

YUGAIGEKAIFANGTONGBU

与改革开放同步

——中国经联会诞生二十八年

主 编 刘振昌
副主编 黄云忠



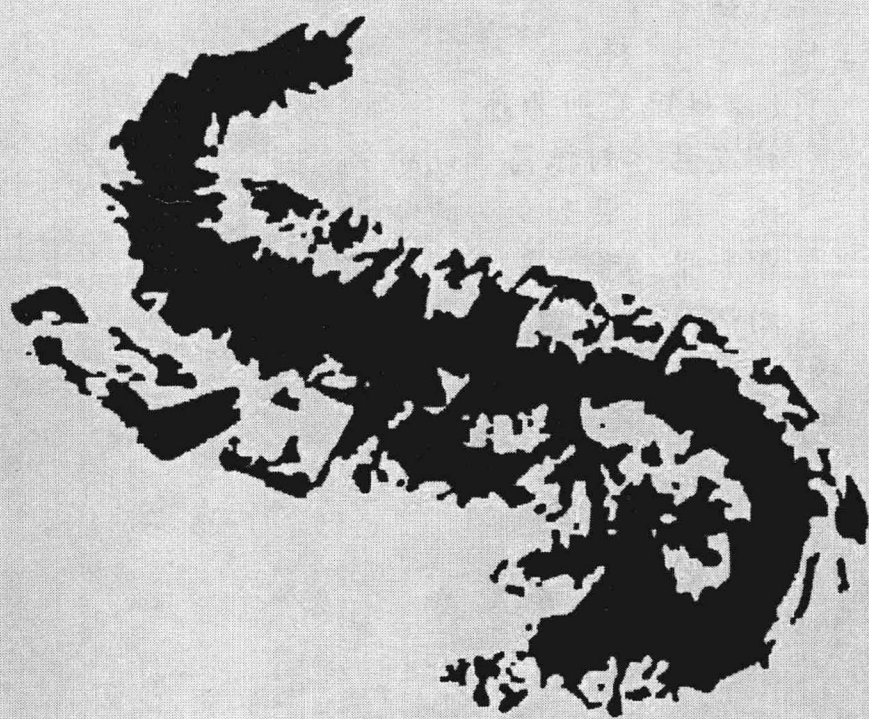
知识产权出版社

YUGAIGEKAI FANGTONGBU

与改革开放同步

——中国经联会诞生二十八年

主 编 刘振昌
副主编 黄云忠



知识产权出版社

内容提要:

中国经联会是根据国家对商业改革的需要而诞生;随着企业的发展而发展起来的。她为推动中国零售商业企业改革和支持工商企业发展,做出了应有的贡献。本书旨在借纪念中国商业改革开放 30 周年之际,向读者介绍中国经联会,以求能对后人有所借鉴。另外,通过本书,能够跟商业界的同仁进行一些经验上的交流,共同学习,共同进步。

责任编辑:张尚国

封面设计:张 超

图书在版编目(CIP)数据

与改革开放同步:中国经联会诞生二十八年/刘振昌主编. —北京:知识产权出版社,2008. 12

ISBN 978 - 7 - 80247 - 240 - 2

I. 与… II. 刘… III. 经济组织 - 简介 - 中国 IV. F129.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 188743 号

与改革开放同步——中国经联会诞生二十八年

主 编 刘振昌

副主编 黄云忠

出版发行:知识产权出版社

社 址:北京市海淀区马甸南村 1 号

邮 编:100088

网 址:<http://www.ipph.cn>

邮 箱:bjb@cnipr.com

发行电话:010 - 82000893 82000860 转 8101

传 真:010 - 82000893

责编电话:010 - 82000860 转 8129

责编邮箱:xuemo7411@sina.com

印 刷:知识产权出版社电子制印中心

经 销:新华书店及相关销售网点

开 本:787 mm × 1092 mm 1/16

印 张:12.5

版 次:2008 年 12 月第 1 版

印 次:2008 年 12 月第 1 次印刷

字 数:150 千字

定 价:36.00 元

ISBN 978 - 7 - 80247 - 240 - 2/F.215

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

与改革开放同步

——中国经联会诞生二十八年

顾问:王埏荣 胡延福 张菊村 李岳武

编委会:主任 汪爱群

副主任 丁钟祥

委员(以姓氏笔划为序)

杜友兰 刘振昌 胡晓军

徐宏 聂如旋 贾明林

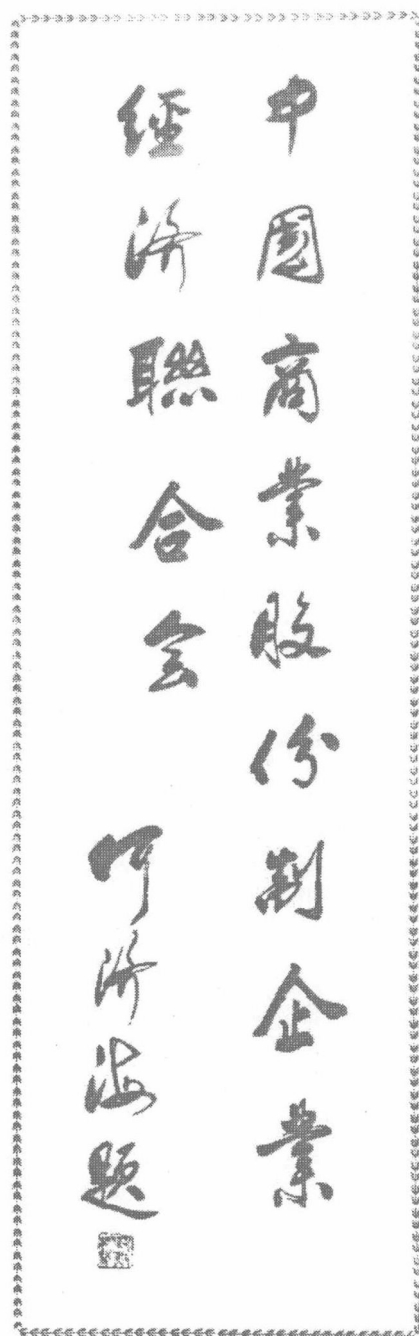
曹和平 董伟平 解仁义

谢怀清

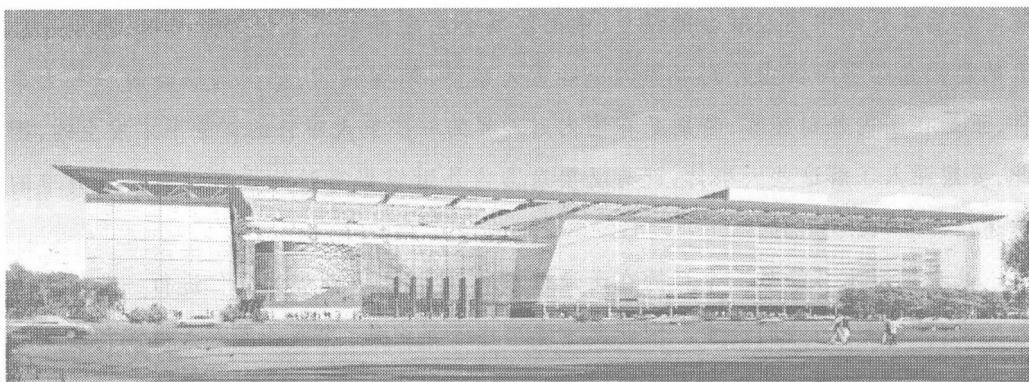
主编 刘振昌

副主编 黄云忠





1993 年 7 月为本会题名



前 言

中国商业股份制企业经济联合会前身是“全国十五家大型百货商店经济联合会”，属企业自发组成的民间组织，产生于邓小平同志提出改革开放理论初期的1980年，经原商业部批准成立。

20世纪90年代初我国已经开始从计划经济向市场经济过渡，为顺应形势需要与发展、推动商业企业改革，1993年6月9日经原国内贸易部批准，报民政部更名注册为中国商业股份制企业经济联合会（以下简称中国经联会），属全国性非盈利社团法人组织，现隶属国务院国有资产监督管理委员会管辖。

中国经联会是根据国家对商业改革的需要而诞生，随着企业的发展而发展起来的，它为推动中国零售商业企业改革和支持工商企业发展做出了应有的贡献。

中国经联会自成立至今，在服务会员、促进企业发展、推动股份制改造、完成企业转制、支持生产与协调工商关系、沟通信息交流、推动行业自律、加强自身建设等方面做了大量的工作，发挥了应有的作用。

本书旨在借纪念中国商业改革开放30周年之际，向读者介绍中国经联会，以求能对后人有所借鉴。但是笔者却考虑应从回顾中国商业发展与改革作为本书的开端，这是因为笔者认为，中国经联会是中国商业发展到一定阶段的产物，要想深入地了解中国经联会的发展，有必要对中国经联会成立的背景有一定的了解。出于同样的原因，

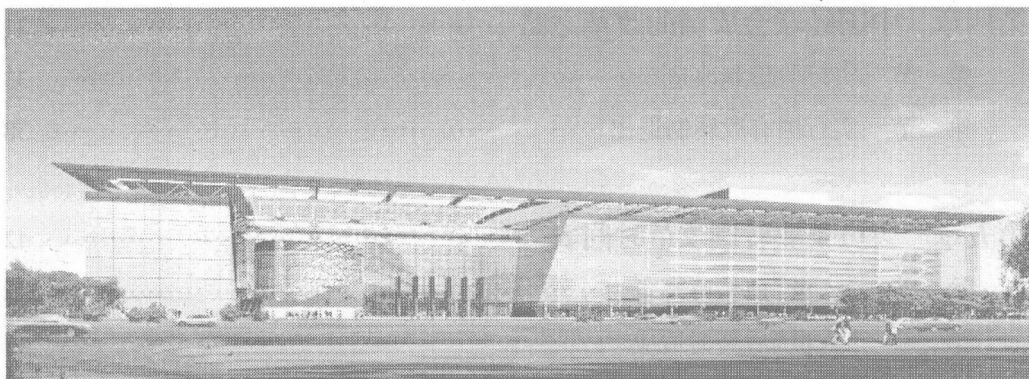
笔者在后文介绍中国经联会的诞生、中国经联会主要活动大事记等章节时,也用了较大的篇幅介绍当时国内外财经界的一些重大事件,笔者认为,中国经联会的一些大事件,正是在国内外财经界,特别是在国内财经界的一些重大事件的背景下才发生的,因此,要想深入了解这些大事件,就有必要对国内外财经界当时的大事件有一个简单的追述。

笔者编写本书的另一个目的在于通过本书,能够跟商业界的同仁进行一些经验上的交流,共同学习,共同进步。因此对于本书中不足之处,欢迎各界人士批评和指正。

本书的发刊承蒙武汉中百集团、南京中商集团、唐山百大集团、长春欧亚集团的鼎力支持,特此深表感谢!

编 者

二〇〇八年十二月



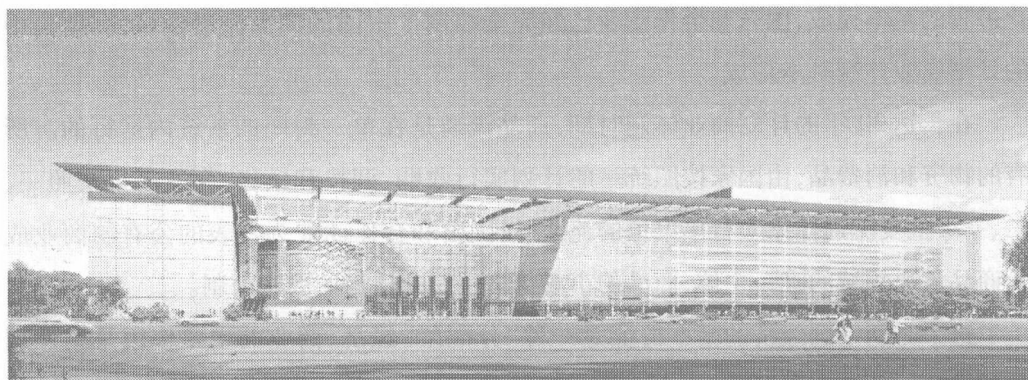
目 录

第一章 新中国商业的发展历程	1
第一节 艰难的起步	1
第二节 改革的春风	3
第三节 盛世的召唤	4
第二章 中国经联会的诞生	11
第一节 萌芽在改革开放初期	11
第二节 在改革的浪潮中发展	15
第三章 中国经联会的作用	20
第一节 为生产企业提供一个产品流通平台	22
第二节 支持生产企业发展生产的得力助手	22
第三节 协助生产企业开拓销售渠道创名牌	24
第四节 助力会员企业发展	25
第五节 推行联合服务提高服务质量	27
第六节 推进企业股份制改造与转制改革	28



第四章 中国经联会成员的改革之路	31
第一节 实行股份制改造	33
第二节 实行国有股转制退出	38
第五章 会员企业转制改革时间表	42
第一节 “入世”前精心筹备	42
第二节 “入世”后努力适应	45
第六章 国企转制改革中的几点启示	48
第七章 中国经联会理事单位简介	72
(排名常务理事在前,其他以入会时间先后为序)	
一、武汉中百集团	72
二、百大集团	76
三、南京中商集团	77
四、成商集团股份有限公司	78
五、北京市隆福大厦	79
六、唐山百货大楼集团	80
七、天津中原公司	81
八、南宁百货大楼	82
九、新疆友好集团	85
十、苏州人民商场股份有限公司	87
十一、延吉百货大楼股份有限公司	88
十二、长春欧亚集团股份有限公司	89
十三、哈尔滨秋林(集团)股份有限公司	91
十四、广洲新大新公司	92
十五、济南百货大楼(集团)股份有限公司	95
十六、福建东百集团股份有限公司	95
十七、湖南友谊阿波罗股份有限公司	97

十八、石家庄北人集团	98
十九、西安开元商城有限公司	100
二十、昆明百货大楼企业集团	101
二十一、长春百货大楼集团股份有限公司	102
二十二、贵阳百货大楼(集团)有限公司	104
二十三、郑州百货大楼股份有限公司	105
二十四、兰州民百(集团)股份有限公司	108
二十五、安徽商之都有限责任公司	109
二十六、吉林东方商厦股份有限公司	110
二十七、阜阳和华百货千百意购物中心	111
二十八、安徽六安西都百货有限公司	112
二十九、安徽安庆新百百货	114
三十、北京市安中律师事务所	115
三十一、济南大观园股份有限公司	116
三十二、北京长益信息科技有限公司	117
三十三、包头百货大楼	117
三十四、徐州中央百货大楼股份有限公司	119
三十五、洛阳中央百货大楼	121
三十六、中央济宁百货大楼	122
三十七、江苏中央新亚百货股份有限公司	123
三十八、廊坊明珠商业企业集团	124
附 记	126
一、中国经联会主要活动大事记	126
1. 改革开放之初(1980~1991)	127
2. 从南巡讲话到中国“入世”(1992~2001)	138
3. “入世”后的经联会(2002~2008)	153
二、历次会议出席名单	164
三、本会章程	182



第一章 新中国商业的发展历程

新中国成立近 60 年来,如何看中国商业的发展以及新中国商业成长演变过程,是我们每位商业工作者都应该关注的课题。为了简要地表述这一问题和追溯中国经联会的成长过程,笔者把它大致归纳为 3 个主要阶段和中国百货店发展的 6 大变化。

第一节 艰难的起步

从建国初期到 20 世纪 70 年代末,中国的商业经历了从半殖民地、半封建的旧中国商业改造成为社会主义商业,并进而发展成高度集中的计划商业体制的过程。

建国初期,新中国的商业主要通过三方面的途径得以建立。其一,是通过对官僚资本主义商业的剥夺。旧中国庞大的、处于垄断地位的官僚资本主义商业被剥夺并向社会主义商业的直接转化,构成了新中国国营商业的雄厚实力基础;其二,是通过对民族资本主义商业进行以“赎买”为特征的社会主义改造,使其逐步转化为社会主义的国营商业;其三,是通过对以农村小农经济为基础的民间商贸活动的集体化改造,形成了社会主义的合作商业。至 20 世纪 50 年代末,随着对私改造的基本结束和农村集体



化进程的基本完成,国营和合作商业已经完全控制了中国的商品流通领域,高度集中的计划商业体制基本形成。

在长达30年的计划商业体制时期,商品流通是在单一封闭的系统内运行的。所有的物资和消费品,由国家按照统一的计划实行收购、调拨和销售;商品严格按照一、二、三级批发流通体系实行单渠道的流通;以国营和合作商业为代表的公有制商业成为商品流通领域的唯一主体,商品的市场价格也受到计划的严密控制。

这个时期中国经济的基本特征是一种“分配型”经济,商业的主要作用是按计划将相当稀缺的社会资源(包括生产资料和消费品)均衡地分配到社会的各个方面,以维持基本的生产活动和满足基本的消费需求。“发展经济,保障供给”是当时指导商业的基本方针。“分配型”的经济特征,使商业的主要作用是按照计划对社会资源进行层层分配(主要生活消费品以凭票、凭本供应为特征),商业在很大程度上受到生产的影响和制约,生产决定流通是一种主要的倾向。

不可否认,在当时短缺经济现象十分严重的情况下,计划商业体制对于保障社会资源的均衡分配,维持占世界五分之一人口的中国人的基本生活需求的满足,还是功不可没的。按照短缺经济学的理论,当生产严重不足的情况下,需求是决定供给的,也就是说供给创造自己的需求,因此在当时的情况下,通过单方面的加大生产来发展经济是一种正确的方向。同时,计划商业体制所形成的大规模的商品流通,也使社会流通成本大大降低,流通资源得以充分合理地运用,因为按照西方经济学的原理,在生产初始阶段,随着生产规模的扩大会出现规模经济。很显然,新中国的商业体制正处在生产的初始阶段,这个时候提高生产规模是有利于资源配置的。这一时期新中国商业建设的主要目标是通过建立集中统一的社会主义计划商业体制,达到稳定市场和稳定经济的目的。这对于刚刚从战争废墟中走出来的新中国来说,是十分必要的。

然而,高度集中的计划商业体制同商品交换和流通的市场化要求毕竟是相违背的。其一,它限制了生产者根据市场需求来发展生产的主动性和积极性,从而使生产的发展受到了制约,显然,这点在规模很小的情况下体现不出来,但是一旦生产超过了一定的规模,就会出现明显的制约作用;其二,它不可能形成必要的市场竞争环境,使市场机制无法成为促进和引导企业发展的基本动力。众所周知,竞争能够促进企业去创新,而企业只有创新才会有活力才会有发展,相反脱离了竞争环境的企业,或者说脱离了良性的竞争环境的企业是没有活力的;其三,它扼制了消费需求的发展,使需求的

规模和种类长期处于一个较低的水平,正如前面所说,按照短缺经济学的观点,供给创造自己的需求,因此按照这样一种理论,需求在生产中产生的作用是非常有限的,而供给才是直接决定生产的。很显然,短缺经济学只有在资源相当短缺的情况下,如建国初期才会发生极大的作用,而一旦生产有了一定的发展之后,这种忽视需求的理论就会出现明显的与实际不相符合的情况。因此,当进入 20 世纪 60 ~ 70 年代,生产能力和消费需求都已有了很大提高的情况下,计划商业体制的各种弊端就明显地暴露了出来。商业的变革就成为势在必行之事了。

第二节 改革的春风

20 世纪 80 年代初到 90 年代初,正是改革开放的初期,1987 年 10 月,党的第十三次全国代表大会在北京召开。大会提出了我国处在社会主义初级阶段的理论,指出在这个阶段里,必须以经济建设为中心,坚持四项基本原则,坚持改革开放的“一个中心,两个基本点”的社会主义初级阶段的基本路线。在这种背景下,中国商业也相应地进入了计划调节与市场调节相结合的阶段,商品流通开始形成“主体多元化,渠道多元化,形式多样化”的基本格局。从 20 世纪 80 年代初开始,为了改变高度集中的计划商业体制给生产、流通和消费的发展形成制约的状况,国家主要采取了以下主要改革措施:

1. 对商品的购销体制进行了大幅度的调整 and 改革,其主要特征是将原来由国家计划严格控制的“统购统销”、“统购包销”的商品购销体制,逐步放开,允许生产者在一定范围内将产品自行销售,允许商业部门在一定范围内对商品自由采购。中央计划管理的商品由 1978 年的 391 种,下降到 1993 年的 9 种;计划控制的生产资料由 1980 年的 837 种,减少到 1994 年的 10 种。

2. 改变了严格按一、二、三级批发流通体系的商品流通单渠道的流通状况,实行了多渠道的流通。一方面将原属中央管理的一级采购供应站和省属的二级采购供应站下放到地方管理,减少了商品流通环节;另一方面积极发展城市贸易中心和农产品集贸市场,实行商品的多渠道流通。至 1990 年,商业部系统所属的贸易中心和批发市场共有 1424 个(见:1999 年《贸易参考》第 1 期),城乡集市贸易共有 72130 个,成交量达



1973.6 亿元(见:1990 年《中国统计年鉴》)。同时,工业自行销售的比重也逐步扩大,至 1980 年末,工业自销的比重已占日用工业品销售量的 80% 以上。

3. 对商业企业的管理制度实行了全面改革,建立和完善承包经营责任制,并对小型商业企业实行“改、转、租、卖”,强化了商业企业独立自主开展经营活动的能力。至 1990 年,商业企业的承包面达 94%,“改、转、租、卖”的小型商业企业超过 90%(见:1999 年《贸易参考》第 7 期)。同时,个体和私营商业企业也有了迅速的发展,至 1991 年,个体和私营商业的从业人员达 34 万,占商业从业人员总数的 51%;零售总额 1844 亿元,占社会消费品零售总额的 20% 左右,成为商业的一支重要力量(见:1996 年《中国统计年鉴》),商品流通领域主体多元化的格局基本形成。

第三节 盛世的召唤

从 20 世纪 90 年代初至今,中国商业真正开始由计划经济走向市场经济,由“分配型”的流通功能转化为“交换型”的流通功能,同社会主义市场经济相适应的商品流通体制开始形成。

1992 年 1 月 18 日至 2 月 21 日,邓小平同志视察了武汉、深圳、珠海、上海等地,沿路发表了一系列的有关改革开放的重要谈话。“谈话”指出了改革开放与坚持社会主义道路、坚持四项基本原则、保持国家稳定、发展经济、提高人民生活水平等方面的关系;提出了著名的“三个有利于”和社会主义市场经济理论。同年 10 月召开的党的十四大,在邓小平同志有关市场经济理论的指导下,确定了建立社会主义市场经济体制的改革目标。后来又在党的十四届三中全会上通过了《关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》,把十四大确定的目标和基本原则加以系统化、具体化,设计了体制框架,指明了实施途径,并要求在 20 世纪末在我国初步建立社会主义市场经济体制。此时的中国商业改革又进入到一个新的阶段。具体表现在:

1. 商业体制进一步向市场化的方向发展。产品从生产企业进入市场的渠道进一步呈多元化的趋势,基本上可归纳为四种类型:一是生产企业自行设立销售机构,形成直接控制的、遍布全国各地的销售网络;二是生产企业通过各种类型的中间商分销其产品;三是生产企业运用各种直接销售的方式(如专卖店、邮购、电视直销以及上门推

销等)将产品直接卖给消费者;四是通过各类批发交易市场进行商品交易。其中特别是批发交易市场的建设对于商业市场化方向的发展具有强大的推动作用。据统计,到1997年底,全国已有各类批发市场10万多个。1996年市场交易额已占社会商品零售总额的32.8%,年成交额超过1亿元的市场有近千家(见:1999年《贸易参考》第1期)。国家对各类商品流通的计划控制基本上取消,市场调节供求关系的能力大大增强。

2. 商业经营主体进一步多元化,形成了多种所有制并存、共同发展的局面,这其中个体企业发展达到了新的高度,成为了工商业的中流砥柱。据相关资料显示,到1996年,在批发、零售和餐饮企业中,个体企业达1638.97万户,占88%,其他经济成分的企业达27.62万户,占1.5%;在1997年的社会消费品零售总额中,个体商业占34.84%,其他非国有和集体商业占23.86%(见:1998年《中国统计年鉴》)。商业经营主体多元化的局面已基本形成。尤其是国外商业资本也开始进入中国,开始出现国内市场国际化的局面。

3. 各种新型的商业业态开始出现,连锁商业得到了迅猛的发展。中国连锁商业发展异常活跃,特别是国内大型区域性连锁企业发展迅猛。连锁企业规模的迅速扩大和企业间联合、兼并与重组促成其快速发展。区域性连锁企业通过学习与引进,采取多业态发展、充分利用资源、有效占领市场空间等形式,迅速展现出在二、三级城市零售市场的优势。区域发展策略成为本土中小零售商应对竞争的法宝。在我国的一些主要城市,超级市场、便利店、仓储式超市、专卖店、邮购、自动售货机等现代化的商业业态都已开始引进,许多大、中城市还出现了网络销售和网上商店。自20世纪90年代初开始发展起来的连锁商业也发展得很快。据不完全统计,至1997年底,全国已有连锁企业1000多家,拥有门店数15000多个,连锁企业的销售额连续三年递增40%以上(见:1999年《贸易参考》第1期)。

4. 商业企业现代企业制度的建设步伐加快。众所周知,现代企业制度是以股份制为特征的,因此,产权清晰、政企分开、责权明确、管理科学的股份制商业企业的数量,是衡量商业企业现代企业制度的一个重要的标准。就目前而言,全国已有股份制商业企业万余家,其中上市公司有59家,而改革开放初期,全国仅有数十家股份制商业企业。商业政企分离的改革得到进一步的深化,现代企业制度的一个最基本的特征就是政企分开,因为只有政企分开了,企业脱离政府而存在,才可能做到产权清晰、责权明



确,如果政企不分的话,企业就只能成为政府的附属,不可能做到自主经营和自负盈亏,这同企业的定义是相违背的。在这段时间,各地区的商业行政管理局(厅)基本撤消,以“控股公司—集团公司—经营公司”为框架的新型管理模式开始形成,这种模式的优点就在于,它完全摆脱了政府干预企业的模式,而从控股公司到经营公司这样一种模式,又弥补了企业脱离政府后的一些不利影响;小型商业企业逐步以股份合作、个人承包或买断以及租赁经营等方式转变为集体或私人所有。商业企业的经营机制更为灵活。《全民所有制商业企业转换经营机制实施办法》对此有过明确规定,其中第六条规定:企业有权自主选择经营方式,批发企业可以经营零售,零售企业也可以经营批发;根据自身的条件,企业还可以采取代购、代销、代储、代运、联购分销、分购联销等多种经营方式;企业可以利用自有设施和场地,兴办专业或综合批发市场。第七条规定:企业按照经营需要,可不受地区、行业和部门的限制,自主选择购销渠道,签订购销合同,建立经济合理的购销网络。除政府委托收购的指令性计划商品外,企业有权拒绝任何单位或者部门强令收购和销售商品以及为企业指定供货单位或者供货渠道。这些法令法规的实施为企业提供了极大的灵活经营的空间。

这一阶段中国的商业改革同 20 世纪 80 年代的商业改革有很大的不同。20 世纪 80 年代的商业改革是为了适应当时的市场经济形势和商品供求关系的变化,以疏通渠道为主要目的的改革,而 20 世纪 90 年代新一轮的商业改革则是以建立社会主义市场经济体制为基本指导思想,根据市场经济发展的客观规律而进行的,以建立适应市场经济体制的现代化商业体制为目的的改革。前者的改革是以客观因素的推动为主,后者的改革则是以主观意志的导向为主。这一阶段的改革,从根本上改变了长期以来商业仅是作为国家用于分配社会资源的工具这一地位,使之成为商业作为媒介和促进商品交换的行业,通过市场机制的作用,实行社会资源合理配置的社会经济地位。

改革开放以来,商业的发展与变革是由计划管理体制向市场交换体制转变的过程,商业的地位和作用也由计划分配的工具转变为市场交换的中介。其结果使得商品流通渠道消除了人为的阻隔,而变得十分畅通;市场机制开始对企业产生积极的引导作用;市场开始取代计划在大多数领域承担起对社会资源的配置功能。

中国商业经过上述三个阶段的发展变化,特别是自 1978 年党的十一届三中全会提出改革开放国策以来,中国的百货店随着商业改革的深入发展,也随之不断发生着深刻的变化,主要表现在 6 个方面:

1. 发展迅速。从 1980 年到 1992 年的 12 年间,全国百货店由 16.4 万家,发展到 17.4 万家;人员由 109.2 万人,增加到 212 万人。按零售业传统行业分类,百货店在 15 类商店中,商店总数和人员总数占居第 2 位。

2. 规模扩大。到 1994 年,年销售额超过 1 亿元的百货店有 200 余家,其中 96 家超过 3 亿元,7 家超过 10 亿元。

3. 组建集团。自 1988 年起,北京东安市场经过成立子公司、投资、控股、参股、兼并、联营等多种形式,发展成为中国第一家以百货店为主体的、实行多角化经营的、多层次结构的零售商业集团。进入 20 世纪 90 年代,大型百货店集团化趋势迅速发展,先后产生了武汉商场集团、武汉中南商场集团、武汉中百集团、上海一百集团、杭州百大集团、广州南方大厦集团、南京中商集团、郑州亚细亚集团、新疆友好集团、唐山百大集团、昆明百大集团、福建东百集团、兰州民百集团、西安解放集团、长春百大集团、长春欧亚集团、内蒙民族集团、大连大商集团、天津劝业集团、哈秋林集团等一大批百货店企业集团。

4. 经营多元。大型百货店普遍实行了批发与零售相结合的业务,多数百货店的批发营业额比重占到了 20% 以上。随着集团化的发展,一批百货店集团逐步向生产、加工、餐饮、娱乐、超市、储运、广告、房地产、服务等领域渗透。到 20 世纪 80 年代后期,超市业态开始兴起,尤以上海发展最快,到 1994 年全市已有 400 多家,营业总面积 15 万平方米,年销售额 14.5 亿元。进入 20 世纪 90 年代,由于通货膨胀加剧,以物美价廉为主要特征的仓储式商场,适应了广大工薪阶层消费的需要,很快在大城市迅速发展起来,与此同时几十万米的大型购物中心在全国各地也随之迅猛发展。

5. 时尚现代。继 1984 年北京天桥百货商场试行股份制以来,到目前全国已有 61 家上市的百货零售店,实行投资主体的社会化,非上市的股份制公司已有上万家,还有数千家百货店实行了国有股退出成为民营企业。同时,按现代企业制度要求,百货店逐步改革内部经营管理机制,在经营方式上越来越多的采取自选方式取代柜台销售,并实行计算机管理系统控制,店面、店堂、陈列也向现代化发展。

6. 走向国际。1992 年,国务院批准在北京、天津、上海、大连、青岛、广州 6 个城市和 5 个特区试办中外合资百货零售企业,到 1994 年底已批准 12 家。此外,通过其他合作方式,目前全国约有数百家中外合资、合作的百货店开业经营,其中绝大多数效益颇佳。一批国内百货店也相继取得外贸经营权,开展进出口贸易,有的还到国外办分