

# 四川市场主体 40 年发展实现大跨越大崛起

■ 段纪萍 刘宏 张瑾

市场主体是经济发展的基本细胞,是宏观经济的微观基础。改革开放 40 年来,四川省市场主体无论是从总量还是结构上都发生了较大变化,这是全省经济发展动力变化的重要表现,也是市场经济制度逐步确立并发挥决定性作用的重要体现。

## 市场主体总量大跨越: 从 10 万户到 500 万户

改革开放初期,四川省共有市场主体总量大约 10 万户。随着市场机制逐步放开,1984 年全省市场主体总量突破 100 万户,到改革开放的第一个十年结束时,1988 年底全省市场主体总量达到了 219.80 万户;从 1989 年起全省市场主体发展呈波动发展态势,最高值为 1995 年的 272.29 万户。进入新世纪的第二个十年,尤其是商事制度改革实施以来,全省市场主体总量进入爆发增长期。2012 年全省市场主体总量突破 300 万户,2016 年全省市场主体总量突破 400 万户,2018 年 6 月底全省市场主体总量突破 500 万户,达到了 525.12 万户。

可以看出,全省市场主体发展有两个高峰期,一是改革开放后的第一个十年全省市场主体先后突破 100 万户和 200 万户两个大台阶,但之后又过了 24 年市场主体总量才突破 300 万户大关,商事制度改革后市场主体迎来了第二个高峰期,分别只用了 4 年和 1.5 年就突破了 400 万户和 500 万户两个里程碑。

## 从国企独大到百花齐放: 市场作用凸显

非公有制经济崛起成为市场主体增长的主要力量。改革开放后,伴随商品经济的恢复发展,非公有制经济禁区逐渐被打破,1978 年底全省个体工商户达到了 22643 户,约占全省市场主体总量的五分之一,以全民所有制、集体所有制企业等公有制为主体的内资(非私营)企业占比近八成。

1997 年,党的十五大明确指出,“非公有



● 资料图片

制经济是我国社会主义市场经济的重要组成部分”,之后私营企业进入快速发展阶段,到 2008 年底私营企业占比达到了 12.1%,已经超过了内资(非私营)的占比。2014 年实施商事制度改革以后,大众创业热情被激发,私营企业成为了市场主体发展的最主要的推动力量,到 2018 年 6 月底私营企业占比达到了 22.2%。

国有经济从包办一切到做强做大。随着改革开放的深化,国有企业尤其是中小型企业实施改制,全省内资(非私营)企业到 1998 年底下降到 50.07 万户,之后持续推进国企改革和重组,内资(非私营)企业总量持续下降,2008 年底为 20.69 万户,2018 年 6 月底为 13.80 万户。虽然总量下降,但企业质量总体较高。截至 2018 年 6 月底,内资(非私营)企业户均注册资本 3416.84 万元,与其他类别企业相比,单体规模较大。

私营企业从零起步到创新创业主力军。1988 年,四川省工商局草拟了《四川省私营企业管理暂行办法》,开始了私营企业的登记管理工作,当年底共登记发照私营企业 361 户。私营企业呈持续增长态势,到 1998 年底为 3.27 万户,2008 年底为 28.62 万户。商事制度改革实施后,私营企业总量呈爆发性增长态势,从 2013 年底的 50.42 万户增长到 2018 年 6 月底的 116.47 万户,总量翻了一番。随着经济发展阶段的提升,开办企业成为人们创业的首选形式,私营企业也成为

目前中国创新创业的主力军。

外资企业见证对外开放新格局。1983 年四川省开始受理第一外商投资企业,到 1988 年共有外资企业 99 户。随着对外开放的不断发展,外商投资从沿海向内地深入,四川作为西南地区的人口大省,越来越受到外资的关注。截至 2018 年 6 月底,四川省实有外国(地区)投资企业数量 1.15 万户,居中西部地区首位。2017 年 4 月 1 日,中国(四川)自由贸易试验区(以下简称“自贸区”)正式挂牌,外商投资企业备案与工商登记实现“一窗办理”,自贸区吸引外资载体作用彰显。

个体工商户从改革先锋到就业稳定器。1988 年底,四川省个体工商户数量达到 162.11 万户,占全部市场主体的近四分之三。之后个体工商户发展进入平稳发展和调整阶段,到 1998 年底和 2008 年底个体工商户数量分别为 165 万户和 186.59 万户。商事制度改革实施后个体工商户又迎来一个新的发展期,到 2018 年 6 月底,全省实有个体工商户 384.13 万户,居全国第五位,中西部省市首位。个体工商户总量大增,在促就业方面发挥了积极作用,成为重要的就业稳定器。

农民专业合作社是农业产业化重要载体。2007 年 7 月 1 日起施行的《中华人民共和国农民专业合作社法》让农民专业合作社进入了发展快车道,四川省农民专业合作社从 2008 年底的 5000 余户发展到 2018 年 6

月底的 95805 户,十年时间增长了 18 倍。目前全省农民专业合作社总量居全国第七位,西部省市首位。农民专业合作社已成为农业产业化、规模化经营的重要载体,目前已覆盖农业全产业链条。

## 结构优化升级:新兴产业崛起

从企业主体的产业结构来看,改革开放 40 年来四川省第二产业企业占比持续下降,而第三产业占比持续上升,企业主体产业结构持续优化升级,与经济结构优化升级的趋势相一致。从行业门类的占比变化来看,这一趋势更加明显,制造业、批发零售业等传统优势产业的企业数量占比明显下降,而租赁和商务服务业、信息传输、计算机服务业和科研服务业等现代服务产业增长明显。

## 区域协同: 中心区域辐射带动作用增强

从不同区域的企业主体发展来看,成都经济区的总量优势明显,但与其他区域的差距有所减小,呈现各区齐头并进的特点。截至 2018 年 6 月底,成都平原经济区的企业数量占比为 73.2%,其中成都市实有企业数量占到全省企业总量的 56.4%,成都市在全省“主干”作用进一步强化。2018 年 6 月底成都市千人企业数量达到 47.01 户,仅次于上海、北京和广州三个城市。

从各区域经济板块发展情况来看,成都平原经济区服务业占比较高。川东北、川南、攀西经济区产业结构较为相似,第三产业占比均处于 70%~75% 之间。其中,川东北经济区农牧渔业企业数量占比相对较高,川南经济区制造业企业数量占比较高,攀西经济区批发和零售业企业数量占比较高。川西北生态保护区服务业发展相对较慢,占比仅为 65.0%。第二产业中的建筑业企业数量占比较高。从四川省内资本转移情况来看,成都企业加速投资其他经济区,上半年省内互投中,成都资本处于净流出状态,环成都平原经济区、川南经济区、川东北经济区、攀西经济区均处于资本净流入状态。



## 双汇集团董事长万隆 荣膺改革开放 40 年 百名杰出民营企业企业家

■ 本报记者 李代广

在改革开放 40 周年之际,为宣传民营经济发展巨大成就,展示民营企业中国特色社会主义事业建设者风采,大力弘扬优秀企业家精神,鼓励广大非公有制经济人士“不忘创业初心,接力改革伟业”,为实现中华民族伟大复兴中国梦作出新的贡献,中央统战部、全国工商联决定推荐宣传改革开放 40 年百名杰出民营企业企业家。

作为中国双汇的缔造者和领航人,万隆荣膺改革开放 40 年百名杰出民营企业企业家。

从上世纪 80 年代以来,万隆开创了肉肉类品牌,把一个资不抵债的小型肉联厂发展成了全球最大的猪肉食品企业,成为有全球影响力的跨国公司。

2013 年,双汇母公司万洲国际以 71 亿美元收购全球最大的猪肉食品企业美国史密斯菲尔德,创下了中美历史上最大的并购案。

## 李黑记入选 改革开放 40 年 百名杰出民营企业企业家



■ 本报记者 赵敏

在改革开放 40 周年之际,全国工商联在北京举行新闻发布会,发布《改革开放 40 年百名杰出民营企业企业家名单》。陕西省宝鸡市市著名企业家,东岭集团党委书记、董事长、总经理李黑记入选。据悉,陕西省仅两人获此殊荣。

这次由中央统战部、全国工商联推荐宣传的改革开放 40 年百名杰出民营企业企业家,是在全国范围内组织评选出来的,目的是为了宣传我国民营经济发展的巨大成就,展示民营企业中国特色社会主义事业建设者风采,弘扬优秀企业家精神,鼓励广大非公有制经济人士“不忘创业初心,接力改革伟业”,为实现中华民族伟大复兴中国梦作出新的贡献。

李黑记作为宝鸡市成长起来的优秀民营企业企业家,在改革开放以来,带领全村人艰苦创业,突破创新,从一个村办黑白铁皮加工铺发展成为营收千亿元的中国 500 强企业。他本人先后荣获“全国劳动模范”、第四届“全国非公有制经济人士优秀中国特色社会主义事业建设者”、“陕西省劳动模范”、“陕西省有突出贡献专家”、“陕西省优秀共产党员”等百余项殊荣,就在前不久结束的第十八届全国“村长”论坛上,李黑记还荣获组委会颁发的“中国农村改革终身贡献奖”。据悉,今年前三季度,东岭集团在李黑记的带领下,克服处处困难,实现了逆势增长,营收总收入达到 1053 亿元。

## 南方基金黄俊: 金融资产具有明显投资价值

南方基金打造的南方养老目标日期 2035 三年持有期混合型基金中基金于 10 月 15 日至 11 月 2 日正式发售。拟任基金经理黄俊日前表示,中国金融资产仍具有明显的投资价值。

黄俊表示,从长期来看,只要估值合理,权益资产的长期收益要比债券、货币基金高,这一点在美日等发达国家和其他发展中国家都得到了验证。因此,距离退休还有 20 年至 30 年的中青年投资者在为养老做投资时,权益资产的配置比例不应该太低。

(陈舒)

## 一带一路推动吉林民营企业创新发展

随着“一带一路”建设深入推进,民营企业赴海外投资的步伐日益加快,正发挥着不可替代的作用。在“一带一路”建设中如何实现自身发展,既要“走得远”又要“走得稳”,成为众多民营企业关心的问题。近日,“一带一路”倡议下吉林民营企业创新发展新思路论坛在长春科技大市场举行,吉林大学“一带一路”研究中心等机构的企业精英、专家学者齐聚一堂,为吉林省民营企业创新发展提供思路建议。

本次论坛的定位:创新发展,再创辉煌。论坛特邀吉林大学经济学院副院长丁一兵、吉林大学经济学院海森特为大家分别阐述本次论坛两大主题:“一带一路”建设与民营企业发展的新机遇、民营企业是一带一路建设的主要力量;基于中巴经济走廊的考察。

丁一兵在论坛现场中表示,民营企业成为参与“一带一路”建设的重要力量有三

个原因:一是有需求,民营企业是百姓经济,与人民生活息息相关。发展经济、改善民生是发展中国家人民的共同愿望,是中外合作的内生动力;二是有市场,民营企业实力强了,需要更大的市场,需要通过开放合作同广大发展中国家一起参与到全球价值链中,在不断交流融合中实现长期可持续发展,最终造福各国人民;三是有企业家推动。在对外合作中,政府引导、市场主导、企业主体三位一体才最为有效、稳定,企业家是最具有创新精神的群体,是市场中最稀缺的资源。民营企业对市场环境最敏感,能够充分发挥创新意愿和能力。

民营企业在海外发展的实践中还面临很多挑战。从外部看,目前还存在相关各国的政治风险、经济基础薄弱、相关法律法规不健全等问题,进而给企业的投资经营带来诸多风险。从内部看,仍存在创新能力不强、人才缺乏、信息不对称等短板,这些影

响了有关项目的推进和实施。与会专家学者建议,民营企业要苦练内功,提高自身竞争力。要提高海外投资决策的专业性,善于利用专业服务人员,不盲目跟风。要做到合规合法经营,熟悉国际规则,深入了解投资国的法律法规、文化风俗、社会习惯、产业发展。企业还要有社会责任意识,注重国际人才培养等。

海外项目必须注重与当地的合作。海外事业不能老做低级业务,要转型升级,逐步提升;境外风险很多,要有忧患意识,时刻思考如何防范和化解风险;要注重品牌建设,形成海外市场上的品牌竞争力。与此同时,抱团出海、形成合力也是民企“走出去”的重要途径。一方面民企可以与国企相互配合、取长补短。另一方面,民营企业也可以联合起来抱团出海,避免恶性竞争,发挥规模效益。

(孙娇杨)

## 一家羊毛衫企业的“触电”转型

■ 吴娟 王娟娟

近十年来,在产业升级的大潮中,上海的羊绒制衣工厂“利长制衣”一直在思索如何走上自建品牌之路。不过,他们的自建品牌之路一直没有起色,尽管公司在进驻商场、线上开店等方面做了很多尝试,但收效甚微。市场调研发现,“进入商场的品牌赔钱的多,赚钱的少”。高风险与高成本是工厂品牌难以实现突破的阻碍。

直到 2017 年年末,和网易考拉全球工厂店的合作,让利长制衣“一炮而红”,其羊绒围巾在网易考拉平台上一上线很快就被一抢而空。原来,网易 CEO 丁磊在乌镇互联网大会上戴了这款围巾,“丁磊同款”迅速成为网络热词。

利长制衣总经理周奇说,“建厂的时候,我们给自己的定位非常准确,跑量的单子我们不接,一定要接技术含量特别特别高的,就是别的厂做不了的东西拿到我们这边来做。”多年来,这家高级时装厂商一直给华伦天奴、阿玛尼等一线国际品牌代工。

“做着做着也有自己的梦想,想做自己的品牌,这是‘触电’的根本原因。但痛点是品质太好、层次太高,一直找不到相匹配的电商平台。我们一开始尝试跟另一个电商合作,但是类似平台只要求价格低廉,质量要求并不高,这不适合我们的定位。我们是生产商,其实产品品质和大牌是一样的,如果我们直接销售,对消费者来说就会有高的性价比。”周奇说。

去年网易考拉海购拿着全球工厂店的方案和这家厂商洽谈,提出“工厂店是精选全世界行业的顶尖制造商,网易考拉负责销售”。这两点让周奇怦然心动。

心动之后就是义无反顾。利长制衣一个多月加班加点赶制价值一千多万元的货,在 9 月初成为网易考拉工厂店最早上线的服装品牌,第一批羊绒围巾上线 10 秒后即被一抢而空。

这是网易考拉全球工厂店的缩影。网易考拉全球工厂店负责人胡然曾在接受采访时表示,“在合作工厂选择上,只关注行业头部 1-3 家工厂。他们有意愿做品牌,而不仅仅是为了销量。”

## 一家羊毛衫企业的“触电”转型

网易考拉全球工厂店定位于全球优质制造的品牌孵化器,并于 2017 年 9 月正式启动。目前,网易考拉全球工厂店商品涵盖服装、母婴、家居、个护、运动、食品等 9 大品类,并涵盖中国、澳洲、意大利、新西兰、日本等 200 余家优质工厂。

周奇说,与网易考拉合作,工厂只需要专注自己所擅长的设计与生产环节,而市场测试、渠道推广和营销活动则由网易考拉负责,弥补了工厂商品营销、商品运作经验的不足。

此外,在考拉工厂店与制造工厂的合作过程中,网易考拉方面会通过大数据分析,告诉制造商具有哪些特点、什么价位的商品更好卖,后者再按需生产。

网易考拉表示,“我们会让消费者看到,每一个考拉工厂店中品牌,他们的目标都是建立一个属于自己的百年品牌,做全世界最好的产品。我们也希望,从前不擅于表达自己的工厂,都会拥有专属于自己的品牌故事。”

前 10 年给国际品牌做代工,后 10 年做自有品牌。这不仅是商业模式的转变,也是中国制造的升级。

## 实体商户面临三大痛点 盒子科技发布会 将全方位解惑

互联网兴起让电商成为了当前消费者的主要购物渠道,这也导致传统实体店生意惨淡,以往的消费规则也因为互联网购物方式的兴起发生了改变。时至今日,如实体商户不利用“科技智慧”来进行武装,未来的

路必然会很艰辛坎坷。

实体商户面临三大痛点:  
其一,当前互联网流量贵,获取要付出大量成本,让实体商户难以接受。  
其二,消费人群定位不精准,这也让复

购率难以提升。

其三,多平台切换复杂,导致服务无法一步到位。  
据悉,针对以上实体商户所面临的三大痛点,盒子科技将于 10 月 30 日在深圳

湾体育馆举办以“明天慧更好”为主题的超级新品发布会,数以亿万的小微商家可以通过这场发布会找到突破当前经营困境的道路。

(陈智慧)



## 十年湘聚,遇见天时代 彩陶坊新天时代品鉴会在长沙举行

■ 本报记者 李代广

10 月 24 日晚,在全国秋糖会前夕,“仰韶酒业彩陶坊天时代·日月星品鉴会暨(长沙)秋糖媒体联谊会”在湖南长沙运达喜来登酒店举办,现场气氛热烈非常。

中国酒业协会专职副理事长刘秀华,中国酒流通协会秘书长秦书尧,河南省酒业协会会长熊玉亮,仰韶酒业董事长侯建光,仰韶营销公司总经理卫凯等领导出席,湖南省河南籍各商会代表、企业家代表,中央媒体、行业媒体、河南主流媒体等近 150 人参会。

日月星(太阳/星星/月亮)是仰韶彩陶坊新天时代系列酒的三款重磅产品,承载着豫酒高端复兴之路的梦想,引领了一种方向,开拓了豫酒高端产品的一片天地。

侯建光董事长表示,十年前的今天,仰韶彩陶坊酒耀然出世,伴随着一个个坚实的脚步,仰韶人迈入了一个全新的时代。十年来,仰韶彩陶坊酒作为公司的战略产品、主导产品、形象产品,受到了广大消费者的认可和好评,一路成长为河南地产中高端白酒第一品牌;十年来,仰韶彩陶坊酒参与了黄帝故里拜祖大典、世界旅游城市市长论坛、中国河南国际投资贸易洽谈会等数百场涉外交流活动,受到了世界名流、海内外华人华侨的青睐和赞誉,在推介中原文化、建设中原经济中发挥了积极作用。