中国商业服务业改革开放30周年功勋人物

农产品批发市场的领头人

陈少群

深圳市农产品股份有限公司董事长

这是一家创造了多个全国第一的企业：国内农产品流通领域惟一一家上市公司；全国首批国家级农业产业化经营重点龙头企业；旗下拥有交易规模连续十多年雄踞国内第一的布吉农产品批发市场；在业内率先探索实施现代农批市场电子化交易模式；国内首家以“零对价”完成股权分置改革的上市公司；已建立起世界范围内独一无二、经营管理遍布全国14个大中城市的20余家综合批发市场和电子商务市场的农产品流通体系……这众多第一的创造者就是深圳市农产品股份有限公司。而这些辉煌成就的取得均离不开它卓越的领军人物——董事长陈少群。

作为农产品流通领域领军企业的董事长，陈少群以强烈的责任感和使命感，时刻谨记“运通天下，服务民生”，带领农产品人始终坚持改革创新，在白热化的市场竞争中纵横捭阖，锐意进取；在企业发展的关键时刻断然求变，勇敢前行，不断从自主创新中提升农产品批发市场经营管理水平和效能，赋予企业旺盛的活力与巨大的魅力，产生了卓著的经济效益与社会效益。公司从最初517万元的注册资本发展成为如今总资产64亿元、净资产28亿元、年利税2.5亿元的大型现代化农产品流通企业集团，成为国内农批市场行业当之无愧的标杆企业。

1989年初春，农产品人以“敢为天下先”的勇气和胆略，打破计划经济的桎梏，在荆棘丛生、泥淖遍地的深圳布吉河边迅速建起一座现代化的农产品交易城，率先闯出“企业办市场、市场企业化”的中国农产品流通体制改革之路。他以坚定的意志和恒心，集中公司主要资源，全力扩张全国性批发市场网络体系，成为国内农产品批发市场连锁经营的第一个“吃螃蟹者”。

这个网络体系中的各大农批市场，都是各大中心城市的农产品集散地，都是全国性或区域性的农产品物流中心，都是在消费者和业内同行心目中响当当的重量级市场。

“可以说，我们初步建起了一个全国性批发市场网络体系。但在未来不断变化的市场环境和越来越复杂的社会需求下要延续辉煌，还将取决于‘网络化’战略的成功实施——充分发挥批发市场网络的协同效应。这是摆在我们面前迫切需要攻克的任务。”谈及未来业务的发展，陈少群董事长透露出冷静和自信。

农产品批发市场是我国农产品流通的主要渠道，我国的主要农产品有70%经过农产品批发市场流通，批发市场成为政府进行宏观调控的主要依托。自2000年12月份开始，农产品公司属下寿光蔬菜批发市场先后实现了市场结算电子化和市场交易电子化。已有10家市场进入了应用阶段，电子结算收入占公司系统内传统批发市场主营业务收入的35%。

2005年6月，“农产品”被中国证监会及深圳市政府、市国资委确定为深圳本地股第一家实施股权分置改革的试点单位。作为农产品公司的领头人，陈少群董事长勇敢地担起了国企改革排头兵的重担。以敢为天下先的勇气，公司股改采取了股价一年后不低于4.25元的承诺，并推出管理层股权激励约束机制，使大股东、管理层和中小股东各方利益紧密捆绑在一起。

在股改初期，为使股改方案能够顺利通过，陈少群董事长亲自带领公司其他高管人员，主动与各大机构投资者进行沟通和交流，以获得他们的理解和支持；同时，通过路演、网上交流、接听电话、召开投资者座谈会等诸多形式，多次与投资者进行恳切交流。经过多方努力，公司的股改方案终于高票获得通过。公司的创新股改方案得到了中央领导的高度评价，被证券界评为2005年最有创意的股改方案。

为提升公司的投资价值，确保股改方案顺利实施，陈少群董事长大刀阔斧地推出了一系列的改革措施。一是更加突出了“归核化”战略，调集资金、人力等各项资源，抓住内地城市转型的机遇，通过加快扩张步伐，快速建立全国性批发市场网络体系。二是通过技术创新探索批发市场新的赢利模式，增强了主营业务的赢利能力和发展后劲。三是对给企业效益带来拖累的非主业项目，加大退出力度，卸下了公司价值提升的包袱。此外，还通过调整集团管控模式，优化管理流程，提高工作效率；通过创新约束与长效激励机制，使管理者、技术骨干和广大员工迸发出极大的工作热情。

“我们仍有许多事情要做：建设职业化队伍，完善企业法人治理结构，推进市场电子交易结算，充分发挥批发市场网络的协同效应……我们前进的步子比以前要更快，不能松气。”陈少群董事长想的更多的却是今后要走的路。他将一如既往地带领农产品公司领导班子，和全体员工一起，继续加大改革和创新的力度，为公司投资价值的提升和长远发展奠定坚实的基础，为中国农产品流通事业再创辉煌，实现打造国际一流农产品流通网络的美好愿景。

白手起家的区域商业翘楚

王填

步步高商业连锁股份有限公司董事长

王填，一个从毛主席故乡走出来的汉子，以其独特的经营智慧，大舍大得的胸怀，无畏的创新精神，不断刷新着全国商业零售业的格局，演绎出一曲曲湘商“敢为人先”的精彩乐章……

1990年初，中国的零售业正处于剧变时期。在一番激烈的思想斗争后，王填决心辞职下海，开始他人生的第一“变”：1995年3月，湘潭步步高食品有限公司在商业的一派萧条中诞生了，王填自任总经理，业务以批发为主，兼顾零售。此时，他的全部资产只有东拼西凑借来的5万元钱，而这么一点钱，如果经营传统的商品肯定很难打开局面。经过仔细的考察和分析，王填决定经营新产品。从众多的商品信息中，他选定了刚从台湾登陆武汉的统一集团。凭着自己的智慧和勤恳，王填很快拿到“统一”产品在湘潭的总经销权，生意很快打开了局面。随后，“娃哈哈”、“金龙鱼”等知名品牌也很快与他建立了稳定的战略关系。

与此同时，随着社会的发展，批发零售业也由卖方市场转向买方市场。批发领域的利润越来越薄、发展空间日趋狭小，王填也开始他人生中最重要的第二“变”：在经过周密的市场调查和分析后，王填毅然承包了当时处于市中心的一块地带——国营菜肉市场，一个因管理经营不善已面临倒闭的商场。在洽谈过程中，商场的条件很苛刻：一是场地租金高，二是要接受安置40名下岗员工。经过深思熟虑，王填力排众议接受了商场的条件。1995年12月，湘潭第一家真正意义上的连锁超市在他的筹划下开业了。这引发了湘潭乃至湖南零售领域的一次新的革命。从此，步步高的门店像雨后春笋一样在三湘大地铺展开来。

随着经济的发展，零售业的竞争也一浪高过一浪，一些小型超市也加快了发展步伐。如何迅速地抢占市场份额，占领竞争制高点，以在未来的竞争中处于不败之地，这又成了王填日夜思考的一个新问题。于是他开始筹划他的第三“变”：1998年元旦，一种采用了沿海的经营模式，进、销、存等各个环节都采用电脑管理的量贩广场在湘潭盛装开幕。1999年，株洲新华店开业，步步高公司开始把商业触角伸向周边城市。2001年1月，又一种全新业态门店——步步高基建营大卖场亮相莲城。2001年9月，一家集购物、餐饮、休闲等业态于一体的湘潭购物广场闪亮登场，公司的发展实现了质的飞跃。

2003年10月31日，在王填的倡议和联络下，由步步高发起组织的“家联采购联盟”在上海正式成立。2004年2月19日，步步高与山东家家悦超市公司、宁波三江购物俱乐部等公司在上海成立了全国首个中小超市采购联盟——上海家联采购联盟有限公司，为中国中小超市快速做大做强提供了一种全新的模式，掀起了国内中小连锁企业抱团发展的高潮。2005年，王填在美国加州的棕榈泉与IGA正式签约，步步高正式加入IGA。王填又走出了一条共享国际资源，联合国内同行共同发展的新路子。

“我当全国人大代表，不是为了个人荣誉，而是为了立足本行，为国内商业秩序的不断规范和商业环境的不断改善出一把力。”作为全国人大代表，王填由衷地说。这绝不是一句浮于口头的“辞令”。

为了规范我国城市商业大店建设和管理，使商业大店建设合理布局能够适应我国城市建设和社会主义经济发展以及对外开放的需要，符合城市总体规划，保护城市生活环境，维护公平竞争，避免城市资源的浪费。2004年3月，王填自掏腰包，制定了《商业大店法》草案，并在全国人大会议上直接提交给商务部部长。此举也开启了人大代表自费立法的先河。

该法案一经提出，就在国内引起了极大的反响，被称为“国内商业流通第一法”。很多法律专家、政府领导、权威媒体均评价此法对于国内商业网点建设科学规划、严格监督管理、避免商业恶性竞争、促进商贸流通健康发展、保护民族商业、维护正常的经济秩序等都具有深远而巨大的意义。

为了进一步推进国内商业立法的完善，2005年3月，王填又向全国人大提交了《推进民主建设，为听证制度立法》的议案，并提交了《听证法》(法律框架草案)，得到了30多名全国人大代表的联名响应。该法从立法角度对促进各类法规听证制度的完善起了非常积极的作用。

2006年，面对加入WTO对中国民族零售业的冲击，以及外资商业企业与国内企业诸多不平等的问题，王填忧心忡忡。经过长时间的考察和调查研究，在征询众多政府有关人士以及各界专家的意见后，王填又向全国人大提交了《中华人民共和国服务贸易保障措施法》(〈反倾销法〉)和关于促进农产品流通的建议案。

在王填的领导下，步步高事业取得飞速发展。截止2008年10月底，步步高拥有门店近100家，2007年销售41.28亿，2008年上半年，实现销售收入27.11亿元，同比增长33.51%。2008年6月，步步高公司在深圳交易所正式上市，成为湖南、江西两省惟一以商业连锁为主业的上市公司，“全国民营超市第一股”。

全力回报社会的“三八”红旗手

曹世如

成都红旗连锁有限公司董事长总经理

曹世如拥有一长串头衔和荣誉：成都红旗连锁有限公司党委书记、董事长、总经理，全国“三八”红旗手、全国第九次妇代会代表，四川省第九次党代会代表、四川省第十、十一届人大代表、四川省妇联常委，成都市第十、十一次党代会代表、成都市第九、十届人大代表。

成都红旗连锁有限公司在曹世如女士的带领下，经过近八年来的艰苦创业、努力奋斗，已发展成为中国西部地区最具规模的以连锁经营、物流配送、电子商务为一体的商业连锁企业。目前在四川省内已开设上千家连锁超市，就业员工上万人；拥有两座现代化的物流配送中心；与三千多家供货商建立了良好的互利双赢的商业合作关系；上缴税收近4亿元。

2002年，“红旗”商标经国家工商总局商标局核准注册，并被评为成都市著名商标、四川省著名商标，公司经营业绩跨入全国商业企业百强、中国连锁百强企业、中国百家快速消费品连锁零售企业、中国服务业企业500强、中国零售业区域明星企业、中国连锁业最佳本土品牌奖、四川企业100强、四川商业企业最大规模10强、全国食品商品流通百强骨干企业，荣获中国消费者协会全国商业服务业“诚信单位”、全国“最具成长性企业”、全国商务系统先进集体，四川省现代流通先进企业、四川省优势商业零售企业、成都市民营企业50强、成都市再就业工作先进集体、成都市纳税先进企业等荣誉。

红旗连锁2007年销售收入突破40亿元，同比上年增长23%，为2007“中国连锁百强企业”全川惟一上榜企业，并连续六年登上“中国连锁百强企业”榜，在西南地区零售行业中名列前茅。2008年1月，红旗连锁被列入成都市首批培育大企业大集团企业名单。

2008年“5·12汶川特大地震”后，在曹世如的亲自指挥下，红旗连锁主动承担了省、市政府及军队等救灾物资的运送达到4000多吨，积极支援和帮助灾区进行抗震救灾。

地震无情人有情，大灾面前显大爱。曹世如作为红旗连锁的最高掌门人，充分展现出她的雷厉风行和忙而不乱的坚强气魄。同时，她也作为一名成功女性，大量的捐赠行为更体现了她作为企业家的慈善精神。

5月13日，成都红旗连锁有限公司向四川省慈善总会率先捐赠赈灾款100万元。

5月14日，曹世如女士通过中国连锁协会向社会各界呼吁，加大饮用水、快速食品等灾区群众急需物品的生产和供应，并呼吁更多人和企业参与到抗震抢险中来。

5月20日，四川省人大代表、成都红旗连锁有限公司党委书记、董事长、总经理曹世如通过省人大，个人向灾区捐款20万元。

5月21日，红旗连锁通过成都慈善会向灾区再次捐赠赈灾款100万元。

5月21日，曹世如女士又通过成都市人大，个人捐赠10万元。5月27日，曹世如以一名共产党员的身份交纳“特殊党费”50万元，红旗连锁党委委员、常务副总经理曹曾俊交纳“特殊党费”10万元。

5月31日，在“六一”儿童节来临之际，红旗连锁党委书记、董事长、总经理曹世如，常务副总经理曹曾俊率红旗连锁员工来到都江堰幸福小区安置点，为设在安置点内的赈灾学校的同学们带来了“六一”的节日问候及价值3万元的礼品。

红旗连锁坚持“以人为本”的理念，结合政府实施再就业工程，在零售行业中率先制定了对下岗职工和失业人员优先录用的招聘原则，为党和政府分忧，为人民群众解难。成立近八年时间，公司迅速发展成为拥有上万名职工的大型企业，管理层大专文化程度占80%以上，数千名下岗或失业人员在红旗连锁找到了适合自己发展的工作岗位。公司在用人标准上不拘一格，根据每个人的特点、能力，提供一个合适的舞台让其发挥，真正做到“人尽其才，适才而用”，并将不同层次、特点的人有机的结合起来，优化人才配置，把人力资源变人力资本。

企业置身于社会，服务于社会；求生于社会，回报于社会。在“来源于社会、回报于社会”精神的指导下，红旗连锁成立后累计捐款上千万元。公司坚持大众化的经营方针，以“服务大众、方便人民”为经营宗旨，塑造“您的好邻居”的市场形象，让全体员工深刻领会为人民服务的内在涵义，积极支持社会公益事业。

多年来，曹世如率领的红旗连锁做到了全川几个方面的“第一”：第一个为下岗职工广开就业门路，目前已经吸纳数千下岗工人就业；第一个将超市开进乡镇工厂和高校；第一个将超市开进监狱；消费者进店率全国第一；门店发展速度第一，平均2天新开一家门店；同行中销售全川第一；全川捐建希望小学数量第一；第一个将信息系统为供货商开通；在西部第一个建成以连锁经营、物流配送、电子商务为一体的现代化商业连锁企业。

曹世如在为党和政府分忧、为弱势群体解难、为企业稳定发展等方面做出了显著成绩，因此她被邀参加“纪念联合国第四次世界妇女大会10周年”会议和“2007亚太华商领袖论坛暨亚太最具创造力之华商领袖颁奖典礼”等国际活动。

以“儒商文化”开启智慧之源

赵廼森

西安秋林商贸有限责任公司董事长

在孱弱的中国传统百货业日渐式微之际，人们惊讶地看到，西安秋林商贸有限责任公司却在董事长赵廼森的带领下，高擎民族商业不倒的大旗，从名不见经传到两度步入国内零售业百强企业行列。尤其在体制改革后，2000员工无一下岗，员工工资连续6年每年增长15%，并在西安商界创造出“秋林经营模式”，本土的、民族的、传统百货业的老国企——西安秋林，在改革的大潮中显示出了旺盛的生命力。

短短15年，公司从不足2000平方米的李家村小店到现在已拥有营业面积30000平方米，固定资产2亿多元，职工2000多人，下辖7个全资子公司和两个控股分公司，是集商业零售、住宿、餐饮、旅游、装饰等于一体的跨行业事业集群。

多年来，赵廼森始终坚持“以文兴商，以德为魂，以情促销”的经营理念，曾多次被《中国商报》、香港《大公报》等主流媒体报道。原商务部副部长，中国商会会长何济海在视察完秋林后欣然命笔：“禅商一味”，盛赞赵廼森和他的团队为本土商业走出困境进行了积极的尝试和探索。

机遇总是偏爱有准备的头脑。

1995年，已历经市场经济风雨洗礼的赵廼森被政府一纸调令走马上任秋林公司总经理，奏响了生命中最华彩的乐章。

历史选择了赵廼森，赵廼森也创造了历史。

面对由于种种原因被迫搁浅的工程，赵廼森铺盖一夹，在工地一泡三个月没回家。奇迹终于出现了。秋林二期扩建工程像雨后的春笋一般从大坑里一节节往上冒，仅仅100天，16000平方米的大楼胜利封顶，6个月后开始营业，被当时的区委书记誉为“碑林速度，秋林领先”。开业当年即实现销售过亿元，被市民称为西安商界“四小龙”之首。秋林“画蛇添足”成龙，红透了半边天。

有人说这是一个神话，有人说这是一个奇迹，赵廼森却说这是一种精神和力量的象征，是直罗镇战役式的奠基礼。

在赵廼森看来，个性意味着差异，差异决定着市场。企业要想生存，必须坚持调整—发展—再调整—再发展的思路，否则难逃“其兴亡也勃矣”的厄运。

在市场经济条件下，企业文化是企业发展的原动力。以人道驾商道，经商如做人，其根本是“礼、义、情”，赵廼森的这一从商律条与儒家文化如出一辙。

儒家文化的张力开启了赵廼森的智慧之源。赵廼森以文兴商，开了一代商家风气之先。

1996年，西安市相隔38年的工人运动会因财力吃紧无法举办，赵廼森闻讯后立即拍板，决定斥资100万元赞助工人运动会。一时间，古城大街小巷“一往情深，西安秋林”的企业形象宣传语“忽如一夜春风来，千树万树梨花开”，秋林的义举赢得了市民的纷纷赞誉。

2005年年底，“秋林进城”的消息迅速传遍西安商界，新店地址就在世界零售业巨头家乐福的街对面。2006年春节前夕，新店择吉开业，宅心仁厚的秋林人不铺张，不典庆，把节省下来的费用全部用于慈善事业，一次性向西安市慈善会捐款10万元，并向300名特困户送去米、面、油、大衣等物品，共计人民币45万元。2008年又向汶川地震灾区捐款40万元。赵廼森还以个人名义交纳了“特殊党费”5000元。

早在加入WTO前，赵廼森就认识到同质化竞争是国内零售业的真正威胁，无论是同一业态，还是不同业态之间，在信息化时代，企业间在服务方式上，服务理念上，相互吸收，相互借用，致使竞争日趋同质化。这才是导致企业竞争凸现白热化、企业愈发展壮大愈觉困难的关键所在。企业要想在残酷的市场竞争中赢得明天，就不能与对手硬碰硬，而应该开创以“价值创新”为核心的“蓝海”，回避同质化、低利润的血腥的“红海”。

赵廼森透彻分析了国内特定市场现状与竞争态势，认为“吃”是中国传统文化的重要组成部分，“民以食为天”，谁认识到这一点，并佐之以老百姓喜欢的营销方式，谁就会掌握主动权，成为赢家。秋林公司不在繁华的商业中心区域，而是地处社区中心区，所以其立足点是方便市民，服务社区。在商场搞“大食品”，既有农贸市场和食品街的低价、便利，又有超市的卫生与安全。各种食品鲜活，有袋装，有现做，甚至一边付款，一边就可消费。这一特色服务方式，直接的效应是迅速提高了食品、副食的销量，增加了营业额，其次聚拢了人气，获得老百姓的青睐，带动了百货业的销量，最重要的一点，是秋林人业态创新的成功实践，丰富了秋林品牌的内涵，扩大了秋林品牌的知名度和认可度。难怪世人称其为市长赞扬、市场认同、市民欢迎的“三赢”之举。

预计在未来5至10年内，赵廼森将率领他的创业团队，“避开大道，占领两厢”，把目光紧紧盯住社区，坚持“食品加百货”的发展思路，进一步加快拓展步伐，将秋林打造成一个以零售业为核心，涉及商业地产、资本运作，对外贸易等领域的年产值30亿元事业集群。这就是赵廼森心中的宏伟蓝图，也是民族商业大旗不倒的希望。