

“无中生有”看义乌：“世界超市”是这样育成的

『闯』与『放』成就『市场命运共同体』

义乌『市场富民』的内生动力与尊重民众创造性的『政府作为』



大图：义乌国际商贸城三期一阶段开业。王建明摄 小图：1991年的义乌小商品市场已设有固定摊位上万个。新华社资料照片

本报记者刘荒、黄海波、李坤晟

“同样一件货物，从义乌发到辽宁海城，和从海城发到省会沈阳的运费一个价，两者距离却相差12倍。”聊起义乌的“独特”，被义乌商城集团派驻东北三年多的何云飞侃侃而谈。

作为闻名世界的“小商品之都”，义乌一直被竞相效仿，真真假假的“义乌小商品市场”遍地开花。身为辽宁海城义乌小商品城副总经理的何云飞一直想不明白：“山寨”市场办不好自不奇怪，但为什么义乌人自己建设、自己管理的分市场，也同样复制不出义乌市场的“精气神”？

摆摊妇女当面责问县委书记 催生义乌的“四个允许”

义乌是一座建在市场上的城市，城在市中，市在城中。密集分布的7万个商铺，按照每天营业时间计算，每家停留3分钟，全部逛完需要一年多；和1982年市场起步时相比，营业面积扩大了1100多倍，市场交易额增加了3.8万倍……

既没有资源禀赋和区位优势，也没有国家政策和资金支持，初始条件“一穷二白”的义乌，却突破传统经济学理论解释框架，建成全球最大的小商品批发市场。

如同那些“草根逆袭”的励志故事一样，义乌经济社会快速发展的奇迹，吸引了国内很多地区效仿。很快，全国各地出现了上百个“义乌小商品市场”，令义乌市场品牌管理者头痛不已。

“义乌市场品牌保护是一个难题。我们也只能维权一批，合作一批。”义乌商城集团市场运营部副经理杨波对此颇为无奈。

其实，这个独家经营义乌小商品市场的国有控股上市公司，也希望利用“义乌中国小商品城”的品牌优势，向国内外市场输出品牌、资本和管理，让义乌市场“遍地开花”。

义乌商城集团副董事长黄仕林向新华社每日电讯记者透露，迄今为止，政府部门共批准过9个义乌小商品批发市场的冠名，要求由义乌人参与投资或义乌商品、商户的市场占比单项达到三分之一。尽管条件较宽松，但与义乌本地市场的规模与活力相比，即使发育良好的外地分市场，仍难以望其项背。

“我们义乌商城集团在辽宁海城投了30多个亿，建起一个82万平方米的分市场。试运营一年多，目前仍处于没有租金收入的市场培育阶段，每年市场运营成本却需要8000多万元。”海城义乌小商品城副总经理何云飞向新华社每日电讯记者坦承，要实现10年收回投资的预期目标，还有很多意想不到的困难和问题。

“我们做过测算，一件货物从义乌发到海城，同从海城发到沈阳的运费一个价，两者距离却相差12倍。”常驻海城项目逾3年的何云飞举例说明其中物流成本的差别之大。

最大的差别，应该是义乌小商品市场的发展壮大，是义乌人从历史夹缝中硬“闯”出来的，而不是按目标构建“建”出来的。

“市场基础设施是一个水泥壳，只要有投资就能建起来。市场的繁荣，取决于地理位置是否理想，要素配置是否合理，商品资源是否丰富，服务水平是否优质，物流配送是否发达，还有很多看不见的因素。”黄仕林深知，相比硬件设施，市场的真正繁荣更需要环境和机制。

1965年出生的丁尔民，20岁生日就是在市场上过的，算是当时义乌最年轻的商户。更早几

年，他跟着父亲加入义乌历史悠久的“敲糖换鸡毛”大军，挑着货郎担，手摇拨浪鼓，用义乌当地的饴糖，再搭配一些针线、纽扣、发夹等换取鸡毛。

始建于1906年的杭州南星桥火车站，给丁尔民留下了深刻记忆。许多敲糖换鸡毛的义乌人，将成堆的鸡毛在此集中，然后用火车运回义乌。

“饰品女王”周晓光是义乌市场最为成功的商人之一。她的创业史，某种程度上体现了义乌这座城市的市场“基因”是怎样炼成的。

1978年，16岁的周晓光离开家乡到外地“讨生活”。背着竹制绣花棚框挤上火车，在大兴安岭深处的林区小镇走街串巷，每三四个才给家里拍一封电报，晚上就睡马路，睡桥洞，数次被人殴打。她说，“大儿子就是在黑龙江一个小县城城上的，当时去一趟东北能赚1000元。”

为了给“竹商”的义乌人配货，20世纪70年代，义乌廿三里地区出现了小商品批发市场的雏形。渐渐地，义乌县政府所在地稠城镇也出现类似的马路市场。在当时，这些市场还拖着“资本主义”的尾巴，是打击投机倒把办公室（简称“打办”）人员的“眼中钉”。

这是两个交替开市的马路市场，廿三里逢单日，稠城镇逢双日，丁尔民就骑着自行车两边赶场。跑着跑着，他和很多货郎一样，索性卸下担子，悄悄做起只许公家经营的批发生意。

1982年初春，稠城镇一位名叫冯爱情的妇女，因不堪忍受“打办”人员驱赶罚没，又苦于无处讲理，情急之下在县委门口拦住新任县委书记谢高华，质问政府为什么不允许农民摆摊。

当时，这位5个孩子的母亲被生活所迫，以贩卖纽扣、鞋带、别针等小百货为生，常年与“打办”人员“打游击”和“捉迷藏”，为办小商品销售许可证曾到省城“讨说法”。为了每天能挣8角钱，她曾跑到建筑工地当小工。

“书记问我哪来这么大的胆子，敢拦住县委书记闹着要摆摊？我说我跑得快，胆子早就丢掉了，现在没有了。”今年81岁的冯爱情，讲起话来快言快语，依稀可见当年泼辣干练的样子。

“老百姓吃不上饭就得找当官的。今天你同意我要摆，不同意我也要摆，说完我边往外走边哇哇哭起来。”她继续回忆道。

“领导开会批评我一个家搞两个主义，我干社会主义，老婆干资本主义！”比冯爱情大3岁的老伴杨兴贵补充说。当年他在当地供销社当主任，为冯爱情摆摊的事情没少挨批评。

据信正是这次“讨说法”促使谢高华在县委常委会上明确表态：“义乌的市场是个很好的市场。”最终催生了义乌市场发展史上著名的“四个允许”，即允许农民进城经商、允许长途贩运、允许城乡市场开放、允许多渠道竞争。

长期短缺经济造成的供应严重不足，为市场爆发积累了难以想象的需求压力。率先获得了市场“准生证”的义乌人，将小商品批发市场变成一个宽松的市场交易“凹地”，不仅将日用消费品急剧增长的需求虹吸过来，更推动各种市场要素快速向义乌集聚。

在这一“闯”一“放”的背后，是群众首创精神与政府开明决策的结果，义乌市场由此获得发展先机，并焕发出前所未有的生机和活力。

让小商品进得来出得去 突破关卡成长起“联托运”

刚刚尝到市场甜头的义乌人，很快就遇到一个更大的难题：小商品批发生意越红火，货物流

通量就越大，如何让购销两旺的小商品进得来、出得去，成为义乌市场进一步发展壮大的关键。

虽然有“四个允许”的地方政策松绑，一枝独秀的义乌市场辐射力不断增强，但与周边县市乃至全国各地市场管制的冲突也在加剧，当地政府对市场繁荣的支持，难以逾越行政区域的边界。只有依靠市场自身的力量，才有可能打通域外流通渠道的封锁，冲破计划经济体制的重围。

在市场上，丁尔民发现彩带特别好卖，这促使他放开胆子去广东和福建大批量进货。从广州到义乌，1000多公里路程，当时需要经过20多个检查站。负责运货的货车司机，远远看到检查站，就立刻停车躲避，等到检查人员下班才敢继续赶路。“检查站对包装带有英文的货物一律扣留。你想，小商品怎么会有英文？肯定是走私的。”丁尔民笑着说。

急剧扩张的小商品交易需求，使义乌市场流通环节瓶颈日益突出，谁能控制货源谁就能抢占市场。一时间，以打通各地线路卡为主要业务的联托运业务应运而生，很快成为当时最赚钱的生意。在高额利润诱惑下，人们八仙过海，各显其能，运用各种方法打通市场流通环节。

诸暨和义乌相邻，20世纪80年代初就开始生产袜子，但是义乌人去诸暨进货，必须经过一道检查站。一旦被查到，就要被处以数额巨大的罚款。

1985年，这条线路上出现了一个能将袜子安全运回义乌的托运处，收费只是罚款的十分之一，生意一下子火爆了起来。

据多名受访人士证实，当年义乌最有钱的企业，并非市场上搞批发的商户，而是搞联托运生意的。福建籍客商林先生就是靠联托运挖到第一桶金的，他对新华社每日电讯记者坦言，钱赚得容易花起来也大方，当年许多关卡都是花钱打通的，这也为后来义乌政府整顿联托运乱象埋下了伏笔。

王庆洪也是在这个时候发现了物流的巨大商机。这位现任义乌市联托运行业协会会长，身材壮硕，肤色黝黑。他如数家珍地将当年的“通关”故事娓娓道来。“义乌的联托运行业，有点像古代的镖局。遇到过不去的检查站，通常就把人叫出来，慢慢熟悉后，就可以报名号通过。”王会长说。当被问及彼时都有哪些“通关秘籍”？会长欲言又止，只是憨憨地笑着。

经过几次洗牌，义乌仍有接近200家的物流企业。来自义乌的小商品，通过这张庞大的物流网络，运输至国内90%以上的地级市。

现任义乌市作家协会主席何侍坚，当年还是农业银行的一名新员工。在南京，他通过同学关系做了一笔买卖，赚了1万元。当时他的月工资才46元。“去国营厂和供销社拿货，用现金去敲门，对方才会把货给你。只要把货拿到义乌，就不愁卖不出去。”何侍坚坦言，当年义乌人的闯关能力之所以这么强，离不开银行悄然放款的现金管理，这个政策也是由地方政府争取来的。

1981年，在个体私营经济受到严格限制的情况下，义乌的农业银行和信用社，看好市场发展前景和政府支持力度，大胆给工商户贷款。1983年，农业银行和信用社一共为7454户个体工商户发放了300多万元贷款。

1984年，义乌工商局筹建第二代市场——新马路市场，需要贷款25万元。为了这笔“巨款”，义乌农业银行的领导几次跑杭州做工作，最终给义乌工商局开了绿灯。到了年底，新马路市场终于开业。

说到底，让义乌小商品市场迅速扩张的市场力量，正是人民群众为追求美好生活而激发出来的积极性和创造力。破茧成蝶的义乌市场，开始吸引全国各地的人流汇聚。

义乌工商学院教授贾少华回忆说，当年火车只要经过义乌，必须把窗户全关上，否则一到站，就不断有人从窗户往里爬。旅客回到义乌，必须提前站到门口，门一打开立刻用力往外挤，稍不及时就会被蜂拥的人流顶回去。

平均每10个义乌人 就有一人有商铺

1984年10月，县委书记谢高华在离开义乌之前，提出了“兴商建县”的战略，将市场摆在义乌经济发展龙头位置，把商贸作为义乌主导产业。30多年来，义乌一直坚守这张蓝图不跑偏，“工作围绕市场转，城市围绕市场建，产业围绕市场育”。

毋庸置疑，很少有城市能像义乌这样，市民和市场之间紧密互动、彼此成全，构成一个独特的利益共同体。市民既是市场的建设者，也是市场的受益者。市场不仅让商户和客户受益，更是义乌全体市民的“命根子”。

20世纪90年代初，义乌一批经营大户开始创办工业企业，将经商积累的资金转移到工业领域，就近为市场生产商品，市场集聚度进一步提高。

1995年，周晓光投资280万元创办实体企业。从做买卖转到办企业，刚开始完全不懂。“实际上是市场逼着我们去学，市场迭代这么快，哪有资格停下来，停下来就要退出。”如今，周晓光创办的新光集团，市值270亿元。

1995年，卖彩带的丁尔民，也决定向产业上游转型。6年后，华鼎锦纶成为义乌第一家在上海主板上市的民营企业；1995年，翁荣金以20支织袜机起步，创办浪莎袜业，如今已成全球最大的袜业生产企业，拥有各类袜机上万台……

“这种工贸联动奠定了义乌的产业基础，在义乌小商品市场周围，最多的时候活跃着13000多家生产企业。”黄仕林说，“义乌制造”促进了义乌市场持续繁荣。

在电子商务时代，义乌小商品市场吸引着越来越多的年轻人来此创业。在义乌电商圈，贾少华被称为“创业教父”。在他的倡导下，义乌工商学院于2009年率先开设网络创业班，引导学生利用电商平台创业。外界夸张地用“背着书包入学，开着宝马毕业”形容这所神奇的高校。

2018年3月的一天傍晚，张智超在创业学院的孵化器库房里忙碌地打包。这是学院专门给创业者腾出的房间。一个叫宗文琳的女生，上午9点就来“上班”，负责给张智超打下手，基本上要忙到深夜两点。宗文琳家境优越，父母在商场里卖电器，还没有涉足电商。背负家族转型的任务，这位女生通过朋友介绍，耐心做起了学徒。

这一天，张智超要发800多个快递，货品都是帽子，全部来自义乌小商品市场。

“两千多名学生创业，一边上课一边接单，没有午睡也没有双休。有些彻夜接单的学生，床铺就在讲台上。”贾少华回忆说，一批年轻人找到了人生新坐标，“学生的积极性被极大地调动了起来，创业像打了鸡血一样。”

背靠全球最大的小商品市场，义乌是电商创业者的天堂。张智超已经决定，7月份毕业后留在义乌，他认为义乌拥有全国最好的电商环境。未来，他很可能会和他的学长学姐一样，到距离学校咫尺之遥的青岩刘村，租一套房子，引一根网线，买一台电脑，接入财富之路。

在册人口1700多人的青岩刘，聚集了2.5万多名电商从业者，年销售额接近50亿元，被誉为“中国网店第一村”。而在义乌，淘宝村已超过100个，数量居全国县级市之首。2017年年底，注册地在义乌的电子商务账户数量超过25万家。义乌电子商务成交额1700亿元，已超过实体市场的交易额。

在义乌，平均每10个本地人，就有一人在义乌小商品市场拥有商铺。通过购买和经营一个个商铺，义乌人早已和这个市场成了关系紧密的命运共同体。一位当地政府官员向新华社每日电讯记者透露，相比其他一些地区，义乌公务员的收入也要高一些。

义乌市场有一句名言，“谁砸大家的饭碗，大家就联合起来先砸他的饭碗”。

“市场兴则义乌兴，市场衰则义乌衰”，早已成为义乌人的共识，而不是宣传用的标语和口号。

原义乌市市长毛光烈曾撰文分析过义乌人和义乌市场密不可分的关系：“义乌的绝大多数家庭在小商品市场都有摊位。他们是靠市场经商致富的。在义乌，经商致富和市场富民是同一个概念。谁破坏了市场信誉和交易秩序，就等于砸了大家的饭碗。”

尽管从权属结构上看，以商城集团为代表的管理部门，拥有义乌小商品市场绝大部分商铺的所有权，但义乌人更多是把商铺定位为可增值可继承的资产。这种认知让义乌人对义乌市场发展有强烈的参与感，几乎没有有人成为市场的旁观者。

“围绕义乌市场的发展，从政府官员，到经营者，再到农民，谁都能说两个小时以上，个个都是专家。”杨波举例说。

如果从利益共同体的角度去理解，或许能够找到“兴商建县”何以30多年不动摇的深层次原因，也能更深刻地体会到政府“有形之手”尊重市场规律的内在动力。

（实习生李蔚璋对此文也有贡献）