

Analysis of market model and driving mechanism behind the economic rise of Yiwu

Ziyu Wu

Yiwu Industrial & Commercial College, Yiwu, Zhejiang, 322000, China

Abstract

The development of Yiwu is a microcosm and miracle of China's reform and opening-up policy and the process of globalization. With the support of the Yiwu market, the economic achievements of Yiwu have far exceeded the conventional scale of a county-level city. Fifty years ago, Yiwu was just an ordinary agricultural county in Zhejiang Province, where the main impressions left by this county-level city were its barren resources and impoverished people. Yet this seemingly ordinary and even somewhat backward region has now completely transformed into the world's largest small commodity trading center, an international land port city, and a national reform and opening-up pilot zone, forming a commercial pattern of "buying globally, buying globally." The Yiwu market and the Yiwu model have also become subjects of discussion and research across various industries related to the economy.

Keywords

Yiwu's Development; Yiwu's Experience; Yiwu's Market

义乌经济崛起背后的市场模式和动力机制分析

吴子钰

义乌工商职业技术学院，中国·浙江 义乌 322000

摘要

义乌的发展是中国改革开放政策和全球化进程中的一个缩影和奇迹，义乌市在义乌市场的依托之下其经济成果已经远超一个县级市的常规体量。在50年前义乌只是一个浙江省内普通农业县，资源贫瘠、人民穷苦是这个县级市给大家留下的主要印象，但就是这样一个平平无奇甚至有点落后的地区现在却彻底转型成全球最大的小商品贸易中心、国际陆港城市和国家级改革开放试验区，形成了“买全球、卖全球”的商贸格局。义乌市场、义乌模式也成了与经济相关的各行各业探讨和研究的对象。

关键词

义乌发展、义乌经验、义乌市场

1 引言

根据新华社发布的最新数据显示，义乌 2025 年前三季度外贸出口首破 6000 亿大关，达到 6312 亿元，同比增长 26.3%；其中对“一带一路”共建国家进出口 4293.9 亿元，占总额的 68%。在工业发展情况方面，义乌市人民政府网公布义乌实现规上工业增加值 245 亿元，增速 11.8%，增速位居浙江省十七强县（市、区）第 1 位。在创新与活力方面，义乌市场再一次完成了自身的升级迭代，第六代市场 - 全球世贸中心开业，并依托 Chinagoods 平台，提供一站式数字贸易服务。义乌市场崛起并历经 40 年长盛不衰，一直都保持着超前的先进性和独特性，其发展的秘诀也一直被大众关注和分析^[1]。

【作者简介】吴子钰（1987-），女，硕士，助教，从事管理心理学、品牌管理、企业文化研究。

2 学术理论界给出的三个论点：

2.1 商帮文化优势论

研究义乌现象的理论界普遍认为，义乌市场发展的最源头应该追溯到拥有数百年历史的义乌“敲糖帮”。浙江的地貌环境素有“七山一水二分田”的现象，土地狭小。义乌和大部分的浙南地区一样，周边丘陵环绕，耕地资源十分有限。处于金衢盆地的义乌现有的耕地情况也十分不理想，土质属于黄红壤，黏性大而且肥力不佳，不适宜种植水稻，却盛产甘蔗，用甘蔗熬出来的红糖就成了千百年来义乌的一大特产。但是甘蔗毕竟不是口粮，在这样的情况下，经商就成了义乌农民糊口活命的生存之道。特别是冬春农闲的时间，义乌农民就会肩挑货郎担，手摇拨浪鼓，走街串巷，用红糖制品向客户换取鸡鸭鹅毛、废铜烂铁。收来的鸡毛按照等级，品质佳的制作成鸡毛掸子，品质差的就放在农田里制作成肥料。“敲糖帮”在这样的情况下世代相传，而且开始发展成经营各种针头线脑的“货郎担”，逐渐成长为义乌最

重要的民间商业力量。据官方统计，1949 年时，义乌“敲糖帮”的季节性商贩人数占全县人口的 5% 以上，总数达到数万人。时间到了改革开发初期，“敲糖帮”的参与人数不但越来越多，且在富有传统特色的行商模式上变得更加组织分工严密，这为义乌市场的发展奠定了丰厚的商业文化基础。

2.2 改革先发优势论。

虽然义乌有着优良的经商传统，但是仅从商帮文化优势的视角来看的话，中国历史上崛起过各个地域性的著名商帮，义乌既非唯一，亦非最佳。所以理论界对于商帮文化优势论的研究一直都存在各种争论。且鉴于义乌是最早参与到改革开放历史进程当中的地区之一，关于“早起的鸟儿有虫吃”的论点就自然形成了。义乌小商品市场的雏形大致出现在 20 世纪 70 年代中期，主要的贸易形式是发展传统集贸市场，也渐渐显现出商品市场和专业市场的某些特征。但是根据研究发现在相同的改革开放春风化雨的大环境下，义乌当然是最早的报春鸟之一，但并不是最早的，也不是那个时代最受瞩目的市场宠儿。时任国务院发展研究中心主任、老资历的经济学家马洪就曾经说过“温州的十大专业市场在 20 世纪 80 年代影响了整个中国市场的发育，其生动的市场机制和优秀的市场开创浙推动了全国市场的发展。”义乌市场真正大放光彩、一骑绝尘应该是在温州之后，90 年代的事情了。所以先发优势给义乌带来了机会，但也不能成为义乌最终登上中国市场巅峰的充分理由^[2]。

2.3 地理区位优势论

研究义乌现象的学者发现，浙江早期的许多著名的专业市场，往往崛起于地理上所谓的山穷水尽之处。这一“山坳现象”如雨后春笋一般出现在了 20 世纪 80 年代初期浙江各地的许多专业市场中。很明显，“山坳现象”不符合一般商业逻辑上交通便捷、物流信息畅达的思路。浙江工商大学原校长张仁寿就认为，研究浙江专业市场不能仅局限于经济范畴，中国版改革的经验证明，对旧体制的突破往往可能发生在旧体制最疏于防范的地方，就像温州、义乌这些地理位置较偏，传统交通方式不利于达到的山坳坳。张仁寿也把这一现象概括为“边区效应”。另外，义乌虽然地貌地质环境不佳，但是也的确呈现了一定的地理位置优势。义乌地处“浙中之心”，即南北相望、东西通达的浙江中部，并且浙赣铁路的开通并贯穿义乌也是其能够顺利发展的重要因素。

3 义乌的成功必须具备四重动力机制

3.1 有为政府和有效市场的协同

在错综复杂的市场发展脉络中，特别值得注意的一个现象就是浙江早期专业市场普遍是乡村工业市场发展的必然产物，民间商业力量在此当中承担了重要的角色，而当地政府的角色则相对落后。或者转换一个方式来理解就是乡村创业者给予生存压力的艰苦奋斗，以及顺应市场内在规律的

民间自发性是义乌市场形成的先决条件。而义乌的重要机缘以及关键节点出现在 1982 年，这一年义乌市场发展史上的传奇人物谢高华担任义乌县委书记。他在经历了 3 个多月的深入调研之后，集结“稠城镇市场整顿领导小组”下发了“一号通告”，宣布于当年 9 月 5 日起，正式开发“稠城镇小百货市场”。这是全中国第一份明确认同农民商贩和专业市场合法化的政府文件。与此同时，在同年 11 月义乌县委、县政府召开的全县农村专业户、重点户代表大会上，谢高华在讲话中提出了“四个允许”，进一步明确了事关市场生存的重要政策规定：允许农民经商；允许长途贩运；允许开放城乡市场；允许多渠道竞争。这“四个允许”也为日后的义乌小商品市场的发展奠定了关键的政策和法理依据。自谢高华始，迄今有 13 任义乌市委书记，政府不断在义乌市场发展每一个关键的拐点时刻恰到好处地出手发力，支持和延续义乌市场的欣欣向荣和改革深化。再者，从全国范围来看，政府助推专业市场主要集中在 20 世纪 80 年代下期至 90 年代上半期这个时间段，而义乌地方政府从认识到行动的适时介入和坚定不摇在全国的标准时间点内至少提前了 5 年的时间，也正是这关键的 5 年时间给了义乌极为宝贵的先发优势。

3.2 极致分工与产业集群生态

从全中国经济发展的实践情况来看，单品爆款模式是所有县域经济模式中最常见也是最容易实现的一种常规操作，即在依托本地资源优势开发相关的特色产品，并且在一定区域内成为行业标杆产品，进而实现县域经济的比较优势。另外，单品爆款模式的进阶版和集合体，一般可以理解为同一县域经济体内拥有两种或者多种以上的典型知名产品，并在此基础之上形成了一定的特色和规模之后的产业集群。典型的案例就是义乌的标志性产品“袜子”。义乌袜子的产量占全球的 1/3，其庞大的产业背后是极致的分工协作。^[3]整个产品流转的过程涉及到原材料的生产与采购，辅料的配套配送服务，机器设备的生产加工及设备的维护，袜子款式花样的专业化设计及更新换代。在整个生产的过程中，大量的家庭作坊或是小工厂会参与其中，他们一般来说不负责设计和销售，只是承接来料加工的订单。最后的销售环节，成千上万的袜业相关商户在商贸城里集中展示并且承接全球的订单。你可以在一天的时间内，在义乌的国际商贸城里找齐原料、辅料、设计、生产再到包装的所有产品，完成所有的相关环节，并且以最低的成本最快地完成订单。义乌的饰品产业、拉链产业的形成与发展也都是走了类似的道路，最后成了义乌最重要的重点产业。这种极致的分工，把所有生产要素结合以及充分整合起来建立了一个在义乌及其周边区域的高效、灵活、低成本的生产网络，这个网络换一种当下流行的说法就是一个“虚拟的超级工厂”。正如之前所说的，义乌本身资源匮乏，也不生产原材料，但它却能创造出需求和秩序，从而吸附和组建了一个庞大的产业集群。

3.3 嵌入全球网络的商业模式创新

经历了几代市场的发展后，义乌已经将市场竞争力从传统的商品交易中心转换成信息与关系网络的中心。要知道传统贸易的主要职能就是促成交易，而义乌的突破在于它不单单仅限于交易的达成，更致力打造一个全球化的小商品信息、信用和人际关系的交通枢纽，这种情况表面上是客户来市场“看样品谈价格下订单”，实质是“信息汇聚与信用建立”的体现。信息在商谈中双向流动，非正式的信任关系也在慢慢建立，为后续的合作打下基础。客户通过密集接触，能够了解到新产品的流行趋势，价格波动；商户则通过和全球客户线上线下的沟通反馈，更精准把握不同市场的偏好和需求。每一次交易的达成都是在无形中加固这一条信任链条。就好比，很多经商的人要来义乌逛逛市场可能不单单是要买东西，更有可能是来了解一下行情，跟进一下相关信息。商户时不时叫客户来商铺里聊聊天喝喝茶也不都是基于要达成交易而是希望能了解到客户的需求和反馈进而维持更稳定的客户关系^[4]。总结来说，义乌市场给出的特殊方案是用“线下可见、可触摸和沟通的实体市场”和“长期重复博弈”来替代传统国际贸易中复杂的信用审查机制。这种信息替代模式大大降低了全球贸易的信任成本。另外一方面，义乌市场对于全球商业模式的贡献还表现在其“模块化”与“柔性化”的供应链体系能够满足各种多样的市场需求。这要求义乌商人承担起除了买卖之外的角色就是全球需求的解读者和本地供应链的组装人员。比如说一个非洲的客户提出了一个很模糊的产品构想，义乌商户可以基于自己以往的销售经验和现有的供应链合作商为客户进行产品解码，罗列出最具体和可行的生产要求。与客户协商稳妥后，可以迅速在义乌及其周边的产业集群当中产生对应的生产组合，最终完成整个客户定制的订单^[5]。

3.4 “一带一路”的时代机遇

“一带一路”倡议的推进，为义乌这座商贸城市灌注了全新的、战略级别的动力，将其从一个全球贸易的重要节点上升到关键枢纽，其不可取代性也随之节节攀升。首先在“一带一路”倡议提出前，义乌虽然也是重要的商贸城市，但其本质上还是一个内陆腹地城市，在地理位置上存在先天

缺陷，因此严重依赖宁波港等沿海口岸。但是“义新欧”中欧班列的开通将义乌直接归属于横贯欧亚大陆的铁路大动脉上，义乌的地缘弱势在此得到了重大转变，国际陆港成为了义乌的新机遇和新特色。其次新线路的开通完美配合到了义乌独创的“市场采购模式”。特别是“一带一路”沿途的国家大都是发展中国家，其采购的特点就是种类多、批量小和频率高。义乌市场的采购模式不但可以契合到一带一路国家的这些需要也可以在沿线国家设立海外仓、分销中心和市场，把义乌品牌嵌入当地消费者的认知概念中，继而吸引更多相关的客商来义乌采购。最后，义乌在“一带一路”中不但可以充分发挥自身优势也可以承担起更多的国家战略功能，其核心目标就是将义乌市场在专业性市场的基础上升级为一个国家对外开放战略的展示平台。而跨境电商也是“数字化丝绸之路”的发展中心，义乌结合政策和形式，推出的Chinagoods 平台与“一带一路”沿线国家对接也弥补了下线市场的不足之处，将线下线上统一整合一体化发展^[6]。

4 结语

义乌市场的兴起和发展如同稚嫩小草现已成长为参天大树，贯穿于整个改革时代的滚动前行当中，一直被模仿但是却从未被超越。42 年历史的义乌市场演化的历程几乎与改革开放的时间一致，改革常青树必有着它耐人寻味的基因和逻辑。义乌的市场协同义乌的发展总是能够与时代同频共振，一次次迭代、进化和推陈出新。

参考文献

- [1] 胡宏伟.义乌经验：中国政府与市场发展.杭州：浙江文艺出版社2025
- [2] 季煜东.浙江市场经济的发展与研究——以义乌小商品城为例[J].商场现代化，2021（11）
- [3] 蔡宁伟.我国县域经济主要发展模式研究——兼评义乌经济模式发展[J].成都理工大学学报（社会科学版），2025（03）
- [4] 钱泓澎.多重制度逻辑下义乌模式研究[J].金华职业技术学院学报，2022（02）
- [5] 张媛卿.经济新形势下义乌新的竞争优势培育——基于商业模式创新视角[J].中外企业家，2017（28）
- [6] 杜平.现代化法阵取向的“义乌模式”[J].浙江经济，2018（07）