

重庆商业发展现状评析

曾庆均¹

(重庆商学院经济贸易系, 重庆 400067)

【摘要】: 本文就重庆 1996-1999 年商业发展的成就与成因进行了分析, 认为新重庆商业中心地位已日渐显现, 同时客观评析了重庆商业发展中出现的种种问题。

【关键词】: 重庆商业; 发展现状; 商业中心

【中图分类号】: F713 **【文献标识码】**: A **【文章编号】**: 1008-6439(2000)05-0008-03

一、1996-1999 年重庆商业发展的成就及其成因分析: 新重庆商业中心地位日渐显现

1. 社会消费品零售总额稳步增长

重庆代管“二地一市”以来, 社会消费品零售总额增长较快, 1996 年为 445.48 亿元比 1995 年增长 19.8%; 1997 年为 507.93 亿元比 1996 年增长 14.02%, 扣除物价因素实际增长 12% 以上; 1998 年为 553.69 亿元又比上年增长了 9.0%, 扣除物价因素, 实际增长 15.3%; 1999 年 596 亿元, 比上年增长了 7.7%, 扣除物价因素, 实际增长 11.6%。城市市场好于农村市场。

2. 城乡集市贸易稳中趋旺

表一: 1995 - 1998 年重庆集市贸易情况表

年份	集市贸易成交额 (万元)		占社会消费品零售的比重 %
	绝对数	增长率 %	
1995	2167950	—	—
1996	2800466	29.18	62.88
1997	3522295	22.29	44.79
1998	4112938	16.77	74.24
1999	4613300	12.5	77.4

从表可知, 重庆集市贸易的成交额是稳步上升的, 这都说明了市场管理的规范、交易秩序的井然, 市场的兴旺繁荣。

3. 商业网点略有下降, 但从业人员有较快增长

重庆商业网点在重庆代管“二地一市”的 1996 年猛增至 406600 个, 直辖的 1997 年略有下降, 说明了重庆直辖后, 商业网点结构进行了调整, 向更适应市场经济需要的商业网点发展。1997 年下降的, 主要是批发商业网点。在 1997 年的网点中, 其中

¹收稿日期: 2000-03-28

作者简介: 曾庆均, 男, 重庆商学院经济贸易系副主任, 副教授。

批发网点为 29641 个,比上年减少了 15.79%;而零售网点和餐饮网点分别为 356392 个、70469 个,分别增长了 14.41%、17.64%。批发商业受到严重冲击,批发商的不景气是和全国的大气候是一致的。同时从业人员还比 1996 年增长了 1.6%,也说明了重庆的商业为重庆的就业是作了贡献的。

4. 制定出台了指导《重庆商业发展的鱼庆市商贸流通改革与发展纲要》

1997 年 11 月 24 日,重庆市政府制定出台了《重庆市商贸流通改革与发展纲要》,《纲要》对重庆市商贸流通产业的改革、开放、发展和现代化建设,提出了明确的目标和要求。

5. 流通体制改革取得重要进展

直辖以来,重庆商贸流通体制改革,在过去“四开放”和“公有民营”改革的基础上,向制度创新和结构优化等深层次发展。表现在:(1)国有商业小企业产权制度改革大面积推开。(2)实施大公司、大集团战略取得突破性进展。

6. 市场建设卓有成效

直辖以来,重庆市场建设成效显著。重庆市场体系逐步完善。①朝天门市场、菜园坝市场、观音桥农贸市场、大渡口建材市场、上桥果品批发市场、盘溪蔬菜批发市场已成为区域性市场。②建成了解放碑中心购物广场,该中心集购物、观光、休闲、娱乐为一体,成为西南地区最繁华的购物中心。③兴办了旧货调剂市场。④完成了对朝天门市场、重庆钢材中心批发市场、西南建材中心批发市场、西南皮革交易市场、盘溪和观音桥蔬菜副食品批发市场等大型批发市场的规划定点工作。

7. 市场调节体系逐步趋于完善

重庆 95%以上的商品价格实现了市场调节,粮、油、肉、菜等重要商品经营在政府的宏观调控下,供求保持基本平衡,各类商品货源充裕,有效供给增加,短缺现象基本消除,市场呈现繁荣稳定的局面。可见重庆市的市场调节体系逐步趋于完善。

8. 现代流通方式、商业业态有了较大的进展和改变

重庆直辖以来,积极调整传统商业业态,探索和发展现代流通组织形式和方式。从业态方面看,传统百货商店发生巨大的变化,重庆百货大楼、重庆百货集团公司、两路口百货公司在市内外开办了分店;而重庆百货大楼、新世纪百货公司还开办了食品超市。这些都说明,百货商店本身,在积极改革自己单一的业态形式,谋求新的发展和生存空间。百货店在谋求业态更新的同时,重庆商业零售业态,诸如专业店、超级市场、购物中心、仓储店、便民店等新业态迅速发展,无论在数量上还是在经营水平上都远远高于过去。重庆的商业业态出现了百花争艳的局面。连锁店作为一种先进的组织形式,连锁经营作为一种新的经营形式,在重庆都得到了较大的发展。重庆连锁商业的发展的特点表现为:①行业特点突出。主要以与人民生活相关的行业、商品为重点,着力发展粮、油、肉、菜、副食品为主的连锁店。②覆盖面广。目前连锁已向农垦行业奶制品)、服务行业洗衣等)延伸;市级连锁商业已向周边郊县、三峡库区延伸,成为城乡连接之纽带。③形式多样化。目前既有便民连锁店,也有连锁超市;既有直营连锁,也有加盟连锁;既有名店大店带小店的连锁,也有以大型批发公司为主导的连锁。④注重规范运作。

9. 以解放碑购物广场为核心商圈的主城区中央商务区已初具雏型

中央商务区或中心商业区(CBD),是国际大都市的主要发展极和创新源。其四大功能,即经济聚集和极化功能、购物和娱乐文化休闲功能、信息传输处理功能、交通集散功能,这在重庆主城区都基本具备。表现为:①主城区形成了以朝天门综合交易市场和菜园坝市场群为重点、以南北中三条公路干线为纽带的市场网络。②建成了解放碑中心购物广场、朝天门广场等重庆的标

志性建筑,这强化了重庆主城区的购物娱乐文化休闲功能。③渝中区为核心的主城区形成一个批零业种与业态齐全、综合与专业商店相配套、服务功能较强、空间辐射较大的商业旺区。④重庆主城区集中了重庆市一批商贸大公司、银行、证券公司、保险公司、商业服务团体。这是其经济聚焦功能的重要表现。⑤主城区拥有比较完善的交通设施体系。⑥解放碑商业区商业网点极其密集。拥有大大小小的商业网点 2000 余个。1999 年该区域销售总额达到 100 亿元。

10. 形成了一批销售业绩良好的大型流通企业

重庆市销售规模上亿元的大型商场首次超过了十户。其中,重百仍然排名第一,1998 年实现销售额 15.8 亿元,1999 年实现销售额 21 亿元,居西南地区零售商业企业之首。重庆商社近年来销售额以 20%以上的速度递增,1998 年突破 30 亿元,1999 年为 33 亿元,为西南地区最大的批发企业。这些“商业航空母舰”,实施跨地区经营,对重庆商业的辐射能力的提高起到了重要作用。

重庆商业之所以取得如此大的成就,其原因大致有:

1. 直辖效应是最直接的原因。
2. 重庆本身有发展商业的各种有利条件。
3. 改革开放,为重庆商业传统的发扬提供了最好的机会和政策条件。
4. 重庆开始重视第三产业,尤其是渝中区政府对商业的高度重视。
5. 商业体制改革的深入,商业主体的努力经营,这也是重庆四年来商业取得成就的重要原因。
6. 重庆人的商业精神,在新的历史时期有了一定的提升。
7. 中国买方市场的形成和消费者观念的日渐成熟,导致了重庆商业必须寻求新的发展和创新。
8. 我国社会主义市场经济的深入发展,是重庆商业发展的基本前提。

二、1996-1999 年重庆商业发展中急需解决的问题及其成因分析:新重庆商业中心形成过程中的种种问题

新重庆商业中心形成过程中,也出现了许多问题。具体为:

1. 重庆商业的总体发展水平落后于全国,对国民经济的贡献度低

1996年以来,重庆商业增长较快。但是,作为全国最大的直辖市,其社会消费品零售总额在全国的比重是在逐年增长,但和京、津、沪三大直辖市相比较又是相当低的,即使和副省级城市广州、大连相比也是落后的。重庆商业发展的排名,以社会消费品零售总额而言,1996 年、1997 年、1998 年连续三年都位列全国第 20 名。重庆的国内商业总体发展水平是落后的,不仅落后于先进省市,也低于全国发展的平均水平。

重庆的商贸流通业在国内生产总值中的比重是比较低的。虽然农业、工业的 GDP 比重在逐步下降,但所占比重仍然大大高于贸易餐饮业的 GDP 所占比重。就是与京津沪相比较也是很低的,以 1996 年而言,北京的贸易餐饮业占 GDP 比重为 11.6%,上海为 10.89%,天津为 9.14%。仅仅比天津略高一些。如果以人均贸易餐饮业 GDP 为算,重庆就相当低了。

通过研究,我们发现,重庆的商贸流通产业对重庆国民经济的贡献度是非常低的。测算结果显示,重庆商贸贡献度,1985-1990 年期含(涪万黔)为 6.38%,高于全国水平的 0.95 个百分点;1991-1995 年期含(涪万黔)为 9.73%,比全国平均水平高出 0.15 个百分点;1996-1997 年期,为 8.39%。直辖之后,重庆商贸产业对国民经济的贡献度反而下降。另据测算,1992-1994 年期,上海商贸贡献度为 13.64%,北京为 16.69%。

重庆商业的整体落后、贡献度低,其原因认真分析起来有两点是很重要的:①重庆人思想观念落后,长期受制于大工业、大农村、大农业,以工业为中心。②重庆商业在国民经济中的地位较低,没有把商业贸易作为重庆经济发展的支柱性产业或主导性产业。

2. 重庆市场无序恶性竞争激烈

竞争是企业发展的外在压力,是动力源。但竞争过渡,就是问题了。直辖以来,重庆商贸流通市场竞争十分激烈,价格战愈演愈烈。尤其是零售业的竞争显得更为激烈。特别是 1997-1998 年,大都会广场和法国家乐福重庆分店在重庆开业,使得该行业已存在的竞争更加残酷。群鹰百货、上海一百分店等相继倒闭,南坪惠工商场被重百兼并,友谊商场、重客隆、重百百货超市等销售出现了亏损。这些都充分说明,1998 年是重庆百货业的“死亡年”。百货业的经济效益明显下降。什么“零售利”销售购物送礼、打折、降价、抽奖等活动,随处可见。这一方面是商家争夺市场份额的手段,另一方面也是市场无序竞争在商品价格上的反映。虽然在 1998 年出台了“行业自律价”和“反低价倾销”措施,试图牵制无序竞争,但市场无情,物价低迷是个明证。

出现这一问题的原因,大致为:重庆市产业结构和消费结构不协调的矛盾非常突出,这加剧了市场的相对过剩,由此导致了整个重庆市场无序之恶性竞争。

3. 商业网点布局不尽合理,缺乏对业态的正确了解,业态选择盲从盲动,同时超级市场、连锁商店发展相对落后:

①商业网点布局不尽合理和不均衡,先进与落后同时并存;

②业态选择盲从盲动,对业态缺乏充分的正确的了解;

③作为先进组织形式和业态的连锁店和超级市场发展水平不高,大大落后于上海、广州、深圳、北京等大城市。

原因在于三点:一是重庆客观上是大城市和大农村同时存在,经济的二元结构是十分严重的,一方面是现代化的大都市,一方面是落后的农民、农村与农业,因此出现较先进的商业和豪华的商厦与落后的商业和陈旧破旧的商店就不足为奇了。同时商业网点布局的不均衡也是正常的了。二是盲目的从众心理和专业商业知识的贫乏,这是导致业态选择上的一哄而上,不冷静分析。三是重庆经济的不发达,老百姓收入低,导致其购买力的低下,这是重庆为什么超市和连锁有发展,但发展水平不高的最直接原因。

4. 批发市场建设不健全不完善,“空壳市场”落观上大量存在

重庆的批发市场或市场建设取得了较大的成绩。但批发市场的规范化程度比较低,管理不太规范。批发市场或大型交易市场的重复建设严重,造成了众多的空壳市场。

原因是:①对批发市场缺乏正确的认识。中央和地方批发市场,是两个不同的概念。②政府在市场建设方面,缺乏统一规划,或者有规划也执行不力。③投资建设商的认识有偏差。许多投资单位片面认为布场是个摇钱树”,在市场建设上草率立项,赶快

建房，而且急于吹糠见米，追求高回报，使市场建设陷于盲目追风的怪圈。以上这些都导致了重庆市场建设中出现的种种问题。

5. 重庆人缺乏一种真正的商业精神

商品质量、品种不符合人们的需求是一回事，但更重要的是人，是人的因素占据首要地位。也可以说，重庆人缺乏一种精神，一种商业精神。商业精神的缺乏，直接影响到重庆产品的市场命运。产品要到市场中去竞争，需要一大批商人去包装、推广，而重庆的长处在技术和生产组织，做生意正是其所短。

重庆缺乏商业氛围，重庆人缺乏商业精神，因此再好的商品，在他们手中也会成为次品，也很难搞成名牌商品。“红岩”彩电的悲剧，就是一个明证。

重庆本身是一个传统的商业城市，是长江上游最大的商业中心，抗战时期还成为全国的商业中心。偶然的因素使重庆由商业城市变为一个生产大城市。第一因素是抗战时期大批工厂内迁重庆，第二因素是五六十年的三线建设又迁建了大批工厂。这两次偶然的因素改变了重庆的命运。重庆成为生产的中心。再加之长期的计划经济体制，形成了大工业环境下的生产观念，没有市场观念。没有市场观念是重庆人缺乏商业精神的根本。

6. 商业企业组织化程度低，企业的经济运行质量不高，改革力度需进一步加强。

7. 行业调控管理体制不顺，商委作为重庆市商业行业的主管部门其作用没有充分发挥，以致出现重复建设和资源浪费。

8. 批发业、物资业和供销社经营困难，步履维艰，亏损严重，供销社没有真正办成农民自己的合作经济组织。

9. 商业的现代化水平较低，职工素质较低，尤其是缺乏真正的商业企业的高层管理人才和企业家。

10. 商业的对外开放力度不够，内外贸结合程度比较差。

11. 大型零售企业定位趋同，经营无特色。

12. 城市以商业流通为纽带带动大农村、以促进城乡一体化的思路不太明确，步伐也不够快。

13. 重庆的物流中心、国际会展中心、商贸信息中心还未能真正形成。

参考文献：

[1]重庆市统计局. 重庆统计年鉴 1990-1999[Z]. 北京:中国统计出版社.

[2]曾庆均. 现代贸易组织理论与实务[M]. 重庆:西南师范大学出版社, 1999