

第五章 政府職能調適與變遷

第一節 政府職能的界定

政府是國家性質和職能的實現者、體現者和代表者，¹同時也是人類文明的產物，是國家進行社會管理，表現國家意識，處理社會公共事務、維護社會秩序、管理經濟生活、行使公共權力的機關，對社會發展起著不可替代的作用。在現代社會生活中，如果沒有一個有效能的政府，不論是經濟還是社會的可持續發展都不可能實現。²

政府（政府職能）與市場（經濟組織）是人類社會的兩種基本的組織形式，也是推動、控制和影響社會發展的兩股強大的力量。一個高效能的政府對於一個國家或地區社會的發展扮演極重要的角色。所謂國家職能，是指國家機器活動的總方向、總任務及基本使命和基本目的。是國家在實施其統治和社會管理管理過程中擔負著職責和功能。政府職能（government function）是指政府在一定的歷史時期內，根據國家和社會發展的需要而承擔的職責和功能。它反映了政府活動的基本方向、根本任務和主要作用。政府職能經歷了從統治職能到管理職能，再到服務職能的演變。面對經濟全球化，社會性與服務性職能日漸成為政府的主要職能。³

在政府職能調整中，政府部門在行政效能、法治運作，以及投資之治理所扮演之行政角色強弱與分際，攸關政府施政之績效，以及市場經濟健全之發展。⁴美國哈佛大學教授帕金斯（Dwight H. Perking）

¹ 呂志勝，政府職能轉換論（北京：中國財政經濟出版社，2003年3月），頁96。

² 彭萍，「政府職能轉變新論」，學術交流，2005年第2期（總131期），頁31。

³ 彭萍，前引文，頁31。

⁴ 陳德昇，「中國大陸區域經濟發展政府職能：變遷與調適」，陳德昇主編，中國大陸區域經濟發展：變遷與挑戰（台北：五南圖書出版公司，2003年11月），頁171。

指出：「在向市場經濟轉軌進程中，政府的首要任務是制定各種制度，使市場能高效能運作。」⁵有效的政府和完備的市場是推動經濟發展的兩個輪子。⁶政府職能變轉，不僅包括政府職能內容的轉變，還包括政府行使職能的方式及相對應機構的調整和改革。⁷

壹、「大、小政府」與政府職能

大、小政府說明政府直接管理事務範圍大小和內容的多少問題。世界銀行將政府職能分為小型、中型、積極三個層次（表 5-1）：⁸

（一）小型政府職能

小型政府職能，即市場經濟體制中政府的最低限度的基本職能。政府如果不履行這些職能，其他經濟主體則不會進入這些領域，則一個國家或地區的經濟無法正常運轉。

（二）中型政府職能

中型政府職能又稱中介功能，其範圍除小型職能外，另包括四項職能：一是解決外部效應；二是規範壟斷企業；三是克服信息不完整問題；四是提供社會保險。在政府職能履行中，政府只有與市場機制和市民社會形成合作關係，才能保證這些公共品得到有效提供和節約

⁵ 帕生斯，「轉軌經濟中政府的必要干預」，中國(海南)改革發展研究院編，**海外專家論中國轉型時期的經濟改革**（北京：民主與建設出版社，1997年8月）頁77。引錄自陳德昇主編，前引書，頁171。

⁶ 張吉成、劉楠，「現代化進程中的政府與市場」，**特區經濟**，2005年第5期，頁320。

⁷ 金紅磊，「政府職能的讓渡與拓展－基於公共物品的提供」，**經濟體制改革（雙月刊）**，2005年第4期（2005年7月），頁37。

⁸ 世界銀行：1997年世界銀行發展報告：變革世界中的政府（北京：中國財政經濟出版社，1997年8月），頁27。引錄自金太軍、趙暉、高紅、張方華，**政府職能梳理與重構**（廣州：廣東人民出版社，2002年7月）頁27~29。陳德昇，前引書，頁171。

使用。

(三) 積極政府職能

積極政府職能，除了一般小、中型政府職能外，另包括兩個內容：一是協調私人活動，藉由政策調控，使私人經濟資源在不同產業間合理流動。二是促進社會公平競爭，政府發揮積極職能，以促進經濟發展、社會進步和社會公平。在市場經濟條件下，政府應履行職能包括：

- (1) 保護產權，政府的首要職能主要透過立法與司法，調解各種利益糾紛，使民間經濟行為合法權益得到保障；
- (2) 穩定觀經濟，採取財政和貨幣政策，調節各種總體關係，緩合經濟波動，提供穩定的宏觀經濟環境；
- (3) 協調經濟基礎設施建設，包括基礎科學研究、市政設施建設和公共交通系統的建設；
- (4) 提供公共服務，其中最重要的是提供資訊，使民間經濟組織在決策中掌握更全面與正確的資訊，以做出正確決策，減少因資訊不充分造成效率損失；
- (5) 執行國(益、外交、外貿政策，保證經濟發展具有銀好的國際環境，並適當保護內市場，協助本國企業在國際市場競爭。

附表 5-1：市場經濟體制中的政府職能層次

	解決市場失靈			促進社會公平
小型職能	提供純公共品： 國防、法律與秩序、財產所有權 宏觀經濟管理、公共醫療衛生等			保護弱者、反 貧困計劃、消 除疾病等。
中型職能	解決外部效 應：基礎教 育、環境保護 等	規範壟斷企 業：公共事業 法規、反壟斷 政策	克服信息不完 整：保險、金 融法規、消費 者保護等	提供社會保 險： 再分配性養老 金、家庭津 貼、失業保險 等。
大型職能	協調私人活動： 促進市場發育、發展、誘導、調控私人經 濟資源合理流動、優化經濟結構等。			再分配： 資源再分配。

資料來源：世界銀行：1997年世界銀行發展報告：變革世界中的政府(北京：中國財政經濟出版社，1997年8月)，頁27。引錄自陳德昇，「中國大陸區域經濟發展政府職能：變遷與調適」，陳德昇主編，中國大陸區域經濟發展：變遷與挑戰(台北：五南圖書出版公司，2003年11月)，頁171。

貳、政府經濟職能的涵義

政府經濟職能是以政府機構為行為主體，對國民經濟進行全局性規劃、協調、服務和監督的職能。它是政府為達到一定目標而採取協調和組織經濟活動方式和手段的總稱。⁹其包含的涵義為(一)行為主體必須是政府；(二)維護公共利益；(三)實施範圍是全面性。¹⁰經濟職能，是指政府從社會經濟生活宏觀的角度，履行對國民經濟進

⁹ 余暉，「政府管理改革方向」，**戰略與管理**，2002年3期(2002年5月)，頁57。

¹⁰ 朱光華，**政府經濟職能和體制改革**(天津：天津人民出版社，1995年11月)，頁6~7。

行全局的規劃、協調、服務、監督的職責功能。從社會經濟生活總體的角度，對國民經濟進行全局性的規劃、協調、服務和監督的功能。它是政府在經濟活動中應承擔的責任、義務和權利的總稱。¹¹履行職能的管理主體，是中央政府及各級地方政府，而不是任何其他經濟組織、單位和個人。只有政府機構作為主體對經濟的組織和協調活動才構成政府經濟職能。¹²

不同歷史時期，由不同政治力量組成的政府所組成的政府都會有各自不同的目標。管理的經濟對象，是整個國民經濟，著眼於局部性的宏觀管理，不同於部門經濟管理和企業經濟管理。管理的目的，既有階級性質意義即實現統治階級的利益，也有公共性意義，即通過一系列管理活動，以較少的代價去獲得較大的經濟效果，促進社會的經濟發展。

現代經濟社會是一個高度複雜、分工明細的社會，重要的特徵是政府實施政府經濟職能主要是為了國民經濟的協調平衡發展，往往是從國民經濟的整體出發進行宏觀調控和統一管理。為了保證一個國家（地區）整體經濟活動健康有序發展，政府可使用經濟、法律、宣傳，必須時還可動用行政手段來干預經濟。此特點使政府在市場經濟的三大主體中居於不可忽視的地位。¹³

參、經濟職能的功能

政府的經濟調節職能主要是為經濟發展提供良好的宏觀經濟環境，優化經濟架構。首先，透過採用適當的財政政策和貨幣政策等宏觀經濟政策進行宏觀調控，促進經濟增長，增加就業，穩定物價，保

¹¹ 孔祥利，前引書，頁 31。

¹² 朱光華，前引書，頁 6~7。

¹³ 張岩鴻，*市場經濟條件下政府職能規範研究*（北京：人民出版社，2004 年 8 月），頁 57。

持國際收支平衡。其次，為縮小城鄉差別、促進城鄉經濟協調發展提供必要的制度保證和政策支持。再者，在符合世貿組織規則的前提下，採取鼓勵性的政策措施，促進出口，吸引外資，支持本國企業跨國投資經營。

政府作為制度的供給者，應透過制定和執行相關法律法規，履行其在市場監管方面的主要職能：界定和保護各類產權；創造良好的信用環境；擴大市場對內對外開放，逐步消除行政性壟斷，加強對自然壟斷行業的規製；對產品定價和產品性量訊息披露行為進行嚴格監管；等等。

經濟增長是政府宏觀調控追求的目標之一，但它並不是最終目的，而只是實現社會進步和人的全面發展的手段。在全面建設和發展社會中，應更加重視政府的公共服務職能，應從下列幾個方面強化著手：（一）擴大就業指導和扶持，給予企業的技術培養訓練項目和下崗失業人員的技能培養訓練；（二）擴大社會保障的含蓋面，加快建設和完善與經濟發展水準相適應的社會保障體系；（三）擴大教育的投入，提升政府公共教育服務水準，尤其是要提升義務教育的質量和普及程度；（四）提昇公共醫療服務網，全面照顧所有的城鄉居民，使人人得以享有基本醫療保健；（五）完成基礎設施的建設，透過政府投資和聯合民間資本參與，加快基礎建設的投資。

資源配置是政府經濟職在微觀領域的實現方式，其核心問題就是如何把有限的或稀缺的資源配置到最有效的地方，從而使資源到最有效的利用。在資源配置方面，政府的作用的體現為：（一）提供公共物品。（二）通過產業政策的調整鼓勵基礎產業及技術產業。（三）對

資源合理利用施加影響。¹⁴

政府經濟職能的二重性，是由社會生產過程中生產力和生產關係的統一性決定的。要保證社會過程的正常進行，經濟管理就必須具有兩方面的功能：一是合理組織生產力的功能，即把勞動力、勞動手段和勞動對象結合起來以進行社會生產的功能；另一是維護生產關係的功能，即實現生產目的，維護現存財產關係功能。政府職能轉變的一項重要任務，就是改變政府直接介入生產要素市場的方式。通過健全和完善市場在資源配置中的基礎作用，利用完善的生產要素市場的調節機制，來形成生產要素合理的相對價格，促使企業生產經營方式和社會經濟增長方式的轉變。¹⁵

¹⁴ 郭小聰，前引書，頁41。

¹⁵ 史晉川，「增長方式轉變與政府職能轉變」，*浙江經濟*（半月刊），2005年第7期（總311期），頁7。

第二節 「小商品市場」發展中的政府職能

壹、政策導向

無論是義烏小商品市場的興辦還是發展均離不開政府的引導、調控和規範。義烏市與相鄰縣市相比較，其發展市場的區域位置、交通條件和經濟基礎等方面並不佔優勢，有的縣市小商品市場的形成（例湖北武漢的漢正街）甚至還早於義烏，但只有義烏建成了中國大陸最大的小商品市場，政府的導向機制功不可沒。

義烏市政府根據義烏曾是一個貧窮的農業小縣，在一無人才，二無資金，三無資源的實際情況下，而提出創建市場的政策與制度創新的作法—「築巢養蜂」。所謂「養蜂戰略」是政府做蜂箱讓蜜蜂來採蜜，即是說政府辦市場，請個體戶、私營企業主至市場經營企業，只要是市場有供需關係存在，就可經營謀利。地方政府主管門部籌辦市場，市場建成後再交由市場管理公司負責。義烏小商品市場即是依循此方式辦市場，進行所謂「築巢養蜂」的經營策略。當初，市場的規模、選址、到經營管理，均是在政府的主導下進行的，政府具有相當的主導權。政府「實事求是」路線的成功，發現養蜂才適合貧困地區的發展。

市場本身就是一個大蜂窩，當市場經營戶產生商機，信息才得以集中，而能降低物流成本，使經濟效益就加突出。市場這個大蜂箱吸引大批經營者聚集，使小商品市場變成了高度集中的大市場。過二十多年的發展，義烏產業發展中的第二、三產業 GDP 所佔的比重由原本 1978 年 21.1、21.5 到 2005 年的 46.2、50.9（表 5-2），已成功轉型為工商城市，具現代化城市的規模。

附表 5-2：義烏市經濟指標表

年份	國民生產總值 (G D P)	人均 G D P (元)	第一產業	第二產業	第三產業	產 業 比 例
1978	12809	235	7355	2706	2748	57.4:21.1:21.5
1979	16610	301	10098	3179	3333	60.8:19.1:20.1
1980	18763	336	10869	4130	3764	57.9:22.0:20.1
1981	19859	352	10796	5175	3888	54.4:26.0:19.6
1982	23058	403	12343	5982	4733	53.6:25.9:20.5
1983	28163	486	13877	7736	6550	49.3:27.5:23.2
1984	38449	657	15806	13334	9309	41.1:34.7:24.2
1985	50578	857	20005	16155	14418	39.6:31.9:28.5
1986	60609	1017	22821	19734	18414	37.6:32.0:30.4
1987	79001	1312	24746	28046	26209	31.3:35.5:33.2
1988	109860	1800	29196	37578	43086	26.6:34.2:39.2
1989	133696	2165	29604	42005	61887	22.2:31.5:46.3
1990	160025	2584	34776	45275	79974	21.7:28.3:50.0
1991	192583	3091	37138	55614	99831	19.3:28.9:51.8
1992	274972	4380	38605	77383	158984	14.0:28.2:57.8
1993	407572	6441	53599	152622	211351	13.1:37.5:49.4
1994	623817	9792	66632	256950	300235	10.7:41.2:48.1
1995	904695	14105	91339	425033	388323	10.1:47.0:42.9
1996	1080440	16734	98039	516424	465923	9.01:47.8:43.1
1997	1102825	16971	64158	550079	488588	5.08:49.9:44.3
1998	1163987	17776	66292	590372	507323	5.7:50.7:43.6
1999	1053574	15986	67557	521752	464265	6.4:49.5:44.1
2000	1192436	17945	70935	603212	518289	5.9:50.6:43.5
2001	1360106	20292	71616	690595	597895	5.3:50.8:43.9
2002	1560831	23148	76410	797144	687277	5.1:50.6:44.3
2003	1884856	27783	78551	982733	823532	4.2:52.1:43.7
2004	2820000	33942	92400	1335200	1392400	3.3:47.3:49.4
2005	3001000	43100	88200	1386500	1526200	2.9:46.2:50.9

- 資料來源：1、浙江非國有經濟年鑒 2000 年，頁 204。
 2、浙江非國有經濟年鑒 2001 年，頁 228。
 3、浙江非國有經濟年鑒 2002 年，頁 256。
 4、浙江非國有經濟年鑒 2003 年，頁 273。
 5、義烏統計年鑑 1999~2005。

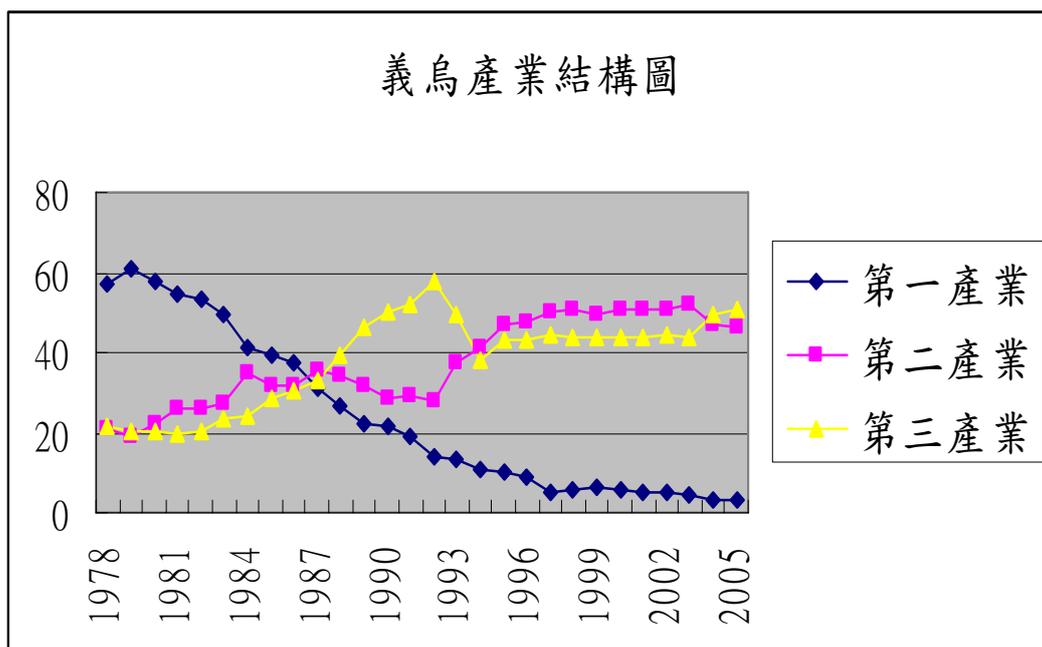


圖 5-1：義烏產業結構圖

貳、整頓市場

義烏小商品市場之所以能夠持續繁榮，並保持中國大陸批發市場的龍頭地位，除義烏人有其固有的經商傳統外，義烏小商品市場起步早、商品種類齊全、買賣便利、市場經營成本低、商品價廉物美等等原因外，還有重要的一個原因就是將市場內的同類商品實行「劃行歸市」。「劃行歸市」是合理調節新商戶與原有商戶、本地經商與外地客商之間的利益關係，使義烏小商品市場在發展過程中能不斷擴大規模經濟和範圍經濟的一種重要手段。¹⁶

義烏小商品市場是綜合性的專業市場，它將大量同質性的商品集中到固定地點，使交易雙方可以節省與搜索的時間，以節省交易成本，提高商品成交率。當交易成本越低，交易的效率就越高，成交值

¹⁶ 陸立軍，白小虎、王祖強，市場義烏—從雞毛換糖到國際商貿城，頁 120。

也越大。義烏小商品市場發展迅速的根本原因，乃在於訊息集聚和發佈具有獨特的優勢，為買賣雙方提供完整、真實的商品訊息。¹⁷

當時，義烏中國小商品城工商管理處提出義烏小商品市場依商品屬性，或用途，將市場上萬個攤位提出「劃行歸市」的想法，經商戶按行業申報登記，由市場管理當局統一安排攤位，在政府和經營戶的支持下，中國小商品城工商管理處完成了「劃行歸市」。其目的在於調整新經營戶和原有經營戶、本地經營者和外地採購商之間的利益關係，使義烏小商品市場在發展過程中能不斷擴大規模經濟和範圍經濟的一種重要手段。「劃行歸市」具有其戰略意義，使得義烏小商品市場整體水準得以提升，「劃行歸市」形成的競爭力使市場充滿了活力。同時，方便了採購商選購各類商品，劃行歸市後的各個行業迅速發展壯大。

在市場管理中推行「劃行歸市、分類經營」格局。按商品類別劃分經營區域，同類商品在同一經營區塊內。「劃行歸市」實施後，使市場同類商品的經營者之間競爭日趨激烈，經營者力爭人無我有，人有我優，人優我轉，有利于促進經濟者改善服務態度，精研經商之道，以提高服務水平和經營信譽；外地客戶可以在同一區域內找到同類的商品，而降低搜索成本，有利於採購商進行比較，也能確保客戶所需商品的價格和質量；生產廠家能適時了解市場行情，產品銷售網絡，促進商品立即更新換代，形成產品的多樣化、同一產品的系列化。有效的競爭使原本假冒、偽劣商品逐漸退出市場，無生存空間，而保護了顧客的利益。

一般而言，義烏市政府對商家實施「劃行歸市」，其目的在於調

¹⁷ 陸立軍，白小虎、王祖強，市場義烏—從雞毛換糖到國際商貿城，頁 104~105。

整新經營戶和原有經營戶、本地經營者和外地客商之間的利益關係，使義烏小商品市場在發展過程中能不斷擴大規模經濟和範圍經濟的一種重要手段。「劃行歸市」是將商場中的商品按其商品種類劃至同一交易區內。當時建成的「篁園市場」，就將劃分為十三個交易區，由市場管理單位負責安排管理。在實施當初，曾遭受到部份商家的抵制。經實施後，商家彼此的競爭更為激烈，均設法在產品質量、價格及行銷手法上提昇競爭力。而導致銷售檔次有所提昇，確保批發市場龍頭地位。¹⁸確定市場經濟在義烏經濟發展中的地位和作用。¹⁹

參、擴大範圍

義烏小商品市場的發展壯大，充分發揮了市場內生機制的孵化功能。在小商品市場的帶動下，出現了一批專業批發市場，促進批發貿易的迅速發展。

義烏小商品市場由主市場不斷孵化出分市場。目前，國內掛名「義烏分市場」的有 45 家，分佈在大江南北。透過義烏主市場分化出分市場，它把義烏小商品市場的管理模式傳遞給分市場，把義烏的經營模式輸送給分市場，把義烏的小商品連接到分市場，架設主市場和分市場的橋樑。主市場孵化分市場，使得市場的觸角得以延伸，市場網絡覆蓋到廣大邊遠農村。

自 1998 年起，義烏以小商品城為批發市場基地，國外紛紛設立辦事機構，中國小商品城國外分市場，開拓小商品批發業務。目前，在南非、烏克蘭、巴西、澳大利亞等國和地區設立分市場，200 多家企業已在國外註冊設立分公司，將小商品的觸角延伸到國外。義烏成

¹⁸ 陸立軍、白小虎、王祖強，*市場義烏—從雞毛換糖到國際商貿城*，頁 120。

¹⁹ 何培松，前引書，頁 22。

為世界最大的商品交易中心，「小商品海洋、購物者天堂」已成為義烏的代名詞。²⁰

肆、產業創新

義烏在其原有市場優勢的基礎上，培育出「小商品、大產業、小企業、大集群」的工業產業發展格局，扶植了服裝、針織、飾品、拉鏈等優勢產業和產品，形成了具有區域特色的小商品製造基地。²¹

義烏實施貿工聯動（Trade and industry co-working）戰略，使義烏經濟走出了一條富有特色的發展道路。透過市場資金的累積壯大民營經濟。充分利用訊息網絡，開闢了一條創新之路，使市場邁向國際市場。近年來，義烏市場國際化水準逐漸提升，越來越多的國際採購商及外貿公司代表常駐義烏，將義烏市出口的商品銷售到世界各地。目前，由義烏出口的集裝箱數平均達 1000 個，義烏儼然已成為中國大陸重要的商品出品基地。²²

未來在擴張市場、商貿業和製造業的格局下，提出「一體兩翼」的產業發展戰略，體現了市場、產業發展與城市空間擴張良性互動和相互銜接。所謂「一體兩翼」，是指到 2020 年義烏要形成以 100 平方公里新區域為主體，以中心城區兩翼各 100 平方公里的兩大產業帶為依托的區域經濟新格局。「一體兩翼」戰略破除了人為設置的產業和城市擴張的邊界，拓寬了各自發展的空間。商貿業是義烏經濟發展的生命線，要建設義烏成為國際性商貿城市就必須有堅實的生產基地和

²⁰ 陳紅兒、賀華麗，「專業市場創新發展的基本規模研究—以浙江省義烏市場發展為例」，**中國流通經濟**，2003 年第 9 期（2003 年 9 月），頁 35。

²¹ 陳紅兒、賀華麗，前引文，頁 33。

²² 吳蔚榮，「義烏民營經濟邁向國際化發展階段」，**浙江經濟（半月刊）**，2005 年第 15 期（總 319 期），頁 13。

創新基地來支撐。²³

伍、市場管理

依據實際需要，於 1993 年成立中國小商品城股份有限公司（後改製成為商城集團公司），將原先由工商部門負責的中國小商品城的管理權和主辦權交予中國小商品城公司，實施所謂的「管辦分離」，市場實行企業化管理。管辦分離後，在市場內分別設置工商分局、公安派出所、地稅分局，這些單位在市場內執行其應有的職能，行使該有的管理權限。中國小商品城集團公司負責市場建設、經營秩序和物業管理等工作。在市場運作方面，政府與商城集團各司其責，彼此互相配合，共同引導市場的發展，創造良好的市場環境。

義烏市政府根據市場發展和管理實際需要，成立市場管理局，專責市場的規劃、市場的發展和市場分工等事宜。進一步強化市場的管理，使市場能有序的發展。又因應市場需求，又成立國際商貿城周圍區建設指揮部，對現行市場重新規劃，帶動義烏經濟的增長，使義烏建設成為一個現代化、信息化的國際商貿城市。

²³ 王祖強，「義烏的重新定位與「義烏模式創新」，*浙江經濟（半月刊）*，2004 年第 2 期（總 282 期），頁 29。

第三節 國際接軌的運作分析

近年來，義烏市場外貿呈現躍變式發展，義烏市場的國際化程度在日益提升中。義烏政府掌握住這一歷史機遇，確立了建設國際性商貿城市的發展戰略，爭取成為國際性小商品集散中心、流通中心、展示中心，打造全球最大超市，這為義烏市場的發展指明了正確的發展方向。

壹、經濟發展的特點

義烏的經濟發展深受「模州模式」的影響，溫州是從專業市場的發展和家庭工業互動發展走向兩者聯繫的逐步發展，隨著專業市場的衰落，家庭工業走向家族企業和股份制企業，這些企業從跨區域的商貿活動走向外地投資經營，形成了溫州經濟的區域開放格局。義烏經濟發展的路徑為「市場先發、商貿先導」，歷經集貿市場、批發市場到國際展貿市場，而成為世界著名的貨品批發和交易中心。

中國大陸改革開放以來，義烏堅持實施「興商建市」整體經濟發展戰略，致力於培育以小商品市場為龍頭的市場體系，成功地走出了一條富有特色的區域經濟發展道路，實現了從傳統農業縣向經濟強市的歷史性跨越。如今的義烏市場發展、經濟繁榮、社會穩定，已成為中國大陸最大的小商品流通中心、資訊中心和展示中心，是浙江省乃至中國大陸最具發展活力的區域之一，列入全省首批率先基本實現現代化的縣市之一。義烏以專業市場繁榮發展推進區域市場化、工業化、城鄉一體化和國際化，在資源貧乏的丘陵地區培育出全球最大的小商品批發市場，從遠離都市的內陸小城蛻成為國際性商貿城市。

義烏因為具有了市場的區位優勢，在其優勢作為下，義烏的會展業突破以往區位與空間的限制，而呈現強大的生命力。二十多年來，

義烏根據市場辦各種會展，創造出一條獨特的道路。在會展經濟拉動第三產業和製造業的同時，為市場引進大量的製造業、採購商和貿易機會，成了國際性小商品交流產示的重要平台。²⁴

中國大陸加入世界貿易組織後，義烏市場掌握住發展小商品貿易的有利條件，在其原先「興商建市」的戰略基礎上，不斷豐富其內涵和創造各項先機，試圖向國際性商貿城市轉型。在其向國際商貿城市轉型過程中，建立市場與城市發展的機制，是促進義烏中國小商品城持續發展的關鍵。

義烏市在「以商帶工、貿工聯動」政策的推動下，逐漸走向國際商業舞台，實現國際化的路徑創新。工業化是現代化的核心，一般城市在向現代化、工業化發展，是逐步的由傳統農業向工業化再轉向第三產業。義烏在工業化過程中，非尋一般常規發展，透過「興商建市」的發展戰略，直接跨越發展到以服務業為的階段。義烏是一座以農業為主的縣市，其產業比農業一直佔有很重的地位，1979年時高達60.8%，到了1988年龍頭地位為第三產業所取代。甚至於在1992年時第三產業的GDP佔全義烏的57.8%。其原因是以小商品市場為龍頭，帶動商貿業、金融業、運輸業等第三產業的發展。在第三產業發展的同時，實施「貿工聯動」，推動工業化和市場化的發展，使工業成為義烏市場的支撐力量。2004、2005年義烏第三產業的GDP（分別為49.4%、50.9%）超越第二產業，這顯示出義烏產業發展仍舊是以第三產業為主要發展方向。

義烏小商品市場從第一代到第五代的變遷過程中，在以規模經濟和範圍經濟的基礎上，逐步形成了擴散效應。其主要表徵為：第一、

²⁴ 張傳校，「義烏：城市化要跟上商貿發展的步伐」，*中國經濟導報*，2005年2月5日，第A05版。

義烏市場已形成中國大陸同類日用品消費品的信息中心和價格形成中心。第二、義烏市場開始對其他地方性專業批發市場產生「極化效應」。第三、義烏市場在流通環通環節創造的這種比較成本優勢是全新的，而發揮產業集聚的作用。²⁵義烏小商品市場之所以成功，有其特有的商業條件和發展環境，乃在於其商務成本低、採購效率高，構成義烏小商品市場強大的生命力和國際競爭力。在發展的軌跡中，完全符合市場發展的法則。

近年來，義烏利用國際國內發展小商品貿易的有利條件，不斷充實和創建「興商建市」的發展戰略，積極向成為國際商貿性城市轉型。在朝向國際商貿城市發展的過程中，城市化是商業主要的動力，商貿發展與城市化進程相互作用，相輔相成。建立市場與城市發展的機制，是促進中國小商品城持續發展的關鍵。²⁶

義烏在浙江省政府的「接軌大上海、融入長三角」的區域經濟發展戰略下，充分發揮獨特的區域優勢，推動市場與產業的結合，而逐步形成以城市為中心、中國小商品城為貿易平台，向周邊區域輻射的圈狀經濟特徵，形成一個以貿易帶動物流、倉儲、服務業的區域大市場概念。據調查，目前，義烏市場約 70% 的商品來自浙江省各地的生產基地，周邊地區的產業為義烏市場提供豐富的資源，義烏市場也為這些產業基地提供了連接世界的銷售平台，使市場優勢與產業功能均得到最大限度的發揮。²⁷

貳、發展途徑

²⁵ 金祥榮，「義烏國際化：戰略意略、轉型方向和制度支持」，*浙江經濟*（半月刊），2005 年第 15 期（總 319 期），頁 10。

²⁶ 張傳校，前引文，第 A05 版。

²⁷ 「義烏小商品市場提升區域產業」，*小商品世界報*，2005 年 3 月 19 日，第 1 版。

義烏市場歷經二十多年的發展，市場經營主體的組織化程度越來越高。而專業市場的發展必須以區域主流產業為依據，推進專業市場與主流產業的互動，才能有效地促進整體區域經濟發展。義烏市場屬於集散型市場，通過市場化與產業的結合，有效的推動市場體制的創新，進而提升市場的競爭力。

義烏透過培育市場帶動了經濟社會的全面快速發展。2003年，儘管遭遇SARS侵襲、伊拉克戰爭及資源、能源緊缺等多重衝擊下，絲毫未受到任何影響，經濟社會健康仍持續健全發展。全年全市實現國內生產總值282億元，比上年增長17.3%。2005年國內生產總值達300.1億元。

政府對市場的管理和服務，除了工商、稅務、質檢等執法部門對市場的管理外，體現善於運用宏觀調控手段，做好市場發展規劃、確定市場管理政策、因時制宜地進行市場佈局調整。義烏市場在政府規劃的引導下，五易其址，九次搬遷，同時興建各類專業市場和專業街區，市場體系不斷完善和精進。同時，堅決實施「劃行歸市、集聚經營」的政策，發揮市場的集聚效應。二十多年來，在政府的組織下，透過多次市場佈局的調整，市場行業佈局不斷制度化、合理化。

透過組織專業街、提供運輸、訊息、餐飲、住宿、資金結算、外貿代理等形式，為市場提供服務，促進市場的營運和發展。隨著市場規模的不斷擴大以及政策的因素，政府部門及時退出市場主辦者的角色，從運動員變為裁判員，各市場由專門的企業所有人進行市場的建設培育、經營開發、物業管理。企業所有人十分注重市場硬體和配套建設，完善配套服務，不斷改善市場環境，逐步提升市場的層次和建立完善的服務體系。

義烏因為有市場的資源優勢，與會展經濟互補作用正逐漸形成，

而義烏的會展也利用原本的區位和空間限制，呈現強大的生命力。自1995年義烏中國小商品博覽會開辦以來，已走出一條獨特的道路，為製造業和商貿業創建了重要平台。²⁸會展經濟所帶來的不僅是經濟收益，同時也是對外宣傳城市品牌、互通經貿資訊的橋梁和窗口。義烏的會展業是伴隨著義烏小商品市場和歷屆中國小商品博覽會逐步發展起來的。義烏作為一個中等城市，其對外的影響力和輻射力都遠不及北京、上海等大城市，所以義烏會展經濟的發展要圍繞小商品市場和特色產業經濟，保持優勢，形成特色。²⁹

中國國際小商品博覽會的前身是義博會，起源於1995年，義烏的會展由此起步，經過十一年的發展，展覽層次、規模、參與廠商的程度逐年上升，2002年，升格為由國家商務部主辦的國際性展覽會。義博會實現了從中國大陸性展會向國際性展會的新跨越，成為繼廣交會、華交會之後國內第三大貿易類展會。根據義烏中國小商品城強大市場的發展，義烏會展業從無到有，從小到大，迅速發展。如今，在義烏形成了品牌展會與中小展會互動的格局。會展業已成為義烏的朝陽產業，發展前景十分廣闊。在義博會帶動下，五金、玩具、文體用品等一批專業展會逐漸興起。義烏還實現展覽與會議活動的互動，2004年義烏共舉辦展會24個，2005年舉辦展會和活動28個。獨特的市場辦展優勢，也吸引了上海、杭州、蘇州、深圳、南京等專業展覽公司的眼光，他們紛紛搶灘義烏。目前義烏市擁有展覽公司17家，其中本地展覽公司11家。

義博會是義烏梅湖會展中心各類展會中發展最快的龍頭展會，品牌效應越來越突出。2005年義博會共有1655家企業參展，標準展位

²⁸ 「義烏：城市化要跟上商貿發展的步伐」，**中國經濟導報**，2005年2月5日，第A02版。

²⁹ 「打造成有義烏堂特色的國際會展品牌—專訪浙江義烏市副市長王東堂」，**新華網** 2003年2月28日，http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/expo/2003-02/28/content_749773.htm(2006年4月13日引用)

3000 個。5 天展覽的結果是：迎來了境內外 83363 名專業觀眾，其中 14269 名是來自 158 個國家和地區的外商；實現展覽成交額 80.98 億元人民幣，其中外貿成交額 6.61 億美元，占總成交額的 65.3%。

義烏市於 2006 年 3 月 9 日成立會展業聯合會，成立會展業聯合會，有利於促進義烏會展經濟向上發展。今後義烏的會展業將走向國際化、專業化、市場化、品牌化，因此聯合會將立足於整合會展資源、規範會展市場、優化會展環境和培育展會品牌，努力促進義烏市形成以義博會為龍頭，與市場和產業相關聯、多門類、強輻射的會展業格局。³⁰

³⁰ 毛丹，「成立會展聯合會，義烏會展上扛發揮整合大旗」，[浙商網](http://biz.zjol.com.cn/) <http://biz.zjol.com.cn/>，2006 年 3 月 10 日，2006 年 4 月 12 日引用。

小 結

義烏市政府在義烏市場發展初期對攤販採取勸告、禁阻的方式，但成效不張。不得不規劃場地將攤販實施集中管理，此就形成一種自下而上誘發性的制度變遷。到了二十世紀九〇年代初期義烏市政府為了建立有效的交易秩序，降低市場的交易成本和建立完全競爭的市場，而採取強制性的制度變遷，實施「劃行歸市」以作好市場管理。政府在經濟發展初期扮演著規劃師和管理者的角色，對市場的運作實施完全的操控。經時間的演變，政府逐漸轉變成為協助者的角色，誠如中國大陸學者黃少安所言是主體角色的轉變。³¹在中國大陸加WTO後，市場如何與國際接軌，政府將由「看不見的手」轉換成為「一隻看的見手」成為市場的帶領者。

³¹ 黃少安，前引文。

