

"ZHEJIANG XIANXIANG"

CHANYE JIQUAN YU
QUYU JINGJI FAZHAN

盛世豪 著
郑燕伟

“浙江现象” 产业集群与区域经济发展

清华大学出版社

F127.55
S474
"ZHEJIANG
XIANXIANG"

CHANYE JIQUN YU
QUYU JINGJI FAZHAN

盛世豪 著
郑燕伟

“浙江现象”

产业集群与区域经济发展

清华大学出版社

内 容 简 介

本书分析了改革开放以来浙江经济发展的奇迹。全书运用产业集群及相关理论,对浙江“零资源”的产业集群、纺织产业集群、产业集群与专业市场的互动及台州、温州等地产业集群的发展进行了深入的分析,考察了浙江 10 多个产业集群的发展过程、内部结构及其对区域经济发展的作用与影响,剖析了产业集群与浙江区域经济发展的相关性,揭示了浙江区域经济发展的模式及内在机制,为国内外产业集群研究提供了大量生动的实证资料。

本书可供产业经济学、区域经济学、公共管理学、技术创新学等学科研究人员,区域经济发展战略研究与制定人员,以及对浙江经济发展感兴趣的读者参考。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13901104297 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

“浙江现象”:产业集群与区域经济发展/盛世豪,郑燕伟著. —北京:清华大学出版社,2004. 9

ISBN 7-302-08997-3

I. 浙… II. ①盛… ②郑… III. ①产业—经济集团—研究—浙江省
②地区经济—经济发展—研究—浙江省 IV. F127.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 066360 号

出 版 者:清华大学出版社 地 址:北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 客户服务:010-62776969

组稿编辑:周 菁 孙文凯

文稿编辑:王巧珍

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

发 行 者:新华书店总店北京发行所

开 本:148×210 印张:11.5 插页:1 字数:288 千字

版 次:2004 年 9 月第 1 版 2004 年 9 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-302-08997-3/F·842

印 数:1~3000

定 价:20.00 元

本书如存在文字不清、漏印以及缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770175-3103 或(010)62795704

序 言

这是一本浙江人写浙江的书，是真切地描述浙江人创业历史的书，是生动地分析浙江经济发展奇迹的书，又是敦促浙江人正视问题、应对全球化挑战的书。浙江企业需要认识自己，认识产业集群对企业竞争力的影响，从取得的成就中总结经验、反思教训；地方政府需要深入地认识自己的乡土，以便因势利导、科学决策，为企业创造更好的创新环境。我建议那些提出“向浙江学习”的其他省份的人们也读一读这本书。各地赴浙江考察学习的人们，不仅要亲临目睹，而且要理性思考。

这又是一本科学研究著作，不仅为国内外产业集群的研究增添了大量鲜活的实证性材料，而且为国内研究者提供了理论分析的新思维。它是管理科学著作，又可以看作是很好的浙江经济地理参考书，它为产业经济学、区域经济学、公共管理学、企业管理学、技术创新学、社会学等学科都提供了大量研究素材。

我多次去过浙江，接触了很多研究浙江的本地人。我常常感慨地说，浙江的经济搞上去了，浙江的软科学也领先于全国了，真是“一方水土养一方人”。浙江地方经济的研究不能靠远离那里的专家，因为真正了解市情、县情、乡情的还是地方上的人。当地方的软科学研究力量起来了，我们就会感到，我们研究不过他们，因为他们根植在那里的，而我们只不过是飞过去暂留几天。

现任浙江省委党校软科学研究所所长 的盛世豪教授，是正在

“浙江现象”

积极研究省情的众多浙江学者中的普通一员。他怀着对本省的深厚感情,带领来自台州、温州、宁波、绍兴、金华、嘉兴等地的同志,在他拟定的调研提纲下开展工作。他们通力合作,搜集了大量历史资料和数据,并对企业和政府部门进行了深入的访谈,开了座谈会。初稿写成后,大家又在一起充分地面对面交流,盛世豪教授再对初稿进行分类和整理,前后花了将近一年的时间,才完成这本《“浙江现象”:产业集群与区域经济发展》。

当拿到这本书稿的时候,我为国内诞生了这样一部翔实地分析省情的著作而感到由衷的高兴。改革开放二十余年来,全国各地发生了翻天覆地的变化,令人目不暇接的新事物瞬息万变,又稍纵即逝。很多记者在财经报道中,分析过这些捉摸不定的新事物,但往往深度不够,有时甚至出现误导,而不少研究者一方面受研究经费和研究条件的限制,另一方面受浮躁的不良学风影响,未能花足够的时间进行脚踏实地的深入调研,所发表的论著往往缺乏系统性的本土实证材料与案例,只停留在对国外同行成果的介绍和阐释上。盛世豪教授等人在浙江选择了一些具有典型意义的专业化产业区作为研究对象,详细考察了这些产业集群的内在结构、成长机制,以及对中小企业和区域经济发展的作用。从这本书的字里行间,可以感受到他们务实研究的精神和严谨的学风,为我们树立了学习的榜样。

我衷心祝贺本书的面世,希望它能够解读浙江,使广大读者更深入地认识改革开放以来浙江经济活力的源泉和增长机制,为浙江省和其他省份走新型工业化道路起到催化作用,我也希望本书能够对繁荣我国的产业集群研究发挥作用,使更多的学者能够结合本地实例,对我国产业集群的产生、形成、演变的机制、发展战略和政策作更深入的研究,并在发展中国家产业集群的研究中独树一帜,建立适合我国国情的产业集群理论。

王缉慈

2003年3月7日于北京大学燕园

目 录

第一章 基于产业集群的“浙江现象”	(1)
1.1 浙江产业结构的基本特征	(2)
1.2 产业集群的兴起	(14)
1.2.1 产业集群的定义与内涵	(14)
1.2.2 产业集群的类型	(18)
1.2.3 产业集群的内在机理	(25)
1.3 基于产业集群的区域特色经济是浙江工业的主体	(40)
1.4 浙江产业集群的特点、类型与发展趋势	(48)
1.4.1 浙江产业集群的主要类型	(48)
1.4.2 浙江产业集群的主要特征	(50)
1.4.3 浙江产业集群的发展趋势	(52)
1.4.4 浙江产业集群的活力和优势	(56)
第二章 “零资源”的浙江产业集群	(59)
2.1 嘉善木业产业集群	(59)
2.1.1 嘉善木业产业集群成长发展的基本过程	(60)
2.1.2 嘉善木业产业集群现状	(64)
2.1.3 嘉善木业产业集群的内部结构及其绩效分析	(67)
2.1.4 嘉善木业产业集群的核心竞争力 及其成因	(72)
2.1.5 嘉善木业产业集群存在的主要问题	(76)
2.2 余姚塑料产业集群	(78)

2.2.1	余姚塑料产业集群的发展历程	(80)
2.2.2	余姚塑料产业集群的内部结构及“三城” 互动机制分析	(82)
2.2.3	余姚塑料产业集群的内部效应	(87)
2.2.4	余姚塑料产业集群发展中存在的问题及 原因分析	(91)
第三章	浙江的纺织产业集群	(95)
3.1	嘉兴秀洲化纤织物产业集群	(95)
3.1.1	秀洲化纤织物产业集群发展过程 及其基础	(97)
3.1.2	秀洲化纤织物产业集群的结构特征	(110)
3.1.3	秀洲化纤织物产业集群的产业联系与 集聚机制	(115)
3.1.4	秀洲区化纤织物产业集群对区域 发展的效应	(122)
3.1.5	秀洲化纤织物产业集群存在的主要问题	(129)
3.2	诸暨大唐袜业产业集群	(135)
3.2.1	大唐袜业产业集群的基本情况	(137)
3.2.2	大唐袜业产业集群成长发展的基本 特点与趋势	(139)
3.2.3	大唐袜业产业集群的结构模式与功能	(143)
3.2.4	大唐袜业产业集群形成发展的 基础与环境	(147)
3.2.5	大唐袜业产业集群进一步发展存在的 主要问题	(150)
3.3	嵊州领带产业集群	(153)
3.3.1	嵊州领带产业集群形成发展的基本过程	(154)
3.3.2	嵊州领带产业集群的内部结构 与竞争优势	(157)
3.3.3	嵊州领带产业集群形成的原因	(162)

3.3.4	嵊州领带产业集群进一步发展存在的问题	(168)
第四章	产业集群与专业市场的互动	(171)
4.1	绍兴轻纺产业集群与中国轻纺城	(171)
4.1.1	绍兴县轻纺产业集群的发展历史及现状	(174)
4.1.2	依托专业市场,不断提升轻纺产业集群的发展	(177)
4.1.3	绍兴轻纺产业集群发展的动力探析	(180)
4.1.4	产业集群进一步发展存在的主要问题	(184)
4.2	专业市场集群的体系及绩效	(185)
4.2.1	专业市场集群及其体系	(186)
4.2.2	专业市场集群的规模经济与范围经济	(189)
4.2.3	小商品及其市场集群体系	(193)
4.2.4	义乌小商品专业市场集群体系的形成过程	(195)
4.3	产业集群与专业市场互动分析	(209)
4.3.1	浙江专业市场的发展过程及其原因	(210)
4.3.2	浙江区域特色产业集群与专业市场的相互关系考察	(215)
第五章	台州产业集群	(226)
5.1	台州塑料产业集群	(226)
5.1.1	台州塑料产业集群的形成过程	(227)
5.1.2	台州塑料产业集群的空间分布	(229)
5.1.3	台州塑料产业集群的产品结构、市场结构和企业规模分布	(235)
5.1.4	台州塑料产业集群的内部运行机制	(242)
5.1.5	台州塑料产业集群进一步发展存在的问题	(245)
5.1.6	台州塑料产业集群进一步发展的方向	(247)
5.2	台州泵类产业集群	(249)
5.2.1	台州泵类产业集群的发展概况	(249)

“浙江现象”

5.2.2	台州市温岭水泵产业集群的发展过程 及现状	(254)
5.2.3	水泵产业集群的形成机制与内部结构	(256)
5.2.4	台州泵业产业集群中的典型企业	(260)
5.3	台州市玉环阀门产业集群	(263)
5.3.1	玉环县阀门产业集群的基本情况	(263)
5.3.2	玉环阀门产业集群成长的基本特征	(267)
5.3.3	玉环阀门产业集群的内部机制及对区域 产业成长的作用	(275)
5.3.4	玉环阀门产业集群的主要优势与制约性 问题	(280)
第六章	产业集群与温州区域经济发展	(283)
6.1	温州产业集群的发展现状	(283)
6.2	温州产业集群的主要类型	(288)
6.3	温州产业集群形成的基础和条件	(298)
6.4	产业集群在温州区域经济发展中的作用	(304)
6.4.1	产业集群对温州区域经济发展的 促进效应	(304)
6.4.2	产业集群强化了温州区域发展的 内在机制	(305)
6.5	温州产业集群对区域经济发展的启示	(319)
6.6	龙港镇产业集群与产业网络	(323)
6.6.1	产业集聚与交错群落的边缘效应	(324)
6.6.2	产业集群内部市场与企业的替代关系	(328)
6.6.3	政府行为在产业集群结构升级中的作用	(334)
第七章	结束语:产业集群、专业化优势与区域 产业竞争力	(339)
后记		(355)

第一章

基于产业集群的 “浙江现象”

浙江地处东南沿海长江三角洲南翼，全省陆域面积 10.18 万平方公里，为全国面积的 1.06%，是中国面积较小的省份之一。其中，山地和丘陵占 70.4%，平原和盆地占 23.2%，河流和湖泊占 6.4%，俗称“七山一水二分田”。全省辖 11 个地级市，90 个县市区。论自然资源，浙江陆域资源贫乏，人均耕地只有 0.47 亩，不到全国平均数的一半；论经济结构，浙江原来农业比重较大，工业基础薄弱；论资本供给，国家投资和引进外资都不多；论区位条件，地处沿海并非浙江独有；论政策环境，浙江也没有享受特殊的优惠。然而，改革开放二十多年来，浙江经济实力不断增强，主要经济社会发展指标多年来居于全国前列。2003 年与 1978 年相比，全省国内生产总值由 124 亿元增加到 9200 亿元，在全国的位次由第 12 位上升到第 4 位，年均增长 13%；人均国内生产总值由 331 元增加到 19 730 元，年均增长 12.1%，由全国第 14 位跃升为第 4 位；财政总收入年均增长 17%，由 27 亿元增加到 1469 亿元，居全国第 4 位；城镇居民人均可支配收入和农村居民人均纯收入分别由 332 元和 165 元增加到 13 180 元和 5431 元，由 1980 年的全国第 9 位和第 8 位均上升到全国第 3 位，其中农村居民人均纯收入自 1985 年开始已连续 18 年位居全国各省区之首，三次产业构成由 1978 年的 38.1：43.3：18.6 转变为 2003 年的 7.8：52.5：39.7。这一切表明，经过短短的 20 多年，浙江已由传统

的计划经济体制向社会主义市场经济体制转变；由原来经济基础比较薄弱的农业省份向以工业为主的经济大省转变；由封闭型向开放型转变；由传统思想观念向现代思想观念转变；不仅提前实现了从温饱向小康的历史性跨越，而且正以坚实的步伐进入了工业化中后期，正向现代化迈进。

浙江经济的实力和活力与浙江产业集群的形成和发展有着密切的关系。在这一章里，我们将对产业集群的内涵、类型与机理进行简要分析，并阐述基于产业集群的浙江区域特色经济的总体状况及主要特征。

1.1 浙江产业结构的基本特征

工业的快速增长是浙江经济高速发展的重要支撑。改革开放以前，浙江基本上是一个以农业为主要产业的省份。人多地少，国家投资又少，在传统体制下占绝对地位的国有经济基础也十分薄弱。如以建国以后国家投资量最大的两个时期为例：“一五”时期，全省国家投资仅占全国投资总额的 0.84%，远低于同期人口占全国 3.8%、国民收入占 3.7% 的水平；另据 1953—1978 年国有单位固定资产累计看，浙江全省人均国家投资合计只有 114 元，仅为全国人均水平的 52.5%，列全国各省市最后一位。改革开放以来，浙江所能得到的国家计划内投资仍不多。1982—1989 年，浙江的国有投资占全国总额的 2.5%，也远低于国内生产总值占全国 4.9% 的水平。这种状况决定了浙江工业基础薄弱，工业化进程相当缓慢。

20 世纪 80 年代初期，全省普遍实行了农业家庭联产承包责任制和政社分设的改革，建立了以农户家庭联产承包经营为基础的统分结合的双层经营体制，实现了土地经营权和产品分配权的转移，这种生产关系和经营方式的变革，其意义不仅在于建立了

能够充分调动广大农民生产积极性的农业生产经营体制，更重要的是历史性地赋予了农民发展市场经济的经营自主权和财产权，使农民能够以独立的市场经济微观主体的身份进入各种经济领域。加上浙江农村人多地少现实和发展小商品经济的历史传统，使得浙江广大农民比全国其他地区农民具有更强烈的发展商品经济的内在冲动和冒险精神。在这样的背景下，浙江各地根据各自的资源状况、经济基础和产业传统，因地制宜、因势利导地发展区域经济，形成了鲜明的结构特色。

自 20 世纪 80 年代初期以来，浙江经济，特别是工业经济经历了四次大的发展。第一次是 1981—1982 年，浙江省政府确立了发展轻型工业优势的战略。1981 年，浙江省委、省政府在给中央书记处和国务院《关于经济情况和经济发展问题的报告》中，明确指出浙江省“工业基本上是轻型结构”，提出要“发挥优势，以长补短，发展经济”的基本方针，这一方针也成为整个“六五”计划的指导思想。凭借轻纺工业的超前增长和农村工业的迅速发展，浙江工业经济脱颖而出，在全国取得了先发优势。1979—1982 年，浙江工业增加值年均增长 16.6%，比全国平均增长率高出 9.5 个百分点，增长速度居全国首位，工业总量也得到迅速增长，为此后的发展打下了良好的资本和技术基础。

从 1983 年开始，随着改革进程的深入和市场环境的变化，浙江及时调整单纯优先发展传统轻纺工业的倾斜战略，将工业发展立足于省内省外两种资源、两个市场的循环，形成以市场为导向的加工型产业结构。1988 年进一步扩展为“国际大循环”的外向型发展战略。1983—1989 年，浙江工业经济增长迅速，全省工业年均增长率达到 20% 以上，浙江工业总量在全国的位次得到迅速提升。

1992 年，邓小平南巡讲话和党的十四大以后，随着社会主义

“浙江现象”

市场经济体制的确立和各项改革措施的出台，对外开放程度进一步扩大，市场化程度不断提升，微观主体以市场需求为导向，导致浙江工业迎来了第三次大发展。全省工业增加值增长速度在1992年、1993年和1994年分别达到了26.6%、35.3%和28%。

“九五”后期，在增加投资、鼓励消费和扩大内需的宏观调控政策刺激下，浙江工业积极应对经济全球化和供求大变化的两大挑战，充分利用国内国外两种资源、两个市场，形成了新的优势。1998年全省工业增长止降趋升，2000年出现新的发展态势（见表1-1）。1998—2001年，全省工业增加值年均增长11.5%，到2001年全省全部工业增加值达到3106.29亿元，占全省国内生产总值的46.1%。1998—2001年全省国内生产总值增长份额的40.4%来自工业。

表 1-1 2000 年浙江工业在全国的地位

产 业	市场占有 份额 ^{a)} (%)	区位商 ^{b)}	增长指数 ^{c)}	增加值在 全国位次
食品加工业	5.40	0.70	0.90	12
食品制造业	5.40	0.70	0.67	9
饮料制造业	7.96	1.03	1.53	4
烟草加工业	3.82	0.50	2.14	10
纺织业	17.71	2.30	1.20	2
服装及其他纤维品制造业	17.68	2.29	1.37	3
皮革毛皮羽绒及其制品业	18.50	2.40	1.28	2
木材加工及竹藤棕革制品业	9.86	1.28	1.45	3
家具制造业	9.80	1.27	1.08	5
造纸及纸制品业	11.11	1.44	1.49	3
印刷业、记录媒介的复制	6.84	0.89	1.13	5
文教体育用品制造业	12.92	1.68	1.27	4
石油加工及炼焦业	5.58	0.72	1.42	6
化学原料及制品制造业	6.75	0.88	1.42	5
医药制造业	8.45	1.10	1.46	3
化学纤维制造业	13.92	1.81	1.44	3

续表

产 业	市场占有 份额 ^{a)} (%)	区位商 ^{b)}	增长指数 ^{c)}	增加值在 全国位次
橡胶制品业	8.84	1.15	1.33	4
塑料制品业	12.31	1.60	0.86	3
非金属矿物制品业	6.22	0.81	0.82	6
黑色金属冶炼及压延加工业	2.53	0.33	1.09	16
有色金属冶炼及压延加工业	6.09	0.79	1.35	11
金属制品业	10.33	1.34	1.29	5
普通机械制造业	13.01	1.69	1.59	2
专用设备制造业	8.21	1.06	1.17	5
交通运输设备制造业	5.80	0.75	1.31	7
电气机械及器材制造业	11.27	1.46	1.23	4
电子及通信设备制造业	3.67	0.48	1.01	9
仪器仪表文化办公用品机械	9.75	1.26	1.28	3
全省规模以上企业	7.71		1.22	5

注：a) 市场占有率按销售收入占全国的比重计算；

b) 区位商是特定地区某产业占地区工业销售收入比重与全国相应产业占全国工业销售收入比重的比值，主要反映产业的区域分工程度。区位商大于1的产业在全国具有一定的分工优势，区位商大于2的产业在全国具有较高的区域分工水平；

c) 增长指数是一定时期某地区某产业增加值增长速度与全国同行增长速度的比值，主要反映该产业在全国的增长水平。

资料来源：浙江省经贸委综合处课题组：《浙江省“九五”工业产业发展报告》，2001年9月。

伴随着20多年的发展，浙江工业产业的区域特色日趋明显。这主要体现在：

1. 小商品成为浙江工业产品的核心

改革开放以来，浙江经济发展速度令人瞩目。但是细数浙江的产品，都是些平常而简单的小东西：服装皮革、低压电器、打火机，等等，都是一些五花八门的小商品。然而，正是这些小商品成为浙江经济快速发展的重要支撑。根据国家统计局对532种

“浙江现象”

主要工业产品产量的统计（统计范围为规模以上企业^①，统计对象主要是最终产品），2000年，浙江有336种产品的产量居全国前10位，占被统计产品的63%，其中有56种产品产量居全国第1位，有53种产品产量居全国第2位；有13种左右的产品其产量超过全国总产量的一半以上，如电缆电视天线（88.3%）、粉末冶金制品（75.5%）、液压元件（68.3%）、排油烟机（67.3%）等，产量超过全国总产量30%的产品有42种，占全国总产量10%以上的产品有138种；在产量居全国前2位的产品中，有60.6%的产量占全国20%以上，不少产品在全国处于主导地位。

劳动密集型为主的传统产业不仅构筑了浙江小商品的产业基础，更为重要的是，它适合浙江区域经济发展的基本特点。浙江土地太少，人口太多。温州人从明清两代起就到外地经营，有的还出海渡洋，到国外去创业。改革开放以后，浙江人开始从事商品经济。然而由于没有资源优势，只能搞小商品生产，如服装、鞋帽、低压电器、眼镜、标牌等，在市场的夹缝里寻找自己的生存位置：一边是外国的高档货，一边是非常落后的本土日用消费市场。浙江商品立足本土市场，是对本土工业品的改良版；同时也是外国产品的借鉴版，通过引进技术，对大量外国产品进行仿制和本土化改造。

经济的比较优势不是看你能造什么，最终是看效益、看利润。迈克尔·波特曾经说过，“没有低技术产业，只有低技术企业”，“生产效率是竞争的的决定性因素，除此以外其他因素都无关紧要”。效益和利润是生产效率的决定性因素。与大宗商品相比较，小商品有着独特的比较优势：第一，小商品的生产成本低，不需要大量的前期投资，且经营风险相对较少，适合中小企业，

^① 规模以上企业是指国有企业和年销售收入在500万元以上的非国有企业。

特别是没有多少资本积累的经营者。浙江经济基础比较薄弱，个体私营企业是浙江工业的主体，这些企业既没有雄厚的资金实力，也没有承担风险的能力，他们都是省吃俭用、投资办厂，只能从小商品生产起步。第二，小商品生产属于劳动密集型产业，对技术要求不高，生产工艺也相对比较简单，比较适合个体私营企业。因为大多数个体私营企业的经营者都是农民出身，他们一不懂技术，二不懂管理，也聘用不起高素质的员工，他们对高新技术没有感觉，但对小商品生产，无论是投资成本，还是市场风险，却得心应手。第三，也是更重要的，大多数小商品都是日用消费品，市场大，利润率高。一个纽扣，成本2分钱，可卖1毛钱，利润率400%。“小商品，高回报”。一个温州，光是打火机、眼镜这些不起眼的小商品，2001年出口额就超过2亿美元。也正是这些看上去不起眼的小商品，汇集成高额产出，支撑起了浙江经济。

这种完全由看得见的短期利益决定的生产方式，在发展初期可能显得布局混乱，但最终却使浙江人从大量筛选中找到最适合的具有比较优势的产业。调查表明，20世纪80年代，温州家庭企业平均投入1元，产出可达10元，而国有企业却是投入10元产出1元，这种完全由市场利润牵引的家庭工厂为温州确定了长远的基础。另外，由于其主要的产品都是劳动密集型的日用小商品，如多品种少批量的服装玩具、纽扣、眼镜、拉链、徽标、打火机、鞋帽之类，以及技术和资本含量较低的建筑材料等，并且其价格最接近中国广大城镇与农村的心理价位，这是浙江人小商品做出大事业的原因。

浙江人在市场中寻找发展的机会，在比较中寻求更高的利润。以小取胜、以量取胜、薄利多销的小商品，由于高回报，一跃而成为大市场，成为国内名牌，乃至世界第一。温州的每个小企业生产品种不多，但整个区域的品种往往超过同样规模的大企

“浙江现象”

业，这使得温州往往能在一个产业上盖住全国所有的品种。比如柳市低压电器有 300 个品种、26 000 个规格；嵊州领带年产量 2.8 亿条，国内市场上五分天下有其四；海宁皮革年产 1600 万件，产量占全国的 1/4；萧山羽绒制品，产量占全国 1/3。目前温州商品在全国的市场份额中，灯具占 30%，饭菜票占 89%，单位证件占 91%，低压电器占 35%，皮革占 20%，磁力泵占 70%，阀门占 30%……企业虽小，但加起来一个区域的总量在全国绝对领先。温州的小商品——打火机、眼镜、剃须刀、纽扣等，不仅在国内市场处于绝对竞争优势，在国际市场也极具竞争力。有关资料表明，温州的打火机、眼镜等产品占国内、国际市场的份额分别约为 90% 和 70%。

义乌中国小商品城，汇集了 34 个行业、1502 个大类、32 万多种商品，是目前全国乃至世界最大的日用工业品批发市场，一般人心里想到的这里都能买到。整个小商品城现有从业人员 7 万多，日均客流量 15 万余人，货物吞吐量 3000 多吨，1999 年市场成交额 175 亿元，每年为国家提供税收 1.6 亿元，摊店租金和工商管理费 5400 万元，商品出口美国、日本、德国、乌克兰等 195 个国家和地区，现在常驻义乌外商有 5000 多人，在义乌设立代表处的境外企业 221 家，2003 年有来自世界 179 个国家和地区的近 5 万名外商到义乌采购小商品，商品出口额达 17 亿美元，市场外向度超过 50%。

随着小商品生产规模的不断扩大，小商品的市场空间也在不断拓展。浙江企业在经营巩固国内市场的同时，眼光向外，抢占机遇，积极开拓国际市场。许多小商品开始走出国门，走向世界。据不完全统计，到 2001 年底，全省个体和私营企业中从事出口商品生产加工的企业总户数已达 9453 家，其中年出口交货值在 50 万美元以上的有 3023 家。2001 年全省个私企业外贸出口