

浙江到了出大企业的时候

文 / 刘世锦

浙江企业特别是温州企业以小型、民营、低成本和劳动密集而著称。这些特点在过去是优点，在今后相当长的一个时期内还是优点。而值得提出和引起重视的是，浙江企业的这些优点，可以生长出新的更大的优点或优势。它们面临新的机遇，已经到了可以出大企业、上大项目的时候。当然，企业也面临一些挑战，这些挑战同样也是对政

府的挑战。政府创造环境，企业自身努力，浙江企业中出大企业、上大项目大有希望。这将成为浙江企业上新台阶的重要标志。

浙江企业特别是温州企业是以小型、民营、低成本和劳动密集著称的。这些同类型企业具有的特点，在浙江企业中有着不同的涵义。

是走出去参股、控股都应建立一种兼容性文化，从不同的价值观中寻求共同的利益观。信任才能合作，双赢才会发展。企业造就了兼容文化，就能够世界经济舞台上有所施展。

7. 利益文化。把利益与文化相兼可能会招来某些非议。我认为没有利益的文化是无价值文化，是没有生命力的。因为我们研究的是企业文化，不是宗教文化。利益文化可分为企业利益和个人利益。企业在实现利润照章纳税后，有的通过上市募集社会资金形成发展资金，就有条件为企业文化增加新的注入，形成实力文化，这是一般企业不能比拟的。有的知名大公司对文化建设（包括广告）按销售额5% - 10% 滚动投入，形成强大竞争力。对个人利益，企业在制定发展规划时也应该结合奔全面小康社会做出预测，把职工收入与企业发展同步。鞍山利迪股份公司董事长提出的造就一批百万员工设想有的已经成为现实。

这中精神变物质的生动写照，是最有说服力的企业利益文化。

8. 环境文化（有的学者也称企业生态文化）。这种全新的文化形式提倡3个观点：第一个，环境文化是企业第一形象，反映了企业精神的真实面貌；第二，环境文化包括软环境与硬环境两个方面，两者相辅相成；第三，环境文化需要真实投入，克服短期行为。环境文化建设表面是改善环境，本质是个竞争力问题。在上海三菱电梯公司，中方原是兵工厂，那里绿树成荫，草坪成片，这个与日本三菱、香港菱电合资的公司，在外来文化影响下，从厂区环境到服务程序让人耳目一新。车间工人说他们仍像生产大炮一样认真加工每个工件。经过研究，我们订购了几百万元的设备，甩掉了原来考察的两个环境差的工厂，这不能不说环境文化对产品形象起到烘托作用。

9. 特色文化。全球经济一体化

不等于文化一体化。越是民族的，才是世界的；越是独特的，才是卓越的。企业的特色文化要根据企业性质和发展水平、产品特点和市场目标来设计和定位。鞍山天河大厦在创建企业特色文化中打“鞋文化”牌，成为同行竞争中的新秀。他们一是抓员工形象，推行标准化服务，对自身员工和外聘员工一样待遇。二是抓经营观念，防止急功近利。三提抓创新，开展质量诚信、价格诚信活动。商场拿出20万元质量保证金存入消协，对投诉者先付赔偿，在社会产生了良好影响。在价格上实行明码标价，有的库存商品质量虽好，只能在指定专柜处理，不允许上架，控制以次充好，以旧代好，使顾客购货放心。

培育企业文化要从实际出发，诸多因素在不同企业和企业不同发展阶段会有侧重，内容也要发生变化。因此，必须整体规划，分阶段分层次展开，全方位加以推进。■

所谓小型，不是一般的小，而是在专业化分工链条上的小，是以产业集群方式出现的小，是面对大市场的小，众多的小企业合起来，可以做大企业的产品，而且可以比大企业做得更好，成本和价格更低；所谓民营，许多是家族式的民营，弟兄姐妹几个合伙办企业，在“匿名”的商业关系尚不发达的社会，以亲缘为纽带的治理结构毕竟要更为可靠，而且，以乡村邻里信用为基础的民间借贷，为浙江小企业构造了特有的融资渠道。所谓低成本，是建立在产业集群或块状经济带来的大规模或超大规模的基础上的，浙江的许多产业如袜子、领带等，产量都是以亿为单位计算的。这样的规模经济在国外是无法看到的。至于劳动密集，除了浙江人和在浙江打工的外地人的苦干外，更多地体现了巧干、能干的成分。

浙江企业的这些特点在过去是优点，现在是否还是优点？这样的问题已经提出来了。我认为，在相当长的一个时期内，浙江企业的这些特点仍然是优点。浙江企业的经验，中国台湾地区的经验，欧洲的意大利、德国、瑞士等国的经验都一再证明，小不一定弱（正像大不一定强一样），特别当众多的小企业以产业集群方式出现后，本身就是一种具有显著效率优势的产业组织方式。而且，从企业竞争的逻辑来说，能够长成大企业的小企业终究是少数。家族经营有其局限，但在社会化的治理结构缺少信用基础的时候，前者并不一定落后，一些发达国家和地区历史相当长的一些大企业依然实行家族统治，可见不能低估其对社会化生产和经营的适应能力。低成本是任何试图生存下来的企业都不可放弃的目标。而劳动密集，在至少二三十年的时间内，或者说在中国完成工业化和城市化以前，都是中国经济的基本优势之一。

值得提出和引起重视的是，浙江企业的这些优点，可以生长出新的更大的优点或优势。这里我想提出的一个观点是，浙江企业已经到了一个可以出大企业、上大项目的时候了。提出这个观点，是因为中国经济和浙江经济的发展环境都发生了一系列的重要变化。

首先是浙江企业已经度过了它们的初创期。如同一个人一样，市场经济中的大企业是从小企业中长出来的。尽管所有的小企业不可能都成长为大企业，尽管我们强

调小企业同样是稳定的、具有强大生命力和竞争力的企业形态，但当度过了初创期后，在众多小企业中生长出若干大企业，是完全合乎逻辑的。与小企业的数量相比，这样的大企业可能只是百分之一乃至千分之一。与没有经过小企业阶段而由政府直接制造的大企业相比，这样的大企业的竞争力通常要强得多。其道理很简单：企业从小到大的成长过程，就是通过竞争不断培育自身竞争力的过程。

其次，中国经济经过改革开放后二十多年的增长，从去年开始，已经进入一个以住宅、汽车、电子通讯、城市基础设施建设等行业为龙头，带动钢铁、机械、建材、石化、能源等行业快速增长的阶段。在这些行业中，多数具有较强的规模经济要求，也就是说，投资就要上大项目。在非国有经济日益成为竞争性领域投资主角的背景下，浙江企业进入上述行业，建设一批以民营经济为主体的大项目，就有了相当强的必然性。

再次，随着完善社会主义市场经济体制进程的加快，国有大企业的改革进入攻坚阶段。除了为数甚少的特殊企业外，国有大企业一般应当实行股权多元化基础上的现代公司制度。与国有小企业不同，国有大企业底盘较大，所要引入的新的投资者规模也要较大。随着民营经济的发展，一些实力较强的民营企业已经或正在具备条件成为国有大企业改制过程中的新的投资者。特别是东北老工业基地的调整、改造和振兴，将为民营经济在国有大企业改制中发挥作用提供前所未有的机遇。在全国的民营企业中，浙江的民营企业理应更有作为。

因此，浙江企业出大企业、上大项目的时机已经到来。浙江企业不会也不应该仅仅是小企业的代名词。在未来的浙江企业中，仍会有众多的小企业，也会有一些出类拔萃的大企业。这对浙江企业是又一大机遇，同样也包含着不少挑战。最大的挑战在于，企业从无到有不易，从小到大更难。如果说第一阶段成功概率是百分之五十，第二阶段的成功概率可能不到百分之一。浙江企业中出大企业、上大项目，就是处在第二阶段的攀登之中。■