

服务至上 引领创新

21世纪是一个服务主导的时代。政府服务于人民,企业服务于社会,而我们——《浙江商贸》服务于企业和政府,为之搭桥,为其铺路,集聚各方之力,为浙江商贸流通业新一轮跨越发展添砖加瓦,与您共同见证浙江商贸流通的每一个历史时刻!

30多年来,秉承“通商惠工”主张的浙江人,发挥“四千精神”争相“造市”,抢先释放了市场经济活力,将“两头在外”的家乡一举建成“市场大省”。今天,我们不仅在专业市场、百货等领域拥有一大批传统商贸龙头,而且在电子商务、现代物流、连锁经营等领域涌现出一大批蒸蒸日上的新兴名企;不仅成就了一批全国乃至全球著名的企业家,更重要的是成就了世界闻名的“浙商”群体,将为新时期浙江建设“现代商贸流通强省”,提供持续坚强的动力。

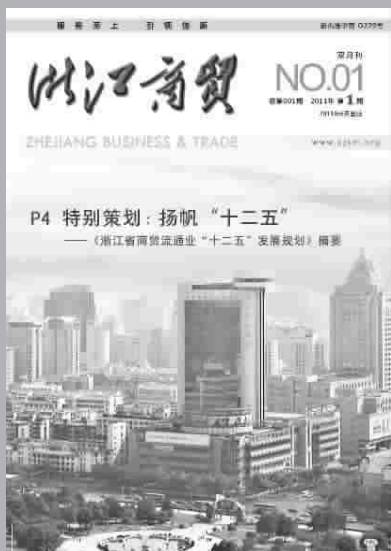
我们秉承科学发展理念,以“服务至上 引领创新”为宗旨,为您提供一个平台,跟踪探讨浙江商贸流通发展的热点问题和理论前沿,宣传相关政策法规,介绍先进经验和典型案例,记录浙江商贸流通企业的发展和创新轨迹,汇集各方关于浙江商贸流通发展的新思想和新理念,探索建立现代商业文明和市场秩序。

我们希望浙江商贸流通在竞争力中充满创造力,在创造力中迸发生命力,在生命力中展示凝聚力。求实进取,开拓创新,与时俱进,勇往直前——而这一切,我们将去关注他、见证他、融入他……

值此喜迎建党90周年之际,我们乘着“十二五”开局的东风启航,将努力成为一本权威性、指导性、实用性的服务性刊物。而我们的力量来自于企业,来自于政府,来自于社会,更来自于您!

我们未来的精诚服务之路,真挚期待您的支持与参与!

《浙江商贸》编辑委员会



2011年 **1** 期 总第一期

主管单位: 浙江省商务厅

主办单位: 浙江省商贸业联合会

浙江省商业经济学会

承办单位: 浙江省国际经济贸易研究中心

名誉主任: 徐鸿道

顾问: 周日星 胡祖光 吴克强

法律顾问: 浙江六和律师事务所 王洪燕律师

主任: 吴德隆

副主任: 钱锦根 骆光林

委员(按姓氏笔画排列):

马其华 王晓哲 卢成南

刘庆龙 刘忠建 陈 敏

何忠民 陆兆禧 沈 滨

吴波成 吴德隆 杨 军

杨松柏 张汉东 张际松

张青山 郁义龙 郑勇军

周自力 骆左强 骆光林

赵伯祥 钱锦根 陶晓莺

翁南道 徐祥燕 夏国桥

章凤仙 童民强 董伟平

梁建军 黄英杰

主 编: 吴德隆

执行主编: 林士俊

副 主 编: 魏君聪 何添锦

责任编辑: 冯 漪

编 辑: 林世娟 张希明 冯英玲

P4 特别策划: 扬帆“十二五”

2011年是“十二五”的开局年

浙江商贸将在这一年里再度扬帆起航



目 录

◆ 创刊词

01 服务至上 开拓创新

◆ 特别策划: 扬帆“十二五”

04 《浙江省商贸流通业“十二五”发展规划》摘要

11 我省商贸流通业转型升级的战略思考

17 物产集团: 2015 剑指 3000 亿

20 兴合集团: 做大做强的“十字真经”

22 浙江农都: 站在新一轮的起点上

25 杭州解百: 百年品牌的文化魂

28 三替: 小理念, 大作为

30 商业强省的缺憾与感召

◆ 政策速递

31 国务院公布《关于规范商业预付卡管理的意见》



31 商务部、发改委、供销总社联合印发《商贸物流发展专项规划》

32 省商务厅、省财政厅联合出台品牌专卖连锁网络建设试点工作实施办法

33 杭州将推进“购物天堂、美食之都”建设

◆ 要闻集锦

>>>>

34 苏宁蝉联 2010 中国连锁百强榜首等 8 条

36 浙江省服务业发展大会在杭州举行等 11 条

◆ 璀璨新星

>>>>

40 翁南道:IT 连锁中国,模式创新商业

43 赵伯祥:与 3G 时代共舞

◆ 他山之石

>>>>

47 广东试水“平价商店”

◆ 数据速览

>>>>

50 全国 1-5 月商贸流通与消费数据

51 浙江 1-5 月商贸流通与消费数据

浙江省商贸业联合会

地 址:杭州市体育场路 415 号宏都商务
楼 C 座 3 楼

邮 编:310006

电 话:0571-85069996

传 真:0571-85069995

网 址:www.zjshm.org

E-mail:smylhh@126.com

浙江省商业经济学会

地 址:杭州市滨文路 470 号

邮 编:310053

电 话:0571-58108091

传 真:0571-58108091

E-mail:hzhjtj57180577@163.com

浙江省国际经济贸易研究中心

地 址:杭州市延安路 470 号

邮 编:310006

电 话:0571-28939295

传 真:0571-28939295

E-mail:zj_shangmao@126.com

承 印:杭州市恒力通印务有限公司

电 话:13516822304

[编者按] 2011年7月1日,是中国共产党90周年生日。回首20世纪上半期,在外国资本主义和官僚资本长期垄断,以及日本侵华战争和国民党发动内战的影响下,浙江商业氛围惨淡,基础设施散乱,市场物价飞涨,人民生活困苦,商业基础非常薄弱。新中国成立以后,浙江人民在伟大的中国共产党领导下,艰苦奋斗,不断探索,浙江商贸业快速恢复并得到了新的发展,特别是中国共产党十一届三中全会的胜利召开以来,开启了浙江商业发展的一个新里程,基本形成适合社会主义市场经济发展要求的商贸流通体系。新世纪我省以科学发展观为统领,深入实施“八八战略”和“创业富民,创新强省”总战略,已初步建成“现代商贸流通强省”。今年6月中旬,《浙江省商贸流通业“十二五”发展规划》正式发布,我们必能再创浙江商贸流通发展的新辉煌。

《浙江省商贸流通业 “十二五”发展规划》摘要

为有序引导“十二五”期间我省商贸流通业发展,根据全省“十二五”发展规划总体思路和服务业发展规划要求,制定《浙江省商贸流通业“十二五”发展规划》,规划范围包括:生产资料流通、工农业品销售等生产性商贸服务业;零售、餐饮、社区商业等生活性商贸服务业;典当、旧货、拍卖、成品油等特种商贸业。同时,对连锁经营、电子商务、物流配送、现代会展等现代流通方式和百货、超市、专卖店、商品交易市场、商业街等商贸业态的发展提出指导性意见。本规划期限为2011年~2015年。是“十二五”期间指导全省商贸流通业发展的纲领性文件。

●发展现状和面临的形势

(一)“十一五”商贸流通业发展评价

“十一五”时期,我省商贸流通产业规模持续扩大,城乡商贸服务网络日趋完善,现代化程度不断提高,产业综合竞争力不断增强,顺利完成了“十一五”规划的主要目标,初步形成了现代流通方式和传统流通业态协同发展、生产性商贸流通业和生活性商贸流通业同步推进、“引进来”和“走出去”双向互动、城乡市场一体化进程不断加快的良好发展格局。

(二)“十二五”商贸流通业

面临的形势

“十二五”时期,我省商贸流通业正迎来难得的发展机遇,但任务也十分艰巨。

“十二五”期间,全球经济发展模式发生深刻变化,国内经济增长模式逐步向内需外需协调拉动型转变,商贸流通业发展空间更加广阔。然而,“十二五”期间仍处于后金融危机时期,国内外消费市场竞争加剧,且随着电子商务、高铁的快速发展,以及我省城市化进程加快和经济发展方式的转变,对商贸流通业提出了更高的要求。

从发展的机遇来看:一是商贸流通战略地位不断提升。在我国将扩大消费内需确定为长期战略导向的背景下,全省消费品市场将保持繁荣活跃的良好态势;同时,国家发改委批准我省作为“转变经济发展方式综合试点”首个重点联系省份,我省商贸流通业在开拓市场、扩大消费和产业结构调整等方面将发挥更重要的作用。二是商贸流通发展空间更加广阔。“大流通、大市场、大贸易”的现代化全过程流通格局正逐步形成;网络购物、信用消费、移动电子商务等消费模式快速发展,物联网、高铁等新技术的应用使城市之间的商圈互补联动成为现实;传统商品批发市场等业态将逐步与会展、物流等生产性现代商贸服务有机融合;再生资源回收体系的建设,将推进“双向流通”的发展,成为“十二五”商贸流通业的重要增长点。三是全省新一轮战略布局为商贸流通业提供新平台。“十二五”时期,是我省全面建设惠及全省人民小康社会的攻坚期,工业化、



“万家企业电子商务推进工程”启动仪式

信息化和城市化步伐加快,经济社会发展全面转型;海洋经济发展战略定位,将推动宁波—舟山港口一体化,加快发展我省港口物流业;义乌国际贸易综合改革,将加速市场、城市和产业的融合;制造业集群示范区建设和新型城镇化建设的加速推进,也为我省转变商贸流通发展方式,深入谋划商贸产业布局创造良好条件。

挑战因素也不容忽视:首先是商贸流通业竞争更加激烈。作为沿海经济发达省份,浙江一直是国内外零售企业必争之地,特别是受后危机影响,我省商贸流通领域面临的竞争十分严峻。其次是商贸流通体制改革更加艰巨。管理体制上,政出多门的现象依然存在。经营体制上,流通领域组织化程度较低,传统市场主体大而不强,现代流通企业小而散的局面没有根本性改变。第三是商贸流通创新发展更加紧迫。市场国际化程度不断提高、中西部快速发展、工业化和信息化步伐加快,我省商贸流通业得传统优势正

逐步弱化;随着长三角一体化进程不断加快,商业中心对周边消费市场的辐射半径将大幅度延伸,我省亟需形成商贸流通业发展新优势。

●发展目标和战略重点

(一)发展目标

到2015年,全省批发零售贸易业商品销售总额突破6万亿元,社会消费品零售总额达2万亿元,年均实际增长12.5%左右;批发零售和住宿餐饮业增加值占全省生产总值的比重保持在11.5%左右;批发零售和住宿餐饮业从业人员占全社会从业人员比重达16%左右。

按照“发展大商贸、建设大市场、促进大流通、实现大转型”的总体要求,推进商贸流通产业发展。争取到2015年,全省基本形成便捷、安全、优质和多元化的城乡现代生活性商贸流通网络;初步实现高效、节约、增值和内外贸一体化的现代工农业产品流通网络;流通产业竞争力不断增强,市场监测和预警机

制更加完善,商务信用和行业监管机制逐步健全,政府服务更加高效,基本实现“现代商贸流通强省”。

(二)战略重点

按照基本实现“现代商贸流通强省”的战略目标,“十二五”期间,浙江商贸流通业发展要深入实施转型发展、联动发展、统筹发展、节约发展、特色发展等五大战略重点。

一是转型发展。逐步确立连锁经营、电子商务等现代流通方式在商贸流通业中的主体地位;实现流通主体组织方式现代化,提高市场集中度;加快发展总经销、总代理,缩短流通环节;大力推动电子信息、机械自动化、无线射频识别等先进技术在商贸流通领域的应用;积极培育大型流通企业,推动流通产业从销售终端向整个流通环节延伸,提升商贸流通对上游产业的引导控制力。

二是联动发展。按照“跳出流通发展流通”的思路,通过建立健全现代工业品流通网络、加快建设农产品流通网络、丰富商贸企业产品服务内容等措施,加强贸工联动、贸农联动,以及实现商贸业与旅游、金融、交通运输等其他服务业之间的联动发展。

三是统筹发展。统筹内外贸发展,加快推进内外贸一体化,逐步形成统一开放、竞争有序、互利互补的全球大市场;统筹城乡发展,突出中心城市对周边城镇的市场辐射力,加强城镇和乡村商贸流通设施的建设,加快城乡商贸一体化进程;统筹业态发

展,改造提升传统商贸业态,培育大型商贸流通企业,扶持中小商贸企业。

四是节约发展。按照资源节约型发展模式和循环经济的总体要求,推进通畅高效的现代流通网络建设,降低流通环节的各种损耗;加强市场运行监测,科学反映市场供需动态和发展趋势,促进生产和消费的有效对接,减少资源浪费;注重逆向物流发展,加快再生资源回收体系建设,逐步推进“双向流通”发展机制;深入实施商贸领域节能降耗,努力构建资源节约型经济发展模式。

五是特色发展。结合各地市场规模、产业特色和消费水平,合理规划网点布局和业态结构,指导各区域商贸业发展。突出杭州、宁波、温州、金华-义乌和衢州等中心城市消费市场规模和能力优势;突出产业特色和行业优势,鼓励各地错位发展;加大省属综合性流通企业培育力度,打造一批具有国际竞争力的龙头企业。

●主要任务

“十二五”时期,我省将按照转变经济发展方式的总体部署,加快推进生产性商贸流通体系、生活性商贸流通体系和农村现代商贸流通体系建设,实施商贸流通产业竞争力提升工程,建立健全监测预警和行业监管机制,简称“三体系一工程两机制”,共六大发展任务。

(一)围绕消费促进和升级,完善生活性商贸流通体系

构建完善的消费服务网络。加快发展社区标准超市和便利店,大力发展品牌连锁专卖店,有序发展大中型商业设施,推动日用消费品交易市场商场化改造;提升发展传统零售业,加快发展都市物流配送服务,鼓励发展新型购物方式,推进品牌直销购物中心(Outlets)建设,规范发展无店铺销售;完善促销手段,打造一批有影响力的品牌促销活动;探索发展个性化营销,培育一批细分行业消费服务品牌;完善售后服务,加强消费者权益保障。

加快促进消费升级换代。继续鼓励汽车消费,完善汽车消费信贷服务;继续挖掘装饰建材、电子信息和通信产品消费,加快拓展服务消费领域,积极培育新的消费热点;深入实施“以旧换新”,分阶段拓展选择以旧换新的消费品种类,加快促进消费升级换代;推进二手车市场改造升级,建立健全交易信息平台;完善信用体系建设,大力发展信用消费。

大力发展居民生活服务业。积极培育省级社区商贸服务示范企业,提升全省社区商贸服务水平;鼓励社区商贸企业运用连锁经营等方式,到社区设立各类便民服务网点;实现地级市综合性社区服务平台全覆盖,并逐步向县城和乡镇延伸;推动地级市全面实施标准化菜市场示范工程,逐步带动县(市)和城镇菜市场改造提升;支持汽车快修服务进社区;鼓励加油站加快发展日用消费品零售业务;积极推进美容美发等生活服务业发展。

提升发展餐饮业。实施餐饮业“三名”工程;推进餐饮服务标准化建设,发掘和培育“浙菜”品牌,引导中式正餐企业连锁化发展,支持品牌餐饮企业做大做强。充分挖掘我省地方餐饮特色和文化资源,引导餐饮企业错位发展;积极推进“放心早餐”工程,在大中城市发展主食加工配送中心,支持发展“集中生产、统一配送、连锁经营”的早餐门店、早餐亭(车);大力发展餐饮夜市。

打造生活服务集聚区。根据各地消费水平和习惯,推进不同层次的生活消费集聚区建设。结合城市消费文化和习俗,支持有条件的城市(镇)建设商务休闲街区、夜间休闲街区、旅游休闲特色商业街区等,打造一批省级特色商业示范街,进一步改善城市消费环境。

(二) 围绕工业经济发展和提升,健全生产性商贸流通体系

建立通畅高效的工业品流通网络。鼓励工业企业建设自主品牌连锁专卖网络,实施“名品进名店”工程;支持有条件的企业建立从原材料采购到产品销售服务的电子商务系统;进一步培育第三方电子商务交易平台,发挥“电子商务推进工程”等政策对中小企业开展电子商务的引导作用;稳步推进省外“浙江名品贸易中心”建设。

推进工业品流通内外贸一体化。深入开展产销对接,组织适销对路的浙江产品进入国内外零售企业采购网络。积极引导国内外零售企业在浙江设立区域总部、采购中心和物流中心;

推进境外营销网络和海外贸易中心建设;实施外贸转内销工程,搭建对接平台;鼓励企业赴境内外参展和促销。

建立健全新型生产资料供应网络。鼓励在生产资料流通领域应用现代流通方式;针对特定行业,建立和完善统一的生产资料购销网络和现代化仓储物流设施;努力培育一批生产资料流通龙头企业,加强企业间合作,形成上下游有机融合的供应链;推进水泥散装化,继续保持我省水泥散装率在全国各省区的领先地位。

大力发展再生资源回收网络。逐步形成双向流通的商贸服务新模式;完善回收网点,发展新型回收方式;合理建设再生资源分拣中心和集散市场;支持报废汽车回收拆解企业改造升级,有序发展电子废弃物回收拆解;培育再生资源回收龙头企业,形成以回收网点为基础、集散市场为依托、龙头企业为骨干的“三位一体”再生资源回收体系;积极参与国家再生资源回收体系建设试点,开展省级再生资源示范城市建设。

积极建设生产性商贸服务集聚区。加快品牌展会培育,进一步办好综合性展会,结合块状经济特色,培育专业性展会;引导有条件的产业集群分离外包物流、营销、生产资料供应等服务,加快形成集约化、专业化的物流配送体系;推进商品批发市场转型升级,推动有产业依托的商品批发市场逐步向生产性综合商贸服务区转型。

(三) 围绕农村经济发展,建

“十二五”时期,我省将按照转变经济发展方式的总体部署,加快推进“三体系一工程两机制”,共六大发展任务。即:完善生活性商贸流通体系,健全生产性商贸流通体系,建设农村现代商贸流通体系,实施商贸流通业竞争力提升工程,建立高效的监测预警机制,完善商务信用和行业监管机制。



浙江省“家电下乡保质量优服务讲诚信活动”启动仪式

设农村现代商贸流通体系

加快农村消费市场网络建设。支持商贸流通企业加快发展农村连锁超市,提高农村连锁网点覆盖面;加快推行“一网多用”,支持农村超市扩大经营范围;支持商贸企业采用公交车搭货、上门提货和农产品易货等配送方式,提高农村商品统一配送率;推动农村连锁超市信息化改造,加强从业人员培训;建设“浙江农村电子商务网”,加快农村流通现代化;整合农村商贸资源,鼓励发展农村综合商贸服务社。

积极培育农村消费增长点。继续推动家电、汽车、摩托车等耐用消费品下乡,扩大政策效应;研究出台符合我省农村消费市场的政策,推动更多适销对路的工业品下乡;加大农村市场供应,调整产品结构;挖掘农村消费潜力,培育庙会等具有农村市场特色的“购物节”;大力发挥“农家乐”、“农家菜”等乡村特色产业优势,吸收城市消费群体到农村消费;推动文化娱乐、家政服务消费产品向农村延伸,不断培育农村消费增长点。

建立农产品现代流通网络。

支持建设一批现代化农产品展销中心、仓储中心和物流配送中心,进一步完善农副产品冷链物流;改造升级一批大中型产地农产品批发市场和销地农产品批发市场,培育一批大中型农产品流通企业;推动“农超对接”、订单农业、经纪人营销等流通模式发展;推广信息技术应用,提高农产品流通效率;依托茶叶、蚕茧等我省优势农产品,探索发展拍卖、期货等交易新模式。

进一步完善农资供应网络。加快推进农资连锁经营网点建设,建立以集中采购、统一配送、统一定价的现代农资流通体系;加大农资流通龙头企业培育力度,鼓励企业发展连锁网点,建成基本完善的农资销售网络;完善农资售后服务,建立健全农资检测和监督机制,改善农业生产技术指导和农资售后服务;探索发展大型农机租赁、农资和农产品易货贸易等服务模式。

(四)围绕发展方式转变,实施商贸流通业竞争力提升工程

大力发展现代流通方式。推动连锁经营向现代服务业拓展,

由城市向农村市场延伸,切实提高连锁率;依托产业集群和专业市场,推进行业电子商务平台建设;加快培育一批购物网站;鼓励发展移动电子商务、社区电子商务和企业供应链电子商务,提高电子商务销售比重;大力发展物流配送中心,完善商贸企业配送网络;加快建设城乡生活配送服务体系和生产资料加工配送网络;引导物流配送企业推广装卸机械化和配送自动化,大力发展冷链物流;积极培育第三方物流企业;大力发展总经销、总代理等现代营销方式;推进商品交易市场经营户的公司制改造,提高市场集中度;推进大型商贸企业自有品牌销售,规范发展虚拟经营。

加快培育商贸流通龙头企业。完善各项政策,培育重点流通企业,形成国家、省、市三级培育机制;支持流通企业实行跨区域乃至跨国经营战略,努力发展一批大型流通企业集团;支持中小流通企业实行特色化、专业化、品牌化经营,鼓励中小流通企业采用加盟合作等方式;培育龙头商品交易市场,改造提升一批生产资料批发市场、日用消费品市场和农产品批发市场;加大流通企业商标、商号等知识产权保护力度,鼓励商贸企业积极申报中国驰名商标、中华老字号和商业名牌,开展浙江老字号认定;进一步推进金鼎百货、钻级酒家等国家层面的商贸企业等级评定。

有效整合商贸流通资源。支持我省零售企业通过联合采购,提升商品定价优势,降低采购成本;支持我省优势产业的关联企业,进行销售终端共享,推行整

体销售,共同培育产品品牌;针对流通企业共性问题,加强管理模式和技术研究,采取政府购买公共服务等方式,推广流通领域管理模式和科技的应用。

有序发展特殊商贸服务业。加强成品油市场规划和监管,完善成品油零售和批发网点布局,探索发展撬装式加油站,逐步建立成品油现代销售体系;合理规划典当行业规模,推进典当业品牌化和规模化经营,提升典当行的资金周转速度和融资能力;推进拍卖行业结构调整,鼓励拍卖企业进一步做强做大,支持拍卖企业开拓无形资产拍卖业务和社会委托等拍卖业务;贯彻落实《浙江省生猪定点屠宰厂(场)设置规划》,推进生猪定点屠宰场升级改造,提高生猪定点屠宰率;研究制定药品流通发展规划,推进现代医药流通网络建设。加强烟草、食盐、烟花爆竹和危险化学品专卖网络建设和监管。

(五)围绕市场调控能力提升,建立高效的监测预警机制

加快建立健全市场运行监测网络。不断完善监测制度,优化样本结构,扩大监测范围,逐步推广市场运行监测市级平台建设,着力构建一体化、多层次的市場运行监测信息体系;整合社会各方研究力量,打造专职分析人员和专家相结合的市场运行分析队伍,不断提高市场运行的预测、预警能力。

健全重要商品和生活必需品应急调控机制。深入推进粮食流通体制改革,保障粮食市场供应和价格稳定;完善生活必需品和重要商品储备制度,提高

储备规模;建立和完善政府储备和商业代储相结合的现代储备制度;健全重点调控商品应急响应企业联系制度,加快应急资源动态数据库建设,建立应急采购、加工、调用和补偿工作机制,有效整合社会应急资源;完善“菜篮子”市场供应协调机制,以猪肉为重点,完善应急预案和调控体系。

建立健全产业安全预警机制。发挥预警机制在维护产业安全中的基础性、前瞻性、预防性作用,进一步完善“一体两翼”的产业损害预警机制建设;有序推进产业安全数据库扩容工程;推广运用“浙江省产业损害预警监测分析系统”,加强对重点产业产品的预警监测。

建立和完善贸易救济援助机制。结合我省实际,立足维护国内产业安全,逐步探索建立完善贸易救济援助机制;探索建立贸易救济援助的地方性工作规范,设立贸易救济援助专项资金,为受损企业申请贸易救济措施提供技术援助,为受损严重或自身恢复能力不足的企业和产业提供支持。

(六)围绕发展环境优化,完善商务信用和行业监管机制

加强商贸流通行业监管。认真做好成品油、典当、拍卖和直销的行政许可管理,完善审批流程;加强商业特许经营市场监管,加快推进特许人备案和执法,建立完善信息披露和年报制度;加强食品流通领域安全监管体系建设,建立流通企业食品质量安全责任监管制度;加强对定点屠宰企业监管,规范屠宰加工行为,建立肉品质量安全可追溯制度。建立从鲜活农产品生产

基地到超市的冷链系统、物流配送系统和快速检测系统;规范酒类商品流通秩序,强化酒类流通企业备案登记和随附单溯源制度管理;做好再生资源回收、零售商促销、品牌汽车销售等经营者备案工作。

推动流通领域综合行政执法。梳理商贸领域有关法律法规,切实履行执法职责,改革商贸行政执法体制,建立综合行政执法队伍;加强执法业务培训和指导,完善执法制度,优化人员素质,规范执法行为;健全举报投诉服务体系,推进全省各市县12312商贸领域举报投诉服务中心建设;建立协作配合机制,密切与公安、工商、质检、农业、卫生等部门的联系,提高执法效能。

推进商贸领域信用建设。以商贸信用分类管理制度和商务领域信用信息管理系统为基础,推进我省商务信用综合公共服务平台建设;协调有关部门和信用服务机构建立健全守信激励,失信惩戒制度;指导商贸领域各行业开展信用建设工作,鼓励开展信用等级评定,促进行业自律;开展信用宣传教育活动,营造诚信兴商的社会环境。

●保障措施

商贸流通业环节多,涉及面广,任务重。“十二五”期间,要按照建设“现代商贸流通强省”的总体目标,采取行政、经济、法律和政策手段,系统推进商贸流通产业发展。规划提出了加强组织领导、完善规划法规、加大扶持力度、夯实产业基础、

深化体制改革和对内对外开放、完善人才教育培训机制等六项保障措施。

一是加强组织领导,全面推进商贸流通工作的开展。进一步理顺商贸流通管理体制,切实发挥省市场流通工作领导小组及办公室的牵头、协调和指导职能,明确成员单位职责分工;开展“现代商贸流通强市(县)”创建工作,通过目标考核、政策引导等手段,提升市县发展商贸流通业的原动力;发展商贸流通业要作为各级政府经济工作的核心内容之一,列为重要考核质变;各级商贸主管部门切实履行职责,加强部门合作,形成发展合力。

二是完善规划法规,强化政府引导和管理。加强产业规划引导,做好规划任务分解,落实配套措施,保障规划的有效实施;结合产业发展实际需要,逐步建立和完善商贸流通产业规划体系;加强商业网点布局规划管理,逐步引入大型商业网点建设项目听证会制度;推进商贸领域法规体系建设,加大现有商贸法规执行力度;积极开展商贸流通领域立法调研,重点推进城乡商业网点规划管理、电子商务、会展业、再生资源回收等地方性法规出台,完善我省商贸流通法规体系。

三是加大扶持力度,营造灵活宽松的政策环境。认真用好现有各项产业政策,并不断进行补充完善;整合内贸领域现有的财政专项资金,逐步扩大资金规模,重点支持现代流通业发展、国内市场开拓、大型流通企业培育、农村流通网络建设、再生资源回收体系构建及市场运行监测和调控

体系完善等;加大税收支持力度,全面实施连锁经营企业全省统一纳税,做好省重点流通企业、省农产品流通龙头企业、老字号企业的税费优惠政策,继续实施再生资源回收企业的增值税退税政策,落实农副产品税收抵扣的具体操作方法;鼓励金融机构创新融资担保方式,积极开展动产、应收账款、仓单等抵质押方式,发展供应链融资业务;支持国内贸易信用保险业务发展;支持符合条件的省重点流通企业发行短期融资券和中期票据;支持省重点流通企业上市;建立银行卡结算费率标准,加快研究电子消费卡业务管理问题,推动出台相关管理办法;切实落实用地、用电和用水等政策。

四是夯实产业基础,抓好商贸流通业配套措施的落实。加强商贸流通领域基础设施建设,确定 300 个商贸流通业建设重点项目并予以推进;推进商贸流通领域大平台建设,有重点地确定 40 个平台并予以支持;培育大型商贸流通企业,在现有的 50 家重点流通企业基础上,确定 100 家左右的商贸流通企业进行培育;加快推进商贸流通领域标准化建设,推广使用一批国家标准,并制定出台一批地方性标准;完善行业统计体系,建立完整的商贸流通企业名录,增加统计指标,建成一套相对完善的统计监测指标体系;建立省商贸业联合会,发挥中介组织在商业网点设置、产业损害调查、行业自律等方面的积极作用。

五是深化体制改革和对内对外开放,增强流通产业活力。完善商贸流通市场准入制度,打破地区封锁、条块分割和行业垄断等行为,保障商品自由流通;深化国有流通企业改制,提升商贸企业经营活力;加强区域商贸经济合作,鼓励我省企业积极到省外设立营销、采购和服务网络,加快形成全国统一大市场;严禁地方政府对外资商业实施超国民待遇政策,落实国务院《关于鼓励和引导民间投资健康发展的若干意见》,营造各类所有制企业进入流通领域的公平政策环境。

六是完善人才教育培训机制,全面提升商贸从业人员素质。推进流通领域学科专业建设,鼓励省内院校开设连锁经营、物流配送、电子商务、现代会展等专业和课程;加强商贸流通领域职业教育、岗前培训和岗位技能培训,健全各项技能资格认证制度;加强商贸管理队伍建设,实施十二五期间“人才强商”工程,开展以市、县商贸管理人员和商贸企业主要负责人为对象的系列培训工作,全面提高商贸流通领域人员素质。



宁波港 2010 年货物吞吐量超 4 亿吨

我省商贸流通业转型升级的战略思考

●文/商贸流通业转型升级课题组

商贸流通业是国民经济重要产业部门,也是连接生产和消费的中间产业。在我省经济转型升级过程中,商贸流通业发挥着十分重要的作用。

●充分认识商贸流通业转型升级的重要性和紧迫性

经济转型升级主要是指经济发展方式转变和产业结构的提升。流通是先导产业和基础产业,随着市场化水平不断提高,“大流通、大市场、大贸易”的格局逐步形成,并从传统的实物流通逐步发展为商流、物流、信息流、资金流相融合的全要素、全过程流通,成为国民经济运行和社会再生产的起点和归宿点。加快推进商贸流通产业转型升级,有利于做强做大商贸产业规模,提高服务业比重,转变经济发展方式;有利于发挥流通引导生产和促进消费的功能,提升产业结构,从而全面促进经济转型升级。

(一)大力发展商贸流通产业是我省经济转型升级的重要内容

经济转型升级的关键是产业结构调整。赵洪祝书记、吕祖善省长多次提出,要大力发展服务业,推动产业结构由“二三一”向“三二一”转变,加快推进经济转型升级。商贸流通业是我省的支柱产业,是服务业的第一大产业

部门。2009年,全省社会消费品零售总额 8622.26 亿元,今年有望突破一万亿元;拥有商品交易市场 4194 个,实现成交总额 10774.9 亿元;批零贸易和餐饮业增加值达 2587.55 亿元,占全省 GDP 的 11.3%,占全省服务业增加值比重近 30%,加上电子商务、物流配送等新兴商贸业,占服务业的比重超过了三分之一。做大做强商贸流通业,将有效扩大服务业整体规模,提高服务业在国民经济中的比重,推进产业结构调整和优化,实现发展方式的转变。

(二)商贸流通业转型升级是我省经济转型升级的重要环节

生产、流通和消费构成了社会再生产的全过程,而商贸流通连接着生产和消费,是先导产业。随着城市化进程加快和区域经济的发展,社会分工更加细化,产品生产与消费日趋分离,交易活动愈加频繁,流通的渠道越来越长,商贸流通对生产、消费的引导和促进作用更加明显。加快商贸流通产业转型升级,有利于加快流通速度,提高流通效率,从而提高经济运行质量和效益;有利于强化流通对生产的引导作用,科学反映消费市场对产品种类和数量的需求,促进生产和消费协调发展;有利于增强流通对商品的增值功能,加强流通对上游产业的影响,

改变商品的供给结构和需求结构,促进产品结构调整和营销方式转变;有利于提升流通对消费的促进功能,有效刺激当前消费需求、挖掘潜在消费需求,进一步开拓城乡消费市场,切实增强消费对经济增长的拉动作用;有利于完善市场供应应急体系,确保市场平稳运行和社会稳定。

(三) 商贸流通业转型升级是我省现代产业体系建设的内在要求

改革开放时期,我省率先在商贸流通领域实施了市场取向改革,有效地带动了我省经济发展,形成了具有浙江特色的产业结构和经济发展模式。同样,在当前我省现代产业体系建设过程中,也急需加快推进商贸流通业转型升级。从产品市场看,我省市场两头在外,流通环节占经济运行过程的比重很大,流通业的发展水平直接影响到我省经济的发展。从产业结构看,我省以日用轻工业品为主,市场竞争十分充分,营销网络建设情况直接影响到我省产品的市场份额。从价值链分布看,根据对部分轻工业产品的价值链分布进行调研,其利润主要集中在零售环节。以浙江产的“芭比娃娃”为例,在欧美市场售价为 9.99 美元,其中原材料成本 0.65 美元,仓储运输环节增值 2 美元,零售环节增值 6.99 美元,而加工环节仅增值 0.35 美元。而我省当前大多数产业处于加工环节,急需通过完善营销网络提升产品附加值。从企业组织形态看,我省大多是中小企业,产业集中度低,缺少行业话语权和产品定价权。需要通过培育一批具有较大规模的总经销和总代理企业,在流通环节资

源整合,提高产业集中度,增强我省产业综合竞争力。

(四) 商贸流通业转型升级是顺应国际国内新形势的现实需要

从全球大市场来看,随着我国流通领域全面对外开放,沃尔玛等跨国流通企业加快在国内市场布局,逐步开始向二、三线城市发展,加上受金融危机影响,主要发达经济体市场需求回落,国内市场竞争不断加剧。从区域合作来看,国务院日前正式批准实施《长江三角洲地区区域规划》,长三角一体化进程加快,商贸流通的行政区划概念将逐步模糊,流通市场一体化趋势明显。特别是高速铁路、电子商务快速发展,原有的商圈概念将被打破,商业中心对周边消费市场的辐射半径将大幅度延伸,有可能出现“强者愈强、弱者愈弱”的马太效应。就我省新一轮战略布局来看,我省正在实施海洋经济发展战略,推动宁波-舟山港口一体化,促进大宗商品交易平台和海铁、海路联运网络发展,商贸流通业将迎来新的发展机遇;义乌国际贸易综合改革,将为探索市场与城市发展融合、市场与产业发展融合以及内外贸一体化提供新模式。急需通过转型升级,形成流通产业发展新优势。

(五) 加快转型升级是我省商贸流通产业自身发展的必然选择

当前,我省人均 GDP 将从 7000 美元向 1 万美元迈进,无论是市场规模、消费潜力还是产业政策,都处于改革开放以来的最好水平,加上国家将扩大消费内需确定为长期战略导向,居民消费升级换代将不断加快,家电、汽车、建材等耐用品消费继续增长,服务性消费所占比重也有望大幅度提升,国内

从经济发达国家所在地区的经验来看,其服务业占 GDP 比重在 70%以上,而我省目前服务业占 GDP 比重仅 45%左右。商贸流通业又是服务业的重要组成部分,占服务业增加值的三分之一,还有很大的发展空间。

市场将保持繁荣活跃的良好态势。相比之下,我省商贸流通业发展与当前的形势还有很多不适应,主要表现在:商贸流通对消费的促进作用发挥不够,最终消费率较低;对生产的引导不够,工农业产品流通效率较低,流通成本较高;对产品价值提升的作用不明显,品牌营销体系尚不健全,产品销售环节的附加值不高;商贸流通产业自身竞争力不强,缺乏一批品牌化、国际化的现代流通企业,特别是本土大型商贸企业;商贸流通领域法规政策、市场调控和管理体制都有待于进一步完善。因此,需要通过转型升级,提升商贸流通业发展水平。

● 我省商贸流通业转型升级的总体要求

根据省委省政府关于全省经济转型升级的总体部署,结合商贸流通产业特色,我省商贸流通产业转型升级总体上要做到“五个新突破”。

(一)商贸流通产业规模要有新突破

从经济发达国家所在地区的经验来看,其服务业占GDP比重在70%以上,而我省目前服务业占GDP比重仅45%左右。商贸流通业又是服务业的重要组成部分,占服务业增加值的三分之一,还有很大的发展空间。下阶段,要切实把握当前扩大国内消费的有利时机,坚持“省内外市场一起抓、城市和农村市场一起抓”,努力做大流通产业规模。积极通过构建消费

网络、完善消费环境等手段,引导广大居民即期消费,挖掘居民潜在消费,进一步扩大消费市场;加快建立完善农村消费网络,优化农村消费环境,积极培育农村消费增长点。加快推进消费结构升级,拓展教育培训、家政服务、文化娱乐、体育健身、休闲旅游等服务消费领域,做大省内消费市场规模。加快浙江产品营销网络建设,推动浙江产品在省外市场销售,提高浙江产品市场占有率,努力扩大浙江产品的省外市场销售规模。争取到2015年,全省批发零售贸易业商品销售总额突破6万亿元,社会消费品零售总额达2万亿元;批发零售和住宿餐饮业增加值占全省生产总值比重进一步提高,浙江产品销售规模和产销率持续增长,全省商贸流通产业规模上一个新台阶。

(二)商贸流通发展空间要有新突破

由于历史原因,我们在发展商贸业的过程中往往较偏重零售环节的商贸业发展,而忽视了对原材料供应和工业品流通网络的建设。当前,要按照大流通的要求,加快推进商贸流通产业的纵向、横向和空间融合,全方位推进商贸流通业发展。纵向融合的重点是推进商贸流通发展重点从原来的销售终端向整个流通环节转变,逐步构建从原材料供应、工农业产品销售和居民消费的全过程流通体系,不断延伸商贸流通产业链。横向融合的重点是推进商贸流通从原来分行业管理向全社会

大流通发展,彻底打破原有商、粮、供、物的行业分割,充分发挥市场机制优化配置流通要素的作用,保障商品自由流通,尽快形成大流通的发展格局。区域融合的重点是统筹内外贸发展,主动接轨国际市场,深入推进国内区域合作,充分利用好国外、省外和省内三大市场,加快推进内外贸一体化,逐步形成统一开放、竞争有序、互利互补的全球大市场。

(三)商贸流通服务功能要有新突破

一直以来,我们习惯了仅仅就商贸本身来发展商贸,忽视了商贸业与工业、农业和其他服务业的联动,商贸业对基础产业的服务功能没有很好发挥。下阶段,要坚持“跳出商贸发展商贸”的思路,在注重商贸流通产业自身发展的同时,强化流通引导消费、促进生产和稳定市场的功能。加强贸工联动、贸农联动及商贸业与其他服务业之间的发展互动,通过建立健全现代工业品流通网络,提高浙江产品流通效率和市场占有率,推动浙江先进制造业发展;加快农产品流通网络建设,提升农副产品价值,促进农业增值和农民增收;同时,充分发挥浙江产业优势,推动更多的日用轻工产品和优质农副产品进入商贸企业销售,丰富商贸企业产品服务内容,带动商贸企业发展。加大商贸业与旅游业、交通运输业、金融业、房地产等服务业之间的联动,着力形成商贸流通业与制造业、农业和其他服务行业间的互促、互动和融合的良好

发展格局。加强市场运行监测和商品储备,充分发挥商贸流通业调节市场、稳定供给的作用,全面提升商贸流通业对全省经济转型升级的服务功能。

(四) 商贸流通发展方式要有新突破

改革开放以来,商贸管理体制一直处于改革的最前沿,特别是本轮机构改革,初步形成较为合理的商贸业管理体制。但在理顺职能、完善法规改革和商务队伍建设方面还有很大改进空间。要按照转型升级的总体要求,加快推进流通方式现代化,组织形式规模化,产业发展低碳化,实现商贸流通发展方式新突破。流通方式上,要继续大力发展连锁经营、电子商务和物流配送;加快改造提升商品交易市场、百货商场等传统商贸流通业态,不断提高流通现代化水平。组织形式上,要进一步做大商贸流通企业规模,努力发展一批拥有自主品牌、主业突出、核心竞争力强的大型流通企业集团;积极培育一批总经销、总代理等营销渠道,提高流通产业集中度。增长模式上,要加快流通速度,减少流通环节和资源损耗,提高流通效率;要按照“双向流通”的思路,加快建设从“卖出去”到“收回来”的再生资源回收网络;要推进商贸领域节能降耗,努力构建资源节约型的商贸经济发展新模式。

(五) 商贸流通管理体制要有新突破

随着市场经济的快速发展,流通的先导地位不断凸显,“大贸易、大流通、大市场”的格局正在形成,管理体制也要适应形势发展需要,实现新的突破。要从

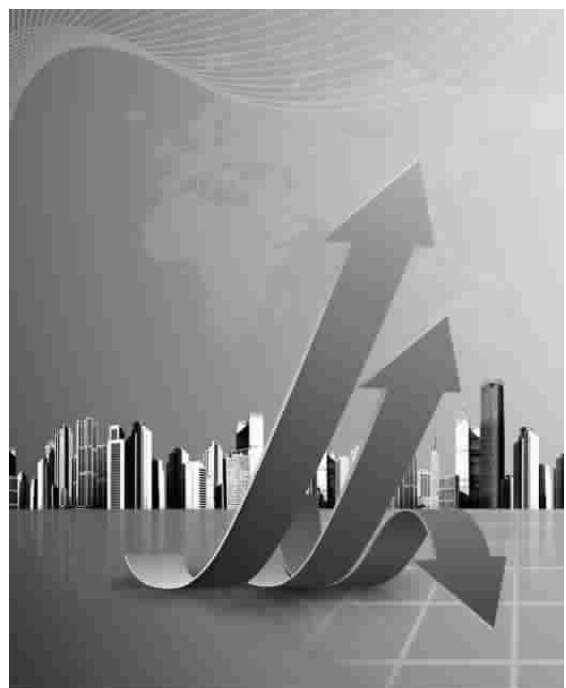
全局的高度推进商贸流通管理体制,进一步理顺商贸流通管理体制,加强管理队伍建设,有效提高管理和服务水平。进一步转变政府职能,推动商贸流通行业管理重点转向调控、管理和服务。加强产业规划引导,加大各种调控政策与行业发展规划的紧密结合,推动商贸流通业由“放开搞活”向“规范提升”阶段发展。完善商贸流通领域法规体系建设,加大现有商贸法规的执行力度,完善执法程序,提高依法行政能力。深化流通领域体制改革,进一步推进对内对外开放,公平各类所有制企业的政策待遇,鼓励民营资本进入商贸流通领域,严禁地方政府对外资商业实施超国民待遇政策,推动浙江商贸流通业全面发展。

● 我省商贸流通业转型升级的主要任务

当前,我省应着重从增强商贸流通业服务功能和产业竞争力入手,加快推进生产性商贸流通体系、生活性商贸流通体系和农村现代商贸流通体系建设,实施流通产业竞争力提升工程,建立健全监测预警和行业监管机制,即通过建立“三体系一工程两机制”,来推进我省商贸流通产业的转型升级。

(一) 围绕消费促进和升级,完善生活性商贸流通体系

一是通过完善商业网点布局,发展多种流通业态和方式,构建多层次的消费服务网络。二是积极培育消费热点,规范发展一批具有较大影响力的“购物节”等促销活动,实施以旧换新等消费促进政策,推进分期付款



等信用消费发展,加快促进消费升级换代。三是实施餐饮业“三名”工程,培育“浙菜”品牌,挖掘地方特色餐饮和文化资源,规范发展早餐和夜宵市场,全面发展餐饮业,挖掘商贸经济增长点。四是大力发展居民生活服务业,建设集家政、购物、维修等服务功能的便民服务平台,完善社区商贸服务。五是结合商贸流通产业特征,推进生活消费服务集聚区建设,加快构建便捷、安全、优质和多元化的生活性商贸流通体系。

(二) 围绕工业经济转型升级,构建生产性商贸流通体系

一是按照品牌营销的总体思路,充分应用连锁经营、电子商务等营销模式,加快营销网络建设,同时利用两个市场两种资源,推进工业品流通内外贸一体化,建立完善通畅高效的工业品流通网络。二是结合我省轻工业发达、块状经济明显等特色,加快构建与我省工业生产规模、结



构相适应的生产资料流通网络。三是按照发展“双向流通”的思路,加快构建以回收网点为基础、集散市场为载体,龙头企业为核心的“三位一体”再生资源回收利用网络。四是结合先进制造业,强化展会、物流、营销和电子商务等商贸服务功能,推进生产性商贸服务集聚区建设,尽快形成高效、节约、增值和内外贸一体化生产性商贸流通体系。

(三)围绕新农村建设发展,建设农村现代商贸流通体系

一是建设农村现代消费网络,结合农村社区建设,加快发展农村连锁超市,创新农村物流配送方式,推动农村电子商务,开拓农村消费市场。二是推动适销对路工业品下乡,大力发展具有农村优势的商贸业,积极培育农村消费增长点。三是培育农产品流通龙头企业,推动“农超对接”、订单农业、培育农产品经纪人,建立农产品现代流通网络。四是大力发展农资连锁经营,加

快推进经营种子、农药、化肥、农机、农膜等农资的连锁网点建设,建立集中采购、统一配送、统一定价的现代农资流通网络,逐步形成安全、便捷、通畅的农村现代商贸流通体系。

(四)围绕发展方式转变,实施流通产业竞争力提升工程

一是大力发展现代流通方式,推进连锁经营从传统商贸业向服务领域拓展,从城市向农村延伸;着重培育行业电子商务平台和网络购物平台,推广中小企业电子商务应用;加快发展连锁超市、商品市场和生产资料物流加工配送中心,积极培育第三方物流企业等商贸物流业,提高流通产业现代化水平。二是推广现代流通技术应用,按照“物联网”的发展趋势要求,推进无线射频识别(RFID)等现代营销技术在零售领域的应用;引导物流配送企业推广装卸机械化和配送自动化。三是开展重点流通企业培育、商业老字号振兴和商贸品牌评定等工作,培育一批拥有自主品牌、核心竞争力强、辐射范围广、产业带动效果明显的大型流通企业集团、龙头商品市场和品牌商贸企业,提升商贸流通对上游产业的引导控制力。四是有效整合商贸流通资源,通过搭建联合采购展示等服务平台的方式,为我省中小商贸企业提供更多的发展机会,全面提升我省商贸流通产业竞争力。

(五)围绕市场保供和维稳能力提升,构建高效的监测和调控机制

一是加强市场运行监测体系建设,完善监测制度,优化样本结构,扩大监测范围,着力构建一体化、多层次的市场运行监

测信息体系,提高市场运行的预测、预警能力。二是推进市场应急管理工作,增强政府宏观调控和应对突发事件的能力。三是建立和完善重要物资储备制度,推进政府储备和商业代储相结合,引导和鼓励企业保持适当库存水平,提高应对市场波动的能力。

(六)围绕市场规范有序,建设商务信用和市场监管机制

一是加强食品流通领域安全监管体系建设,建立从鲜活农产品生产基地到超市的冷链系统、物流配送系统和快速检测系统,确保食品安全。二是加强行业监管,依法开展各项行政许可和行业管理工作,不断规范商贸流通领域经营行为。三是整合行政执法资源,建立综合行政执法队伍,推动我省商务领域综合执法,提高依法行政水平。四是推进商务信用体系建设,积极营造良好的市场经济秩序。

●我省商贸流通业转型升级的措施和建议

商贸流通产业转型升级是一项系统工程,涉及面广、任务艰巨、过程复杂,政府的大力推动必不可少,需要采取行政、经济、法律和政策等手段予以推进。

(一)提高思想认识,尽快形成商贸流通业的发展合力

要从战略和全局的高度进一步统一思想,提高认识,把发展现代商贸流通业作为全省经济转型升级的战略内容。各级政府要切实把握当前扩大消费的政策导向,把发展商贸流通业摆上重要议事日程,列为重要指标

进行考核,确保本辖区商贸流通业的快速发展。切实发挥省市场流通工作领导小组及办公室的牵头、协调和指导职能,明确成员单位职责分工,系统推进商贸流通业转型升级。各级商贸部门要切实履行主管部门职责,做好行业规划、提出行业政策、落实工作载体、抓好工作落实,针对出现的新情况、新问题,加强与有关部门沟通协作,积极研究制定相应的政策,形成商贸流通业的发展合力。

(二)优化产业政策,努力营造良好的商贸业发展环境

商贸流通业是国民经济的重要产业,就产业规模而言,仅次于工业,是国民经济的第二大产业部门,占全省 GDP 比重约 15% (含仓储和物流配送业)。近年来我省各级政府对商贸业发展日益重视,也相继出台了一些产业政策,但与商贸流通业在国民经济中的地位和作用相比还很不相称。财政资金方面,省级财政用于商贸流通业发展的专项资金约 7000 万元,远远低于工业、农业等专项资金规模,特别是在开拓省外(国内)市场方面还没有专项资金;税收方面,虽然对商品交易市场和个体工商户等传统商贸业采取定额税,实行较低的税率,而恰恰对现代商贸业发展和商贸企业做大做强缺少税收政策支持力度,制约了商贸业的转型升级。此外,商贸流通业的用地、用电等方面的成本也远远高于其他产业。当前,扩大国内消费是全国经济工作的核心内容,建议省政府专门出台有关商贸流通业转型升级的政策意见,对现代流通业发展、国内市场开拓、大型流

通企业培育和农村流通网络建设等方面加大政策支持力度。

(三)完善法规规划,确保商贸流通产业有序发展

近年来,国家及地方政府也非常重视流通领域的法规建设,但由于历史欠账太多,商贸流通领域法规体系很不完善,特别是在网点布局规划管理上,没有任何调控措施,无序发展、重复建设的现象时有发生,急需通过规划和法规等手段,推进商贸流通业有序发展。规划方面,要按照《浙江省商贸流通业“十一五”发展规划》和即将颁布的《浙江省商贸流通业“十二五”发展规划》要求,有序建设商贸设施,发展各种商贸业态,并把各种调控政策与行业发展规划紧密衔接起来,保障规划的贯彻和有效实施。法规方面,一是要加大现有商贸法规的执行力度,完善执法程序,提高依法行政能力;二是要尽快出台《浙江省城乡商业网点布局规划管理办法》,加强商业网点布局规划管理,率先在地级市推行大型商业网点建设项目听证会制度,逐步向全省推广,引导商贸设施有序建设。三是要严格执行“入世”承诺,严禁地方政府对外资商业实施超国民待遇政策,杜绝一些商贸建设项目对外资企业进行定向招标等行为,营造内外资相同的政策环境。四是要针对商贸发展新形势,积极开展立法调研工作,推动电子商务、会展业、再生资源回收等商贸流通领域地方性法规出台,逐步完善商贸流通法规体系。

(四)完善配套体系,逐步夯实商贸流通产业基础

改革开放以来,我省流通

领域的市场取向改革,有效激活了商贸流通产业的发展活力,但也忽视了对原有统计体系、管理队伍、行业标准的继承,导致当前商贸流通业界限不清晰,市场运行分析不透彻,行业竞争不规范,影响了产业的转型升级。下阶段,要着重从标准制定、人才培养和行业统计等方面入手,推动相关配套措施建设。在执行好国家颁布的行业标准的同时,重点围绕零售与批发、商贸服务、生产性服务、居民服务、流通加工等领域,制订出台一批地方性标准,提高我省流通产业标准化程度。完善商贸流通行业统计制度,加快建立完整的商贸流通业单位名录库;把连锁率、物流成本、电子商务交易额等一批新的商贸行业指标纳入统计范围,建成一套能全面反映我省商贸流通业发展规模、结构、效益及潜力的统计监测指标体系,为政府决策和调控行业发展提供科学依据。加强商贸人才培养,逐步建立和完善商贸流通领域人才培训、激励约束和引进交流等机制,健全各项技能资格认证制度,全面提高商贸领域人员素质,为全省商贸流通产业转型升级奠定扎实基础。

浙江省商务厅 2010 年商贸流通业转型升级课题组

牵头领导:周日星

责任处室:省商务厅商发处

课题组成员:周日星 张青山

肖 奋 卢成南

骆林勇 吴 哲

浙江省物产集团公司成立于1996年,十几年来,集团公司经历了从行政管理部门到完全竞争领域市场主体的深刻转变,实现了从传统流通向现代流通的战略转型,发展成为总资产445亿元的大型现代企业集团。2010年,物产集团实现销售额1568.8亿元,进出口总额33.18亿美元,连续9年进入“中国企业500强”前百位、连续3年位列“浙江省百强企业”首位。按照2010年公布的“世界企业500强”业绩标准,今年物产集团将进入“世界500强”。

物产集团： 2015剑指3000亿

●文/浙江省物产集团公司 供稿

“十一五”期间,物产集团以实施流通产业化战略为核心,加快传统流通向现代流通的转型,逐步确立了具有自身特色的现代流通企业核心商业模式,在转型中实现了跨越式发展。五年间,集团的各项经营指标均实现了两位数增长:销售额从487亿元跃升到1568.8亿元,年均增速26.39%;实物量从1306万吨提高到5250万吨,年均增速32.1%;资产总额从124亿元扩张到445亿元,年均增速29.12%;进出口总额从11.45亿美元增长到33.18亿美元,年均增速23.72%。

累累硕果的背后,是物产人不懈的努力和追求:“十一五”期间,物产集团在国内率先实践生产资料领域的连锁化经营,培育打造“浙金钢材连锁”自主品牌;自建物流体系与社会物流网络有机联动,逐步形成覆盖全省、辐射主要经济区的物流网络布局;创建上海大宗

钢铁电子交易和中国钢铁网网上商城电子商务平台,探索“商流、物流、电子商务、期货”虚实结合的钢铁贸易新业态;与上游钢厂、煤矿、石化和下游加工制造企业进行战略合作,着力打造铁矿石、钢铁、船舶、煤炭、化工等领域的供应链集成服务;凭借中大股份和南方建材两个上市公司,搭建了直接融资的平台;与建银国际建立了流通产业资本与银行金融资本结合的战略合作;探索与中国诚通集团进行物流网络互为节点、相互认购股权等战略合作;在台州面向当地船舶、汽车零部件产业搭建“要素集聚、服务集成、运作集约”的生产性服务集聚平台;在宁波与镇海区政府、宁波港集团战略合作,建设和运作浙东宁波大宗货物海铁联运物流枢纽港;在绍兴以化工供应链集成服务模式,与南方石化等企业进行委托加工供应链合作,提升供应链集成服务水平;在武汉启动



浙江物产(浙中)供应链物流服务基地奠基仪式

建设 1+2 区域(永康、武义、缙云)五金产业集群生产性服务集聚区;充分发挥国内生产资料市场专业经营的优势,强化“内外贸一体化、贸工一体化”运作,拓展国际、国内“两个市场、两种资源”,建立更大范围的采购和分销网络,优化内外贸结构,内外贸平衡发展,提升国际竞争力……

在“十二五”开局年,物产集团早已定下了明确具体的发展目标:到 2015 年,实现销售总额 3000 亿元、营业收入 2600 亿元、资产总额 1000 亿元、实物量 10000 万吨。

物产集团为“十二五”勾画了清晰而绚烂的蓝图,那就是:引领现代流通产业,立足世界 500 强。将物产集团发展成为集现代流通产业、现代流通方式与现代企业制度为一体的供应链服务集成商,成为具有国际竞争力的一流现代流通企业集团。未来五年里,物产集团将拓思路、扩业务、修内功,奠定坚实

的发展基础,全面提升各方面能力,立足世界 500 强,最终实现追求卓越、引领未来的远景目标。

●拓思路

深化创新“以客户价值导向的供应链集成服务”的商业模式,立体化发展拓展市场空间。

以“客户价值导向的供应链集成服务”为基本商业模式,以供应商管理和客户管理为抓手,切实从资源导向转变为客户价值导向,为客户提供功能模块化的系统解决方案。钢铁、汽车、煤炭、民爆、地产等主要板块要形成行业领先的商业模式,实现对供应链交易方式、物流体系、互为供应链客户、经营风险防范等各个环节加以系统管理,提高供应链系统解决方案的能力,通过为客户创造价值,打造服务价值链,提高盈利能力,实现产业领先。

市场是企业的立足之本,在“十二五”期间,物产集团将以信息化、网络化、连锁化、扁平化的经营业态为基础,构筑虚实一体、内外一体、贸工一体的立体化空间布局。以连锁分销网点和物流加工配送增值网点为实体网络基础,延伸发展网上交易、结算,网下配送的电子商务,打造中国钢铁商城、中国(浙江)大宗商品交易等电子商务平台。按照“精耕浙江、长三角市场,立足国内市场,拓展全球市场”的方针,通过商流、物流、资金流、信息流四流结合,进行立体网络的筹划和运行,并在内外贸一体化、贸工一体化中拓展国际国内两个市场、两种资源的运作。力争到 2015 年,浙江省市场、省外市场和国际市场的比例达到 3:5:2。

●扩业务

坚持主业、适度多元,发展物流业作为战略重点,发展产融结合作为重要着力点,全面进入生产性服务业。

“十二五”期间物产集团将聚焦生产资料物流,围绕供应链集成服务,通过资源协调、信息网络体系辐射、平台打造、品牌扩散、资本运作、广范围布局运营,成为国内一流、综合实力强劲的整合型高端物流企业集团。进一步完善在省内浙北(杭州、嘉兴)、东(宁波、舟山)、南(台州、温州)、浙中(金华)、浙西(衢州),以及省外津唐、上海、中西部等区域的物流布局,整合利用社会资源,最终形成基本覆盖全省、辐射“长三角”、连接全国主要经济区的现代物流服务网络,对现代流通主业形成有力支撑。

通过深化银企合作新模式,与工商银行等战略合作,在开展融资结算、现金管理等常规金融业务合作的基础上,深入开展供应链金融、电子商务、并购贷款等金融品种创新合作以及银企直联、信用评级、债券发行等内部银行管理支持合作。通过强化现金流管理,融资方式结构多元化、最优化,盘活存量资产,安排战略投资,财务投资,控股上市公司,参与二级市场运作,实践物流地产运作等多种方式,充分发挥流动性充裕的溢出效应。

物产集团积极响应省内外对生产性服务业的迫切需求,通过加强与地方政府、制造业企业的战略合作,搭建生产性服务区域集聚平台。面向海洋经济龙头——浙江宁波和舟山港口大宗商品交易、物流、金融和信息一体化运作,打造国家级港口保税物流基地和电子商务示范区;在武汉面向浙中地区五金机械装备制造产业集群,建设以金属材料贸易加工配供、物流金融服务、无水港国际物流服务、供应链管理现代物流服务为主的供应链物流服务基地;在嘉兴、津唐(迁安)、长沙等地规划布局集物流、金融、信息、电子商务、总部经济等功能于一体的现代物流基地。积极对接浙江省21个产业集群转型示范区,努力探索集原材料采购、

贸易、设备供应、物流配送、金融服务、信息服务为一体、全产业链介入的集成服务模式,发挥大企业的引领作用,助力区域经济转型升级。

●修内功

发展企业信息化作为重要支撑,优化集团内部要素资源配置,积极打造知识型企业和学习型组织。

现代流通企业一系列服务功能都是建立在现代化的信息平台基础上。物产集团将通过实施和完善M1信息化工程——SAP ERP财务业务一体化运营、CRM客户关系管理、SCM供应链管理、BI决策支持平台、EIP协同办公门户网站等系统建设,五大平台互联互通,共同形成对集团业务操作和业务管理的信息化支撑,实现“人力资源一体化、财务管理一体化、物流信息一体化、投资管理一体化、绩效管理一体化、企业信息门户一体化、风险控制一体化”七个一体化解决方案的功能。

物产集团新一轮发展以战略协同为重点,通过着重梳理集团内部资源,产权制度优化,谋划经营优质资产进入资本市场;提升中大、南建两个上市公司的运营功能、质量、效益、效率,打造全国流通蓝筹股;依托“物流、金融、信息、研发、人力资源”五大平台,完善平台功能,通过纵向一体化、横向一体化实现业务协同、管理协同,达到内部优势资源互补,协同发展;通过声誉、品牌、形象建设,拓展、整合“我的资源”、“我们的资源”、“社会的资源”和“全球的资源”,塑造资源要素立体化配置的方式,赢得下一轮竞争优势。

知识是生产力、竞争力,学习是知识经济时代企业和员工必备的一种能力。物产集团基于打造“具有国际竞争力的大型现代流通企业集团”的素质要求,以人为本,加强价值观和知识管理,缔造知识型企业和学习型组织,通过学习、培训等途径掌握现代流通产业发展的新思路、新方法,在实践中形成企业独特的默会知识。

兴合集团：

做大做强的“十字真经”

●文/浙江省兴合集团公司 供稿

兴合集团公司是1992年经浙江省人民政府批准成立，以浙江省供销社本级企业为基础组建的商贸流通企业，现有13家成员企业和100多家经济实体，2010年实现经营收入458亿元、外贸进出口14.3亿美元、利润12.4亿元，年末净资产达61亿元，为全国500强企业、浙江省10强企业，主要经济指标列各省（市、区）供销社首位。

回顾发展历程，兴合紧紧围绕“转型、拓展、升级、改革、创新”这“十字真经”做足文章，初步实现了集团公司从传统计划调拨型企业向现代流通型企业转变，形成了立足商贸流通、多元拓展、综合经营、跨区域发展的格局。

●转型

——突破单一批发贸易形态，建立产供销一体、内外贸结合、工贸结合、批零结合的经营结构。

在内贸领域，兴合围绕流通产业化发展，实施“上抓资源，中强物流，下建网络”的发展战略，与国内外许多知名厂商建立了战略合作关系，加大资源基地和物流等经营设施建设，拓宽下游营销网络，直接和市场终端接轨，强化了贸易服务的实业支撑和渠道优势，营销体系辐射国内十多个省。立足沿海优势，积极发展外贸，并推进“工贸结合”，兴办出口工业企业30余家，涉及纺织服装、茶叶食品和农业生产资料等多个行业，年工业产值30多亿元。公司进出口业务覆盖美、欧、日等多个国家和地区，经营范围涉及纺织服装、机电产品、农产品、矿产资源、机械设备、化肥农药等二十

多个大类，上千个品种。形成了以贸带工、以工促贸的经营新格局。

●拓展

——突破传统经营领域，开辟新的发展空间实现有限多元化和协同化发展。

根据经济发展和流通体制改革的形势，兴合立足流通这一核心领域，在做好供销社农资、棉花、茶叶等传统业务的基础上，积极开拓经营范围，培育壮大塑化、汽车、钢材、煤炭等大宗物资经营，迅速扩大了集团经营规模，其中塑化、汽车等板块均名列全省同行业前茅，钢材、煤炭主要品种在细分市场有着较高的市场份额。按照党中央国务院和浙江省委省政府关于“新农村现代流通服务网络工程”建设部署，重点推进农村市场的农资、日用消费品、农产品和再生资源“四张网”建设，通过重组整合组建了四家省级龙头企业，其中农资和再生资源年经营规模分别超过70亿与40亿元，农产品形成了从种子种苗科研源头到农产品经营的产业链和“龙头企业+专业合作经济组织+农户”的经营模式。上述多业促进、共同发展，进一步强化了集团在流通领域的优势。

●升级

——突破增长方式瓶颈，以新技术、新业态、新方式提升流通业务发展平台和现代化水平。

兴合积极推进业态、经营和模式创新，在农资、日用消费品、农产品等领域为重点发展连锁经

浙江名特优农产品博览中心 中国国际茶叶拍卖中心



浙江名特优农产品博览中心开业庆典现场

营、物流配送和电子商务等现代流通方式;对大宗物资推进区域集成运作,发展生产性服务和增值服务链;在外贸领域进一步提出“大工业、大品牌、大客户”发展方向,并努力推进海外营销渠道建设;面向零售业打造最具影响力的行业门户网站联商网。2010年,集团还建成经营面积达5000多平方米的浙江名特优农产品博览中心,启动中国国际茶叶拍卖交易服务中心试运行,积极探索茶叶拍卖交易机制。与此同时,适应行业专业化、规模化和全面化的竞争要求,发挥集团优势,开展信息平台、服务平台和资本平台等建设,通过以信息化为主要手段的技术创新,促进物流、资金流、信息流的集成与供应链有效管理;建立含服务热线、为农培训在内的农技服务平台。

● 改革

——突破发展路径依赖,形成与现代流通相适应的体制机制和发展导向。

针对流通市场多变、充分竞争的特点,兴合以推进成员企业产权制度改革为抓手,建立了集团控股、经营团队持股、骨干员工自愿入股,利益共享、风险共担的产权安排以及绩效挂钩、风险抵押的经营者年薪制度,充分调动了干部职工的积极性。坚持“业务面向市场,管理面向市场”的理念,促进子公司按“四自”的要求成为真正的市场主体,根据不同业态特点,推进差异化管理,集团战略管控型母子公司管理模式初步确立。同时,围绕做大做强专业板块,引导支持子公司成为专业化经营单位,并坚持“母体推动、市场化操作”,推进

整合重组,实现资源的优化配置,提高产业集中度。

● 创新

——突破传统管理模式,积极以管理创新、制度创新建立现代管理体系。

兴合坚持以管理创造价值,适应业务发展需要不断提高管理效率和科学化水平,形成以资金管理为核心的财务管理、以企业资产信用为核心的授信管理和反担保管理、以信息技术为核心的工业及流程管理、以风险管控为核心的内审管理、以投资限额为核心的投资和房地产管理、以职工股权受让为核心的股权管理等等,并推进成员企业董事长、总经理分设,提高统分结合、条块结合下基层自控水平。集团总部则坚持“在管控中提升服务,在服务中夯实管控”,搭建发展平台,着力成为集团战略选择、机制构建、资本运营、市场开拓和协调服务中心。与此同时,围绕提升集团发展的软实力和凝聚力,培育发展企业文化,在集团内推进以“诚信、创新、合作、卓越、分享”为核心的价值体系建设,营造了发展的良好氛围。

当前,我国已进入“十二五”发展的新时期,按照省委、省政府建设大企业、大平台、大项目、大产业的要求,兴合集团制定了集团“十二五”发展规划纲要,着手实施“345”产业发展计划、“五大百亿”工程。即巩固发展农资、茶叶、棉花三类传统业务,开拓提升大宗物资、外贸与纺织服装、再生资源、汽车等四大产业集群,培育壮大房地产、农产品、金融投资、生活资料连锁及物流等五类成长性业务。到2015年,塑化、外贸与纺织服装、农资、再生资源、汽车等五大核心板块的经营规模分别超百亿元。在此过程中,抓好十大重点项目建设,即浙江农资市场保供、农村日用消费品经营网络体系、农产品展示展销与育种、再生资源产业园区及基地、特产现代物流基地、茶产业提升、外贸板块核心竞争力提升、汽车品牌旗舰店与4S店拓展、宾馆设施改建、创业投资和风险投资等项目。争取到2015年实现销售收入800亿元、利润22亿元、外贸进出口23亿美元的目标,继续做大做强集团公司。



浙江农都：站在新一轮的起点上

●文/浙江省农都农产品有限公司 供稿

浙江省农都农产品有限公司，成立于1999年。农都市场以“服务三农”为宗旨，成立以来，始终定位于立足浙江、辐射华东、汇展全国，积极参与全国农副产品大流通。十多年的辛勤耕耘换来了丰硕的成果，公司先后被评为浙江省农批市场唯一的国家级“农业龙头企业”、杭州市唯一的商务部“双百市场”。此外，公司还获得了“农业部定点市场”、“浙江省重点农副产品市场”、“浙江省区域性重点市场”、“浙江省重点流通企业”、“浙江省百强市场”、“浙江省知名商号”、“杭州市农业龙头企业”等称号。满载“十一五”的辉煌与荣誉，浙江农都将在“十二五”的起点上开展新的征程。

●回首“十一五”：收获满仓

“十一五”期间，农都公司大胆创新、拓宽渠道、抢抓机遇、乘势而上，各项工作均取得喜人成绩，无论是市场年成交额、资产规模、公司净资产、经营收入还是利润总额，均实现逐年增长。而浙江

农都最大的收获，就是集聚了一批宝贵的资源。

在十多年的发展历程中，农都市场形成了粮油、副食品、水产、冻品四大专业区块，共有摊位1580个，吸引了全国30多个省、市、自治区1200余个经销商在此经营，汇集了全国各地30000多种农副产品，每年有200多万吨优质农副产品在市场集散流转。十年来市场培育资产在亿元以上的经营户有10名，千万资产以上的经营户达200名，百万资产的经营户达700名，贡献国家税收超亿元，这些都是公司发展过程中宝贵的无形资产。同时还带动相关产业发展，直接或间接解决6万人的就业问题，创造就业机会5000人以上。

“农都人强烈的凝聚力，是‘十一五’期间农都公司取得优异成绩的重要保障。”提起农都的累累硕果，公司董事长沈滨如是说。十年来，农都形成了一支以中层和党员为骨干，以青年大学生为亮点，以踏实工作为特色的员工队伍，打造了一支素质过硬、勇挑重担、来之能战、战之能胜的管理团队。在公司55名管理人员中，大专及以上学历的



浙江农都农产品物流中心效果图

45人,占81.8%,其中本科学历16人,硕士学历2人;具有高级职称1人,中级职称12人;管理人员平均年龄36岁,其中“80后”员工13人,“70后”员工18人,超过管理人员总数的50%以上。

这支优秀的员工队伍,在企业以“人性、人本、人为”为中心的企业文化的熏陶下,形成了强烈的凝聚力和卓越的创造力,不断探索着最适合公司的经营模式。“虽然我们的经营规模在扩大,市场交易额也在攀升,但是传统农批市场所面临的经营危机,我们也感同身受。”正是在这种危机感的促使下,农都展开了创新经营模式的探索与尝试。从托管浙南市场和东茶公司,到设立农都专营区,不断向外输出管理、输出品牌,尝试多元化经营,并为未来农产品物流配送体系建设开展初步探索;从成立团购配送部,开展物流配送业务到开发自有品牌商品,产品全面进驻超市,“农都”品牌影响力进一步提升;从东北大米政策性购销到开展味精等大宗贸易业务,市场经营业态的快速提升。

“作为连接农产品生产与流通的重要环节,我们深知自己肩负着食

品质量安全的重要职责。”农都自2004年开始实行食品准入制度,目前已完成近30000种商品的索证备案工作,做到了100%建立经销台帐,100%索证索票,100%供证供票。2007年,公司在原手工备案登记的基础上,历时三年时间,投入约五十万元资金,自行开发完成了一套完整的“食品质量安全可追溯系统”。“我们的这套系统,填补了全国行业的空白,并于去年取得了完全专利权。另外,农都还是全国首家能够对鲜活水产品进行定性检测的农批市场。”提到这些,沈滨很自豪。

在“信息技术支撑科学管理”的理念指导下,农都公司从2007年开始全面实施信息化项目建设,建立了多个信息管理系统:监控管理系统,对市场环境、经营设备运转情况、人员办公情况、仓库库存情况等通过图像的方式集中管理,目前市场范围内共安装监控探头150个,覆盖范围达到95%以上,全方位实施24小时监控;信息发布系统,为经营户和上级管理部门提供及时、准确的市场介绍、新闻、价格、供求等方面的信息服务,便于经营业务深层次、多方位的展开;中央结算系统,实现市场资金

高效安全运转,有效强化对市场交易状况的监管和对信息的掌控;食品质量安全可追溯系统,有效地对市场内销售的所有商品进行事前过滤、事中监控、事后追溯,为消费者提供一个放心的购物环境。

●展望“十二五”:再起征程

“十二五”期间,农都将以企业转型发展为主线,立足农产品流通主业,从“上控资源、中联物流、下控网络”进行突破,以创新发展统揽全局,坚持发展与调整并重的发展思路。“概括起来,就是突出推动大转型、促进大流通、构建大平台、谋划大发展。”对农都“十二五”时期的重要任务,沈滨这样总结。

“十二五”是农产品流通行业发展的又一个重要战略机遇期:国家进一步加快传统农业改造步伐以及中国特色农业现代化道路进程,出台一系列强农惠农政策和推进服务业发展的重要举措,“大力推进农业产业化、支持大型涉农企业投资建设和升级改造农批市场、支持农产品物流业态的提升和创新”。浙江省在此期间也将进一步增加农业投入、加快发展高效生态农业,集中力量建设一批现代农业园区,力争5年建成省级现代农业园区300万亩。由此,农批市场的转型升级问题呼之欲出。

实现经营业态“大转型”

“老市场搬迁后,农都将对剩余的97亩土地进行重新开发利用和全面提升改造,打造一个集农产品CBD、美食街、农文化主题酒店、写字楼配套等于一体的‘以农为特色的商贸综合体’。”沈滨的头脑里早已勾勒出了未来农都经营业态的雏形。这个商贸综合体的开发与建设,将深入结合杭州市政府“打造生活品质之城”、“建设100个城市商贸综合体规划”以及下城区政府“十一五”规划中“南精北快”、“南有CBD,北有新天地”的定位要求。

促进农产品“大流通”

“生产规模化、管理规范化的产品多样化、市场品牌化”——这是沈滨对农都农产品市场流通目标的概括和总结。为了实现这一目标,农都将与优质农产品生产基地、农民专业合作社、特色专业村合作,发展“公司+基地+农户”联合模式,

大力推进标准化生产,开展基地农产品检测,进一步提高农产品安全生产水平。同时,开设“农都”品牌专营店,即安全绿色农产品展示展销中心,集中展示全省、全国各类优质、特色、健康的鲜活和精加工的农产品,着力打造一个“永不落幕的农博会”。

构建三农“大平台”

这个三农“大平台”,是以电子商务为支撑的。在今后的发展过程中,农都将致力于“互联网信息服务”与“电子商务服务”、“B2B服务”与“B2C服务”、“传统互联网”与“移动互联网”、“线上服务”与“线下服务”的结合,快速构建“多个细分行业门户”,形成小门户集群式服务业态,建立集互联网信息服务、交易、第三方支付为一体的平台。另外,农都公司还积极开发3D视讯和物联网在农产品物流中心的应用模式,探索建立一个有感知智能物联网以及三维实时视讯系统,实现店铺实时视频浏览、三维导航、在线购物、自动发货、货物定位与跟踪等功能。

积极谋划“大发展”

“我们正在积极寻找符合一定条件的国际国内知名品牌作为战略合作者,充分利用外部资本补充项目建设资金。”沈滨指出,农都将以引进战略合作伙伴为契机,积极谋划大发展。沈滨更透露,进行战略合作更深层次的原因在于,将农都多年来在品牌形象、交易规模、群众口碑方面形成的“优势垄断”与其他企业的“行业垄断”充分融合,形成带动效应大、经济效能高、创新能力强等大优势,进一步提升企业的规模效益、市场效益、信息效益、人才效益等,实现互利双赢和跨越式“大发展”。



浙江农都农副产品特卖区



杭州解百： 百年品牌的文化魂

●文/杭州解百集团股份有限公司 供稿

2011年是杭州解百发展的第93个年头，近百年来，经过数代人的努力，解百积淀了深厚的企业文化，并历经时代变迁和市场经济的大浪淘沙，焕发出蓬勃发展的活力：“十一五”期间，集团公司累计实现含税销售94.21亿元，增幅59%；累计实现利润额4.41亿元，增幅47%；累计缴纳税金5.53亿元，增幅75%。同期，解百基层员工收入增幅68%，实现了员工与企业共享企业发展成果的良好局面。

解百近百年的发展历程，就是一个逐步形成并实践企业文化理念的过程。企业文化是解百发展的灵魂，它渗透于企业经营活动的方方面面，就像一双无形的手，推动着解百的创新发展。

●“诚则兴，变则通”

解百的发展，源于一直秉承的企

业哲学——“诚则兴、变则通”。正是在“诚则兴、变则通”文化理念的指引下，解百走出了一条坚守诚信的创新发展之路，彰显了企业的生机和活力。

“杭州百货业的商业格局发生了深刻的变化，消费市场的争夺态势相当激烈。”提起近年来杭州百货业出现的连锁化、规模化发展态势，解百集团董事长周自力如是说，“为应对竞争，我们这两年的动作可不小。”2010年，通过收购租赁、扩容改造，解百在营业面积增加了一倍的基础上，对现有营业场地进行重新规划和整合，打造集购物、餐饮、休闲、娱乐等功能于一体的“杭州解百购物广场”，实现由单店经营向商业综合体业态的升级。此外，解百还积极推动杭州灵隐休闲旅游购物中心建设，把眼光放到了杭州湖滨商圈之外，以增强市场抗风险能力和可持续发展能力。



解百 WHY 流行趋势发布

●“引领时尚,创造价值”

解百深知,大型百货商场是城市的“橱窗”,展示城市的形象,体现了城市的生活品质。解百在向现代百货转型的过程中,坚持“引领时尚”,为企业创造经济效益,为股东、消费者、员工“创造价值”。

“在经营过程中,为实现‘引领时尚、创造价值’的企业文化理念,我们始终坚持优化品牌经营、创新营销方式、创塑服务品牌。”周自力这样阐述解百经营中的企业文化应用。

通过对目标市场的细分,解百告别“大而全”的经营结构,重点经营化妆品、服饰、鞋包、休闲运动等彰显现代百货主题的品类,在品牌引进方面,兼顾形象和效益,注重提升经营档次和品牌业绩。同时,引进餐饮、书店等辅营项目,丰富购物广场的业态功能,聚集人气。

企业融入文化内涵,不断创新营销的内容和形式。一方面,集中力量抓节假日营销,找准消费“卖点”,打响具有市场影响力的“营销品牌”;另一方面,通过每年举办解百 WHY 流行趋势发布会等时尚类活动,借助“名品·名人·名店”的平台,推广年轻、时尚的现代百货形象。

“我们从 2004 年开始推出

‘CAP’服务模式。”周自力所说的“CAP”服务模式,是指以亲切、周到、专业为内涵打造的全方位服务体系。如今,“CAP”服务已成为解百一块响当当的服务品牌,荣获中国商业服务品牌。此外,解百每年进行 VIP 客户调查,以便有的放矢地开展经营活动,改进提升服务。

●“严管理,宽人性”

解百把企业文化理念渗透到企业管理之中,将先进的管理思想与运作管理模式有机地融合,运用文化构建企业管理机制,推动企业管理创新。

谈到企业文化与管理制度的结合,周自力说:“只有把制度的刚性管理与企业文化的柔性引导结合起来,具有约束力的企业制度才能真正落到实处。”为此,解百将企业文化的内涵充分体现在新版《企业制度汇编》的修订中,体现了人文管理的理念。新的制度汇编最大的特点是将企业文化的内涵充分渗透在制度中,体现了人文管理的理念,使员工既有制度化的规范,又有价值观的导向,从而自觉地遵守和执行企业规章制度,在日常的行为规范中展现企业文化。

解百在企业文化推广过程中,十分注重管理机制的配套,深化用工和分配机制改革,充分调动全员

企业文化的推广和实践,在解百内部形成了良好的氛围,并在企业经营发展中发挥了积极的作用。目前,企业文化理念已经成为解百员工思想和行为的价值导向,在增强团队凝聚力、战斗力,实践“品位做人”员工价值观方面取得较好的成效。

积极性,使管理理念、管理机制、管理目标达到“三位一体”。正如周自力所说的:“如果缺乏相应的保障机制,企业文化引导员工行为最终只能成为一句空话。”这些年来,解百在管理机制方面,进行了大刀阔斧的改革:改革薪酬制度,使员工薪酬与劳动力市场价位接轨;改革人才评价、选拔和任用机制,给员工提供公开、公平、公正的竞争平台;以新元华为试点,探索“进销分离”管理体制,组建年轻化的管理团队,为后续向外拓展奠定基础。

“近百年的经营发展史,为解百积淀了深厚的企业文化底蕴,这是一笔无形的宝贵财富。”周自力郑重而骄傲地表示,“作为一家有着近百年历史的老字号企业,解百自身发展历程充分印证了企业发展的最高境界就是文化竞争力的比拼。”

“十二五”已经来到,新时代正在召唤,解百将在传承优秀文化积淀的基础上,不断与时俱进,创塑顺应时代潮流、个性鲜明、充满活力的企业文化,发挥企业文化应有的作用和价值,成为一家历久弥新的优秀企业。在企业文化建设方面,这家百年老字号有自己独到而深刻的见解:

以人为本是企业文化的核心。“上下同欲,同心同德,方可成大业”。员工是企业文化的主体,唯有让员工认同企业文化理念,与员工建立起心理契约,才能形成企业共同的价值观,成为全体员工朝着共同目标前进的源动力。

创新是企业文化的灵魂。市场环境在变,竞争格局在变,消费需求在变,唯有不断地创新求

变,事物才能通顺,企业才能发展。在建设过程中,解百深感企业文化也不是一成不变的,只有在传承优秀文化积淀的基础上,不断与时俱进,创塑顺应时代发展潮流、个性鲜明、充满活力的企业文化,才能发挥其应有的作用和价值。

和谐发展是企业文化的建设的价值目标。企业文化是增强企业核心竞争力的重要组成部分,是科学发展观在企业经营发展过程中的具体体现,加强企业文化建设的最终目标是促进企业的和谐发展。因此,解百的企业文化充分体现了和谐发展的理念,既包括企业内部和谐,也包括企业与社会、与环境的和谐。

企业经营者的文化意识是企业文化建设的关键。企业经营者是企业文化的倡导者和推行者,企业经营者对经营活动的认知和理解,决定了企业的使命和价值观。企业经营者应该把企业的经营理念放到首位,按照企业的核心价值观去运作企业;同时要利用各种时机,对员工进行企业文化的宣贯,促使员工转变观念,提升理念,在具体的行动中遵循企业文化,在推动企业发展中实现自我超越。

最典型的事例就是“全员营销”的意识明显增强,每次重大营销活动,广大员工都能以企业全局为重,相互协调配合,合力开展营销,充分体现了企业的团队协作精神。





三替集团首届家庭服务员培训结业典礼

三替

小理念，大作为

●文/杭州三替服务集团有限公司 供稿

买菜做饭、打扫卫生、疏通管道、维修家电、搬家……就是这些小得不能再小的事情，三替将它做成了全国第一。

替您排忧，替您解难，替您受累。

就这么简单的理念，三替创立了一个品牌。

浙江省政府与香港政府在杭举办的“杭港现代服务业品牌论坛”中，把三替作为杭州成功的现代服务品牌加以介绍。

国家发改委现代服务业调查组到杭州调研时专程走访了三替集团，要求把三替的成功模式向全国推广。

国家商务部副部长姜增伟带队考察三替后，要求三替制定行业标准，把三替模式推向全国。

是三替创立了一个新行业。

●打造全方位生活服务平台

三替创建于1992年，经过近二十年的努力，从一个名不见传的家政企业，公司现在已发展成拥有10000多名员工，其中，大部分员工从事家政、保姆、钟点工及管家，注册资金为6800万元，实际资产总额数十亿的集团化企业。谁曾想，这家能为企事业单位和家庭提供18大类100余项服务的大企业，在杭州最早出名并做到最大最好的特色服务竟是管道疏通。如今的三替已是全国现代服务业的先进典型、杭州市家政服务业会长单位、全国家庭服务业副会长单位，中国驰名商标、国家家政服务标准制定单位，中国服务名牌企业，全国家政业领军企业、是全国家政行业中唯一一家中国商业服务名牌企业、全国首届服务业科技创新奖、全国服务

业创新型企业。旗下的三替搬家公司、三替家政公司、三替物业管理公司、三替购物网、三替装饰公司也都运行得有声有色、风生水起。

为了更好地提高市民生活品质,2008年10月,三替成立了浙江生活365服务集团,以“为民便民利民”为宗旨,以“创品质生活,做全程管家”为经营目标,全方位为社会提供生活所需的咨询、预订、配送等各类服务。商务部姜增伟副部长在参观视察了三替的生活服务网络平台建设后,今年初专门下文作了明确要求:三年内,全国地级以上城市都必须建设家政服务网络中心,并将杭州三替生活服务网络平台建设模式作为样板示范工程向全国推广,全国各省市商务部门都纷纷派人前来参观取经,并购买三替自主开发的服务软件。

●制定行业标准的领跑者

自2006年初,三替就已经开始了标准化建设工作,从省质监局发布《浙江省服务业标准化试点项目管理办法》后,三替服务集团领导层就意识到标准化对企业发展的必要性以及必要性,对公司内部的各项制度以及技术规范制度化、规范化、标准化,使服务更加规范、服务质量不断提升,保障了消费者的利益,使企业的经济效益和社会效益都得到了显著性的提高。

今年年初,根据《杭州市人民政府办公厅关于推进现代化服务业标准化建设的实施意见》的要求,为完善杭州市服务标准化体系,使家政服务行业进入规范化有章可循,三替服务集团也有责任和义务而且我们也具备制作标准的能力和条件来制定和出台相应的杭州市的服务标准,我们向省市质监局申请制定“搬家服务”、“居家清洁服务”以及“月嫂服务”的地方标准制定项目,“居家清洁服务标准”已成为了杭州市地方标准,“搬家服务标准”及“家政服务标准”已列入浙江省服务业标准化试点。

目前,三替服务集团已成为浙江省服务业标准化试点单位,同时受商务部委托制定两个行业标准。

●迈向全国连锁经营之路

三替成立了“浙江三替家政连锁有限公司”,全国连锁经营的步伐已经迈开。北京、上海、安徽等地方政府都纷纷邀请三替去当地开设分公司,引入三替经营模式,为当地的企业和人民服务。此外,还有1000余家企业和个人也都要求加盟三替。

2010年,三替陆续在湖南、安徽、辽宁等地成立了连锁分公司。这一年,在三替的发展历程中必将成为浓墨重彩的一笔;这一年,是三替试水连锁经营的元年;这一年,也是三替修正和升华经验的元年。为了迎接这一天的到来,三替可谓是做足了功课:单是2009年一年,就完成了“三替管理信息系统——家政MIS”的建设,完成了“三替客服系统CMS”的建设;完成了“三替远程会议与培训系统”建设、“三替网站群”的建设……更完成了“三替培训基地”建设和“金钥匙管家体系建设”,完成了“三替企业文化与各工种操作规范”建设。可以说,三替从技术、服务平台、服务规范、培训基地、企业文化的提升、网站群、人才储备等方方面面都达到了大步走向全国的准备。2011年,必将会成为三替全面走向全国的又一年。

●把平凡的事业做得伟大

三替,已从一个小学生,成长为一个英姿青年,一个从思想到理论,从经验到人才,都有坚实基础的企业。温家宝总理在去年9月1日专门召开了大力发展家政行业的国务院常委会,并提出要重点发展家政服务、家庭用品配送、推进公益性信息服务平台建设……国务院和温总理之所以重视家政行业,是因为这一行业是一个利国利民的朝阳产业。家政行业是一个在城市化推进过程中,不需要占有任何社会资源的情况下,可以无限量解决再就业的一个新领域。所以它的社会意义、公益价值、民生作用是任何行业都无法相比的。三替作为一个行业的领跑者,有责任和义务去努力做好这一项有益于社会、有益于大众、有益于实现再就业的事业,我们始终认为很值得、很有意义、很有必要……正如国家发改委副主任欧新黔到三替考察时所说的:“你们从事的是一项平凡而又伟大的事业。”

一个企业得到一个城市上百万人的喜欢和信赖是一件难得的事情,但是三替做到了。“虽然我们绝大部分员工所做的工作是社会最苦、最脏、最累的,但我们相信,只要把简单的事情去做好了,就变成了不简单,只要把容易的事情去做好了,也就变成了不容易。虽然我们所做的工作是容易和简单的,但是我们感到无比的自豪、无比的光荣、无比的欣慰,因为社会需要我们,政府肯定我们,老百姓离不开我们!”这是三替人心中最朴素、最真挚的想法。

商业强省的 缺憾与感召

● 文 / 宗佩民

浙江是经济大省,也是商业强省。在百货业领域,浙江有全国单店销售第一的杭州大厦,也有著名的百货连锁中国银泰;在超市业领域,有销售超过百亿的世纪联华,还有上市新秀三江购物(超市);在市场领域,全国最大并且全球著名的义乌小商品市场在浙江;在电子商务领域,也有全国最大也是全球著名的阿里巴巴。应该说浙江人应该为我们强大的流通业感到骄傲。

但仔细想想也不无缺憾。首先是我们感到骄傲的阿里巴巴,却是美国雅虎控股的企业,阿里巴巴一年高达五千亿元销售的背后,是美国人在坐享巨额利润,而中国零售业却因此承担了巨大的销售分流压力,间接导致 50 万零售业从业人员失业,这是流通业被外资控制的必然结果。其次是我们的世纪联华,大股东是上海联华,虽然不像阿里巴巴被美国人控制,但毕竟不是浙江资本控制,如果浙江人因此难圆大超市梦,也不能不说是一大缺憾。此外,浙江虽有单店全国最强的杭州大厦,

也有百货类上市公司杭州解百与杭州百大,但百货业利用资本市场发展的程度还很低,百货业品牌化、连锁化经营的程度不高。

流通业是战略性产业,衡量商业强省的标准不仅仅是本土是否存在强大的商业流通企业,更重要的是本土有没有控制强大的商业流通企业。阿里巴巴的洋化与世纪联华的海化感召我们,浙江的企业家应当在战略性的商业流通领域有更多的作为。

为了弥补我省流通业发展中的缺憾,把浙江打造成为一个名副其实的商业强省,我们积极呼吁:

——希望各级政府能高度重视商业流通业的战略意义,积极鼓励本土企业与企业家投身流通业,坚决纠正部分地方政府在商业土地拍卖过程中外资优先的错误做法,给本土资本创造公平竞争机会。

——希望省内有实力的企业与企业家朋友,能从战略高度重视流通产业的发展,把投资与控制流通产业作为自己使命,在百货、商超、专业市场、电子商务等重大流通领域,再创浙江人控制的商业巨人。已经在商业流通领域取得显著行业地位的优势企业,特别是上市公司,更要审时度势,发挥先发优势,在各自的行业做大做强。

——积极适应现代商业发展趋势,善于运用联合投资(财团或基金投资模式)、资本市场融资(上市融资或发行债券等)、收购兼并(特别是收购行业地位突出的外省商业流通企业)等资本市场手段,加快连锁化经营、电子化商务的转型步伐。

——创业投资也要高度重视流通业的投资,积极集聚民间资本,为流通业企业做大做强提供资本与智慧支持。

浙江华睿投资管理有限公司把站在国家产业发展战略高度做投资作为自己的理念与使命,作为浙江省商贸联合会的一员,更是把积极投资与支持本土流通企业的发展作为己任。为此,我们专门发起设立了华睿海越超市产业投资基金与华睿如山消费产业创投基金,正在为浙江流通业的发展发挥创业投资的作用,愿意与浙江流通业企业与企业家人联手,创设更多的投资平台,积极谋划重大投资项目,为商业强省作出应有的努力。

作者为浙江华睿投资管理有限公司董事长

国务院公布 《关于规范商业预付卡管理的意见》

5月25日,国务院办公厅转发了中国人民银行、监察部、财政部、商务部、税务总局、工商总局、预防腐败局《关于规范商业预付卡管理的意见》,意见要求各有关部门各司其职,进一步规范商业预付卡管理。

根据意见规定,今后未经人民银行批准,任何非金融机构不得发行多用途预付卡,一经发现,按非法从事支付结算业务予以查处。对商业企业发行的单用途预付卡,商务部门要强化管理,抓紧制定行业标准,适时出台管理办法。金融机构未经批准,不得发行预付卡。

意见要求进一步建立健全规章制度,加大执法力度。一是建立商业预付卡实名登记制度。对于购买记名商业预付卡和一次性购买1万元(含)以上不记名商业预付卡的单位或个人,由发卡人进行实名登记。二是实施商业预付卡非现金购卡制度。单位一次性购卡金额达5000元(含)或个人一次性购卡金额达5万元(含)以上的,通过银行转账方式购买,不得使用现金。使用转账方式购卡的,发卡人要对转出、转入账户名称、账号、金额等进行逐笔登记。三是实行商业预付卡限额发行制

度。不记名商业预付卡面值不超过1000元,记名商业预付卡面值不超过5000元。

据了解,此次国务院规范商业预付卡管理,是为防范利用商业预付卡洗钱、套现、偷逃税款以及行贿受贿等行为。

意见要求人民银行要加强对多用途预付卡备付金专用存款账户开立和使用的监管;财政部门要加强财务管理,严厉查处挪用预算资金、利用购卡进行公款消费等行为;商务部门要采取有效措施,加强对单用途预付卡预付资金的监管,防范资金风险;税务部门要加强发票管理和税收稽查,坚决依法查处发卡人在售卡环节出具虚假发票、购卡单位在税前扣除与生产经营无关支出等行为;工商部门要进一步加强监督检查,加大消费维权工作力度,严厉打击侵犯消费者权益的不法行为,及时开展相关消费提示,营造良好的消费环境。

意见强调,严禁国家工作人员特别是领导干部在公务活动中收受任何形式的商业预付卡。凡收受商业预付卡又不按规定及时上交的,以收受同等数额的现金论处。对涉嫌受贿的,依法严肃查处。

商务部、发改委、供销总社联合印发 《商贸物流发展专项规划》

商务部、发改委、供销总社组织编制印发《商贸物流发展专项规划》。规划指出,到2015年初步建立一套与商贸服务业发展相适应的高效通畅、协调配套、绿色环保的现代商贸物流服务体系。

规划表示,我国商贸服务业正面临一场深刻

变革,连锁经营由传统业态向社区便利店、大型折扣店等多业态、多业种延伸。我国电子商务交易额快速增长,预计未来五年将保持年均20%以上的增长速度,2015年将达到12万亿元。交易规模不断扩大和流通方式变革催生物流服务方式创新,

建设高效物流配送体系成为现代流通业发展的关键环节。

规划要求,到2015年,规模以上连锁超市商品统一配送率达到70%;农村“万村千乡”农家店商品统一配送率达到60%,农资连锁经营企业商品配送率达到80%以上;果蔬、肉类、水产品冷链运输率分别提高到20%、30%、36%;立体仓库的总面积占仓库总面积的40%;物流企业机械化、自动化、标准化、信息化水平显著提高;商品库存周转速度明显加快,流通环节物流费用占商品流通过用的比率显著下降。

规划确定9项重点工作内容:完善商贸物流网络布局,加强商贸物流基础设施建设,提高商贸

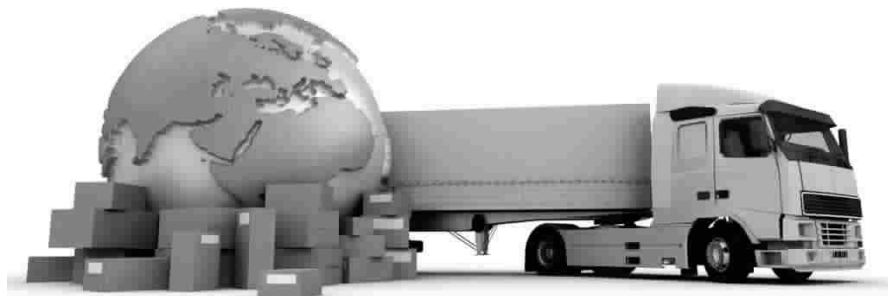
物流专业化、一体化服务水平,引导和鼓励商贸物流模式创新,提高商贸物流科技应用水平,深入开展商贸物流发展示范工作,大力推广绿色物流方式,完善应急物流运行机制,大力推进商贸物流国际合作。

2010年,我国社会消费品零售总额达到15.5万亿元,生产资料销售总额达36万亿元,进出口贸易额接近3万亿美元。我国扩大内需长效机制的确立以及经济增长向消费、投资、出口协调拉动转变,将进一步释放城乡居民消费潜力,国内市场总体规模将进一步扩大。预计到2015年,我国社会消费品零售总额和生产资料销售总额分别达到30万亿元、76万亿元。

省商务厅、省财政厅联合出台 品牌专卖连锁网络建设试点工作实施办法

为认真贯彻《浙江省人民政府办公厅关于进一步加大力度开拓国际国内市场的若干意见》(浙政办发[2009]94号)精神,推动我省一批具有品牌、产品和管理等优势的企业,实施品牌营销,发挥品牌增值功能,提高浙江产品附加值和国内市场占有率,推动我省产业转型升级,省商务厅和省财政厅在认定了第一批50家“浙江省品牌连锁专卖网络建设试点企业”的基础上,于近日印发了《浙江省品牌专卖连锁网络建设试点工作实施办法》,并要求各地认真做好第二批试点企业推荐工作。各属地的推荐名额分别为:杭州、宁波、温州各10家;嘉兴、绍兴、金华、台州各7家;湖州、衢州、舟山、丽水各5家;省属企业不超过3家。

根据该办法,经由企业申请、地市推荐等步骤之后,省商务厅将会同省财政厅,在相关行业协会的建议之下,在服装、纺织、鞋类、箱包、丝绸、医药、化工、五金、家电和其他优势品牌等十大行业中,选择一批符合一定条件的浙江省品牌连锁专卖网络建设试点企业,通过财政补助等政策手段,鼓励试点企业到省外开设连锁专卖网点。对试点企业在试点期间到省外(国内)每开设一家直营连锁网点给予3-5万元的财政补助(最高不超过50万元);对试点企业在参加由省商务厅等部门举办的特许加盟展期间,每签订一个在省外开设网点的加盟合同,给予2-3万元的财政补助(最高不超过20万元)。



杭州将推进 “购物天堂、美食之都”建设

为实现“十二五”期间杭州市商贸服务业跨越式发展,2011年4月1日,杭州市人民政府办公厅发布《杭州市人民政府办公厅关于推进“购物天堂、美食之都”建设的若干意见》(杭政办发[2011]8号)。

意见明确了到“十二五”期末,全市社零总额要达到5000亿元的建设目标,以及打造“购物天堂”、建设“美食之都”等八大主要任务。

意见提出了支持商贸服务业发展的十五条政策措施。从覆盖范围来看,商贸企业实施连锁经营、电子商务、信息化建设、物流配送、老字号振兴、特色潜力行业、社区便民便利、家政服务、商贸科技、农村流通网络、食品安全等建设、改造项目的均纳入政策保障范围;各县(市)和萧山、余杭区商贸服务业也可享受杭州市区商贸服务业有关奖励政策。

从支持方式看,主要有表彰奖励和补贴资助两种。从表彰奖励这种形式来看,意见明确指出,每年对十大突出贡献商贸企业给予每家20-100万元的奖励,对10家最佳成长性商贸企业给予

10-50万元的奖励;专业市场按规划完成改造提升,可获得3-8万元的奖励,按规划完成搬迁整合,可获得10万元的奖励。此外,商贸企业在创塑品牌、建设商业特色街和夜市、参与休闲购物节、引进国内外品牌等经营活动中成效显著的,也可按照相关政策获得财政资金奖励。从补贴资助这种形式来看,商贸企业开展促进农产品流通项目,将按投资额一定比例进行资助;企业列入市计划的各项促销活动,按照相关政策可获得财政补贴;实行统一收银的专业市场可按照收银系统技术改造投资额的25%得到资助。另外,除补贴资助商贸企业外,每年还将安排一定的财政资金用于加大杭州市商贸整体促销宣传力度。

意见还提出,对列入商贸业重点建设项目的,将优先保障供地并予以重点支持;商贸企业还可享受杭州经济开发区、杭州高新开发区以及各科技园区、工业园区的招商引资政策;商贸服务企业经营性用电可在峰谷电价和平均电价中自由选择;落实对中小商贸企业的担保资助;安排培训经费实施商贸业人才培养等。



古色古香的杭州河坊街

全
国

苏宁蝉联 2010 中国连锁百强榜首

中国连锁经营协会“2010 年度行业发展状况调查”日前结束,“2010 中国连锁百强”于 3 月 28 日正式发布。

调查显示,2010 年,连锁百强销售规模达到 1.66 万亿元,同比增长 21.2%,增幅高出社会消费品零售总额 2.8 个百分点。百强企业门店总数达到 15 万个,同比增长 9.8%。百强企业销售额占到社会消费品零售总额的 11%,与上年基本持平。

苏宁电器集团以 1562 亿元的销售规模位居中国连锁百强榜首,国美电器、百联集团有限公司、大商集团有限公司、华润万家有限公司分别以 1549 亿元、1037 亿元、862 亿元、718 亿元的销售业绩排名第二至第五位。

我省有银泰百货、三江购物、华联商厦、雄风集团、话机世界等五家企业上榜,分列第 38、60、90、97 和 98 位。

(中国连锁经营协会网站)

第三届中国服装电子商务峰会在杭州召开

5 月 10 日-11 日,第三届中国服装电子商务峰会在杭州召开。峰会上,除了淘宝网、凡客诚品等一批异军突起的电子商务领军企业与会分享电子商务的经营经验,百丽、李宁、太平鸟服饰、美特斯邦威等一大批服装制造企业也前来“取经”。

据悉,服装产业的集体“触网”,已经成为传统制造业借助电子商务升级的典型。据正望咨询有限公司的调查报告显示,2010 年度我国网上购物继续高速发展,全年网购规模近 5000 亿元,占到了全国社会商品零售总额的 3.2%,其中服装消费就高达 1620 亿元,占比网络消费总额的 1/3。

(中国电子商务研究中心)

沃尔玛宣布投资“一号店”

沃尔玛(中国)投资有限公司 5 月 13 日透露,沃尔玛百货有限公司今日宣布已就投资中国电子商务企业 1 号店控股公司少部分股权达成协议,交易预计将在 60 天内完成。

沃尔玛方面有关负责人表示,沃尔玛对这一投资倍感兴奋。中国网购规模近年来迅速增长,未来几年,将接近美国网购市场销售水平。通过投资 1 号店,沃尔玛将继续涉足这一重要的电子商务市场,并为实现成为全球领先的多渠道零售商的目标而努力。

据了解,1 号店网上超市于 2008 年 7 月成立于上海,可提供包括食品饮料、美容护理、母婴用品、家居用品、数码家电等类别超过 75000 种商品,志在成为国内第一家综合网上超市。目前拥有近一百万注册用户,在上海、北京和广州拥有仓储物流系统。

(新华网)

数据称
双汇全国零售量平均下跌 46%

备受关注的“瘦肉精”事件令双汇集团元气大伤,最新市场调查数据显示,双汇全国零售终端的销量下滑幅度高达 45.7%,更有超过半数的消费者表示不再购买双汇产品。对企业而言,要恢复至事发前的状态恐遥遥无期。

事件发生后,苏赛特商业数据机构对全国 111 座城市零售终端进行了数据调研。调查结果显示,全国已有 28.2% 的零售店下架双汇产品。在继续销售双汇产品的零售店中,平均降幅高达 45.7%。从消费者方面来看,全国有 53.3% 的消费者表示不再购买双汇产品。苏赛特认为,如果双汇不能正确处理好此事件,将不可避免地步“三鹿”后尘。

(北京商报)

国美双品牌征战电商 预计5年内占集团收入10%

4月20日,国美电器宣布旗下电子商务网站全新上线,并进行了物流、仓储等多方面的准备,意味着继去年11月投资3C类电子商务网站库巴网之后,国美电器正式大规模进入电子商务行业。

国美电子商务既整合了国美现有的物流配送资源,又构建了自己独立的配送体系。目前,国美电子商务已在全国建立了31个自有仓库,具备每天7000单的区域快速配送能力。

未来3年,国美将在全国建立以16个区域中心为核心的网络运营体系,建立全国112个大家电物流仓,建立620个分拨配送点,自有物流配送覆盖70%的订单,建立超过2000人的自有配送队伍。

(第一财经日报)

支付宝等27家企业 获“支付业务许可证”牌照

5月26日,央行宣布支付宝等27家企业获得“支付业务许可证”,成为首批获得支付牌照的企业。据了解,在首批申请的32家企业中,仍有5家企业没有获得牌照,不过有消息称,其他企业的许可证将陆续发放,许可证整体数量将不受限制。

咨询公司易观国际的报告显示,2010年中国第三方支付市场全年交易额达到11324亿元,并预测2012年中国互联网在线支付市场规模可望达到1.6万亿元。目前国内第三方支付市场集中度较高,仅支付宝、财付通两家企业就占据了市场的70%。随着相关政策的支持,中国电子商务力量将形成一股体系化的力量,参与国际间竞争。

(现代快报)

如家收购莫泰168龙头地位 更加巩固

5月27日下午,如家酒店集团宣布,以4.7亿美元价格正式收购莫泰168国际控股公司的全部股份,其中3.05亿美元为现金支付,其他部分以股票形式实现。收购后,莫泰168品牌将继续独立运营。

在经济连锁型酒店业中,如家的实力一直排名第一,莫泰168排名第五。收购之后,如家的行业领先地位更加巩固。截至2011年第一季度,如家拥有开业酒店848家,客房数量为97321间,位居中国经济型连锁酒店第一,目前如家酒店集团拥有如家快捷和和颐两个品牌,覆盖中国大陆超过150个城市。而莫泰168是中国经济型酒店市场上以时尚海派风格知名的品牌。截至2011年5月26日,其拥有144家直营店和137家特许店,共45669间客房,分布在81个城市,合并后行业老大如家集团的酒店数量从848家上升为1129家,遥遥领先。(羊城晚报)

中国购物中心开业数量大增 全国或超2500家

最新发布的《中国购物中心发展及预测报告2009-2011》的数据显示,2001年(含)以前,全国仅有400多家购物中心,预计到2011年年底,全国开业的购物中心将超过2500家,十年间的增长率超过500%。

从各年新增开业的购物中心数量上看,2002年与2003年均均在120-140家左右,增速相对稳定,在全部购物中心中所占比例为9.2%。从2004年开始,年新增购物中心的开业量均超过200家,所占比例逐年上升;2007年,该指标达到历史最高值,开业数量达到368家,所占比例超过13%。虽然2008年新增开业购物中心数量有所下降,但仍然超过300家,也是购物中心供应量最为集中的年分之一,所占比例达到11.3%。(搜狐网)

浙江

浙江省服务业发展大会在杭州举行

6月15日至16日,全省服务业发展大会在杭州举行。省委书记、省人大常委会主任赵洪祝,省委副书记、省长吕祖善出席大会并讲话。会议由省委常委、常务副省长陈敏尔主持。省领导李强、冯明、陈德荣、黄旭明等出席大会。

大会为省级服务业集聚示范区、省级服务业重点企业和服务业商业模式创新“十佳企业”授牌。省政府与11个市政府签订了服务业发展工作责任书。省发改委在会上解读了服务业重点行业“十二五”规划。杭州市、宁波市鄞州区、浙江传化公路港物流发展有限公司在会上发言。各市县、省直有关单位、有关高校和行业协会主要负责人参加大会。

(浙江在线新闻网站)

浙江省商贸业联合会召开
一届理事会一次会长办公会议

4月29日,浙江省商贸业联合会在杭州味庄召开一届理事会一次会长办公会议。会长吴德隆,副会长钱锦根等出席了会议,名誉会长徐鸿道、专家委员会主任胡祖光,省商务厅有关领导及部分企业代表应

邀出席会议。商联会各副秘书长列席会议。

吴德隆会长主持了会议。吴德隆会长对浙江省商贸业联合会一届理事会以来的工作作了简要总结回顾并汇报了联合会2011年度工作要点。副会长钱锦根介绍了全国政协经济委员会“加快现代流通体系建设,促进市场平稳运行若干问题”专题组在浙江的调研情况。副会长王晓哲、陈敏、马其华、夏国桥、吴波成、杨军、杨松柏、赵伯祥、骆左强等就一季度商贸运行情况进行了交流。胡祖光主任发表了指导性的意见。

会议审议并通过了浙江省商贸联合会2011年年度工作要点。推选钱锦根同志为常务副会长。审议通过了新入会单位及增补会员、理事、常务理事、副会长名单等事项。理事和常务理事、副会长将分别提请会员大会和理事会会议选举。并会议讨论了《浙江首届金秋购物节》(初稿)方案,讨论通过了浙江省商贸业联合会会刊《浙江商贸》基本方案。

最后,浙江省商务厅商发处卢成南副处长代表省商务厅作了讲话。

(浙江省商贸业联合会网站)

浙江推动老字号“走出去”
10多家企业走向国门

2011年3月,“全国中华老字号工作会议”在杭州召开。会上,浙江省商务厅副厅长周日星上表示,浙江正积极推动老字号“走出去”。浙江推动老字号走出去的开放战略主要包括三个方面:举办中华老字号境外展、推动企业到境外建立连锁或开设加盟店、建立境内外浙江名品中心。浙江以此推动老字号企业走出去,加快老字

浙江

号企业发展。

2007年以来,浙江省成功举办了“2007浙江省中华老字号日本展”、“2009浙江省中华老字号台湾展”、“2010浙江中华老字号暨浙澳名优商品展销会”等三个境外展会,建立了台湾、澳门浙江名品中心,推动部分老字号企业在台湾、澳门开设连锁店或建立加盟店。截止2010年底,共有10多家老字号企业走出国门,在境外设点。

同时,周日星也介绍了浙江下一步的计划,即实施老字号走出去与引进来并举的开放战略,积极吸引外省知名中华老字号到浙江投资发展,推动浙江省老字号企业抱团出去,到省外或境外市场开拓市场,加快该省老字号发展的质量和速度。

(中国新闻网)

浙江省年内将推出100家“公益农贸市场”

日前,浙江省政府已明确农贸市场“民生性、公益性、社会性”的新定位,2011年年内将推出100家“公益”农贸市场。

据浙江省工商局浙江省工商局市场处负责人介绍,今后新办重要农贸市场,会在权衡经济与社会效应时更偏向后者,在降低或减免摊位费、市场改造投入、食品安全等方面将更掌握主动。今后浙江农贸市场规划用地不得改变用途,并将积极引入农贸市场与农业专业合作社直销对接、连锁配送、设立直供直销点等新型业态,完善“菜园子”与“菜篮子”的对接机制。同时,实时监控农产品的供需状况和价格水平,实行价格公示;逐步建立价格预警和应急机制,设立价格调节基金,严

厉打击恶意哄抬物价、串通涨价、囤积居奇等不良经营行为。

(钱江晚报)

浙江严打餐饮行业滥用添加剂

今年5月开始,我省在全省范围内,在餐饮服务行业开展非法添加非食用物质和滥用食品添加剂严打行动。

考虑到现在许多发生食品安全问题的食品都是自制食品,今年我省餐饮服务食品安全监管部门,将重点检查自制食品,对自制火锅底料、自制饮料、自制调味料、自制糕点、馒头等食品中食品添加剂的增加抽检频次,并进行不定期抽检和随机抽检。

省食品药品监督管理局副局长吴宁一表示,对于故意非法添加非食用物质的,一经查实,将贯彻四个一律,即一律吊销相关许可证,一律依法没收所得,一律没收用于违法经营的相关物品,一律移送司法机关。

(浙江在线新闻网站)

浙江绍兴 致力打造诚信“网上轻纺城”

2011年5月,浙江省绍兴县工商局中国轻纺城分局、浙江中国轻纺网络有限公司在绍兴柯桥签订了《网上轻纺城与信用中国轻纺城网信用体系建设合作协议》,共同携手打造网上轻纺城诚信“金字招牌”。

据悉,《网上轻纺城与信用中国轻纺城网信用体系建设合作协议》包括两大方面的内容:一是“网上轻纺城”信用体系建设;

浙江

二是由工商部门创设的“信用中国轻纺城网”与“网上轻纺城”的信用信息资源共享。

绍兴县工商局局长寿志平在会上表示,工商部门将立足职能,积极培育“网上轻纺城”诚信体系,加强经营行为劝导和网络日常监管,开展诉求疏导,保护消费者和经营者的合法权益,促进网络商品交易行为的规范、有序的发展。

(中国新闻网)

2011义乌文博会成交喜人

4月20日至25日举行的2011义乌文博会交出了一份令人满意的答卷,实现展览成交额40.62亿元,同比增长44.71%,其中外贸成交额24.89亿元,同比增长47.28%。展览规模和经贸成交额均创历史新高。作为目前国内文体行业唯一的外贸主导型展会,每届文博会的外贸成交额都占到总成交额的60%以上,被誉为“中国文化行业首席国际贸易平台”。出席展会的文化部和省政府领导对此均寄予厚望,“希望义乌文博会能够抓住文化产业发展的大好机遇,形成国内外文化会展业的强势品牌。”

本届文博会不负众望,各项数据全线飘红。据统计,今年展会共吸引116个国家和地区的81916名境内外采购商,其中境外采购商为5252人,仅境外贸易团队就多达34个。

(中国小商品城网)

浙江农资集团参与衢州市级现代农业综合区葡萄产业园建设

5月6日,浙江农资集团有限公司总经理汪路平与衢州早甜丰葡萄开发有限公司

股东代表蒋荣香签署了《葡萄产业园合作协议》,双方共同增资衢州早甜丰公司,建设衢州市级现代农业综合区葡萄产业园。

据了解,该葡萄产业园位于衢州柯城区石梁镇拓川村和荞麦坞村,计划建设1000亩,总投资7000万元,目前一期已建成连栋葡萄大棚100多亩,计划到2014年建成。按照“政府引导、企业运作、以商招商、农商共赢”的原则,该项目将充分利用当地的自然资源优势,以市场为导向,以科技为依托,建立集约化优质精品葡萄种植基地与示范区;选育优质鲜食葡萄新品种,应用节水灌溉技术和无公害栽培技术,建立生态型葡萄观光园区;加快推广无病毒葡萄种苗和技术;建立科技培训、人才培养基地,探索“龙头企业+基地”的葡萄产业基地建设模式。集团将为葡萄园提供全套农资商品以及全程的农资商品应用指导和服务,积极打造融生态景观、休闲观光、生产示范、苗木繁育、科技研发为一体的区域特色葡萄观光园,帮助当地水果产业种植结构调整,实现区域农业增效、当地农民增收。

(兴合集团网站)

浙江省商业集团公司成功发行5亿元公司债券

经国家发展和改革委员会批准,2月24日,浙江省商业集团有限公司在全国银行间债券市场成功发行5亿元公司债券(简称“11浙商债”)。这是集团公司首次发行公司债券。

据悉,本期债券发行总额人民币5亿元,为6年期固定利率债券,并附发行人上调票面利率选择权及投资者回售选择权。本期债券在存续期前3年票面年利率

浙江

固定不变,为 5.46%。

经中诚信国际信用评级有限公司综合评定,本期债券信用级别为 AAA。债券主承销商为国泰君安证券股份有限公司,并由浙江省能源集团有限公司提供担保。

本期债券的成功发行,是集团公司开拓直接融资渠道的新突破,对集团公司优化融资结构、降低融资成本将发挥积极作用。
(浙江省商业集团网站)

百诚集团与银泰百货 共建本土化家电卖场新标杆

4月15日,世纪百诚-银泰百诚家电生活馆(银西店)在浙沥春雨中揭开神秘面纱,上城区副区长、省商业集团副总经理到场致贺辞,并参加了开业剪彩仪式。本次斥巨资打造的“银泰百诚家电生活馆”,通过强强联合的战略整合,不仅在投资力度、产品品类品种、卖场规模等“硬件”方面拥有超高水准,还在经营规范、服务完善、销售专业等“软件”方面具备强大实力,该店开业后将致力打造杭州本地家电终端卖场的新标杆。
(百诚网站)

杭州大厦 2011 供应商高峰论坛隆重举行

日前杭州大厦 2011 供应商高峰论坛在杭州隆重召开。本次高峰论坛的主题



是:尊重、沟通、发展。在杭州大厦百言堂,杭州大厦购物城的供货商们齐聚一堂,展望新的历史阶段中杭州大厦迎来的全新变化。在论坛上,童民强没有骄傲只有焦虑,他精辟地论述了“零售商与供货商之间建立一个公平、公正、透明的平台迫在眉睫。”

杭州大厦 2011 供应商高峰论坛是杭州大厦今年嘉年华活动的重要组成部分。会议邀请了浙江省商贸业联合会会长吴德隆,原浙江工商大学党委书记、校长、教授、博士生导师,浙江省政协科教委员会常务副主任,浙江省政府咨询委员会委员胡祖光,Claus Oldager-Chanel 中国区董事、总经理,北京爱慕内衣有限公司董事长兼总经理,北京服装纺织行业协会副会长,中国流行色协会副会长张荣明等。在论坛上,嘉宾们作了精彩发言,成为这次论坛活动的亮点。论坛会上,专业的学者、成功运营品牌多年的供货商、跨国外企的负责人齐聚一堂,激荡头脑风暴,共同探讨商家和供货商之间的双赢合作模式。
(杭州大厦网站)

翁南道,祖籍浙江余姚,浙江大学硕士,高级经济师。

颐高集团董事长,是中国大型卖场、专业市场与商业地产资深专家。

现担任的社会职务有中国电子商会副会长、中国商业地产联盟副会长、中国市场理事会主席、浙江省商贸业联合会副会长、浙江省企业家协会副会长、浙江民营企业家协会执行会长、浙江省市场协会副会长等。

近年来先后获得中国商业地产领袖人物、改革开放三十年杰出浙商、风云浙商、风云甬商、杭州市人大代表、杭州市劳动模范等荣誉。



翁南道: IT连锁中国,模式创新商业

●文/颐高集团有限公司 供稿

“中国IT零售终端领航者”、“中国商业地产专业运营商”、“中国特色的专业市场创新者”“87.21亿品牌价值”……在乐于颐高集团这些骄人成就时,人人往往更为关注其掌舵人——颐高集团董事长、总裁翁南道。

翻阅他的创业轨迹:1988年浙大计算机系毕业;1993年,自办公司经营组装机和电脑配件;1998年,创立浙江省第一家电脑城;2000年,拥有自己的连锁品牌;2001年,成立颐高集团,连锁扩张脚步迈向全国;2002年,成立颐高商业公司,打造杭州创业孵化器基地;2003年,成功打造“IT电子信息街区”模式;2004年,实施商业地产战略,成立龙城商业地产管理公司;2006年,成就“中国IT连锁第一强”,更在商业地产、传媒、电子商务

等领域成绩卓越;2009年,颐高置业发展公司更名为颐高创业园,颐高特色ITMALL横空出世;2010年,颐高集团拥有全资子公司、控股公司42家……

一个书生,短短十余年时间,不动声色间成就了一个又一个奇迹。与其他白手起家的创业者相比,翁南道的发展道路简直太顺风顺水。对于今天的成就,翁南道认为并不是自己有多大的才能,只是任何时候都能比别人早一步看到机会并紧紧抓牢。

●天道酬勤,十年一剑

翁南道与IT的不解之缘要从他的大学时代说起。1984年,他考入著名高等学府浙江大学,选

择了那时还没有被国人所知晓的计算机专业。其实,此时的翁南道对于计算机开发的热情并不大,他最大的兴趣是办实业,希望有一天能成立一家自己的IT企业,打造一个让中国业界都知晓、甚至世界闻名的大品牌。

1993年,翁南道以特有的敏锐眼光和浙商独有的拼搏精神,与几个同学投身商海创立了颐高集团的前身——浙江大学灵峰科技开发公司。虽然公司不大,但凭着起早贪黑的勤勉和对市场的不断摸索,当年就赚到了人生中的第一个100万元。

就在许多IT商户还在忙着买进卖出赚差价的时候,翁南道的眼光已在搜寻着新的商机。借着家用电脑崛起的潮头,他一跃成为文三路上第一位靠卖兼容机发财的千万富翁。

1998年,以中关村为首的全国各类IT核心街区纷纷出现了大型的电脑专业市场,IT产品流通行业正面临着迅速转型。翁南道看到这个机遇,果断地在文三路最繁华的地段开设了杭州高新电脑城。这是浙江省第一家电脑专业市场。初露头角,杭州高新电脑城即得到了市场和专业人士的大力追捧和肯定。其弥补了数码市场没有专业销售渠道的空白,实现了在IT数码的终端客户和源头端的商家、经销商之间建立起彼此信赖与依托的平台。

首战告捷,很快翁南道又在宁波开出了第二家“高新科技广场”。情况依然很火爆。就这样,从IT渠道商到IT专业市场运营商,颐高完成了第一次的华丽转身。此时的翁南道也突然发现杭州高新电脑城的名称似乎已不能适应企业自身发展的需要。他内心深处开始希望建立一个属于自己的品牌,一个能够体现企业未来发展方向的品牌。

当时在业内市场具有一种认识,连锁品牌的发展比较困难,不如独立市场的发展空间大、机会多。而抉择是以连锁品牌来统一市场还是单店形象“俄罗斯套娃”模式在早期的颐高集团内部也形成了激烈矛盾,大家何去何从呢?颐高的前身能够实现“蜕变”吗?

翁南道以独有的视角决定了“颐高”的诞生。2000年,翁南道决定在宁波开出第三家数码市场

并正式取名为“颐高”,随即也将杭州的高新科技广场正式更名为“颐高数码广场”。同年4月,注重品牌价值和营销战略渠道的翁南道向国家工商局、国家商标局正式申报“颐高”“和EGO”为注册商标,同时成立了“浙江颐高数码科技有限公司”,决定以市场化的运作管理模式来经营数码连锁市场。从那个时候开始,颐高在翁南道的带领之下逐步走向了全国,大踏步的迈着数码连锁化的中国步伐。行业年均20%的增长速度也造就了颐高的飞速发展,仅三年时间,就完成了颐高在浙江省内的连锁布局,先后在杭州外的宁波、绍兴、台州、湖州、衢州等地开设出多家数码专业市场。紧接着开始迈向全国。在2004年,颐高开始站在“中国最具竞争力数码连锁电子市场前三强”、中国最具成长性IT服务商、“中国最具竞争力IT网络商城”等全国性荣誉面前,受到了广大厂商、分销商、零售商的广泛关注。

2005年,中国·颐高集团有限公司正式挂牌成立,颐高进入了黄金高速发展时代,与全球TOP50的IT厂商签订了战略合作协议,微软、英特尔、AMD、联想、HP、DELL、索尼、三星、佳能等全球知名企业都先后加入颐高集团的战略伙伴联盟之中,在卖场资源、媒体平台、品牌渠道等诸多领域进行着全方位的合作,在这样的成功合作和项目管理中,翁南道的颐高集团逐步强大,日趋完美。

2006年,颐高数码被评为“中国IT连锁第一强”;颐高运作成立浙江市场研究院、亿茂商业公司,为中国专业市场发展研究开辟了崭新的道路;颐高控股杭州自动化仪表有限公司,开启自主研发创新平台之路。

在数码连锁大踏步在全国扩张的同时,翁南道没有将自己的事业局限于此,而是将目光投向新的领域——商业地产开发。2002年,颐高商业公司正式成立,紧接着在三年内的时间成立了颐高孵化器公司、颐高楼宇物业公司、颐高民营投资担保公司、颐高中信投资管理公司等,并通过不断升级整合,到2009年,颐高创业园横空出世。

之后两年时间,颐高创业园先后在杭州、北京、宁波、嘉兴、淮安、东海、绍兴、衢州、镇江等地

创办了 IT 综合创业园(IT MALL)。IT MALL 是集 IT 商业、创业公寓与科技楼宇于一体的商业综合体,是颐高创业园的物理概念。

现在,颐高创业园已成为颐高集团旗下的 IT 科技园、国家电子信息示范园、省中小企业创业基地、第一家省级民营科技孵化基地、首批特色软件园。目前拥有总建筑面积 50 万平方米,12 家服务公司,200 余名员工。创业园经过 8 年发展已形成了 IT 软件研发、创意产业、电子商务、IT 服务外包、科技创业孵化与网络技术的产业链。

2010 年,翁南道又迈出创新的一大步,颐高集团整合旗下物业公司、市场研究院和商业运营公司,组建龙城商业地产管理有限公司 LOTOWN,为中国商业地产的经营和投资者提供从咨询、策划、商业设计到营销、招商、管理运营等全方位系统服务。致力于打造成为“更专业、更系统、更中国”的商业地产服务商。目前已成功运营了杭州龙城美食城、海宁龙城商业广场、宁波龙城商业广场等多个商业项目,2011 年,商业经营管理面积将达到 100 万平方。

十多年的发展,翁南道和他率领的团队,依靠着强大的市场占有率、专业的数码市场渠道、权威的战略合作联盟、科学的市场管理模式,创造出众多 IT 界的奇迹,将颐高集团打造成专业从事商业地产开发、运营和模式创新的企业。截至 2010 年底,颐高集团拥有全资子公司、控股公司 42 家。数码连锁、创业园、龙城商业是颐高的三大核心产业。集团目前覆盖 IT、商业、地产、网络、传媒等众多产业,旗下拥有“颐高”、“创业园”、“亿茂”、“龙城”四大品牌,2010 年颐高品牌价值达 87.21 亿元。

● 颐高商城剑指未来 ITMALL.CN 崭露头角

当颐高集团旗下三大核心产业——数码连锁、创业园、龙城商业都在稳步迅速发展的时候,面对 IT 市场日新月异的变化,此时的翁南道开始酝酿着颐高的又一场全新变革——启动 ITMALL.CN“颐高商城”战略。

这几年电子商务的发展如火如荼,淘宝、京东、当当等都已经占得一席之地,颐高商城的横空出世会不会起步太晚?“电子商城如果能够解决人气足够,产品丰富,物流便捷等问题,那么它的成

本优势将会彰显,就能在市场竞争中拥有胜算。”翁南道说。而颐高作为全国规模最大、成交额最高的 IT 渠道零售平台,已在全国 23 个省创办了 60 家大中型数码连锁卖场,与全球排名前 50 位的 IT 厂商形成了战略合作伙伴关系,拥有接近 300 万的颐高 IT 俱乐部会员,完全具备开展电子商务的优势。

翁南道认为对于颐高来说时机已经成熟,在现有条件下利用公司旗下 IT 世界网及遍布全国的颐高数码卖场作为平台,结合颐高品牌知名度和行业影响力打造颐高商城,对接行业内各品牌优秀供应商进行自主销售,采用提取相对固定的进销差额和网站推广费、服务费的经营模式里来进行运营。把各地卖场作为 ITMALL.CN 的物流基地,售后服务就地解决,线下弥补线上的瓶颈和缺陷,让消费者对于电子商务的信任危机大大降低。这样的一种创新电子商务模式,必然能在 2011 这个电子商务发展元年里杀出一条路来,创造属于颐高的新奇迹。



赵伯祥：与3G时代共舞



●文/话机世界数码连锁集团股份有限公司 供稿

通讯市场在近代社会的发展中扮演了举足轻重的角色，它的每次升级直接刺激了整个社会改革以及每个人生活方式的变化。但是反过来说，无论通讯市场如何风云变化终究离不开人为的因素。赵伯祥就是影响通讯市场众生中的一员。通讯市场在一代一代的更新，赵伯祥和他的话机世界也在经历不同的成长阶段，他们在市场中相遇，舞动出一场华丽的华尔兹。

●1G时代：先觉者的胜利

20世纪90年代，手机市场渠道具有浓厚的政府色彩，手机品牌少进口限制多，大部分是大型国营企业经营着摩托罗拉、诺基亚等各大品牌的手机。而只有少数品牌的手机采用直营的方式，例如SONY、NEC等。赵伯祥就是在这样的大环境中早知早觉，追逐市场的变化，从销售有线电话到寻呼机再到无线电话。

1994年4月8日，在余姚一家电器厂做了三年话机销售员的赵伯祥借了5万多块钱，开了家不足10平方米的电话机专卖店，店名就叫“话机世界”。那时，不少电话机店经营不善关门，做销售出身的赵伯祥意识到做广告很重要，于是在他所在的那个城镇，报纸上开始出现“买话机到哪里，话机世界最便

赵伯祥，1969年1月出生，浙江余姚市人。

1988年参加工作，硕士学历(EMBA)。

现任话机世界数码连锁集团股份有限公司董事长、总裁。

先后担任的社会职务有余姚市政协委员，宁波市青联委员，浙江省商贸业联合会副会长，杭州市商业总会副会长，浙江省青联委员，浙江省连锁经营企业协会副会长，杭州市人大代表，浙江省商业总会副会长等职。



话机世界延安路旗舰店外景

宜!”等广告词。直到现在,赵伯祥仍然坚持打品牌,宣传促销广告不断。与其他零售门店打出中国移动门头的方式不同,赵伯祥一直坚持使用话机世界自己的招牌,既醒目又热闹。

卖话机卖了两年后,寻呼机开始大行其道,国内手机用户也在1997年迅速攀升到1000万户。“手机比座机更方便,跟BP机相比能直接对话,虽然当时价格比较贵,但我还是很看好这个行业。”当时赵伯祥坚信,价格贵不是问题,只要能给为消费者带来便利,一定会有很大的市场。“如果把规模做大,成本和价格就能相对降低了。”有了这样的思路后,赵伯祥连续在余姚开出10家连锁店,基本垄断了当地市场。

●2G时代:扩张!扩张!

1999年到2003年,手机市场初步放开,中国移动及中国联通都不再控制手机的零售市场,大量的个体手机零售商如雨后春笋般地迅速增加,同时国产各大品牌如TCL、康佳、波导、科健等全国建立分公司管理销售模式,开展轰轰烈烈的渠道、终端抢

夺混战。随着手机价格和通讯资费的下降,手机经历了一场壮观的井喷式发展。作为最早一批涉足手机行业的赵伯祥在这一阶段迎来了一次大跨步:大卖场的销售模式和连锁经营的规模优势,令他如鱼得水。

2002年8月份,苏宁进入宁波市场,一种新的危机感在赵伯祥心中产生。他以最快的速度提前苏宁开业2天开出了“话机世界”第一个大卖场,开始与大牌正面交锋。“那段时间学会了很多苏宁聚人气的做法,学会了如何同家电卖场竞争。”

2004年1月1日,话机世界在杭州同时开出两家总面积超过4000平方米的手机大卖场,总部从余姚也搬到杭州。“以前,我一直认为话机世界不算差;到了杭州后,我发现与国外先进企业相比,我们还有很大的差距。”

到2006年,话机世界在杭州的门店扩展到20多家,销售额占杭州销售额的50%以上。在杭州最繁华的延安路商圈,话机世界手机卖场已达8家之多;在杭州武林路-湖墅南路通讯商圈,话机世界五家卖场布局其间。此外在温州、绍兴、余姚、慈溪、台州等重要商圈,话机世界都密布其中。

同时,作为运营商的中国移动也与话机世界建立了战略合作伙伴关系。

“诺基亚N97刚出来那会,话机世界一天能销售100多台,作为高端机有如此大的销售量,诺基亚东南亚老总都非常佩服。”各个品牌厂商从各方面向话机世界倾斜:可从一级代理商进货,得到更优惠的进货价格;厂商的产品或促销广告可刊登话机世界地址;厂商大型路演、赞助活动抽奖或一级维修中心的设立都向其倾斜,极大地带动了销售。

●2.5G 时代：美丽转身

2007 年以后，通讯业面临井喷后的疲软期，全民购机的疯狂场面不再。家电连锁、大型电信城、手机连锁店、品牌专卖店、小型手机店瓜分零售市场，终端竞争的白日化导致手机进入薄利时代。另外一个不争的事实是：作为民生行业，手机业比其他行业更早一步感受到了金融危机的寒冷。2007 年的第四个季度，话机世界销售额下滑了 10%—15%，到了 2008 年话机世界的销售额出现负增长，年底更是快速下滑。话机世界转型迫在眉睫。

精耕市场

赵伯祥做出的第一个动作是精细化运作市场。“2007 年第四季度，整个手机零售连锁已经过度扩张，但是随着卫星城镇的兴起，消费的行为模式发生很大的变化，集中性的大店将不再流行，而分散的，便利性的社区小店，必将快速兴起。”赵伯祥说。经过深化市场和精细化管理，话机世界的门店在 2009 年获得 30% 的增长率。另外，随着一、二线市场的成熟，赵伯祥开始瞄向有待开发的县城和农村市场，2007 年 12 月全面推出百元手机店，全国一举开出 40 余家。2008 年，“话机世界”销售额达 30 亿元，城镇销量与以往持平，乡镇销量则猛增 20%。2009 年，赵伯祥将农村进行到底，在浙江全省农村开设 80 家新店。

细分产品

话机世界针对市场需求个性化和多样化的消费趋势，进一步细分产品，进行针对性营销，相继推出了高清手机、电视手机、粉机、彩机、省钱手机等，扩大了消费群体，提高了边际利润。此外，话机世界依托拥有大量共享库存、规模采购成本

低等后台供应链优势，相继推出了话机世界网上商城和网上连锁店经营新模式，并与淘宝、腾讯、颐高等公司签订了战略合作协议。

在此基础上，话机世界科学优化产业链，整合上游资源，实施专业化协作，大幅度缩短从厂家到消费者的流程，提高了运营效率，降低了整体库存，使库存周转率同比提高了 20%。同时，他们学习借鉴沃尔玛先进的库存管理模式，大幅度缩减库龄，最高的缩减了 100 多天。

增值服务

“市场膨胀时期，价格战往往是最主要的手段。在市场萎缩的情况下，如何抢夺现有蛋糕？价格战只是基本手段，提供有针对性、有价值的服务，是取胜关键。”赵伯祥说。为此，话机世界选择从单纯的零售商，到服务商，再到做手机增值服务的转型。橙心保和换新保两大售后产品就是赵伯祥在增值服务中的尝试。

另外，在卖场里增设手机增值服务还包括为用户提供手机软件下载、配件销售等项目，并提供个性化手机产品和定制特色手机配件等服务项目，以此提升企业品牌形象。“国内服务行业的从事人员，普遍缺少服务意识，工作只是为了养家糊口而不是为了能帮助到顾客而欣慰。”赵伯祥对话机世界的服务质量有着更高的要求。

优化人员

赵伯祥 2007 年开始对人力资源进行优化，提倡管理人员“回炉”，从子公司总经理开始，中高层管理人员原则上全部回门店重新学习；同时，精兵简政，做到规模扩张，人员不扩张，通过“传帮带”和标准化培训，提高个人技能，同步优化工作流程，大幅度提高工作效率。话机世界还将资源往一线倾斜，对边远乡镇门店的营业员提供更好的待遇，并大量吸纳优秀大学生加盟，提高人才队伍的素质和忠诚度，

为未来的大规模兼并和收购打牢基础。2009年3月,话机世界培训学校正式成立,内设三间教室,两间样板门店,不定期地组织新员工及子公司经理进行新产品、礼仪、形象等培训。

并购扩展

赵伯祥把2009年定义为话机世界大规模兼并收购的大好时机。据不完全统计,单单2009年,话机世界已经成功完成对温州以及嘉兴地区10家手机零售店等的并购。

但相对于“并购”,赵伯祥更喜欢将这种扩张叫做“合作”。在选择合作商时,赵伯祥特别注重三方面的要求,首先是该品牌在当地有一定的影响力,企业有运作品牌的意识;二是老板人品要好,虽然是并购,但在今后的发展中,仍然需要与该店老板进行全方位的合作;三是企业员工需要有一定的素质和很好的匹配性。“一个不争的事实是,年纪大一点的员工比较难融入话机世界的团队。”赵伯祥说,由于并购之后销售的产品与原先比更加多元化和高端,对不容易接受新事物的老员工无法学会使用机子和运用规范的职业技巧。其中也包括站立式服务和两班制等现代服务意识。“但由于话机世界的集团性,就算合作企业的员工全部不能适应,我们也能立马从其他分店调出一批合格的员工”。特别是针对浙江省内的并购,话机世界在操作中算是比较容易的事情。

●3G时代:未来可观

2009年1月,中国通讯三大运营商分别获得不同制式的3G牌照。三大运营商为了抢占3G先机,纷纷加大网络建设及优化力度,同时加强与终端厂商深度合作,以提升终端性能、丰富终端种类,拓展渠道建设等

方面的运作,并开始逐步建设自身的移动互联网服务平台。这种大环境对赵伯祥来说无疑是一针兴奋剂。新的时代,新的机遇他开始盘算如何在新舞台中让话机世界实现飞跃,同时成就自我。

“手机店可以开一辈子,这个市场太大了,变化之快不可想象,从2G、3G到三网合一和4G,整个速度越来越快。”虽然3G将开辟一场令人无限遐想的新天地,但赵伯祥面对的压力不轻。国内目前的3G用户群并不大,3G网络现在还处于建设期,而且,当前的3G数据资费并不便宜,很可能成为阻碍发展的一大主要因素。另外运营商越来越强化自建营销渠道,无疑将瓜分一些市场。赵伯祥巧妙地选择将原始资源和创造新资源相结合的方法来打这场3G战争。

赵伯祥在对外宣传3G手机时,一直强调话机世界拥有实力、价位以及在品种和服务方面的优势。这些优势无疑是话机世界在十几年的发展中不断沉淀的实力。“我们在全中国拥有300多家直营专业连锁卖场,拥有强大的和供货商议价的能力。”赵伯祥丝毫不掩饰自己的强势。可以说话机世界也是省内拥有3G手机品牌最多,型号最全的终端零售供应商。

早在3G概念刚在国内提起时,赵伯祥就开始着手研究3G时代的全新服务方式。2009年,话机世界开出第一批3G体验馆。这些造价大约60多万元的专业化手机连锁店融入了更多时尚、新颖的流行元素。门店还特别设置了个性化的互动体验平台,方便消费者购买手机后去下载音乐、电影和游戏等,切身体验和感受3G带来的速度与便捷。

广东试水“平价商店”

●文/本刊编辑

●怪圈

近段时间以来,国内市场存在着一个“菜贱伤农、菜贵伤民”的怪圈:这边厢,农民因农产品收购价格过低而愁眉不展;那边厢,市民却因农副产品零售价格走高而叫苦不迭。菜价究竟是高还是低呢?据悉,一丛蔬菜,要先花掉种子费、化肥费、人工费,然后才由菜贩子以或高或低的价格收购,一路经过加油站和许许多多的收费站,进入卖场前,还要交纳形形色色的入场费、摊位费,最后才能到达顾客的菜篮子,但彼时,菜价早已翻了几番。平抑农副产品价格,使市民的“菜篮子”提得轻松,必须要以不损害农民利益为前提。流通,作为连接生产与消费的纽带,其重要性再一次得以体现。

为缩短流通环节、降低流通成本,被发达国家和地区所广泛采用的“农超对接”在我国悄然兴起,并得到了各级政府的大力支持。其中,广东省探索建立的“平价商店”,作为农超对接的新载体,自诞生起便引起了各界的广泛关注。

●搭台

所谓平价商店,是指在政府引导和扶持下,通过产销对接,销售群众生活必需农副产品,并在价格异动时承担保障供应平抑价格等社会责任的商店。去年底,广东省稳定物价现场会在惠州举行,惠州设立平价直销点的做法正式在全省范围推广;今年年初,广东省物价局、农业厅、供销社等11个部门单位联合发出《关于依托供销社和农民专业合作社建设平价商店稳定农副产品价格保障群众基本生活的意见》,要求各地大力推进平价商

店建设,稳定农副产品价格,切实保障群众基本生活。据悉,广东省将在未来三年内投资4.5亿元人民币,力争到2011年底,全省平价商店不少于300家;到2013年,基本形成覆盖全省城市社区的平价商店网络。

意见指出,平价商店的经营场所主要通过以下途径予以保障:通过盘活政府现有闲置物业提供平价商店经营场所;结合农贸市场升级改造、城市“三旧”改造、大型公交枢纽等基础设施建设工程,规划预留平价商店场地;结合保障性住房建设,将平价商店作为其配套设施予以预留。供销社系统通过充分整合内部现有物业资源,挖掘潜力,解决增加布点所需场所。

根据意见,平价商店还能享受价格调节基金补贴,重点是:对平价商店承租经营场所,给予适当的租金补贴;对平价商店贷款自购经营场所,给予适当的贷款贴息。对与平价商店产销对接的农民专业合作社和相关的农业企业生产基地建设、生产条件改善、蔬菜大棚设施建设、实行标准化生产与品牌化经营,以及建立和完善物流配送体系、冷藏设施等,给予适当补贴或者贷款贴息。农副产品价格发生异常波动时,对组织调运并按照政府规定价格投放市场,实现保供稳价目标的平价商店,按照“先控后补”原则对差价给予适当补贴。此外,平价商店还享有四项税费减免优惠。

由于平价商店享有较多的政策优惠,意见对其资质也有严格规定:在本省行政区域内登记注册,具有合法经营资格;有相对独立且具备一定规模的经营场所;经营的平价商品应主要包括粮、油、肉、菜、禽、蛋等群众基本生活必需的农副产品,具体品种由省物价局会同有关部门确定;除以农民专业合作社为主体设立的平价商店外,应当

签订产销对接合同或协议;以低于市场价格销售群众必需农副产品(具体价差幅度由各地制定),并在价格发生异常波动时按照与政府的协议履行稳价惠民义务。

●唱戏

根据《关于依托供销社和农民专业合作社建设平价商店稳定农副产品价格保障群众基本生活的意见》中“政府主导、企业运作、权责明晰、惠民利企”的基本原则,除供销社系统、农民专业合作社之外,龙头企业、连锁超市也均有机会建立平价商店,不同模式的平价商店能享受到同等扶持政策。在实践操作过程中,广东省各地因地制宜,纷纷根据自身产业发展特点来建设平价商店。概括来说,主要有三种:

一是广州、深圳等珠三角中心城市,人口密集、农副产品需求量大,但自给能力薄弱,同时,拥有遍布城区的完善的零售网络。这类城市主要通过改造、提升原有超市和农贸市场来建设平价商品专区。如广州今年主要目标是建成 77 个平价商店,包括在全市城乡接合部新建或提升改造 5 家农超对接超市,新建或提升改造 40 家农超对接社区超市,在 30 家大型连锁超市门店中设立农超对接商品专区,建设 2 个农产品采购基地与配送中心。通过农超对接这种直采模式,超市农产品采购成本一般可下降 15%~20%,这部分原本被中间商赚取的利润可直接“转移”给农民,并最终惠及消费者。

二是依托供销系统建设平价商店。如清远,目前全市有 9 个合作社、73 个基层供销社、69 个企业、2789 个经营网点,每个乡镇都

有基层社,基本上在各个村都有门店,如此密集的供销网络使得供销社当之无愧地成为了建设平价商店的主角。由于供销社一直承担者服务三农的任务,长期以来与农民联系紧密,供销社开办的平价商店很容易获得农民的支持。通过从农业合作社和生产基地直接采购,平价商店跳过了层层加码的中间商,极大节省了流通成本,从而使农副产品售价明显低于市场价格。

三是惠州、湛江、阳江等农业基础较好的地区,主要依托当地农业龙头企业建设平价商店。如惠州市就提出平价商店建设要依托大企业,推行集约化经营。通过与 5 家有实力、有社会责任的大企业合作,惠州目前在市区扶持打造了 1 个大型平价农贸市场及 19 家平价商店。目前,惠州平价商店价格调控平台已初具规模。依靠这类龙头企业而建的平价商店除了具有保证充足货源、最大限度降低流通和采购成本等优势外,还能利用其先进的冷链技术和冷藏设备大大延长农副产品保存周期,从容应对突发事件。

●共赢

平价商店作为农超对接的新载体,致力于实现农副产品产供销之间的无缝对接,最后形成的是农民、商店和市民三方共赢的局面。

平价商店不收取任何形式进场费和上架费,为大量优质的农产品进入卖场搭建平台,而这些优质农产品又让平价商店不愁货源。与农民专业合作社签订采购合同,一方面提高了单个农民的议价能力,另一方面极大地避免了盲目生产,充分保障农民利益。而凭借明显的价格优势,平价商店吸引了

如广州今年主要目标是建成 77 个平价商店,包括在全市城乡接合部新建或提升改造 5 家农超对接超市,新建或提升改造 40 家农超对接社区超市,在 30 家大型连锁超市门店中设立农超对接商品专区,建设 2 个农产品采购基地与配送中心。

大量客流,在与其他零售业态的激烈竞争中赢得了生存空间。

平价商店通过产销对接,大大降低了流通成本,将原本被中间商赚取的利润转让给市民。据了解,平价商店销售的农产品价格,最高比普通超市和农贸市场要便宜 2/3。今年春节期间,惠州对市区肉菜价格实施政府调控,具有集约经营和连锁性质的平价商店充分发挥产品价格优势,以低于政府调控指导价 20%向市民销售。

● 争议

作为新生事物,平价商店的发展壮大也需要一个不断完善的过程。目前,在平价商店经营中出现的一些问题亟待解决。

一问:平价商店能否平抑物价?

当前,平价商店的主要功能在于:在价格异动时,对大众生活必需品承担保障供应、平抑价格的社会责任。今年 4 月,广东省政府部门已经列出了首批 40 种平价商店产品目录,以保证在市场价格出现突发性上涨之时,这 40 种商品的售价能保持稳定,使市民尤其是中低收入者的生活水平不受影响。

二问:平价商店是否会冲击现有商业体系?

从商店定位来看,平价商店的主要经营商品是粮油、蔬菜等生活必需品,其目标顾客群是中低收入者,而超市的产品种类更为丰富,更能满足中高端消费者的需求;从平价商店的产品定价来看,在价格平稳时期,平价商店的部分商品价格并不具优势,只有当价格波动异常时,才会发挥稳定物价的作用;从平价商店的发展规模和速度来看,据业内人士估计,广东省内一年增加 300 家平价商店,并不足以撼动现有商业体系。

三问:平价商店会否昙花一现?

据悉,广州首家家禽平价商店已经因为经营困难倒闭,由此引发了关于平价商店究竟能维持多久的讨论。据调查,该商店倒闭的主要原因之一在于选址偏僻、人流量少。意见中虽有保障平价商店经营用地的相关条款,但并未对商店的选址提出建议,这也许就是未来有待完善的地方和努力的方向。

相关链接

新加坡的“平价合作社”

广东平价商店的概念缘起于新加坡的“平价合作社”。1973 年,新加坡建立了第一间合作社性质的超市,销售物美价廉的日常生活用品。当时,新加坡正面临着石油危机和通货膨胀的双重压力,物价上涨现象严重。这间平价超市的出现很快赢得了消费者的欢迎,它通过多渠道组织货源、连锁经营、经营自有品牌、建立生产基地等方式,使得销售的商品价格低于市面其他商品的价格。短短 30 年间,最初仅有百多平米的小超市已经成长为拥有 130 多家超市和便利店的零售业龙头老大,占据了新加坡 50% 的市场份额。据了解,平价超市有 500 个自有品牌,除了香米、面包、食用油、牛奶、快熟面和罐头等食品之外,还包括了一些日常生活必需品,定价一般比其他超市低 10%-15%,尤其是政府规定的一百多种生活必需品永远是全国最低的。由于合作社占据了新加坡市场份额的半壁江山,因而它的价格水平可以限制其他零售商提价,成为政府稳定物价的利器。新加坡政府对平价合作社给予了极大的支持,从优先批给合作社开店的理想地段,到提供租金和税收优惠等。

2007 年,新加坡经济出现大滑坡,平价合作社伸出援手,决定让利 2130 万新元来帮助低收入者和生活困难者渡过难关。让利措施非常周到实惠,当年 8 月份起,全国 66 家合作社连锁超市将 200 多种日常消费品减价 20%,次年 1 月 1 日起,再次下调另外 200 种生活用品的价格,幅度达 18%,优惠期长达 17 个月。与此同时,平价合作社还返还会员 5% 的购物回扣和 5% 的股息,总值 3600 万新元。新加坡人对这一善举大表赞同,各处合作社连锁超市因而都是宾客盈门。最常见的货品,如大米、油、奶粉、巧克力、薯片以及清洁用具等都减价近 20%。在经济不景气的困难时期,适时地采取大幅度的让利措施,合作社获得了可观的社会效益和经济效益。(摘自广州市供销社总社网站)

数据速览·全国

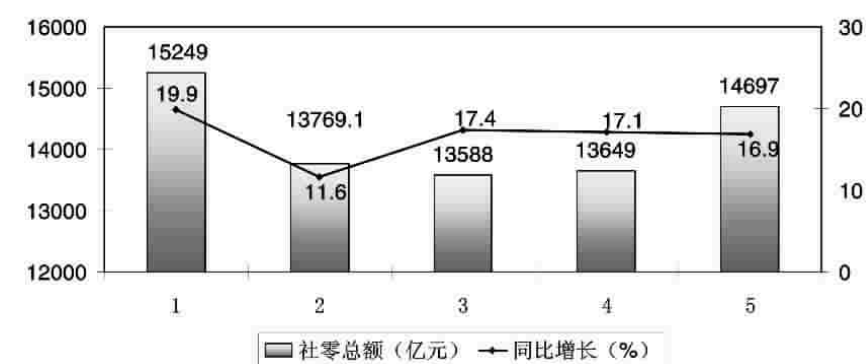


图1 2011年1-5月全国社会消费品零售总额及同比增长

数据来源:国家统计局

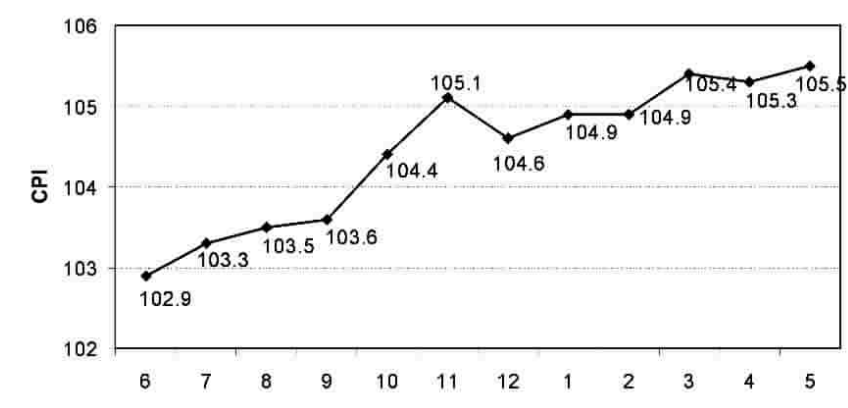


图2 2010年6月-2011年5月全国居民消费价格指数(CPI)走势

数据来源:国家统计局

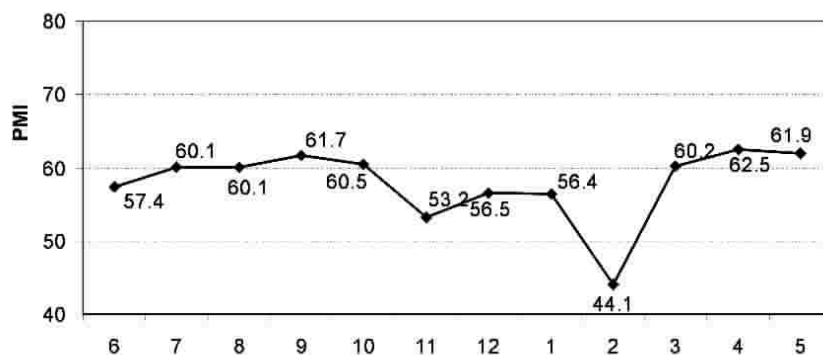


图3 2010年6月-2011年5月全国非制造业商务活动指数(PMI)走势

数据来源:中国物流与采购联合会

数据速览·浙江

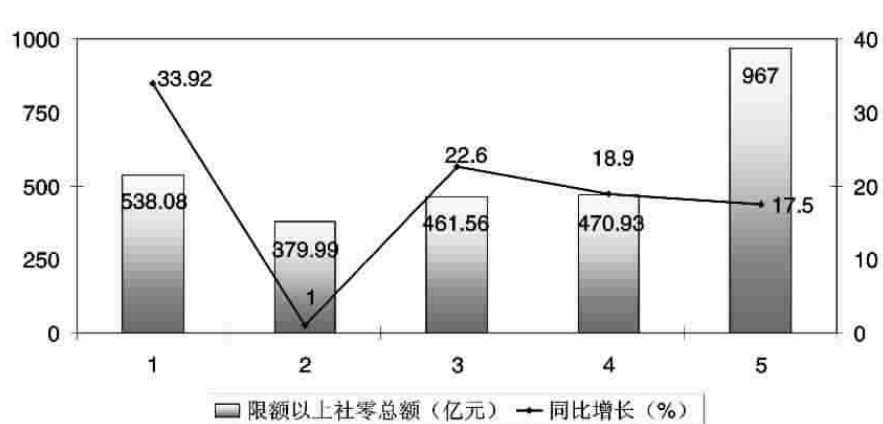


图4 2011年1月-5月浙江限额以上社会消费品零售总额及同比增长
数据来源:浙江统计局

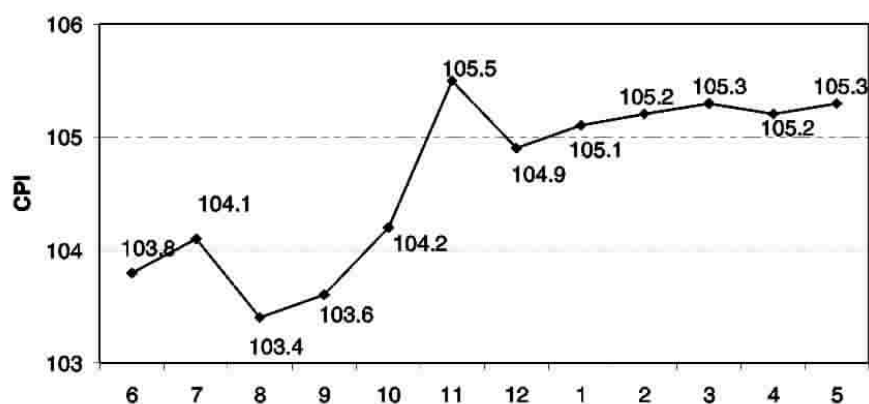


图5 2010年6月-2011年5月浙江省居民消费价格指数(CPI)走势
数据来源:浙江统计局

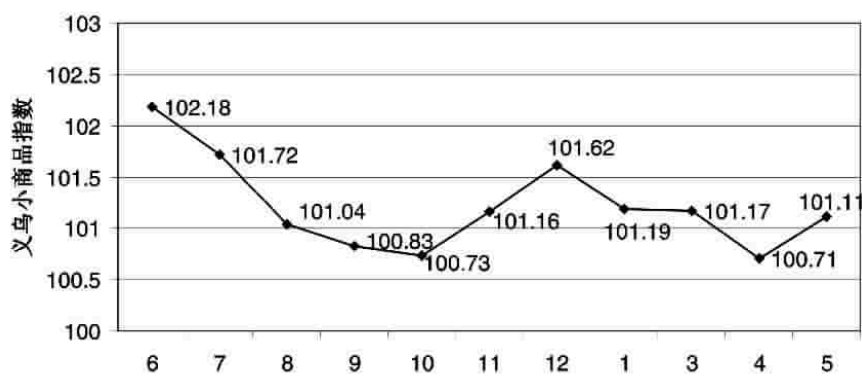


图6 2010年6月-2011年5月义乌小商品指数走势
数据来源:《义乌小商品指数信息》专刊

征 稿 启 事

《浙江商贸》是首份专注于反映和探讨浙江省商贸流通业发展的刊物,由浙江省商务厅主管,浙江省商贸业联合会、浙江省商经学会主办,浙江省国际经济贸易研究中心承办。主要发行对象为:浙江省商贸业联合会会员企业及潜在会员企业、商务系统主管等部门及金融、媒体等相关单位和相关行业协会。

为扩大编辑视野,丰富刊物内容,本刊向您诚约稿件;同时,将于年底对录用稿件开展评选活动,并根据稿件质量实行优稿优酬。

相信您的文章一定会为本刊增色,并让广大读者受益。为了编辑的方便,本刊不接受纸面投稿,敬请见谅。来稿请注明您的姓名、工作单位、地址和联系方式等必要信息。本刊投稿邮箱:zj_shangmao@126.com。

如有稿件相关问题,可打本刊编辑部电话:0571-28939200 0571-85062226。

附:栏目说明及用稿要求

经营之道:介绍浙江优秀商贸企业的先进做法和典型经验,以及企业高层、专家学者等各界人士关于商贸流通企业经营发展的感悟。重点推介浙江省商贸流通龙头企业的发展经验及经营创新。可附上相关图片 5-8 张。要求文章内容新颖,表述可读性强。字数要求:5000 字左右。

政策速递:浙江省各级商务部门新出的商贸流通政策摘要。字数要求:500-800 字。

璀璨新星:介绍浙江省中小成长型商贸流通企业的创新做法,推介优秀的中青年企业家。可附上相关图片 5-8 张。要求文章内容新颖,表述可读性强。字数要求:3000-5000 字。

他山之石:介绍经典或前沿管理理论及其应用,推荐国内外著名商贸企业的实用管理流程和方法,总结国内外政府部门的相关政策法规和施政经验。可附上相关图片 2-3 张。字数要求:3000 字左右。