中国商业服务业改革开放30周年功勋企业

百联集团：
传承历史引领商业未来

作为中国最大的商贸流通集团，改革开放三十年来，百联集团在前人数十年积累的基础上，传承我国商业历史，引领中国商业未来，是我国在商贸流通行业能与跨国公司相抗衡的少数企业之一。

百联集团由原一百集团、华联集团、友谊集团、上海物资集团合并组建，于2003年4月正式挂牌成立。自成立以来，百联集团在我国改革开放和经济持续快速发展的大好形势下，实现了持续快速发展，奠定了国内行业第一的市场地位。

2008年，集团预计实现销售规模1650亿，五年来年均增长率为10%；实现营业收入800亿元，五年来年均增长率为15.3%；实现利润17亿，五年来年均增长率为16.3%。网点总数7154家，遍布全国二十多个省市；经营面积496万平方米。

目前，集团位列由中国企业联合会和中国企业家协会2008年公布的“中国商业零售业的第一位、中国服务业企业的第13位、中国企业500强的第25位”。2007年集团纳税总额18.96亿元，居全国零售业企业集团纳税第一位。

百联集团拥有一批代表我国甚至远东商业历史的传统商业品牌，如大新百货（现第一百货商店）、先施公司（现时装公司）、永安百货、吴良材眼镜、茂昌眼镜、亨达利钟表、亨得利钟表、冠龙、乔家栅等。在经营过程中，百联不仅较好地传承了这些历史品牌，并与时俱进地进行了发展，根据时代特点赋予传统品牌以新的内涵。

在保留第一百货商店历史原貌的基础上，百联集团对第一百货商店大楼进行了改扩建，新增营业面积4万多平方米，使第一百货商店由单一百货大楼改造成为既保留传统商业特征，又融入现代商业元素的购物中心。与此同时，百联集团对华联商厦也进行了恢复性的改造，不仅恢复了永安公司品牌，而且恢复了原永安公司的欧洲古典式建筑风格和建筑形式，使永安公司重现往日的高雅、时尚和尊贵。

除此之外，百联对吴良材眼镜、茂昌眼镜、亨达利钟表等历史专业店经营引入了连锁经营方式，使这些专业店不仅走出了南京路，走出了上海，而且正在有序地向全国发展。

百联集团在较好继承了我国商业历史的基础上，还不断学习借鉴国外零售发展经验，根据国内消费需求实际，适时创新业态，在引领我国商业未来方面取得了成功。

率先在国内引入了超市业态。百联集团在二十世纪九十年代，陆续将标准超市、大型卖场、便利店等现代商业零售业态引入国内，形成了在国内具有较大影响力的6个品牌：联华、华联、世纪联华、华联吉买盛、罗森、快客。其中：联华是国内超市业最具影响力的品牌之一，拥有标准超市、大型卖场、便利店三个业态，其规模位居国内同行首位，并成功实现在香港上市。目前，超商拥有网点总数6000多家，遍布全国二十多个省市，在上海、浙江取得了市场领先地位，其中标准超市业态在国内位居首位，大型卖场是国内极少数能与沃尔玛、家乐福相抗衡的企业之一。

罗森是百联控股的日本著名便利店品牌，目前已在上海便利店高端市场取得了领先地位；联华快客在上海便利店位列第二，并走出了上海，在大连、杭州等地发展取得了成功。

成功开发了都市时尚百货和购物中心业态。以“东方商厦”为品牌的现代都市时尚百货已在上海高端百货市场占据了一席之地，并且在长沙等地实现连锁发展。以第一八佰伴为品牌的都市时尚百货单店，已连续三年在上海百货商店单店销售排名中名列第一，而且在全国百货商店单店销售排名中也名列前茅。

以“百联”为品牌的购物中心已在国内市场形成较大的影响力。集团现拥有百联南方商城、百联西郊、百联中环、百联又一城、百联北上海、百联南郊、百联成都天府、百联长沙、百联沈阳等9家购物中心。其中，百联西郊购物中心不仅是上海首家最为成功的社区购物中心，也是国内极少数成功的社区购物中心之一。百联西郊购物中心实现了当年开业，当年赢利，这在国内众多新建的大型商业项目中尚无先例，开业第一年就获得了政府颁发的“纳税贡献奖”；2006年2月，又荣获商务部颁发的“全国示范社区商业”称号。目前，集团已与国外购物中心经营集团签订了合作框架协议，共同开发购物中心业务，努力用五年左右时间，把“百联”打造为国内购物中心第一品牌。

率先在OUTLETS的开发和经营上取得成功。大型折扣品牌店（OUTLETS）是引领我国商业发展未来的新业态，百联已率先开发了百联青浦OUTLETS，并取得了成功。

北京王府井百货（集团）股份有限公司：
致力于打造中国百货领袖

在中国改革开放进程中，以百货零售业为核心产业的王府井百货始终保持强劲发展势头。其核心产业已构筑起以北京为中心，遍及华南、华北、华中、西南和西北，国内重要经济区域的百货连锁网络，是中国境内最具规模和影响力的零售集团之一。

众所周知，王府井百货率先在国内推进百货连锁战略，并以骄人的业绩，奠定了在中国零售业的领先地位，同时，也是闻名全国的“一团火精神”的发祥地和鼎立传继者。多年来，以鼓励“奉献与创新”的一团火精神得到不断丰富、发展，成为王府井百货拼搏进取，追求卓越的理想坐标而享誉华夏。

以新中国第一店——北京市百货大楼为前身发展起来的王府井百货集团，在长达半个世纪的风雨历程中，与新中国商业的发展轨迹一脉相承，成为透视其历次重大变革的一扇窗口而始终受到广泛关注。

1955年9月25日，位于王府井大街中心地段的北京市百货大楼隆重开业，这是新中国历史上第一座由国家投资，中国人自行设计建造的大型百货商店，又称“新中国第一店”。

事实上，改革开放以来，王府井百货在全国商业历次改革中走在最前沿。1979年后，最早推出了展销以及引厂进店等一系列商业销售方式的改革；最早在商业企业中实行承包经营责任制，进行减政放权、商业体制改革；最早在全国开办分店；最早实行干部聘任制；最早进行全员劳动合同制；最先实行跨行业企业兼并等。

1991年，经北京市政府批准，组建北京百货大楼集团，在北京市国民经济和社会发展规划中实行计划单列，1993年进行股份制改造，1994年在上海证券交易所挂牌上市，并成为首批“上证30指数样本股”；2000年9月，王府井百货与东安集团实现战略性资产重组；2004年，成为国家商务部“重点扶植的20家大型流通企业”。

为了建立现代企业制度，尽快实现与国际接轨，王府井百货自二十世纪90年代中期开始，率先从软体改造和规模拓展两方面向传统体制发难，在中国加入WTO承诺的，拆除贸易壁垒条款期限内，基本建立起符合市场经济要求的现代企业制度框架。所谓软体改造即是对传统百货业的管理模式进行脱胎换骨似的重塑。

为此，王府井百货先后引进“麦肯锡咨询公司”、“安达信财务公司”、“麦肯光明广告公司”、“凯里森设计公司”等多家国际知名公司，设计完成了王府井百货连锁战略的基本框架，包括：网点开发、业务流程、品类筹划、空间布局、信息系统、广告推介等一系列重要课题，使王府井百货成为国内最早实现与国际接轨的零售企业，在此基础上形成了成熟的王府井百货经营理念和管理模式，而且王府井百货采用先进的JDA计算机系统，对全国范围内的商品采购、配送、销售进行实时监控和结算管理。

同时，依托市场化的选才机制和高质量的境内外培训，王府井百货逐步培养起一支具有国际前沿理念和职业素养的专家型管理团队。在涉及商流、物流、信息流的各个环节中，集结了众多商界精英。

更值得一提的是，王府井百货实行进销分离，门店一级的统一进货模式，即：统一管理模式、统一信息系统、统一商品分类的管理模式，财务一级核算。对部分商品实行集团统一采购。同时，业已编制完成拥有独立知识产权的《经营管理手册》、《品类规划手册》、《新店开业手册》和《视觉策划手册》等20余项专业开发手册，与国内外百余家知名品牌供应商、功能组合供应商建立起“战略合作伙伴关系”，为适应企业高速发展，奠定了全方位的基础。

此外，王府井百货率先在中国推进百货连锁战略，构筑了以北京为中心，遍布华南、华中、西南和西北地区中心城市的连锁网络，是中国境内唯一具有内资背景的全国性百货连锁公司。

成功的企业离不开优秀的文化。王府井百货的企业文化是以闻名全国的“一团火精神”为基础，经过几代人的不懈努力，建立起来的鼓励“奉献与创新”的企业文化模式。闻名全国的“一团火精神”奠基人——张秉贵在30余年间，他以忘我的工作热情和精湛的服务艺术，享誉海内外。近年来，王府井百货在致力于软体改造和规模拓展的同时，着力塑造与现代企业制度相适应的企业文化氛围。

面对迎面而来的历史机遇，王府井百货提出“打造中国百货业领袖企业”的宏伟目标，进一步扩张企业规模，提升核心竞争力，按照产业化发展要求，积极推进以市场为先导的新型工商战略合作伙伴关系，加快实施企业人才战略，发挥信息技术对百货连锁的强大支持作用，在新一轮更为激烈的竞争中发展壮大，为中国现代百货业的发展，探索一条成功之路。

大商集团：
创建享誉世界的大公司

完全按市场竞争规律壮大起来的大商集团，现已挺进中国企业500强第85位，名列中国百货行业第一，大连企业第一。

从一个小小单体百货店，发展到拥有140家大中型店铺的大型商业龙头企业；从名不见经传到立志创建享誉世界的大公司。大商集团用自己的努力实践，书写了大商集团和中国商业的改革开放三十年。

从大连这座工业发展土壤厚于商业数倍的重化工业城市里艰难起步，大商集团凭借旺盛的生命力，最终将发展的触角拓展到东北、华北11省50市。员工从千余名，扩大到17万人；年销售额从4798万元，增长到000多亿元；年利税从1380万元，发展到近20亿元……

改革开放，引领着大商集团正在走出大连，走出东北，走向全国，走向世界。

1994年12月18日，正式组建成立大商集团，以创建享誉世界的大公司为理想，确立了“无限发展，无微不至”的企业理念。1998年实施异地并购，一举收购抚顺、锦州、营口三市百货大楼，开启了中国商业批量收购的先河。随后，大商集团沿沈大、哈大高速公路北上，通过兼并、合资、合作、租赁等多种形式，掀起了席卷东北的收购浪潮，迅速在大庆、沈阳、牡丹江、哈尔滨、吉林、齐齐哈尔、佳木斯、鸡西、本溪、丹东、阜新等地“攻城掠地”，构筑起密实的东北店网。

在东北店网日渐加密的同时，华北店网也逐步成型。2006年4月20日，大商集团又以惊人的手笔进入中原，以4.21亿元“天价”，将素有“郑州本土商业旗帜”的河南郑州金博大城的3年租赁经营权收于麾下。紧随其后，仅用短短两年的时间，在新乡、信阳、开封等地开设13家店，稳踞中原。

在中原店网建设如火如荼的时候，大商集团又加快了西部扩张的步伐。2007年3月21日，签约西安新玛特，打响了挺进大西北的第一枪。随后，太原新玛特顺利签约，大商集团成功进入陕西、山西。4月，成都大商投资有限公司正式成立，立足成都，向四川、陕西等西部11个省市迅速开店，编织西部店网。

大商集团的无限发展并不意味着有人担心的盲目扩张。坚持改革创新和科学发展，使大商集团既大又强。制度创新——按扁平化原理建立起国际化、现代化大公司总部模式，确立扁平化的母子公司体制，组建了商品、营销、人力资源、财务、开发、战略等8大本部，实行垂直专业化管理；调整和完善了法人治理结构，实现上市公司与国有公司的严格分离，实现董事局主席和总裁的分设，实现决策、执行、监督三权分立与制约；形成对外扩张发展的动力机制，人力资源管理的激励机制和约束机制，商品经营的淘汰和自我更新机制。通过“双改”，大商集团彻底告别计划经济下的经营模式，登上了按市场经济原理发展的快车道。

管理创新——创立并坚持了公司的四项原则。一是效益原则，所有下属企业“有利则生，无利则亡”，集团成立以来，下属企业已在这一法规下消亡了30多个。二是主产业原则，坚持把零售业作为主产业，不做不懂不精的外行事。三是低负债原则，始终保持优良资产运作状态，资产负债率严格控制在合理限度内。四是一体化原则，所有店铺人财物统一运用大商管理模式管理。

技术创新——形成中央采购、连锁经营、信息技术三大核心竞争力。成立供配货中心，集中采购、统一配送，并积极开展第三方物流业务；大力发展连锁经营，统一招商、统一采购、统一核算、统一管理，成功实现连锁化发展；建立计算机信息管理系统，实行网络化、信息化管理，自主开发出计算机管理系统和应用软件，实现了总部与分店、本地与外埠的统一联网，集团信息管理水平全国领先。

经营创新——突破传统百货店的单一模式，形成综合百货店、大型超市、购物中心、大商电器四大主力业态的共同发展。把握零售业先进理念，大商独创“新玛特”模式，将世界零售业最新业态、最新技术、最新手段和最高境界集成之后重新再造，可谓是零售业的一次革命。麦凯乐、千盛等一批新商号相继诞生，随之组建的新玛特连锁、麦凯乐连锁、千盛百货连锁共同构成了大商集团百货业态发展的主要架构。集团还积极探索新兴业态，成功实现大商超市和大商电器的连锁化经营。

振兴中国商业的民族责任感促使大商集团不断做大做强，做大做强中的大商集团也不负龙头企业的社会责任。多年来，大商集团纳税一直全国领先，2007年以10.4亿元的纳税额，荣入“中国企业纳税200强”，荣列“中国商业纳税”三甲。

广州百货企业集团：
竭尽全力做强做大做长

广州百货企业集团有限公司（简称广百集团）是广东省、广州市重点发展，广州市政府授权国有资产经营的大型国有商业集团。集团现有经营百货零售、批发代理、物流配送、专业市场及物业管理的全资控参股经营企业16家，经营规模排名中国商业企业百强第22位，广东省商业企业排名第3位。改革开放30年来，广百集团锐意进取，创新经营，朝着全国一流商业流通企业集团方向发展，见证和引领了广州商业服务业建设和发展。

近年来，在荀振英董事长带领下，广百集团践行科学发展观，大力弘扬“竭尽全力”的企业精神，倡导以“责任”为核心的企业文化，贯彻“感恩、尊重、双赢、诚信、长久”的合作理念，推动企业进入科学发展的快车道。2006年广百在众多商家激烈竞争中一举拿下两座大店，抢占广州商圈制高点，新增经营面积十余万平方米；2007年，旗下广百股份成功上市，实现国有资产保值增值率13842%，创下集团成立以来的最好业绩；2008年广百率先行动，全力以赴，寒冬冰雪战春运，抗震救灾献爱心，大力弘扬了自强不息、奉献社会的商业功勋企业精神。

改革开放三十年，是广州百货企业集团有限公司诞生、成长到跨越式发展的黄金时期。广百集团由原广州市第一商业局改制形成，经过历次重组、改革和发展，先后整合了东百集团、南大集团、物资集团等重要商业资源，发展了广百股份、新大新等一批商业品牌企业，为广州商业繁荣作出了巨大贡献。

推动核心商业企业改革，为企业注入生机活力。广百股份是广百集团重点培育的核心企业，前身是1991年开业的广州百货大厦，当年是广州建国以来投资额最大、单座营业面积最大的国有大型百货商店。1999年，广州百货大厦被确定为广州市国有商业企业改革的重点单位之一后，提出了“大改革、大发展、小困难，小改革、小发展、大困难，不改革、不发展、更困难”的改革指导思想，推行精简机构、竞争上岗，发展多种业态经营，吸纳现代零售业先进管理技术，优化经营决策、商品结构和零售方式，积极拓展网点，输出品牌，发展连锁经营。2002年广州百货大厦顺利实现股份制改造。2007年广百股份在深交所正式挂牌上市。通过深化改革，企业注入了生机活力。广百股份从北京路的单间大店成为拥有百货店和购物中心等业态的大型连锁企业，旗下网点遍布广东省内外，并取得良好的经济效益。1991年至2007年的总销售额累计达230多亿元，利润总额达12亿元，已是广州百货零售业的明星企业。

零售业没有顾客就没有财源，服务制胜是关键，赢得顾客的心就能最终赢得市场。广百集团管理服务考核是最严谨的，组织网点拓展论证会、门店经营分析会和满意度调查，开展企业短板诊断整改，力争建设“广百金鼎百货门店”，倾力打造了精细一流的管理服务体系，提供最好的商业服务。

树立优秀管理服务理念。思想指导行动，零售市场服务制胜是关键，为顾客提供优质一流的“金牌服务”是第一要务。广百集团全力推动构建4C服务理念。大力宣扬“顾客为中心”，“不仅要使顾客满意，而且要使顾客感动”，“从所有人员做起，从细微之处做起”，把顾客至上的观念深入到企业的每一个员工的骨髓里，让员工从内心里接受并身体力行，融入到每一个服务动作中。

科学论证加快百货连锁拓展步伐。广百集团提出连锁发展，并非单纯地开店做大规模，而是把做强、做大、做长三者有机结合，实现了规模与效益共同增长。由于论证充分、定位准确，2004年底广百股份新开业的新市店，打破了新开店三年不盈利的陈规，在开店第二年即取得500多万元的利润。下一步广百仍将加大力量进一步推动企业实现跨越式发展，积极探索并购运作项目，进一步巩固华南百货零售服务业的市场领导者地位。

瞄准标杆推行精细一流服务。广百集团重视提供优质服务，提出一流服务必须要有精细管理，“精”，要求完美、周密、高品质；“细”，要求规范、科学、周到。汽贸公司员工做到“对客户特殊的业务要求，即便超出自身服务范围，也一样以虔诚的心去响应、竭尽全力地去满足”；广百售货员以专业设计为顾客搭配服饰令顾客感到非常满意；广百员工都瞄准标杆，把认真、严谨、注重细节养成习惯性的行为，把工作做到极致。

精益求精提升管理服务短板。广百集团提出一流服务就是要不断追求卓越、实现完美，不断超越竞争者、超越自我。广百全系统部署和组织开展企业诊断整改工作，开展对企业关键短板的整改，企业管理和服务水平有了质的飞跃。

广百集团经多年的努力，也奠定了做强、做大、做长的基础，具备了大踏步发展的条件，面向未来，广百将竭尽全力书写新的发展篇章，迈向辉煌。