

温州模式丛书



温州的市场

林 白 金国文 主编
周益林 胡方松

广西人民出版社

温州的市场

林 白 金国文 主编

周益林 胡方松

周益林 编著

广西人民出版社

温州的市场

林 白 金国文 主编
周益林 胡方松

☆

广西人民出版社出版

(南宁市河堤路14号)

广西新华书店发行 贵县印刷厂印刷

开本787×1092 1/32 5.625印张 122千字

1987年11月第1版 1987年11月第1次印刷

印 数：1—15,000册

书号：10113·490 定价：1.10元

ISBN 7-219-00458-3 /I·105

序

中共温州市委书记 董朝才

“温州模式”是理论界对温州农村商品经济发展新路子
的一个概括的提法。它的内容是指以家庭经营为基础、
以家庭工业和联户工业为支柱、以农民购销员为骨干、
以专业市场为依托、与村乡集体经济密切结合的双层合作经
济。

在广阔的中国农村发展商品经济可以有许多启动点，温
州选择了一个比较切合当前农民自身状况的、最低的、也是
最有效的启动点，即以一家一户或联户为单位办工业。这种家
庭工业既不同于传统的家庭手工业，也不同于资本主义原始
积累时期的工场手工业。它是根据国内外市场的直接需求，
运用机械化半机械化生产手段，生产各种各样的小商品，并
按照现代化生产的基本原则，进行广泛分工分业，绝大多
数产品都要经过几十乃至几百个家庭工厂的协作，才能进
入消费市场。这是一个特点。

温州家庭工业的另一个特点是既不同于我国各地的乡
镇集体企业，也不同于资本主义的私人企业。这些家庭工厂和
农民购销员，通过温州特有的“挂户经营”形式，与集体企
业或全民企业联结在一起。就其内部关系来说，它是单家独户
或是几家联营的独立核算单位；就其外部关系来说，又是合

作经济组织统分结构中的一个层次，是整个社会主义经济链条中的一个环节。

温州农村商品经济发展的这种新路子，是在党的十一届三中全会路线的指引下、温州500万农民群众的创造。这种新路子就是把农业上的联产承包的生产责任制成功地移用到工业生产等方面来，最大限度地激发农民发展商品经济的积极性。

温州农村的实践已初步证明这种发展商品经济的新路子，能够比较有效地解决农村中大量的剩余劳动力的就业出路，在短时期内调整了农村的产业结构，推动了农村新集镇的建设，比较快地改变了农村贫穷落后面貌，并在理论上提出了许多值得探讨的东西。

温州农村发展商品经济的新路子，虽然已被实践证明有较大的活力，但在前进中还存在不少缺陷和问题：有些东西即使今天看来是肯定的经验，随着时间的转移，将会逐渐显示其局限性；有些做法，在温州是灵验的，在别的地方，则未必可行。因此，如何总结、完善和发展这条新路子，仍然是温州人民当前的重大课题。

《温州模式丛书》的出版，有两方面的意义：一方面是把温州发展农村商品经济的一些做法，向全国人民汇报；另一方面是殷切期望得到全国人民的帮助，以便使温州发展农村商品经济的经验进一步充实、完善。

最后，借此向关心支持温州经济发展的新闻界、理论界、出版界的同志，表示衷心的感谢。

目 录

1	敏锐奇特的温州民间信息市场	(1)
2	方兴未艾的温州民间技术市场	(12)
3	规模宏大的温州民间的资金市场	(28)
4	自由灵活的温州民间劳务市场	(49)
5	山沟里的“东方第一钮扣市场” ——温州桥头镇钮扣产销基地	(63)
6	农民管治下的“电器王国” ——温州柳市电器产销基地	(79)
7	讨饭穷乡变成“金子之乡” ——温州金乡镇徽章、塑片产销 基地	(94)
8	全国瞩目的再生腈纶纺织中心 ——温州宜山纺织品产销基地	(106)
9	田野里的工业城 ——温州塘下莘塍综合工业品产 销基地	(124)
10	商业繁华的“小上海” ——温州钱库综合商业市场	(136)

-
- 11 从“晨昏鞋”到“人欢鞋”
——温州仙降塑革鞋产销基地 …… (142)
- 12 “白银”铺路的地方
——温州水头兔毛、皮革产销基地 … (149)
- 13 山区镇两年驱贫困
——温州腾蛟镇商品产销基地 …… (155)
- 14 农业户的银行
——温州虹桥综合农贸市场 …… (165)

敏锐奇特的温州民间信息市场

信息神经，也即信息观念，但在温州人看来，用“观念”二字与信息相连好象不够刺激，“观念”好象是变动缓慢的东西，而神经则是非常敏感、时刻搏动着的东西。把信息和神经联在一起比较恰当。有人说，“温州模式”的最大特点是以商带工，以专业市场带动家庭工业。而商业又是靠信息来疏导，信息又是商业的向导。有人说，如果要给温州人画像，他的漫画像应该是这样的：他的每一根头发，都象无线电拉杆天线那样的竖起来，在一切时间、一切空间里捕捉信息。他那比电脑还灵的脑袋，把收到的信息闪电般进行运算、反馈，手足也随着飞快地活动起来，于是象雪花一样飘来的钱，就纷纷落到了他那好象装了磁石一般的口袋里。这个画像虽然有点夸张，但也的确是温州人靠信息致富的生动描绘。下面略举一些例子，来充实这个描写。

先说前几年的一个真实故事：1977年即“四人帮”被粉碎后的第一年。全乡镇标牌、徽章专业户老许（他不愿透露名字）的目光蓦地停留在新闻报上一条套了花边的消息，眼珠滴溜转了几下，喊叫起来：“大学招生啦！”他妻子漫不经心地说：“这同我们什么相干！”可是，老许从这里看到了一个发财机会：以全国招生40万计算，每人一枚校徽，总数

就是40万枚。加上教职员工，可以超过50万枚。以每枚2角5分计算，业务额当在12.5万元。了不得的生意！“千万别吱声，漏风就漏财！”他的轻声几乎是贴着女人耳根说的。可是，再长的腿也不能跑遍全国高校，揽足这50万枚的生意。“发信！”老许说：“三分邮票总比两条腿长！”谋划的过程是绝对保密的，连老许离开金乡也是在晨曦朦胧中潜影而走。温州——杭州——上海——北京。人头攒动的高考招生办公室前出现了一位并非报考的农民。他要走每1份招生简章，用照相机拍录了每个学校的书写体校名。校徽设计稿由他儿子在三楼秘密画就。女儿负责装信封，糊封口。而书写信封的差事交给了读过私塾的老岳父。用毛笔写柳体，工整端庄，增加点可信性，这些信件，整整3麻袋进了邮局。

杭州一所名牌大学的学生科。科长正为3千枚校徽搔头皮。交给本城唯一的一家证章厂，交货的最早期限是10月。对新生来说，没有比注册入学头一天戴不上梦寐多年的校徽更失望的事了。谁料一纸信函从天而降。设计稿上书写体校名准确无误。这真是雪中送炭，科长一句话：“快复信，订了！”

更令人惊奇的是：当老许躊躇满志地把点漆得精亮的校徽，排列于玻璃柜时，突然发现对门也推出了同样的产品。他差点没晕过去。象国家一级保密工程似的躲着干，咋会撞上了同一个“年糕模子”。再溜了趟大街，更傻了眼。好几家标牌厂都亮出了不同大学的校徽。老许怏怏不悦。但转念一想，他这一网下去，毕竟捞了条赢利2千元的大鱼。还有不少类似的例子。如金乡一个专业户看到中国青年报上刊登少先队员夏天不宜带领巾，马上生产了少先队徽章，投入市场，也发了财。

象具有这样高灵敏度的信息神经的人，决不仅仅是金乡人。桥头钮扣专业户黄正确，从报刊上看到商业部长身着猎装的照片，对猎装的钮扣发生了浓厚的兴趣，经研究，他断定这种钮扣将要流行，于是建议厂方抓紧生产。结果不出所料，当年冬天仅在内蒙古一地，就销售了四五万粒。苍南县宜山区生产再生腈纶衣裤的专业户，从电视上看到四川遭遇水灾的新闻，立即派出一批供销员赴川；几千个家庭制衣厂，纷纷加紧赶制，几天工夫，一元一件的再生腈纶衣裤，共500多万件，及时运往灾区。温州农民对信息接受之快、反应之灵敏，达到令人吃惊的程度。电影上出现一种款式新颖的服装，过不了10天半月，顾客准可在苍南县钱库市场上买到。去年夏天，上海服装店“黑牡丹”女装面市，五天后，追求时髦的女青年，就在离沪千里的钱库小镇上买到了“黑牡丹”女装。就连温州市的国营大百货商店，也到这里采购最新时装和紧俏商品哩！

一条信息救活了一个厂，一条信息办起了一个厂，一条信息富了一个厂。象这样的事，在温州，现在也到处都是。文成县大岙镇周村农民王良栋，从他在大庆油田工作的侄女那里得到油田需要大量的一米宽的玻璃纤维布，而这一规格的产品各地都很少的信息，经过他同油田联系确实后，就同王绍南等8人筹资45000元，建起了300多平方米的厂房，利用回收的玻璃瓶、破碎玻璃为原料，购进五台玻璃拉丝机和12台玻璃丝编织机，招收了90多名待业人员，聘请了两名有一定技能的老工人，很快就办起了一个玻璃纤维厂，产品久销不衰。永嘉县七都侨联轻工装潢厂，是一家1985年5月刚兴办的厂。开业不久，市场包装转向高档，他们生产的单色铝箔纸需求量大为减少，企业面临严重危机。1985年下半年，该厂

供销员在上海某厂的一个废纸堆里，意外地发现了一片彩色条纹铝箔包装纸的边角料。色调鲜明，格外耀眼。一打听原来是从日本购入的巧克力铝箔包装纸，因为进口数量有限，国内市场非常紧俏。带回这一信息，该厂如鱼得水，立即设法生产。根据产品要求，他们购入3台干式复合机和两台原纸轻动分割机进行改装，并搞到染料的配方，终于试制成功。从此，这个厂便以最新的产品在同行业中，独占鳌头。江苏某糖果厂用了该厂的彩色铝箔包装纸包装，面目焕然一新，一下子就订下了600多吨的销售业务。1986年7月到10月中旬，仅3个多月时间，七都侨联轻工装潢厂的产值就达到50万元。

人们把信息说得神乎其神，深奥莫测，企业家说它是家庭工业的生命，是发展商品生产的神经，是发展生产力的“掘进机”；文学家说它是农村商品经济起飞的翅膀。信息在温州，说是神奇，却又是那么平常。以上事实可以看出，温州人依靠信息致富，并非一定要用高价或巨款去购买具有特大价值的信息，恰恰相反，有的信息在别人看来分文不值，他也可以不化分文，却可以得到意想不到的巨大效益，这就是靠自身极为强烈的信息观念起作用，没有敏锐的信息神经，最好的信息也成不了气候。当然，话又得说回来，温州人也决不是全凭敏锐的信息神经，靠偶然得来的信息致富，为了使自己的经营立于不败之地，他们还采取了各种灵活而有效的手段，以猎取更多的有价值的信息。

奇特的信息手段

一提起信息手段，在当今的电子时代，人们马上就会想到现代化的电脑、电传信息系统，它可以使你在瞬息之间，

获取全世界最新的信息。但是，这在温州目前还办不到，而且对于绝大多数人来说，这也还用不上。它们靠的是温州土生土长的特有办法：

一、积极参与商品交换的市场活动

本书后面介绍的温州10大商品专业市场，一般人都认为这是为了推销产品，购进原材料，是购销上的需要，往往忽视了一个更重要的功能，就是获取信息。商品市场，不仅是有形的物的交换，更重要的还是无形的信息的交换。经营者一到市场，一手付钱，一手交货，哪个产品在市场上的价格高低，销售快慢，需求量大小，一目了然。把商品带到市场上，带回来不光是钱，还有更宝贵的信息。市场上瞬息间千变万化的信息，为生产者、经营者提供了最活跃、最新鲜、最可靠的信息。因此，在温州人们会有许多令人惊奇的现象：新产品或新款式头一天在市场露面，第二天就会大批出现。新技术一经采用，就不胫而走，不需要开会、作报告、发通知。

许多商品产销基地家庭工业办的前店后厂，也是同样的道理。一个新产品陈列店前，经过千千万万顾客目光的检验，质量是优是劣，价格是高是低，销路是畅是滞，几天功夫就见分晓。给店后的工场提供了最可靠的信息。所以，有人把市场称之为信息的源头。生产者如果离开市场信息，生产就成了无源之水。

二、十万供销员织成遍及全国城乡的信息网络

如果说温州的10大专业市场是信息源头，而奔走于天涯

海角、天南地北的10万购销大军，则是源头的末端，他们象高原上每条涓涓细流，日夜奔流不息，汇成信息的大海。他们就象人体中的每条毛细血管，同时刻搏动着的信 息 心 脏相连。专业市场所反映的信息较多的是“微观”方面的，而购销大军所猎取的信息则较多为“宏观”方面的。如宜山的再生布，早在70年代后期，购销员就传来信息：再生棉布的日子不长了，一是纯棉的边角料越来越少，一是再生棉布粗糙、单调、不耐穿，很难推销。现在，再生棉布果然被淘汰，代之以腈纶再生布。如今，他们又传来信息，随着农村生活水平的提高，原来一些再生腈纶衣裤旺销的农村，今后一段时间，腈纶再生衣裤的需求量将会下降。而城市的旅馆、机关、企业单位以至家庭铺地毯的增加，再生腈纶如织地毯，价廉物美，是个门路。果然，宜山目前新办的再生腈纶地毯，毛毯产品十分畅销。桥头的钮扣市场也是这样，从开始时单色有机扣、发展到现在多品种的树脂扣、水晶扣、尼龙扣、金属扣，还有各种花样的“蚕蛹扣”、“莲花扣”、“竹节扣”、“荷叶扣”、“蟑螂扣”、“田螺接吻扣”等等。那一件不是购销员提供信息的产物。现在又从钮扣发展到拉链，从铝质拉链又发展到树脂尼龙拉链。购销员不仅是涉足千山万水的“飞毛腿”，他们所到之处，与各地工商人士建立起来的情谊、信誉，十分自然地成为经济信息的网络纽带。通过这一信息网络，各地的人情、风俗、生活习惯、资源余缺，以及市场变化，他们都了如指掌。他们还是家庭工业的“顺风耳”和“千里眼”。

三、剪报、业务信、企业名录、产品目录

专业市场和购销员通过商品交换所取得的信息，是一种

无形的信息。而剪报、业务信、名录、目录之类，则是一种有形的原始的信息软件。它们的特点是具有更大的广泛性、普遍性和针对性。所谓“广泛性”，就是他们从这里所获取的，不仅是商品信息，包括政治的、政策的、技术的、人才的、资料的等等方面。而政策方面的信息则是他们最为关注的。所谓“普遍性”，就涉及的地区、单位、行业其覆盖面很广，很全。一封业务信，可以同时发给四五十万个单位。所谓“针对性”，就是有明确的目的性。是什么产品，应该从哪些行业、单位获得购销信息，目标很明确。下面介绍几个比较出名的自办信息致富的专业户情况：

信息专业户许方枢一家订了97份报纸，雇请5个人专门看报，为他搜集商品信息。全国有40万个工商企业中的地址、电话、和产品等，都存贮在他的信息目录卡里。他向全国有关单位发寄业务联系信，一年函订业务20多万元。有一次，他从报上获悉某省将开运动会，于是立即把设计好的纪念章样品邮寄去，征求订购。生意就这样轻而易举地做成了。

金乡镇另一位“信息大王”邱兴亮，他耗资数百元向全国各省、市、地、县邮购电话号码簿，并订购20多份全国各省报纸，从报上“挖”企业名录、地址。很快，他拥有全国各地3百多份电话号码簿和10多万家厂矿企业地址所组成“雄厚实力”，成为金星大队耳聪目明的信息灵通人士。随之，一批批业务接踵而来，当全国开展计划生育宣传月活动时，邱兴亮即设计了一种塑料薄膜制的结扎证立即向全国1800多个县级计划生育办公室发了业务信，结果矢发中的，数月间推销结扎证4万多份，业务成交额达7000元。

永嘉县溪垟乡下日川村青年周国琴自1978年创办制作冰

条棒、药棉签等的家庭日用设备厂一直打不开销路，年产值从没超出8000元。后来，他花130多元钱订了《温州日报》和上海、辽宁、甘肃、四川等省市的15种经济信息报、市场报、致富报和15份科技信息报，从报纸上看到一则山东以北地区缺竹的信息，就在山东科技报上打了广告，结果，短时间内便推销了价值5000元的竹子。接着，来信来人联系签订业务合同的单位和个人有100多，订下的合同价值20,000多元。四个月里，净收入达5000多元，相当于过去全年的4倍。

乐清县柳市的叶建华也是一个出名的人物。他本是一个个体照相户。为了给购销员提供专业知识和经济信息，他搜集了市场上所有不同规格型号的电器产品样品，拍成照片，编成《产品样本》和《产品价格表》，装订成册销售，很受欢迎。总销售额达37,000多元，获利万余元。被人称作“目录大王”。

剪报、发业务信，这些比较原始的信息手段，随着商品经济的进一步发展，逐渐暴露了它们的弱点。如今，业务信的收效率，已从过去的1%以上，下降到1%以下以至1‰。也就是说，发一千封信，只有一封回信接受订货。再说原先只贴三分邮票的业务信，现在要贴8分了，发一封信的成本就要0.15元左右。所以这种相息手段将要完成其历史使命，而代之以电话等较先进的信息手段。目前，温州农村不少村庄都安装了电话总机，已有数以千计家庭工业户和农业专业户家里安装了电话，一个“电话热”正在温州农村掀起。

四、活跃的信息机构

温州最出名的信息机构，要算“东风信息服务社”了。虽

然其貌不扬，办在温州市区一个场地狭小的居民杂院里，却接待过赵紫阳总理。

这个服务社是1984年7月份正式开张的。一开始，他们订阅了全国240家报纸，每天由专业人员分工细读，从头绪纷繁的文字海洋里，将散见于全国各地大小报纸中的经济信息摘抄下来，浓缩精编，分别对市场动态，国际市场、国外新产品、国外科技、乡镇企业经营、机械工业、电子工业、仪器仪表、家用电器、化学工业、渔业资源、环境保护、服装针织、食品饮料、园艺盆景等几十个专业项目进行分类汇检，编辑成《全国240家报纸信息分类汇检资料》，每旬发行一期。因为这种资料文字精炼，所含信息独具高密度、大容量的特色，有利于从事经济工作的各类人员用较少的时间掌握大量的经济信息，因此深受各地经济部门和企业单位的欢迎。一位叫许立言的读者，在全国《情报实践》刊物上发表了一篇题为《市场情报的资料库》的文章，一开头就写道：“在一次偶然的会，读到温州东风信息服务社编印的两期《全国240家报纸信息分类汇检资料》，得益非浅。它帮助了我从浩瀚的市场情报资料中，检索到了我正要寻的市场信息，而且就在一期资料中，一连解决了两个需要了解的检索题目……。”为了让汇检的信息准确、有效，他们花费了不少心血！不久前，信息员小黄从四川一家报纸中选出一条信息：重庆“群林服装厂进京展销，头三天就有几个品种脱销，销售额上万元。”编辑员老吴和社负责人老姜收到这条信息后，总觉得它还比较粗糙，它似乎还没有给人提供有价值的信息。于是，他们找来原报，再细读，深挖，并叫来小黄和其他几个信息员共同研究，围绕原信息欠缺在哪里，应该补什么等问题进行讨论磋商。最后老姜综合大家的意

见，对那篇千把字的消息加以筛选、提炼、“加工”，补上了“500件自由式春秋女装头一天被抢购一空，它价格低廉，面料新颖。款式入时，色泽对路。今后春秋装的发展趋势是……”等内容。这一来，这条信息就“活”起来了，份量也重了。

类似这样的公司在国外也有。美国的博端尔咨询服务公司，就是其中之一。这个公司每天有700多人从事剪报工作。他们把15,000多种报刊上登载的各种信息，筛选出4000条，分门别类提供给各大企业参阅。美国的大企业有一半是它的订户。

在1984、85两年，随着城乡“信息热”的兴起，各种信息咨询服务机构相继成立，全市城乡先后有20多家相继开业。不仅沿海平原地区有，永嘉、文成、泰顺等山区农村也有农民自办信息机构。其中办得出色的，是金乡镇科技经济信息协会。这个协会现有120多名成员。于1984年6月，由70户专业户发起成立。成立后的第一件事就是创办作为内部业务联系的《金乡信息》小报。到目前止，已出版十六期，每期约2500百份，他们以小报为联络工具，面向全国科研单位，大专院校、信息机构以及关系户，交换到大量的信息资料，有效地支持了金乡的小商品生产。1985年协会先后参加了庐山夏季信息交流会、浙江省新型工具展览会及宁波、广州、上海等地的八次全国和地区性会议。1985年10月，协会又组织召开“温州市技术商品大型交易会”，全国28个省市的500多名代表前来参加，成交额达1000万元，达成30多个技术转让项目。协会先后4次邀请有关教授、专家等人，来金乡向专业户作企业管理、信息、城镇建设与商品生产等学术报告。协助邀请金乡籍在外工作的专家学者回乡参加恳谈会，