

做生理

气质解读

点睛释义

『做生理』心得

·潮商篇

敢闯敢拼“小生理”做出大气象

文/羊城晚报记者 蚁璐雅

《澄海樟林民俗》一书中记载了一个很有意思的潮汕儿童游戏——名为“卖红柿”：儿童若干人玩游戏，一人扮卖柿者，群儿一拥而上吃光卖柿者的红柿，并排成一纵队准备赖账，卖柿者挨个要钱，队伍从队首依次答曰：“无钱”，卖柿者即喝道“无钱掠（潮汕话，即抓之意）猴仔！”并冲向排在最末的猴仔，队首的猴头张开双臂挡住卖柿者，并掩护队伍与之周旋，而卖柿者则要突破猴头的阻拦，冲散猴队捉拿队末的猴仔抵债，游戏就此正式展开。

这个名为“卖红柿”的游戏从形式上看与“老鹰抓小鸡”大同小异，但是在开头却增加了赊账、赖账和讨账等买卖元素，如此一来，一个普通的儿童游戏竟被演绎成一次完整的商业过程。可见，在潮汕大地中，小至孩童游戏，无不透露着浓厚的经商氛围，生意哲学从幼时就潜移默化地渗透在潮汕人的骨子里，逐渐转化为令人称道的商业基因。

几百年来，潮商正是凭借这种与生俱来的经商天赋和海派气度，在商海中劈波斩浪、经久不衰。“无潮不成市”，世界上哪里有生意，哪里就有潮商的足迹。在改革开放大门打开后，敏锐的潮商出现在各个经济热点地区，为国家经济建设画上浓墨重彩的一笔。如今，站在汕头经济特区40年再出发的新契机上，这艘中国商海中的古老战舰承载着千百万潮人的梦想，整装待发。

善于抓商机注重商业效率

潮商精神的经久不息与地域环境息息相关。在地多人少的潮汕地区，人均资源不足养成了潮商的精细化性格。同时，背靠大海的地域特性使这个群体走上了海洋经济和自有商业贸易的道路。依靠大海谋生的潮汕人民具有一种流动性和适应性极高的“水精神”——海上贸易必须顺天时而动，因此，潮商更善于抓住商业时机，更注重商业效率。

有学者研究表明，潮商这个群体，从个人特质上来说风险承担偏好属于冒险型，其开放程度高，具有勇于打破僵局的思维，感知市

场的能力十分突出，因此更善于抓住因市场需求的突变而带来的商机。潮汕一首流传民间的“十二月歌”里，正是如此描述善掘商机的小商贩们：“正、二择柑皮，三、四卖杨梅，五、六煮草粿。七月去抢孤，八月去脱芋。九、十卖筲箕，十一、十二卖大钱，一年过了又一年。”就连潮汕小商贩，也能在不同的时节，迎合社会生活不同需求抓住不同的商业机会。

所谓“商者无域”——潮商总是出现在商业机会最好的地方，也总是出现在利润最丰厚的领域，如现代

的钱庄、抽纱、贸易行当，当代的房地产、信息产业等，近年来更缔造了谢易初、林百欣、李嘉诚、马化腾等多个商业神话。改革开放大门打开后，大量潮汕人涌向全国。据有关数据统计，如今在深圳就有300万潮汕人，其中深圳制造业、珠宝市场80%是潮商经营，“全国电子第一街”华强北商圈里70%~80%是潮商；上海有50万潮汕人，其中有1万潮商；广州有潮汕人数百万人，东莞70多万人，海南80多万人，潮汕人已经在全国建立了60个潮商会，并在快速增长中。

为经济特区发展注入动力

潮商勇于开拓、敢闯敢拼的商业传统也给汕头早期的发展，特别是给改革开放之后的汕头经济特区带来强大的发展动力。汕头经济特区设立初期的投资优惠政策带来了大量的商业机会，吸引无数人涌向汕头，不仅许多本土潮商在这个绝佳的营商环境中大展拳脚，更是让许多在外的成熟潮商看到发展的希望，带着家国情怀毅然归来。

在汕头经济特区之门大开后，利用特区政策和区位优势，汕头经济体制和现代化建设各个方面改革和首创络绎不绝，从首个“24小

时内答复”到如今多措并举打造法治化、国际化、便利化营商环境，不管是城市基础设施建设、立体综合体系、城际交通布网，还是营商文化层面都有巨大的飞跃提升；另一方面，遍布全球的潮人社团、潮商网络也隐藏着丰富商机和资源。这样的社会背景、经济环境与潮商发展相辅相成，作为汕头经济特区建设的最重要主体之一，潮商不仅是经济特区改革和发展的最重要的参与者，也是执行者和贡献者。

汕头大学教授林泉在深入研究了潮商与汕头经济特区关系后表示，潮商对特区

经济的贡献、乃至对中国改革的促进作用都是非常明显的，一方面，本土潮商在经济特区40年里投身于不同的产业，探索各种可行的商业模式，不仅极大拉动GDP增长，更提供自己独特的内生经济经验；另一方面，在外潮商在不断提升潮商群体的知名度和美誉度的同时，宗亲地域观念深厚海内外“家己人”更反哺家乡、敦睦乡谊、共谋发展，多年来投建了汕头大学、汕头大学附属医院、林百欣珠宝图书馆、海湾大桥等多个社会经济重大项目。“潮商这股力量，是薪火相传、内外交互在

一起的，不仅是整个中国商帮里延续最完整的一支，更是汕头经济特区40年征程里不可或缺的一份。”

站在汕头经济特区40年再出发的当口，林泉认为，“继承与突破就是未来的方向。在大力发扬探索精神的同时，也要规避过度冒险和挑战带来的隐患，同时，政府也要从法治政策、基础设施建设等各方面营造更好的营商环境，特别是将特区立法权用好用全，提升突破执法水平。40年再出发是全体潮商人共同努力的目标，也是潮人肩负的时代责任。”

潮商帮的未来趋势，以理论的高度将潮商帮展示在世界视野中，让后起之秀能沿着它充满生命力的气脉走向成功，也让所有人通过研究成果获启。

李闻海说，“为潮商帮寻找一种文化自信和文化认同，提炼精神内核和价值追求，这就是潮商学的意义所在。接下来，我们还将继续深入学术研究，收集全世界潮商资料，从而进一步完善名贤祠，而其中重中之重的工作，更是培养、推动新一代潮商人的文化传承，从而为潮商文化复兴贡献力量。”

立潮商学说
找回文化自信

1991年，饶宗颐曾提出：“潮汕人很会经商和向外拓展，这种特性，究竟是怎么样形成的？这些问题值得研究。”

历史上潮商威名赫赫，团结、能干大事、有家国情怀。上个世纪80年代，在改革开放之门打开、经济特区设立后，潮商更是创下了辉煌战绩，日渐受到瞩目：潮商学说正在兴起，各种潮商讲座和学术研究不断，潮商博物馆、潮商图书馆、潮商名贤祠、潮商学研究中心等扩容提质项目正在规划中……

“为天下潮商立学说，

“潮汕商人勤奋刻苦、敢闯敢拼的精神，是企业发展的基石，而汕头经济特区立足本土、面向世界的积极开放的态度，以及对企业各种实实在在的支持政策措施，更是企业进一步提升格局的能源。”——奥飞娱乐股份有限公司创始人蔡东青

汕头澄海樟林古港的“红头船”是潮商敢拼敢闯的精神象征
受访者供图



汕头小公园是汕头老城的核心地标和文化标志 方淦明 摄



动漫产业在汕头发展迅速 受访者供图

从小作坊起家迅速发展为“动漫第一股” 奥飞娱乐：以“特区速度” 成长为行业巨头



奥飞娱乐股份有限公司董事长蔡东青 受访者供图

经济特区大门打开，催生“不凡”小作坊

上世纪80年代，汕头跻身首批设立的经济特区之列，潮汕地区也成为省内重要的塑料制品基地。在汕头澄海，一时催生出许多生产塑胶玩具、塑胶制品的家庭作坊。20岁左右的汕头澄海青年蔡东青也看到了其中商机，他筹借800元启动资金，购置了一台老式铸塑机，生产起幼童的塑料玩具小喇叭。如今的“动漫第一股”——奥飞集团就这样由一个简陋小作坊正式拉开序幕。

1993年，奥飞娱乐的前身——广东奥迪玩具实业有限公司成立，从此开启奥飞在玩具、动漫行业的规模化发展。

展，其玩具品牌“奥迪双钻”在全国刮起了一阵四驱车旋风，为许多80后、90后制造了一段难以忘怀的童年记忆。

蔡东青回忆：“汕头经济特区的设立使营商环境更为开放，政府在对外贸易和招商引资方面均发挥了积极的扶持作用，民营企业也有更多的机会与国际市场接触，引入先进的制造技术和市场潮流，实现自身突破和发展。”在经济特区政策和营商环境的支持下，奥飞的玩具事业蓬勃发展。2004年，奥飞动漫应运而生，自此，奥飞全面开启“动漫+玩具”的商业模式。

“动漫第一股”带动，汕头打造“玩具金招牌”

2009年，奥飞顶着“动漫第一股”的光环顺利上市。作为行业龙头企业，近年来，奥飞从“动漫+玩具”的模式进一步转型升级为“IP+全产业链”运营模式，打造了“超级飞侠”“喜羊羊与灰太狼”“铠甲勇士”“巴啦啦小魔仙”等众多知名动漫IP，构建了以IP为核心的泛娱乐产业生态，屡获国家高新技术企业称号，当前，公司海外业务更覆盖逾50个国家和地区，并在北美、英国、法国多地区设立子公司。与此同时，奥飞首屈一指的产品创新能力极大带动汕头玩具动漫行业的提质升级，其每年招揽包括科研人员在内超过千个就业岗位。

今年，新冠肺炎疫情使汕头包括奥飞在内的许多企业的生产经营都受到了不同程度的影响。在危机面前，奥飞认为挑战中也伴随着机遇，汕头经济特区经过40年的发展，已经积累了成熟进出口贸易方面的战略规划，并推行各项实实在在针对中小企业的好措施，给予了本土企业莫大的信心。蔡东青说，“站在汕头经济特区40年再出发的新契机，奥飞也将推动企业转型求变，实现长远良性发展，立足国内市场，面向全球舞台，持续输出优秀的原创文化内容和产品，助力中华文化走向世界，与汕头经济特区携手并进，开创全新的潮商天地。”