

附錄五：訪談記錄一

時間：2006 年 3 月 31 日 0900-1130

地點：浙江省行政學院

訪談人物：盛世豪（浙江省政府經濟建設諮詢委員）

王祖強（浙江行政學院軟科學研究所所長）

白小虎（浙江省行政學院講師）

訪談內容：

一、 義烏發展動力機制？

盛世豪：義烏市場的發展是自發性的，由老百姓開始發展的，老百姓的動機非常單純，只是想致富。義烏市居民絕大部份是農民，對農民而言，市場的經營是利用農閑期間的一種商業行為，並沒有從農村分離出來，是一個補貼自己收入的行為。

政府的動力在當初是很複雜的因素，當時縣委書記謝高華作出決定是很不容易的。80 年代初期和現在情況是不一樣的，80 年代後期和 90 年代初期大陸政府（特別是基層政府）在觀念上有很大差異。那時政府能夠鼓勵農民發展是很複雜的因素，90 年代以後就很清楚明白，目標是促進經濟發展，將區域經濟做大。這個動力在制度變遷過程中也發生變化。

在 80 年代之後，無論是中央政府或者地方政府對基層政府的考核（GDP、經濟增長）沒有像 90 年代以後如此明顯。所以，許多地方沒有從『抓革命、促生產』的觀念中退出來，義烏政府能夠想到這一點，不是其有太多的主動性和前膽

性，主要是政府的立場是從老百姓的角度思考，默許老百姓致富行為的最大條件。從 80 年代中期到 90 年代政府是有意識的，要促進它發展，畢竟它對於區域經濟發展有利，這是義烏經濟發展一開始的動力。當初有很多的爭議，主要是意識型態的爭議，在計畫經濟時期，就是要割資本主義尾巴的爭議。後來也沒割，支持它發展，這時候，以謝高華為代表的政府起來很大的作用。

到了 80 年代中期，隨著整個市場規模的擴大，對地方經濟產生良性互動，市場的發展促進義烏經濟的發展，市場規模又不斷的擴大。在此過程中，政府推動市場，義烏政府做的比較好。90 年代後期，小商品城改製成為股份制，從原來的工商部門脫離出來了，不再是由一個部門管理，後來成立市場管理委員會，由副市長兼任。那時政府還是主辦者，是政府辦市場。1995 年開始實施改制，進行股份制改造，官股和民股相結合。當時除了義烏市政府外，浙江省的國際性投資公司也入股（當時是國有企業），現在是上市公司。也有民股進來，大陸股份制改造是漸變的，不是馬上由一個企業變成上市公司，將股份結構多元化。原來是政府（義烏市政府）是單一股，後來國際信託公司合股，再接著向民眾借資上市，而並非像山東諸城的員工認股，沒有職工股，攤販並非員工，如有可能是管委會的員工。

在股份制改造中，義烏保留了政府股是多少？到現在，小商品的控股權還是在政府手上，這是義烏市場辦的如此好的重要的一個經驗，政府把握住對市場的控制權。紹興輕紡城沒有像義烏小商品辦的如此好，有一個原因，紹興輕紡城原來也是政府主辦，在股份制改造過程中政府讓出來對市場的主動權和控制權，只保留大約 10% 的股權。這涉及到義烏

政府對小商品市場是何種看法？政府保留股份，一方面除了給政府財政帶來收入，另一個方面是從某種意義小商品市場被視為公共產品，有了小商品市場就能帶動義烏經濟的發展。所以，政府不純粹追求利益最大化，而是利用小商品市場平台，讓整個義烏區域經濟發展更有動力。

王祖強：經濟增長了，稅收增長，長遠說是好的。

盛世豪：紹興輕紡城改制後，控制權落到公司手上，公司為追求利益最大化，不會從市場的長遠發展角度來思考。首先，考慮要賺更多的錢，獲取最大利益。在利益最大化過程中，和攤主之間的關係產生不協調。而在義烏的市場就比較好協調，義烏政府在獲得利益的同時，攤主也獲得更大的利益。在這一點上，義烏就做得比較好（多年來攤位租金固定）。

王祖強：在紹興輕紡城中政府是最大股東，有十幾個股東，除了政府外，每一個股東持股不超過 5%。每一個股東均只看重目前利益，而提高攤位的租金價格，以獲取利益，所以影響到紹興輕紡城的發展。

盛世豪：義烏有對攤位的拍賣價格是有個限定的，如提高會損害到攤主的利益。政府的動力由現在角度看是比較開放，也比較尊重老百姓的利益。

白小虎：工商部門對攤主的態度往往會影響到政府的決定的，在湖清門設攤，收攤位費，一開始沒攤位證，後來發攤位證。政府的動力一方面是精神方面，另一方面實際方面是受下面影響。

盛世豪：政府的同情因素更大，包括工商部門，禁阻不了。

二、 義烏現象為何不會在其他地方出現？

盛世豪：在大陸的發展是不平衡的，許多地方把發展市場看作是資本主義尾巴。但也有些地方政府也是默認的（溫州、台州）。政府領導的主觀會影響一切。如當初政府的領導態度如果強硬，市場就會被消滅掉。

王祖強：地方政府受到制度的制約，有的政府是前進的。

盛世豪：從經濟角度來說是一種偶然。義烏經濟發展是很多偶然因素結合在一起的，換一個縣長或書記說不一定就滅掉了。

白小虎：接謝高華書記職位的，也沒將其滅掉。

盛世豪：義烏老百姓支持政府的這個政策，並沒給政府帶來傷害。在謝高華當書記時，義烏小商品發展處在萌芽階段，如當時滅掉小商品市場發展，阻力比較小，之後隨著發展想要滅掉難度就較高。

白小虎：在發展期間也曾滅過，但消滅不了。84年之後也趕過。

盛世豪：中央政府大的宏觀政策是有利朝這方面發展的。下級政府也得到這個實惠的，彼此間是互動的。浙江省政府也不管，謝高華在地方也沒辦過人，不像溫州曾辦大戶（八大王）。主要原因，義烏市的經商戶均為小商、小戶。

王祖強：義烏的企業戶是個體戶，政策是不管的，基本上支持的。

三、 義烏在其發展過程中有無區位優勢？

盛世豪：無絕對區位優勢，只有相對區位優勢。論優勢，金華比義烏好。區位優勢除了政府的政策外，更重要的是傳統商業文化因素。

王祖強：中國有很多制度創新是從縣級政府開始的。這和中國政府的架構有很大的關係。

王祖強：義烏人早期經常外出「雞毛換糖」，到各地打交道。所以，義烏人的包容性比較強，溫州人的排他性強，逐漸形成小商品市場的發展。

盛世豪：從浙江的經濟發展，90年代初期，初始發展階段，包括溫州、台州、義烏等地，往往在計畫經濟時期，窮的地方、不發達的地方，在改革開放時，體制創新特別活躍，政府管也管不住。體制有張力，無論是強權的體制，再強會引起反彈。義烏在經濟領域，生活條件實在太窮，連生活要件都無法滿足，所以會設法創新。最早富起來的人，都是創新成本最低的一批人。所謂區位優勢包括社會文化等。

王祖強：區位優勢是相對的。不是明顯的特別優勢。

盛世豪：義烏與周邊城市合作是市場行為。這幾年，義烏市委有意識推動與周邊城市合作，以市場為紐帶，吸引周邊的人和商品。而周邊的縣市則利用義烏市場為平台，將本地產品銷售出去。義烏是周邊地區中小企業公共物品的營銷平台，在此平台中也得到訊息的反饋，反饋的訊息又提供義烏更大的商機。91、2年當地的產品只有20%，大多商品來自溫州、廣東等地的產品，現在就不一樣了。

義烏人中有部份人利用市場訊息辦了企業（工業），然後那個行（企）業多了，達到一定程度後，就提出政府應辦個工業區，因為企業集聚後政府再辦工業區，並非先畫定工業區，再設廠。

王祖強：產業的擴張基本上是市場經濟，主要是市場秩序的擴展。中國地方政府彼此間是競爭姓，不一定是會支持，主要是靠民間的及是靠社會網絡。

四、 政府如何由管理者變成規劃者

盛世豪：大陸經濟體制改革後，政府由經濟參與主體變成規劃者。去年（2005年）五中全會，政府進行政府職能改革，從90年代開始要求政府要逐漸退出經濟領域，有的地方政府動作較快，有的地方政府則比較慢。義烏的經濟發展不全是政府個體的行為，是全體性（政府與市場）的行為。義烏相對走的快些，明顯些。

王祖強：1995、96年，中央政府工商管理部門，要求市場務必「管辦分離」。當時，很多地方工商局仍舊參與市場的運作，之後發生很多問題。

盛世豪：國際商貿城第三期由政府規劃，因商貿集團是政府控股，實際是仍由政府規劃的。義烏市政府不是想從市場擴張過程中獲得更多的利益，是希望將市場視為公共產品，能做的更大，集聚能力更強。市場的擴張能幫助市場經濟的發展。

五、 會展經濟形成的原因

盛世豪：義烏會展開始是政府的行為，一方面是為了想擴大小商品市場的影響力，另一方面是為吸引到更多的客商來義烏採購，這是二個主要作用。在此過程中，義烏由地方政府的行為而變成國家商務部的行為，義烏小商品博覽會如今已成為全中國第三大的商品產銷會。大陸政府從地方政府角度上看，一直希望在經濟發展過程中，儘可能在如此體制下發揮自己的更大作用，會想很多辦法。有些是企業自己的行為。有的是客商的需求，有些會展政府名義主辦，實際上操作是市場行為。由市場的中間組織來辦理招商，政府掛名可邀請政府官員，也可擴大影響，通過政府來推動。中介組織是策劃公司（會展公司）。

白小虎：中介組織是提供服務，也可能是公司性。

王祖強：非企業的。

盛世豪：各式協會是 NGO，中介組織非營利性，是在民政局登記。在經濟局登記是原本由經發委轉過來的，部份帶有政府行政職能。

六、職業培訓（人力培訓）

盛世豪：職業培訓是根據市場需求，曾辦過語文培訓，不只是義烏工商經貿學院辦理課程，義烏市委黨校也可能辦理，很多培訓學校也辦理。這是市場行為，市場要什麼，就辦理什麼班次。工商管理培訓，比較實用課程。一般教育培訓體系中選定幾門比較實務課程，也開設法律課程，有時也請著名學者來擔任講座。

培訓課程在政府部門由勞工部門辦理，有些純粹是市場行為。現在在大陸職業的培訓單位很多，私有培訓機構在大陸現況是非常多。企業主不論年紀多大，仍舊學習。義烏市場的職工招募行為是市場行為。

王祖強：義烏企業員工培訓是為了提升企業形象。

白小虎：義烏在農村的生產體系，聘用不少員工，隱形在農村。

七、會展與區域經濟發展關係

王祖強：義烏市場一般的專業市場，向展貿市場發展，屬於經濟內聚的影響。政府有作用，但仍屬內聚行為，和產業發展相連接的。地方貿易行為本身有獨立發展的型態。浙江和義烏的企業大多為小企業，借助網絡平台推銷產物到外地，小企業借助專業市場共同網絡，這是它根本的原因。

義烏企業不斷進步，慢慢的擴大規模，到創立品牌，但創立品牌還沒達到世界知名程度。義烏產業根據市場網絡，一方面開展品牌形象，另一方面提升層級，對原來小商小販不滿足，透過展示和原來市場有連接的。另一方面，地方政府有很大的功能，改善區域形象和區域投資環境，提升產業形象。在浙江問題是特別突出，因為浙江大多是小商品、小產業的專業市場，小商品、小企業和大產業在過去一般素質不高。大企業通過獨立通過品牌策劃，來提升企業形象。和市場起因是類似，很多企業有共同的要求，由政府來出面，來辦展銷會。用政府力量和職能來辦。它的效果很好的，義博會吸引外國客商和上級領導關注。小商品不可能產很大的外銷量，小商品不可能賺大錢。

盛世豪：大陸的政府可能涉及到政企不分，在經濟領域沒有完全放開，這是有的情況。另外，政府對經濟發展是很關心，像會展經濟，整個經濟發展過程中，一些經濟的新趨勢和潮流，政府官員也在學習。現在，在經濟發展過程那些是新的趨勢，政府官員會在當地推動這種趨勢。經濟發展到一定階段後，會展經濟會比較發達的，要大量促進的，一些地方政府會促進、推動。所以，地方政府在經區域經濟發展有很大的作用的。

王祖強：商務部最近發佈日用工藝品義烏指數，這是一個目前重要現象。商務部希望義烏成為全中國和華中地區日用品價格形成中心。義烏市也藉由會展經濟來提升義烏在華中地區的地位，通過展示會、會貿會，引起中央高層和學者的關注，大企業家入主投資，而提升義烏企業的形象。同時，義烏需要更大的對外開放平台，中國政府內部是很感激的，地區政府（地級市、縣級市）對經濟發展的權力要求有所不同的。例

如：治安的管轄權。義烏現有 10000 多名的境外客商（不含台商），依規定涉外權限應屬於金華市（地級市），義烏市（縣級市）不具備該項權限，但很多涉外商務行務和法律案件均發生在義烏。法律規定涉外法案審理權應在中級人民法院，中級人民法院以上才有是項權利，基層法院不可處理涉外案件。另外，海關、商檢、港務等職責，只有地級市才能設置，縣級市則無。所以，義烏市在市場化受到很多的制約，也唯有辦理會展形式，地方政府才能將官員、學者等各方面的人物請至義烏，這純粹是一種公關行為。

盛世豪：義烏市政府利用此一機會，讓上級政府（中央和省）知道、了解，現在在義烏有很多的境外客商，如按照原來的管理權限，已經無法適應。希望上級政府能授予義烏更多的管理權限，或者將相關機構設在義烏，以方便義烏的整個區域經濟發展。

王祖強：中國政府在內部的制度創新，原本的制度是很難打破的，想要打破原有制度，必須讓上級政府了解情況。

盛世豪：到有必要時，才會特許授予更大的權限。

王祖強：地方經濟能力已超過地方的權限，一定要調整。下級政府推動上級政府的制度創新。所以，義烏市政府藉由義博會讓中央領導和學者的關注。一方面是經濟發展的需要，另一方面是地方政府為了改善區域經濟形象和投資環境。

八、政府職能調適（制度變遷）

盛世豪：一般講的企業帶動政府比較少，比較多是講的是自下而上的，包括由下級政府帶動上級政府的誘發性制度的制度變遷。

王祖強：1995、6 年實施「管辦分離」，有些地方政府完全退出，紹興就是典型案例。義烏政府在演變過程中沒有完全退出，又要符合「管辦分離」的精神，工商局不能辦市場，怕自己管又要拿好處。在符合上級的精神情況上，義烏也符合。工商局由原來的市場的監管主體、建設主體退出，成為市場的監管者，不致於成為建設主體，義烏市政府達到此項要求。但是義烏政府覺得市場是很大的經濟資源，完全交由市場來辦不放心。所以，專門成立一個專門市場的建設主體、發展主體——小商品城（集團公司）。小商品城集團就是扮演此種角色，又是市場化主體，又是政府控股，仍舊受到政府決策的影響。

盛世豪：小商品城集團是一個地方政府控股的企業。分紅按股份分配，政府的分紅納入地方財政。

王祖強：如果脫離政府支持，商城集團想要發展是很難的。一個市場主體是不具備發展市場的能力，而需要政府的支持、規畫，政府在此也能獲得相當的好處。首先，要實施「管辦分離」，在整個體制上才得以理順，也避免一些政府機構根據市場，介入市場的運作，以達到政府調控市場的目的。市場本身也可依靠政府的力量來發展。