

● 华东经济

江浙两省经济发展的文化动因分析

——兼论江苏创业富民强省的对策

翟孝强, 傅兆君

(东南大学 经济管理学院, 江苏 南京 210096)

[摘要] 文化是影响经济发展的重要因素, 不同地区有不同的地域文化, 而区域文化对经济发展有全方位、持久的影响。本文分析了导致江浙经济发展差异的历史文化因素, 在此基础上分析了江浙企业家成长环境的不同, 最后提出了促进江苏经济发展的对策。

[关键词] 区域经济; 区域文化; 企业家精神; 江苏、浙江

[中图分类号] F061.5 [文献标识码] A [文章编号] 1007-5097(2006)01-0009-04

Jiangsu and Zhejiang Provinces Economies Development Cultural agent Analysis

—— Concurrently Discusses Jiangsu to Start an Undertaking the Prosperous Commonpeople Strong Province Countermeasure

ZHAI Xiao-qiang, FU Zhao-jun

(School of Economics and Management Southeast University, Nanjing 210096 China)

Abstract: Culture is an important factor of economic development, there is different culture in different areas, and there is omnidirectional, lasting influence on economic development in regional culture. This text has analysed the history and culture factor which causes the difference of economic development of Jiangsu and Zhejiang Provinces, analysed the difference of the growth environment of the entrepreneur of Jiangsu and Zhejiang Provinces on this basis, put forward the countermeasure of promoting economic development of Jiangsu finally.

Key words: regional economics; regional culture; entrepreneur; Jiangsu and Zhejiang province

曾几何时, 人们说: “文化是明天的经济”, 那是就文化力对经济发展的推动和引导作用而言的。德国著名社会学家韦伯就新教伦理与资本主义精神的精彩论述, 使我们深刻地感受到, 无论哪种社会的市场经济发展都洋溢着先进文化的精神气质, 文化也是今天的经济。从文化人类学来说, 人类的一切经济活动同时都具有文化的价值和意义, 先进文化是推动经济发展不竭的精神源泉, 同时又彰显着经济发展的成果。经济与文化本质上是一种共生互动的关系。发展中的区域经济客观需要拥有与之适应的先进地域文化; 而适应社会主义市场经济发展需要的地域文化, 客观上要求人类经济活动讲究开拓创新、不屈不挠、守约诚信、兼济社会的商业文化和道德。在长三角地区的江浙两省有着悠久的优秀地域文化传统, 在进一步改革

开放的今天, 江浙地域文化成为富民创业的重要精神财富。

一、江浙两省经济发展的地域文化差异

受地域文化潜移默化的影响, 某特定区域的每个人、每个企业的行为方式和价值观念都带有地域文化的烙印和特征。江、浙两省经济发展的特征集中体现于以“民本经济”为主要特征的“温州模式”及以“政府行为”为主要特征的“苏南模式”。温州模式的文化渊源是强调个性、功利、竞争和进取的源远流长的永嘉文化; 而苏南模式的传统文化背景是与中原文化联系更密切的强调均衡、等级、集体、和谐的吴文化。

传承永嘉文化的温州人强调个性、个体及个人能力, 表现出较强的独立性及自主创业精神。南宋永嘉

[收稿日期] 2005-09-27

[作者简介] 翟孝强(1981—), 男, 汉, 江苏铜山人, 硕士研究生, 研究方向: 城市经济;
傅兆君(1966—), 男, 汉, 江苏东海人, 教授, 博士, 研究方向: 韩国学。

学派的代表人物叶适（公元 1150—1223 年）的理论精髓是以富民为宗旨的“功利重商主义”，自然人性论是其哲学基础，叶适认为人人都有“就利远害”的本性（《习学记言序目·尚书》），对于人正常的求利之心应当加以疏导，贤人君子都应该成为理财的能手，并且充分发挥老百姓自利的本能，使民自理其财。为此，他主张：第一，农商皆本，反对崇本（农业）抑末（工商业），“抑末厚本，非正论也”（《水心学案》，《宋元学案》卷五四）；第二，实行扶持工商、富民强国政策，“通商惠工，皆以国家之力扶持商贾，流通货币”（同上）。叶适功利主义的富民思想汲取了温州民间思想营养，反映了温州人在长期社会实践中形成的价值观念和行为习惯，成为永嘉文化的重要代表。此外，南宋浙江永康人陈亮（公元 1143—1194 年）、明清之际的浙江余姚人黄宗羲（公元 1610—1695 年）都是历史上浙江工商富民文化的杰出代表，他们对于浙江和温州地区工商经济发展有着深刻的影响。

人多地少、资源贫乏，再加上缺少国家投资，温州人在走街串户中开始了艰辛的资本原始积累；没有“铁饭碗”，就办乡镇、个私企业，造就自己的“泥饭碗”；得不到计划分配的物资，就走南闯北到处采购；没有巨额的国家固定资产投资，就通过亲帮亲、邻帮邻的方式积极筹措民间资金。温州人顽强地从市场的夹缝中创业，寻找自己的生存之道，养成了不依赖国家的独立及创新意识。以温州模式为代表的浙江经济，

无不体现浙江人的这种自主创业创新意识。正是靠这种“敢为天下先”企业家精神，造就了浙江的体制创新以及特色板块经济的发展。但也正是这种不依赖其他外生力量的传统，使浙江人较重内资轻外资。

相比之下，苏南模式所体现的吴文化，强调的是均衡、集体、等级。在吴地特定的自然、人文环境下，经过漫长的社会活动而形成的“融合古今，汇通中西”的吴文化，其精神财富是丰厚的，勤劳、智慧、心灵手巧、精于计算、务实、求稳、包容、开放以及浓厚的市场观念和竞争意识等，吴文化讲究含蓄、温文尔雅，不好张扬。地理位置越靠近古都南京，传统的等级观念、官本位思想就越严重。这种文化传统反映在人的行为习惯上就是过分地依赖上级政府、依赖集体的力量。所以即使在 20 世纪 80 年代初大力发展乡镇企业时，这些乡镇企业也常常表现为村干部经济、乡镇政府经济，政企难分。苏南模式具有行政强势的特点，在政府主导下吸引外资并出台相应激励政策，就很容易形成经济结构的调整和转型。

除了传承吴文化外，江苏独特的地理位置也使江苏人更具开放包容的心态。横跨长江的经济区位，聚集了南北各地人才。正是处于南北文化的交汇点，江苏人的性格中既承继江南的温柔婉约又融合了北方的豪迈性格，他们对外来事物有更强的适应性。江苏人的性格特征使从一开始就对外资的进入抱有欢迎的态度，苏南更是形成了外商企业集聚的热土。

表 1 江苏和浙江利用外资比较

指 标 省 份 年 份	外商直接投资 利用额 (万美元)		企业户数 (户)		投资总额 (万美元)		注册资本 (万美元)	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
	江苏	691482	1018960	19602	22991	9200098	12548391	4795320
浙江	221162	307610	11194	12111	3406369	4320169	1977359	2433735

二、江浙企业家成长环境的差异比较分析

1. 就自然地理环境而言，苏南要比温州优越。一个是平原水乡，历代粮仓，水陆交通十分发达；一个是临海山区，农业基础薄弱，人地关系紧张，交通不便。温台企业的企业家精神是被逼出来的，多数人出身贫苦，历尽过极限状态下的生存锻炼，如正泰集团的老总南存辉就曾是温州几十万修鞋大军中的一员。这一点颇似历史上的徽商：“前世不修，生在徽州，十

二三岁，往外一丢。”温台地区农民为寻求生路，他们宁愿背井离乡，在外面开阔了眼界和有了微薄的积累之后，他们便把自己的信息、经验及外界人缘等资源向亲朋好友扩散。温台经济发展最初的冲动来自于民间。

苏南物产丰富，但历史上长期以来赋税苛重，民众便在富庶而高压下形成了委婉隐忍的性格。该地区农本思想观念源远流长，人们普遍有较强的本土意识，

视出门在外为畏途。温台人几乎没有农本观念，相反视做生意为正途。他们愿意长期出门在外，从而善于捕捉商机，察言观色。苏南企业家增长的是“软功”、“内功”，而温台企业家增长“硬功”、“外功”。

苏南由于靠近市场和中心城市上海，其非农产业类型多属城市辐射带动和外资拉动。温台则是典型的市场加工循环型，前店后厂，重视专业化市场建设，有相当一部分人纯粹靠经商起家。苏南有加工制造优势，但中间产品多，利润薄；温台地区虽是起点低的草根经济，但却大多生产最终产品，直接面向消费者，因此他们的市场直觉更好。

2 由于区域文化的差异，苏南多管理型的企业家、政治型的企业家，而温州多战略型企业家和技术型企业家。就如同民间所谓“吴中多管家”，“绍兴出师爷”。苏南过分注重等级制度和社会秩序，较易形成企业传统，日积月累，渐渐显示出制度之美，但却缺乏管理创新；而温州人较少受到传统制度的约束，善于不断超越，进行管理创新、思维创新，直接与现代企业制度和市场经济接轨。如最早出现的民间小商品市场、民办金融机构、个人承包飞机航线、集资入股修建铁路、城市建设市场化等等。这就是周其仁所谓“制度企业家”。而苏南更多的是“代理企业家”，显然前者更接近企业家的本质。

3 苏南与浙温有不同的工商业历史传统。在中国的五大商帮中，苏商是实力强大的近代新式商帮。以张謇、荣德生等为代表，苏商是清末以来实业救国的一支劲旅。《马关条约》（1895年）允许外国人在上海设厂之后，临近上海的苏南官绅见识到了大机器和现代工厂，便纷纷回苏、锡、常、通兴办纺织、冶金等加工制造业。苏商主张“货殖为急”、“时任知物”，实业救国，商贸为辅。强调信誉为本，精细作业。由于文人绅士加入其中，苏商整体素质较高。可以说，苏南是近代民族工业和企业家的摇篮。温台地区没有苏南的实业基础，甚至解放后也没几家像样的国有大中型企业项目，其商业传统仅限于走街串巷的货郎、跑江湖剃头修鞋的手艺人，其工业化起点大多是一些塑料时代的跳蚤产品。甚至温台地区在80年代一段时间里，从事制假售假的人比比皆是。

苏南近代民族资本家既受外国资本倾轧，又受官僚资本欺压。历史上的苏商大都有自知之明，他们埋头做事，低调做人，“远官僚，亲商人”，因此才避免

了因政治变幻而商海沉浮。这一情况在苏南乡镇企业出现后又有了微妙变化。但在解放后，特别是文革和人民公社化单一的政府强势整合，政经合一，人们的经济行为意识形态化，乡镇企业内部干群分化。苏南乡镇企业家（准官员）曾十分善于树典型，跟形势、喊口号。只是在企业改制之后，政企关系才有了新的调整和定位。

温台人的经商创业意识是渗透到骨子里面的，就连卖菜的年轻人，也从不把自己看作是一个仅谋生计的小贩，他认为他是在经商，是在做老板。他们永远是自己的主人。而苏南的老百姓有一种难以名状的柔顺到近乎奴性的“工作”意识，“工作”就是领导施舍的“饭碗”，自己能当企业经理是由于上级的青睐和提拔，“领工资”从来只叫“发工资”。

4 正是由于不同的文化底蕴和体制环境，苏南企业家与温台企业家有坐商与行商之别。温州模式在温州以外。三百万温台商人遍布海内外，地球上“有人住的地方就会有温州商人”，世界各国到处能见到从事皮具、时装、百货、土产、托运、餐饮的温台人。温州企业家组合生产要素的本领简直达到了企业与市场没有边界的程度。如乐清人最早在国内实行营销代理制，其代理制的运用出神入化。温台地区的许多产品就是靠早年出外谋生的一些手艺人来代理推销到海内外市场的。温台个私企业多属“市场导入型”，企业内部多是老总主外，副总主内。而苏南企业“产品导入型”居多，一般是老总主内，副总主外。强烈的市场开拓意识是浙商的长处，值得苏商学习。

三、借鉴浙江创业富民经验，加速江苏创业富民强省进程

1 高度重视企业文化建设，培育积极进取的社会创业创新文化。克服某些苏商存在的“小富即安”的狭隘小资意识，和眼睛向上的打工族意识，培养民众创业致富的主体意识，形成创业光荣的社会舆论氛围。

2 提高经济运行质量，造就一批目光远大、讲究诚信、亲合力强、进取务实的高素质企业战略管理人才。尽管江苏的GDP、财政收入、固定资产投资、社会商品零售总额等经济总量指标上名列全国各省份前茅，但由于产业结构层次较低，外商垄断多、高附加值产品少，拥有自己知识产权的核心技术少，结果造成经济运行质量不高，民众得到的实惠少。就

此而言，目前江苏还不能说是经济强省，而只是经济大省。资本和劳动力等传统生产要素，江苏比浙江有自己的优势。但在管理创新与营销模式创新、经济运行质量上尚待提高。要保持在市场竞争中的优势，就必须拥有一批高素质的科技人才和企业战略管理人才。江苏是教育科技大省，但必须进一步做好科技成果产业化工作，在人才政策、创业环境等方面建立健全留住人才、用好人才的激励机制，将科技教育优势转化为经济强势。

3. 落实科学发展观，大力发展民营科技型产业，尤其是现代服务业，增强规避创业风险意识。就江苏省情来看，落实科学发展观，走新型工业化道路，提高资源使用效率，树立规避国际国内市场风险意识，对今后非外向型经济发展至关重要。江苏是自然资源小省，必须务实地推进科技兴省战略。民营企业创业发展不能走拼资源的老路，瞄准国内外市场，推动产业升级，有条件的民企发展科技含量较高的新型制造业、现代都市服务产业势在必行，当然不能搞一刀切。

4. 树立省域经济一盘棋的思想，统筹区域发展与合作，各地区在竞争与合作中实现双赢，鼓励苏南苏北联动，推动苏南民企对苏北的产业转移。江苏本身是个大市场，浙商对江苏省无孔不入的市场开拓，值得苏南地区的企业家注意，外向型经济不能只盯住国外，企业竞争力尚稚气的中小企业首先应做好国内省内的外地市场的文章。

5. 进一步坚定地树立经济大开放的思想，吸引跨国公司的资金并学习其管理经验。江苏的外资不是太多，而是民企企企力量还不够太强，外资管理水平和利用效率还较低。为此，要坚持大开放观念，以积极主动的姿态参与经济全球化的进程，以服务周到的投资环境吸引更多的海外资金、技术、人才与信息，吸引更多的跨国公司来江苏兴业。

6. 实施大集团战略与规模经济观念。树立规模经济观念，加快江苏省产业结构调整。21世纪江苏企业要走向世界，就必须实施规模经营战略；对于有市

场、有生命力的行业或企业，政府应当鼓励并支持其实施集团化战略。经过几年的努力，江苏应当建成一批业绩优秀、世界著名的大型企业，江苏的创业富民强省才落到实处。

7. 认清国内外市场新形势，努力提升企业形象，实施品牌战略。品牌是商品质量意识的主导部分，品牌价值是企业的无形资产，它能够全面反映消费者对企业产品的认同和依赖，大大提升企业形象。为此，江苏的企业可以借鉴浙江的经验，以上质量创名牌为主攻目标，同时规避浙商近年来在国际上超低成本扩展市场招致的市场壁垒，江苏省在某些方面优势甚至强于浙江，问题在于将优势发挥出来，要像“小天鹅”“末日管理”方式强调危机意识那样，时刻与国内外同行比，找缺点，学长处，使自己的牌子站稳脚跟。

8. 增强政府服务意识，“为民企松绑”，在管理上降低民间私人创业兴业的制度性门槛。从政府方面来看，应通过制定一系列鼓励创业、扶持民营企业发展的政策，建立强有力的创业服务机构和创新风险投资体系，利用财政税收或金融信贷优惠杠杆加大对个体、民营中小企业的支持，真正像浙江那样做到藏富于民。

[参考文献]

- [1] 戴先杰，王丽娟. 吴文化与江苏经济[J]. 人文地理, 2001, (8).
- [2] 侯景新. 论区域文化与经济发展的相关关系[J]. 生产力研究, 2003, (1).
- [3] 施敏颖. 江浙两省引资差异的成因分析[J]. 嘉兴学院学报, 2003, (7).
- [4] 胡晓飞, 范叙春. 浙江省小企业集群现象产生的历史与文化解释[J]. 华东经济管理, 2003, (6).
- [5] 李松杰, 陈星亮. 温州中小企业集群化发展的文化底蕴及优势[J]. 中国民营科技与经济, 2003, (10): 11.
- [6] 《中国统计年鉴 2003》.
- [7] 唐凯麟. 中国古代经济伦理思想史[M]. 北京: 人民出版社, 2004.

[责任编辑: 胡 跃]