

B 商业蓝皮书®
BLUE BOOK OF COMMERCIAL SECTOR

中国商业发展报告 (2008~2009)

权威机构 · 品牌图书 · 每年新版

**ANNUAL REPORT
ON CHINA'S
COMMERCIAL SECTOR
(2008-2009)**

组织策划

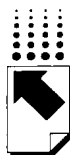
中国社会科学院财政与贸易经济研究所
利丰研究中心

主 编/荆林波 副主编/林景华



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

**2009
版**



商业蓝皮书

BLUE BOOK

OF COMMERCIAL SECTOR

中国商业发展报告 (2008~2009)

ANNUAL REPORT
ON CHINA'S COMMERCIAL SECTOR
(2008-2009)



社会科学文献出版社

SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

商业蓝皮书

中国商业发展报告 (2008 ~ 2009)

主 编 / 荆林波

副 主 编 / 林景华

出 版 人 / 谢寿光

总 编 辑 / 邹东涛

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

网 址 / <http://www.ssap.com.cn>

网站支持 / (010) 59367077

责任部门 / 财经与管理图书事业部 (010) 59367226

电子信箱 / caijingbu@ssap.cn

项目负责 / 周 丽

责任编辑 / 张景增 刘亚楠

责任校对 / 南秋燕

责任印制 / 岳 阳

品牌推广 / 蔡继辉

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部

(010) 59367080 59367097

经 销 / 各地书店

读者服务 / 市场部 (010) 59367028

排 版 / 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 17.25

字 数 / 295 千字

版 次 / 2009 年 3 月第 1 版

印 次 / 2009 年 3 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 0678 - 7

定 价 / 49.00 元 (赠光盘)

本书如有破损、缺页、装订错误，
请与本社市场部联系更换



版权所有 翻印必究

前言

《中国商业发展报告（2008～2009）》的出版，得益于中国社会科学院财政与贸易经济研究所与香港利丰集团的倾力合作。

一提及“商业”，略微带些苦涩。时光荏苒，“商业”再次进入我们的视野。

首先，我感谢香港利丰集团的张家敏先生，他长期穿梭于内地与香港之间，敏锐地观察到国内的“蓝皮书”中没有关于中国商业主体的发展报告。我们经过多次交流，决定今后每年联合出版一本关于中国商业的蓝皮书。

其次，我感谢中国社会科学院财贸所领导与同人的鼓励与支持。众所周知，财贸所曾经拥有国内外最优秀的一批商业研究方面的大师和专家，包括而不仅仅局限于：张卓元、高涤陈、杨圣明、贾履让、陶珪、白仲尧、唐伦慧、郭冬乐、叶杰刚、宋则、冯雷和王诚庆，尽管有些前辈已经离退休，有些研究员开始涉足新的领域，但是，他们的治学精神与时常关怀激励着我们年轻一代人的成长。特别是财贸所领导“放手养鱼”，鼓励创新的做法，为科研创造了一个相对和谐的环境。

再次，我感谢我们课题组这个年轻的团队。大家互帮互助，共同交流，形成了一个学习型科研组织。他们能够体谅我的压力，接受我对课题时时更新的苛刻要求。尤其是张家敏和林景华等香港合作者对课题报告提出了许多中肯的意见，不断提醒我们的团队要严谨认真，使得我们的合作研究得以顺利进行。

最后，我必须代表我的团队感谢支持我们的所有家人、本书的各位德高望重的顾问、香港利丰集团研究中心的同人；感谢社会科学文献出版社周丽主任及其团队的大力配合；感谢商业研究领域同行和媒体的鼎力支持；感谢有关部委和协会的帮助，这里包括而不仅仅限于：商务部市场运行司、商贸服务司、市场体系司、外资司、服务贸易司、中国商业联合会、中国商经学会、中国烹饪协会、中国连锁经营协会、中国百货商业协会、中国物流与采购联合会、中国电子商务协会、商业地产联盟、步行街专家委员会；我们感谢广百集团、天河城购物中心、



杭州大厦、杭百大、银泰百货、金融街购物中心、燕莎集团、武商联集团、奥康集团、报喜鸟集团、科宝博洛尼集团、深圳好百年家居、杭州金茂家居摩尔、北京城乡贸易中心股份有限公司、王府井百货集团、当代商城、翠微百货、超市发、物美集团、苏宁电器、腾飞广告、阿里巴巴集团、网盛科技、衣服网等机构提供的信息与行业意见。我们每一步的前进都饱含对你们深深的敬意。

希望大家把对本书的想法与建议反馈到：jinglinbo@sina.com，<http://jinglinbo.blog.sohu.com>。我们真诚希望大家共同努力推动中国商业研究的发展！

中国社会科学院财政与贸易经济研究所

荆林波 博士生导师

2009年1月15日

目 录



总报告 热点透视与政策分析

第一章 回顾 2008 年 展望 2009 年	/ 001
第二章 中国商业近期政策走向与未来影响	/ 013

产业分析篇

第三章 中国批发业发展状况	/ 025
第四章 中国零售业的发展与展望	/ 044
第五章 中国餐饮产业的发展状况	/ 058
第六章 中国无店铺销售的发展状况 ——PPG、VANCL 网上服装直销经营模式分析	/ 082

要 素 篇

第七章 中国商业地产发展现状与趋势分析	/ 098
第八章 中国资本市场商业板块股权结构	/ 118



第九章 中国商业板块走势及展望	157
第十章 中国零售行业信息技术应用软硬件现状、问题与趋势	179
第十一章 中国商业企业的社会责任	189

国际化篇

第十二章 外国商业发展的最新趋势	211
第十三章 外资商业企业在华直接投资分析与本土商业企业竞争力	225
第十四章 企业在“世界是平的”竞争环境下的经营策略 ——香港利丰集团案例分析	248

CONTENTS



Part I General Chapter

- Chapter 1 Retrospect 2008 and Prospect 2009 / 001
- Chapter 2 Major Policies Pertinent to the Developments and Trends
of China's Commercial Sector / 013

Part II Industry Analyses

- Chapter 3 Developments of China's Wholesale Sector / 025
- Chapter 4 Developments and Outlook of China's Retail Sector / 044
- Chapter 5 Developments of China's Catering Sector / 058
- Chapter 6 Developments of Non-Store Retailing in China / 082

Part III Business Success Factors

- Chapter 7 Developments and Trends of Commercial Properties
in China / 098
- Chapter 8 Shareholding Structure and Aggregation in China's Capital
Market: an Analysis of the Commercial Sector / 118



Chapter 9	Current Analysis and Forecasting of Commercial Securities in China	/ 157
Chapter 10	Developments and Trends of Information Technology Applications in China's Retail Industry	/ 179
Chapter 11	Corporate Social Responsibility of Commercial Enterprises in China	/ 189

Part IV Internationalization

Chapter 12	Latest Developments of Global Retail and Consumer Markets	/ 211
Chapter 13	Investment of Foreign Commercial Enterprises in China and Competitiveness of China's Domestic Commercial Enterprises	/ 225
Chapter 14	Competing in the "Flat" World: Case Study of the Li & Fung Group	/ 248



总报告

热点透视与政策分析

第一章

回顾 2008 年 展望 2009 年

荆林波*

摘 要：本章分析了 2008 年的国内外主要经济环境，剖析了推动中国经济增长的“三驾马车”的各自状况，阐述了我国商业企业在 2008 年面临的主要问题，最后，从微观层面和宏观层面提出了一系列建议。

关键词：金融海啸 经济增长

一 2008 年国内外经济环境

2008 年是不平凡的一年。

从国际来看，我们正在迎接一个恐怕是 1929 年经济大危机以来最大的一次金融危机，有的专家甚至认为是有史以来最大的全球性金融危机。美国经济出现衰退，欧洲许多国家与日本都调低了经济预期（见表 1-1）。

* 荆林波，经济学博士，中国社会科学院财政与贸易经济研究所所长助理，中国市场学会副会长，研究员，博士生导师。



表 1-1 全球经济状况 2006 ~ 2009 年预测

单位: %

	2006 年 全球产出发布	2007 年 GDP 增长	2007 年 GDP 的贡献	2008 年预计 GDP 增长	2009 年预计 GDP 增长
美 国	19.6	2.2	0.4	1.4	-0.7
欧盟 15 国	17.2	2.7	0.5	1.3	0.5
日 本	6.1	2.1	0.1	0.7	0.5
其他国家	7.4	4.0	0.3	2.2	2.0
发达国家总和	50.3	2.6	1.3	1.4	0.3
中 国	16.8	11.4	1.9	9.0	8.5
印 度	6.1	8.7	0.5	7.0	7.0
亚洲其他发展中国家	6.2	6.6	0.4	6.2	6.2
拉美国家	7.7	4.1	0.3	2.3	2.3
中东国家	2.2	5.1	0.1	5.1	5.2
非 洲	3.3	6.1	0.2	5.9	6.0
中欧东欧国家	3.4	5.7	0.2	4.5	3.4
其他国家	3.9	9.0	0.4	7.4	5.7
新兴市场与发展中国家	49.7	8.1	4.0	6.5	6.2
世界总和	100.0	5.3		4.0	3.2

资料来源: OECD, IMF, World Bank, 2008 年。

然而,随着时间推移,更多的悲观消息传播出来,上述预测机构又不断地下调了它们的预测。比如,国际货币基金组织预测 2009 年的增长率为 2.2%,低于 10 月份预测的 3%。^①世界银行的《全球经济展望》报告也把全球 GDP 的增长率从 2008 年的 2.5% 下调到 2009 年的 0.9%。

引人注目的是,如今的消费者信心受到重创。图 1-1 展示的是美国消费者信心指数,目前已经下降到最近 40 年的最低点。

尤其是,如果美国老百姓转变自己的信贷消费习惯,大幅度地减少消费支出,最终会影响到我国对美国产品的出口,影响到我国的经济增长。

从国内来看,一波未平,一波又起。从 2008 年初的雪灾、四川大地震,再到 8 月北京奥运,以及众多的事件,包括山西的溃坝事件、牛奶中的三聚氰胺事件。

^① IMF: World Economic Outlook Report, December 2008.

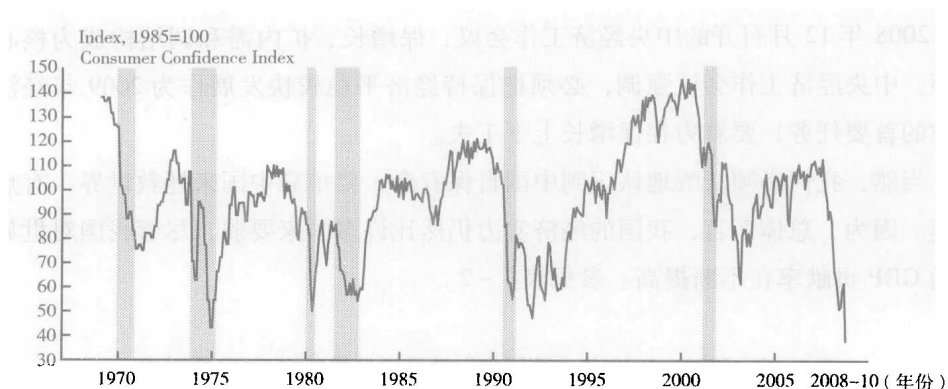


图 1-1 美国消费者信心指数

资料来源：National Bureau of Economic Research, The Conference Board, 2008 年 11 月。

在纷繁的国际与国内形势下，中国的国内经济形势出现了比以往难以预测的走势，国家宏观政策也在做出相应的调整。比如在党的十七大之后，2007 年底制定 2008 年宏观调控的首要任务是“双防”——防止经济增长由偏快转为过热，防止价格由结构性上涨演变为明显通货膨胀。

而到了 2008 年 7 月，中央政治局会议发出的信息是：国民经济继续朝着宏观调控预期方向发展，成绩来之不易；要把保持经济平稳较快发展、控制物价过快上涨作为宏观调控的首要任务，把抑制通货膨胀放在突出位置；继续加强和改善宏观调控，保持宏观经济政策的连续性和稳定性。也就是说，宏观政策的核心由“双防”变成了“一保一控”。

2008 年 10 月召开的十七届三中全会，中央根据国际经济形势的恶化以及我国经济增长出现放缓趋势，明确提出“保持经济稳定”。

2008 年 11 月 5 日，温家宝总理主持召开国务院常务会议研究部署进一步扩大内需促进经济平稳较快增长的十项措施，即：一是加快建设保障性安居工程；二是加快农村基础设施建设；三是加快铁路、公路和机场等重大基础设施建设；四是加快医疗卫生、文化教育事业发展；五是加强生态环境建设；六是加快自主创新和结构调整；七是加快地震灾区灾后重建各项工作；八是提高城乡居民收入；九是在全国所有地区、所有行业全面实施增值税转型改革；十是加大金融对经济增长的支持力度。初步匡算，实施上述工程建设，到 2010 年底约需投资 4 万亿元。



2008 年 12 月召开的中央经济工作会议，保增长、扩内需和调结构成为核心内容。中央经济工作会议强调，必须把保持经济平稳较快发展作为 2009 年经济工作的首要任务，要着力在保增长上下工夫。

当然，我们必须清醒地认识到中国自保有余，要单靠中国来拯救世界，有点奢望。因为，总体而言，我国的经济实力仍然比许多国家要弱，尽管我国对世界新增 GDP 贡献率在不断提高。参见表 1-2。

表 1-2 1990~2020 年主要国家和地区对世界新增 GDP 贡献率

单位：%

国家与地区	1990 ~ 2005 年	2006 ~ 2020 年	国家与地区	1990 ~ 2005 年	2006 ~ 2020 年
美 国	19.31	16.20	拉丁美洲	7.14	6.00
日 本	2.95	1.90	撒哈拉以南非洲	2.14	1.70
其他高收入国家(22)	18.33	13.80	东欧、中亚	1.58	0.90
中 国	28.14	36.60	中东、北非	3.82	3.70
印 度	9.46	11.90			
其他亚洲发展中国家	7.13	7.40	世 界	100	100

资料来源：根据世界银行、国际货币基金组织等报告估算所得，2008 年。

二 2008 年中国的“三驾马车”

要促发展、保持经济稳定，也就是说，要发展而防止出现经济紧缩。促进经济发展，无非“三驾马车”——投资、消费与出口。表 1-3 反映的是我国过去 8 年三大经济动力对 GDP 的贡献率。

表 1-3 中国三大需求对 GDP 增长的贡献率

单位：%

年 份	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
净出口	14.5	0.1	7.6	1.0	6.0	24.1	19.3	21.5
最终消费支出	63.8	50.0	43.6	35.3	38.7	38.2	38.7	39.7
资本形成总额	21.7	50.1	48.8	63.7	55.3	37.7	42.0	38.8

资料来源：国家统计局，其中 2007 年数字为初步核实数，其他年份为最终核实数，贡献率为三大需求年增量与支出法 GDP 年增量之比。



（一）2008 年进出口状况

国际环境恶化，必然影响到我国的出口。根据海关总署的最新统计，2008 年 11 月我国进出口总值 1898.9 亿美元，同比下降 9%。其中出口 1149.9 亿美元，下降 2.2%，增速比上年同期减缓 24 个百分点，这是自 2001 年 6 月以来中国出口首次较上年同期下降；进口 749 亿美元，下降 17.9%（见图 1-2）。^①

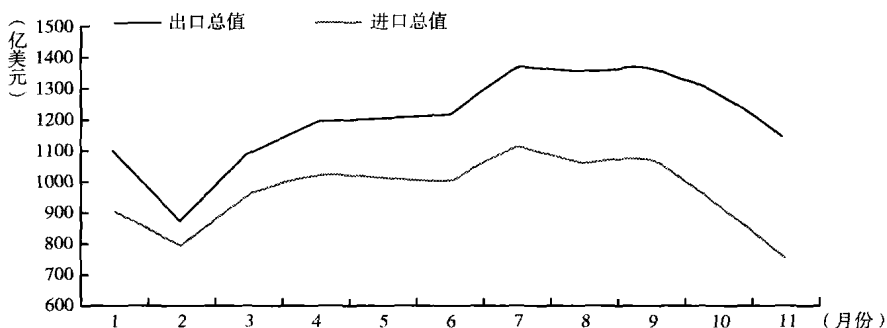


图 1-2 2008 年 1~11 月出口总值和进口总值

资料来源：海关总署，2008 年 12 月。

我认为，如此巨大的波动是由国内外综合因素造成的，“冰冻三尺，非一日之寒”，具体而言，有三个主要原因：第一，我国的三大贸易伙伴欧盟、美国和日本在第二季度和第三季度的经济出现了下滑，对中国产品的需求减少，由此传导到我国 11 月份的海关统计上。第二，出口价格剧烈下挫也是导致出口额下降的重要原因，许多产品出口数量不减，但是由于单价下降过多，导致出口额锐减。第三，从进口方面，由于原油等价格下降，我国进口额也相应地下降了。7 月原油为每桶 147 美元，如今为每桶 40 美元左右。

在短期内，很难指望我国的主要贸易伙伴扩大订单数量，提高订购价格，所以，希望仅仅依靠进出口来拉动 GDP 的增长，从目前的国际形势来看，有点困难。中国政府已经连续出台促进进出口的政策，如增加出口退税。我个人认为，针对出口再启动任何优惠措施都不如顺势而为，调整国内出口企业的产品结构。即使鼓励出

^① 海关总署相关统计报告，参见 <http://www.customs.gov.cn>。



口,也就不能再“一刀切”鼓励某个行业,而应当更有针对性地瞄准某些核心企业,引导国内低端企业逐步提高技术能力,树立自主品牌,争取国际市场的话语权。

(二) 投资状况

也就是说,在放眼世界之后,我们的关注点必须瞄准国内市场,必须加大国内市场的挖掘,刺激内需。

所谓内需,既包括消费支出,也包括投资支出。刺激内需,最直接的手段是依赖投资,尤其是政府投资,但又不能过多,否则会出现过热现象,而最有力的杠杆是拉动消费,扩大最终消费支出,有必要将投资控制在一个合理的比例上,协调处理好投资与消费的关系。

我认为,这里务必关注如下问题:

第一,4万亿元中有多少是新增投资?也就是说,新增投资对经济的拉动作用更大,如果4万亿元中的新增比例不高,只是把原有的“十一五”投资计划拼盘出来,那么,它们对经济的拉动作用就会降低很多。

第二,4万亿元的中央投资能够带动多少地方投资,尤其是民间投资?众所周知,中央的投资计划出台之后,地方政府纷纷响应出台了若干投资计划,当然,我们更关注带动了多少民间投资。因为只有把国内的民间投资真正调动起来,才能从根本上改变政府投资主导的经济发展模式。

第三,4万亿元的投资效率是否能够提高?如今,各地、各企业纷纷“跑部(各个部委)钱进”,根据业内人士估计,一般跑项目的“成本”要占30%,如此大的成本,还面临着层层剥离,最终必然降低了投资的效率。

第四,4万亿元从哪里来?是发债吗?现在仍然需要进一步关注。

第五,也是最重要的一点,中国经济发展模式必须跨越“以GDP为纲”的门槛。GDP对于我们经济发展非常重要,同时,我们也要看到各地政府一旦把GDP作为唯一追求目标的时候,我们的GDP水分就会放大许多,同时,我们GDP的绿色含量就会大大缩水。如果从节能降耗、绿色环保等角度综合考虑,中国的经济发展转型必须在兼顾发展速度与发展质量之间做好平衡。

(三) 消费状况

我国最终消费率(最终消费占国内生产总值之比)与其他国家相比明显偏



低,根据世界银行的统计,2006 年世界平均消费率为 62%,发展中国家平均为 58%,我国不到 50%。虽然近年来随着国家一系列扩大消费政策的出台,消费增长有所加快,2007 年最终消费对 GDP 的贡献率已经超过资本形成,但从一个更长时期看,2000~2007 年,消费对经济增长的贡献率(最终消费增加额与国内生产总值增加额之比)从 63.8%下降为 39.7%,而同期资本形成的贡献率由 21.7%上升到 38.8%,货物和服务贸易净出口的贡献率由 14.5%上升到 21.5%。^①

扩大内需,已经讲了多年,但是,实际的效果并不明显。原因是多方面的,归纳起来至少包括:国内消费者对未来的经济有所顾虑,我国的社会保障体系仍然没有完全建立起来,老百姓的收入增加不明显甚至下降^②。如此一来,消费者必然捂紧腰包,不愿消费。

三 中国商业企业在困境中发展

自 2007 年以来,中国的商业企业与其他行业的企业一样还面临着来自成本的压力:比如,各地区职工工资普遍上涨,劳动力成本显著上升。2007 年,全国职工平均工资 2.49 万元,增长 18.7%,同比提高 4.3 个百分点。全国有一半的省份职工平均工资涨幅超过 20%,西藏最高,2007 年工资涨幅达 46%。2008 年新的《劳动法》推行实施,使得企业的经营成本进一步加大。再比如,企业要扩大发展,必须依靠资金投入,而近年由于国家收缩银根,商业企业的资金成本也大幅上升。

除了成本压力之外,中国的商业企业还面临着下列三方面的冲击:

第一,电子商务、电视直销、电话直销等新销售方式的冲击。消费者关注成本因素,以及“80 后”和“90 后”对新消费方式的采纳,他们的许多消费已经从传

^① World Development Indicators 2008, 参见 <http://www.worldbank.org>。

^② 2009 年“社会蓝皮书”主编、中国社会科学院社会学研究所所长李培林预测,2008 年居民收入增长率有望达到 7% 左右,但是这一数字比上年下滑了一半左右。70% 的城乡居民都认为自己的生活水平比五年前有所上升,但是收入差距扩大的情况仍然十分突出,最高 20% 收入组的家庭平均收入是最低 20% 收入组的 17.1 倍。收入差距的公平感比 2006 年下降了 11 个百分点,意味着贫富分化对社会公正的损害正在加剧。



统渠道中转移出去。淘宝如今每天都销售3亿元左右，在它的示范下，许多传统零售企业也开始考虑如何利用网络扩大自己的影响。虽然PPG因为管理出现问题，导致失败，但是，在它之后的许多企业仍然不断开拓，摸索出一条新的销售方式。

第二，供应商与零售商博弈后，部分生产商开始选择自营，放弃了传统的渠道模式。比如，某些品牌制造商可以独立做专卖店，不选择百货店作为自己的第一选择。此外，某些百货店盲目追求升级换代，也为此付出了代价。比如，北京某购物中心为了迎接奥运，把自己的经营品种提升过高，反而销售锐减。当然，对于大多数的“中国制造”的企业而言，要缴纳高昂的通道费、承诺相应的销售业绩，是有困难的。在温州调研中，我们发现连奥康、报喜鸟这样的企业都有苦难言。

第三，新建商业项目，分流了固有的客源。这个现象一定要引起注意。看某个城市或者地区的消费总量，表面上是增加的，但是，增加的部分被众多的新进入者分食，而原有商业企业的销售可能是下滑的。我们在许多城市的调研中发现，尤其是新开业的大卖场、精品百货店和购物中心，它们对该区域的销售有较大的带动作用，但是对已有的商业企业冲击也比较大。

我们先后赴广东、浙江、上海、江苏和北京等地调研，考察中国商业企业的影响，总结如下：

(1) 不同业态受到的影响不同。超市和大卖场总体影响不明显，百货店和家电专卖店等影响比较大，越是以卖奢侈品为主的百货店影响越明显。

(2) 不同地区的商业企业受到的影响不同，农村地区的消费比较稳定，城市之间有一定的差距。比如，广州的百货业受到的影响比较大，可能与出口导向型企业受到冲击较大直接相关。

(3) 房地产不景气，直接影响到家居等卖场的销售。

(4) 即将全面推行的公务卡改革将对全行业带来影响。2008年年初，我国在公务消费领域推出了一项新举措引起了人们的广泛关注。1月30日，财政部、中纪委、中国人民银行联合召开电视电话会议宣布：2008年，中央预算部门和省级预算单位将全面推行公务卡改革试点，凡具备刷卡条件的，必须使用公务卡，否则，财务不予报销。这项改革还将在2010年覆盖从中央到县级的全部预算单位。可以预见，此项改革必将影响集团的购买行为，进而影响那些依赖集团购买的商业企业。