



秦朔：拒绝迷惘，让民企精神永不落幕





一段时间以来, 尽管中央始终坚持两个毫不动摇和“三个没有变”(见文末注 1), 要求充分发挥市场在资源配置中的决定性作用, 更好发挥政府作用, 激发各类市场主体活力, 但在多因素并发的情况下, 中国经济还是遭遇了极大压力, 民企尤其如此。

越是风雨交加时刻, 越要相互体谅, 相互鼓励, 同舟共济, 共谋出路。这本是不争的道理。遗憾的是, 这几年的社会舆论, 尤其是被流量法则和流量经济绑架的社交媒体, 充满了对民营经济和企业的发泄与抨击, 似乎当下的各种经济社会问题, 他们都难辞其咎。

按照新发展理念, 民企过往的一些发展方式需要调整; 民企特别是有

实力者，也有责任更多考虑新形势下社会的新要求。但这些都不应导向对民企业的价值与作用的否定。而且中央讲得非常清楚，要实现 14 亿人共同富裕，必须脚踏实地、久久为功，首先要通过全国人民共同奋斗把“蛋糕”做大做好，然后通过合理的制度安排正确处理增长和分配关系，把“蛋糕”切好分好。

但社交媒体上，把做“蛋糕”的民企当成剥削者加以讨伐的声音是相当普遍的，甚至有知名学府的经济学教授也说，“如果一个老板真的有本事，百分之一二的股权就代表着极大的财富了。为什么不与别人共点富贵呢？”这种想法很朴素，民企自觉回馈社会也值得倡导，但如果其含义是化私为公，再来一次“公有化”，就完全违背了宪法中“国家保护个体经济、私营经济等非公有制经济的合法的权利和利益”“公民的合法的私有财产不受侵犯”的规定。

但类似声音和情绪，在社交媒体上络绎不绝，畅通无阻，很多民企因此不能不陷入迷惘，以至“润”成了今年的一个热门词。

如何看待民企的作用？民企的未来在哪里？还要不要毫不动摇鼓励、支持、引导他们的发展？不久前我来到福建泉州晋江，希望用活生生的事实进行回答。



为什么是晋江？

首先，晋江是中国县域民营经济的典型。

民营经济在全国具有“56789”的特征，而在泉州这个2021年GDP超万亿（1.13万亿）的地级市则是“78899”（72%的税收，83%的GDP，87%的研发投入，92%的城镇就业，97%的企业数量），在晋江这个2021年GDP接近3000亿（2986.41亿）的县级市更是达到了“99999”（95.3%的税收，91.2%的GDP，96.3%的技术创新成果，95.1%的城镇就业，93.6%的企业数量）。

晋江因民营经济而生，因民营经济而兴，县域经济竞争力多年来名列全国前五，社会发展文明有序，城乡环境美丽和谐。

其次，晋江是民营经济内生进化的典型。

总有一些人或明或暗地觉得，民营企业的发展少不了跑冒滴漏、歪门邪道。晋江的民营企业发展史证明，民营企业主要是坚持市场化导向，坚守实体经济定位，爱拼才会赢奋斗出来的。某些民营企业在某些历史阶段确实有过这样那样的问题，但不是不可以进化与超越。晋江民营企业是从简单粗放到内涵发展、集约发展、创新发展，不断升级进化的。

晋江陆域面积649平方千米，以占福建1/200的土地创造了1/16的地区生产总值，连续28年保持福建县域经济首位，目前拥有超过26万户市场主体、50家上市企业、42个中国驰名商标，涌现出安踏、恒安、盼盼、劲霸、柒牌、九牧王、利郎、七匹狼等一大批行业领头羊，汇集了“鞋

都” “伞都” “体育之都” “拉链之都” 等十余个国字号称号于一身，打造出一个超两千亿（鞋服）、一个超千亿（纺织）、两个超五百亿（建材、食品）、三个超百亿（集成电路、智能装备、医疗健康）的产业集群，这就是民企从小到大、到强、到优的进化能力的证明。

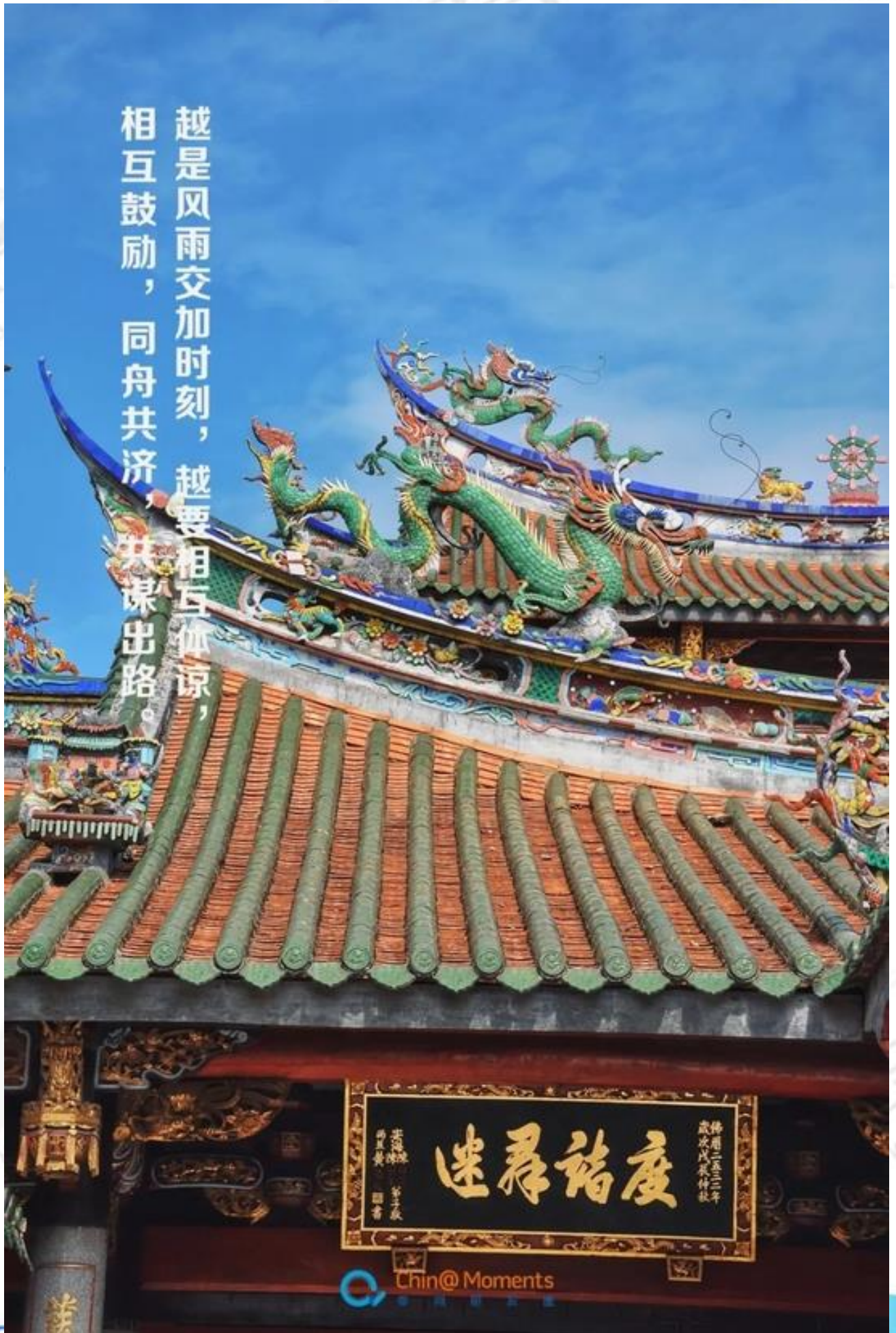
最后，晋江是亲清新型政商关系的典型。

岁月不会平白静好，背后有人遮风挡雨。晋江民营经济的发展，与服务型政府是分不开的。改革开放之初，晋江既无特区政策优惠，又无国家投资，当时县委、县政府冒着风险出台政策，支持民企自己干，大胆闯，有问题就改，改了再闯，一路保驾护航。

几十年来，晋江政府一届为一届打基础，一任接着一任干，因势利导当好“引路人”，千方百计当好“推车手”，精准服务当好“服务员”，从企业需求出发，坚持“不叫不到、随叫随到、服务周到、说到做到”和“马上办、网上办、就近办、一次办”的“四到四办”服务理念，亲而有度，清而敢为，而且富有前瞻性，不断创造条件引导民企上台阶，上层次，上水平。

置身晋江民企之中，我感到了三种力量，一是发自内心地感恩国家的改革开放政策，二是相信国家会继续支持实实在在做实业、心无旁骛做主业的民企的发展，三是自身要继续奋斗，绝不躺平。感恩、相信和奋斗，是他们真实的写照。

越是风雨交加时刻，越要相互体谅，相互鼓励，同舟共济，共谋出路。





在市场上奋斗，在奋斗后回馈

晋江地处福建沿海，土地贫瘠，1978 年人均 GDP154 元，低于全国平均水平，是“一方水土难养一方人”的贫困农业县。

但贫瘠的土地之下，深蕴着不甘沉寂的社会资本。泉州是宋元时期的海洋商贸中心，闽越文化与中原文化在此汇聚，闽越文化有争强好胜的原始冲动，中原文化有家族团结的礼仪规范，海洋文化则有“十户人家九户侨”、漂洋过海下南洋的传统以及在陌生环境中与人合作、讲究契约等特质。凡此种种，注定了一旦有政策的春风化雨，这里就会迸发出难以想象的能量。

1979 年，晋江安海镇后林村，25 岁的青年农民许连捷听到开放的消息，对父亲说：“天不再下雨了，要下金子了。”许家多年来穷得连个睡觉的地方都没有，三兄弟从小睡祠堂，夏天蚊子奇多，要把杂草点着了熏蚊子。1979 年底，许连捷在村里办了一个服装加工厂。是为恒安集团之始。

也是 1979 年，安海农民柯子江一边种着几分田，一边在务农间歇打零工，替别人卖机械配件。听说厦门机械厂要扩大生产规模，寻找做加工配件的协作厂，他灵机一动，想办法与机械厂的业务人员联系上了。对方要来实地考察，他临时托人找到一个厂家，把考察应付了过去。等拿到委托加工合同，立即召集熟悉的 24 位农民，一人出点钱，既是股东又是力工，

讲好一年不发工资，然后租厂，组织生产。是为晋工机械之始。

“没钱，可以借；没厂，可以租；没人，可以请。”这是柯子江说的话。后来被总结为晋江民企的“三闲起步”（闲房，闲钱，闲人），厂房是农村的闲置房子，办厂钱不够就找亲戚朋友凑一凑，工人是村里的闲置劳动力。

1980年农历六月十五，刚好45岁生日的英林镇农民洪肇明，拆下两扇门板当裁床，踩着“大后架”脚踏车，开始创业。他家有10个兄弟姐妹，他排行老二，因生计所迫，很早便扛起养家重担，除农活外还杀猪，卖水果、芋头、化肥。他说：“以前卖化肥，1袋才赚1分钱，1天累死累活赚不了10元钱，而卖1件衣服就能赚10元钱，1天赚200元没问题。”是为劲霸男装之始。他儿子洪忠信还是个小孩子，跟着父亲当跟班，父亲要他去问问一块花布多少钱，他就赶快跑到市场上去。

这样的创业故事，在晋江数不胜数。

安踏集团董事局主席兼CEO丁世忠说，晋江的企业家只要给一点空间，

就能创业。只要给一条路，就能网络天下。他的父亲丁和于1991年亦

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_46283

