

# 临安商贸经济 调研成果集

临安市贸易局  
临安市商业总会 编

# 临安商贸经济调研成果集（第二辑）

## 目 录

|                             |                        |
|-----------------------------|------------------------|
| 序.....                      | 周日星                    |
| 发展现代流通 繁荣临安经济.....          | 王传维（1）                 |
| 临安市农村的市场潜力、制约因素和解决对策分析..... |                        |
| .....                       | 《临安市开拓农村市场调研》课题组（6）    |
| 临安市发展商业街的设想与思考.....         | 《临安市商业特色街规划与研究》课题组（32） |
| 市场与产业联动是促进专业市场发展的必由之路.....  |                        |
| .....                       | 《临安市委党校专业市场调研》课题组（52）  |
| 试论服务营销.....                 | 毛林妹（66）                |
| 临安市连锁经营发展现状、存在问题及策略研究.....  | 黄 纲（89）                |
| 我市连锁超市快速发展的成因、意义及举措.....    | 吴天祥（109）               |
| 稳健发展连锁超市 满足群众放心消费.....      | 王月明（115）               |
| 发展临安现代物流业的对策措施.....         | 潘朝辉（120）               |
| 试论当前我市开拓农村市场存在的问题与对策.....   | 朱文和（133）               |

|                              |              |
|------------------------------|--------------|
| 创办废旧物资市场是优化城市环境的有效措施·····    | 章益德 (142)    |
| 锦城新天地的错位与调整定位·····           | 钱杭园 (146)    |
| 为锦城新天地插上文化的翅膀·····           | 朱其正 (157)    |
| 繁荣新天地商圈之我见·····              | 冯元园 (162)    |
| 关于开展我市电子商务的几点思考·····         | 朱文和 (170)    |
| 二手房网上交易的设想·····              | 陈梅红 (181)    |
| 浅析服务业品牌战略·····               | 毛林妹 (184)    |
| 轿车品牌个性及其广告塑造·····            | 钱杭园 (189)    |
| 怎样做大、做强临安市的房地产中介品牌·····      | 潘卓涛 (199)    |
| 开拓经营 打造临安精品商厦·····           | 许 彤 (204)    |
| 解放思想 加速培育我市商贸企业核心竞争力·····    |              |
| ·····                        | 毛林妹 (209)    |
| 培育企业文化 提升企业素质·····           | 朱其正 (214)    |
| 整体联动 综合治理——浅议商贸企业改制后的管理····· | 朱文和 (222)    |
| 改善消费环境之我见 ·····              | 苗建成 (229)    |
| 关于促进我市社会中介服务业健康发展的几点思考·····  | 刘启平 王晖 (235) |
| 编后记·····                     | (248)        |

## 发展现代流通 繁荣临安经济

王传维

受临安市贸易局的委托，我们浙江工商大学课题组承担了编制《临安市商贸服务业及网点发展规划（2005—2020）》的任务。经过一年多的走访、考察和调研，在逐步完成《规划》编制的同时，也深深感受到了临安经济迅猛发展的强劲势头，目睹了临安市场正在发生的深刻变化，更憧憬着临安明天的诱人英姿，我们也深受鼓舞。

改革开放以来，特别是“十五”期间，临安的经济 development 明显加快，取得了显著成就。在正确贯彻中央和省市有关方针政策的基础上，在临安市委市政府的领导下，临安先后跨入了浙江省经济“17 强”，首批成为小康县，并跻身全国综合实力百强县，尤其是 2004 年，在国内生产总值较上年增长 18.9% 的高幅度基础上，首次出现了农村居民人均纯收入增长幅度（10.9%）高于城镇居民人均可支配收入增长幅度（10.7%）的可喜现象，显示了党和政府着力解决“三农”问题的

富民政策的初步成效。经济的增长，人民生活质量的提高，在市场上也得到充分的反映，随着流通体制改革的深化，临安市商贸业的改制面已达到了 98.7%，成功完成了流通体制改革，现代流通产业和流通方式正在逐步发展，连锁超市，专卖店，专业店，专业市场等现代商业业态已经形成了一定规模，省级“百城万店无假货示范街”——衣锦街名声远扬，锦江路休闲商业特色街初具规模，以国贸大厦、新广远、解百钱王商厦为代表的综合百货都以新的姿态展现在临安市场。而以崭新面貌出现的锦城新天地步行商业街区、规模巨大的浙皖农贸城、临安商城等商业巨舰正逐步建成投入运营，并将逐步显示出强大的经济活力和辐射力。2003 年以来，临安市实现的社会消费品零售总额增长幅度均在 14% 以上，持续位于杭州地区五县市之首。事实向人们展示着临安经济和市场的变化，而形势呼唤着临安更大的变化。

我国加入 WTO 以来，经济全球化进程日趋加快，外资大量进入中国市场寻求发展，特别是外资商业巨头加大抢滩中国零售市场的力度，各类大商业公司，国外的著名品牌，名牌，不惜重金，占据国内各大中城市著名商业街区的金角旺铺，已是不争的事实；而国内市场的演变也是日新月异，随着城乡统筹发展战略的确立、城市功能的变化和产业结构

的调整，城市人居环境的优化和第三产业的发展，已是人们的共识。发展城市第三产业，发展现代化的流通产业已是城市发展的重要内容。往日日用生活用品制造商们不愁销售的卖方市场已成过去，而现在已经变成了在商业街上看消费变化，随着市场消费定生产的买方市场悄然而至，谁还敢不管销售？而消费的变化也是潜移默化的，往日供不应求条件下的抢购早已变成了持币待购和随心选购，单纯的为购物而购物也变成了休闲加购物，以前不管购物环境的好坏变成了既讲对所购商品的物美价廉也讲究购物环境的优美舒适，以前不管是什么东西，能买着就行，肩扛手提多走点路也不在乎，而现在，日用生活品要求就近方便快捷购买，没有谁会走老远路去买日用生活品，而高档时尚耐用消费品则要到繁华街区的精品店专卖店专业街去挑选。长三角经济圈一体化发展战略的提出，也为临安的经济的发展提供了新的机遇，临安可以利用自己的资源优势融入长三角，接轨大上海，发展适合临安条件的现代加工产业，也可以利用自己的旅游资源优势发展生态旅游，做大做强旅游市场，同时增强临安商贸业的对外辐射能力。所有这些，都是经济发展生活改善的新的要求，也是现代商贸流通产业发展的必然趋势。这也正是临安现代商贸业所面临的新形势。

临安市领导和有关部门清醒的看到了这样一个发展形势，适时制定了新的临安城市发展总体规划，勾画了未来的临安发展蓝图，强化了第三产业包括商贸流通业的战略地位，也给未来商贸业的发展提出了新的目标和任务。在这个前提下，制定临安市商贸业及网点发展规划，重新整合临安市的商业资源，明确今后的发展目标，确定临安商贸业的功能定位，合理预测今后临安商贸业发展的规模，根据城市发展的格局，安排商贸业发展的框架结构，制定引导今后商贸业发展的政策措施，以指导今后若干年临安市的商贸业发展是非常必要的。

本次规划，在必要的调查座谈分析测算的基础上，在临安市城市总体发展规划的框架下，对未来临安市市域的商贸业发展提出了“一主二次三基点”的发展战略：“一主”是指临安主城区市级商业中心；“二次”是指西部昌化、中部於潜两个市级商业次中心；“三基点”是指发展临安城市的社区和居住区的基础商业、临安村镇基础商业、发展临安主要风景区配套商业。这样形成临安市域的商贸业发展基本框架。

临安的主城区规划战略是，“双核一带十街”的框架结构，“主核”是在钱王广场周边约两平方公里的区域内形成传统繁华商贸购物区和吴越文化旅游配套服务区；“副核”是在人

民广场周边约一点五平方公里的区域内形成现代城市休闲时尚购物区；“一带”是利用苕溪两岸的自然景观打造融景观、休闲、商业购物于一体的苕溪景观休闲带；“十街”是根据现有城市商业资源和未来发展的方向以及专业经营的特点，逐步形成五横五纵十条商业特色街，包括金融商务、综合商业、精品服饰、妇女儿童用品、电子通讯器材、家用电器、文化用品、旅游纪念品、休闲娱乐、餐饮小吃、古玩字画、汽配维修、花卉鱼虫等各种按商品自然特点形成的各类经营业态相对集中的专业街特色街。与此同时，相应发展适合临安实际的各类专业市场，包括生产资料（钢材、木材、建材、机电）专业批发市场，消费品（农副产品、山林土特产品、小商品）专业批发市场。在形成“双核一带十街”大的框架格局的过程中，重点发展现代连锁商业，充分重视现代物流业、商务会展业、中介服务业以及电子商务的发展。在条件成熟时，适当引进现代大型的多功能购物中心，大型仓储式超市以及其他现代商业业态以提升临安商贸业的品位档次。

我相信，临安市商贸服务业在临安市委市政府的领导下，在市贸易局的具体实施下，定能将规划变为现实，逐步形成大贸易、大市场、大流通的新格局。

## 临安市农村的市场潜力、制约因素和解决对策分析

### 《临安市开拓农村市场调研》课题组

十六届四中全会报告中指出“统筹城乡经济社会发展，建设现代农业，发展农村经济，增加农民收入，是全面建设小康社会的重要任务”。做好农村商品流通工作，大力开拓农村市场，既是促进农村经济全面发展和农民增收的现实需要，也是统筹城乡协调发展、完善社会主义市场经济体制的客观要求。

临安市农村经济总体势头较好，农民收入稳步上升，农村市场日趋活跃。为进一步做好开拓农村市场工作，我们选择了 10 个不同经济发展水平的乡镇，对 600 余家农户进行了问卷式调查，挖掘市场潜力，全面剖析开拓农村市场的各种制约因素，并有的放矢地提出解决问题的对策措施。

#### 一、我市农村蕴藏着巨大的市场潜力

农村市场与城市市场相比，虽然还比较落后，但发展的空间十分广阔，拥有巨大的市场潜力可以挖掘。

##### （一）农村拥有巨大的消费群体

临安市是一个较为典型的山区县级市，农村人口 42 万，占总人口的 82%，是城镇人口的 4 倍。据有关专家推测，农村人口每增长 1 元钱的消费支出，将对整个国民经济新增 2 元的消费需求。以此推算，如果我市每个农民多购买 100 元钱的商品，将带动整个国民经济新增 8400 万元的消费需求。收入决定支出或消费，是购买力的象征，也是进行这个推算的必要前提。农民购买力表现为手持现金和储蓄存款两种形式。一般情况下，农民手中的现金代表着一种现实购买力，适当引导即可转化为有效需求。1999 年到 2003 年，我市农村居民人均纯收入从 4282 元上升到 5952 元，增幅达 39%。居民储蓄存款余额是居民前期购买力的节余，也是下期购买力的反映，在一定程度，从一个层面也反映了农村居民的购买力和消费力。据统计，2003 年我市农村信用社储蓄存款余额达到了 15.2 亿元，近两年基本以 19% 的速度增长，预计今后几年仍将以 19% 左右的速度递增。另外，近年来，我市三次产业全面、协调、快速发展，为农民增收创造了良好的外部环境，从调查数据看出，被调查者对 2005 年家庭收入的情况普遍持乐观态度：

| 选 项  | 明显增加 | 有所增加  | 没什么变化 | 有所减少 |
|------|------|-------|-------|------|
| 人 数  | 27   | 315   | 258   | 15   |
| 所占比例 | 4.4% | 51.2% | 42.0% | 2.4% |

## （二）城乡消费水平存在较大差异

尽管农村居民收入和消费水平明显提高，但与城镇居民相比，农民总体消费水平仍处于相对较低阶段。城乡消费水平之间的差距，在一定程度上说明农村市场还存在较大的潜力。

一是生活消费支出增长相对缓慢。

城乡居民收入和支出增长对比

|            | 2001 年 | 2002 年 |       | 2003 年 |       |
|------------|--------|--------|-------|--------|-------|
|            | 数额     | 数额     | 同比    | 数额     | 同比    |
| 城镇人均可支配收入  | 9982   | 10675  | 7.6%  | 11866  | 9.2%  |
| 城镇人均生活消费支出 | 6008   | 6847   | 14.0% | 8642   | 26.2% |
| 农村人均纯收入    | 5002   | 5362   | 6.9%  | 5952   | 11.2% |
| 农民人均生活消费支出 | 4884   | 4907   | 0.5%  | 5241   | 6.8%  |

从中我们可以看出，近两年，我市农村人均生活消费支出增长远比不上人均纯收入的增长；跟城镇对比来看，虽然人均可支配收入增长速度差距不是很大，但人均消费支出增长速度是远远超过了农村居民，甚至超过了城镇居民人均可支配收入增长本身。这一方面反映了城乡居民的消费观念的差异性，同时也表明农村仍有较大的消费需求空间可以挖掘，再加上我市 82% 的农村人口这一因素，市场潜力不可小视。

二是农村居民耐用消费品拥有量远低于城镇居民。

农村和城镇居民部分拥有耐用消费品比较

| 每百户拥有      | 洗衣机<br>(台) | 电冰箱<br>(台) | 电视机<br>(台) | 照相机<br>(架) | 手机<br>(台) | 电话机<br>(部) | 油烟机<br>(台) | 空调<br>(台) |
|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|------------|------------|-----------|
| 2003 年农村居民 | 36         | 37         | 129        | 14         | 74        | 99         | 29         | 5         |
| 2003 年城镇居民 | 102.5      | 99.5       | 169.6      | 59.5       | 123.2     | 126.9      | 86.3       | 102.4     |

### (三) 农村蕴藏着巨大的消费需求

无论是即期消费需求还是远期消费需求，均蕴藏着巨大的潜力。

其一，农民消费结构将发生变革。

据统计局提供的数据显示：

2001-2003 年农村居民人均生活消费支出情况 (单位:元)

|      | 食品   | 衣着  | 居住   | 家庭设备<br>及服务 | 医疗<br>保健 | 交通<br>通讯 | 文教<br>娱乐 | 其他  |
|------|------|-----|------|-------------|----------|----------|----------|-----|
| 03 年 | 1992 | 334 | 771  | 406         | 366      | 612      | 646      | 114 |
| 02 年 | 1327 | 231 | 1258 | 340         | 611      | 448      | 519      | 171 |
| 01 年 | 1549 | 224 | 1303 | 183         | 470      | 451      | 534      | 170 |

从上表可以看出：我市农民消费水平有了很大提高，消费结构基本上改变了以吃、穿为主的单一、垄断格局，呈现生存型、发展型、享受型等消费支出多元化发展趋势，但同时也必须看到，当前食品、衣着消费仍然占据了较大比例，并且有所上升，近三年分别占人均生活消费支出的 36.3%、

31.8%、44.4%。当然更应当清醒地认识到的是,我市农民的家庭设备及服务、交通通讯、文教娱乐等消费支出稳步上升,2001年到2003年这三项消费分别增长了123.9%、35.7%、21.0%,说明农民逐步开始重视发展型和享受型消费,同时随着农民生活水平的逐步提高和消费观念的渐渐改变,可以预见到,我市农民的消费层次将逐步升级,消费结构将发生深层次变革,从而必将拉动农村的消费需求。

其二,耐用消费品将成为消费热点。

未来一年内打算购买的耐用消费品(每百户)

| 洗衣机<br>(台) | 电冰箱<br>(台) | 摩托车<br>(辆) | 电视机<br>(台) | 影碟机<br>(台) | 电话<br>(架) | 手机<br>(台) | 电脑<br>(台) | 油烟机<br>(台) | 空调<br>(台) |
|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|
| 11.5       | 13.2       | 9.8        | 6.0        | 5.0        | 3.9       | 15.0      | 14.5      | 6.0        | 12.4      |

从中可以看到,洗衣机、电冰箱、手机等耐用消费品将更加普及化,新型耐用消费品——电脑更是异军突起,预计在未来的几年内,将成为消费热点中的热点。耐用消费品的需求旺盛将极大地拉动内需,也向我市众多家电企业预示巨大的商机正蓄势待发。

其三,农村要素市场有较大需求空间。

随着我市农业经济作物的大量栽培以及农村劳动力向非农产业的逐渐转移,农村生产资料、技术、信息、资金等要

素市场将有旺盛需求。以种植雷竹为例，全市目前有 6 万亩覆盖竹园，以每亩在砻糠、稻草、化肥、工具等生产资料需花费 5000 元计算，每年都有一个巨大的市场；同时，种植雷笋需要技术指导、资金扶持和信息服务等，这又为金融等第三产业提供广阔的拓展业务空间。另外，随着传统农业比较利益的降低，将有大量的农村劳动力不得不向非农产业和城镇转移，我市劳务市场将可以积极作为。

#### （四）小城镇建设将会进一步拉动内需

我市小城镇建设和新农村建设的步伐逐渐加快。小城镇建设既包括水、电、路等基础设施建设，也包括工商企业、个体工商户的投资建设和居民住房建设，特别是住房建设的潜力巨大。从这次调查获得的信息表明，房地产业和建筑装饰材料仍有较大市场。受调查对象中，虽然 398 人明确表示在近两年内不会建造新房或购房，但仍有 95 人表示“会”，占总人数的 15.4%，另有 122 人表示“暂时不清楚”，但可以确定其中必将有部分人会转为建造或购买。与其他基础设施建设相比，对扩大内需、拉动经济增长具有更大的刺激作用。投资小城镇建设不仅可以拉动建材、建筑、家电、电子、交通、供水、环保等许多行业的发展，而且能有力地拉动企业的持续快速增长；不仅会大大增加农村商品消费需求，而且

农民迁到小城镇居住和进入二、三产业就业，收入来源增多，收入水平也将会有大幅度提高；农村人口向小城镇集中，能有效改变农村人口的生产方式和消费方式，增加农民的商品性消费，扩大农村市场容量。伴随着小城镇建设，我市新农村建设也驶入了快车道，农村正发生着翻天覆地变化，同样将发挥着扩大内需、拉动经济增长的积极效应。同时，在新农村建设中，“农家乐”异军突起，既是一种新兴、朝阳旅游项目，又是代表了我市新农村建设的一种模式或方向。“农家乐”既拉动了全市旅游消费，又让农民从中获取不菲的经济收益。2004年我市旅游人次达305万，其中“农家乐”接待25万人次，今年全市“农家乐”乡村旅游总收入达500万元，开办农家乐的农民平均增收3000元以上。

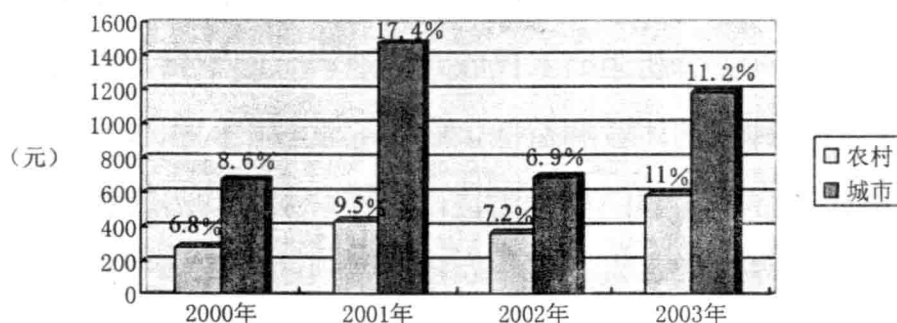
## 二、开拓我市农村市场的制约因素剖析

虽然目前我市农村市场具有巨大的消费潜力，但存在着众多制约因素，阻碍了农村市场的进一步开拓。主要表现在：

### （一）农民收入增长趋缓

农民收入是农村改革和发展的一个中心议题，也是需要着力解决的突出问题，直接决定着农民的有效需求，是开拓我市农村市场中的一个根本性制约因素。据统计局提供的资料显示：

近4年城乡居民人均可支配收入增长绝对值和增长比例



从上述图表可以看出,近年来,我市农民人均可支配收入逐年递增,但受自然灾害、宏观政策等因素影响,增幅较不稳定。同时,与城镇居民相比增长速度相对缓慢,1999年到2003年,城镇居民人均可支配收入平均增长率达11.5%,而农村为7.8%,从增长的绝对值来看,2003年城镇居民人均可支配收入比1999年提高了4039元,而农村仅提高了1670元。这也反映在市级和市以下社会消费品零售总额增长的差别上。因此,农民收入增长的不稳定及偏慢直接影响了农民的生产投入和消费需求。这个结论也可从农民尚未购买空调、彩电、汽车等耐用消费品的原因上得到印证。请看调查获得的数据:

#### 尚未购买耐用消费品的最主要原因

| 选项 | 没钱买不起 | 不需要 | 缺电等因素影响实际使用 | 维修不便 |
|----|-------|-----|-------------|------|
| 人数 | 234   | 204 | 17          | 12   |

本次问卷调查中,有 467 人接受了该项调查,其中有 234 人选择因“没钱买不起”尚未购买耐用消费品,占受调查人数的 50.1%。分析阻碍农民收入快速增长的因素,大概主要有:(1)种粮的比较利益低,农民缺乏种粮的积极性;(2)社会没有提供足够的就业岗位,农村富余劳动力转移不够充分;(3)受传统小农意识和对家乡强烈的依恋情节影响,部分农民不愿走出去,或者眼高手低找不到工作,甚至还沉迷于赌博;(4)对农业的扶持力度不够,相关制度不健全,政策不到位。

## (二) 消费观念较为陈旧

消费观念是影响居民消费支出的比较稳定、内化型的因素。农民消费观念较为陈旧可以说是制约开拓我市农村市场的关键性因素。主要表现在:

一是惜购现象严重。

2001 年到 2003 年,农民人均纯收入分别比同期增长了 7.2%、11%,绝对值增长了 950 元,而人均生活消费支出只分别增长了 0.5%、6.8%、357 元。排除生产消费一定的分流外,更多的是因为我市农民的储蓄、惜购心理。导致这种现象的原因主要有:(1)农民要承受自然和市场的双重风险压力,把收入作为一种风险金转向储蓄;(2)历来训导勤俭节约,在支出上体现为低消费、高储蓄的态势,也就是说目前