

活市之路

HUOSHIZHILU

主 编 李 波

副主编 刘景溪

——本溪市商贸流通业的探索与实践



辽宁省本溪市人民政府

活市之路

HUO SHI ZHI LU

——本溪市商贸流通业的探索与实践

主 编 李 波

副主编 刘景溪

辽宁省本溪市人民政府

活市之路

书号:辽新内资字〔2002〕第 96 号

开本:850×1168 1/32

印数:2000 册 字数:430 千字

内部资料·注意保存

本溪市政府机关印刷厂 2002 年 10 月

目 录

序	辽宁省副省长 刘克田
特 稿	

末端行业向先导产业的跨越.....	中华工商时报记者 张志勇(1)
对市场经济体制下流通业的再认识.....	李 波 刘景溪(6)

理 论 篇

加快发展本溪商贸流通产业的思考	李 波(11)
树立大流通观念促进老工业基地经济全面发展	程盛中(16)
论商业企业的多元化经营战略	田祖鸿(21)
连锁超市竞争力之培育	张德魁(28)
改革创新是搞活商贸流通业的必经之路	李光富(33)
增强在入世新形势下管理现代流通产业的能力	刘景溪(38)
深化本溪粮食企业改革的对策研究	刘清波(43)
推进商品流通产业现代化的探索	杨耀东(47)
加速发展本溪商贸流通业的对策	张兴东(50)
对盘活本溪商贸国有资产的思考	张 强(55)
入世对本溪粮食工作的影响与对策	何国昌(61)
发展本溪农村专业合作经济组织问题探讨	汤田信(68)
构建本溪市成品油市场体系的几点思考	孟繁芝(78)
振兴本溪烟草专卖业的思路	王延桐(82)

探 索 篇

对发展本溪流通服务业的建议	(87)
上海浙江商业发展情况的学习考察报告	(92)
沈阳大连商业区建设与管理情况的学习考察报告.....	(101)

北京等地五金市场建设发展情况的学习考察报告·····	(108)
参加香港国际五金家居展会情况的报告·····	(118)
对永康科技五金城建设经营情况的考察报告·····	(121)
永丰商业区启动与繁荣存在问题的调查·····	(126)
关于大河市场启动运营存在问题的调查·····	(135)
对本溪中心城区商品交易市场实行退路进厅的调查·····	(145)
关于永丰百货变现资产有关问题的调查·····	(150)

举 措 篇

本溪市 1999 年—2002 年商贸流通发展规划·····	(155)
本溪市商贸流通业第十个五年计划·····	(162)
本溪市市场布局及发展方向·····	(174)
本溪市商品流通企业改革实施方案·····	(176)
本溪市深化粮食流通体制改革实施意见·····	(183)
组建本溪商贸国有资产经营有限公司的实施方案·····	(214)
本溪市商贸国资公司国有企业产权改革实施方案·····	(224)
本溪市实施食品放心工程的意见·····	(231)
关于五金专业批发市场建设的实施意见·····	(235)
开发建设大河综合批发市场有关政策·····	(241)
兴办宏远物资交易市场有关政策·····	(244)
本溪中兴药业实行开架经营有关政策·····	(247)
本溪市商品交易市场管理办法·····	(248)
本溪市价格调节基金征收使用管理办法·····	(252)
本溪市著名商标认定与保护暂行办法·····	(258)
本溪市拍卖管理条例·····	(261)
本溪市盐业管理办法·····	(269)
本溪市酒类饮料冷冻饮品管理办法·····	(273)
本溪市整顿和规范市场经济秩序工作方案·····	(280)
在全市开展集中整治乱收费乱罚款乱摊派行为的通知·····	(285)

关于开展严厉打击制造假冒伪劣商品联合行动的通知·····	(289)
永丰商业区综合整治实施意见·····	(292)
关于加强生猪屠宰管理和检疫有关问题的通知·····	(303)
彻底清理整顿私屠滥宰行为实施生猪定点屠宰的通告·····	(305)
本溪市成品油市场整顿实施方案·····	(307)
本溪市严厉打击制售假冒商标卷烟行为实施方案·····	(312)

实 践 篇

本溪市“九五”以来主要经济指标统计表

开拓市场 搞活流通 为加快经济发展富民强市做贡献

——1999 年全市商品流通会议工作报告摘要 ····· (315)

振奋精神 再鼓干劲 推动本溪商贸流通工作迈上新台阶

——2000 年全市商品流通会议工作报告摘要 ····· (332)

开拓进取 创新实干 推动本溪商贸流通实现跨越式发展

——2001 年全市商品流通会议工作报告摘要 ····· (349)

大胆创新 扎实创业 加快推进本溪商贸流通产业现代化

——2002 年全市商品流通会议工作报告摘要 ····· (365)

本溪市商贸流通服务业系统“九五”以来改革发展纪实····· (381)

本溪市粮食行业“九五”以来改革发展纪实····· (389)

本溪市供销合作社系统“九五”以来改革发展纪实····· (396)

中国石油辽宁本溪分公司“九五”以来改革发展纪实····· (401)

本溪市烟草公司“九五”以来改革发展纪实····· (406)

本溪商业大厦改革发展纪实····· (416)

综 合 篇

对本溪流通产业结构调整的战略思考····· 孔 越(423)

完善工商互动体系加快本溪经济发展····· 郑广良(428)

发展商品流通产业培育壮大新兴财源····· 荣凤成(433)

适应人世新形势需要 努力建设服务型新工商····· 宋春山(439)

新时期物价工作要实现五个转变····· 韩正奎(443)

统计工作必须坚持与时俱进·····	杨景云(448)
加快发展本溪民族贸易·····	崔作利(454)
放手发展搞活市场构筑商贸流通新格局 ·····	赵正友 史凤友(459)
兴建专业化市场搞活县域经济 ·····	王德波 孙旭东(465)
实施商贸立区战略促进区域经济快速发展·····	盖成立 富国良(471)
加快流通体系建设实现经济强区目标 ·····	夏广勇 姜 伟(474)
实施三产活区战略促进产业结构优化升级·····	李乃德 丁礼祥(480)
深化流通体制改革推动商贸业加快发展 ·····	王冬石 于 祥(484)
依托现代中药基地构建开发区大流通体系·····	王 强 何柱春(489)
附 录	
报刊选摘·····	(493)
主要商贸区、重点市场、知名商场酒店服务业简介·····	(565)
后记·····	刘景溪(579)

末端行业向先导产业的跨越

——来自辽宁本溪商贸流通业的采访札记

中华工商时报记者 张志勇

山城本溪，这个闻名全国的辽宁老工业基地，在放弃计划面向市场时，这座以往靠吃计划经济饭的城市，近年来商贸流通领域却面临着前所未有的挑战。几十年来大工业小商业格局，在竞争激烈的市场经济面前，这个城市与整个时代更加落伍了，重生产轻流通的“计划惯性”，不仅仅使这座城市的商贸流通业吃尽了苦头，而且使整个城市缺少了活力。

据有关部门统计，从辽宁省 14 个市的社会消费品零售总额来看，本溪多年来处于低层面徘徊，商贸流通领域的不畅、不顺及传统体制下低质量运行，已成为制约本溪城市发展的“瓶颈”。

1998 年以来，本溪市委、市政府把加快商品流通产业发展作为振兴本溪经济的重大战略措施，以务实创新的态度，锐意改革，逐步建立了多元化、专业化、市场化的商品流通体系，去年全市社会消费品零售总额达 57 亿元，增长速度列全省首位，今年预计突破 60 亿元大关。

日前，记者来到本溪市，先后到几家大的商业企业及几个专业市场采访，所到之处，面对繁荣的市场和这个城市市民的精神面貌，尤其是夜市热闹，无不让记者感到这个城市充满活力。正如该市的副市长刘景溪在接受记者采访时所说：“我们以流通活市，以现代流通业带动生产，从而实现本溪市老工业基地振兴发展，并成为加快调整和优化结构的重要组成部分。使商贸流通这一在过去被看来是末端的行业成为先导产业，本溪市就是要实现这一跨

越。”

本溪市商贸流通业的变化，被市民称为全市经济发展的活市之源。

以市场拉动产业调整

本溪作为以基础原材料工业为主的国家重工业基地，有“工业粮仓”和“钢铁之城”的美称。然而长期形成的产销分离、批发零售分离、内外贸分离，市场建设没能形成专业化和产业化，始终处于小打小闹的状态。

本溪市委、市政府在充分认识市情的过程中，感到只有树立大流通、大市场、大商业的思想，把商贸流通业提升到重要的位置，才能扭转产与销的被动局面。观念一变，销路宽。目前围绕本溪的生产要素市场就有 18 处，生产资料市场 24 个，宏远钢材、北地五交化电子城、南地陶瓷市场等。同时还根据全市农业产业发展项目，投资、扶持兴建了一系列产业化市场，辽东香菇市场、土特产品市场、水果市场、实华家俱市场等等。拍卖、旧货、租赁、典当等特业也逐步发展起来。截止到今年上半年，全市社会商业网点发展到 3900 多个，各类商品市场达 154 个。

市场活市，再次验证了市场取决于消费，消费取决于收入，收入取决于就业，就业取决于投资，投资又取决于市场这一流通生产力说。

转制因企制宜

拓宽流通渠道，本着实事求是抓大放小的原则，推进工商企业的改革。1998 年下半年，本溪市出台了《本溪市商品流通企业改革实施方案》，该放的放，但不搞一刀切，其立足点是增强流通企业的活力。

在采访中记者了解到，1998 年，本溪市市直国有的 276 家商贸流通企业，实行多种改制形式的企业达 155 户，改制面 56.2%，其中原贸易局系统企业改制面达 70.4%。对其他中小商业企业，

按照行业和经营特点重新划分、确定产权关系,因企制宜分别采取合资、合作、股份、兼并、租赁、托管、企业分立、转属、股份合作、出售等多种形式的改革措施。1999年,市直国合商贸流通企业完成改制200户,改制率达到67.3%。2002年,本溪市商贸国有资产经营公司正式挂牌成立,积极建立和完善了公司管理体制和运行机制。

10月8日,记者来到本溪商业大厦采访,王总经理介绍说,商业大厦这一老国营企业,是1952年成立的,可是到了1999年已走到资不抵债的边缘,市委、市政府明确提出,必须强强联合,实行战略重组,才能确保国有资产不流失并发展壮大。2001年,本溪商业大厦加盟大商集团。由大商集团投资3500万元对商业大厦进行了全面的装修改造,从而完成了商业大厦由一个传统百货零售企业向拥有先进设施,集购物、休闲、餐饮、娱乐为一体的现代化商业中心的转变。截止到9月底,实现销售收入2.3亿元,利润966万元,税收801万元,新安排就业1031人。

本溪华联商厦,在1998年5月由原来法人买断后,企业迅速解困,今年又与北京国美电器实施强强联合,企业销售额不断攀升。

据本溪商业流通权威人士分析,过去外流到沈阳等地的购买力就达七、八个亿,而近两年,市场的繁荣,优质的服务,由于竞争机制使老百姓得到实惠,购买力外流的现象明显减少,仅此一项就使商品零售额增加5个亿左右。

构筑新型商业框架

本溪位于辽宁省东南部,地处辽东半岛腹地。美丽的山城本溪,在区域城市的规模当中,有157万的人口,属于较大城市。但为何多年来全社会商品零售额的“盘子”始终做不大呢?很显然,就是当市场由卖方市场转向买方市场时,原有的商业体制和商业框架已不适应市场的变化和需求,同时国有商贸流通企业的债务

和人员包袱等问题日益严重,所以运行质量和效益大幅度下降。解决了体制上的弊端,但还必须在商业形态和整体商业框架上做文章。

本溪市委、市政府明确着眼长远、立足当前的战略,组织贸易局、工商局、办公厅等有关部门,先后到大连、沈阳等地考察,重新制定全市商业发展规划。特别是解决本溪市市场不够发育、流通不活跃等问题,以此改变“大工业小流通、大城市小商业、小市场”的现状。近五年来,在本溪,连锁店、超级市场、便民店、代理配送和总经销等新型业态和连锁方式发展迅猛,并以其先进的管理模式、便民为本的经营理念促进了流通业态结构的变化。

从1998年开始,本溪出现了“超市繁荣”现象,先后涌现了华联商厦超市、长江购物广场超市、商业大厦超市、东明超市、美程超市等一批新型大中小型商业零售企业。近两年,这些超市已成为百货业零售的主导力量。同时一批专业化、特色化的各类连锁店也应运而生,百佳化妆品超市、宏宇电器广场、万达鞋城等等以及永丰商业区内近百家各类服装、小百货专卖、专营店,开架式经营、无库存经营、厂家进驻经营等日益兴起,使山城零售业呈现一片生机活力。截止到今年8月底,全市社会网点发展到4000多个。2001年底,全市具有一定规模的连锁、超市、专业店达到200余家。

如今无论是生活在本溪的市民还是外地人,都可以感受到这一老工业城市到处都充满着现代商业给这座城市所带来的活力。

主体格局多元化

“无商不活,但不激活民间资本对流通领域的进入,市场本身就缺少活力和源泉”。刘景溪副市长在接受记者采访时深有感触地说。

本溪市委、市政府根据商贸流通业的市场规律,坚持放手、放开的原则,强化服务,鼓励和扶持各种法人、自然人进入流通业。

· 特 稿 ·

据统计,2001年,在全市社会消费品零售总额中,国有经济所占的比重由1995年的21.8%下降为11.5%,集体经济由9.5%下降到3.1%,个体私营混合经济及其他经济所占比重由68.7%上升到85.4%。在批发零售业、餐饮业、服务业等领域中,国有、集体商业资本得到合理调整和优化配置,非公有制经济已经占主要份额。流通业主体呈现多元化格局,非公有制经济成为本溪商贸流通业的主力军,并唱主角。本溪最大的超市长江购物广场就是当地的民营企业完全由自己投资建设和经营的。

本溪商贸流通业的深刻变化,不仅仅体现在社会商品零售总额的快速增长,更主要的是它给山城带来现代的商业气息,使这座老工业城市更充满了活力。预计,2002年,本溪社会消费品零售总额将实现63亿元,比上年增长12%以上。在本溪,这一末端行业正实现着向先导产业的跨越。

转载《中华工商时报》

对市场经济体制下商品流通业的再认识

李 波 刘景溪

商品流通是商品交换的发达形式,是第三次社会大分工的产物,具有悠久的历史。随着商品经济的发展,商品流通业也在不断地向前发展。如今,现代商业已经演变成一个庞大的产业系统,在现代市场经济中发挥着至关重要的作用,商品流通产业的发达程度已经成为衡量一个国家市场经济发达程度的重要标志。有学者甚至提出:改变未来世界格局的不是战争,而是商业;21 世纪的社会是商业社会。为了更好地发挥商品流通业在市场经济中的作用,必须彻底改变重生产、轻流通,重工业、轻商业的传统观念,对市场经济体制下的商品流通业进行再认识。

第一,关于对商品流通业的重新认识问题

随着买方市场的逐渐形成和消费者主权地位的确立,商业作为启动市场经济运行的起点,将会转化为周而复始的经济增长的新起点。过去是生产决定消费,叫资源约束型经济;现在是消费决定生产,经济形态已从资源约束型转变为市场约束型。在这一角色转换中,商品流通业便从计划经济体制下的一个末端行业,升级为社会主义市场经济体制下的一个先导行业。面对这种情况,我们应重新认识商品流通业的地位和作用。前不久,有关部门在上海召开了一次“流通生产力”研讨会,会议指出:根据经济学的分析,市场取决于消费,消费取决于收入,收入取决于就业,就业取决于投资,投资又取决于市场,由此形成了一个影响国民经济正常发展的循环。在这个循环中,当前的矛盾主要集中于市场,集中于流

通领域。但是,导致流通领域疲软低迷的原因却是多方面的,包括宏观因素、微观因素、结构因素、制度因素等等。虽然目前流通业已从国民经济的末端行业升位为先导性行业,但流通业在人们认识中的地位却没有上升到先导地位。没有认识到流通是社会生产力发展的一个重要环节、一个必不可少的重要因素,如果缺少流通这个环节或因素,就不可能有社会生产力的任何发展;没有认识到流通领域的经济运行是否正常,是否有效,不仅影响流通领域本身的经济效益,而且必然会对社会生产力的发展产生直接的促进作用或抑制作用;没有认识到流通问题是一个地区经济发展的综合反映,必须统筹考虑,齐抓共管,必须把流通当作一个产业来抓,必须大多数人去思考流通问题。

第二,关于商品流通业的发展方向问题

目前我市商品流通中存在的种种问题,不可否认有工作和管理问题,但是,从本质上讲,这是商品流通处于较低层次发展阶段所出现的必然现象。解决我市的流通“瓶颈”问题,最重要的是要从根本上把我市的商品流通从低层次的简单商品流通转变成高层次的发达商品流通。

简单商品流通是商品——货币——商品的形式,货币只充当媒介物,不涉及产业化资本运动,不涉及生产过程。发达商品流通是货币——商品——货币的形式,货币不但充当流通媒介,起到和简单商品流通中相同的货币的作用,而且充当产业资本,通过产业资本的作用使货币交换来的商品变成价值更高的新商品出售,以获得更高的利润。

目前,流通加工方式和配送方式是成效较为显著的两种发达流通方式。流通加工方式是商品资本向工业的延伸,一部分商业资本转化为产业资本,通过流通过程中各种形式的、在生产过程中难以完成的加工,有效地提高了流通中商品的附加值,从而不仅获得了商业利润而且也获得了生产利润。近年来,流通加工在我国

发展迅速,许多流通加工方法,在原来低水平加工的基础上,迅速形成了新的加工行业。如方便面在我国深受人们的欢迎,其种类不下几十种;速冻食品已经形成从速冻饺子到速冻包子、再到速冻馄饨等的系列食品;由于有了很好的流通加工保鲜技术,既使在天寒地冻的北方冬季,人们也能够吃到大量的新鲜水果。净菜供应在发达国家已达到90%,北京超市摆出净菜是在1997年,当时供应净菜的只有两家公司,到1999年供应净菜的公司已经发展到200多家。虽然受人们消费水平和加工费用等问题的制约,流通加工在我市全面推广尚有困难,但其趋势已成必然。配送方式是通过大量进货、集中库存,取得了规模优势,再通过批量加工、分货、配货、送货的方法,不但提高商品的附加值,而且提高了服务的附加值。同时,构筑发达的流通方式还可以考虑发展以商业为龙头的产业链。在市场经济体制下,商业和绝大多数行业的联系是比较密切的,目前可以考虑与以下产业的互动关系。

1. 商业与农业的关系。发挥商业对农业的带动以及反过来为商业发展创造契机,可以从两方面的途径加以考虑:一是利用农业产业化发展机遇,涉足并完善目前已经开始形成的“(以流通业务或加工业务为主)公司+(以农业生产为主)农户”的模式,商业企业可以既为农产品开拓市场,又获得自己更大的用武之地。二是利用城市商业对货源供应的需要以及提高货源选择性,发展对某些农产品和农业开发项目的投资或联营,如利用城市“菜篮子”工程的需求而主动到郊区建立蔬菜生产基地。

2. 商业与旅游业的关系。旅游业是近年来与消费相关的行业中增长最快的行业之一。旅游消费将分流对实物商品的购买力,但同时又能带动与旅游相关的商品的销售,还可以通过购物旅游的方式使二者相结合。商业部门应设法提高旅游开支中用于购物的比重,以及为与旅游相关的企业提供商品。

3. 商业与房地产业的关系。建筑与房地产业被视为国家“十

五”的支柱产业之一。随着房改的深入,房地产业的前景也逐渐看好。商业的发展一方面要跟上房地产业的发展,要和新住宅小区的建設相适应;另一方面也可以利用既有的商业旺地发展相关的房地产业,以改善发展的环境。

4. 商业与信息产业的关系。信息产业是发达国家近年来发展最快的产业,有的在其国内生产总值的增长中已占四、五成。在我国,预计从现在到 2010 年,信息产业的营业额年均增幅将达 25%。商业部门须尽早抓住这一机遇,使自身的发展与之结合得更加紧密。

第三,关于商品流通的经营思路问题

消费是经济增长的根本拉动力。据测算,居民消费占最终消费的 81%左右,居民消费每增长 1%,可拉动 GDP 增长 0.5 个百分点。因此,我们在采取启动市场对策时,尤其要注重对消费和消费需求的研究。传统上对“消费”的研究重在“满足”,认为市场上有了人们所需的商品,人们能买到所需的商品,就能稳定社会,提高人民的生产积极性。在传统的经济体制和卖方市场状态下,这种想法和做法是可行而有效的。然而从市场经济体制特别是买方市场的角度看,其局限性和不适应性就会显示出来。因为在卖方市场格局下市场需求相对充裕、市场供给相对不足,而且消费者在交换中所显示的一般只是共性特征,即在一定时期内对某类商品的需求,这种共有的且是显在的需求特征,会成为耀眼的市场信号,吸引商业企业去组织和经营。而买方市场是一种供给相对充裕、需求相对不足且需求选择性较强的市场。在这种情况下,市场上缺的不是商品,而是适销对路的商品,消费者需求的不是一般商品,而是符合自己某种需求的商品。从我市消费品市场的现状看,我市消费品市场已明显处于供过于求的状态,但从我市市场消费需求的现状看,我市市场供应能力的过剩并非消费需求充分满足以后的过剩,而是存在着缺少适销对路商品的过剩。这就要求商

业企业不仅有提供商品的能力,更应有引导消费、挖掘消费、刺激需求的本领。在这种情况下启动消费需求,必须运用“创造需求”的新思维,开发潜在的市场需求,带动消费市场的发展。“创造需求”是一种新的理念,科学的“创造需求”思维,是一种不仅强调满足需求,更强调主动满足需求,以求得主动发展的思路。“创造需求”的核心思想是商业企业将市场消费需求同自身经营能力结合起来,主动组织并刺激人们购买某种商品,以变被动推销为主动营销,变潜在需求为现实需求。

马克思在《资本论》中曾精辟地分析道:“商品变为货币是惊险的跳跃,这一跳跃完不成,摔坏的不是商品本身,而是资本家。”美国著名管理学家彼得也曾指出:“商业企业的目的”只有一个适当的定义,即“创造顾客”。他认为商业企业是社会的一个“器官”,是为社会需要而存在的。而且作为社会的器官,商业企业决不能只是被动地适应顾客的需要而运动,而必须能动地去发现和创造顾客,这样的商业企业才能不断生存和不断发展。在短缺经济下,市场需求多属显性需求,厂商及时提供适销对路商品就能满足需求。而在买方市场条件下,市场需求相对较弱,需求弹性较大,潜在需求较多。在这种情况下,我们不能被动地等待消费需求复苏和增长,而应努力引导、挖掘、创造需求。因此,我们应认清形势,彻底转变观念,弄清消费需求的现状,弄清居民收入的水平及其与消费需求的关系,研究消费规律,变被动满足需求为主动创造需求。通过创造需求带动经济发展,既是企业的事也是政府的事,我们应从不同的角度采取不同的措施,尽早形成创造消费需求的合力。

(以此文为核心内容形成的调查报告获辽宁省委省政府首届优秀调研成果一等奖)