义乌传奇

——义乌小商品市场改革发展纪事

□ 经济日报·中国经济网记者 王 晋 刘春沐阳

编者按 伴随中国改革开放，浙江义乌从一个昔日贫困落后的农业县，变身“买全球，卖全球”的世界超市，书写了一段中国经济发展奇迹中的传奇故事。习近平同志在浙江、上海工作期间，曾多次到义乌考察工作，感慨义乌的发展“莫名其妙”“无中生有”“点石成金”，并称赞义乌经验是过硬的，“义乌是改革开放以来浙江县域经济发展的典型”。

义乌发展奇迹，既是义乌人敢为人先，追梦逐浪，诚信包容的明证，也是当地历届党委、政府敢于担当、不求名利、锐意进取的成果，更是中国特色社会主义市场经济强大生命力的生动阐释。梳理义乌经验，解析义乌精神，对我们当前推进供给侧结构性改革、实现高质量发展，有着重要的现实意义。

这是一个“建在市场上的城市”。玩具、箱包、钟表、五金、饰品、家居用品、电子产品……在浙江义乌，小商品无奇不有、无所不在，吸引了全国乃至全球络绎不绝的采购商。数据显示，义乌中国小商品城经营着26个大类、210万个单品，日均客流量21.4万人次，商品辐射210多个国家和地区。每年到义乌采购的外商有50多万人次，来自100多个国家和地区。去年，小商品城成交额为1226亿元。

将时间的指针拨回到40年前，那时的义乌还是个“七山二水一分田”、粮食高产却贫穷的落后县。它既不沿海，也不靠边，自然资源匮乏，交通不便。然而随着改革开放一声春雷，义乌人那浸入血脉里的商业基因被激活了，他们从“鸡毛换糖”、摆地摊儿起家，历经风风雨雨，坎坎坷坷，硬是将一个贫穷落后的农业县变成“买全球，卖全球”的世界超市。

义乌商贸新区航拍。 吴献华摄

“鸡毛换糖”闯世界——缝隙里长出小市场

“鸡毛鸭毛换糖喽……”在义乌中国小商品城发展历史陈列馆里，有一个硕大的拨浪鼓，牵动着无数义乌人的童年记忆。据浙江金士敦供应链管理有限公司董事长金小民回忆，儿时的他，最盼望听到的就是货郎担“咚咚”的拨浪鼓声。他们肩上挑的如同一个百宝箱，用鸡毛鸭毛就可以换取糖块、玩具等。

一方水土养一方人。义乌经商历史悠久，可追溯到宋代，而以晚清尤甚。据《义乌县志》载：“早在清乾隆时，本县就有农民于每年冬春农闲季节，肩担‘糖担’，手摇拨浪鼓，用本县土产红糖熬制成糖饼去外地串村走巷，上门换取鸡鸭鹅毛、废铜烂铁，以取微利。”义乌民间行商习俗经过多年演变，渐成“敲糖帮”。新中国成立后，“敲糖帮”逐渐萎缩，但并未彻底绝迹。由于人多地少，每逢春节前后，仍有很多义乌农民挑担外出，风餐露宿，翻山越岭，“鸡毛换糖”。

事实上，义乌的很多成功商业人士，当年就是靠“鸡毛换糖”起家的。义乌市双童日用品有限公司董事长楼仲平就是其中之一。“那时，我们村人均只有两分地，连白米饭都吃不饱。14岁起，我就跟着父辈去江西弋阳挑货郎担。”回忆起当年的艰辛，楼仲平记忆犹新。“我们一般是农历腊月二十前出门，正月十五前返回，连续3年我没有回家过年。”

由“鸡毛换糖”起步，上个世纪70年代，不少义乌农民开始沿街摆摊，地处义乌廿三里镇的小商品市场悄然兴起。义乌市市场发展研究中心主任何建农回忆说，以家庭联产承包责任制为主体的农村经济体制改革开始推行的时候，义乌稠城镇和廿三里镇已自发形成小商品市场。但那时小商品交易还被视为“投机倒把”，相关部门严打封堵。可在义乌，这些“资本主义尾巴”总是“春风吹又生”。

1978年，党的十一届三中全会胜利召开。改革春风吹拂大地，但义乌仍在等待冰消。而小商品市场从“地下”转入“公开”，源于一个“提篮女”叫板县委书记的“传奇”故事。

“提篮女”，真名冯爱倩，如今已80岁高龄。作为义乌小商品市场发展的重要见证者和亲历者，当时的情形她历历在目。1979年，由于家庭困难，她下定决心，卖掉10担谷子获得80元“本金”，又从信用社借了300元，开始了摆摊谋生。从北门街到廿三里再到湖清门，冯爱倩起早贪黑，进货卖货，但摆摊的地方一直在换，原因是被当时叫作“打击投机倒把办公室”的部门赶来赶去。“天天抓，天天逃，抓到一次罚款1元，两三天的生意白做了。”

到了上世纪80年代初，像冯爱倩这样的人越来越多，他们决定找当地官员申诉。由于当时这尚属政策敏感地带，很多干部怕丢“乌纱帽”顾虑重重。泼辣的冯爱倩说：“我头上没东西戴，只是个妇道人家，我不怕，我去找！”找谁呢？就找县委书记！

1982年5月，谢高华从浙江衢州调到义乌担任县委书记。在很多义乌人记忆中，谢书记不太爱坐办公室，喜欢下基层。他身材消瘦，穿着普通，走村串巷，没有一点官架子。

“那天，我看他从县委院子走出来，去弄堂理发，我就在弄堂口等。他出来时，我就迎上去了。我当时情绪比较激动，叽里呱啦讲了一通，夹杂着当地土话。谢书记是讲衢州话的，听不大懂。看到围观的人越来越多，他说：‘你不要吵，跟我到办公室去谈’。”到了办公室，冯爱倩哭诉，“日子太苦了，我有妈妈和5个孩子要养。有一次家里没米了，我借了7户人家，也没借到。我要摆摊做生意，却被赶来赶去，还要受罚”。

谢文华说摆摊政策不允许，冯爱倩的情绪有些激动：“我靠自己劳动，有什么不对？”谢高华劝她别哭，示意她坐下来谈。据冯爱倩回忆，这场谈话持续了几个小时。临走时，谢高华说：“你暂时去摆好了。”

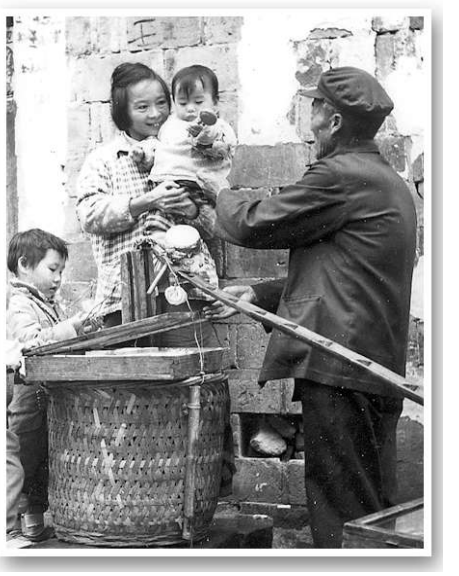
其实，冯爱倩反映的问题，谢高华何尝不知道？可这个问题涉及政策红线，敏感、棘手而又复杂，谢高华决定先搞调查研究。通过调研，谢高华认为搞活市场符合中央精神，政府应顺应民意给地摊市场松绑。但在当时，让农民进城经商要承担很大风险。谢高华明确表态：“尊重群众首创，出了问题我负责！”于是，义乌县委班子集体决定，开放小商品市场。其后，义乌出台了“四个允许”——允许农民经商，允许农民进城，允许长途贩运，允许多渠道竞争。

1982年9月5日，稠城镇的湖清门小商品市场一开放，周边的群众便像潮水般涌向义乌。谢高华回忆说：“可以讲，这个生命力是那么强，冲击波那么大，我也没估计到，摊摆到县委门口来了！”

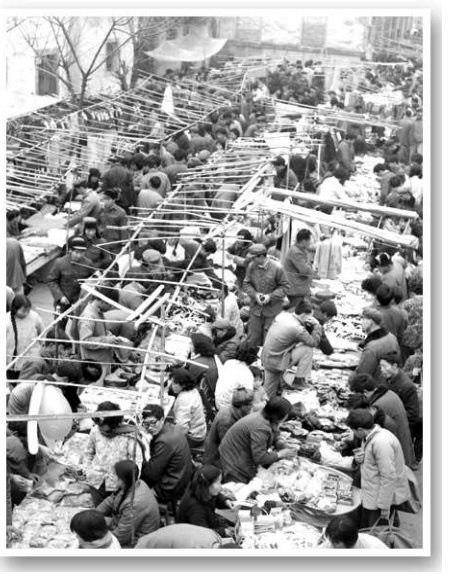
“当年要不是有谢书记那些基层党员领导干部冒着牺牲政治生命的风险，用强大的行动力推动，义乌小商品市场就不可能先行一步，率先发展。”何建农的感慨代表了义乌群众的心声。

1982年9月16日，国务院决定将160种小商品价格正式放开，实行市场化调节。1984年10月，谢高华在全县镇乡党委书记会议上正式提出了“兴商建县”（义乌撤县建市后改为“兴商建市”）的发展战略，指出要“以贸易为导向，贸、工、农相结合，城乡一体化，兴商建县”。30多年后，这个发展战略仍在一以贯之。

记者旁白： 穷则思变。借了7户人家都借不到米的冯爱倩们迫切要求搞活市场，改善生活。当地主要领导干部吃透中央精神，顺应群众期待，大胆决策，做出了顺应民心之举。可以说，义乌之所以能有今天的发展，与改革开放破冰之初，一大批党员领导干部锐意进取，敢于担当有着很大关系。这个启示，在全面深化改革的当下，有着巨大的现实性和针对性。



1977年，从事“鸡毛换糖”的义乌农民。 金福根摄



1982年9月，义乌第一代商品市场——稠城镇湖清门小百货市场。 （资料图片）

小商品，大市场——五代市场进化史

就这样，义乌小商品市场如同从缝隙中艰难生长出来的小草，迎着改革开放的春风，生根发芽，不断生长进化，逐渐升级，算起来至今已经5轮迭代。

正如谢高华所言，小商品市场“生命力是那么强，冲击波那么大”，他没有预料到。第一代小商品市场开业后仅3个月，市场摊位数量增加近一倍。许多商户自带门板，搭起塑料棚架，自行向新马路两端延伸。到1982年底，市场便有了30多个大类的2000多种小商品。但看着每天从附近10多个省区市蜂拥而至的采购者，义乌人发现，市场的承载力已到了极限，市场的物理空间亟须扩容。

时代给予了义乌更多的机会。1984年10月，党的十二届三中全会召开，提出“发展有计划的商品经济”，这给义乌市场吹来了又一股春风。工欲善其事，必先利其器。义乌县委、县政府当机立断，千方百计筹集57万元资金，于1984年12月建成占地35万平方米、固定摊位近2000个的新马路市场，摊位从露天搬进了棚子，这就是义乌第二代小商品市场。

新马路市场建立后，每天前来交易的客商过万，商户摊位逐渐又扩展到朱店街。这条近15米宽的街道，曾是义乌小商品城同业工会会长楼南六最初摆摊的地方，条件十分简陋，连遮风挡雨的棚子都没有，一到刮风下雨，就要立刻收摊。市场距楼南六的家有17公里，他每天早出晚归，乘三轮车往返。

在楼南六身上，流淌着义乌商人吃苦耐劳和果敢无畏的血液。“有一次进货，我们借了1万元。那时也没有支票，我们两口子只好把现金绑在腰上，晚上连觉也不敢睡。进的是一些进口的布头，托运一部分，自己背一部分。布料运回来之后，皱巴巴的，我们半夜起来轮流熨烫。”这些草根商人在创业期间吃了多少苦、受了多少罪，外人很难体会。但在楼南六看来，“比谁都勤奋、比谁都吃苦耐劳”恰恰是义乌商人身上的闪光点。

俗话说“同行是冤家”，市场竞争激烈，像进货地点这种商业秘密，一般人都不愿共享。但楼南六从不藏着掖着，去广州进货时，也带上村里人一起去。“义乌几乎一半同行都是我带去进货的。有钱大家一起赚。”楼南六说。

符合时代潮流的新生事物，往往具有强大的生命力。义乌第二代小商品市场运行不到两年，对进一步扩大规模的呼声日益高涨。1986年9月26日，占地4.4万平方米、摊位数4100个的城中路小商品市场开业了。到1990年底，该市场占地7.7万平方米，摊位增加到10500余个，成为当时全国最大的小商品批发市场。

可1990年初发生的两件事情，让管理者、经营者看到了过快发展与管理滞后矛盾带来的不良后果。一件是宰客事件。当时，一位哈尔滨客商在某摊位进了一批戒指饰品，每只0.5元，但在另一处摊位发现进价只有0.15元，于是与摊主发生争执，双方各执一词，闹得不可开交。另一件是鞋类经营“无心插柳柳成荫”。当时，有一批温州鞋类经营户要求进场摆摊，被集中安排到偏僻处，但令人想不到的是，竟然货多成市，生意兴旺。

一面，是市场的快速繁荣，快速发展，声名日隆。另一面，是管理滞后带来的市场秩序不规范、假冒伪劣横行、欺行霸市等问题，甚至有商户趁客商场地陌生、盲目下单的机会哄抬价格，给市场声誉带来极其不好的影响。义乌的发展，站在了一个十字路口。

何樟兴，时任义乌小商品市场工商管理处处长，他经过深入思考后提出了一个对义乌市场影响深远的设想：“划行归市”。所谓“划行归市”，就是按照商品品种，分门别类设置摊位，同类商品同一区块经营。顾客进场，很快便可找到自己所需商品的地段，并在同类商品的摊位前货比三家，让假冒伪劣、哄抬物价就此失去市场。

可这个设想一经提出，便因巨大阻力而差点胎死腹中。1991年下半年，市场管理部门为“划行归市”积极准备，并要求经营户申报经营种类。整整3天，报名人数为零。最终，市场管理部门不得不成立工作组，轮流做市场骨干商户和党员商户的思想工作，这才完成了报名工作。

打铁要趁热。1992年1月21日，义乌市委、市政府（1988年，义乌撤县建市）全力支持“划行归市”，把市场分成8个交易区，经营商品初分为16个大类。同年2月，篁园市场一期工程竣工投入使用，这就是第四代义乌小商品市场。随着篁园市场二期、宾王市场的相继竣工，至1995年11月，义乌已拥有了占地46万平方米、摊位3.2万个，当时堪称全国最大的室内商品批发市场。

6年后，义乌国际商贸城一区市场正式投入使用，以后逐渐扩大为5个区。它与篁园服装市场、国际生产资料市场共同组成了义乌中国小商品城，第五代小商品市场正式亮相。

实际上，伴随着市场的不断发展壮大，市场管理部门的改革也如影随形。1993年12月，义乌市政府对市场经营管理体制进行重大创新，市工商行政管理局与义乌中国小商品城实行管办分离，组建义乌中国小商品城股份有限公司，后更名为浙江中国小商品城集团股份有限公司（简称“商城集团”），为国有控股企业，负责管理和运营义乌小商品城。商城集团市场运营管理部副经理杨波在这里工作了15年，与许多老商户非常熟络。他说，“要素资源市场化配置”是他们在招商中的一贯思路。招商时，他们并不简单满足于填满商铺，而是进行“选商”，选择对义乌市场发展产生积极影响的企业和商户入驻。“市场的物理空间是有限的，现阶段，我们会把资源配置给真正对义乌市场能起引领作用的企业。”杨波说。

2016年，商城集团推出了“拨浪鼓服务平台”，为商户提供各种线上服务。义乌中国小商品城信息技术有限公司副总经理陈丽进介绍，目前，市场里所有基础性服务，如商位续租、水电、停车、物业管理等收费，都已转移到线上。一些纳税方面的事项，商户也可以在线上操作，由商城集团的工作人员与税务部门对接。

除了运营管理市场、服务商户，商城集团还承担了编制“义乌·中国小商品指数”的重要职能。义乌小商品市场功能齐全、辐射范围广、专业化程度高，这里的交易规模、价格走势、景气状况等，对全国乃至全球日用消费品市场均有一定的参考价值。2006年10月22日，“义乌·中国小商品指数”由商务部对全球正式发布，义乌中国小商品城信息技术有限公司指数办公室主管楼瑾介绍，“义乌·中国小商品指数”已成为“小商品价格的风向标和大市场行情的晴雨表”。

迭代升级的不仅是市场规模。浙江省义乌市委常委、副市长多佳这样梳理义乌小商品市场的发展历程：上世纪70年代末、80年代初，我国由计划经济向市场经济转轨之初，义乌率先建立小商品市场，也就是第一代“马路市场”。各地涌现出各类市场后，义乌市场转型发展为第二代批发市场，成为全国小商品流通中心。第三代市场以商带工，发挥商贸资本雄厚、市场信息灵敏等优势，发展与市场关联度高的小商品加工业。第四代市场是中国加入世贸组织后，义乌大力发展国际贸易，向全球出口小商品，逐渐形成以国际贸易、洽谈订单、商品展示、现代物流等为主的新型业态。如今的第五代市场，初步形成了国内贸易与国际贸易融合、线上贸易与线下贸易融合的新局面。

记者旁白： 从路边摊到商贸城，从买全国卖全国到买全球卖全球，从卖残次品到卖品牌货，从有形市场到无形市场，义乌的小商品市场随时代变迁前行，逐变革浪潮而不断扩大。伴随着市场升级迭代，管理者遇到过各种烦恼，无论是“划行规市”，还是打击假冒伪劣，政府这只手持续发力，把控公共资源的配置权，调控有度，引导市场不断走向繁荣规范。在政府和市场的合力推动下，义乌小商品市场背后的产业链条不断延伸、完善。

（下转第十四版）