

海外华商经营模式的社会学剖析

龙 登 高

内容提要:作为移民及其后裔,华商在主流社会的缝隙中努力寻求自身发展空间,传统中国的社会组织与机能在异域特定的社会文化环境下得到延续和发展。家族(包括拟制家族)的凝聚力因外界的压力与共同经济利益的驱动而强化,企业通过不透明的封闭式经营而高效运作。源自祖籍国的血缘与地缘纽带,以其宽泛的弹性成为华侨华人社会有效的粘合剂,具有差序性特征的各种关系圈构成的商业网络为家族式企业经营提供了经济活动的便利舞台,人际信用以关系圈内有效的道德约束成为独特的商业机制,填补了不健全与无保障的法制真空。在内幕交易换取的政治保护伞下,华商以独有的经营方式谨慎而顽强地拓展着经济空间。在多种因素的共同作用下,这种带有强烈传统色彩的别具一格的经营模式在东南亚等地取得了成功,但现代化的自我改造仍是华商企业面临的日趋紧迫的重大课题。

当东方热衷于学习西方经营管理经验时,海外华人的成功引起世人对其经营模式的浓厚兴趣,90年代西方有识之士关注的焦点指向了华商企业。管理学大师彼得·德鲁克断言,海外华人是世界上最伟大的企业家,一种大企业的新形式随着华人经济力量的崛起而产生(王鹏翔,1997)。著名未来学家奈斯比特(中文名:凌涯桥)对华商经营方式推崇备至,他甚至不无极端地认为,华人企业没有必要借鉴西方模式,当东方的管理方式颇见成效时,又何必效仿西方?(奈斯比特,1996)全面探讨海外华商经营模式,是一个重大的课题,本文力图从社会学的角度,并深入到与之紧密相关的历史传统、文化背景、经济条件、国际环境等诸多层面进行考察,以寻求海外华商经营别具一格的重要特征。

—

企业的家族式经营无疑是传统社会的产物,它何以能延续至今,在现代经济体系中取得非凡的成功,成为海外华商经营最引人注目的突出表征?

家庭是中国传统社会中生活与生产的基本细胞,也是工商业经营单位。早期的华商企业规模较小,都是家庭式的作坊与店铺,所谓夫妻店、父子店之类。规模扩大之后,雇员也多为族人与同乡。家族企业以血缘、地缘为纽带,还包括姻亲、同宗、同乡、结拜等拟制家族,具有较强的凝聚力,职员把企业视为“本家”共有的基业,可以为之作出牺牲。他们精打细算,愿意节衣缩食,从而降低生产成本,最大限度地增加资本积累,有利于扩大再生产。在异国他乡,家族成员在共同的经济利益的驱动下更能同舟共济,合力同心,以应付动荡不宁的外部环境。华商家族企业经过长期的发展,已形成有效的运行机制。新加坡的家族企业陈家庄至今已演进至第

三代,总结出处理家庭成员关系的三条原则:晚辈服从长辈,个人服从家规,家规服从企业(亚洲周刊,1995)。现在,越来越多的华商企业吸收西方先进技术与管理方式,开始将所有权与经营权分开,许多华商企业已不能称为传统意义上的家族企业,但家族经营管理的特征仍然非常突出,即使控股公司、上市公司,其核心领导亦多由家族成员担任。

高度集中的封闭式决策,是家族式经营的灵魂。新加坡大顺集团成立于1933年,这个家族式企业一直红火,接班人王发祥说:“我们兄弟的工作和职务分明,碰到问题时,大家会坐下来好好商量。公司的一些会议往往是利用星期天的时间,轮流在每位兄弟的家里举行,大家边吃边谈。”(郑明杉,1995)发迹于七八十年代的菲律宾巨商吴奕辉,他的JG高峰控股公司的股权中,吴奕辉的家庭占有近一半的股份,其兄弟与亲族分别占25%、12%,社会公众仅占股权的14%,其五个兄弟都出任集团属下主要企业的董事长、总经理。重大举措都在家族之间商定,吴奕辉最终裁定(汪慕恒,1995)。这种高度集中的决策方式,没有程序化的官僚式机构按部就班的束缚,能够对变幻莫测的市场作出敏捷的反应,并灵活迅速地对企业的发展进行调整。

非制度化与非公开化的财务管理,是华商经营备受争议的焦点之一。尤其是中小型华商,个人资产与企业资产不分,业主的私人开销与企业的收支帐目不分。财务管理缺乏规范的会计与审核制度,不愿意向银行、税务机构和合作伙伴公开。即使华商巨富也存在此类情形。菲律宾华商首富陈永裁,其企业就因财务不够透明而受到非议,他没有按当局规定按时提交财务资料,宁愿接受罚款也不轻易公开其公司的财务状况。加拿大曾以投资移民计划吸引了众多的华商移民及其资金的注入,但1996年春加拿大政府推出“海外资产申报法规”,凡海外资产达10万加元的加拿大居民都必须申报,顿时引起华商新移民的恐慌,纷纷携资出走。

与公司运作及财务管理的保密性、封闭性相关,不少华商对企业公开挂牌上市格外谨慎。公司上市是筹集社会资金的有效手段,但公司上市之后,必须将一切详情公之于众,包括公司组织结构、运作方式、发展计划、财务状况等,这与家族经营存在严重冲突。而且,上市之后,新的股东将会参予公司管理与决策,企业经营活动必须得到股东支持,这与家族决策背道而驰。此外,股票买卖还有可能使家族失去对企业的控制,如杨氏家族就失去了对老牌上市公司“杨协成”的控制。因此长期以来不少华商对公司挂牌上市举步不前。据统计,1991年菲律宾华资公司股票在当地股市中所占的比重不到15%,前40家华资大公司中,仅有7家是上市公司,其中5家为银行(汪慕恒,1995)。陈永裁对公司上市很不积极,其麾下只有联盟银行是上市公司(这位近年来在菲律宾发展最为迅速的华商,接受过大学教育,应该算是新一代的企业家,但他的企业具有强烈的家族性,家族成员掌管经营决策权与管理权)。泰国谢国民的正大集团所属60余家公司,亦仅一家公开上市。

当家族企业扩大并走向国际化时,血缘关系网为华商提供了联系密切的生意圈,从而为自身的发展创造了独一无二的条件。老挝的潮州华人陈氏兄弟,家族企业广布四大洲,它们并非一个统一的企业集团,却形成典型的国际家族商业网。在法国,陈克威、克光的巴黎陈氏百货公司,已跻身法国最大批发业商号之列,在泰国有陈克齐的“世界进出口有限公司”,香港有陈克群的“昆仲和有限公司”,在澳大利亚悉尼有陈氏兄弟贸易公司,在美国洛杉矶有“联亚食品有限公司”,它们都以经营带有中国和东南亚特色的食品与生活用品为主,互为犄角,互相支持。许多华商则通过联姻等拟制家族形成关系网。菲律宾华商巨头杨应琳,其岳父薛敏老是著名律师,与木材大王李清泉合办中兴银行,李清泉之孙彼得现任中兴银行总经理,与杨应琳

长女婚配。中兴银行与杨应琳的黎刹银行互相参股,互派董事。泰国的李兴添协成昌集团、陈裕德协联集团,通过姻亲组成混合型企业集团。

家族企业固然存在许多问题和弊端,但企业家创新精神是企业成功的关键动力,而家族企业在这方面具有其优势。马来西亚沙巴最大企业集团嘉利丹(远东)企业集团由郭、余、房、陈四个家族联合组成,沙巴发展研究所彭德维博士考察之后,总结其成功的决定性因素之一就是:对事业成功和财富的孜孜不倦的追求,及由此而产生的先见之明与充分利用商业机会的能力(原不二夫,1996)。有美国学者指出,“集中的家族控制把公司按部就班的作用减少到最低限度。不讲究形式和快速作出决定是很大的优点。”(纽约时报,1997)。香港大学雷丁(Gordon Redding)教授指出,华人擅长的商业领域主要是贸易、房地产、航运、伐木、开矿等,这几种行业偏重于价格、时间、地点的判断技巧,只要能发挥决策迅速、对资本市场反映敏锐等家族式企业的优势,就可以无往而不胜(星洲日报,1990)。美国有识之士告诫美国商人道:如果把东南亚家族大企业视为只不过是中世纪的产物,就像30年前底特律人嘲笑日本丰田公司与本田公司一样,那可能会导致美国商界的最大错误(今日美国报,1997)。

二

各种关系圈构成的商业网成为华商重要的经营环境。由不同纽带、不同关系组成的多圈层的华商网络,在许多情况下是无形的、抽象的,但它又像是看不见的手产生着作用。在这种网络之下的商业交易与交往在外人看来常常是不透明的,甚至是神秘而不可捉摸的。

血缘纽带、地缘纽带是中国传统社会的粘合剂,移民就是在这些纽带的作用下走出国门的,在亲友相携、同乡牵引下,一批批华侨相继来到东南亚和北美等地谋生创业,定居繁衍。如清代黄乃裳招徕福州同乡开发沙捞越的诗巫,至该地有新福州之称;潮州府澄海县陈黄利家族在泰国发迹之后,同乡族人甚至可以免费搭乘其船舶过番,在其公司谋生。这种移民链形成同乡同族聚居同一地区的现象,成为移民的一大特色。如泰国、柬埔寨以潮州人居多,菲律宾以晋江人居多,北美则几乎是来自广府(珠江三角洲)的移民,檀香山以广东香山县(今中山市)人占多数,温州人多移居法国等西欧国家,毛里求斯3万华人中广东梅县的客家人就占了2.7万。华侨华人移民链和同乡同族聚居,形成了早期海外华侨的地域性网络。其成员多局限于地域性的华侨方言群体,其作用范围多局限于某些殖民地区域(如英属马来亚、英属缅甸、荷属印尼、法属印支等)。19世纪后半叶至20世纪前期的“叻(新加坡)—港—暹(泰国)—汕”贸易体系,就是潮汕华侨商业网络的具体表现。

亲友相帮共谋生计,同时使得华侨人口的行业分布也带有很强的同乡同族色彩。19世纪以丝、棉对流为主的中缅贸易一直由旅居缅甸的云南商人所控制,形成了有机的商业网络(龙登高,1996)。19世纪旧金山的华侨进出口行业全部被广东三邑侨商所垄断,而美国各地的洗衣馆则操纵在广东台山县人手里(麦里谦,1992)。东南亚各国如泰国、新加坡、马来西亚和柬埔寨、越南的米业加工、运输与贸易,基本上由潮州人所控制。本世纪前期,新加坡华侨陈嘉庚成为举世闻名的橡胶大王,他的堂侄陈六使、女婿李光前都曾在其企业任职,后来分别自立,继续称雄橡胶业,历久不衰。同乡同族同行业的格局,实际上就是行业性的华商网络。

中国传统社会的宗族组织、同乡会馆、同业行会等民间社团与组织随华侨移植异邦,并以其灵活性、伸缩性和宽泛性得到强化。因为旅居异国,寄人篱下,生活动荡不安,作为移民,华侨无时不不感受到来自所在国政府和主流社会的排斥与压力,甚至不时面临反华排华的恶浪,他

们唯有凝聚成团,组社结会,才能互助谋生以及维护自身利益。以地缘纽带维系的同乡会馆,以血缘纽带维系的同姓或数姓联宗的宗亲会,以业缘关系组成的行会与商会,以及各种宗教组织甚至秘密社会,普遍存在于每一处华侨聚居区。这些社团,构成华侨商业网络的中枢。华商以宗乡会馆为核心建立起商业网络与信用关系,并以此为依托在异国他乡能较为便利地获取资金、劳动力和市场,相互提携,共同发展。在网络内部,同乡好友、合作伙伴不时聚会,宗乡会馆定期或不定期商讨会务,共谋发展。

早期华侨华人社团与关系网是分散无序的,具有浓厚的帮派性特征,各族姓的宗亲会之间,各方言群的同乡会之间,相互排斥,甚至争斗不止。在东南亚各地,闽南帮、潮州帮、客家帮、广府帮、海南帮为代表的各帮之间,在北美,广府各邑之间、各秘密组织之间及各堂口之间的派系,在20世纪中期以前的华侨社会,可谓盘根错节,根深蒂固。如20世纪初美国华侨社会帮派林立,四分五裂,堂斗纷争,“殆如敌国”,梁启超在《新大陆游记》中对这种“小群可合,大群不可合”的现象深感惊讶。司徒美登形容说,各堂首领好像蟋蟀,只要小竹丝轻轻一挑动,就会打得你死我活。在这种情形下,各帮各派之内的商业联系密切,而关系圈之外,欺诈行为甚至恶性竞争不乏其例。如新加坡,几大银行都以自己所属方言群为服务对象,银行之间势同水火。

20世纪初期以后,以帮派性为主要特征的华人社团在经济联系之中出现了整合迹象,东南亚各地中华总商会的建立,表明了华商网络由分散无序向联合有序的发展趋势。五六十年代以来,华侨华人的社会地位与角色已发生了重大改变(由落叶归根的中国侨民转变为落地生根的所在国华族),他们所处的社会经济环境已大不相同,传统的华商网络突破地域性、帮派性、行业性而得到发展,“小群可合,大群不可合”之痼疾有了改变。如新加坡中华总会自1905年以来的帮派选举,经过近半个世纪的争论,至1993年终于废除。七八十年代以来,华商国际化经营加强,东南亚各国华商企业大举展开跨国经营,欧美等地华人数量日增,经济力量开始壮大,中国本土的改革开放也吸引着华商资本前来寻求合作。各种国际性的同乡、同宗联谊会纷纷开始了定期世界性联谊活动,展开卓有成效的经济联络与合作,如世界客属恳亲大会、国际潮团联谊年会、世界昭伦宗亲(谈谭许谢)恳亲大会、各地中华总商会组织的世界华商大会等,名类繁多,活动频密。地域性、行业性的华商网络随之走向国际化,华商之间的网络化经营加强,如马来西亚的郭鹤年与印尼的林绍良在糖业、面粉业、运输业等方面合作密切,泰国陈弼臣的盘谷银行则是郭氏兄弟集团融资的主要来源。东南亚各国的华商财团往往与港台财团联手,建立以香港为基地的跨国公司,互相参股,你中有我,我中有你,优势互补。如郭鹤年在香港开办的酒店、房地产和传媒业,合作伙伴有林绍良、陈弼臣、香港李嘉诚、邵氏家族及中资机构。这种事例不胜枚举。在世界华商大会的推动下,新加坡中华总商会于1995年12月正式推出了以中文繁体简体和英文为媒介的“国际华商电脑网络”,^①这是华商网络化经营在互联网时代的新的进展,随着互联网络的兴起,华商之间的联系将更加有效、便捷和扩大。

海外华商关系网逐渐整合与扩大并日趋开放,但非透明化经营的基本特征仍然存在,在某种程度上因为关系圈的地域范围的延展而更为突显。泰国陈弼臣盘谷银行的早期发迹,就是他确定了为华商服务的经营策略,才得以迅速崛起的。其长子陈有庆也继承了其父的商法衣

^① 该网络在1996年就与世界各地16个商业团体签署了合作协议,至1997年初,用户使用次数达300万次。参见新加坡《华商》杂志1997年第1期。

钵,他在香港的银行重点也是向潮州顾客提供金融服务。郑午楼的京华银行,与郑亮荫的化工业、张兰臣的酒业、余子亮的染料业等,家族之间私交深厚,集团之间都存在密切的合作关系。世界性的华人社团,主要目的也是为了加强所属关系圈内的人际交往,畅述乡谊亲情,交流信息,寻求商务合作。1992年世界福州十邑同乡总会第二届大会上,主席呼吁“通过乡情乡谊的延伸和召唤,组成一个超越区域的经济联合体,走向经济世界,共谋同乡利益。”(星洲日报,1992)。世界舜裔宗亲联谊会则在联谊性与联络性的基础上,进行了经济合作的具体探索,1993年规划筹建国际舜裔宗亲连锁经营的三星级酒店,进而建立“舜裔世界经济圈”(星洲日报,1993)。新西兰外交部1996年发表的《海外华商在亚洲的商业网络》指出,华人商家似乎有一份长期有效的资产负债表,大公司的投资,说不定是乡谊亲情的感恩图报,或者是志同道合者的投桃报李。换言之,华人资本有所谓施受之间的特殊优惠。

大体说来,华商关系网络是由各种纽带结合而成的多个关系圈层构成的,犬牙重叠,纵横交错。以个人或家庭为圆心,家庭圈—本地同乡圈—外地同乡圈/本地华族圈/外地同姓圈—外地华族圈—包括中国本土在内的世界华人圈,关系的亲疏依次递减,公开性与透明性迭次加强。这种文化认同与情感认同的亲疏与中国传统社会的差序性结构紧密相关联,它是由华侨华人的经历、处境的异同,文化演变的异同,经济利益的异同,外界压力的异同等等相互交错而决定的。

三

华商网络的重要支撑是人际信用,这是华商之间进行信息交流、商业交易与资金融通的重要手段。信用可以通过多种途径实现。法的信用通过法律强制得以实现,物的信用通过物品的抵押来实现,人的信用则通过人与人之间的信誉即道德强制来维系。履信守义是华商的一个优良传统,几乎每一个成功的华商都把它视为生命线。马来西亚著名华商郭鹤年说:“从小我们就被灌输儒家的道德价值观。老人们经常教育我们要讲商业道德,重视荣誉,言而有信,这一切深深印在我心里。”泰国银行家郑午楼一生都恪守父亲郑子彬的教诲:“做生意人,第一要勤俭,第二要忠诚,第三要讲信用。”李嘉诚接受记者采访时,总结其创业成功的关键时说,信誉,是必须具备的商业道德。无怪乎有人感慨地说:“李嘉诚的发达靠的是‘诚’,李嘉诚最大的资产也是‘诚’。”印尼巴利多—太平洋集团的创办人彭云鹏说,信誉是做生意的灵魂。出生于马来西亚的香港新天公司总经理郑天宝一语中鹄:“信用是现代社会人际关系和商务往来的基本道德原则,信誉是构成企业和企业之间关系的基础。”

强调人情而轻于合同,注重情感而疏于法制,人际信用能够取代法律强制的作用,或者说,道德约束成为法律强制之外的又一重要商业机制。菲律宾华裔学者吴文焕对此感触颇深:华商之间,只要两厢情愿的生意,在相互信任或信用的基础上,一个电话即可成交,甚至可不用订单,有时连一个纸条都不用。例如套汇,几乎全部是以电话,在一点书面凭据都没有的情况下作业的,所凭的完全是相互间的信任及其信用。在西方的营业中,这是很难想象的。但相比之下,华商的营业效率高得多。信用好,可以多做生意,小本做大生意,甚至无本也可以做生意。不但增加了华商的利润额,也加速了其资金积累(吴文焕,1996)。一位香港银行家告诉奈斯比特:“如果你想在华人商业圈内寻求合作,一位圈内头面人物的推荐比在桌上拍一沓钱管用得多。”这是因为商界领袖享有较高的信誉。如果言而无信,见利忘义,最终将会没有立足之地,正如华人商业界流行的谚语所云:“信用一失,买卖无门”。香港东亚银行总裁李国宝说:“如果

我违反了商务上的诺言,与华人商业网络有关的人都会知道,那么,我的商业生命也就由此葬送了。”^①

西方商人,法制观念极强,他们在进行商务谈判时常带律师、会计师同席参加,达成交易更应有严格的法律手续。华商一般不会这样,他们不喜欢事事公开化,不习惯在冷冰冰的法律之下进行交易,在自己的关系圈内,一桩生意无须繁复的请公证、签合同。李嘉诚喜欢在谈笑握手的亲切气氛中完成巨额交易,他的助手马世民说:“在我们进行交易时,我们不喜欢律师群集,没有律师在场的交易会有更多的乐趣。”(夏萍,1993)华商所处东南亚各地,法律体系尚不健全,市场规范尚未发育,而华商在这种环境下已习以为常,他们在资金运用、企业管理、风险回避等方面已自成一套手段,行之有效。遇到商业纠纷,除非万不得已,一般是不会对簿公堂的,因为那样不仅会耗时费力,而且将使商业秘密、交易运作统统公之于众。他们常常“私了”,由华人社团与侨领出面斡旋仲裁,息事宁人,以免有失面子。

华商之间的资金融通,往往凭借人际信用。一种传统的融资手段典型地反映了关系网络之下的人际信用。这种融资手段被称为“合局”、“会”、“搭会”等,新加坡称“票会”,温州人称为“祝会”,世界各地的印支华人则称“月兰会”。中国民间这种传统融资手段,早在宋代就已有明文记载。^②在华侨华人社会,由特定社会关系圈内的十数人或数十人约定,各出小股钱财,聚集成一笔资金,定期投标,出息最高者获得这笔款额去做生意,以后依次轮流投标。华侨华人互助协作的“会”,在中小型华商尤其是小本经营者之中普遍存在。其形式多样,或由侨领组织,也可由急需本钱者自己随时发起,主要在各种关系圈内进行。有的只是临时纠合而成,有的则是长期的结合。欧洲一位温州商人叙述道,他创办企业之初,是由34个同乡商人每人出资5000元,凑成17万,再加上他自己的12万,不用向银行贷款便顺利办起了自己的企业。^③当然任何融资手段都不可能排除风险,这种基于人际信用的关系圈内融资途径也不例外。^④

四

来自政府和民间的排斥与歧视,可以说是作为移民及其后裔的华侨华人面临的最大困难。^⑤社会政治与文化环境的特征,深刻地影响着华商企业经营活动。

八九十年代以来,来自各国政府的排华政策与法律减少了,有的国家可以说是消失了,但种族歧视、民族隔阂与矛盾在不少国家始终没有消失。种族冲突根植于民间社会,更难于化解,排华情绪时隐时显地发生,并与经济上的贫富矛盾纠缠在一起而可能加强,以至形成激烈的冲突。如菲律宾华商是绑匪的主要袭击对象,1995年发生绑架案199起,1996年增至241起,其中半数以上的受害者为华商,1997年1—7月,又有50名华商成为受害者。既然华商的活动得不到法律公正的对待,他们自然宁愿按照自己的习俗进行交易,常常自觉或不自觉地避

① 香港《Forbes资本家》1994年7月18日。

② 《宋会要·食货》70之6载:十来个人“合力同则,名曰关纽者,在在皆是。尝以其则例言之:结十人以为局,高下资本,自五十万至十万,大约以十年为期。每岁之穷,轮流出局,通所得之利,不啻倍蓰而本则仍在。”

③ 中央电视台二频道“经济半小时”节目,1997年8月15日凌晨1点播出。

④ 1984年日本横滨中华街便发生过一次大规模的连锁“倒会”风波,据《读卖新闻》报道,一个大“会”的会首,将700万元会款融资给一家餐馆,不料餐馆倒闭,钱不能回收,会员纷纷倒会,牵连到其他会,受害人达400余人,总金额约达3亿日元。卷入这场风波的人数与金额如此之多,足见这种融资手段在华人社会的普遍性。

⑤ 二战前,美国政府的排华法案是套在华侨身上的沉重枷锁,东南亚各殖民统治者则实行白人、华人、土著分治的政策。东南亚各国独立后,不同程度地几度推行反华排华措施,在印尼,华人身份证上被打上“O”记号,成为二等公民;菲律宾70年代中期以前实行一系列菲化政策,限制华人经营领域;马来西亚于1970—1990年推行新经济政策,强调“马来人优先”;而最著者为70年代中期印支三国的排华惨剧。

开法律与法规。即使为形势所迫而不得不与原住民合作,也只是表面应付而已。印尼、马来西亚等国推行原住民优先的政策,华商被迫改变独立经营的策略,“阿里巴巴”企业应运而生。“阿里”是指能够享受政府优惠的印尼人或马来人,以他们的名义申领执照,“巴巴”则是指拥有资金和技术的华商,进行实际管理。而其中形同傀儡的原住民越来越失去进取心,与政府的意愿背道而驰,于是1996年印尼“经济学家协会”又提出了“经济原住民化”问题。马来西亚政府则推出“土著与非土著真诚联营计划”,对联营者实行贷款优惠,但华商以往的不幸经历与不信任心态,不可能在种族隔阂之下消除,联营实际上是相互利用,华商让出部分利润得到一些政治经济政策上的便利,其家族管理与关系圈内的不透明经营依然如故。

政府干预经济是东南亚每一个国家经济发展战略的重要特征,干预面之广、干预程度之深,纵观世界,少有其比。同时,法制与民主则相对滞后,政治权力渗入经济领域,腐败行为泛滥。因此华商不得不在维持与官方和官僚的关系上下更多的功夫,付出沉重的代价寻求保护伞。

在这种社会政治与文化背景下,华商只有与官僚建立良好的私人关系,才能在种族不平等的环境中寻求发展,只有紧贴政府政策导向才能在经济成长中获利。林绍良与苏哈托家族有着深厚长久的交情,生意上水乳交融,这使他商业活动得到巨大的好处,无往不胜,财源滚滚,甚至在违规时政府也视而不见(潘翎,1994)。在泰国,华商与政客相交甚密,陈弼臣、郑午楼为代表的四大金融家族,无不聘请军政要人担任董事乃至董事长,如同用其“政治资源”入股,获取其庇护。而盘谷银行之所以能一跃而为泰国与东南亚最大的商业银行,得益于1953年泰国经济部巨资的注入。马来西亚的郭鹤年、林梧桐与四任总理、内阁政要都是世交。印尼彭云鹏80年代以来异军突起,就在于他与政府的政策导向贴得最紧,经营荒岛的森林开采,把它建成一个工业城市,从而一鸣惊人。同时,他与苏哈托总统的长女联营一项庞大的林业工业,又与总统的兄弟、长子联营一化工厂。印尼的“主公”企业体系,即官商联盟体系,1984年达40多个。华商与政界、军界的高层庇护人分享财富,而政客则使华商得到优惠与保护,承包政府工程,获取专营商品的经营许可证。这种相互关系,在不少情况下实际上是一种内幕交易。

应该指出的是,华商与政府及政客的关系构成其经营的一大特色,但不是华商成功的根本原因。由于华商的成功,政府在经济过程中不得不有所依赖,譬如,政府企业邀请华商参股以吸收其资本,甚至聘请富有管理经验的华商任政府企业的董事经理,负责经营。确切地说,对于个体的华商而言,与政府良好关系是其发达的重要因素,但对华商整体而言,则不尽然,它不是根本的动力。对于华商与官僚的关系,也不能夸大,不能本末倒置。华商固然注重与官方的关系,但同时,甚至更多情况下,正是他们受到了原住民优先政策的排挤。陈永裁被指摘为马科斯的亲信兼商业伙伴,政府至今未放弃清查其名下公司的企图。陈永裁对此坦然回答:“马科斯倒台而我没有倒下去,就能证明我不是靠他起家致富的。……我反而更强壮。”(亚洲周刊,1995)。事实的确如此,陈永裁的经济势力正是在马科斯政敌执政时期迅速壮大的。另一方面,华商投靠政客,还是政客利用华商,看来归根结底还是由政治清明的程度决定的,政治的不透明,强化了经济行为的不透明。

海外华商经营的上述特征是紧相关联的。作为移民及其后裔,华商所面临的社会文化环境使他们不得不付出代价寻求政治保护。外界的压力强化了家族内的凝聚力,并使血缘与地缘纽带的社会作用得以加强,各种关系圈构成的商业网络为家族式企业经营提供了经济活动的有利舞台,人际信用以关系圈内有效的道德约束成为独特的商业机构,填补了不健全与无保

障的法制真空。在多种因素的共同作用下,华商经营形成别具一格的模式,明显不同于西方企业经营模式。尽管华商取得了非凡的成功,但其经营模式主要仅限于东南亚这种特定的历史传统、文化背景与政治经济环境之下才能有效运作甚至大显神通,移之西方国家,便顿感捉襟见肘。^①另一方面,其历史局限性与发展的后续性的欠缺也是显而易见的,这已引起华商实业界与学术界警觉。如华商一般都将子女送到欧美高等学府深造,学习西方现代化的企业管理经验;1997年第四届世界华商大会,强调华商必须突破传统与地域的束缚,把全球作为发挥优势的舞台,使自己融入未来世界的发展潮流中去(《亚洲周刊》,香港:1997年9月1日)。在西方为华商咄咄逼人的成功而惊叹甚至称颂之时,沾沾自喜与盲目乐观还为时过早。如何在迅速发展的新时代中扬长避短,完成现代化的自我改造,将是21世纪海外华商面临的重大抉择。

参考文献:

萧钦钦、李定国主编,1995,《世界华侨华人经济研究》,汕头大学出版社。

王鹏翔,1997,“华人企业研究新潮”,《亚洲周刊》,香港:4月6日。

郑明杉,1995,《狮城财经群英2》,新加坡跨世纪制作城1995年版。

汪慕恒主编,1995,《东南亚华人企业集团研究》,厦门大学出版社。

龙登高,1996,“西南丝路华侨经济的历史分析”,《世界华侨华人经济研究》,汕头大学出版社。

夏萍,1993,《李嘉诚传》,作家出版社。

潘翎,1994,《炎黄子孙》,中国华侨出版社中译本。

[澳] 颜清滢,1991,《新马华人社会史》,中国华侨出版公司中译本。

奈斯比特,1996,《亚洲大趋势》,外文出版社中译本,第一章。

《亚洲周刊》,“以中华哲理驰骋商场”,“华商作用将超越日本”,香港:《亚洲周刊》1995年3月12日;1996年11月;1997年9月1日。

原不二夫,1996,《马来西亚企业集团的形成与改组》,厦门大学出版社中文版。

《纽约时报》,美国:1997年5月12日。

《星洲日报》,马来西亚:1990年9月24日;1992年9月8日;1993年12月14日。

《今日美国报》,美国:1997年7月31日。

[美] 麦礼谦,1992,《从华侨到华人——二十世纪美国华人社会发展史》,香港:三联书店。

[菲律宾] 吴文焕,1996,“中国传统文化与华人经济”,《世界华侨华人经济研究》,汕头大学出版社。

[日] 井上隆一郎编,1997,《亚洲的财阀和企业》,三联书店中译本。

Wang Gunqwu, 1991, *China and the Chinese Overseas*, Singapore

作者系汕头大学东南亚研究中心副研究员
责任编辑:王 颀

① 吴文焕前引文说,菲律宾华商过于习惯在这个特定国度的经营方式,以致不必说到西方国家去经商,即使只到香港或新加坡也感到不适应。