

他们彼此守望,靠商业的纽带紧密联系;他们乡里乡亲,靠乡情的力量自然聚居。
本期新临商继续聚焦“外来商业村”,关注在临沂打拼的另一个外商群体,注解他们和临沂的商缘关系。

聚焦“外来商业村”(二)



潮汕商人比较集中的站前商场。

7000 人“潮汕村”传奇

对来自广东潮州、汕头、揭阳、汕尾等地的商人,人们习惯称为潮汕人。潮汕人是临沂商城的拓荒者,早在上个世纪 80 年代中期,潮汕人便来到临沂“西郊大棚底”淘金。伴随着临沂批发城的成长,潮汕商人成就了一个 7000 余人的“潮汕村”。临沂商城的崛起之路留下了他们的脚印,也流传着他们的传奇。

>>临沂粤商一半是潮汕人

1992 年春天,潮汕商人陈伟强来到临沂,他带着自家生产的插座、插头等产品在临沂站前商场开起来第一家店。
“当时临沂批发市场刚刚发展,本地人都在西郊等一些交通条件较好的地方的大棚内经营。”陈伟强说,当时潮汕籍的经营户不过十几家,因为当时临沂的知名度还不是像现在这样大,市场辐射面不大,一年也就卖个几十万元的货。

陈伟强说,因为当时交通不发达,货物有时需一个多月才通过火车运抵临沂,商品常常掉价,许多批次的货物不得不赔着卖。
“我也曾经有过离开临沂的想法,但冷静一想,既然来了就要做出名堂。”他说,许多潮汕商户中途退出了临沂市场,可他却咬紧牙关,一步一个脚印地走了下来。
1995 年之后,临沂批发市场得到快速发展,物流业迅速崛起,临沂

商城的知名度和辐射能力大大提升,潮汕人的生意也逐渐好转,又来了近 30 家老乡到站前商场经营。
2002 年,潮汕商人陈文升把在老家的店铺和加工厂都搬到了临沂。“刚来的时候,客户还不习惯,一些老客户进货量减少。”他说,在经商初期的确也遇到过一些困难,一些客户质疑说,临沂不适合长期发展,但是坚持下来很快就打出一片新天地。

如今,伴随着临沂商城的成长,潮汕商人也变成了临沂批发市场中最大的南方人群体之一。他们有着共同的事业和乡情。在临沂他们有着共同的生活和经商经历。
据了解,估计在临沂经商的广东人有 14000 余人,其中潮汕人约有 7000 余人,占到了一半。潮汕人之间彼此联系是共谋发展,这样一个庞大的群体更像一个村,一个临沂大市场里的“潮汕村”。

>>卖一样的货,交情仍很好

小商品里有大市场,几乎每个潮汕商人身上都有着这样的传奇。
潮汕商会会长吴崇贤,刚来临沂时专做不锈钢厨具生意,就是家里用的锅碗瓢盆。他一做就是十几年,生意越做越大。如今,每天都有大批的货卖到全国各地。
“小生意,一样能做出大市场。”吴崇贤经常和其他潮汕人交流经商经验,他说,经营活动中,有大生意,有小生意。无论生意大小,各有各的学问。只要努力去做,就

能成就一份事业。新来的潮汕人也老在老乡的带领下把生意越做越大。
“潮汕商人作为一个商业群体,一直以来都按照‘前店后厂’的模式经营。”潮汕商会副会长郑林生介绍说,“前店后厂”模式,让潮汕人尝到了甜头。让他们占到了市场先机,如今,在市场内经营的潮汕商户,地产品占有率达到 80% 以上。
陈旭东在临沂土杂市场经营已经有十几个年头,他从经营不锈

钢厨具开始,生意越做越大,现在已经扩展到电器、不锈钢、劳保等多个行业。他说,在土杂市场经营不锈钢生意的潮汕人达 50 多家,约占这个市场经营户的三分之一。经营大户 90% 都是潮汕人。
“在老家,几个潮汕人的厂子在同一个工业园区,在临沂,潮汕人也在一起经营。”潮汕商人陈旭东说,大家在一起从事同一个行业,或是同一个市场经营,在经商和生活中,大家互相照顾,就像兄

弟姐妹。
潮汕商人李少锋说,潮汕人经营的不锈钢生活酒店用品几乎都来自老家的潮安和彩塘,品种也大致相同,也就是说大家都卖一样的货,但他们各做各的生意,私下老乡交情都很好。
“潮汕商人之间从未发生互相砸价或违规争货源争客户等不正当竞争。”吴崇贤说,在一种和谐有序的市场环境下做生意,既省力省心,又能把市场共同做大。

>>乡情凝结成商业纽带

在企业经营之余,潮汕商会会长吴崇贤经常和会员们一起郊游、散心、聚会。“潮汕商人的联络、交流、联谊是商会工作的一个重要内容。”他说,在外地经商总有种思乡情怀,但在临沂的潮汕人却没有这种背井离乡的感觉。
“每年的中秋节,我们会欢聚一堂,共度节日。”陈伟强说,是共

同的乡情把在外地经商的潮汕人凝聚起来,他们都说,习惯了临沂的生活,临沂也是一个家。
“每年春节,我们都要回广东老家过年,那时正是客流高峰,坐车非常不方便,很多人赶不上车。”潮汕商人曾灿说,这时候总会有人主动出面联系包车,让会员们按时安全回家过年。春节不回老家的也

会聚在一起,一块过年。
“正是这种乡情,最终凝结成一种商业纽带,把在临沂经商的潮汕人彼此联系起来。”吴崇贤说,这种联系已经不仅仅是彼此互帮互助,更多的是市场资源的共融和交流。
据了解,在临沂经商的潮汕人,分散在各个批发市场,从事着不锈钢、电料、五金、塑料、文具、日化、印刷包装、家电、厨具、灯具、陶瓷等各行各业。他们彼此之间结成的商业纽带成为在临沂一起打拼共同发展的“主动脉”。
“每一个从潮汕老家来临沂经商的人,都会带来自己的客户,有

的把自家的加工厂也搬到临沂。”吴崇贤说,每个潮汕人都是这个商业纽带中的一部分,他们让这个商业群体更具活力,也让临沂的批发市场获得了更大的发展空间。
“当一个潮汕人来到他乡时,首先想到的是投靠自己最信得过的亲朋好友,而后者也会义不容辞地接纳他。”吴崇贤说,因为本是同宗的人,命运也相似,遭遇陌生环境,只有守望相助,才能立足、发展。正是共同的血缘、地缘,联系着在外地的潮汕人,使他们合作求存,而不曾失去自己的根本。团结互助,是潮汕人在外地容易立足的重要原因之一。

临商道



吴崇贤

地产品是批发市场的命脉

潮汕商人陈伟强在深圳和普宁各建有一个工厂,产品销往全国各地,他对全国的物流状况相对比较熟悉。

“从深圳至银川的货,每件运费 30 元,需要半个月的时间才能到达,至少也要 10 天以上。”陈伟强说,这其中的原因是从银川至深圳的货太少,深圳到银川的货也很少。凑一车货要很长时间。而深圳至临沂的货,由于量很大,等待时间短,只需两三天就能到达,每件货只需 11 元。再从临沂发往银川也只需两天就能达到,每件货只需 7 元。所以,从深圳到临沂再转到银川,既省钱又节省时间。

记者了解到,现在几乎所有的潮汕人的全国营销总部都设在临沂。通过临沂发往西北地区的货物都能得到实惠和节省运输时间。

“目前临沂发往南方的地产品很少,在很大程度上制约了临沂物流业的发展。”潮汕商会会长吴崇贤说,2009 年金融危机时,广东的房地产一度萧条,对临沂板材的需求大量减少。很快,从广东到临沂的货每件涨了 10 元钱,甚至物流商还不想跑,因为他们拉不到返程货,利润大幅度下降。

“即便是价值不高的地产品,也能增加物流的优势。”陈伟强说,一车板材、蔬菜、水果的价钱大概只有 10 万元。而像电子产品这样的广东地区较有优势的产品,当地基本实现了本地生产。一车从广东来的电器,至少要 50 万元以上,如果是电子产品更要在 100 万元以上。物流费用的高低,决定于是否实现了本地生产。

“从临沂发往南方的货越多,从南方发到临沂的货相对较少,南方发往临沂货的运费就越便宜,物流的成本就越有优势。”吴崇贤说,由此可以看出,地产品是市场的命脉,没有地产品的支撑,就没有临沂物流的优势,就没有临沂商城的优势。

本版文/片
本报记者 贺可功

矫正不良身姿，告别个子矮小

型体立地矫正不良身姿，形体塑形，正个矮小，矫正畸形，塑造完美
地址：天津路138号54870755 经销地址：天津路138号54870755