

安徽省流通业发展战略研究^{*}

晏宗新

(广东商学院经贸学院, 广东广州 510320)

摘要:安徽省社会经济发展所要求的商品流通体系正在快速形成,初步形成了遍布全省城乡的商品流通网络和商业网点。但其存在着一些问题,如城市消费不旺盛;流通企业规模偏小,市场竞争不激烈;流通主体发育不符合现代市场经济的要求;组织化程度低;以满足初级交易为主的传统经营方式与业态形式大量存在;市场功能比较弱小等。为此,我们提出安徽省流通业的‘12345’发展战略,即实现一个目标,围绕二个方向,着力三个重点,建设四大支撑和创新五大措施。

关键词:中部崛起;流通体系;流通空间;流通发展战略

中图分类号:F722.9 **文献标志码:**A

不论流通业的地位如何界定,现代流通业作为国民经济体系的重要组成部分,在促进国民经济发展方面已发挥着越来越重要的作用。目前,安徽省现代商品流通体系发展虽然取得了一定成就,但是还不完善,突出表现为:一是市场化程度还不够高,一些商品流通领域的市场准入和开放度还较低;各种或明或暗的行政壁垒和审批制度还限制着商品在全省、全国范围内的合理流动。二是流通主体发育总体上还不成熟,国有流通企业的体制改革和战略性改组尚未完成,企业集团化发展速度较慢,市场竞争能力弱。三是市场中介组织发育缓慢,流通秩序混乱等等。四是全省流通业发展缺乏权威的、长期的、有效的战略指导。因此,安徽省在实施‘中部崛起’的战略时,必须充分发挥商品流通的先导作用,实施大市场、大流通、大贸易战略。

一、安徽商品流通发展现状概述

随着市场经济体制改革的进一步深入,计划流通体制全面向市场流通体制的转变,适应安徽省社会经济发展要求的商品流通体系正在快速形成,初步形成了遍布全省城乡的商品流通网络和商业网点,为促进商品流通以及发展全省经济提供了有效的载体和渠道。

(一) 商品市场体系基本形成

目前,安徽省已基本形成了包括生产资料和生活资料在内、综合市场与专业市场相结合、以批发市场为主导、零售市场为主体的多层次、多门类的商品市场体系^[1]。营业额超亿元以上的市场,总数达107个,其中,综合市场69个,摊位达47596个,成交总金额达351.76亿元;工业品综合市场14个,摊位达13702个,成交总金额达184.78亿元;农业品综合市场43个,摊位达23888个,成交总金额达129亿元;其他综合市场12个,摊位达10006个,成交总金额达37.96亿元;各类专业市场合计达38个,摊位达22929个,成交总金额达229.17亿元。

(二) 流通主体多元化格局基本形成

在商品流通业市场化的进程中,各流通主体逐步摆脱了完全由政府控制的局面,所有制结构也发生了根本的变化。主要表现:(1)对传统的国有流通企业和合作社按照现代企业制度的要求进行了规范

^{*}本研究是笔者参加安徽省政府研究室课题组(张南主任主持)‘安徽省商品市场体系建设研究’的部分成果。

的公司制改造。它们在法律政策许可的范围内自主组织商品流通,改善经营方式,成为自主经营的市场主体。(2) 大量个体私营企业完全根据市场供求状况灵活经营。其中一批经营较好的个体企业成长为现代公司制的民营贸易企业,部分民营企业已经开始在商品流通领域中居于重要地位。(3) 伴随着流通领域的对外开放,一些具有较大影响的国外和港澳台零售企业进入全省流通领域,形成与省内流通企业竞争的局面。截至 2004 年底,全省批发企业中国有及其控股 232 个,从业人员达 38689 人,私营企业 93 个,从业人员达 5177 人,港澳台投资企业 3 个,从业人员为 815 人;零售企业中国有及其控股 117 个,从业人员达 24077 人,私营企业 123 个,从业人员达 17349 人,港澳台投资企业 2 个,从业人员为 703 人,从而形成了多种所有制经济主体共同参与流通领域竞争的局面。从法律形式看,批发业和零售业中的股份制企业、私营有限公司、私营有限责任公司等多种组织形式开始大量存在。目前,安徽省商品流通领域已经初步形成了多种经济成分、多种业态的流通主体平等竞争、共同发展的格局^[1]。

(三) 商品流通快速发展

商品流通在满足居民生活需求、刺激消费、衔接产需、促进生产、鼓励公平竞争、价格形成和合理配置资源等方面的作用日益增强,促进了国民经济的良性循环和扩大内需政策的有效实施。2004 年与 1995 年相比,全省社会消费品零售额增长了 256.28% 年均增长 11.02%,批发零售贸易业销售额增长了 337.44% (年均增长 14.46%),其增长速度均高于 GDP 的增长速度 GDP 年均增长 10.23%。商品流通的快速发展,对全省经济发展的贡献日益增大。

(四) 流通产业的发展对 GDP 增长的带动作用非常明显

流通业对国内生产总值的贡献,可以通过所实现的产值占 GDP 的比重来衡量。这一比重越大,流通产业对 GDP 的贡献也越大。安徽流通业发展与 GDP 增长情况如表 1 所示。

从表 1 可以看出,1994 年-1998 年是安徽流通产业发展的井喷时期。但考虑到中国经济体制改革的实际进程,这一时期制度和政策性因素对流通产业的发展起了主要作用,因此这一段时期并不具有代表性。从总体上看,从 1994 年-2003 年,安徽流通业和安徽 GDP 保持着同向的增长,增长速度也基本相当。从 2000 年以来,安徽流通业占 GDP 的比重已超过 10%。从 1996 年以来,安徽流通业占第三产业的比重始终在 30% 左右,在所有第三产业中居于第一位,安徽流通业已经是安徽国民经济中非常重要的产业和第三产业中最重要的产业。在流通业发展较好的年份和流通业占 GDP 比重较高的年份,GDP 的增长速度也较高,说明流通业的发展对 GDP 增长的带动作用非常明显。

表 1 1994 年-2003 年安徽 GDP 与流通业发展情况 单位:亿元,%

年份	G D P	流通产值	GDP 增长率	流通增长率	流通占 GDP 的比重	流通占第三 产业的比重
1994	1488.47	90.32	39.13	33.92	6.07	22.16
1995	2003.58	120.96	34.61	33.92	6.04	23.56
1996	2339.25	183.57	16.75	51.76	7.85	31.85
1997	2669.95	216.66	14.14	18.03	8.11	32.02
1998	2805.45	258.6	5.08	19.36	9.22	31.84
1999	2908.58	283.55	3.68	9.65	9.75	31.91
2000	3038.24	315	4.46	11.09	10.37	31.20
2001	3290.13	340.8	8.29	8.19	10.36	30.30
2002	3553.56	364.35	8.01	6.91	10.25	29.28
2003	3927.38	405.49	10.52	11.29	10.32	27.80

数据来源:中国统计年鉴 1993-2004。本表的流通产业是指批发、零售贸易业及餐饮业。

(五) 安徽流通业也发挥着吸纳就业的重要职能

流通业具有技术相对简单, 工作时间、地点相对灵活等特点, 这就决定了商品流通业具有很强的劳动力吸纳能力。考察流通业对就业贡献的大小, 可以用流通业的就业人数占全社会就业人数的比重来衡量, 即一定时期内流通业就业人数占该时期全社会就业人数的比重越大, 流通业对充分就业的贡献也就越大。近 10 年来, 安徽流通业发展对安徽省就业的贡献情况如表 2 所示。

从静态来看, 2002 年安徽流通业的就业量为 258.9 万人, 占全社会总就业量的 7.61%, 在国民经济各行业中, 2002 年安徽农业、制造业和流通业的就业比例分别为 57.17%、14.53%和 7.61%, 安徽流通业的就业贡献仅次于农林渔业和制造业, 列第三位, 是第三产业的主力军。由此可见, 安徽流通业也发挥着‘就业机器’的职能。

表 2 安徽流通业对安徽就业的贡献 单位: 万人, %

年份	总从业人员	流通产业从业人员	流通从业人口占总从业人口比重
1994	3119.4	165.4	5.30
1995	3206.8	186.7	5.82
1996	3246.1	200.7	6.18
1997	3321.7	222.1	6.69
1998	3311	222.2	6.71
1999	3312.5	237.3	7.16
2000	3372.9	246.1	7.30
2001	3389.7	256.4	7.56
2002	3403.8	258.9	7.61
2003	3416	321.5	9.41

数据来源: 中国统计年鉴 1993-2004。本表的流通产业是指批发、零售贸易业及餐饮业。

(六) 流通业发展对安徽省经济增长的促进作用

安徽流通业对 GDP 增长的贡献次于第二产业和第一产业而居第三位, 对安徽经济增长的促进作用非常大。流通业对经济增长的促进作用, 可以采用流通业增长贡献率和流通业产出弹性系数来衡量。流通业增长贡献率的经济意义是指当年流通业 GDP 增长额占全国 GDP 增长额的比重; 流通业产出弹性系数的经济意义是当年流通业每增长一个百分点, 使国民经济增长多少百分点, 其计算公式如下:

$$\text{流通业增长贡献率} = \text{流通业 GDP 增长额} / \text{全国 GDP 增长额} \quad (1)$$

$$\text{流通业产出弹性系数} = \text{流通业 GDP 增长率} / \text{全国 GDP 增长率} \quad (2)$$

根据上述计算公式和表 3, 对安徽省 1994 年至 2003 年间的 GDP 增长率和各产业 GDP 增长率进行线性回归, 运用最小二乘法估计得到以下模型:

$$Y = 0.2341X_1 + 0.4755X_2 + 0.0541X_3 + 0.2193X_4$$

$$(27.291) \quad (32.998) \quad (1.514) \quad (7.357) \quad St = 0.004 \quad R^2 = 0.999$$

以上模型中: Y 为 GDP 的年增长率; X_1 为第一产业净产出年增长率, X_2 为第二产业净产出年增长率, X_3 为流通业净产出年增长率, X_4 为其他第三产业净产出年增长率。从模型的回归参数可以看出, 各待估参数的 t 值都比较显著, 回归方程的标准差很小, 可决系数很高, 这说明模型的拟合度较高。

从以上回归方程中我们可以看出: 在安徽省 GDP 增长中, 商品流通业对 GDP 增长的贡献是 5.4%, 或者说, 流通业的净产出每增加 1%, 将引起国民生产总值增长 0.054%; 第一产业为 23.41%, 第二产业贡献为 47.55%, 考虑到流通产业长期在安徽第三产业中的比重居于第一位的实际情况, 安徽流通业对 GDP 增长的贡献次于第二产业和第一产业而居第三位。可见流通产业对安徽经济增长的促进作用非常大。

表3 安徽 GDP 增长率与第一、二、三产业增长率

年份	G D P 增长率	第一产业增长率	第二产业增长率	流通业增长率	其他第三产业增长率
1994	0.391301503	0.18538337	0.503809235	0.339238264	0.428792184
1995	0.346066767	0.726181991	0.221336809	0.285300926	0.248996965
1996	0.167535112	0.144862707	0.207400398	0.180742265	0.097402235
1997	0.141370097	0.100580067	0.149019929	0.180258212	0.170921679
1998	0.050750014	0.010008602	-0.005845031	0.193575187	0.203469414
1999	0.036760591	0.001946735	0.020238846	0.096481052	0.092789278
2000	0.044578454	-0.012075991	0.013621081	0.110915183	0.14833303
2001	0.082906551	0.024419891	0.091798321	0.079365079	0.129561124
2002	0.080066745	0.029970536	0.085740327	0.071617647	0.121377781
2003	0.105195916	-0.051440036	0.129455251	0.112913407	0.197149968

本表数据根据中国统计年鉴 1993-2004 数据处理所得。本表的流通产业是指批发、零售贸易业及餐饮业。

二、安徽省流通业发展中存在的主要问题

安徽流通业经过长期的发展,取得了巨大的成就,对安徽省经济发展发挥了巨大的作用,但是安徽流通业的发展还有很多不能满足经济发展的地方,需要大力加以改进。

(一) 社会消费需求总体不强,城市消费不旺盛

根据 2004 年的全国统计年鉴,从 2003 年全国以及相邻省份的比较中可以看出,作为人口较大省份的安徽省,社会消费零售总额仅为 1331.2 亿元,与其他相邻省份显得十分小,仅多于江西;在社会商品零售城乡结构中,市县消费占 71.53%,两者与全国以及周边省市相比比重较小,农村消费所占的比重比较大,为 28.47%,为华东地区最高,反映出大中城市消费需求不旺盛,即使是农村地区,其消费总额也较小(见表 4)。

表4 社会消费品零售总额情况比较

单位:亿元

省份	总额	市	比重%	县	比重%	县以下	比重%
全国	45842	29777.3	64.96	5247.8	11.45	10816.9	23.60
上海	2220.6	1905.9	85.83	17.6	0.79	297.1	13.38
安徽	1331.2	666.6	50.08	285.6	21.45	379	28.47
江苏	3566.5	2516.3	70.55	217.8	6.11	832.3	23.34
山东	3936.5	2525.6	64.16	396.4	10.07	1014.5	25.77
浙江	3157.1	1999.9	63.35	329.5	10.44	827.7	26.22
湖北	2358.7	1603.3	67.97	222.9	9.45	532.5	22.58
河南	2426.4	1234.8	50.89	494.2	20.37	697.4	28.74
江西	923.2	455.3	49.32	206.6	22.38	261.3	28.30

资料来源:2004 年中国统计年鉴。

(二) 商品流通企业规模偏小,经营利润趋大,表现为市场竞争不激烈

将安徽的商品批发零售企业数、从业人数、资产合计、流动资产、固定资产以及销售净收入和销售利润等几个方面与全国以及相邻省份的 2003 年数据进行比较(见表 5),从中可以看出,安徽作为人口大省,流通行业规模整体偏小,经营额度偏小,从而表现出整体业态发展不强的局面。如批发企业数占全国的 2.6%,从业人数占全国的 3.28%,零售企业数占全国的 1.96%,从业人数占全国的 2.27%,资产合计数仅为 404.5 亿元,销售收入净额为 857 亿元,均小于周边除江西以外的省份。同时,根据表 6,安徽省商品零售利润率偏高,为 5.01%,高于全国平均水平的 4.09%,但略低于江西的 5.03%。利润率下降是市场竞争的结果,在安徽这一经济并不发达的省份反而出现较高的利润率,则说明在商品流通领域竞争

程度明显低于别的省份,进一步说明安徽省商品流通业不发达。

(三) 流通主体发育不符合现代市场经济的要求

表 5 商品流通企业规模比较

省份	批发企业数	比重 %	零售企业数	比重 %	批发从业人数	比重 %	零售从业人数	比重 %
全国	14937		12403		1786669		2281095	
上海	758	5.07	208	1.68	99628	5.58	174932	7.67
安徽	388	2.60	243	1.96	58672	3.28	51698	2.27
江苏	821	5.50	827	6.67	123105	6.89	247060	10.83
山东	865	5.79	1179	9.51	130585	7.31	220388	9.66
浙江	1481	9.91	763	6.15	103939	5.82	92750	4.07
湖北	372	2.49	377	3.04	100054	5.60	90990	3.99
河南	686	4.59	1341	10.81	118419	6.63	149221	6.54
江西	241	1.61	188	1.52	34743	1.94	31481	1.38

表 6 商品流通企业经营资产与利润比较

省份	资产合计 (亿元)	流动资产 (亿元)	固定资产 (亿元)	销售收入净额 (亿元)	销售利润 (亿元)	利润率 (%)
全国	23380.5	16195.4	4190.2	41889.2	1714.7	4.09
上海	2220.4	1499.6	329.4	4810.9	229.2	4.76
安徽	404.5	287.9	82.2	857.5	43	5.01
江苏	1577.9	1097.1	301.9	3218.4	156.1	4.85
山东	1385.3	912.8	298.6	2220.6	90.9	4.09
浙江	1905.5	1409.3	281.3	4593.3	180	3.92
湖北	681.1	440.6	151.3	1166.5	53	4.54
河南	653.2	456.1	153.8	1021.2	41	4.01
江西	189	123.2	49.7	435.3	21.9	5.03

资料来源:根据 2004 年中国统计年鉴整理。

现代市场经济中真正的市场主体是独立从事商品生产经营活动的企业单位和个人。在安徽省商品流通业中,国有或是国有控股的企业还占较大的比重,个体私有企业所占的比重比较小,并且营业额比较小,难以发挥重要作用。从注册的法人数量来看,批发企业中国有及其控股批发企业为 232 个,占 50%,港澳台投资企业为 3 个,仅占 0.65%;在零售企业中,国有及其控股零售企业为 117 个,占 33.05%,港澳台投资企业为 2 个,仅占 0.56%。同时,在私有或民营的商品流通企业中还存在一定比重的组织和经验方式比较落后的商户,不利于流通企业扩大经营规模,不利于产业组织实现全面的现代化,不利于提高安徽流通企业和流通业的竞争力。

(四) 流通组织化程度低,单体分散经营的流通主体所占比重较高

2001 年,安徽省限额以上批发贸易业法人企业数为 396 个,占限额以上全部产业活动单位数 2138 个的 18.5%;安徽省限额以上零售贸易业法人企业数为 190 个,占限额以上全部产业活动单位数 883 个的 21.5%。流通主体中单体经营的个体商户在全部流通主体中的比重高达 90%以上^[4]。全省 40 多家重点百货零售企业,2000 年商品销售总额为 50 亿元,尚不足同期世界最大的零售商美国沃尔玛集团销售额的 0.31%。截至 2004 年底,安徽省流通领域注册法人总数为 980 个,其中批发企业 464 个,零售企业为 354,内资批发企业为 461 个,港澳台批发企业为 3 个,零售企业中内资企业为 352,港澳台企业为 2 个,两者的外资企业均为 0,并且交易金额较少的市场大量存在。同时安徽自身比较大的流通企业其经营范

国也比较狭窄,如徽商集团的经营范围也仅仅局限在国内和省内,而合肥百大集团的经营地域则还未走出安徽,从而造成我省缺乏连接国内、国际的直接有效纽带和渠道,使得商品流通企业对安徽省产业和经济发展的支持力度不足。

(五) 以满足初级交易为主的传统经营方式与业态形式大量存在

在零售环节,百货商店、个体商户以及集贸市场是最主要的零售经营形式,其中个体商户在全部零售市场的份额约超过 30%,遍布城乡的各类集贸市场的交易额约相当于全社会商品零售总额的 2/3。从连锁经营情况看,安徽省连锁商店不仅绝对量少,市场所占份额也较低。2000 年全省限额以上批发零售贸易企业中连锁商店仅有 25 家,其销售额不到全省社会商品零售总额的 2%。在批发领域,生产企业的销售机构及各类销售代理商承担着主要的批发职能,市场份额接近 70%。全省限额以上连锁店仅仅 37 家,并主要集中在合肥,为 18 家,其他则分布在几个相对发达的城市中,不仅整体数量少,而且地域分布极为不均衡。其次,经营没有实现规模化,大量的流通市场中的交易额度比较小,一些专业市场由小商小贩经营向批发企业规模经营转变的趋势不明显。再次,交易手段、营销方式没有现代化,如没有建立专业性的商品交易市场网站、行业网站等等。

(六) 市场功能比较弱小

商品流通是连接商品生产、商品消费的纽带。商品流通规模比较小,所有制结构相对比较畸形,从而造成商品流通的市场化功能难以发挥,不利于我省的产业发展和居民生活水平的提高。在成交金额超亿元的综合性大市场中,工业品综合市场 14 个,从业人数为 13702,成交金额为 351.76 亿元,农业品综合市场为 43 个,从业人员为 23888 人,成交金额为 129 亿元,各类专业性的市场业主要集中在日用品、生活用品等方面,从而使得商品流通对于全省相关产业,尤其是对第一、二产业的支持力度不够,不利于安徽省产业的结构调整和升级换代,也不利于安徽省矿产资源优势的发挥。

(七) 缺乏必要的服务于商品流通的软件支持系统,流通现代化总体水平较低

安徽省至今还没有一个专门服务于商品流通的信息系统,在政府网站中也缺乏对于安徽商品流通的有关形势进行专门、及时的分析与披露的公共信息系统,这一现象的存在严重制约着商品流通信息的沟通,以及社会各界对我省商品流通现状的整体把握,制约着我省商品流通业的发展及其相应职能的发挥。目前安徽省流通领域从设施到管理手段都比较落后,流通现代化总体水平较低且进展缓慢。与此形成鲜明对比的是近一二十年来现代信息技术等新技术成果在中国发达地区及发达国家流通领域中得到了广泛的应用,直接推动了流通业在组织规模、经营模式、管理手段以及流通设施等方面的革命性变化,迅速扩大了流通规模,提升了流通效率,流通业的先导性地位也由此真正地凸现出来。

三、安徽省流通业发展战略

我国流通业已从计划经济体制下国民经济的末端产业转变成成为市场经济体制下国民经济的先导产业。在全面建设小康社会、力争在中部地区率先崛起、全国制造业基地和东向战略实施进程中,安徽必须对流通业角色转变这一新趋势给予充分重视,少走弯路,改变过去‘重生产、轻流通’观念,不断发展、壮大流通业,充分发挥流通业对安徽省经济发展的带动作用和对安徽区域经济竞争力的提升作用,为安徽在中部地区率先崛起和实施东向战略打下坚实基础。为此,我们提出安徽省流通业的‘12345’发展战略,即一个目标,二个方向,三个重点,四大支撑和五大创新措施。

(一) 一个目标

一个目标是指安徽省大流通战略要以安徽省经济社会快速协调发展,率先实现‘中部崛起’为战略目标,满足安徽省全面建设小康社会的起步阶段发展要求和完成国民经济发展和工业化进程对商品市场提出的客观要求。

(二) 二个方向

安徽省流通业发展战略有两个方向,一是以“支柱产业选择和创新”的观念与政策发展流通业;二

是鼓励“走出去”。从上述分析可见,流通业在安徽省已经处于支柱产业地位,我们要充分体现自身优势和潜力,充分发挥安徽省原材料和劳动力资源丰富的优势,加快工业化进程,瞄准国际资本流动特点和长三角、珠三角地区产业梯次转移,主动接受沿海发达地区的经济辐射和产业转移,首先要把流通业当作支柱产业来对待,享受支柱产业的各项政策;其次要加强流通基础设施,大力发展流通服务。如围绕国家和省级骨干企业以及区域性商品流通发展所形成的物流、信息以及资金需求,在壮大企业物流、整合提升仓储物流的同时,加快培育现代物流公司等为重点的第三方物流,建立快捷的产品及原料配送网络体系,搭建现代商品流通信息交流平台,大力采用现代信息技术,构建现代金融体系以满足流通业快速发展对资金的需求等。

从第二个方向来看,要抓住我省东向战略和跨越式发展的重大战略机会,在积极培育省内品牌流通企业的基础上实施流通业的外向型战略。外向型战略包括“引进来”和“走出去”,更重要的是要树立“引进来”是为了“走出去”的观念。“走出去”战略应该包括产品走出去、企业走出去和服务走出去。对于积极实施“走出去”战略并取得明显成效的流通企业,各级政府和部门应该给予各方面的鼓励和实质性支持。

(三) 三大重点: 连锁经营、流通企业集团和批发市场建设

流通业先导性作用的发挥受各种新型流通组织与经营方式发展步伐的制约。因此,整合全社会的流通资源,发挥流通资本的规模效应,逐步提升我省商品流通领域的组织化和规模化程度,以组织化和规模化促进网络化流通体系的建设。

1. 快速推进以连锁经营为核心、以多种现代零售业态经营形式为主体的商品零售终端网络体系建设。加快流通主体市场结构和组织结构调整的步伐,逐步提升流通主体的组织化、规模化程度,基本确立连锁经营组织形式在零售业中的主体地位,形成以连锁经营为主要形式的商品零售网络组织体系,使连锁经营的销售额占社会消费品零售总额的 20% 以上。实践证明,连锁经营作为现代化流通组织形式,通过规模化采购、网络化销售和统一的标准化连接大批生产者和消费者,有效地衔接了供需,是发展大流通、带动大生产的重要措施。它有利于提高市场流通效率,有利于优化流通业态结构,有利于提高流通的组织化程度,实现经营行为的标准化和规范化。通过集中采购和配送有利于降低经营成本,有利于防止和杜绝假冒伪劣商品的流通,通过多店铺经营有利于减少经营风险。因此,结合现代零售业发展的国际经验,通过合理规划和布局,加快发展连锁经营的组织形式。(1) 鼓励企业采取直营连锁经营的方式扩大经营规模,通过引入多元化投资主体、直接融资、加快国有资本退出等途径,实现连锁企业规模的快速扩张、低成本扩张和跨地区发展。(2) 鼓励连锁企业通过以自有品牌、商号和管理诀窍等为主要内容的特许方式发展特许经营网络。(3) 按照连锁经营标准化、专业化的要求,引导连锁企业提高连锁经营的规范化水平,推动连锁经营向多领域和深层次发展。

2. 促进国有流通企业的战略性调整,培育 42 家大型商品流通企业集团。积极推进国有流通领域的战略性调整,鼓励并促进国有资本从一般竞争性商业经营中有序退出,向商品流通的大型信息化建设项目、基础设施及大型储备设施等重点领域转移。重点培育省流通企业集团。具体来说,培育大型流通企业 42 个。其中,国家级 2 个,省级 10 个左右,市级 30 个左右。培育大型流通企业是流通业发展的重点保证与实现形式。徽商集团是国家重点扶持的全国 20 户大型流通企业之一,我省是试点省份,在此基础上再培育一个国家级流通企业是可能的,而且合肥百大集团已在全国连锁企业百强中居前 22 位、在全国零售企业百强中居第 24 位,根据省政府今天的重点工作安排,对流通领域实施扶优扶强,培育 10 户重点流通企业,推进流通现代化。同时,各地市分别重点培育和发展 1 至 2 户不同类型、创新能力强的重点流通企业,给予重点扶持,这样全省可形成 30 个市级大型流通龙头企业。遵守市场竞争规则,在全省范围内,通过竞争,重点培育 10 户左右拥有知名品牌和自主知识产权、主业突出、核心竞争力强的重点流通企业。鼓励优势企业在自愿的基础上联合重组,通过参股、控股、承包、兼并、收购、托管和特许经营等方式,多途径实现规模扩张,做强做大。同时,促进各类批发企业加快经营转型和服务功能延伸,鼓励大型、优势工商企业的采购分销组织的发展,逐步形成大宗商品的采购分销渠道网络体系。

3.形成集贸市场、区域批发市场、中心批发市场乃至国家级的中心批发市场,形成合理化的商品市场体系结构。规范与整合现有商品交易市场,加快发展具有现代商品交易手段与交易服务功能的新型商品交易市场,形成以专业批发市场为骨干、以城乡集贸市场、集群式商品交易市场为支撑的商品交易市场体系。其主要任务:一是重点发展与规范食品农产品批发市场,形成以中心批发市场为龙头,区域性批发市场为骨干,产地初级批发市场为基础的食品农产品批发市场网络体系;二是工业品批发市场和生产资料市场要在规范整合的基础上,重点推进市场交易形式与经营方式的创新,强化市场的交易服务功能;三是以提高流通企业的信息化水平为基础,加快商品市场信息物流平台的建设,促进商品市场的信息流通速度,从而提高商品市场的运作效率和促进交易规模的持续扩展;四是加快培育和发展新型生产资料流通组织,为多元化、多样化和专业化的生产资料批发企业营造发展空间。根据各种生产资料的特性及流通特点,培育和引导多样化、专业化的生产资料流通组织。促进生产资料批发企业向上游供货商及下游用户延伸服务范围,引入配送、流通加工、采购服务等多样化的服务功能,开拓新的市场发展空间,建设成跨省的区域性市场、全国性市场和国际性市场。

(四) 流通空间体系:“江湖河山”四大支撑

安徽省流通业发展战略的整体架构与空间布局上,应该形成“江”“湖”“河”“山”为特征的商品流通空间体系^[3]。“江”即建设“皖江”沿线城市经济带,“湖”是构筑环巢湖经济圈,“河”指培育淮河沿线城市经济带,“山”是依托黄山、九华山形成以旅游为支柱的旅游商品带。江湖河山分别连结成省区经济网络,同时融入全国,特别是沿海经济大网络。通过五年规划期,逐步形成安徽省商品流通业的主体框架。

在此过程中,要大力推进与沿海经济的一体化,让安徽流通业融入区域市场和全国市场。市场经济的趋势之一,就是经济以及人口的重心逐步从内陆地区向沿海转移。对于安徽省来说,就是要发挥近海区位优势,加快与沿海经济特别是江浙沪发达地区的经济一体化进程。要营造“我中有你、你中有我”的格局,使沿江、沿淮、环湖和沿山等为中心的安徽经济主体框架,成为华东地区经济大框架的重要组成部分。皖江城市带必须成为第三级城市圈,融入整体“长三角”经济带。例如,安徽东部及北部地区及城市可融入南京、徐州城市圈,以获得双赢效果;六安市今后宜于环巢湖圈实行一体化发展;宣城、黄山市背靠皖江、面向江浙沪,寻求一个左右逢源的前景。这样既有主体框架,又有全面发展。重振徽商精神,让安徽商业走向全国,走向世界。

(五) 五大措施创新

政府商品市场管理部门的主要职能,应从大局出发,制定全省商品大流通、大市场建设总体规划,从市场发展方向和大的区域布局上确定商品流通建设的总体方向。继续推进经济体制改革,充分发挥市场机制配置资源的基础性作用。

1.深化各项改革,推进商品流通体制创新,不断增强发展的活力和动力。主要推进以下四类制度创新:一是活力类制度创新。如国有商贸企业改革,所有制结构调整和各类要素市场的制度创新。二是协调类制度创新。包括城乡流通协调发展,区域流通协调发展和服务体制等。三是开放类制度创新。包括促进外贸、吸引外资和“走出去”体制。四是政府、社会和政治体制类创新,转变为“公共服务型”政府。

2.整顿和规范市场秩序,完善市场经济的法律体系。

3.加快商品流通基础设施建设。

4.从市场建设角度看,提供良好的交易场所、交易方式和创造良好的市场交易秩序。

5.出台支持商品市场发展的政策体系,促进商品市场结构调整。政府促进流通业发展的政策措施,按照部门分类,主要包括财政、税收、土地、金融、农业、工商、城建以及环境等方面。

[1]数据来源:《安徽统计年鉴 2005》。

[2]数据来源:《中国商业统计年鉴 2002》。

[3]本处分析借鉴了王傲兰先生关于安徽省经济主体框架“江河湖海”的主张。请参见王傲兰:“构筑安徽省区经济主体框架设想”,《安徽日报》2004年11月8日。

(责任编辑 吴晓妹)