

第陸章 結 論

第一節 研究發現

一般西方國家對於政府與市場關係，可用強與弱的結合模式來界定政府與市場彼此間的關係。強政府的政策包含制定法規以律定市場主體的經濟活動、限制壟斷、實施社會保障制度、排斥市場的調節功能、進行行業管制、干預市場的運行。而弱政府主要是保障市場的自由、扮演國家財富和集體安全「守夜人」角色、進行企業補貼政策等。政府在經濟增長中有著不可替代的角色。

義烏政府在農村集貿市場初形成時，經營戶大多為農民，販賣的為一些家庭工廠製造的小商品或家庭必需品。當時中國大陸雖推動改革開放，實施經濟體制轉型，但政府的政策尚未脫離計劃經濟時代的作法，對於個人發展私人資本仍有所限制。延續原計劃經濟時代的作為，施展對市場主體採用禁制、勸堵、罰款的強制手段，以抑制市場的貿易行為，業管單位對於攤販採取勸阻、驅離、禁絕等強制性作為，但成效不張。此時，政府決定不再依循計劃經濟時代的強制作為，改弦易策，採用柔性作法「劃地為市」，安置經營戶，改善城區空間，便於管理。此時，政府為市場的管理者，維持市場交易秩序和市場環境。

從政府與市場關係的角度看，義烏市場的形成和發展經過三個階段：市場的自發形成階段、政府參與階段、市場自主階段。在發展過程中，政府充分發揮在市場培育中的作用，順應市場發展趨勢，將市場的管理和建設工作由政府轉為企業的行為。具體而言，義烏政府從強政府的管理模式到弱政府的角色，市場秩序的管理交由商城集團負責運作，政府只是扮演推手，不過度干預市場的運作。

「雞毛換糖」的文化在中國大陸建政初期計畫經濟時代，是一種挑戰與創新，義烏人的制度創新，創造一條以商養農、以商促工的發展途徑。當義烏政府決定開放小商品市場，允許農民經商，從此之後小商品市場在政府的支持及引導下成長茁壯。開放性小商品市場是一場由雙重創新主體實施的市場化的制度創新。在制度創新的過程中，內在主體與外在主體均有其責任和功能。政府與市場的相互配合，使義烏人民的創造力得到最大能量的釋放，得以充分發展當地經濟；培育出全國乃至於是亞洲最大的小商品市場。小商品市場不僅為市場經商戶提供了良好的交易設施等外部環境，也為他們的交易活動提供了一種有別於特殊的交易環境和體制。

義烏經濟在發展初期，由民間力量導引的誘致性的制度變遷，發展之初得到政府的認可、允許、支持和鼓勵。之後，政府的引導與規範，加強公共建設及管理服務功能的提昇，使義烏的經濟走向世界。政府的政策作為，在義烏經濟成長發展扮演著為重要的角色。隨著市場規模的不斷擴大，政府不再扮演市場的主管理者角色，由市場主辦者變成規劃師、引導者，市場的管理及經營權責交由中國小商品城集團負責。

義烏政提出「興商建市」發展戰略後，更使義烏人民的創造力得到最大能量的釋放，充分發展當地經濟；培育形成全國乃至於是亞洲最大的小商品市場。義烏政府配合市場的發展，頒佈政策，引導市場的發展，積極參與市場建設，促進市場的擴張和升級。如沒有政府積極性的作為，則義烏小商品市場僅為一般的批發性市場，無法成為批發市場的龍頭。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，善用宏觀調控手段，做好市場發展規劃、確定市場管理政策、因時而制宜進行市場佈局調整。

未來，與國際如何接軌，是義烏經濟增長的主軸。在此主軸戰線

下，加強發展現代化服務產業，提昇義烏小商品國際交易中心的地位；並逐漸引進外資和企業，以增強製造業產業競爭力，而提昇整體經濟社會水平。為適應國際化的要求，須持續推動政府管理創新，進一步改善政府的公共服務和涉外經濟管理能力。

第二節 評估與展望

壹、市場機制

義烏市場佈局有錯置現象，未來應重新調整整體佈局，將電器產品和通信產品、家電市場劃歸電子專業群落。服裝產品（包括襯衫、襪子、領帶、手套等）歸類為服裝群落等。除此之外，政府須介入攤位和店舖轉租管道，以免使商務成本上升，而使商家撤攤遷戶，產生遏制義烏經濟成長的無形殺傷力。

在現代社會中，市場經濟非專屬於政府，而是歸全民所有，政府與市場的關係中，必須以市場為主體，政府在職能變遷方面須扮演服務型的角色，所有經濟決策要以促進市場發展為首要目標，積極保障市場經濟和社會發展正常運作，而非遏制市場經濟的發展，政策作為須滿足人民和市場的需求，並藉由宏觀調控達到充份市場監管的職能。

政府職能轉變提的是政府管理方式和手段的變革，政府對社會經濟的管理由微觀轉向宏觀，直接管理變成間接管理，政府不再掌控大權，才符合「小政府、大社會」市場經濟的發展。對於行業的管理職能下放給行業協會負責，政府只承擔服務監督的功能。¹在二十多年的市場發過程中，政府與市場產生良好的互動，才產生今日繁榮的義烏。根據經濟發展模式，政府此時只需扮演一隻無形的手，在後面推動經濟發展的輪子。市場的營運交由中國小商品城集團公司負責。關於企業的服務，則交由行業協會全權負責，政府居於協助的角色。

在因應與國際接軌時，須擴大和增強企業實力。應從三個方面入

¹ 賀西津、沈恒超、胡文安等，**轉型時期的行業協會—角色、功能與管理體制**（北京：社會科學文獻出版社，2004年2月），頁5~6。

手，繼續增強企業實力，提升競爭力：一是以「和諧、誠信、敬業、創新」的企業精神提升品牌；二是始終堅持走科技創新之路，爭取申報並批量生產更多的專利產品；三是根據義烏市場優勢，強化外貿出口，鞏固與沃爾瑪、麥德龍、家樂福等國際大型零售的貿易合作。

貳、產業政策方面

義烏大多數企業屬中小型企業，生產產品的科技成份不高，在面對勞動資本提高和人力失調、原材料漲價等眾多影響因素時，受到的衝擊非常大。政府應考慮提升企業層次，首先在建立品牌方面，確立企業參與市場競爭的新優勢；其次是優化企業內部環境，為吸引更多、更好的勞動力和人才打好基礎。再者，在現行條件下增加建築密度和容積率，提升企業的貢獻率。讓市場這個訊息和物流更加順暢。

積極造企業創造發展環境。目前義烏有很多新興企業，他們在規模、實力等方面或許無法與現行較具規模企業相比，但其經營企圖十分強烈。政府應為這些中小企業服務，制定中小企業的扶持政策，選擇一批具有發展潛力的企業加以培養。如此，會鼓勵更多的商業資本投向工業領域，進一步增強義烏工業經濟的規模和實力。

在增進第三產業亦須注意工業的發展，引進高新技術設備和人材以強化工業發展基礎。義烏發展工業須求自主創新，須大力發展工業設備製造業。政府相關單位考慮設立產業科技研究機構，該機構由政府 and 民間企聯合出資，甚至與「義烏商圈」周邊城市聯合中心，以擴大「義烏商圈」的影響力。對企業引進的現有設備進行研究，透過政府引導、企業吸收，吸引更多的國內外技術專家、工程師為研究中心服務，強化義烏設備製造能力，提升現有裝備的使用率。

在鼓勵企業創新方面：須做好下列工作：（一）策頒優惠政策，鼓勵和引導企業引進先進設備，尤其是世界一流設備；（二）推動更多有條件的企業加強與世界 500 強企業合作，為企業開創管理和市場開發新局面；（三）相關職能部門切實為企業解決困難、藉由有效的協調，提供企業工作效率。（四）引導企業學習歐美先進開發國家或地區的經驗，以增強工業經濟整體實力。

義烏市場近幾年來繁榮發展，工業是其背後支撐力量，而工業的壯大，亦受到企業的影響。但是，近幾年義烏很多企業的融資管道不順暢。很多企業就因為金融機構信貸門檻高、手續繁瑣、額度小等問題，缺乏有價值的抵押物，融資管道和手段不利，造成即使有好項目和較好的發展前景，也只能逐步累積、小步發展。由此，政府部門有必要加強疏通和協調，讓更多有發展潛力的中小企業獲取更多的金融支持，助其活起來，快步發展起來。

參、外貿與展會方面

近年來，義烏市場外向度逐年提升，並了持續擴大義烏中國小商品城的外向度，提高出口產品的質量，必須政府強化服務機能，營造良好的外貿出口環境，推動外貿工作的發展。深化出口貿易架構，加快發展加工貿易，提升一般貿易出口商品附加值、優化出口市場架構、致力開拓國際貿易市場、規範市場經營戶外貿行為，建立紡織服裝等重要商品出口預警機制，完善外貿促進體系建設。提升選商選資的質量和水準。

經過 10 多年的努力，義烏已實現由小到大，從內到外的轉型。在市場競爭條件下，市場的開放度是越來越高。義烏欲在外貿上做大、做精，就需要各方面人才。現今，各種專業人才的不足制約外貿

發展。從事出口事項的專業營銷人才，是義烏強化外貿工作的中堅力量。據調查顯示，此類人才不僅嚴重不足，而且流動性非常大，對工作和環境和發展空間有較高的要求。再加上用人單位認知錯誤，忽視經營管理人才，以致造成義烏外貿人才嚴重不足。

堅持國際開放和區域開放齊頭併進，發揮義烏市場優勢，擴大區域經濟整合，增強外向型經濟發展能力，提升義烏開放型經濟水準，精實外資，強化出口，不斷擴大義烏市場、城市的國際影響力。進而推展對內對外開放，加速與國際經濟接軌。加快轉變外貿增長模式，健全外貿協調組織，從嚴查處非法轉讓核銷單行為，律定小商品出口秩序。堅持「市場多元化」戰略，繼續擴大出口歐美市場的占比，努力擴大在新興市場的佔有份額。大力發展加工貿易，積極促進旅遊購物式外貿發展，培育外貿出口新的增長點。

義博會開辦於 1995 年，從此義烏會展業開始起步。之後經過 10 年的發展，義博會展覽層次、規模、客商參會活躍程度逐年上升。尤其是 2001 年梅湖會展中心啟用，義博會的發展出現質的飛躍，2002 年便被升格為由國家商務部參與主辦的國際性展會。經過這些年的發展，呈現展館規模不足之缺失。

「義博會」帶動了專業展會的發展。據了解，義烏的專業展會在 2000 年就已出現，但只有一、二個，從 2001 年梅湖會展中心啟用起，專業展大幅度增加，專業展會項目和展覽面積都快速上升。2005 年舉辦展會和活動 28 個。和 2004 年相比增長 31%。而且呈現逐年增加的趨勢。但現有梅湖展覽館的規模已達飽和狀態，舉辦大型展會（如義博會）會顯現出展館容量不足，而造成參展廠商向隅情形發生，而有遺珠之憾。針對商業展館規模不足，義烏政府應儘早覓新地籌建新的展館，以補梅湖覽館的容量不足之現象。「義博會」於每年十月舉辦，

可另行考慮，於每年上半年舉辦另一大型展覽和相關活動，如此，擴大展會的規模型態，才能使義烏成為國際性展會都市和耀眼城市。