

Regional Economy Comparative Study Series

● 区域比较研究丛书

温州实践再次告诉我们：市场经济并不都是舶来的、搬来的，也有中国本土生长的。它开始时可能有点四不象，但毕竟是草根经济，有很强的生命力。它既吸取传统的营养，又逢社会变革为它提供适宜的土壤和气候，一旦生长起来，就会有芳草遍天涯的情景。

——费孝通



Culture, enterprise system and transaction cost

文化、企业制度 与交易成本

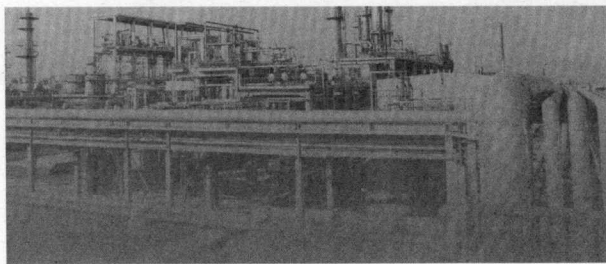
——温州模式的新视角

A new perspective on Wenzhou model

张茵荧 著

Regional Economy Comparative Study Series

区域经济比较研究丛书



Culture, enterprise system and transaction cost

文化、企业制度 与交易成本

——温州模式的新视角

A new perspective on Wenzhou model

张茵荧 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

文化、企业制度与交易成本——温州模式的新视角 / 张苗荧著. —杭州: 浙江大学出版社, 2008. 6

ISBN 978-7-308-05979-4

I. 文… II. 张… III. 企业管理—研究—温州市 IV. F279.275.53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 073494 号

文化、企业制度与交易成本——温州模式的新视角

张苗荧 著

责任编辑 孙秀丽 (sunly428@163.com)

封面设计 陈 辉

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

<http://www.press.zju.edu.cn>)

电话: 0571—88925592, 88273066 (传真)

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 浙江省良渚印刷厂

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 11.5

字 数 213 千

版 次 2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-05979-4

定 价 25.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571) 88072522

序 言

本书是浙江省哲学社会科学规划基金项目《温州商帮、温州精神与温州模式的突围》的研究成果之一。

从1995年到2000年,笔者在《温州日报》担任经济专刊的记者与编辑期间,接触了大量的温州民营企业,发了400余篇有关温州经济的报道,当时就有出版一本关于温州模式发展方面的书籍的设想,但由于工作繁忙,这个愿望一直没有实现。2000年我重新回到教育行列,并开始从理论上研究温州模式。近年来,零零碎碎发表了60余篇关于温州模式的论文。2005年,浙江省哲学社会科学规划基金项目《温州商帮、温州精神与温州模式的突围》立项后,通过资料收集、调研与思考,脑子里逐渐形成了一个关于从文化与交易成本角度思考温州模式的新框架。所以,本书出版不仅是课题的一个研究成果,也是笔者数年来研究温州模式的一次理论总结。

温州模式的文化脉络实际上是非常清晰的,情感伦理与五缘关系渗透于温州模式的各个方面。从工业方面看,家庭与生产单位一体,家与企业的边界是重合的,科层组织的发育是不足的;从商业方面看,温商善于抱团行动,依靠五缘关系结成松散联合体,四处出击,迅速掠取;从借贷资本方面看,温州民间的金融组织发达,甚至不用契约的维系就可以在短时间内积聚大量资本。作为一个生于斯、长于斯的温州人,对温州经济发展中的文化现象感受颇深。何况,笔者经历过温州独特的商业文化的熏陶:自小学开始便学习做小生意,中学跟随祖父学理发,1983年毕业于杭州商学院商业企业管理专业,商业传统的熏陶加上商业管理专业的教育,使我对温州模式的生成与演变更有着深切的体验。

以往对温州模式的研究较多着眼于温州的产业特色与市场运行特征,忽略了文化在温州模式转型中的突出作用。正如笔者在本书所写的,实际上,文化与制度相通相容,文化制约着制度。建立在家族文化传统上的温州模式具有强大的生命力,缘于其文化通过特殊的体系降低了交易成本。文化的延伸性扩展了企业可以利用的资源边界,使得温州家族制企业成为植根于传统“家文化”土壤上的具有极强适应性及延伸性的企业制度安排,而温州经济的未来发展,则必须破除家族主义与泛家族主义的路径依赖与五缘关系这张无形的网。温州模式的跨越必须首先进行文化的变革,只有正式制度与非正式制度

达到相融与均衡,才有温州模式的和谐发展。从文化、制度与交易成本相结合的角度解读温州模式,可能得出一个温州模式发展的新视野,这就是笔者写作此书的初衷。

在两年的课题研究过程中,课题组成员卫平、李丁富、杨威、吴邦东、刘锋都参与了研究工作;华中科技大学温州研究院、中国庄吉集团公司与温州经济研究所对本课题研究都给予了很大的支持;浙江工贸职业技术学院市场调查咨询中心还专门组织师生为本课题调研了温州 99 家企业,付出了艰辛的劳动,在此,一并表示衷心的感谢。

在繁忙的教学工作与行政工作之余,随着课题研究的逐步深入,这本书也断断续续写了两年多时间。今年 9 月,受学院委派去厦门大学访学,才得以静下心来完成剩下的工作。金秋十月,正是丹桂飘香时节,但愿这本不太成熟的作品,也能为温州模式的研究添上些许新的色彩。

最后,感谢我的妻子赵云娥教授为本书所做的全面校对与仔细修改,尽管她的专业是医学,但是她为本书的出版提出了很多宝贵意见,并且倾注了相当大的心血。

张苗荧

2007 年 9 月于厦门大学台湾研究院



目 录

CONTENTS

导 论 / 1

第一节 古典温州模式及其特征 / 1

第二节 后温州模式及其特点 / 11

第三节 温州模式研究的视角与分析框架 / 14

第一章 温州模式的细胞组织——家族企业的理论分析 / 21

第一节 温州模式的细胞组织——家族企业 / 21

第二节 家族企业的多视角定义 / 26

第三节 研究家族企业的理论 / 30

第二章 文化、交易成本、制度的交互影响 / 42

第一节 文化、交易成本与制度 / 42

第二节 文化、交易成本与制度的相互关系 / 50

第三章 温州家族企业的组织形式变迁与交易成本 / 60

第一节 温州家族企业的组织形式变迁 / 60

第二节 温州家族企业组织形式变迁的交易成本考察 / 66

第四章 温州模式的文化遗传因子 / 77

第一节 温州模式的历史渊源:宗族制度 / 77

第二节 温州模式的地理渊源:海洋文化与乡村文化的融合 / 81



目录

CONTENTS

第三节 温州模式的学术渊源:永嘉学派与刘基
思想构筑的儒家文化 / 85

第四节 区域文化孕育的温州精神 / 90

第五章 温州独特的信任体系 / 97

第一节 信任及信任的研究 / 97

第二节 信任的分类 / 101

第三节 温州人的信任体系 / 103

第六章 社会关系网络与泛家族文化 / 113

第一节 社会资本与社会关系网络在温州模式中的
意义与作用 / 113

第二节 泛家族文化及其实质 / 116

第三节 泛家族主义的作用与表现形式 / 120

第四节 社会关系网络与温州商帮 / 127

第七章 有限的合作:中间型经济组织发展的 文化与交易成本分析 / 134

第一节 家族企业向中间型经济组织的演化成因
/ 134

第二节 中间型经济组织的发展形式与文化、交
易成本的考察 / 143



目 录

CONTENTS

第八章 非正式制度与正式制度的互动与耦合:温州模式的历史使命 / 154

第一节 非正式制度与温州诱致性制度变迁 / 154

第二节 温州模式的历史使命 / 157

第三节 文化的变革与温州模式的跨越 / 170

附录:温州 99 家民营企业问卷调研结果 / 175

导 论

第一节 古典温州模式及其特征

温州模式在不同的发展阶段有不同的特征。20 世纪 80 年代到 90 年代初期,是温州模式快速发展的时期,也是温州模式争议最激烈的时期,此时的温州模式可以称为“古典温州模式”。20 世纪 90 年代中期开始,温州模式发生演化,出现一系列新的特点,因而被称为“新温州模式”或“后温州模式”。

一、古典温州模式的定义

20 世纪 80 年代始,由于各地区历史文化传统的不同和经济发展水平的差异,在中国的工业化和市场化进程中出现了一种“一制多式”的局面,即在社会基本制度相同的前提下,各个区域的经济体制改革方式与经济发展模式呈现出一种多样化的格局。其中,温州模式就是一个典型代表。

温州位于浙江省南部沿海,全市面积 11783.5 平方公里,其中平原和山地分别占 17.5%和 78.2%。由于历史上交通比较闭塞,区位条件较差,国家投资不足,自然资源也无明显的优势,1978 年以前温州的经济发展非常缓慢,属浙江省内经济较为落后的地区。改革开放后,温州初步走出了一条通过率先市场化来促进区域经济迅速发展的新路子,经济发展极为迅速,国内生产总值从 1978 年的 13.22 亿元迅速增长到 1985 年的 37.80 亿元,1990 年达到 77.90 亿元。国民收入从 1978 年的 11.27 亿元,迅速增长到 1985 年的 32.92 亿元,1990 年达到 66.39 亿元(见表 1)。形成了我国工业化和市场化过程中著名的“温州模式”。

表 1 温州主要年份国内生产总值、国民收入统计(1978—1990) 单位:亿元

年 份	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990
国内生产总值	13.22	15.02	17.97	19.18	21.37	24.34	30.21	37.80	44.91	54.96	69.21	72.84	77.90
国民收入	11.27	12.76	15.16	15.93	18.10	20.33	26.30	32.92	38.66	47.52	60.20	63.04	66.39

数据来源:《温州统计年鉴 1995》

温州模式的最早提出是在1985年。1985年5月12日,《解放日报》发表了记者桑晋泉题为《乡镇工业看苏南,家庭工业看浙南——温州三十三万人从事家庭工业》的文章,第一次在媒体上正式提出了“温州模式”的概念,并且把温州农村家庭工业发展的特点概括为:以生产小商品为主,靠农民供销员和农村集市购销搞活流通渠道,靠一大批能工巧匠和贸易能手开辟致富门路。

费孝通是最早关注温州的著名学者之一,是他在文章中归纳出温州模式的经典含义——“小商品、大市场”。他先后在《瞭望》上发表了三篇文章,其中第一篇《温州行》所产生的影响最大。费孝通在《温州行》中写道:

那是1937年的夏天,我从伦敦到柏林去和我的哥哥一起度假。一天,有人敲我们的房门,打开一看,是一位拎着手提箱的中国人。异国遇故乡人自然是大喜过望,可我们彼此的方言不同,话语不通。只见他极有礼貌地鞠了个躬,然后打开手提箱,里面都是一些日用小百货,看来他是请我们买东西的。他走后,哥哥对我说:“在柏林、巴黎等欧洲大陆的不少城市中,这样的小生意人数以万计。他们大多来自温州、青田一带,起初他们背着青田石漂洋过海,在意大利、法国、德国做石刻工艺,待到石头用完了,就转而做小买卖。这些人靠着挨家挨户地送货上门和彬彬有礼的优良服务态度,经商赚钱。”^①

温州人多地少的矛盾十分突出。在温州,1949年的耕地面积为212693公顷,1970年为201487公顷,到了1980年只有196927公顷^②。1978年,温州人均耕地0.53亩,到20世纪80年代末,人均耕地只有0.42亩。费孝通通过考察了解到,20世纪80年代初,温州地区差不多有一半人外出要饭。也有些人想方设法,到外地做木匠、裁缝以及弹棉花等。国家对温州的投资很少,集体经济薄弱。许多温州人不得不冒着被批判为“资本主义”的风险,从办家庭作坊、联户企业和当“供销员”起家,一步步地走上了发展个体私营经济的道路。正是发扬了在长期外出务工经商中养成的特别肯吃苦、特别敢冒险、特别能创业的精神,数以百万计的温州人从几乎一文不名的小手工业者或小商贩起步,依靠自己的诚实劳动和正当经营,一点一滴地完成了资本的原始积累。费孝通形象地归纳出“温州模式”与“苏南模式”之间的不同特色,他写道:

苏南的历史传统是农工相辅、男耕女织,可以说是“牛郎织女”;而温州地区的历史传统却是“八仙过海”,是石刻、竹编、弹花、箍桶、裁缝、理发、厨师等百工手艺人和挑担卖糖、卖小百货的生意郎周游各地,挣钱回乡,养家立业。这些漂泊异乡的手艺人和商贩同居家耕地的农家女相结合,是艺商与农业的

① 费孝通:《费孝通学术论著自选集》,北京师范大学出版社1992年版,第289页。

② 数据来源:《温州统计年鉴2006》。

结合。在这两种不同的老根基上,苏南长出来的是社队工业和后来兴起的乡镇工业,浙南冒出来的是家庭工业和加工专业市场。苏南是从农副业出工业,以工补农;浙南是从商贩业出工业,以工扩商。^①

费孝通认为,温州经济的发展是商业带动工业,温州人先是贩运,然后自己生产。其生产的产品通过广泛的销售渠道销往全国各地,所以他称这种独特的模式为“小商品、大市场”。(费孝通,1990)所谓小商品,是指温州家庭工业以生产成本低、技术含量少、需求弹性小的商品为主要生产对象;所谓大市场,是指温州家庭工业所生产的小商品通过散布各地的十万销售大军,被带到远方的商品销售市场网络。

另一位关注温州的著名学者是董辅初,他把温州模式的特点概括为:以家庭和联户经营的民办工业同专业市场、农民购销员和民间信贷相结合。(董辅初等,1986)董辅初是在苏南模式与温州模式争论最激烈时候为温州模式辩护的。当时,社会上对这两个模式产生了两种截然不同的看法,以致发展到一场“两条道路”的政治争论:苏南模式是走社会主义道路而受到极力推崇,而温州模式被认为是“资本主义复辟”、“私有化”而遭到极力排斥和压制。就在这种争论不休的情况下,时任中国社科院经济研究所所长董辅初教授,带领所里的一批人到温州进行实地考察。通过10天的考察,他得出了一个结论:温州模式虽然还存在不少缺点,但这条路走得对,是一条必须要走的路。

他认为,温州成功的经验是:第一,以家庭或联户为经营单位的民办工业同那些通常是由农村各级政权机关主持兴办的乡镇企业相比,有自己的某些长处,即:在经营上有充分的自主权;经营成果和生产者的利益息息相关,有利于高度发挥从业者的积极性;设备少,投资小,上马快,容易办起来;可以利用农民家庭房屋,因陋就简进行生产,处处精打细算,因而成本低,资金利润率高;生产技术简单易学,扩散很快;企业小,掉头快等。第二,把拾遗补缺或填补市场的空当作为生产经营的方向,有利于争得和保持企业生存和发展的空间。第三,由专业市场和遍布全国的购销员构成的商品流通网络,在推动、调节和组织民办工业生产上起了显著的作用。

张仁寿认为,温州模式如同苏南模式、珠江三角洲模式一样,是农村商品经济的发展模式,它是对温州农村经济发展、运行过程中一系列具有相互联系的特点的理论概括。其主要区域范围包括瓯海、洞头、乐清、瑞安、平阳、苍南及永嘉县等长达200多公里的沿海平原地区。在某种程度上,它也反映了我国农村经济发展类似温州地区的经验。他把温州模式的基本特点大致概括如

① 费孝通:《费孝通学术论著自选集》,第290页。

下:以家庭经营为基础,以市场为导向,以小城镇为依托,以农村能人为骨干。(张仁寿,1990)

张仁寿还认为,温州模式的基础是家庭经营的商品经济。党的十一届三中全会以后展开的农村经济改革中,温州农村在较早推行家庭联产承包经营责任制之后,迅速地把农业领域家庭经营的基本经验广泛运用于发展农村第二、第三产业,依靠自身力量,大力发展家庭经营的商品经济,使家庭经营成为温州农村所有产业部门一种占主体地位的经营方式,成为温州模式的基础。这是其区别于苏南模式的一个显著特点。

温州农村市场发展的广度和深度在全国农村名列前茅。商品流通领域中各种专业市场特别兴旺发达,这些专业市场通过 14 万多供销员的购销活动,与全国所有省、市建立了流通渠道,形成了别具一格的“小商品、大市场”格局,有力地促进了温州农村工业及第三产业的发展。

随着大批劳动力从耕地经营中转移出来和非农产业的迅猛发展,特别是家庭工业和专业市场的蓬勃发展,农村劳动力、资金、生产资料等生产要素在流动性不断加强的同时,出现了迅速向小城镇转移与集中的势头,有力地推动了小城镇的建设和发展。在温州农村商品经济发展中,懂技术、善经营、敢于冒险竞争、勇于开拓创新的一大批农村能人起着关键作用。在农村民营工业和其他非农产业从业的农村劳动力中,能工巧匠、经商能手、农民企业家和经营家等各种农村能人约占四分之一。他们可以分为三类:一是活跃在流通领域,不断开拓创新市场的供销员和经商人才;二是在生产领域不断开发产品、改进技术、引入新工艺的生产能人,他们的经营、创新活动,不断地推动各种民营工业的发展,推动农村产品结构、企业规模结构、技术结构等的进一步提高;三是在各个产业部门善于组织管理的人才。因此,温州农村经济也可以称为“能人经济”。(张仁寿,1990)

袁恩桢在《温州模式与富裕之路》一书中则认为,温州模式是一条以个体经济为主体发展农村商品经济的道路。他把温州模式的内涵概括为:以个体经济为主要内容,以家庭工业和专业市场为基本形式,通过发展商品经济而实现农村致富之路。(袁恩桢,1987)

综上所述,我国经济学家对于古典温州模式的概括主要分为以下几个方面:第一,基础是家庭工业;第二,连接家庭工业与市场的桥梁是专业市场,家庭工业和专业市场是温州模式的基本形式;第三,发源于温州农村,走了一条通过发展商品经济而实现农村致富之路。费孝通的“小商品、大市场”说法最能代表古典温州模式的特点。综合以上关于古典温州模式的经典定义:古典温州模式在产权方面是家庭工业占农村主体地位,私营企业与股份合作制企业逐渐崛起;在市场运行方面是别具一格的“小商品、大市场”格局。由此,古

典温州模式可以定义为,发源于温州农村,以家庭工业为主要经济组织形式,以专业市场为联系生产与市场的纽带,形成“小商品、大市场”的市场运行格局。

二、古典温州模式的特征

(一)产权方面特征

1. 家庭工业为主要经济组织形式。20 世纪 50 年代中期,农村社会主义改造运动进入高潮,粮食统购统销政策束缚了农民的积极性,一些头脑活络的温州人便提出了“包产到户”,田还是合作社的,但分给各家各户种,定下一年缴多少粮食给合作社,余下的就归各家各户所有。1956 年 5 月,永嘉县委以三溪区燎原农业生产合作社为试点,有组织地进行包产到户实验。到第二年,就有 200 多个高级社实行了包产到户,全温州则有 1000 多个高级社实行包产到户,计有社员 17.8 万户,约占入社总人数的 15%,在全国农村开了家庭承包经营的先河。

温州在推行家庭联产承包责任制时,大多数乡村都同时把集体的耕牛、仓库、山地及少数集体积累,或承包给个人,或分散到各户,引导农村家庭工业和私营企业发展。同时,温州大量的农村剩余劳动力从土地上解放出来,从事家庭工业和个体工商业,进一步推动了家庭工业的发展,出现了“家家办工厂、户户闻机声”的景象。

温州农业家庭兼营工业在 1984 年产值达 5195 万元,1985 年达 48461 万元(见表 2)。1985 年,温州农村新经济联合体中从事工业的有 4572 个,运输业有 962 个,建筑业有 119 个,商业饮食业有 177 个,服务业有 253 个,其他行业有 313 个。从事工业的从业人数最多,达 40901 人,请帮工带徒弟的人数也最多,达 8995 人^①。1985 年,温州农村约有 60% 的劳动力共 80 多万农民已脱离耕地,转向第二、第三产业;有 13.3 万户 33 万人在从事家庭工业和联户工业的小商品生产。

表 2 温州农业 1980—1985 年主要指标

单位:万元

指 标	1980 年	1984 年	1985 年
农业总产值	93595	143805	155212
1. 农业产值	62640	67167	64219
2. 林业产值	2653	3719	3509
3. 牧业产值	13886	23201	24422
4. 副业产值	6365	39880	52860
其中:家庭兼营工业		5195	48461

资料来源:根据《温州统计年鉴 1986》数据整理。

^① 数据来源:《温州统计年鉴 1986》。

2. 私营企业与股份合作制企业逐渐崛起。根据温州市公安局登记,1949年11月温州有个体摊贩4771户,后因失业人员增多等因素,骤增到1万户左右;五马街、南大街的棉布、百货摊从36户增加到126户,小南大街仅一两百米就有摊贩500多户。^①温州的个体经济尽管在计划经济时期屡经整顿,但是相当多的个体户仍然顽强生存了下来。到1980年年底,市区个体工商户达728户。1981年底全市个体工商户达13231户,从业人员达14587人。1982年底达到20363户,从业人员达23838人。1984年是全市个体工商户发展最快的一年,户数达到100286户,从业人员达117192人。1985年底户数达130407户,人数达156726人,全年经营额8.57亿元,其中商品零售额5.76亿元,占社会商品零售额的29.95%^②。而在温州农村,乡办工业得到蓬勃发展,其工业总产值从1980年的17451万元上升到1985年的70746万元,“六五”期间平均每年递增32.31%(见表3)。

表3 温州不同所有制经济1980—1985年工业总产值

(按照1980年不变价格计算)

单位:万元

指 标	1980年	1984年	1985年	“六五”期间平均每年递增(%)
总 计	141183	235557	319241	17.91
1. 全民所有制工业	50744	70500	77551	8.85
2. 集体所有制工业	90240	163836	237544	21.36
其中:农村乡办工业	17451	47962	70746	32.31
3. 其他经济类型工业	199	1221	4146	83.55

资料来源:根据《温州统计年鉴1986》数据整理。

在个体工商户与乡办工业蓬勃发展的基础上,私营企业在20世纪80年代开始萌芽并发展。1981年,核发营业执照的工商企业只有10836户。到1986年,全市个体工商户14.6万户,私营企业8700多家,各种形式的联户、联营、股份、合作企业3.6万多家^③。到1990年底,各类工商企业总数达到42677户(含非独立的分支机构8332户),私营企业1210户、人数12293人,注册资金8561万元^④。

股份合作制是20世纪80年代后期开始的温州民营企业发展的主要形式。80年代初期,股份合作制这种经济组织形式,在我国农村商品经济起步较早的地区出现,80年代中期得以蓬勃发展,但是,把这类企业明确定名为

① 《温州市工商行政管理志》编纂委员会编:《温州市工商行政管理志》,复旦大学出版社1993年版,第72页。

② 同上,第78页。

③ 宋文光编著:《试验、突破、创新——温州改革试验十年》,中国农业出版社1998年版,第91页。

④ 《温州市工商行政管理志》编纂委员会编:《温州市工商行政管理志》,第124页。

“股份合作企业”，却是温州最早规定的。

温州股份合作企业主要是由个体、家庭企业通过联营、联户、集资、合股等形式逐步演变形成的。当时温州大多数家庭工业采取“挂户经营”的方法，股份合作企业则多以村办、乡办、镇办为名，这些企业量大面广、情况复杂，如果不把这些成千上万的企业按照它们的实际情况加以区别，制定不同的政策和管理办法，就很难对它们进行有效的管理和引导，而且也不利于经营者继续扩大再生产，保障其合法的权益。1987年11月7日，温州制定颁布了《关于农村股份合作企业若干问题的暂行规定》（以下简称《暂行规定》），这是温州也是全国第一个关于股份合作企业比较系统的行政性规定。《暂行规定》共20条，对股份合作企业的性质、财产归属、收益分配、组织管理、劳动制度、信贷税收、入股退股以及开业、歇业等方面的问题，都作了具体的规定。《暂行规定》的颁布，标志着温州股份合作企业从一般乡镇企业中分离出来，成为相对独立的一种企业组织形式，使温州股份合作企业从自发状态开始向制度化、规范化阶段转化。

1987年，农村工业股份企业已发展到1.3万多家，全年实现产值22.41亿元，占农村工业总产值的70%左右，成为温州农村经济的重要支柱^①。这些股份合作企业既保持了原来家庭经营的灵活机制，又扩大了经营规模，增强了企业的竞争能力。

（二）市场运行特征

温州农村家庭工业生产的一个突出特点就是产品基本上是一些不起眼的小商品，但它具有明显的优势：能满足多方需求、投资少、生产技术含量低，而在当时的中国，这类小商品是市场的空白。温州农村家庭工业抓住市场机遇，通过市场和遍布全国的供销员队伍使专业化从生产领域拓展到流通领域，实现了规模经济，形成了“小商品、大市场”的格局和市场运行特征。

温州的十万销售员队伍由各种职业的劳动者转化而来，此前他们有的是耕地的农民、乡镇企业职工，还有的是村干部、复员军人、民办教师等，也有相当比例的人是从弹棉花、从事手工业、做小生意等行业中转化而来，这些人的足迹遍布中国大地。长期的外出实践活动，使他们培养了交往才干，积累了经商经验，熟悉了各地风土人情、生活习性及市场需求状况，建立了不少稳定的渠道，为购销活动的成功打下了基础。柳市五金低压电器专业市场，有4000多名购销员常年在全国活动；被誉为东方最大纽扣市场的桥头纽扣市场，有近万名农民购销员，形成了一个全国性销售网；金乡徽章、标牌、塑片市场，有7000多人在外推销产品。

^① 《浙江经济年鉴1988》，第360页。

据 1984 年底统计,温州城乡市场发展到了 393 个,其中专业市场有 135 个,每天上市交易的有四五十万人;全年市场成交额达 6.6 亿元,比 1980 年增长 1.4 倍。1985 年上半年交易额为 5.2 亿元,相当于全市社会商品零售额的 57%^①。有些地区如瑞安就形成 19 个专业市场,其中木材市场 12 个,钢材市场 3 个,煤炭、水泥、农机、旧机电市场各 1 个^②。出现了苍南宜山再生腈纶市场、金乡标牌徽章市场、永嘉桥头纽扣市场、乐清柳市低压电器市场等闻名全国的十大专业市场,形成了温州经济发展的第一个高潮。

温州专业市场可以分为三种类型^③:第一种是在传统集市贸易形态上发展起来的以农副产品为主的专业市场,如瑞安马屿农副产品批发市场、平阳县水头综合市场、乐清虹桥农副产品专业市场、瓯海梧田大型的粮食市场等。第二种是在贩销、中转基础上发展起来的以工业小商品为主的批发专业市场,这些市场虽采用传统集市的形式,带有传统集市的色彩,但它已经不再是一个初级交易市场。比较明显的就是闻名全国的永嘉县桥头纽扣专业市场。早在 1976 年,桥头就兴起塑料丝工艺编织业,同时经营尼龙钥匙链、尼龙网袋、发夹、人造革手套等商品,出现了小商品市场的雏形。1979 年,在江西弹棉花的王克春、王克林把当地市场的积压品闪光扣带到桥头试销,由于行情看好,吸引了王碎奶、邹永芳等多人加入了销售纽扣的行列,这批人后来大部分成为纽扣市场的开拓者。第二年,镇上卖纽扣的摊子发展到 100 多家。第三年,桥头纽扣市场就梦幻般地在这里崛起。辽宁某百货站积压了 10 年的 500 万颗纽扣,广州百货公司批发部积压了 20 年的 24 吨纽扣,在这里全部变成了畅销货。到了 80 年代,桥头镇形成了全国最大的纽扣批发市场。之所以发展如此迅速,遍布全国的十万销售员起了相当大的作用^④。第三种是以家庭工业为依托的农村产销基地型的专业市场。这种类型的市场可以分为以下两种情况:一种是专为交易而设置场所进行交易管理的。另一种情况是没有一个集中的交易场所,但交换照样在进行,有的产销直接见面,有的通过购销大军分销全国各地,从而形成一乡一品或一村一品的块状经济。如苍南县金乡塑片、红膜制品市场,家庭工业 2200 多户,为之采购供应原材料的商店有 500 多家。柳市低压电器产品市场规模较大,拥有经销门市部 1100 余家,生产电器产品的专业乡和村有 10 个,以家庭为生产单位,产品品种有 1200 多种,购销员达

① 《温州市工商行政管理志》编纂委员会编:《温州市工商行政管理志》,第 54 页。

② 王晋主编:《温州市物资志》,海洋出版社 1990 年版,第 13 页。

③ 此分类主要依照温州市工商管理局 1985 年 8 月关于温州市专业市场调查报告的分类方法,见《温州市工商行政管理志》,第 55—59 页。

④ 见胡太玉:《温州商人》,甘肃人民出版社 2002 年版,第 50—51 页。

近万人,设有3个运输联合体和90个货运站,1985年销售额达1.7亿元^①。

温州市场的发展可简单分为三个阶段:专业市场的萌芽期、专业市场的快速发展期和专业市场的结构调整期与萎缩期。

1. 专业市场的萌芽期(1979—1985年)。在该阶段专业市场处于孕育状态。1979年,温州市为了解决城市居民的“菜篮子”问题,在城区试办了农副产品交易市场。1983年,为解决迅速发展起来的城镇个体工商户经营场地和产品销售问题,试办了城区铁井栏、木杓巷、环城东路等小商品市场。同年,创建了妙果寺工业品市场,接着又建立了一批工业品贸易中心,如温州市工业品贸易中心、瑞安工业品贸易中心、市区五交化贸易中心、食品贸易中心和副食品贸易中心。在市郊,瑞安、平阳、文成县开放了个体木材市场。这些专业市场规模从小到大,专业化程度不断提高(见表4)。

表4 温州市场建设(1981—1985)基本情况

年份	市场建设个数	新建市场个数	市场建设面积 (平方米)	市场建设投资 (万元)
1981	3			3
1982	35			37.52
1983	38			81.61
1984	59	43	46406	298.73
1985	78	63	175490	386.77

资料来源:根据《温州市工商行政管理志》数据整理。

2. 专业市场的快速发展期(1986—1995年)。在此阶段温州农村的家庭工业、个体、私营经济得到了迅速发展。党的十四届三中全会确立了中国经济体制改革的根本目标是建立社会主义市场经济体制,结束了温州模式姓“资”姓“社”的争论,温州市场出现蓬勃发展、全面提高的势头。1995年,全市有集贸市场523个,市场总面积254.8万平方米,摊位10.33万个,年成交额248.31亿元。其中超亿元市场39个,占全省第一;超10亿元市场5个;超亿元市场成交额170亿元,占全市市场成交总额69%^②。

3. 专业市场的结构调整期与萎缩期(1996年以后)。由于生产集中度的提高,知名品牌产品的出现,作为专业市场存在的依据逐渐消失,专业市场被逐渐兴起的直销式营销制度取而代之。温州市场的经营主体、商品质量档次、市场结构都发生了变化,具体表现为:

① 王晋主编:《温州市物资志》,第13页。

② 谢小荣主编:《温州农村改革与发展20年》,内部资料,第105页。