

商务部：十年内建成现代流通体系

□ 杨阳腾

国家商务部副部长姜增伟 4 月 10 日在深圳参加 2010 总部经济、资本市场与连锁经营高峰论坛时表示，为了更好地满足人民群众日益增长的物质文化需求，中国需要积极构建与现代经济相适应的现代流通体系，这将有利于我国经济发展方式的转变，对推进我国工业化、城镇化的进程，对扩大消费、拉动内需、调整结构具有十分重要的意义。

姜增伟说，加快推进流通体系建设是当前的一项重要工作。改革开放以来，随着社会主义市场经济体制的建立和完善，多种经济成分、多种营销方式、多种流通渠道的商品流通体系已初步形成。但当前国内商品的流通体系存在着零售方式比较落后、农产品流通渠道不畅、市场管理信息不健全、信息不流通等问题仍然存在。未来商务部将从四个方面推进中国特色的现代流通体系建设，力争到 2020 年，基本能够建立起符合现代化、市场化、国际化要求，运行成本低、效率高，具有中国特色的现代流通体系。



图为姜增伟在本次论坛上发言

一是完善批发市场透明的批发体系。一方面是工业消费品的流通体系，包括生产资料，另一方面是农产品的流通体系。工业品现代流通体系，重点要对专业批发和总经销、总代理要重新设计，同时对工业自产产品的自销体系要给予支持，对工业品批发市场体系要进行升级改造。

二是完善农产品的流通体系。一方面对现有的农产品批发市场在价格差异机制方面，要引入更广泛的竞争机制。另一方面要通过农超对接，与现代化农产品商业企业与农业的经营合

作组织或农产品生产合作社直接建立农超对接，通过契约和合同来建立促销关系，减少中间环节。通过农产品流通公司的直接促销，降低农产品在流通领域的成本和费用，同时也使农民生产的产品规避市场风险，改变农民自产自销状况，使商业和农业的销售和生产更加专业化。

三是加强调控体系。目前我国的调控体系有两个方面，一是政府的调控体系，另外一个商业的储备体系。我国由于人口众多、地域辽阔，市场容易受到自然灾害和突发事件的影响而

发生波动，价格会在短期产生大起大落。解决问题的一个办法就是加强商品和资金的储备，用于平抑市场波动。

四是以提升市场竞争力为重点，培育现代企业体系。中国需要大型的商贸流通企业，与跨国公司沃尔玛、家乐福等相比，我国的大部分流通企业无论是在经营策略，还是在经营水平上，都存在很大的差距，亟待提高。

姜增伟最后表示，在新的形势下，加快流通体系的建设，要坚持以人为本，引导健康消费，扩大就业渠道，促进方式转变，支撑工业发展的原则，按照经济规律，不断制度创新，转变灵活发展方式，健全现代市场体系，完善现代流通体系，充分发挥商贸流通服务业对嫁接经济发展方式转变的重要支撑作用，不断提升我国商贸服务业的国际竞争力，最大限度地提升国民福利的消费水平。要以互联网和互联网信息技术创新为重点，发展科技智力体系，稳步提高居民消费占 GDP 的比重、消费人均增长的贡献率，以及商贸流通服务业从业人员占就业人口的比重，确保我国 2020 年国内生产总值规模位居世界前列。

2010 年中国连锁行业预计增长 18%

中国连锁经营协会会长郭戈平 4 月 10 日在出席 2010 年总部经济、资本市场与连锁经营高峰论坛发表“连锁企业并购融资新特点”主题演讲时表示，2010 年中国连锁行业预计增长在 18% 以内。

郭戈平说，2009 年中国连锁协会包括连锁的零售企业、餐饮企业、服务企业和供应商近千个会员的零售企业的销售额是 1.6 万亿元，占社会消费者零售总额的 13.2%。而连锁百强整体增速趋缓，其 2009 年销售增幅 13.5%，是 1999 年以来增幅最小的一年，也是第一次低于社会消费者零售总额的增幅，主要原因是社会商品零售额的增幅中 30% 的增幅在汽车等装饰装修行业。同时，外资增速明显快于内资，在增速中外资销售增长 20%，门店增长

15.7%；此外，百货增长快于消费品的增长，二三线城市快于一线城市。

郭戈平介绍，近期连锁融资和并购主要呈五大特点：一是并购涉及的金额加大，随着市场占有率的提升，特别是对行业认识的提高以及行业估值水平的提高，企业兼并所涉及金额越来越大。

二是国有背景企业案例增长，特别是在上市公司中百货企业占了很大比重，通过兼并整合也提高了企业的效益。

三是上市更加活跃。在 1995 年前后上市的企业基本上都是传统的国有百货企业，从 2000 年以后，特别是上海华联作为中国超市第一个上市之后，相继很多企业上市，比如苏宁就被称之为中小板里面成长性最好的。除

了已经上市的企业之外，目前还有数十家企业在计划上市，或者已经通过了一些上市程序。

四是区域龙头企业更加受到资本的关注，而特区加盟的几十个行业企业，因其新型的经营概念和运作模式，也得到了资本的广泛关注，近几年来通过连锁经营方式不断得到发展壮大。

五是私募股权之间的竞争激烈，特别是对基金而言，不仅仅是提供资本，更重要的是要基金公司的运作经验、个性化方案和能带动企业管理全面提升的解决方案。

郭戈平说，今年很多企业重点关注与电子商务的结合，预计 2010 年对



于零售企业、连锁企业将开展网上和网下相结合业务，因此，中国连锁行业发展预测会比去年更好，总体增长不会超过 18%。另外，不少企业在提高企业管理水平的同时，也不排除并购扩大自己的规模。

(杨阳腾 朱琴)



□ 崔 鹏

近日从商务部获悉：一季度全国累计销售家电下乡产品 16033 万台，实现销售额 316.7 亿元，同比分别增长 49 倍和 69 倍。其中，3 月当月，家电下乡产品销售 6252 万台，实现销售额 124 亿元，同比分别增长 32 倍和 45

一季度家电下乡销售额增 6.9 倍

农村消费潜力仍在继续释放

倍。

满足了不同收入层次农村消费者需求

商务部市场建设司司长常晓村说，一季度家电下乡之所以取得如此耀眼的成绩，得益于大幅提高家电下乡产品最高限价等一系列政策措施。今年，彩电、手机下乡产品最高限价提高一倍，冰箱等 7 类产品最高限价提高 25%—75%。对原限价内的下乡产品，继续按照销售价的 13% 予以补贴；对限价提高部分的下乡产品，统一按原限价 13% 的补贴标准实行定额补贴。这一政策更好地满足了不同收入层次的农村消费者需求，进一步激发了农民的消费热情。

此外，家电下乡产品型号增加至 1 万种以上、家电下乡补贴范围扩大等因素，都有力促进了家电下乡产品销售增加。自今年 1 月 1 日起，国有农场、林场职工也纳入家电下乡政策实施范围，扩大了家电下乡产品的销售范围。

今年 3 月，财政部、商务部等部门联合下发通知，确认了新增家电下乡补贴品种、补贴限额。“目前来看，各地新增家电下乡补贴品种主要集中在电动自行车、抽油烟机、燃气灶、电压力锅、电饭煲、DVD 影碟机等 6 类产品。最高补贴限额从 65 元到 338 元不等。”

常晓村说，目前各地纳入家电下乡政策的家电产品共有 10 大类 13 个品种，满足农民多元化需求。将在更大程度上释放农村消费潜力。

挖掘农村消费潜力依然大有作为

针对如何保证家电下乡产品质量、简化农民领取补贴程序等问题，常晓村表示，如果有企业没有履行责任，中标之后没有按程序办，只是为了做牌子、打广告，我们就要坚决将其清除出去。常晓村说，目前来看，很多地方农民领取补贴的程序已大为简化，有的是由企业先行垫付，有的则去乡里

兑付，还有的由农民去金融机构办理存贷款时一并办理。

“方式可以多元、灵活。”常晓村说，但前提是确保资金安全。今后商务部将继续加强调研，做好相关引导工作。

当天，商务部同时发布了一季度汽车、摩托车下乡数据。今年一季度，全国共补贴汽车摩托车 246 万辆，兑付补贴资金 32.5 亿元，其中汽车 56 万辆，补贴金额 21.4 亿元，摩托车 190 万辆，补贴金额 11.1 亿元。汽车以旧换新方面，一季度全国共办理补贴车辆 2.4 万辆，发放补贴资金 3.5 亿元，环比分别增长 78% 和 213%，拉动汽车消费 35 亿元。

针对之前曾有观点认为 2009 年家电、汽车、摩托车下乡成绩显著，农村消费潜力已得到极大释放，因此 2010 年政策刺激效果可能一般的疑问，常晓村表示，从一季度销售数据来看，农村消费潜力显然仍在继续释放，国家一系列刺激农村消费的措施依然在发挥积极作用，挖掘农村消费潜力依然大有作为。

(辛文)

年报显示，国美仍处家电连锁领军地位

二三级市场是国美未来重要增长点

□ 侯雪莲

“审慎有余，冲劲不足”，国美电器董事局主席兼总裁陈晓这样评价国美电器过去一年的表现。

受创始人黄光裕案件的影响，2009 年也许是国美历史上最为艰难的年头，国美的 2009 年业绩也成为业界焦点。

4 月 7 日，国美电器发布了 2009 年业绩报告，同比增长 34.45%、1409 亿元的净利润证明，国美仍然是国内家电连锁业的领军企业。

在接受记者采访时，陈晓说：“国美电器的业绩增长得益于 2009 年公司通过网络优化和提升单店盈利能力为核心的转型战略。”对于未来，陈晓表示，重要的增长空间将来自二三级市场。

调整：重归商业基本面

“资本市场的肯定，证明国美的转型战略是正确的。”陈晓说。

财报显示，截至 2009 年 12 月 31 日，国美电器总营收为 42668 亿元人民币，同比下滑 70.2%。但净利润同比增长 34.45%，由 2008 年的 10.48 亿元上升至 1409 亿元。该公司将营收小幅回落的原因归于公司 2009 年门店调整。

对国美而言，2009 年是一个关键的调整年。国美由过去粗犷、单一的外延式发展和经营卖场的模式，回到了流通企业生存和立足的商品管理模式，回归了商业基本面。同时，国美更加关注与供应商、银行的关系，搭建双赢的模式。

根据国美年初制定的优化转型计划，集团减少了规模扩张，通过优化门店网络结构，大量关闭低效门店，改造一批新模式门店，提高了单店经营质量。财报显示，2009 年全年，国美关闭了 189 家门店，新开 56 家门店，门店数量从年初的 859 家减少至 726 家，净减少 133 家。同时，改造 27 家门店，并固守在一级市场坚持开大店的策略。

从家电连锁的商业模式看，租金费用是其中最大的成本，国美通过优化门店网络，对现有门店的租赁合同进行了重新谈判，更合理地控制了租金费用。

随着门店网络的逐步优化，国美单

店的经营质量也有所提升，“国美单店销售与每平方米销售收入反弹至近两年最好水平”，国美电器执行董事、常务副总裁王峻洲说。

在国美的转型战略中，优化供应商关系、改变供应链利益分配模式也是其中重要的一环。其中，最大的变化是调整供应商合同模式，将合同外的费用统一并入合同内，不再增加其他费用，降低了来自供应商的其他收入占比。但是新的合同影响尚未在 2009 年财报中体现。

财报中，国美表示，将加强信息化及物流体系建设。据陈晓透露，国美已经选定了 SAP 为企业资源计划管理系统，目前正在评估 ERP 的实施服务供应商，最迟将在今年 5 月启动项目实施。

加速整合：拓展二三级市场

财报显示，截至 2009 年 12 月 31 日，国美集团持有现金及现金等价物达 60.29 亿元，那么国美未来一年的投资重点是什么呢？

自贝恩资本入驻国美之后，国美与



贝恩一起制定了未来 5 年的发展战略，其核心是持续提高改善经营效率、供应商关系、顾客满意度，并在京津唐、大四川、广深等 5 个地区进行重点的网络渠道拓展，在部分小热点地区进行策略性重点扩张。由此可见，国美对家电二三级市场的整合将加速。

财报显示，2010 年国美将在一级市场继续“优化网络、提升单店盈利能力”策略，同时在二级市场新增“相当”数量的门店，使全年“净开店”数量达到 80 家左右。

“一级市场的饱和度已经很明显

广东省第二批“农超对接”签约销售额逾 3 亿

日前，广东省经信委和省农业厅共同发起的广东 2010 年第一次“农超对接”洽谈会在广州举行，第二批 10 个农超对接项目当场签约，涉及木瓜、罗非鱼、畜禽肉、金柚、黄皮等 20 多个品种的农产品。

记者了解到，广东省首批 10 家农超对接示范超市企业在全省拥有门店 540 间，第二批 10 家农超对接示范超市企业拥有门店数 4074 间，鲜活农产品销售平均占比约 15% 以上，农超对接的鲜活农产品市场超亿元。据不完全统计，全省已有 154 个农民专业合作社与超市或流通企业建立产销对接关系，销售产品金额达 3 亿元以上。

广东省经信委党组副书记、巡视员戚真理表示，“农超对接”与农产品传统流通模式的重大区别在于超市直接参与了农产品生产过程的监控管理，缩短了农产品的供应链，保持了农产品的新鲜度和质量安全。农产品通过农民专业合作社直接进入超市，可降低三到四成的中间流通成本，农民可增加 10% 收益，消费者也可获 10% 让利。

(余慧萍)

昆明计划 4 年内建 350 个社区生鲜超市

近日，从昆明市 2010 年商务工作会议上获悉，为推进社区商业建设，今年计划在全市建设 50 个生鲜社区超市，未来 2—3 年内再建 200—300 个。

当天的商务工作会议上透露，昆明将扩大开放空间，推动外向型经济发展。昆明将发挥通道优势，打造通道经济。加快建设公路、铁路、航空、航运立体交通网络，加快建设现代物流业，加快发展通道经济。加快“昆河”、“昆曼”、“昆仰”、“昆加”四大经济走廊建设。

昆明将全力开拓东盟市场，推动建设“属地申报、口岸验放”通关模式，降低进出口货物通关成本，做好空港综合保税区申报工作，加快呈贡国际物流园区、空港国际物流园区和昆明空港口岸等重点项目的建设，争取设立国家陆路口岸。加快软件和服务外包产业发展，按照“集聚发展、错位竞争”的思路，重点围绕信息技术服务外包、医药服务外包、物流服务外包、蔬菜花卉研发、工程承揽、教育培训等重点服务外包领域，积极承接服务外包产业梯度转移，全面提升昆明现代服务业的对外开放水平。

为了使“走出去”工作得到跨越式发展，昆明将积极参与磨憨、河口、瑞丽跨境经济合作区建设，力争在合作区内设立“昆明园”。

(辛文)

电子商务占比未来或超传统商务

商务部信息化司聂林海副司长日前表示，我国的电子商务已经进入一个快速发展阶段，最近三五年将有一个更大的发展，电子商务的占比超过传统商务，是未来的发展趋势。

聂林海是在中国电子商务协会“全程电子商务工程中心”成立仪式上作出上述表示的。

聂林海还表示，我国东部发达地区纷纷加大投资，鼓励和引导企业利用电子商务开拓国内外市场，他引用相关资讯数据，淘宝网销售额达到 2000 亿，同比增长 100%，表明电子商务发挥着积极的作用。

最新的统计数据显示，中国网络购物市场(B2C+C2C)总体交易规模已经达到 2388 亿元。网络购物用户规模达到 1.08 亿，预计在三网融合的进程加快后，互联网的 4 亿用户规模和手机网民的 3 亿用户规模都有可能成为网购人群。

近年来国务院也先后发布了多项发展电子商务的指导性文件来促进电子商务的发展，包括《加快电子商务发展若干意见》、《2006 年国家信息化发展战略》、《电子商务“十一五”发展规划》等指导性文件，并确定了电子商务的战略，提出了指导原则和中心目标，明确了电子商务发展的重点。

(辛文)