

# 潜力产业案例分析 ——以义乌小商品批发业为例

苏 腾<sup>1</sup> 李思霖<sup>2</sup> 李秋妍<sup>2</sup>

(1.广西壮族自治区发展和改革委员会经济研究所 广西 南宁 530022

2.潜力经济课题组 广西 南宁 530022)

【摘要】潜力产业往往代表着在区域中具有很大发展潜力的产业,在未来能够发展成为对区域经济起到支撑作用的主导产业或支柱产业。文章以义乌小商品批发业为研究对象,通过分析义乌小商品批发业形成发展的过程,以及影响义乌小商品批发业发展的禀赋要素,探讨义乌小商品批发业发展过程中体现的特征与潜力产业的特征两者之间的关联性。

【关键词】潜力产业 义乌 小商品批发业 禀赋要素

【中图分类号】F062.9

【文献标识码】A

【文章编号】1672 - 8777(2016)6 - 0008 - 04

## 一、引言

义乌小商品市场是我国最早创办的专业市场之一,经过多年的发展,已经成为国际小商品的流通、研发、展示中心以及我国最大的小商品出口基地,并率先发布了义乌·中国小商品指数及中国首个市场信用指数“义乌市场信用指数”,进一步提升了义乌小商品批发市场对中国甚至全球小商品市场的影响力。2015年,小商品市场总成交额达1244.51亿元,连续25年居全国工业品市场之首,小商品批发业成为义乌重要的支柱产业。

支柱产业的形成往往来源于早期的潜力产业。国内外学者较多以既成的历史资料为分析对象,通过分析义乌小商品批发业的发展历程,从而概括出其发展成为支柱产业的成功经验。文章的不同之处在于把潜力理论运用到案例分析中,深入分析了义乌小商品批发业发展过程中所体现出来的特征与潜力产业的特征两者之间的关联性。因

此,文章以义乌小商品批发业为研究对象,分析总结其潜力发展特征,对完善潜力产业理论具有重要意义。

## 二、义乌小商品批发业的形成与发展

义乌“鸡毛换糖”的经商传统始于乾隆年,义乌“敲糖帮”走南闯北,经历过多次兴盛和没落,由卖糖、敲糖换鸡毛到经营小商品贸易,最后发展形成了以小商品市场为中心的辐射区域性、全国性及国际性的市场空间发展网络。义乌小商品市场批发业的发展过程大致可分为以下五个阶段。

### (一)萌芽期(1979-1982年)

义乌人一直延续着用“小百货和糖换鸡毛、杂物的传统”,特别是在改革开放浪潮和小商品供给匮乏的推动下,农村剩余劳动力大批向非农业领域转移并充分发挥善于经营小商品的的优势,依托大量剩余农副产品和传统集市,自发形成了农民互通有无、调剂余缺的交换场所,成为早期小商品市场,也

【收稿日期】2016 - 05 - 09

【作者简介】苏 腾(1973-),男,广西灵山人,广西壮族自治区发展和改革委员会经济研究所副所长,高级经济师,博士生,研究方向:宏观与产业经济;

李思霖(1987-),女,广西南宁人,潜力经济课题组,研究生,研究方向:企业管理;

李秋妍(1987-),女,广西上思人,潜力经济课题组,研究生,研究方向:区域发展战略。

为推动小商品市场批发业的诞生和形成奠定了环境基础。此阶段的小商品市场不依赖于外在力量而产生、发育和发展,是自发形成的,没有政府介入,其特点是规模小、商品流及货币流存量小、流转不畅、交易地址和时间不固定。

### (二)初创期(1982-1984年)

一方面,农民适应市场需求,自发地在稠城镇的街路上摆起了地摊,出现了第一批由“鸡毛换糖”货郎担转变而来的小商品摊位,形成了群众性及自发性的马路市场。另一方面,1982年义乌市提出了“以商兴县”的发展战略,推出了“四个允许”的开明政策(即允许农民进城经商、允许开放城乡市场、允许农民经销工业品、允许长途贩运),从政府层面上保护商贩和个体工商户的利用,并筹建了第一家小百货市场。此外政府还介入市场管理,促使市场由分散、无序向有组织、有规划和规范化运转,为小商品市场构建舒适的经营环境。在政府引导下,初步形成了以地摊形式为主的初创小商品市场雏形,其特点是产品自产自销,商品种类较少、档次较低、交易方式和手段均较简单,交易地址和时间相对固定的交易市场。

### (三)成长期(1984-1992年)

原先简陋的市场无法满足日益增长的交易需要,政府先后投入建设了城中路小商品市场和中国小商品城,借宿了沿街路摊设摊的“马路市场”,由以路为市向以场为市转变,市场营业场地环境不断改善,销售方式开始有摊位式向柜台式和店铺式转变,商品门类日趋齐全,商品档次不断提高,还以种类齐全、价格低廉等优势开始吸引周边县市和外省的客商进场设摊。此外,义乌政府推出系列政策措施规范市场经营主体行为,并且配套发展的制造业为小商品市场快速发展奠定了良好的基础。

### (四)成熟期(1992-2002年)

随着市场内自动扶梯、电脑室等配套设施的不断完善,义乌小商品市场规模不断壮大,1991-1994年连续四年在全国十大专业批发市场中雄居榜首,义乌市被国家工商局命名为“中国小商品商城”。1993年义乌中国小商品场股份有限公司成功转轨改制,成为我国第一家现代股份制市场企业集团,随后市场集团投资和集资建成中国小商品城宾王市场,是一个现代化的“场街结合、店摊结合、店摊项链”,集商住、仓储、办公、餐饮、娱乐为一体的超大型商城,标志着义乌小商品市场向专业化、规模化转变发展。

### (五)转型升级期(2002-至今)

在21世纪初,在国家大力鼓励扩大出口的宏观形势下,义乌小商品品种丰富、物美价廉的比较优势在国际市场不断显现,于是越来越多的外商组团来到义乌进行采购,外贸企业迅速增多,小商品外贸出口额增幅连年翻番,小商品市场国际化程度大大提高,并发展成为国际性的小商品采购基地和全球最大的小商品集散中心。与此同时,随着互联网时代的到来,义乌先后引进知名电商平台和知名快递企业,借助丰富的商品资源和近10万的实体商户的比较优势,并在地方政府“大力发展电商,线上线下融合”政策的推动下,义乌电商快速崛起。

表1 义乌小商品市场发展历程一览表

发展阶段	年份	市场业态	年交易额(亿元)	市场特点
萌芽期	1979-1982	集市式	0.14 (1982年)	自发形成传统的农村集市,没有政府介入市场的形成。
初创期	1982-1984	地摊式	0.23 (1984年)	政府引导形成较为规范的小规模市场。
成长期	1984-1992	柜台、店铺式	150.07 (1995年)	不断规范市场管理和服务,培育壮大市场经营主体。
成熟期	1992-2002	店铺+会展式	229.98 (2002年)	小商品市场越来越规模化、专业化。
转型升级期	2002-至今	国际化、电商	1244.51 (2015年)	国际化程度不断提高,电子商务成为转型升级的重要手段。

## 三、基于潜力产业理论对义乌小商品批发业进行分析

### (一)影响义乌小商品批发业的禀赋要素

#### 1. 政府战略举措营造良好经营环境

市场的发育离不开政府的作用。义乌市政府从建立市场、推动工贸结合、制定发展战略及支持政策,到维护市场秩序都做出了巨大贡献。一是1978-1984年间,县政府部门兴办了第一代705个摊位的小商品市场,对小摊贩进行规范化和合法化管理,并对个体、私营工商户采取五项优惠政策,随后正式出台“四个允许”,为小商品市场发展雏形提供最为关键的保护与支持;二是1984年提出“兴商建县”的发展战略,此战略的提出使小商品市场的摊位数和交易额猛增,与小商品市场的配套的农村工业以及城市基础设施建设等均得到较大发展;三是90年代,提出“引商转工”、“以商促工、工商联动”等战略以强化产业支撑,进一步加快义乌的市场化、工业化进程;四是20世纪末至今,提出建设

“国际性商贸城”的目标,为义乌小商品走向世界指明方向。

同时,政府通过精心治理,创造更具有包容度的公平竞争的环境。包括逐步完成国有、集体企业改制,实现了政府资源退出竞争性领域;通过职能部门、行业协会、个体劳动者协会规范商户行为,提供服务指导,组织各种商品展销会、博览会,扶持义乌企业和产品走向国门;严厉打击假冒伪劣商品和不诚信行为,打击垄断,维持充分竞争,等等,为义乌成千上万的市场经营户提供方便。

## 2.历史人文精神形成文化优势

义乌小商品批发市场从最初的无组织交易到如今的小商品国际化,经历了五代市场蜕变的发展过程,是义乌人文环境内涵发展的延续,与“勤耕好学、刚正勇为、诚信包容”的义乌精神紧密相联。在历史上,义乌人的商品交换意识和手工业生产能力强非同一般,这种意识和能力在义乌人的脑海里根深蒂固。同时,改革开放以来,义乌人在“鸡毛换糖”艰辛的历程中逐步积累较为丰富的商业经验,越来越遵循信用原则,责任意识不断强化,培养了经商技能以及吃苦耐劳、不以利小而不为、善于发现、挖掘、把握商业机会的品质,为此后小商品批发业的萌芽、发展创造不可或缺的商业文化基础,这些文化基础具有根植性、内生性、群众性等特点。

可以说,义乌精神是义乌小商品业发达的文化底蕴,也是义乌批发业发展壮大主要因素。现在伴随着小商品市场和制造业的发展而成长起来的义乌本土企业家,开始具备国际化的视野和气魄,正在将新的创业活动引向国际领域。

## 3.商品质优价廉形成低成本优势

义乌小商品批发业现在已经成为了一个品牌,“物美、价廉、品种全”便是它的金字招牌,从而小商品能够以相对低廉的成本占领市场,推动小商品市场繁荣发展。义乌小商品市场拥有43个行业、1900个大类、40余万种商品,几乎囊括了工艺品、饰品、小五金、日用百货、雨具、电子电器、玩具、化妆品、领带、服装等所有日用工业品。由于义乌小商品市场门类齐全,以“质优价廉”为主要特征的低成本优势不断凸显,在国内外有极强的市场竞争力。同时,义乌拥有覆盖本地区乃至全国各地的较为完备的小商品营销网络,联运托运线点遍布全国,商品流通效率极其高效便捷,频繁的交易使得企业之间的联系越来越紧密,有力支撑了小商品集散地的功能发挥,使得

义乌物流成本占商品总成本的12%,低于全省18%的平均水平。此外,小商品专业市场能够集聚众多的企业,使企业可以享受政府的各种优惠政策,还能加强与自身相关企业之间的交流,获取产品的最新资讯,同时也因为地理位置的接近,能够降低原材料的运输成本、谈判成本。

## 4.专业市场集群推动小商品规模化发展

义乌小商品批发业的竞争优势来自于专业市场集群,不仅商品交易在市场集中,而且制造商、供应商、分销商和中介组织也密切合作,构筑了产业集群优势,为小商品批发业的规模化发展提供了有利条件。

在早期,当流动摊位转向固定摊位后,“鸡毛换糖”的范围经济由市场集群的范围经济替代。然而,规模经营虽具有高度的专业化水平和交易效率,但仍存在经营风险,但如果增加品种,形成多元化的经营战略,就能化解一部分风险,获得多元化经营的范围经济。因此,到了90年代初,义乌开始实施“以商促工、工行联动”战略,充分发挥专业市场发展形成的销售、资金、信息、人才等优势,大力发展本地工业,形成前摊后厂、前店后企、前专业市场后产业园区的发展格局,不断强化产业支撑,为义乌小商品市场提供更加多元的商品种类。目前义乌全市开发“一区十二园”,进区企业1200余家,义乌制造业企业有14000多家,周边有4万多家,每天都有数千个新产品投放市场。专业市场集群为市场摊位提供快速成长的良好外部环境,专业化批发渠道也提供了起码的规模经营,使得义乌产业、商品的规模化优势不断显现。

综上所述,影响义乌小商品批发业发展壮大的禀赋要素有很多种,除了以上影响因素之外,市场组织与市场形态的创新、规范的市场管理和服务、产业支撑、营销渠道等也是影响义乌小商品批发业发展的禀赋要素。根据禀赋相关理论,禀赋的影响度是指禀赋对主体发展影响程度的大小,按照禀赋影响度的不同可分为首要禀赋、次要禀赋和一般禀赋。因此,在义乌小商品批发业发展过程中,首要禀赋是政府战略举措、敢为人先的义乌精神、商品质优价廉;次要禀赋是专业市场集群、市场组织与市场形态的创新、规范的市场管理和服务;一般禀赋是区位优势、自然资源等。

## (二)义乌小商品批发业的潜力特征分析

按照潜力产业的相关理论,潜力产业是指某一

区域以自然、经济、社会资源禀赋为依托,在区域经济中具有很大发展潜力的产业,经过一段时间后,能够发展成为为区域经济提供支撑作用的产业,其有可规模化优势、资源优势、成本优势、技术优势等特征,并与主导产业、支柱产业息息相关,在一定条件的刺激下可以发展成为未来的主导产业、支柱产业。结合义乌小商品批发业的发展历程与发展特点,可以认为义乌小商品批发业在发展过程中属于潜力产业,其具备潜力产业的基本特征。尤其是产业集群、质优价廉、敢为人先的义乌精神与潜力产业的特征存在显著的共性。

### 1. 义乌精神与(社会)资源优势

潜力产业的资源优势包括自然资源(如矿产、河流、海洋、土地等)、经济资源(如资金、技术、成本等)、社会资源(如劳动力、民俗文化、组织制度等),某一区域的资源优势越明显,依托该资源而发展起来的产业发展潜力就越大。

义乌独特的历史人文精神包括“尚文好学”的学术传衍、“尚武勇为”的义乌兵精神、“尚利进取”的商业文化三大支柱。其中的商业文化对义乌经济发展起到了重要作用,人文精神中包含的包容、挑战性、开拓性等多元化精神,使商业发展冲破地域限制,形成一股强大的凝聚力,刺激经济发展,成为义乌小商品市场逐步发展壮大的重要推动力。由于资源优势具有潜在性,即表面上义乌精神并不能直接给小商品批发业带来直接的经济效益,但无形中这种精神能够转化为有形的行动,使商业发展冲破地域限制,形成一股强大的凝聚力,刺激经济发展,成为义乌小商品市场逐步发展壮大的重要推动力。因此,义乌独特的历史人文精神是非常关键的文化资源优势。

### 2. 商品质优价廉与成本优势

潜力产业的成本优势表现为与其他产业相比,潜力产业的单位时间劳动生产率较高,产业竞争能力明显。义乌小商品批发业的成本优势涉及到多个方面,包括商品运输成本、交易成本、原料生产成本等。尤为突出的是,义乌的小商品种类十分丰富,且齐全,关键是小商品的批发价格等于或低于市场均价,能够实现薄利多销。正是因为如此,“质优价廉”成为义乌小商品的一大突出亮点,使得商品的低成本竞争优势不断凸显。正是凭借成本优势,小商品批发业的发展潜力得到激发,为小商品批发业的培育和壮

大提供了可持续的发展动力,进而使义乌小商品专业市场在国内、国际上的影响力不断提升。

### 3. 专业市场集群与可规模化优势、成本优势

潜力产业的规模化优势表现为潜力产业有广阔的市场需求和市场发展空间,能够产生产业集群效应,规模化空间较大,在一定时期内上升为主导产业或者支柱产业,发挥带头和支撑作用。

义乌小商品批发业的规模化优势来自于专业市场集群。义乌小商品市场发展的各个阶段,无论是萌芽期的农村集市,还是后来的专业化市场,市场集群都使规模化发展成为可能,从而形成义乌小商品批发业的核心竞争力。加上,义乌坚持“划行归市、分类经营”的原则,即对市场商品划行归市,将同类商品集中在一个交易区内经营,这样可以有效地提高了市场集聚效应,使得小商品产业集群分工更加明晰、专业化生产,这也为义乌小商品市场的规模化发展提供广阔前景,构筑了小商品批发业可规模化发展的优势。

同时,由于市场集群带来的共享的销售渠道和充分的竞争格局也有效的降低了交易成本和商品价格,使义乌小商品具有明显的成本优势,反过来又可以推动小商品生产和销售的规模进一步扩大。

## 四、结论

文章详细分析了义乌小商品批发业从萌芽时期到现阶段的发展历程,并对推动义乌小商品批发业发展的决定因素进行研究,发现政府决策、历史人文精神、专业市场集群、商品质优价廉等是主要的影响因素。其中历史人文精神、专业市场集群、商品质优价廉与潜力产业的某些特征极其相似,即,专业市场集群与潜力产业特征的规模化优势、成本优势相符。表现在:市场集群带动了众多的专业市场汇聚成一个系统的整体,使产业规模不断壮大,在这个众多企业、机构相互依赖的系统中,企业与企业之间、企业与机构之间、企业与消费者之间的交易变得更加有效率,从而达到降低交易成本的作用。而独特的历史人文精神属于社会资源,与潜力产业特征的资源优势相符;商品质优价廉则与潜力产业成本优势特征存在明显的共性。因此,义乌小商品市场的发展较大程度上符合了潜力产业发展的规律特征。