

【经济与社会】

复数的鸡毛换糖

——浙江义乌经验的商业起点与伦理渗透

刘成斌

内容提要: 本文通过梳理义乌模式中早期的一个焦点现象即鸡毛换糖,呈现了义乌农民经商过程中商业行动的起点、过程特质及以此为基础形成的文化积淀。由于农民经商的“本钱小”,选择了小本买卖“鸡毛换糖”;由于进入经营的门槛低、经营者众多、可替代性强,加上农民经商的“家庭副业”定位,形成“薄利”经营;为了规模化、持续经营,而追求“回头客”以实现“多销”。这些特质逐步凝炼成一种“复数行动”的实践习惯和区域文化。复数行动让义乌经营者积累了经济资本、人力资本、社会资本等。现今探讨复数行动在调整商业经营心态,建立常久的、稳定的、可持续的商业互动关系,反对短期行为等方面具有重要的伦理意义。

关键词: 复数行动;鸡毛换糖;义乌经验

一、问题的提出

义乌人——包括官方的,也包括民间的,不论是接受媒体采访或是面对学术调查,谈起经商成功的原因都开口必谈“鸡毛换糖”,尤其是20岁以前就成为货郎担游走四方的成功商人被官方、民间津津乐道,反复讲述。不单单是第一代商人如此,年轻的二代商人也往往会谈论他们的父辈如何做货郎担的鸡毛换糖经营并以此为荣。“梦娜”董事长宗谷音15岁就走上了鸡毛换糖的道路、“水晶女皇”周晓光高中毕业从事了同样的小买卖的故事广为传颂。但鸡毛换糖作为义乌经验中所特有的一个焦点现象,到底对义乌人经商的成功和义乌作为一个区域其发展模式的成功有什么实质上的逻辑意义,鸡毛换糖是否具有一种商业伦理的价值和启示?针对此问题,本研究预备以义乌小商品经营发源地——乐村为个案,结合实地调查资料,分析义乌人早期经营小商品的创业过程与经验特质。

乐村是浙江省义乌市东部的一个行政村。它东距宗塘村、盘山村约1公里,西邻深塘村,南连后义村、何宅村,北依舍盘塘村。新中国成立以来,行政上一直属义乌市廿三里镇管辖,离廿三里镇约1公里。乐村所在的廿三里镇,历史上因其地理位置东南距浙江省东阳市府驻地吴宁镇、西南距浙江省义乌市府驻地稠城镇、西北距浙江省义乌市苏溪镇各廿三华里而得名。据2000年统计,该镇面积72.2平方公里,下辖42个行政村,其中乐村共有266户,801人,耕地447亩;全村由3个自然村组成,设村民委员会1个,下辖9个村民小组。村落经济在改革开放的30年中主要以个体私营工商业为主。

作者简介: 刘成斌,法学博士,华中科技大学社会学系副教授,主要研究方向为发展社会学、人口社会学、社会学方法。

本研究所得资料均采用访谈的方式进行。2001年7-8月以探讨该村落的非农经济变迁为主题,收集义乌市廿三里镇政府和乐村的背景资料。调查员在廿三里镇档案室、乐村档案室,以及村民中收集了大量的文献资料和方志材料,就村落基本情况进行访谈,对该村的情况作了较概括性的初步了解。2002年5月调查员以“采集口述资料”为主要目的第二次赴乐村调查。本研究主要运用这两次调查资料,部分感性认识来自笔者2003年至2014年间多次到义乌城乡进行调研的实践体会。

二、概念、研究视角与文献综述

鸡毛换糖是对义乌农民经商传统的一种经验描述。根据《义乌县志》的记载,1979年开始出现廿三里等地的农民挑着“敲糖担”到县城的县前街(县人民政府前)歇担设摊,而这种“挑担”经营的方式最早可以追溯至清朝乾隆时期,当时“本县就有农民于每年冬春农闲季节,肩挑‘糖担’,手摇拨浪鼓,用本县土产红糖熬制成糖饼或生姜糖粒,去外地串村走巷,上门换取禽畜毛骨、旧衣破鞋、废铜烂铁等,博取微利”。从1980年代中期义乌农民商人的大量崛起及其带来的市场经营主体的分化(刘成斌,2011),到1990年代中期“贸工联动”(陆立军,1997),再到2000年之后的全球化小市场交易中心、制造中心与研发中心,义乌市场经营模式都突出地表现为“薄利多销”。

本文题目“复数的鸡毛换糖”立意在于强调作为商业交易的鸡毛换糖是一种可持续发展模式的“社会行动”,而且这种模式贯穿了浙江义乌小商品市场发展的前后全过程;但基于学理分析的需要,这里的复数行动又是一种“理想类型”行动模式,是从实践提炼出来的但又不是原样复制的实践本身。超越实践本身的部分在于笔者想通过这一“理想”概念表达一种当下社会亟待弘扬的行动理念:经商者在寻求商业交易利润的同时,应该以可持续性、可反复交易的对象或潜在的交易对象增加为长远目标,使其交易本身成为一种共赢的“互动”,而非剥夺式,更不是垄断、欺诈式(就欺诈、假冒伪劣来讲,恐怕浙江温州、义乌等地早期的原始资本积累都存在),使交易行动的长期效果是走向协调发展、和谐发展。由此与追求单笔利润较高的“短期行为”形成鲜明对比。

关于中国的资本主义工商业的发展在经济学、社会学、历史学等相关学科都有大量的研究,尤其是关于中国工商业发展动力到底是来自“冲击一回应”,还是有自己的文化渊源这一点在学界争论颇多,比如金耀基曾用东亚国家的经济奇迹称儒家伦理有促进经济增长的正功能而否认了韦伯的“阻碍”说,杜维明认为儒家伦理为基础的修身、自我约束、义务感实际形成了与西方国家不同的“东方资本主义”(杜维明,1989:103),余英时也认为“韦伯所刻画的‘入世苦行’也同样可以把中国宗教包括进去”(余英时,1987:69)。马敏通过梳理鸦片战争以后近百年的中国商人的主观精神世界探讨了在儒家文化环境下中国近代资本主义经济伦理的发生过程。杜恂诚也对这一发生过程进行了文化上的梳理(杜恂诚,1993),其总的观点是“中国的家是社会的核心”(金耀基,1999:24),农民不但在农业生产中是以家庭为核心,在创办企业从事工商业经营时也是“以家庭为经济核算单位的”(王满传,1992),实证数据的比较分析也确实表明“家庭利益是企业家创业精神的主要来源”,“为了家庭利益是创办或承包企业的动力”,家庭经营的活力促进了市场分化过程当中不同经营主体之间的分化及其规模扩展(朱秋霞,1998;刘成斌,2011)。

但在中国工商业发展的宏大研究中,还缺乏对具体问题的“微观”深化分析,比如说以家庭为个人行动核心的理念,而这种文化理念是普遍的、是对社会所有成员都具有“教化”功能的,这一点不能解释某一文

化圈内的区域发展差异,尤其是中国大陆各区域之间的差异,这是现有韦伯命题及其批评者的文献都解释不了的问题;甚至有学者认为“批评韦伯命题”的研究实际是附会韦伯、从儒家文化中寻找新教的“功能等价物”(单世联,2004)。依笔者现在的经验来看,中国改革开放以后发展经验的文化根源梳理是一个非常复杂的“命题”,这里至少牵涉三个层面的问题:首先牵涉到改革以后的发展经验本身是属于首次现代化或是二次现代化问题——应该是属于模仿别人的二次现代化,这已经与韦伯强调的“原发”资本主义不是一个问题。其次牵涉到中国近代自洋务运动以来所尝试的现代化努力以及以“共产主义”理念为指导的人民公社,以及“文化大革命”的文化理念之影响——中国现代化历程的指导理论到底是什么?从德先生、赛先生到人民公社再到改革开放是如何逐步变迁的?应该说中国复杂的社会变迁进程的理念是前后不一致的。第三牵涉到中国改革开放“让一部分人先富起来”的国家战略是一种“经济运动”,而不是经济与政治、文化多位一体的综合运动——而韦伯所讨论的资本主义是一个综合经济增长、社会分配、民主政治、宗教文化等多元一体的现代资本主义。笔者认为,这种庞大的研究框架还暂时无法一一梳理,作为研究的“初级阶段”,笔者似乎只能在分析其“模式”特征、存在机理上先下足工夫。

因此,本研究着眼于共同的宏观机遇大背景下,义乌“经商农民”发展过程中有哪些行动能力、经验促使义乌走上了一条可持续发展的道路这一问题,从焦点现象“鸡毛换糖”切入,展开义乌经验的“行动论”分析,并进行理论的提炼和归纳。

三、从副业到小百货:鸡毛换糖简史

乐村传统的主业是粮食作物——水稻。新中国成立初期,沿用新中国成立前的传统一般种植早稻、中稻和晚稻。1954—1958年,乐村开始实行间作晚稻与边作晚稻的水田耕作制度。1958年以后,双季稻的种植面积逐步扩大。进入1960年代以后,双季稻种植面积达到80%以上。当时化肥之类的现代施肥方式还没有充分应用,为了提高产量,乐村村民采用了“塞秧根”^①的方法补充肥力。但是,由于密植产量提高有限、人口增长过快等原因,村民们仍然普遍处于贫困状态,甚至是处于饥饿的威胁当中。CYY回忆说:

15岁那年(据推算是1960年),刚要小学毕业的时候,要一块钱学费,家里拿不出来。……那个时候,家里一块钱都搞不出来。我们一般早饭十有九天没有吃的,一天吃两餐。中饭,回到家里,打开锅一看,没有烧,也只能去读书。下午放学回来后,有时就去采点野菜,烧起来当饭吃。烧野菜没有油,很多时候连盐也没有。

据乐村的《农作物播种面积和产量台帐》计算,1961年的粮食年总产量是136550公斤,其中水稻84050公斤,小麦14850公斤,大麦8050公斤,玉米9900公斤,芋艿5650公斤,小米6800公斤,其他类粮食7250公斤。按照当时519亩的耕地面积计算,平均全年的亩产量是263.1公斤。除去交售国家的征购粮和集体提留的种子、饲料、储备粮等,分配给社员的全年人均口粮是160公斤,社员的人均年收入是43元。从这些统计数字我们可以看出,新中国成立初期,乐村的粮食生产并没有从根本上解决村民群众的吃饭问题。贫穷的生活迫使部分村民外流,逃往江西、福建甚至宁夏等地。

^① 塞秧根是一种施肥方法,具体地讲就是用人粪、猪肥搅拌草木灰,加进铡碎的鸡毛、猪毛、头发、豆饼等,在插秧7天后,在每株秧苗根部塞一小团。由于,鸡毛及其他动物的毛发含有丰富的磷、钾、钙等元素,对土壤的改良和农作物的生长无疑具有有利作用。

当然,“贫穷”这一因素并非足以导致义乌人走上“鸡毛换糖”的经商道路之必要或充分条件,因为贫穷无论是在解放前的旧中国还是在改革前的新中国都是一个“共性”的问题,很多地方也很贫穷,甚至比义乌还要贫穷。这里的一个关键“变量”就是“义乌糖”,鸡毛全国都有,但“义乌糖”只有义乌有,这应当是义乌人成为鸡毛换糖主力军的“先天”因素。据《义乌县志》记载:“顺治年间,从温州得种(糖梗),乃竞栽种之”。与此相对应的是,义乌《洋川贾氏燕里村谱》记载义乌贾氏第五代传人贾惟承于顺治年间在燕里村开始种植从福建引进的糖蔗,其特点是糖分高、粘度强、营养含量也很丰富,在顺治时代已经名声远扬。到了1929年,“黄培记号”义乌糖在“杭州西湖博览会”上获得了特别奖。1950年代,义乌糖蔗种植面积和红糖产量均居浙江省首位,是国家级糖料基地。义乌糖的色嫩黄而略泛青,质地松软,散似细沙,甘甜味鲜,清香可口;每500克红糖含钙190毫克,磷390毫克,铁38.5毫克,此外还有锰、锌等微量元素和胡萝卜素、核黄素、氨基酸、烟酸、葡萄糖等成分;具有舒经活血、驱寒去湿、暖胃强身、排毒养颜之功效。义乌人讲小孩被蜜蜂蛰了,取一把红糖,融化后涂于红肿处,可以有效缓解疼痛。但是,义乌1980年代以后名闻全国、全世界并不是因为义乌的糖,而是因为由鸡毛换糖演变而来的小商品市场,因此我们更应该关注的不是这种“物”的因素,而是义乌人在社会变迁过程中具有的“人”的特征,尤其是行动模式和文化特征。

乐村村民的传统副业很多,包括种植甘蔗、桃子、西瓜、山花梨、葡萄等经济作物,有时也养殖猪、鸡、鸭等,少数村民还种桑养蚕。但是最主要的是种植甘蔗制作红糖。既然叫副业,肯定会与主业的需求发生矛盾,尤其是在政策高压下地方官员强调“密植”、放高产“卫星”的背景下,鸡毛换糖会受到各种打击与抑制,这在“理想”(张乐天,2005)的人民公社时期表现相当突出。1958年,在廿三里人民公社的领导下,乐村和张店、骆宅、后义合并成为一个生产大队,也实行了“政社合一,工农商学兵五位一体”的人民公社制度。按照当时的政策要求,“一大二公”,生产资料公共所有,实行集体统一经营,非农业生产经营活动受到严重的限制——鸡毛换糖必须外出和流动,所以也在控制之列。鸡毛换糖在“大跃进”时期曾经一度衰落。

在改革开放前,乐村的鸡毛换糖还不具有明显的“非农化”性质。之所以这样界定主要是基于三个方面:一是从鸡毛换糖的行动目标来看,是为农业增长而奠定基础,并不以追求直接的商业利润为主要目的;二是鸡毛换糖的经营时间受农业劳动时间限制——只能在农闲时间进行;三是从鸡毛换糖的性质来看,属于物物交换,敲糖是农民自产红糖的再加工产品,换回的鸡毛则主要用作农作物的肥料,所以,鸡毛换糖是“水稻种植”这一主业的补充。但是随着时间的推移,鸡毛换糖出现了新的发展与转变。

1960年代中期,乐村与全国农村一样笼罩在“左”倾政策的阴影下,虽然所有的劳动力甚至半劳动力都投入到土地劳动当中,但还是面临饥饿的危险;在严厉的政策抑制下,乐村人还是想办法利用或变通政策继续从事鸡毛换糖业。而且在反复的政治运动造成农村日常生活用品极其短缺,鸡毛等在农村工业发展中形成了新的需求的背景下,鸡毛换糖业在1960年代中期到1970年代中后期越发繁荣,并由于经营范围的扩大、社会发展的需求等原因出现了重要的社会分工。具体表现是,不但在“买”的一端发生了分工,“卖”的一端也出现了分类。在“买”的一端分化出了“糖坊”和“小百货”;在“卖”的一端发展出了鸡毛的分类及鸡毛以外的物品分类销售。

据乐村村民反映,在“文革”前一两年,随着鸡毛换糖业发展壮大及“拨浪鼓”行程的扩展,专门为鸡毛换糖的人提供货源的“糖坊”出现了,“糖坊”大多是设置在鸡毛换糖的人主要经过的线路站点,如杭州、诸

暨,糖坊主也都是义乌人。糖坊的出现主要给离家较远的外出者提供了方便,他们不必回到家里就可以批发到糖果,虽然批发的成本略高于自己制作,但通过两点可以弥补:一是减省了回家的路费开销,二是换取了做生意的时间,更可以有更多的时间进行鸡毛换糖。

[乐村村民CHC]鸡毛换糖的人主要是做供销社或商店里没有的货的生意,这个有点难度了。如果商店里都有的商品,生意就不好做,商店里没有得卖的东西,那就利润比较高了,最少是高一倍的价钱。为了配合鸡毛换糖,有人就自发地组织小商品货源。你要去鸡毛换糖,我就专门做(经营)这些商品,专门供应鸡毛换糖的人,所以小百货市场就自然发生了。这都是我们这里人,你去鸡毛换糖,我把小百货找来提供给你。这样,鸡毛换糖的人就比较方便了。找货源的人专门找货源,鸡毛换糖的人专门鸡毛换糖。

由于计划经济时代,商品配给制的限制,老百姓手中的日用品非常短缺,这一点为走乡串户的鸡毛换糖人所捕捉,于是,他们开始在换鸡毛的同时,拓展更多的交换物品。他们逐渐增加的交换商品有针线、橡皮筋、纽扣、小孩玩具等,这些都是当时计划经济体制下在供销合作社难以买到的小商品。随着社会发展和老百姓对日用品需求的增多,鸡毛换糖的供货物品逐渐形成了“小百货”。

由此我们发现,乐村村民讲述的“鸡毛换糖”概念已经超出了它的本原含义,转而成了相当空泛化的“做生意”的代名词。由于特殊的历史原因,鸡毛换糖在“文革”时期遭遇到更加严厉的控制。但受“资本动力”的驱使,村民们变通的办法相当多,生存的智慧开始突显,其中CHC改证明信内容的说法颇具代表性,即先以允许的名目开证明,然后自己再想办法改。

那个时候……都是想办法的,把“卖猪”两个字改掉,换成“换糖”两个字。还有一种办法,用柠檬酸配制的药水可以把字褪掉,然后再写。

……华国锋出来后不用(证明信)了,许可证可以做了,但到外省不行,于是,我把“江山”(浙江省的一个县)改成“江西”,这样就可以到江西去。

经过以上分析可以看出,农民在面对人多地少困境的时候,并不是被动地听命于集体经济组织的安排,更不是像黄宗智所说的那样,简单地认为自己的收入仅仅与生产队劳动力投入的平均产值相联,不反对过密化生产。在国家机器面前虽然是弱者,但他们体现了充分的劳动者的智慧,在“适度遵从”制度安排的同时,深刻意识到了“肚子先于灵魂”(乔治·奥威尔,1943;转引自詹姆斯·C. 斯科特,2001:293)的原理。

四、描述与认知:义乌人眼中的鸡毛换糖

根据义乌县委1982年《解放思想,搞活管好小商品市场——开放稠城镇小商品市场的情况》一文的记载,义乌县开放小商品市场起到了解放劳动力、增加百姓收入、弥补国营商业的不足、增加国家税收等多种正面功能,对于义乌本地来说,发挥了个体劳动者经营小商品的积极性,促使更多的人参与到小商品经营当中来。基于义乌小商品市场为主的第三产业整体发展来讲,鸡毛换糖阶段的发展对商业化、工商业并重阶段的到来所起到的奠基功能主要体现在经济资本、人力资本、社会信息资本三个方面;本文即着力于这三个方面来解读“鸡毛换糖”作为一种商业行动的建构过程及其对义乌整体区域发展的逻辑意义。

(一)经济资本的积累

义乌佛堂镇和平村的冯爱情是小商品市场放开后第一个领到摊位证的“个体老板”，她在回忆自己经商经历的时候对其经济效益是这样描述的：

头一天摆摊，除去成本、开支外，我赚了6元多，心里别提有多高兴，因为我当了多年临时工，每天工钱不过0.9元，一个月下来才27元。如今天的收入能抵几天？谁也算得清。我还记得，隔一天后生意更好，赚了22元，使我经商的信心更足了（浙江省文史资料委员会编，1997：110）。

本（义乌）县桥东公社五爱大队，人多地少，人平均只有四分多田，劳动力有余，去年四月以来，有45户社员生产塑料小喇叭，5户社员生产铁哨子，他们的产品全部通过这个市场销售出去。截至今年十月的十九个月中，生产塑料小喇叭二千三百万只，产值六十多万元，纯收入三十八万四千余元，加上5户生产铁哨子的纯收入二万八千余元，共收入四十一万二千余元，平均每户增加收入八千多元（中共义乌县委办公室，1982）。

[乐村村民CTG]我1963年开始鸡毛换糖。那个时候，生产队规定每个月交80斤鸡毛，算240分工分。240分工分分红有多少呢？10个工分才4毛2分钱，我们生产队还算好的，有的地方只有2毛或1毛6分钱。

……辛苦当然辛苦。80斤交上去，还有多余。做生意内行一点，同意你出去的，那大概一个月，除开支以外，还有200-300块钱，那是内行一点的。不内行可能也要亏本的。一般情况下只有40-60块钱。

按乐村村干部LJF的说法推算，1960年代中期的乐村生产队种田一天是9个工分，平均情况下10个工分是0.5元左右，那么一个人一个月的收入大概在13.5元左右。根据1984年中国统计年鉴的数据，1978年全国农民的平均纯收入为134元，其中从集体得到的收入是88.53元，家庭副业纯收入是35.79元，其他非借贷性收入是9.25元（《1984年中国统计年鉴》：471）。这说明单从集体经济记录中的数据来看，乐村农民与全国农民在1978年前后的收入水平相当。相比之下，鸡毛换糖的收入要丰厚多了，不内行的人基本上一个月左右的收入就可抵集体分配中全年的收入；那么，内行的人一个月就是全年农业收入的3倍到5倍。由此，按照普通的鸡毛换糖收入水平和交易时间（一年当中可以出去三个月左右，主要是农闲时节尤其是春节前后）来计算，乐村鸡毛换糖的农民一年的收入是全国农民平均收入的3倍以上，这为其日后的经商储备了充足的经济资本。

不但我们调查的个案村庄反映出鸡毛换糖的经济资本积累功能显著，义乌其他地方“鸡毛换糖”的经济效益同样显著。

根据《“鸡毛换糖”的拨浪鼓又响了》一文对平畴公社新兴大队的记载，我们看到了“鸡毛换糖”的经济效益的普遍性。

这个大队110多户人家，300亩土地，自然条件不算好，可一直是全公社数得着的高产稳产队。道理很简单，这个大队粮食首先是高就高在鸡毛上，稳也就稳在鸡毛上。过去，每到年关，这个大队能出去的劳力都出去收鸡毛，毛肥要占全年肥料的30%以上。到了1976年春节前，刹“鸡毛换糖”的风，全大队还溜出去一二十副担子，用个把星期时间去换毛，但换来的鸡毛少了，总共只千把斤。这一年生产队缺肥料，粮食也减了产。1978年春节前后，公社党委对这事松了松手，新兴大队便出去70多副担子，20天左右就收回鸡毛1万多斤，为国家提供出口红毛2000斤，

价值近4000元。更主要的是给生产队积储了鸡毛这一特等有机肥料8000多斤。这一年虽然遭受严重的干旱,粮食总产和单产却都超过了历史最好水平。外出回来的社员把红毛和其他破旧卖给当地收购站,得了现钱,备足了一年的油盐酱醋钱。一笔帐算出了三个利:一利国家,二利集体,三利社员自己。(选自《“鸡毛换糖”的拨浪鼓又响了》,《浙江日报》1979年3月24日第二版)。

鸡毛换糖的经济效益为“货郎”^①尤其是那些精明能干的“内行”人积累了日后经商必需的经济资本。CPS对自己“发家”经历的阐述也支持了这一点。

本来,像我们都在种田,没有路子到外面拿货做生意。我27岁开始鸡毛换糖,(当时没有本钱)装货的那个盒子是向我表姐夫借的,再向我丈母娘借了40斤红糖作为本钱,又向方唐鑫的小爷爷借了15元钱买货郎担和针线之类小百货,开始做生意。不要说坐火车,坐火车是坐不起的。就是拉着独轮车自己跑路到诸暨鸡毛换糖,从早上开始走到第二天凌晨3点钟,总共跑了120里路到达诸暨。从腊月十二到次年正月初六,又将换来的鸡毛用独轮车拉回家来,就挣了四五十元钱,高兴死了。我在诸暨换了两年半,后又到江西换了两年半。

鸡毛换糖积累了几百元钱之后,我就开始做袜子生意。……我们到绍兴拿来袜子到廿三里市场上卖。……我们那个时候坐火车到绍兴拿袜子,只拿500-1000双,在廿三里市场上,用手拿起来卖。改革开放后我又拿袜子到贵州做生意。……这样生意就做大了,我也就发起来了。

表1 1984年廿三里镇廿三里村专业户登记表中前10户小商业经营的基本情况

	商户1	商户2	商户3	商户4	商户5	商户6	商户7	商户8	商户9	商户10
家庭人口数	5	3	3	5	3	5	2	3	3	4
劳动力人数	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2
从事专业人数	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
全年家庭收入(单位:元)	3000	3000	2000	2500	2000	3000	2000	4000	5000	3000
专业收入(单位:元)	2000	2000	1000	1500	1500	2000	1500	3000	4000	2000

(二)人力资本的积累

这里的人力资本主要指的并不是教育与文化知识水平,而是经商的意识与能力,重点强调经商过程中对问题的反应意识与操作能力,比如对商机的判断能力、把握能力、市场竞争意识、应变意识等。

鸡毛换糖在经济效益之外充分利用了农闲时间,大大解放了剩余的劳动力。在我们访谈的个案中,有两个劳动力以上的家庭,至少有一个劳动力外出,而且都是男性,即对于家庭来讲是更主要的劳动力;据年长的村民普遍反映的说法是当时除了个别男性劳动力由于身体原因没有外出鸡毛换糖,全村绝大多数人都外出,刚开始是间歇性的,后来逐步向长时间、职业化演变。另一方面,也是更为重要的,它为义乌乐村人日后经商积累了商业经验这一人力资本,正如CHC所说:

经商是一门很深奥的科学,经商的老板就像一个将军……包括乐村人在内的廿三里人,历来都愿意做生意,把做生意的经验代代相传,使后代人的经商经验更丰富。鸡毛换糖时,要讲究去换糖的时间、地点,如何与人打交道、结交朋友,要注意一些交换货物的技巧。……一般是先出去的人带着自己的兄弟、儿子或亲戚等到外地去鸡毛换糖,让他们看着学、学着做,直到他们能够自

^① 货郎是义乌人对鸡毛换糖者早期“手摇拨浪鼓、肩挑货郎担”阶段的称呼。

己独立做生意为止。

……(就这样)祖先们把自己在经商中的日常经验一代一代往下传,使得一代一代的经商经验和技巧不断成熟和完善起来。就是亲带亲,邻带邻,使这个廿三里鸡毛换糖做生意的人越来越多。到改革开放之后呢,几乎成了全民经商了。

根据我们的访谈、观察及感受,义乌人经商的这种人力资本特征归纳为:能吃苦,敢于背井离乡;周游四方,生存能力强,开拓能力高;积极进取,不满足于“过小日子”;^①“不以利小而不为”,善于发现、计算小利,灵活的讨价还价口才;商业推销能力强,沟通技能高;守诚信,重承诺;善于发现商业机会,讲经营规范;具备团队合作精神,善于双赢的商业运作等。义乌市委市政府1989年提炼的八字义乌精神“勤耕、好学、刚正、勇为”,1992年提炼的“勤业兴商、诚实守信、以小做大、敢为人先”市场精神,以及2006年补充的“勤耕好学、刚正勇为、诚信包容”义乌精神,体现的都是这些义乌商人的人力资本特点。

义乌商人把自己的经商能力和技术总结为“三差”:时间差、空间差、信息差。春节与农闲时节出去进行鸡毛换糖着重打的是“时间差”;在不同的地方进货、卖货,调整物品的流通渠道,使不同的商品顺利地进行交易,打的是“空间差”;在供求双方之间架设物品流通和交易的桥梁,成功进行买卖,打的是“信息差”。无论是早期的鸡毛换糖,还是中期的小百货经营,还是现在的商贸联动及其国际化,遵守的都是这“三差”技术,而这种经商头脑与市场控制能力是一种特有的人力资本。

这种灵敏的商业意识加上肯吃苦、耐劳苦的义乌商业精神就成了决定鸡毛换糖成功的首要因素,义乌民间对义乌发展经验有这样一种总结:勤俭是基础,诚信是准则,开放是信念,敢为是动力。由此可以看出,在没有优势资源的前提下,义乌人的人力资本因素是义乌发展的重要因素。

(三) 社会资本的积累

义乌人发现市场信息的能力是人力资本,但市场信息网络本身和经营网络本身是社会资本。义乌人通过鸡毛换糖既获得了经济收益、人力资本,还获得了大量的市场信息等无形资本,并且鸡毛换糖的社会流动使村民的交往范围突破了村落和区域的限制,使义乌“鸡毛换糖”商业经营具有了广泛的群众基础,一些经商者在各地都有朋友,能从个人的、小规模的活动发展到有组织的商业网络。根据义乌档案的记载,“绍兴市金鱼场袜厂近年来积压卡普龙袜子十余万双,无路可销,企业处在倒闭的边缘。今年(1982年,笔者注)八月份,该厂派人到稠城镇小商品市场了解行情,进行试销,通过这个市场渠道,仅仅半个月时间,将积压的袜子全部销光,使该企业得到新生”(中共义乌县委办公室,1982)。随后,当地各种生产小商品的厂家都纷纷来到义乌找市场销售渠道。这对义乌市场的规模增长起到了货源支持和信息交流双重补充功能。

在调查中,许多村民都说他们在经商过程中结交了不少朋友。在一定程度上形成了商业经营的社会关系网——即社会资本。

[WMS]我们这些做生意的人,交往要比在村里的人宽得多,各种朋友都有。社会关系呢,过去

^① 义乌流传着这样一个故事:“文革”的时候,一个小孩和妈妈在菜场上买了一只老母鸡,这时妈妈说另外还要去买点东西,就叫小孩子在街角上等一下。这时走过来一个买鸡的,可是菜场的鸡已经卖完了,问小孩能不能把鸡卖给他,这个小孩当即以高一些的价格把鸡卖掉了。根据调查对象的说法,这个故事体现了义乌的小孩子由于“商业”文化气氛的浓厚,都知道价格差的利润,并且甘愿放弃过年美食的享受。后来更多的父母都拿这个故事来教育自己的孩子如何具有商业头脑。

是干部交往得多一点,现在反正各个方面的人都有,有银行的、工商的、税务的,还有大家做生意的那些人。我在遵义做生意的时候呢,结识了很多朋友。

义乌人做生意过程中结交朋友形成一定程度的社会资本并不是偶然的,而确实是义乌人经商的传统与经营所需。说其经商传统是指其流动性——鸡毛换糖都是要出门在外的,中国有句古话叫“在家靠父母,在外靠朋友”,所以结交朋友取得在外的相互支持是流动性经营的必要条件,这种传统起始于明朝戚继光平倭之后解散回家的义乌兵组成的“敲糖帮”,当兵出身的人经商最讲朋友义气与合作精神,这种经营风格被义乌人当作光荣传统一直继承下来。说其经营所需是指义乌在经商过程中为了达到经营目的必须进行合作进而形成朋友相帮的社会关系网。我们调查过程中有一部分村民对“鸡毛换糖”生意的秘诀总结是另外的三点:第一是通过抬高现金买价尽量以物易物;其次是但求货多,便于废中取用,分门别类;第三是前担抬价,后担平卖。这种经商意识与经验最起码要求义乌外出的经商人群内部有彼此的分工与协调,这种合作关系形成了相互的朋友支持网。这里首先表明的前述的转向货币的现金交易并不矛盾,一方面“物物交换”作为传统的交易方式,相对于“少赚点”的现金交易确实利润率可能更高(即使计算时间物的成本),所以还有一部分人在早期倾向于采用物物交换。但“前担”与“后担”的合作确实体现了社会网络的“意识”。

可以说义乌后来商业集群的发展与鸡毛换糖所形成的“社会流动性”及其与商业流通性的契合关系密切。义乌人鸡毛换糖的同时,一方面积累本钱,另一方面也开了眼界,了解了各地的生产与发展需求,搜集各种商业信息,连同资金需求、技术需求、人力需求等。后来经商的不少成功者“知道市场信息,知道商品的价格,大部分都是通过鸡毛换糖经销获得的”(访谈个案FHQ)。经过实践操作积累了资本与经验的义乌农民,在遇到政策放开的时候,大批换糖人变成了商潮中的一支生力军,正如谢高华在1982年全县劳模、先进表彰大会上的讲话所说的,人民群众的积极性犹如“火山爆发一样”,人们开始敢于劳动致富,“农村那些会经营的人才更是大显身手”,大都从事小百货经营,苏溪公社龙华大队“全大队160户,只有6户没有干”(谢高华,1982)。这种群体性经商局面,为工商业并重时代的发展提供了充沛的市场主体来源。

五、归纳与分析:复数行动的形成逻辑

就义乌市场发展的过程而言,小商品经营合法化以前“走乡串户”的鸡毛换糖和1984年前后农民规模化经营“买全国卖全国”,再到后来的“贸工联动”,直到形成全球化“小商品的海洋”,各个阶段的经营形式、交易物等经济学的内容都发生了根本性的转变,比如“物物交易”转变到“货币交易”、从“鸡毛换糖”转变到百货经营、从现金交易转变为电子商务等,而且在这一过程中的政府引导与治理功不可没,尤其是在市场发展战略的制订与市场开拓方面,既激活、放大了市场活力,又逐步引导市场秩序走向规范(刘成斌,2014),但市场成功的社会基础仍然是承袭鸡毛换糖的商业文化传统。本文基于社会行动的视角来梳理义乌的鸡毛换糖过程及功能,意在能够从义乌人经商的行动模式中提炼出一些具有“亲和性”(不一定是因果)的商业伦理,进而为全社会的健康发展提供一些借鉴或反思。

韦伯在探讨社会行动的概念时认为社会行动就是行动者赋予其主观意义的指向他人的行为,韦伯对社会行动(行为)下定义时,无论是讨论其内涵还是列举其外延包括的例子时都特别强调“他人指向”。韦

伯反复强调“他人指向”是强调社会行为的“互动性”特征，“社会关系从双方的观点出发，客观上是‘单方面的’。然而，当行为者以对方的某种特定的对待他的态度为前提，并且以这些期待作为他自己行为的取向，这对行动的过程和关系的形成可能具有后果，而且大多数也会具有后果”（韦伯，1997：58）。韦伯对社会行动的（行为）定义强调“他人指向”和“互动性”特征对于分析经商行动的意义具备特有的价值，经商行动如果不考虑他人的利益而是完全依赖自己的利益作为出发点，其商业交易的后果是无法与交易对象建立长久的、稳定的、可持续的互动关系。

（一）农民经商与交易物的选择：“复数主体”与“鸡毛换糖”行动的“经验诱因”

浙江义乌市场兴起的“经营主体力量”是农民，农民经商带来了市场分化和持续繁荣，而其市场主体的最大特征就是“人多”——经营者众多造成了市场竞争的充分性，而不是走向以集体或国营经济为主导的市场体系（刘成斌，2011）。从前述文献资料可以看出，当初义乌农民在生存都不保的情况下，哪里有经商的本钱去做“大生意”呢？“鸡毛”和“糖”成为农民经商的可行选择。从鸡毛换糖的交易物来看，鸡毛的最大特色是“小”，中国人喜欢说“鸡毛蒜皮”以示其事之“小”。如果单纯看某一次交易，鸡毛的交易利润是十分有限的，农民经商在中国不但有着传统的士农工商的地位序列，而且义乌农民在计划经济时代还面临“政府”打击“投机倒把”的风险，一旦抓住那是轻则“没收”，重则“坐牢”。所以，义乌农民选择了“小”的商品交易类型以避免因为交易对象过大、重要而被国家工作部门或人员重视；既然是可以当作“鸡毛”一样忽略的交易，当然是单一的一次交易利润会比较“小”。如果单笔交易利润所得较小，再不进行多次交易，这个“行当”必然无法持续下去。所以，义乌农民要想把鸡毛换糖作为一种商业贸易经营下去，必须进行反复的、以量见长的“复数”交易，通过“不以利小而不为”积累较高的年利润率。由此，义乌农民追逐的鸡毛换糖交易完全不同于“资本利润”的贪婪型，这一点不符合马克思所描述的与利率成正比的资本贪婪本性，而是与恰亚诺夫所讲的“农民家庭结构是农民农场组织的最主要因素”，“农场经济活动规模的下限取决于家庭维持生存所绝对必需的物质利益的数量”（恰亚诺夫，1996：20-21）相似，与斯科特在《农民的道义经济学：东南亚的反叛与生存》中所描述的马来西亚农民那种并不追求收入的最大化，相反追求生存保障为底线的“生存伦理”（詹姆斯·C. 斯科特，2001：6）也近似。

从行动主体的“复数”来讲，义乌鸡毛换糖由于其小而进入门槛极低，可以说想做的农民都可以从事这一经营，义乌农民经商的兴起正是在1984年国家放开农民进城经商的条件后才发展起来（刘成斌，2011）。由于市场主体的“人数众多”而形成“集群”式经商，这种集群经营的一个重要特点就是由于充分的市场竞争导致商品和市场主体的可替代性非常强，也就是说采购者选择什么样的商品、选择哪家经营者进行交易都是有充分的选择余地和空间的。进而，可替代性促使经商者必须“薄利”，为了回头客和规模化经营形成“薄利多销”模式。从理论启示上讲，这一点也告诉我们，复数的、可持续发展的经商必须以充分的市场竞争为前提——我们必须打破垄断，让经营者失去“暴利”的特权。

（二）鸡毛换糖的交易对象：“千家万户”与复数行动的可行性

义乌农民反复用三个“千万”来形容他们“鸡毛换糖”生意的行动特征：一是申了千家万户，二是说了千言万语，三是走过了千山万水。这三个“千万”都是“复数”的体现，也是义乌工商业经营者至今自豪的“家底”传统。但很明显在这三个“千万”中，“千家万户”是最重要的，千言万语是针对千家万户中的居民而宣传的，没有了千家万户的居民作为交易对象，千言万语就成了空话、自说自话；走千山万水也是为了寻找到千家万户里的交易对象。所以，义乌工商业经营者要卖的千家万户居民日常要用的各种“小商品”，要交易

回来的是千家万户都会有但一家一户又不会量太大的“鸡毛”。义乌鸡毛换糖者如果只是瞄准少数人的“鸡毛”，其生意便难以养家糊口。

由于鸡毛是千家万户普遍拥有的“交易物”，义乌经营者交易的对象是以“量”取胜的“千家万户”；义乌人早期鸡毛换糖之所以到农村去送货上门，就是因为那里的交易者复数。规模化初期的薄利多销模式是以薄利的批发为行动的跳板，实现规模化多销为终极目标；到了交易、制造并重的国际化市场阶段，“蚂蚁商人”的称号形象而准确地说明了义乌人的“薄利”性，薄利吸引客户，客户繁荣市场，市场壮大发展，形成良性循环。义乌人的薄利行动模式让笔者想到了一个小故事，故事讲的是有一个小孩在大人们的眼中属于“傻傻”的那种，因为每当大人把一个五分的硬币与一个一毛的硬币同时扔在地上让他挑一个来归属自己所有的时候，他总是去拿那个五分的，从来不拿那个一毛的硬币。村里的大人甚至别村的很多人看到这个小孩子都觉得他不是那种智商低下的小孩，不相信这个小孩子会这么“傻”，于是自己掏出硬币来做“实验”，实验结果当然是看上去并不“傻”的小孩子真的是“智商低下”。而事实上这个小孩子正是利用了普通正常人的理性思维——利益最大化，而连续地重复性获得“五分硬币”，五分硬币一再重复，其得到的远远超过那些依靠追求利益最大化而去捡一毛硬币的行动选择。义乌人在市场交换过程中的思维就属于“要五分不要一毛”，我们不妨称其为低限度理性。^①这一概念不同于经济学上由于信息不对称而引起的有限理性，而是由行动者在信息对称的情况下，主动限制自己的利益最大化倾向，通过有限制的利益追求而实现可持续的利益重复和增长。

薄利多销的低限度理性“这样一种心态绝非天生自然的”，也不是单纯靠工资刺激生成的，以货币为依据制订工资的话，“不管是高薪或低薪都无法直接产生出这种心态，它只能是长年累月的教育过程的结果”（韦伯，2007：37），这里的“教育”是实践教育，是市场化行动实践中逐步历练、日渐提升形成的。义乌人早期的鸡毛换糖具有重要的行动模式奠基意义。鸡毛换糖阶段义乌的经商行动者是以体力劳动为主，游历范围较远，离家外出，惨淡经营，积累了丰富的人生经验，尝尽人间生存的酸甜苦辣。“光是离乡背井这个事实，便属于劳动强化的一个最有力的手段”，“光是在一个迥异于熟悉之地的不同环境下劳动这个事实，便足以打破传统主义，并产生‘教育’的效果。美国的经济发 展是多么地仰赖于这样的作用，几乎是不用加以分说的”（韦伯，2007：19）；义乌人“鸡毛换糖”的经商传统对于义乌小商品业“薄利多销”经营模式具有决定性意义。早期鸡毛换糖的经商者通过与各层次的人打交道，了解各地的民情风俗，既增长了见识，也增加了实践能力。鸡毛换糖阶段从最底层的打拼开始积累自己的商业资本，其行动的惯习特征是勤俭、节约、吃苦耐劳，“艰苦创业”是义乌先富起来的农户的共同经验（谢高华，1982），在这一点上，颇有韦伯所说的“入世苦行”的色彩（余英时，1987：69）。义乌人早期“鸡毛换糖”阶段所经历的生活方式及其形成的商业行动习惯为后来从事工商业奠定了特有的人力资本和道德基础，无论是在媒体宣传的报道上，还是在社会调查过程中，笔者注意到义乌的商人大多数都非常反感炫耀财富，也就是通俗所讲的义乌人非常低调。这与他们鸡毛换糖阶段的艰苦经历有着不可分割的联系，试想如果是“一夜发财”、不懂得创业艰辛的暴发户，怎么勤俭节约得起来呢？总体上讲，鸡毛换糖阶段的经营者是农民，属于劳苦阶层，贫穷使其经商，劳苦使其朴实，进而形成一种商业经营的道德境界——在寻求生存的努力中具有追求财富的“天职”观念，这

^① 笔者一开始一直用有限理性的概念来表达，但有限理性只是表征不是无限，而且容易让人联想经济学的分析并无法准确地表达出“只要五分不要一毛”的内涵，所以本研究用低限度理性。

是义乌人经商成功的内在基因。因此,就义乌经验来看,其资本主义工商业并没有经历“冲击—反应”,而是在本国的经济政策等客观条件许可的情况下,能够从本地“鸡毛换糖”或类似的传统中衍生出来。“鸡毛换糖”这种内生的经营模式及其文化传统既不是外来的“冲击”,也不是新教的“功能等价物”(单世联, 2004),因为新教伦理是一种精神“信仰”,而鸡毛换糖只是一种“实务”的生计。

(三)心理习惯与复数行动模式

根据义乌农民在鸡毛换糖生意中的经济诉求高度来讲,他们的经济欲望并不高,起初是出于“补贴家用”,也就是农民所讲的“副业”定位,后来纯粹的工商业经营也在一定程度上局限于“知足常乐”的习惯,这一点说明“农民就是农民”。义乌农民在改革开放之前的计划经济时代,所从事的鸡毛换糖大多数“行动者”在行动的出发点(动机)上并不是要做什么大生意,就单纯从当时客观的时代背景、制度条件来讲,这也根本不可能,人们吃饭都成问题的背景下,义乌农民也同样面临“吃饭”这一头等大事。社会人的行动动机和逻辑并不由其个人决定的,而是由其所处的“社会事实”^①所形成的结构决定的。由此,义乌人在改革开放前甚至包括改革开放初期,其“鸡毛换糖”和演变成小百货的开始阶段,其行动的初衷主要是追求生存型利润,而不是追求“创造事业”的野心与“霸业”。由此,这种动机追求层次也反过来使义乌人在做生意的过程中,能够对“薄利”的交易保持比较满意的心态。这种心态对义乌农民长期坚持“薄利”的复数行动提供了心理逻辑的支持。

义乌人“鸡毛换糖”靠“灵活”而不是靠“胆大”。小空间的缝隙需要讲究“灵活”,灵活地发现市场需要,灵活地补缺空位,灵活地寻求信息差,灵活地交易以方便“顾客”等。鸡毛换糖的流动经营,之所以是流动,首先是为了迎合“农民”日常生活小商品需求这一市场;同时,国家相对忽视这一“过小”的商业领域,而农民单纯为了“针头线脑”的小事多数情况下也不愿意单独到镇上去跑一趟,义乌人鸡毛换糖的灵活首先是在商业市场的定位上摸准了“国家忽视”、农民需求的“小市场”;其次,送货上门的鸡毛换糖又节约了农民“赶集”到乡镇上往返的“交通成本”(时间、人力);第三,义乌人“鸡毛”及其相关“回收”商品大大提高了农民交易的积极性,因为现金可以,塑料布可以,甚至本来不太有用的“鸡毛”也可以。这三点充分表明,义乌人鸡毛换糖的市场“灵活性”,这与现如今“胆大”的房地产商完全是不同的行动逻辑。

表2 义乌经验的行动模式及其商业伦理的逻辑结构

商业起点	经营过程	行动功能	伦理渗透
鸡毛换糖	本钱小;进入门槛低; 商业定位:副业,有钱赚总比没钱好; 经营者众多;可替代性强; 经营理念:以薄利多销、反复交易实现“量”的增长; 交易形式:逐步多元化、规模化	经济资本、人力资本、社会资本的积累,而且三者并非孤立或有所偏废,而是和谐相融的共同体	复数行动:能够立足长远利益而克服短期行为。

从义乌农民转变成市场经营的主体力量并且具有一定的特殊的人力资源特性的分析可以看出,“实践形塑着一种经济,它遵循着某种固着的理性,但这种理性却不能局限于经济理性”,实践中的经济行为“受着历史和情境的双重限制”(布迪厄, 2004: 162-163)。但这种双重限制条件下形成的“复数行动”在商业上具有重要的伦理意蕴,打破了主流经济学所鼓吹的“纯粹的”“完全的”市场哲学,从而表明不完全“透明”

^① 按照涂尔干的说法,社会事实有显性的,还有隐性的,也就是说,不论行动者是否意识到了“结构”的力量,“社会事实”都会“强制性”地对个人的行动发生影响。具体参见涂尔干《社会学方法的规则》第一章。

的市场、不充分的市场信息、不孤立的经营角色依靠复数行动可以实现持续性发展。我们在论及市场发展的“精神”时,应该反对商人那种“为利扬帆赴地狱,哪怕炼火灼尽帆”的胆大无畏的个人“嗜欲”,因为单纯地以赚钱“充实自我利益的贪欲并不是一种精神”,而仅仅是一种缺乏“自觉”的、陈旧的利益冲动,而利益冲动与人类历史一样久远,所以中国社会当下乃至全球应当主张一种“带有伦理色彩的生活样式准则的性格”(韦伯,2007:27-28,32-33)。

但反观中国整体的市场化现状可以发现,无论是在“复数的经营主体”或者是在“复数的经营理念”上都还存有不足,在国家安全之外的诸多民营领域,还存在诸多的垄断,无论是交通领域或是信息产业,都缺乏充分的市场竞争主体权限的放开;在复数的经营理念上更有待弘扬与建设,就以食品安全当中的奶粉安全为例,正如一篇《洋奶粉奇贵,国产奶粉要争口气》的新华社评论所说,中国奶粉产业必须“甩掉捞一票是一票、只顾今天不顾明天的恶习”,才能“把自己的产品和服务质量搞上去”,也才能挽救中国人对国产奶粉的信心。复数行动在市场体系中所具有的商业伦理价值正如法国社会学家佛朗瓦·佩鲁指出的,“经济体系总是沉浸在文化环境的汪洋大海之中。在此文化环境中,每个人都遵守自己所属共同体文化的规则、习俗和行为模式,尽管未必完全为这些东西所决定”(中国社会科学院义乌发展文化探源课题组,2007:29)。复数行动如果算是一种文化积淀的话,其得以循环、持续的前提是必须以市场集群而不是垄断、以市场诚信而不是欺诈为必要支撑条件。如果是市场由少数几个企业主体所垄断,注定是无法形成市场经营者的自由竞争、薄利意识,义乌市场的兴起是一种靠成千上万的“农民经商”进而促进市场分化并形成集群经营模式(刘成斌,2011)。集群经营中的市场主体由于经营者的“复数”使购买者有了充分的选择替代,从而经营者不可能形成“暴利”。

参考文献:

- 单世联,2004,《韦伯命题与中国现代性》,《开放时代》第1期。
- 杜维明,1989,《新加坡的挑战:新儒家伦理与企业精神》,北京:生活·读书·新知三联书店。
- 杜尚诚,1993,《中国传统伦理与近代资本主义——兼评韦伯〈中国的宗教〉》,上海:上海社会科学院出版社。
- 布迪厄,2004,《实践与反思》,李康、李猛译,北京:中央编译出版社。
- 金耀基,1999,《从传统到现代》,北京:中国人民大学出版社。
- 刘成斌,2011,《农民经商与市场分化——浙江义乌经验的表达》,《社会学研究》第5期。
- ,2014,《活力释放与秩序规制:浙江义乌市场治理经验研究》,《社会学研究》第6期。
- 陆立军,1997,《中国小商品城与农村经济发展的义乌模式》,《商业经济与管理》第6期。
- 马克思、恩格斯,1972,《马克思恩格斯选集》(第1卷),北京:人民出版社。
- 恰亚诺夫,1996,《农民经济组织》,萧正洪译,北京:中央编译出版社。
- 王满传,1992,《亲属关系与我国农民企业的发展》,《社会学研究》第4期。
- 韦伯,1997,《经济与社会》,林荣远译,北京:商务印书馆。
- ,2007,《新教伦理与资本主义精神》,康乐、简惠美译,桂林:广西师范大学出版社。
- 谢高华,1982,《全县人民静下心来,放开手脚劳动致富,为国家为人民作出新贡献》(摘录),据义乌档案馆记载的时任县委书记谢高华在全县1982年度劳模、先进表彰大会上的讲话稿。
- 余英时,1987,《中国近世宗教伦理与商人精神》,台北:联经出版社。
- 詹姆斯·C. 斯科特,2001,《农民的道义经济学:东南亚的反叛与生存》,程立显等译,南京:译林出版社。
- 浙江省文史资料委员会编,1997,《小商品大市场——义乌中国小商品城创业者回忆》,杭州:浙江人民出版社。

中共义乌县委办公室编,1982,《解放思想,搞活管好小商品市场——开放稠城镇小商品市场的情况》,中共义乌县委办公室编印的情况汇报材料。

中国社会科学院义乌发展文化探源课题组,2007,《义乌发展之文化探源》,北京:社会科学文献出版社。

朱秋霞,1998,《网络家庭与乡村私人企业的发展》,《社会学研究》第1期。

Plural Trades between Feather and Sugar: The Theoretical Inspiration of Yiwu, Zhejiang Experience

LIU Cheng-bin

Abstract: The phenomenon of exchange between feathers and sugar as a focal point is analyzed in the paper. The order of this paper is to indicate the complex action as the basis for the formation of Yiwu commercial cultural heritage. Those peasant businessmen chose the chicken feather for sugar because of their small capital. Due to the threshold is so low that the management subject is numerous and full substitutability, the low profit is formed with the avocation of household sideline production. For large-scale and continuous operation, the pursuit of repeat is formed to achieve “turnover”. Those businessmen of Yiwu accumulated economic capital, human capital, social capital through this pattern of “complex action”. Feather trade is so small that it’s incentive for the pattern of complex action with the characteristics of limited desire and low rationality. The trading customers are so many that it’s feasible for this pattern. The habit of practice and regional culture is formed in Yiwu. The topic of “complex action” is important in ethical for restructuring the mind of commercial operations, for establishing a stable and sustainable commercial order especially in preventing short-term behaviors.

Key words: complex action; trade between feather and sugar; Yiwu pattern

(责任编辑:王水雄)