

貧困から **行商** からのスタート。(国営企業がなかった。農民出身の書記。)⇒**情報**～当初は全国から国営企業の在庫残品を集めて販売していた。

行商による **マーケティング** （売れるものは何か？求められているものは何か？）

政が民を支援（稼がす政策⇒**稼ぐ政策・稼ぐ自治**）

義烏市書記謝高華が商売（密売）を解禁する「義烏市1号通告」を発布。

商人（行商人）ニーズ調査、マーケティングは不可欠な存在である。商人と生産者は密接な関係が必要。

興商建市 （商業を発展させることで産業都市を建設する）

国内で類似市場の出現。

引商建工 （生産基盤を持たない卸売業中心の地域経済から軽工業品の生産基盤も併せて開発していく地域づくり）

（工業を興し発展させ、それにより商業の発展を図るに転換。売れるものを見つけ、それを地域内で生産する。地域外に依存していた仕入れを地域産に移行していく。 ⇒ **産業集積（クラスター）形成** （稼げるから集まる・相乗効果・競争）

義烏是如何突出重困、化危為机的当地政府和企業打出的是一套組合拳。政府推動企業加快轉型升級，促進“小商品、義烏造”向“小商品、義烏創”轉變。義烏は如何にして何重もの包囲を突破し、危機をチャンスに変えることができたのか。当地の政府と企業が打ち出したのは一連の合わせ技である。政府は企業に経営スタイルを変革、グレードアップし、「小物商品、義烏製造」から、「小物商品、**義烏創造**」へ転換するよう促した。

風光明媚な浙江省からのい脱皮・大分県の一村一品運動を参考にした専門市場政策（郷鎮企業）* 習近平書記 2002～2007

風光明媚な観光資源+集積専門市場による産業ツーリズムにより、**活性化を加速**。外資資本を拒否。江蘇省との違い。

（国家風景名勝区が17カ所、国家クラス観光リゾート区1カ所、省クラス観光区15カ所、AAAA級観光地64カ所、国家重要文化財保護区132カ所、省クラス重要文化財保護382カ所など観光資源大省から、観光経済大省へ移行した。）