

复旦大学新政治经济学研究中心

中国改革 30 年研究丛书

专业市场

地方型市场的演进

陆立军 王祖强 著



格致出版社 上海人民出版社

中国改革 30 年研究丛书

专业市场

地方型市场的演进

陆立军 王祖强 著

格致出版社  上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

专业市场:地方型市场的演进/陆立军,王祖强著.
上海:格致出版社:上海人民出版社,2008
(中国改革 30 年研究丛书)
ISBN 978-7-5432-1529-0

I. 专… II. ①陆…②王… III. 国内市场-市场经济-研究-中国 IV. F723

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 148053 号

责任编辑 李 娜
封面设计 陈 楠

中国改革 30 年研究丛书
专业市场:地方型市场的演进
陆立军 王祖强 著

出版 世纪出版集团 格致出版社
www.ewen.cc www.hibooks.cn
上海人民出版社

(200001 上海福建中路193号24层)



编辑部热线 021—63914988

市场部热线 021—63914081

发行 世纪出版集团发行中心
印刷 上海图宇印刷有限公司
开本 787×1092 毫米 1/16
印张 23
插页 5
字数 354,000
版次 2008 年 11 月第 1 版
印次 2008 年 11 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-5432-1529-0/F·112
定价 45.00 元

出版说明

2008 年是中国改革开放 30 周年。30 年间,华夏大地演绎了一场人类历史上波澜壮阔的伟大变迁,中华民族用 30 年的时间走过了其他国家或地区几百年的路程,这种发展被全世界称为“中国奇迹”。在马克思主义的指导下,回顾总结这段历史,揭示中国经济高速发展的内在逻辑和一般规律,乃至进行理论上的创新,是今天我们这个伟大的时代赋予中国经济学和经济学家的机会和责任。

为了全面地反映中国改革开放的伟大历程,我们组织了“中国改革 30 年研究丛书”。这套丛书涉及经济增长与结构变迁、制度创新与经济改革、公共部门与政府体制、农业改革与农村经济、金融创新与资本市场、对外开放与世界经济、市场体系与经济发展、企业改革与产业调整等 15 个重大选题。全国数十位经济学家通过招投标的方式参与了这套丛书的著述。

这套丛书的各部著作有一个共同的特点,那就是参与研究和写作的经济学家试图运用现代经济学的理论、方法和工具,以问题为导向,对中国改革开放 30 年的历程作全方位的梳理和研究,提出一些新的分析框架和理论成果。我们欢迎和支持中国经济学家的这种努力。

需要说明的是,由于中国的改革开放是人类历史上史无前例的社会实验,到目前为止,这一实验仅仅拉开序幕而远未结束,加之现代经济学理论和方法本身的局限

性,因此,这些著作对改革经验的探索和总结在资料上和理论上都不可避免地具有相对性,有待于逐步的深化和发展。我们将继续出版更具深度和远见的研究成果。

我们出版这套丛书的目的,既是为了鼓励经济学家进行理论创新和探索,又是希望经济学家之间能展开严肃、认真、求实的学术讨论,以此来推动以马克思主义为指导的中国经济学的发展,进而推动中国改革和开放的进程。

“中国改革 30 年研究丛书”编辑委员会

2008 年 10 月

目录

0 绪论 / 1

- 0.1 改革开放与专业市场现象 / 1
- 0.2 专业市场释义 / 3
- 0.3 国内外研究综述 / 7
- 0.4 研究方法与研究框架 / 16
- 0.5 本书的主要贡献 / 19

1 农村工业化、市场化与专业市场的缘起 / 23

- 1.1 改革开放前的商品流通体制 / 23
- 1.2 缘起的内在根源:节约农村工业的交易费用 / 28
- 1.3 缘起的外部环境:放松商品流通管制 / 34
- 1.4 缘起的历史文化基因:民间商业与市镇经济 / 44
- 1.5 缘起的典型案例:义乌小商品市场 / 51

2 专业市场的成长轨迹与基本特征 / 57

- 2.1 专业市场的初始阶段 / 57
- 2.2 专业市场的成长阶段 / 64
- 2.3 专业市场的成熟阶段 / 72
- 2.4 专业市场发展的新趋势 / 82

3 专业市场的交易机制与交易流程 / 86

- 3.1 专业市场的类型 / 86
- 3.2 专业市场的经营者 / 91
- 3.3 专业市场的交易方式与运行特征 / 95

3.4 专业市场的交易流程与规制结构 / 102

3.5 专业市场的连接图式 / 113

4 专业市场的分工与社会资本网络 / 129

4.1 专业市场的网络结构 / 129

4.2 专业市场集中交易的效率 / 136

4.3 专业市场的网络效应与聚集效应 / 144

5 专业市场的规模扩张与结构演变 / 150

5.1 专业市场的规模扩张 / 150

5.2 专业市场的结构演变 / 156

5.3 专业市场规模扩张、结构演变的总趋势 / 171

6 专业市场扩展的内在机理：内生报酬递增 / 182

6.1 专业化分工与报酬递增 / 182

6.2 内生报酬递增机制：知识溢出与信息外溢 / 186

6.3 区域间报酬递增机制：区际分工协作网络 / 191

6.4 跨越“专业市场消亡”的历史宿命 / 201

7 专业市场与地方产业集群的互动发展 / 209

7.1 专业市场的嵌入性：内生的低成本交易网络 / 209

7.2 专业市场推动的产业集群扩张与升级 / 215

7.3 专业市场扩展的产业支撑：地方产业集群成长 / 224

7.4 专业市场扩展、产业集群成长与区域经济发展 / 236

8 专业市场的治理：市场与政府的合作博弈 / 242

8.1 信息不对称下专业市场的交易困境 / 242

8.2 专业市场的治理模型与治理机制 / 252

8.3 市场治理与新的市场秩序 / 263

9 专业市场的扩展：规模化、专业化和国际化 / 270

9.1 专业市场的规模化 / 270

9.2 专业市场的专业化 / 279

9.3 专业市场的国际化 / 288

10 专业市场的转型与提升：新型业态 / 299

10.1 专业市场与电子商务 / 299

10.2 专业市场与现代物流 / 310

10.3 专业市场与会展经济 / 319

10.4 专业市场与品牌战略 / 331

参考文献 / 344

后 记 / 357

0 绪论

0.1 改革开放与专业市场现象

专业市场开启了中国农村市场化改革的先河,是中国改革开放的一大特色和亮点。专业市场并不是什么“小”市场,而是折射中国农村市场化、工业化内在规律的大市场。改革开放之初,专业市场为什么首先是在中国的农村大量涌现?专业市场怎样在计划经济的缝隙中生长出来?为什么说专业市场促成了一条独具特色的农村工业化道路?为什么说专业市场是一项富有中国特色的制度创新?

20 世纪 70 年代末 80 年代初,家庭联产承包制改变了农业劳动的组织方式,集体共同劳动变革为家庭分散劳动,极大地消除了农业劳动中的机会主义行为倾向,一举改变了长期普遍存在的低效率状态。农业劳动生产率的大幅度提高和农户家庭财产所有权的初步确立,使农业领域的剩余劳动力显性化,从而为农村新经济组织的诞生创造了所有权因子、市场环境和自由劳动力,改变了中国原先设定的由城市部门和国有经济主导的工业化模式和路径。

农村工业的崛起需要与其企业规模和产品特性相匹配的商贸流通服务,但是,以国有和集体商业为主渠道的传统流通体制,主要是为城市和工业服务的。在计划经济体制下,城市工业品的生产以及生产要素的供给和产品的流通,都为自上而下层层下达的计划所严格控制。乡镇企业和家庭工业要进入这一流通网络,存在着很高的体制性壁垒,这种情况严重地制约了农村工业的发展。当时,乡镇企业和家庭工业发展所面临的严峻问题是:原料从何而来?生产出来的产品如何销售出去?在农村工业还很弱小的时候,专业市场承担了为乡镇集体企业和个体、私营企业提供开放、共享的销售渠道,在计划经济体制外开拓农村地区、边远地区市场空间的使命。专业市场的兴起冲破了计划经济时代主要由国有、集体商业企业控制的销售网络,在体制外为农村工业沟通了从原材料采购、组织生产到销售产品的渠道,使乡镇集体企业和个体、私营企业

在国有、集体流通渠道之外开展商品批发成为可能。^[1]

专业市场的兴起与农村传统集贸市场的恢复具有很密切的联系：集贸市场的开放是专业市场兴起的前奏；而专业市场的兴起全方位突破了计划经济体制对市场化的约束——交易权的限制。集贸市场的开放肯定了农民劳动所得的排他性产权，允许农副业劳动产品的市场交易，但市场的范围是有限的。早在 20 世纪 70 年代末期，东部沿海地区的一些农村，就自发地形成了一批“马路市场”。当时，这些市场属于非法“黑市”，数年之后，在当地政府的支持下，这些市场非但没有被取缔，反而发展成具有一定规模的专业批发市场。1979 年拥有 500 年历史的武汉汉正街率先在全国恢复了个体户经营，1982 年 8 月《人民日报》发表《汉正街小商品市场经验值得重视》的社论，使汉正街市场的合法地位得到巩固。1982 年 11 月，浙江义乌县委、县政府果断地提出“四个允许”，即：允许农民经商，允许从事长途贩运，允许开放城乡市场，允许多渠道竞争，在全国率先开办小商品市场。就全国而言，专业市场风头乍起是在家庭联产承包制在全国推广以后。1983 年，中央宣布允许农民贩运三类工业品，企业可以在完成国家计划收购任务后把二类工业品拿到市场上交易，从而打破了只有国有、集体商业企业才能经营工业品的垄断格局。1984 年，中央一号文件对农民之间的耕地有偿转包作出了有限度的肯定，并允许部分从事非农产业的农民自理口粮到集镇落户。这一系列制度变革使农民从事非农产业的政治风险趋向于零，为农民进入非农产业提供了更多的经济自由，从而为专业市场的生成和发展创造了较为宽松的制度环境。传统计划经济体制下“短缺经济”造就的绝对卖方市场和比较单一、僵化的流通渠道，给专业市场经营户带来了巨大的商机。在绍兴柯桥、温州桥头、吴江盛泽、东莞虎门、福建石狮、沈阳五爱、成都荷花池、

[1] 由于书中经常会出现乡镇企业、乡镇集体企业与个体、私营企业、民营企业等概念，为了便于阅读，特此作一区分：(1) 乡镇企业是指乡、镇、村及以下单位所办的集体企业、股份合作企业、个体企业及私营企业的总称。在地域上，它主要分布在农村和城郊接合部。(2) 乡镇集体企业是指由乡(含镇)、村(含村民小组)农民集体举办的企业。它不仅主要分布在农村，而且从所有制看，产权归农民集体所有。(3) 私营企业是指企业资产属于私人所有，雇工 8 人以上的营利性经济组织，具体包括独资企业、合伙企业和有限责任公司三种形式。(4) 个体经济是指在劳动者个人占有生产资料的基础上，从事个体劳动和个体经营的私有制经济。个体经济具有规模小、工具简单、操作方便、经营灵活等特点。(5) 严格地讲，“民营”是同国营或官营相对应的概念，属于经营范畴而不是所有权范畴，应该包括非国营的各种经济形式。为了论述的方便，这里所说的“民营经济”泛指除国有经济以外的经济成分，主要包括集体经济、私营经济和个体经济。

重庆朝天门等地区,由于依托当地手工作坊历史悠久、乡镇企业发展迅速、侨乡资源丰富等不同优势,一批专业市场迅速崛起,并在促进当地产业发展的过程中起到重要作用。

改革开放以来,专业市场之所以能迅速发展,主要有以下几个原因:(1)以轻纺工业为先导的农村工业化快速发展,尤其是数量众多的地方型产业集群强烈的交易需求,是专业市场兴起的基本动因。与传统的国有制企业相比较,民营企业的市场竞争意识更强,抢占市场的举措更为有力,作出适应性调整的速度更快。专业市场的兴起有助于打破民营企业在流通领域对国有商业企业的依赖性,使得民营企业通过新的分工和合作契约建立自己的比较优势。(2)对于广大在传统计划经济体制的缝隙中成长起来的民营企业来说,专业市场是一种只需支付较低的费用就可共享的规模巨大的销售网络,是一种具有明显体制落差优势的安全、宽松和低交易费用的“市场特区”。在20世纪80年代初,乡镇企业选择了最简单的人员直接购销的方式来采购原材料和推销产品,于是形成了成千上万的农民购销大军。但是由于缺乏营销规模效益和市场秩序,这种市场制度的交易费用很高,而专业市场的兴起,正是通过市场制度变革降低交易费用的必然结果。(3)各级地方政府的开明决策大大地降低了农民和民营企业进入专业市场的体制性壁垒,地方政府出于自身利益的考虑,与商人(业主)群体形成了事实上的利益共同体,增强了专业市场发展的内在动力。在专业市场萌芽和初创时期,政府作为一种市场主体之外的力量,所起的作用是关键性的。如果既有工商业者自发的集体行动,又有政府的开明决策、因势利导、积极推进和有效规范,专业市场发展的进程就会大大加速。(4)地方政府的兴商政策取向和直接参与市场组建,不仅促进了公正透明、可预期的交易环境和管理制度的形成,而且提升了专业市场在区域经济中的地位和发展目标。专业市场对促进区域经济发展所起的巨大作用,激发了当地政府发展专业市场的热情。地方政府的参与程度与当地专业市场的规模和发展速度高度相关,在专业市场成长过程中发挥了重要作用。

0.2 专业市场释义

中国专业市场的数量之多,分布之广,在整个经济体系中地位之重要,

对农村工业化、市场化所发挥的作用之大,在人类历史上前所未有的。那么,什么是专业市场,它有什么显著特征和重要功能?为什么说专业市场具有地方型市场的特征,它具体表现在哪些方面?专业市场的发展动态如何,其未来前景怎样?支撑专业市场扩展、成长的内在动力是什么?

0.2.1 专业市场的内涵、特点和经济功能

传统意义上的专业市场是一种以现货批发为主,集中交易某一类商品或者若干类具有较强互补性或替代性商品的场所,是一种大规模集中交易的坐商式的市场制度安排。其主要特点在于:(1)是一种典型的有形市场;(2)以批发为主,兼营零售;(3)集中交易,有一定数量规模的卖者,接近完全竞争的市场结构;(4)以现货交易为主,远期合同交易为辅。专业市场的主要经济功能是通过可共享的规模巨大的交易平台和销售网络,节约中小企业和批发商的交易费用,形成具有强大竞争力的批发价格。专业市场的优势,是在交易方式专业化和交易网络设施共享化的基础上,形成了交易领域的信息规模经济、外部规模经济和范围经济,从而确立商品的低交易费用优势。

专业市场从农村兴起,是传统集贸市场向专业化方向发展的结果,因此其“专业”性是相对于集贸市场而言的。与集贸市场相比,专业市场的“专业”性主要表现在:首先是市场商品的专门性,其次是市场交易以批发为主,再次是交易双方的开放性。将这些特点综合起来,简而言之,专业市场的内涵就是“专门性商品的批发市场”。根据以上特点,可以比较清晰地把专业市场同综合市场、超级市场、百货商店、菜市场、零售商店、专卖店、商品期货交易、集市、庙会等各种市场形态区别开来。

0.2.2 专业市场的地方型特征

专业市场是一种具有根植性、社区性的嵌入式经济组织,通过生产分工网络、交易网络和物流网络与地方经济、产业集群形成互动结构,在一定程度上主导着区域经济发展。专业市场的地方型特征主要表现在:

(1) 根植性和本土化。专业市场深深地嵌入当地的社会关系之中,其形成和发展与当地群众的商业意识和商业文化传统、手工业、家庭副业、集市贸易、商业技巧、商业型社会资本(社会学意义上)以及地方政府的重商、亲商政策等密切相关。根植性加强了专业市场的黏力,是专业市场的一个根本性优

势。在专业市场形成后,不仅吸引来的企业、商户会根植于本地,还会有许多新企业、新商户在本地繁衍、成长,从而“粘住”流动着的商机。

(2) 嵌入式和互动性。专业市场具有很强的产业形成和集聚功能,往往是一个或几个产业集群信息传播、价格形成的核心;而产业集群为专业市场的持续繁荣提供大量廉价的商品,有利于专业市场形成最具有竞争力的批发价格,两者建立了嵌入式的互动关系。地方工业、产业集群以专业市场为依托,把成千上万个中小企业、家庭工场有效地组织起来,形成最具地方特色的经营模式,即“小商品、大市场;小企业、大集群”。

(3) 社区性和群众性。专业市场的一个突出特征是“在体制外成长”,当地群众自发参与、共同受益。专业市场上的经营者,绝大多数来源于当地的农民、城镇待业人员、离退休或辞职干部、下岗工人,以及其他人员等;专业市场上的商品生产者,绝大多数是私营企业主、专业户和乡镇企业。这两者共同构成了专业市场所谓的“特殊商人”或“专业商人”的早期来源。专业市场的形成和发展完全依靠群众的力量,是真正以市场为导向的“老百姓经济”。

(4) 区域性的交易网络 and 平台。在计划经济体制下,农村企业的物资、设备和原料的供应完全没有计划保障,这就迫使企业要从市场上去寻找原材料和产品销售渠道,在计划经济体制的夹缝中求得生存和发展。专业市场是中国市场体系中一个发育较早的有机组成部分,与传统国有集体商业企业的僵化模式相比较,专业市场具有显著的自主、灵活、竞争、开放等特性。由于进入的壁垒较低,退出的成本也较低,专业市场拥有众多生产厂家和经销商,是一个接近完全竞争的市场。专业市场为乡镇企业和个体、私营企业以较低交易费用进入流通领域提供了平台和通道。

(5) 形成区域品牌和主导区域发展。经过改革开放 30 年的发展,许多大型专业市场已成为一大商贸流通产业,是当地经济、当地产业整体形象的代表,形成了区域品牌。当地的众多中小企业在专业市场的大旗下,共享这一整体品牌带来的市场信誉和其他无形资产。专业市场用整体品牌整合各种资源,用市场分工网络的整体功能弥补商户“多、小、散”的功能缺陷,使尽可能多的当地资源为市场的持续繁荣服务。

0.2.3 专业市场扩展的内在动力与演进方向

马克思主义经典作家十分重视商品交换和流通在社会再生产中的作

用,把生产力、分工和交往关系并列作为考察人类历史演进和不同民族间相互关系的基本工具,有时甚至把交往关系的发展看作是消灭旧的社会分工的途径。只有形成世界市场,“单个人才能摆脱种种民族局限和地域局限而同整个世界生产(也同精神生产)发生实际联系,才能获得利用全球的这种全面的生产(人们的创造)的能力”。^[1]恩格斯在《反杜林论》中论述政治经济学的对象和方法时,把生产和交换称为经济曲线的横坐标和纵坐标;在勾画人类历史发展的图画时,生产方式和交往方式共同构成一组坐标。

在中国农村工业化进程中,专业市场逐步冲破传统的地区封锁和城乡隔离的计划经济体制,成为一个跨区域的、联结城乡的市场网络。全国各地先后建立的专业市场,最终必然分化、整合、集中,形成由若干个全国性和地区性市场组成,层次和结构分明的专业市场体系。在这个市场体系中,大型专业市场从横向来看,它是区域经济启动的起点,商品集散的中心;从纵向来看,它处于市场信息、资金、物流运动的最高层,拥有明显的优势。目前,全国各地各类具有区域特色的专业市场正以不同的方式演绎着各自的发展和变迁之路。就总体而言,中国专业市场的总规模与单个市场的平均规模都在不断扩大,许多大型、超大型的专业市场引领着专业市场的业态变化,电子商务、会展经济、国际贸易、现代物流等新型市场业态不断涌现。

在新世纪,沿海发达地区的专业市场已呈现出分化、整合、转型与提升的趋势。有些大型专业市场通过引入电子商务、现代物流、会展经济、国际贸易等新兴商业形态,保持良好发展态势,市场辐射范围不断扩大。其中少数强势市场正成为特色彰显、颇具优势的区域性、全国性甚至国际性的商贸流通中心,已经成为我国的地方工业、产业集群融入国际经济、参与国际分工的重要平台和通道。与此同时,也有一批低层次的传统专业市场正在逐渐萎缩或消亡。尽管传统的小商品、日用工业品、纺织品和生产资料仍是交易的主要客体,并占有重要的位置,但机电产品和高新技术产品在专业市场交易中的地位正在明显上升。

专业市场之所以持续扩张,根本原因在于它是一种有效率的专业化的交易组织,为中小企业进入市场提供了一个便捷的共享的低交易费用的

[1] 参阅马克思、恩格斯:《马克思恩格斯选集》第1卷,人民出版社1995年版,第89页。

贸易平台和通道。专业市场的成本优势产生于在批发经销上对规模经济和范围经济的利用。由于商户经营着许多中小企业的产品,所以他们比单一从事销售和批发系列产品(规模)的任何一家中心企业获得的产品数量更多,单位成本更低。以专业市场为核心的区际分工协作网络,形成了内生报酬递增机制:知识溢出与信息外溢在降低交易费用的同时,获得交易的规模经济、范围经济以及专业化分工网络效应所带来的成本优势。

国外发达国家和我国一些地方的实践表明,随着居民收入增长和需求层次的提高,大规模品牌生产集团和商贸集团脱离专业市场创建各自的企业品牌和营销网络,专业市场作为一种中小企业的“公共交易平台”的地位下降,开始衰退乃至消亡了。当前,政府部门和学术界十分关注我国专业市场能否跳出“消亡”与衰退的历史宿命。我们认为,“专业市场消亡”论建立在报酬不变的基础上,没有看到市场规模扩大后所形成的内生报酬递增机制,以及由此所产生的投资协同与跨区域分工协作网络效应。而正是市场规模扩大后所建立的内生报酬递增机制与市场的分工网络效应,使得中国的专业市场有可能跨越“专业市场消亡”的历史陷阱。在内生报酬递增大于内生交易费用增加的前提下,专业市场扩大后相应的净收益可能增加,专业市场也会因此而不断地发展、演进。中国的工业化、城市化水平与欧美国家还存在较大差距,大量分散的中小生产企业仍需要借助于专业市场这一具有准公共产品性质的平台销售产品,而大量的中小零售商难以直接与生产企业对话,在商品采购中缺乏话语权,因此,也需要通过充分竞争的专业市场采购商品。

0.3 国内外研究综述

0.3.1 国外研究综述

西欧是最早开始工业化的地方,专业市场在工业化兴起之后逐渐为大工业的专业化销售渠道或其他业态所替代乃至逐步消亡,因此在西方经济学和经济研究者的视野中,专业市场一直是一个很不起眼的事物。

市场与市场规模、交易效率、专业化交易组织等,一直是西方经济学的重要研究领域。无论是斯密、施蒂格勒(Smith, 1776; Stigler, 1989)所提出的“分工受市场范围限制”的斯密定理,还是杨格(Young, 1928)所提出的

“分工与市场互动”的杨格定理,都揭示了分工与市场之间天然的密不可分的关系。因此,市场与分工存在下列关系:(1)劳动分工因市场而演进,从而促进生产效率提高和科学技术进步;(2)分工的演进导致市场参与者增加,市场范围随之扩大;(3)分工的演进与市场扩大导致经济体系财富增加。因此,市场扩大与分工演进是经济增长不可或缺的条件。杨小凯(1998)认为,劳动分工有三种类型:一是基于比较利益的劳动分工;二是基于规模经济的劳动分工;三是基于专业化经济的劳动分工。以上三种分工好处的获得,都与市场的存在密不可分。历史学家布罗代尔(Braudel, 1975)不仅揭示了集市贸易的早期形态及其在“互通有无”的经济生活中的作用,而且揭示了集市贸易规模扩大和专业化程度增强的趋势。

专业市场在西方发达国家前工业化时期、尤其是工业化早期的经济发展中发挥了重大的作用(Bromley, 1971)。此后,在欧美国家,随着生产规模的扩大和消费需求层次的提高,厂商脱离专业市场创建各自的企业品牌和营销网络,早在这些国家发展成为成熟的市场经济体之前,专业市场作为一种中小企业的“公共交易平台”,就开始衰退乃至消亡了。因此,专业市场并没有成为西方主流经济学的研究重点。一些西方学者(Pine II, 1992; Britnell and Campbell, 1994; Braudel, 1975; Kowaleski, 1995; Miller and Hatcher, 1978;等等)观察到了专业市场在欧美发达经济体中衰退乃至消亡的历史事实。西方学者对“专业市场消亡”的主要解释是:企业在自创品牌后,作为“公共产品”的专业批发市场变成阻碍获得经济租的组织形式,从这个意义上说,创牌行为是与专业市场不相容的;企业自创品牌与自建营销网络最终逐步“蚕食”专业市场,正是这一需求诱致性制度变迁导致了专业市场在许多地区的瓦解。

中国专业市场的发展引起了国外的广泛关注。如联合国、世界银行和摩根斯坦利等机构联合发布的《震惊世界的中国数字》(2005)认定浙江义乌市场是全球最大的小商品批发市场;^[1]我国商务部自2006年10月份开始,向全球发布“义乌·中国小商品指数”,目的在于争夺国际小商品、日用工业品和五金电器用品的定价权。不仅如此,鉴于专业市场在中国工业化、市场

[1] 转引自肖华:《义乌奇迹解密》,《南方周末》2006年3月2日。

化以及社会结构转型过程中的重要地位,我国专业市场的发展及其相关研究成果也引起国外学术界的重视,美国芝加哥大学、英国卡迪夫大学、日本横滨大学、澳大利亚悉尼大学以及我国台湾“中央政治大学”等大学和研究机构还专门设立有关专业市场的研究项目或博士论文选题,把专业市场及其演进作为观察、研究中国改革开放和经济发展的重要内容。

0.3.2 国内研究综述

专业市场在世界经济史上虽然不是一个新鲜事物,但是在中国,尤其是在改革开放的大背景下,却有着不同寻常的意义。中国是一个有着比欧洲更为久远的市场交易传统的国家,而现代市场经济的进程却落后西方世界好几百年。^[1]就是在近代被强行打开国门开始市场化进程之后,中国的市场化进程也多次中断。如何从传统经济转变为现代经济,在尝试过了计划经济的失败之后,历史证明市场化是一条必经之路。中国的市场化历史性地选择了农村作为突破口。

国内学者对专业市场的研究是在 20 世纪 80 年代初开始起步并逐步深化的,其历史背景是农村推行家庭联产承包制、农村工业化、乡镇企业和民营经济的发展,以及专业市场在工业化和以市场为取向的经济改革中的先导地位。浙江、广东、江苏是专业市场主要的发源地,因而也成为了研究区域市场化和工业化的一片沃土。开始阶段,基于对专业市场的感性认知,一些对改革和经济社会发展具有敏锐眼光的学者捕捉到了专业市场现象,揭示了专业市场促进劳动分工、带动农村经济发展的作用,逐步认识到专业市场是一种具有中国特色的商贸流通和批发贸易制度,其与地方产业的联动发展将会形成一个有特色的区域经济发展模式。从对现象和经验的概括到对内在运行机理和功能的理论分析,研究深度日益深化,研究的角度也不断拓展。

早在 20 世纪 80 年代,国内学术界就注意到了专业市场这一农村工业化、市场化进程中的新经济现象。费孝通(1986)、林青松和威廉·伯德(1989)、陆立军(1989)等学者以专业市场与农村工业的互动为重点,对中国农村工业的动因、结构以及不同的区域经济发展模式进行了比较研究。改革开放初期,农村工业化开始起步,在 20 世纪 80 年代初,苏南的乡镇企业

[1] 参阅吴承明:《传统经济·市场经济·现代化》,《中国经济史研究》1997 年第 2 期。