

---

# 上海商贸业发展的现状与趋势\*1

朱 桦

(上海市商业经济研究中心 200003 ;上海商学院 200235)

**【内容摘要】**:商贸业是现代服务业的重要组成部分,是上海加快推进“四个着力”、实现“四个率先”、建设“四个中心”和社会主义现代化国际大都市的重要内容,也是上海服务长三角、服务长江流域、服务全国的重要平台。近年来,上海商贸业围绕上海建设“四个中心”和现代化国际大都市的总体目标,抓住对外开放、城市发展、消费升级、区域联动的机遇,加快发展步伐,商贸业规模和水平有了很大提高,在稳定市场、吸纳就业、扩大内需等方面发挥了重要作用。同时,上海商贸业站在新的起点上,也面临着新的挑战和问题,需要认真分析形势,努力找准差距和不足,研究对策和方法,以期促进上海商贸业的新发展。

**【关键词】**:上海 商贸发展

**【中图分类号】**:F127 **【文献标识码】**:A **【文章编号】**:1005-1309(2008)03 -0072 -06

## 一、上海商贸业发展的基本现状

1、商贸业快速发展成为上海经济稳定增长的重要支撑。

近年来,上海商贸业保持快速发展的良好势头,成为支撑上海经济稳定增长的支柱产业之一。

一是商贸业对全市服务经济贡献度增加。2007年,全市预计完成生产总值约12000亿元,第三产业增加值预计实现约6208.93亿元,同比增长15.1%,其中商贸业(批发零售业和住宿餐饮业合计,下同)增加值约1145亿元,同比增长9.3%,商贸业增加值占第三产业比重约20.7%,继续保持第三产业行业第一。<sup>①</sup>从多年历史数据的比较来看,商贸业也是上海历年来增长速度最为均衡,受经济周期影响最少,波动性最小的产业。

二是消费对经济增长拉动作用增强。随着上海经济持续快速增长,城乡居民收入和消费购买力不断提高,消费能级不断升级,消费市场规模日益扩大。2007年全市社会消费品零售总额预计实现约3840亿元<sup>②</sup>,比上年增长14.3%,剔除物价因素,实际增幅约12%,实现了1998年以来销售增速历史新高。2007年1~10月在拉动上海经济发展的投资、消费、出口“三驾马车”中,消费增速超过投资增速4.7个百分点,稳居第二位,消费拉动经济增长作用日益增强。

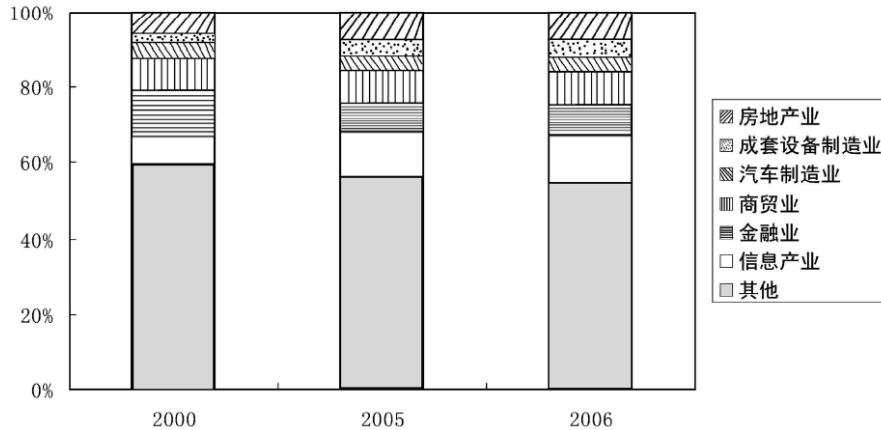
三是商贸业对全市财政的贡献处于行业领先地位。2007年1~11月全市第三产业完成税收约3638.62亿元,同比增长90.6%,占全市税收总额约60.7%,其中商贸业完成税收约923.8亿元,同比增长25.2%,占第三产业税收的25.4%,税收总额居第三产业行业第一,增速为行业第二,仅次于金融业。

---

<sup>1</sup>收稿日期:2008-01-05

四是商贸业成为吸纳劳动力最多的服务行业。目前全市商贸业从业人员达到220多万人，占全市从业人员总数比重约26%，占服务业从业人员总数比重约49.2%，在第三产业中列第一。同时，按单位投资可提供的就业岗位计算，商业每亿元资产吸纳的就业人数约195人<sup>⑤</sup>，也远高于其它第三产业。

主要年份上海市生产总值构成



注：本图中“六大支柱产业增加值占上海市生产总值的比重”已经扣除重复计算因素；商贸业中不包括餐饮业增加值。

数据来源：《2007上海统计年鉴》

五是商品流通规模大幅度扩大。上海发挥区位优势和产业优势，重点培育生产资料、食用农副产品等大型商品交易中心，扩大上海有色金属、钢材、化工、石油等大型专业交易市场规模，在国内继续呈现领先优势。2007年三个季度全市45家重点商品交易市场累计实现商品交易额约749.14亿元，比上年同期增长约1.7%。其中工业品市场实现交易额约681.85亿元，农产品市场实现交易额约67.29亿元。<sup>④</sup>预计2007年上海商品销售总额突破2万亿元，同比增长31.6%；其中批发销售商品总额完成17122.54亿元，同比增长35.8%，占商品销售总额的83.9%，高出零售给居民和社会集团总额增速的22.6个百分点。

六是各类所有制商贸企业发展加快。2007年，各类所有制商贸企业销售全面增长，预计国有、集体经济商业实现零售额约258.95亿元，占全市零售总额的6.7%；非公、混合经济商业实现零售额约3588.84亿元，占全市零售总额比重达93.3%，成为扩大销售的主力军，其中港澳台商、股份公司、外商投资、私营商业、个体商业销售全部实现两位数增长，同比分别增长22.7%、21.4%、16.4%、16.2%、11.5%。商贸业吸收外资稳步增长。2007年批发零售业利用外资合同项目达到1700项，占全市合同项目总数的17.7%，同比增长23%，高于全市增幅约20个百分点；外商直接投资批发零售业的合同金额为17.10亿美元，与2006年同期持平。<sup>⑤</sup>

## 2、商贸业快速发展成为上海城市繁荣繁华的重要标志。

一是现代商业业态发展壮大。2000年以来，上海商贸业加快改革和开放步伐，通过扩大开放促进改革，以连锁经营为突破口加快引进消化发展现代商业业态。大型综合超市、超市、便利店、专业店和专卖店、现代百货店、购物中心、工厂直销中心等国际上各类先进业态和一些知名品牌企业已落户上海。目前全市连锁商业网点达到1.2万家，已引进国际知名消费品牌超过600个。以购物中心为例目前已开业54家，2007年全市购物中心实现零售销售额达420亿元，同比增长32%，占上海社会消费品零售总额预计超过10%。<sup>⑥</sup>购物中心已成为展示上海商业和上海国际大都市的重要窗口。

二是现代商业设施加快建设。近年来，按照上海城市总体规划要求，上海商贸业加快规划布局和设施建设，改变了上海城

市的面貌，改善了上海商务环境，提升了上海市民的生活品质，基本体现了大都市的繁荣性和便捷性，现代商业设施已经成为上海建设国际大都市的重要组成部分。目前上海市商业营业面积已经达到3788 万平方米，人均营业面积按全市1845 万常住人口计已经达到2 .05 平方米。<sup>⑦</sup>

三是多层次商业网络基本形成。上海中心城区商贸业着力调整提升。南京东路、南京西路、淮海路、徐家汇商圈等市级商业中心，一批现代化商务楼宇和商业设施新建开业，强化了商业与商务联动，引进了高端商业商务，形成国际著名企业和著名品牌集聚地；在国内率先推进商业与轨道交通枢纽同步建设。建设形成中山公园“龙之梦”、五角场万达商业广场等都市交通枢纽商业中心；进一步完善社区商业布局和建设。制定《社区商业设置规范》标准，探索与居民日常生活密切相关公益性行业的政策措施，推进标准化菜市场、大众化早点、理发、维修、废品回收等社区生活服务配套规范建设。新建形成了西郊百联购物中心、联洋大拇指广场、大宁商业文化中心、中环百联购物中心等国内领先的新兴社区商业中心；郊区商贸业发展步伐加快。结合上海建设社会主义新农村，进一步完善了郊区新城——新市镇——居民新村三级商业服务业布局和建设体系，积极推进新型业态和大型商贸项目加快进入郊区，如青浦赵巷奥特莱斯品牌直销中心、南汇豪布斯卡生活港、奉贤南桥南方国际购物中心、松江新城开元地中海等相继建成开业，成为上海郊区商贸业发展的新亮点。

### 3、商贸业快速发展成为扩大消费保障民生的重要基础。

一是适应消费升级，扩大消费成效显著。2007 年，在住房、汽车、餐饮、旅游以及上海购物节节庆消费等推动下，全市食品销售和日用品销售分别突破1500 亿元，吃、穿、用预计实现零售额1524 .23 亿元、476 .95 亿元、1796 .04 亿元，预计同比增长14 .8 %、12 .0 %、14 .7 %。<sup>⑧</sup>同时，随着中心城区和郊区各类商业设施建成开业，扩大了消费规模，促进了消费升级。2007 年，上海市区和郊县预计分别实现社会消费品零售总额约为3379 .84 亿元和467 .95 亿元。<sup>⑨</sup>

二是形成消费热点，拓展综合消费。抓住迎奥运、筹备世博会的契机，各方联手积极培育节庆购物消费、时尚品牌消费、餐饮休闲消费、会展旅游消费等新的消费热点。根据抽样调查，2007 年“十一”黄金周，全市425 家主要商业企业、3000 多家商业网点，共实现零售额50 .95 亿元，首次突破50 亿元，同比增长20 .5 %，增幅比2007 年“五一”黄金周、春节长假分别提高3 .7 个、6 .1 个百分点。<sup>⑩</sup>此外，2007 年由上海市经委、市旅游委、市外经贸委和市文广影视局等部门联合，率先在国内首次举办第一届上海购物节。据统计，在上海购物节20 多天内，本市社会消费品零售额达到256亿元，同比增长18 .7 %。<sup>⑪</sup>

三是切实改善民生，保障食品安全。充分运用规划、政策、标准等手段，构筑与城市发展和市民水平相适应的主副食品供应体系，保障食品安全，重点推进菜市场标准化和生鲜食品超市建设。标准化菜市场建设连续3 年被列为上海市政府实事项目，到2007 年12 月全市已完成600 家，占全市菜市场总量的75 %。生鲜食品超市已改造完成43 家，超市内生鲜食品经营面积从原来的30 %扩大到了50 %。通过规范生猪定点屠宰、加强食用农副产品安全检测、监测手段、推进冷链物流等，大大提高食品安全水平。目前全市已有233 家标准化菜市场通过安装肉类、活鸡流通安全信息系统，规范进货渠道，加强了重点食品可追溯监管。

十多年来上海商贸业取得了巨大的成绩，主要有以下三点值得重视的经验：一是坚持商贸业对外开放。上海商贸业率先对外开放，为国家对外开放的深度和广度作出了积极贡献。通过对外开放，引进外资，引进新兴业态、先进经营理念和管理模式，使上海商贸业用10 年左右时间基本完成发达国家50 年的演进过程，现代化水平走在了全国的前列。二是坚持商贸业市场化改革。上海商贸业深化改革，为国家形成社会主义市场经济机制作出了积极贡献。通过改革创新，上海商贸业目前已经成为上海市场化程度最高的产业之一，成为上海发挥市场机制作用的重要产业。同时以连锁经营、现代物流和电子商务发展为核心，直接加快了我国商贸业的现代化进程，在全国起到了“领头羊”作用。三是坚持商贸业形成发展合力。通过联动合作分享，注重调动市、区两级政府发展商贸业的积极性，调动多种所有制和各种规模商贸企业的积极性，调动行业协会和中介组织的积极性，形成开放合作、多方合力促进商贸业发展的新格局。

## 二、上海商贸业发展的内外挑战

过去十多年来上海商贸业成绩可喜，同时我们也要清醒地看到，由于内外环境的变化，上海商贸业发展正面临着新的挑战，正视和分析差距与困难十分必要。

### 1、上海商贸业面临的外部挑战

一是与国内其他大城市相比，上海商贸业领先优势正在缩小。上海零售规模、增速与全国差距正在拉大。2007年1~11月份，上海零售总额规模增速低于全国平均增幅2个百分点。11月份全国31个省市区中，上海零售总额排名已从第7位下滑至第10位，增速位居31位，上海零售额增速与北京、天津、重庆、广州等中心城市正在出现差距。上海与北京商贸业在增长速度、重点项目建设、国际品牌集聚度等方面也开始出现差距。从京沪两地的零售额规模和增长速度来看，北京社会消费品零售额与上海零售额接近，但北京增幅已经高于上海，随着今年北京奥运会的召开，将拉动北京消费快速增长，北京社会消费品零售总额将会超过上海。从京沪两地的重点商业项目建设来看，这两年北京商业新建大项目明显多于上海。据不完全统计，目前北京万平方米以上的大型零售店铺累计已达到165家，上海五千米以上的大型零售店铺约为105家。从京沪两地的国际品牌集聚度来看，北京高端百货店、国际奢侈品牌旗舰店、概念店的集聚程度要比上海高，最近有关方面选择了22个国际品牌并调查其分布情况，北京共有64家专卖店，而上海仅有31家专卖店。②

二是与国际著名大都市相比，上海商贸业发展差距仍然较大。上海各类大中型商业设施硬件建设成绩显著，但是与此相联系的“软实力”发展不尽人意。与国际一流大都市相比，上海商贸业无论是在对经济贡献率、产业竞争力、业态丰富度，还是服务质量体系、信息技术应用水平，以及市场环境、空间布局等方面都有较大差距。内资企业和外资企业相比，在快速扩张能力、成本控制能力、业态创新能力、营销技术能力、财务运作能力、品牌价值能力和人才聚集能力等方面也有较大差距。上海商贸业在供应链建设、集成管理、流程再造、后台运作系统、盈利模式和诚信建设等方面极需花大力气改进。

上海商贸业和国际一流大都市商贸业比较一览表

大都市	纽约 (2006年)	伦敦 (2005年)	东京 (2004年)	巴黎 (2005年)	上海 (2006年)
地区增加值 (GDP)	10219 亿美元	6690 亿美元	8260 亿美元	4808 亿欧元	10366 亿元 (约 1385 亿美元)
服务业增加值	9043.8 亿美元	5986.8 亿美元	7021 亿美元	2452.08 亿欧元	5243 亿元 (约 769.8 亿美元)
其中，零售、批发 及餐饮业增加值	1291.5 亿美元 (包含住宿业)	819.1 亿美元 (包含零售餐 饮及批发业)	817.9 亿美元 (仅包含零售 及批发业)	285.7 亿欧元 (仅包含零售 及批发业)	1102.4 亿元 (约 163.2 亿美元) (包含住宿业)

注：作者根据各国政府统计报告整理

### 2、上海商贸业面临的内部挑战

一是大型商业发展增速趋缓。据有关方面调查，2007年上海大型商业发展增速趋缓，全市新开业大型综合超市门店14家，停业门店1家，大型综合超市门店总数为145家，同比增长9.8%，与2006年相比增幅下降了近40%；全市新开业百货店6家，停业百货店5家，百货店总数为97家，同比增长仅为1%，与2006年相比增幅下降了近37%；全市家电连锁超市门店总数为141家，与2006年相比增幅下降了43%。13面对市场竞争加剧和各类成本提高，商业企业追求外延粗放、数量扩张的增长势头已经难以为继，亟待寻求集约化、内涵式发展的新模式。也亟需培育主业突出、资本实力较大、产业整合和集聚能力较强的商贸龙头企业。

二是商贸业吸引外来消费不足。上海吸引外来消费的比重不高。2006年，来沪旅游人数为9684万人次，其中，外省市来沪7327万人次，但人均消费支出为753元，全年实现零售额551.72亿元，占全年零售总额的16.4%。<sup>④</sup>上海商贸业要继续保持两位数增长，还需要进一步创新和拓宽吸引外来消费的新渠道和新内容。

三是商贸业区域发展不均衡。目前上海各个区(县)之间商贸业发展不平衡，中心城区商贸业集中度较高，郊区商贸业发展相对滞后。2007年1~9月份郊区(县)实现零售额1108.76亿元，同比增长17.9%，但人均零售额1.28万元，低于全市1.57万元平均水平。<sup>⑤</sup>同时部分郊区零售额增长速度又高于全市平均水平，如2007年奉贤区实现社会消费品零售总额155.8亿元，比上年增长19.6%。因此，郊区商贸业发展潜力仍然较大。

四是商贸业开发模式出现瓶颈。随着上海城市土地、能源等资源日趋紧张，商务成本较高，商贸业原有开发模式面临新的转变。在大力发展资源节约型经济的新形势下，商贸业发展应以“圈地设店”为主的外延扩张模式向以“结构调整、提升能级”为主的内涵优化模式转变。

五是政府商贸业管理面临较大困难。大量事实证明，上海各级政府管理商贸业的难度高于工业、农业和金融等其他产业。商贸业一方面是高度市场化和极具竞争性的产业，另一方面又与城市居民生活息息相关，是城市建设和城市管理的重要基础载体，更是城市安全运行的重要组成部分。市场化和公益性交杂在一起，给政府产业管理带来了新的挑战和难度。例如，各级政府既缺乏专业管理的法律法规和制度设计，也缺乏消费市场发展预测预警预控的有效手段和方法。由于对高度市场化的商贸业缺乏管理经验，到目前为止，上海商贸业在城市发展中的重要性，其发展目标、功能体系、空间布局、操作路径还正处在艰难探索中，应当引起社会各方广泛的关注和支持，需要讨论形成新的共识。

### 三、上海商贸业发展的未来方向

当前，上海商贸业进入新的发展阶段。在经济全球化的大背景下，在国家推动区域经济联动发展的大格局中，上海商贸业发展应与城市发展、区域发展和国家发展更加紧密地联系在一起。认清形势，拓展思路，跳出上海看上海，跳出商贸业看商贸业，分析和把握商贸业发展的新方向，更加注重学习借鉴国际大都市和国内各地的先进经验，逐步形成新的清晰的发展方向和发展重点。

上海商贸业发展的未来方向和总体思路主要为：一是上海商贸业要更好地服务长三角、服务全国，发挥对全国的辐射和带动作用，为上海实现“四个中心”和社会主义现代化国际大都市目标做出新的重要贡献；二是上海商贸业要紧紧抓住迎世博、办世博的机遇，放大世博效应，积极搭建载体平台，进一步承接世界商业服务业新一轮转移，继续使上海在新一轮对外开放中起窗口和率先作用；三是上海商贸业要以城市繁荣繁华、市民安居乐业为核心，以提升发展、丰富内涵、自主创新、转变增长方式为重点，加快提升能级，优化结构布局，完善服务功能，逐步形成目标清晰、功能明确、布局合理、业态完备、具有较强集聚辐射能力、较高科技含量的现代商贸业体系。具体来说需要重视五个方面工作。

1、加快行业创新。上海商贸业要继续扩大对外开放。通过扩大开放，进一步引进、消化、吸收和创新先进业态和经营方式。零售业要创新业态与功能，大力发展专业店、折扣店、品牌概念店、免税商店等新兴零售业态，关注依托电子商务的网上购物等新型销售模式。要为“老字号”注入新的活力，鼓励扶持“老字号”做强做大。餐饮业要抓住世博会机遇，加快提升服务质量和水平，推进上海菜、上海点心发展和世博菜系创新发展。批发贸易业要依托上海国际金融中心和国际航运中心建设，进一步发挥现代物流业、会展业的作用，建设大市场、发展大贸易、搞活大流通，推动企业成群、产业成链、要素成市，扩大流通规模，进一步提升上海国际国内贸易中心的地位和作用。

2、提升产业能级。上海商贸业要注重发展内涵、提升发展能级。中心城区商贸业要在现代服务业集聚区建设中，拓展内涵、完善功能、提升能级。郊区商贸业要发挥重点地区和重点项目集聚集成功能和效应，实现跨越式发展，继续推进“万村千乡市场

---

工程”，让农村居民享受到安全、实惠、便利的消费服务。鼓励工商、农商联动，推进本市工业品和现代农产品双向流通，促进本市优质名牌工业品组团式进入郊区市场，促进郊区农产品流通网络建设，并带动郊区农业组织化、规模化水平。大型商贸企业如钢铁、化工等生产资料应通过建立集网络订单交易、展示产品、融资结算、区域交割、物流管理等一体化建设形成新型商品交易中心，应用新型电子化交易和价值型交易方式，注重有形市场和虚拟市场、国内和国外市场的对接。鼓励商旅文联动，创造上海大都市旅游、文化、商业发展“三赢”的平台和机制。鼓励商贸业与金融联动，充分探索使用创新型金融工具来支撑商贸业有序发展。

3、促进区域联动。上海商贸业要加强长三角区域联动。探索建立长三角地区商贸产业协同发展的促进机制，制定相关的促进政策，加强区域标准制定和信用体系建设，积极开展区域市场信息监测、政策信息发布、项目信息发布、信息咨询服务，构建区域协调互动的政策发展环境。以共享世博机遇为契机，以区域共同利益为基础，推进商贸业在资本、商品、市场、技术、人才、管理等全方位的合作，加快产业联动发展。

4、培育核心企业。上海商贸业要加快形成新的龙头企业。积极培育一批具有自主品牌、核心竞争力强、主业突出的商贸业龙头企业集团。引导商贸企业提高管理水平，探索实施精细化管理，从追求速度和规模的粗放型经营方式向提高质量和效益的集约型转变。鼓励支持百联、光明、锦江国际等商贸龙头企业进一步提高拓展市场能力，提升专业化经营水准，形成具有特色的经营模式和盈利模式。发挥大型商贸企业在拓展全国市场，增强区域市场竞争力的作用。鼓励豫园商城等具有较强竞争力的混合所有制企业加快发展。鼓励宝钢钢材贸易、上海物资贸易公司等大型批发贸易企业建立科学的供应链管理模式。

5、倡导节能降耗。上海商贸业要按照转变经济发展方式要求，积极引导商贸企业开展节能降耗工作。以5000平方米以上大型商业设施和3000平方米以上的大型餐饮设施及连锁业态为重点，加强节能管理，三年内全面推广使用节能灯具、变频空调、节能型冷藏设备、自动控制扶梯等节能设备和技术，引导和鼓励商业企业在现有和新建商用建筑中应用节能技术。深化企业节能管理，加强推广使用节能产品。鼓励大型商业企业集团和连锁经营公司设置节能商品标识，开展节能商品宣传和推广，倡导绿色环保包装，积极引导节能消费和绿色消费。

#### 注 释：

①仅为预计统计数，以年度统计公报为准。

②仅为预计统计数，以年度统计公报为准。

③上海市商业信息中心有关专题研究报告。

④上海市商业信息中心“商品交易市场监测系统”。

⑤上述仅为预计统计数，以年度统计公报和有关统计数据为准。

⑥上海购物中心协会提供最新统计数据。

⑦上海市商业经济研究中心有关专题研究报告。

⑧仅为预计统计数，以年度统计公报和相关统计报告为准。

⑨仅为预计统计数，以年度统计公报和相关统计报告为准。

---

⑩由上海市经委和上海市商业信息中心提供统计数据。

⑪由上海市经委和上海市商业信息中心提供统计数据。

⑫上海市商业经济研究中心有关专题研究报告。

⑬上海连锁经营研究所《2007 年上海市大型商业发展研究报告》。

⑭上海市商业信息中心提供统计数据。

⑮上海市委和上海市商业信息中心提供统计数据。