了包括家族企业、跨国公司、公司治理等诸多研究方向。很多典型的粤商为家族企业,繁衍数代而不衰,破除了中国“富不过三代”的魔咒,对我国家族企业的继承问题提供了很好的研究范本;粤商较早走向国门,成功开辟海外市场并实现本土化,成长为著名的跨国公司,值得我国企业走出去和本土化研究方面借鉴;粤商组织经历数代变迁,由传统的家族式经营过渡到现代企业制度,其内外部治理结构的完善是我国公司治理理论和实践的补充。因此,重视粤商在以上方面的研究,可以使人们加深对华人企业组织制度形式与组织行为以及与社会经济制度环境之间的互动变迁关系的认识,可以引发我们去深入探讨中国传统文化规则与现代市场经济规则以及现代企业制度规则的衔接点、结合点,进而从学理上探讨富有效率的中国特色的企业管理模式,从而建立符合中国国情的管理科学理论体系。

二、粤商定义:纷争与统一

如何定义粤商,是粤商研究中不可回避的问题。

目前学者对粤商的定义纷争较多,无法统一。从地理区位划分者认为粤商就是指广东商人,即出生于广东或者籍贯是广东的商人;从广义和狭义划分者认为,广义的粤商泛指所有从事工商业活动的人,狭义的粤商则指以零售业经营者为代表的商贸流通业的投资者或经营者;从时间维度划分者则认为,粤商包含两个时代,一是近代以来在广东创业和经营的人士,二是改革开放以来在广东创业与经营的人士(欧人,2002;王先庆,2007;刘光明,2007;谭建光,2008)。

上述界定均有偏颇,粤商概念不应局限于地域、时间等单一层面,而应是包含地域维度、行业维度和文化维度三个方面。粤商概念应该具有更大的内涵和更广阔的范畴,不能局限于传统商贸流通业,而应与现代产业体系发展同步,涵盖现代工商业的各种业态。所以,首先要认识到粤商不是完全不相关的一群人,而是有着共同点的商人形成一个商帮,这个共同点应该是超越了时间和地域、不限于某行某业的文化和价值取向。所以,粤商的定义可统一为:认同广东文化(岭南文化)的“粤地商人”或“粤籍商人”,包括广东出生和在广东经营,或广东籍贯在外地经营,且价值观与岭南文化呈现高度相关的企业家群体。

三、现代粤商崛起的组织合理性

改革开放30年来,粤商对外经济贸易取得辉煌的成就。广东省进出口贸易从1978年的16亿美元增加到2007年的6340.5亿美元,年均增长23.0%。广东省生产总值约占全国的1/8;财政总收入占全国1/7;进出口贸易总额约占全国的1/3。这一骄人成绩的取得与一大批凭借自己的智慧敢闯敢干的广大粤商分不开。在改革开放的大好机遇中,粤商认清形势,抓住时机,不断发展壮大,成为外经贸的中坚力量,无论是目前广东的各大知名品牌,还是众多不知名的外贸公司、外向型生产企业,他们所实现的6000多亿美元的进出口额足以让粤商赢得世界的关注,长期的贸易传统令粤商充分发挥“广交会”的优势,产品行销全球。可以说,众多粤商成长的历程就是广东甚至中国改革开放过程的缩影。

1.“敬业务实、敢为人先”的企业家精神使粤商专注于主业,先试先行。企业家精神是一个地区企业发展的根本动力,粤商得以代代相传,得益于其独特的企业家精神。粤商受岭南文化影响,与中原文化不同,岭南文化并不认为人们对物质利益的欲望

是可耻的,明朝岭南学者湛若水认为:“惟天生民有欲,欲不必无,亦不能无,为无欲之说者,惑也”。岭南文化强调“执事敬用功,自独处以至于读书酬应”,讲究做任何事情心中都要有一份敬畏之心,把事情认认真真做好,不要在事情之外去寻求什么“天理”,反而耽误了认真做事。这对于培养粤商敬业务实的职业精神可谓大有裨益(程宇宏等,2008)。成功的粤商往往坚持“生意就是生意”,踏踏实实把生意做好就是最大的成功,既不要妄自菲薄地认为经商是一件比读书做官丢人的事情,也不必盲目自大把经商说成是一件崇高神圣的使命。这种敬业务实的精神使得粤商能够专注于商业,而不过分依恋政治,保持了相对的独立性,在历次政治运动中保存了实力,延续了命脉。

岭南山地多平原少,依山傍海的地理环境使岭南人融合了中原的务实传统与海派的开放文化,培育了岭南人坚韧胆大、敢于冒险,追求自由的精神品质。粤商“敢为天下先”的开拓创新精神,使曾经的蛮荒之地成为我国经济发展的龙头。改革开放之后,广东人在市场化观念、意识和行为方面先行先试,灵活变通,充分利用外资,迅速转变了计划经济时代的传统观念,重利务实而敏于行,善于捕捉新兴的高增长行业。从20世纪80年代的轻工业、服装业到90年代的家电业,再到21世纪初的汽车、石化产业、房地产业,粤商往往凭借其敏锐的商业嗅觉和市场洞察力,总能先人一步,占领商机。

2. 地缘优势造就了粤商重振的“前店后厂”模式,引领了改革开放后“中国制造”的崛起。广东毗邻港澳,粤人在港澳多有血亲、同宗、同乡等关系,粤商、港商的同宗同源造就了“前店后厂”的经济发展模式。20世纪80年代的香港已经成为亚洲“四小龙”之一。但是这时香港以低成本为竞争优势的制造业已经遇到东南亚廉价商品的挑战。在改革开放带来的历史机遇吸引下,香港制造业“倾巢而出”,几乎全部转移到珠三角来(谭建光,2008)。香港的产业转移启动了珠三角地区成为“世界工厂”这一声势浩大的历史变革工程。改革开放之初,海外投资者对于国内的投资风险及政策、法律等问题都心有疑虑,香港人的优势是在广东有一个亲友组成的非正式关系网络。基于这种血缘乡亲的商业关系,港商迅速行动,提供了广东启动工业化的必要资金、技术和市场,使广东基本上复制了一个与香港本土相似的制造业体系,形成了香港接单、广东生产的“前店后厂”模式,并被国内其他地区广泛复制。所以,改

革开放后粤商的率先崛起具有历史必然性。

3. 粤商模仿创新、集中成长的模式促进了广东产业集群发展。粤商的发展基本上遵循着“模仿创新”的集中成长策略。改革开放之初,粤商以加工贸易起家,广东企业大量引进国外的先进技术、产品或代工其他企业,累积了必要的资本、管理、技术和营销经验之后,往往选定某种产品进行仿制并做些许改进式创新,获得成本优势或服务优势,并集中资源在该领域与原有厂家展开竞争,逐步形成了外向型的工业体系,在很多产品领域开始逐鹿国际市场,成为世界著名的出口加工基地。

而在当时的短缺经济中,普遍存在着供不应求的局面,没有哪家企业可以独占市场,企业之间的竞争关系尚不明显,而中国大陆的产业传播和扩散路径较多是沿着血缘、亲缘、地缘的关系网络向外延伸的。所以这一时期的粤商企业往往利用集群优势“做市”,形成一系列“专业镇”,一个很不起眼的小乡镇都可能是某种产品的全国甚至全球生产基地。基于中国儒家文化传统的粤商关系治理模式在许多企业被成功实践,大量民营企业形成了“一业带一镇、一业兴一村”的经济格局,一些镇、村从为外商的加工起家,形成了极具竞争力的地方产业集群。如番禺音响器材、石湾一南庄陶瓷、中山古镇灯饰、乐从家具、西樵布市、大沥铝型材等,依靠集群效应扩大市场知名度,吸引客户。这种产业集群形成了一定的正反馈机制:同行企业之间自发维持了开放与竞争的战略关系,价格竞争的压力使得企业在产品质量和技术上不断寻求进步,厂商更加注重满足市场与顾客的需要,有助于提升行业整体素质。

然而,席卷全球的金融海啸导致国际市场急剧萎缩,广东的外向型经济受到巨大冲击,大量外向型企业倒闭,粤商面临着前所未有的重大危机。市场萎缩和成本上升导致粤商经营风险大幅增加,如何破解源自外需减少的粤商经营困局,如何规避层出不穷的市场风险,是一个亟待解决的问题。

四、后金融危机时期粤商网络的价值与共享

藉此危机之际,回顾历史,不难发现海上贸易历程其实不是一帆风顺的,粤商发展始终都伴随着巨大的自然风险、政治与法律风险、市场风险及管理风险,同时粤商也不断通过组织创新与技术创新来规避风险,学习乃至创造科学的经营与管理方法来控制风险,不断发展壮大。强大的海内外关系型网络与流动性产业资本的经营控制偏好是粤商繁衍壮大

的关键。海外粤商对金融业的投资偏好非常明显,这种偏好是海外华人长期面临所在国经济与政治的不确定性的结果,在形势发生剧变,华人遭受突然打击时,只有流动资产是可以随时移动的,控制流动性资产可以保障资产的安全性。而且海外粤商在一些不稳定的政治经济环境中,很难从当地银行借款,只有创办华人银行才能解决关系网络中粤商的融资问题。这种差序格局式的关系型网络有助于形成商业联盟,产生网络外溢效应,帮助粤商在某地域、某产业集聚,迅速扩大市场份额,提升企业整体实力。

粤商网络着眼于经济发展的需要,直接为粤人经济的生存发展服务。这种基于血缘、亲缘、地缘、学缘和业缘形成的商业网络,在世界各地都发挥着巨大作用。凭借中华文化、岭南文化的纽带作用,无论是印度尼西亚、菲律宾、马来西亚、泰国等东南亚国家,还是遍布欧美的唐人街,都能够找到众多杰出粤商的集聚。粤商在工商业经营过程中形成互助互补的关系网络,具有鲜明的民族性、显著的经济性、稳固的社会根基、高度的开放性和包容性以及发展的国际化等特征。世界各地的粤商社团组织也与时俱进,开始注重借助信息时代中信息网络的平台,汇集各地高素质的人才,不断扩大其覆盖面。粤商网络开始从个别国家和地区扩展至全球。各组织既能利用商业网络关系有效地规避某个时期内居住国内政策的限制,或地区性金融危机的冲击,又能适时地占领国际市场,充分体现了粤商网络的规模效益。

粤商不仅在复杂的政治经济环境中得以生存和壮大,并且成功实现了代际传承,百年老字号品牌不计其数,归纳和总结其经营治理模式,不仅可以为国内企业渡过危机提供借鉴,还能够补充和完善我国的公司治理理论,并对于我国民营企业正在面临的继承和守业问题也具有重要的指导意义。研究粤商发展成长历程,与其说是回顾中国家族企业的过去,不如说是在预测当代中国家族企业的未来,因为粤商发展繁衍千年,作为影响近现代中国最主要的商业力量之一,不仅演化时间远长于当代企业,而且走出了一条中国式的跨国经营道路,抗市场风险能力也比较强。据不完全统计,海外华商多为粤籍,亚洲粤籍华商创造的 GNP 超过 3000 亿美元,控制了太

平洋沿岸亚洲部分除日本和韩国之外的每个国家或地区的经济,他们联合在一起所能动员的力量远远超过日本的企业大亨。研究粤商如何成功演化为具有世界影响力的跨国经营集团,对目前中国企业“走出去”战略的借鉴意义非常重大,粤商网络资源同所在国的经济结合在一起并在全世界范围内流动,促进了所在国与世界各国的经济互动,特别是对广东经济与世界经济的融合发挥了中介和桥梁作用(陈卓武,2007)。充分利用好这种社会资本,可以为广东企业开辟新兴市场,化解国际金融危机提供极大的帮助,海内外粤商联动甚至可以为中国企业“走出去”战略的实施另辟蹊径。首先,可以利用海外粤商遍布全球的人脉和营销网络,收集海外市场有用的资讯,以节省时间、精力和财力,还可以借助海外粤商同当地政府的联系获得更多当地企业的优惠政策,选择经济效益好和投资风险小的海外项目。其次,可以由粤商网络为国内企业提供东道国的宏观经济资料、企业成本要素资料,帮助国内企业克服因信息不对称造成的被动局面,及时、准确地获取海外的市场信息,集中有限的优势资本,同海外著名粤商建立战略联盟关系,既有利于学习先进的技术和管理经验,也有利于降低我们的融资成本和财务风险。最终实现以较低的交易成本快速走向国际化的目标。

参考文献:

- 陈卓武,2007:《海外华商网络在广东“走出去”战略中的功能和作用》,《东南亚研究》第6期。
程宇宏 黄鹏燕,2008:《粤商文化研究述评》,《广东商学院学报》第3期。
刘光明,2007:《从中国商业文化看新商帮发展》,《商业文化》第4期。
刘正刚 许云,2005:《粤商与清代泛珠三角经济交流》,《学术论坛》第2期。
谭建光,2007:《粤商发展历史简论》,《广东商学院学报》第6期。
王先庆,2007:《试论现代粤商的个性特征及其对外扩张问题》,《商业经济文荟》第6期。

(作者单位:广东外语外贸大学粤商研究所
国际经贸研究中心)

(责任编辑:李晨)