



中国商业服务业改革开放30周年功勋企业

西安民生集团： “以民为本”建功勋



西安民生集团股份有限公司，是陕西省西安市一家以经营百货零售业为主的大型商贸企业集团，全国大型百货贸易联合会成员企业。公司成立于1959年，1992年在西安市率先实行股份制改革，1994年1月10日公司股票在深圳证券交易所正式挂牌上市，是西安市及西北地区最早的商业上市公司之一，也是西安市历史最为悠久的大型商业企业之一。2003年5月，公司实现了“国退民进”的体制改革，与海航集团成功实现股权重组，使公司迈上了进一步现代化、市场化的改革发展进程。

近年来，公司发展非常迅速，已成为拥有百货、超市两大主流业态，网点遍及西安、咸阳、宝鸡、汉中、延安等陕西省主要城市以及甘肃东部地区，下辖陕西晶众家乐超市有限公司、汉中世纪阳光商厦有限公司等子公司的大型商业企业集团，公司总资产16亿元人民币，年销售额逾20亿元人民币，集团总公司年利税额近7000万元

人民币，共有员工5000余人。民生集团作为全国商贸企业开展“百城万店无假货活动”率先发起的20家单位之一，始终把商品质量作为立店之本，建立了完善的商品质量管理制度。推行商品质量督查员持证上岗，制定了从商品购进到售中、售后的系列监控制度，通过不懈地努力，民生集团被陕西省物价局推荐为省内唯一一家价格管理典型企业。2005年民生作为西安市唯一一家大型商业零售企业接受了国务院保护知识产权专项行动督查组的专项检查，督查组对其专利商品管理工作给予高度的评价，称赞民生专利商品管理科学、规范、细致，管理方法和经验值得推广。

此外，民生集团不断进行服务创新，开展商业职业礼仪宣传教育，创建“一站式”售后服务，推出西安市首家“45天”无障碍退换货，23项便民服务等。通过这些举措，建立了人性化温情服务，提升了服务品质。顾客满意

度逐年提高，2007年顾客整体满意度为82.46%，其中“一站式”售后服务满意度单项指标保持在90%以上，远远高于西安市同行业水平。2006年荣获“全国用户满意服务明星班组”、“全国售后服务十佳单位”。顾客曾留下这样的感言：“心怀天下众生计，热情诚信在民生，更有客服好同志，除烦解忧笃于行”，这是对民生服务工作的最好写照。

值得注意的是，民生集团认真分析商业发展态势，立足民生现有资源及环境，确立了将“民生百货”打造成为百年老店的愿景目标，并修订完成了公司未来9年商业战略发展规划。即：采取收购、兼并重组、商业+地产捆绑、租赁、管理输出等扩张手段，突出发展百货零售主营业务。

民生集团倡导“知生活、乐生活”的消费理念，确立了“以中高档为主，实施品牌化、时尚化”的经营定位，不断对商品结构和经营布局进行统筹性的调整。民生百货正在从“传统百货店”向“现代百货店”逐步升级。民生集团的品牌形象正在提升，核心竞争力逐步增强。

民生集团在商业企业较早实施了全面预算管理，完善细化了财务管控制度和成本控制办法，修订了《权责核决流程》；2004年在民生实施办公自动化，实现了无纸化办公；制定了新的绩效考核管理办法，建立了EVA考核体系；修订了薪酬福利和晋升制度，完善了员工奖惩

办法，激励和约束机制不断完善。

在信息化管理上，对原MIS系统进行了升级，2005年初正式启用了用友财务软件；对小型设备及数据库系统进行了更新改造，后台业务、财务、人事系统的运行效率不断提高；民生网站全新改版，开发了促销活动礼券发放系统、VIP管理系统、诚信卡考勤系统和网上办公系统，实现了无纸化办公。民生ERP系统不断更新运行。所有这些使民生的信息系统得到了全面升级。

在管理变革工作中，民生集团贯彻“诚信、业绩、创新”的理念，理顺管理架构和权责划分，实现责权利归位，以管理体制变革为工作重点，全面理顺总部与门店、分子公司的关系，以达到建立新的管理架构，满足发展需要的目的。

企业文化是企业发展的原动力。民生集团企业文化以海航文化为母体，以民生文化为特点，建立了具有特色的企业文化，并且符合“三个代表”重要思想的要求。

多年来，民生集团秉承“顾客满意是民生永恒的追求”的质量方针，通过民生几代人的努力，不断改善硬件环境，以提升服务质量为己任，以创建“百年老店”为理想，坚持物质文明、精神文明两手抓的管理理念，积极开拓西部市场，做大做强企业集团，各项事业取得了长足发展。如今，民生集团正在向二次腾飞的目标阔步迈进！

武汉武商集团股份有限公司： 中国商业改革急先锋



在中国的改革开放大潮中，武汉武商集团股份有限公司争当改革先锋，锐意改革创新，30年来，企业获得迅猛发展，取得了骄人的成绩。目前，武商集团总股本5.07亿元，总资产42.8亿元，净资产12.9亿元，拥有员工近三万名成为湖北省最大的综合性商业企业之一，并被国家商务部列为重点培育的20家大型零售企业之一。

1959年诞生的武汉商场，在计划经济的背景下，发展缓慢。1978年，武汉商场迎着改革春风，敢为天下先，走上了持续发展的振兴之路。

1983年，武汉商场在全国商界首开贷款改建旧大楼的先河，对原武汉商场大楼第一次进行改扩建，在传统的计划投资体系中冲开了一个很大缺口。1700多名商场职工搭建简易营业棚度过了“三个酷暑两个冬”，克服各种困难，实现了“队伍不散、渠道不断、效益不减、多作贡献”的工作目标。

新大楼开业第一年(1986年)，销售总额突破2亿元大关，是大楼改建前的一倍，实现了一个商场变两个商场的夙愿。1986年5月，国家商业部在武汉商场召开了全国百货工作经验交流会。受武商改扩建成功效应的影响，北京、上海、沈阳、南京等地的大商场纷纷向武商学习取经，中国商界掀起改扩建的热潮。

1986年12月25日，经过半年的紧张筹备，中国商界第一家同时拥有商业资本、金融资本、产业资本的大型股份制企业——武汉商场股份有限公司正式宣告成立，开创了全国大型商业企业股份制改造的先河，与此同时，武商集团也成为湖北省第一家上市公司。

通过股份制改造和规范化经营，武汉商场从单体百货店发展成为以商贸为主业的多元投资的大型商业集团——武商集团。

在股份制改革成功的基础上，武商人发扬创新精神，以加快主业发展为目标，制订了“三步走”的发展战

略，即抓项目、打基础阶段，抓规模、求效益阶段，全面发展阶段，从而实现了从单店发展到集团发展的重大转变。“三步走”战略指引武商集团由一个单体商场进入多元化发展的新阶段。

1991年3月，武商的第二次改扩建开始实施。扩建的新大楼，楼高九层，工程总投资2685万元，成为华中地区最大的购物中心，公司的经济效益每年以35%—40%的速度递增。

1992年，武商集团开始兴建一座高达48层的现代化商城，即武汉广场。经过短短三年时间的紧张工作，总建筑面积17.6万平方米的武广大厦胜利建成开业，被誉为武汉市商业发展里程碑。到2008年，武汉广场年销售额达到21亿元，年利润总额35亿，连续十二年单体商场经营效益位居全国前列，创造了一个持续发展的神话，被原商业部长胡平称为“中国商界一面旗”。

2001年9月，武商集团决定将武商、武广、世贸三座大型购物中心连接成一体，建立我国第一个“摩尔”商城。2002年，“摩尔”商业城共实现销售额36.5亿元。近几年来，武商集团不断调整“摩尔”的多功能经营，使其成为武商参与零售企业竞争的中流砥柱。

从2001年开始，武商集团决定实施“发展主业，双

轮驱动”的战略发展方针，使超市连锁成为武商发展的重中之重。在三年之中，武商集团在省内、市内发展量贩连锁13家，门店总数达到16家。武商新华家园量贩店、胭脂路超市、水果湖超市、亚贸超市及黄州量贩店在2002年相继成功开业；家电城新华家园店、黄州店与量贩网络同步发展。武泰闸店、吴家山店于2003年1月开业迎宾，余家头店、钢城店、咸宁量贩店强行登陆，加快了连锁业的发展。

2003年，武商集团积极推进占领省内30万人口以上的二线城市发展战略。继省内第一家样板店——沙市量贩店开业后，又探索开发了黄州量贩店、咸宁量贩店、鄂州量贩店。同时，培育襄樊商业龙头企业，把襄樊作为武商集团的第二集团军开发基地。武商网点的布局在全省全面展开。

到2008年，公司年销售规模预计将突破百亿元，年实现利润总额3.5亿元，年上缴税收2.36亿元，营业面积达到60万平方米，分别比30年前增长了130倍、67倍、231倍和81倍。公司经营业态由单一百货商场发展成购物中心、量贩超市两大主力业态。

目前，武商集团已经制定并开始实施新的五年发展规划。“武商集团五年发展规划”提出，继“三年再造一个武商”发展阶段以后，从2007年开始，到2011年，实现集团年销售额达到200亿元。

上海糖业烟酒(集团)有限公司： 上海糖酒食品流通的航母



“拼搏奋进、志在超越”，这是上海市糖业烟酒(集团)有限公司的企业精神。

上海市糖业烟酒(集团)有限公司是一家具有五十余年历史，以食品贸易流通为主业的大型国有企业集团。上海糖业集团现有各级全资、控股、参股企业116家，其中从事食品业务的企业71家，旗下有上海金枫酒业股份有限公司(证券代码:600616)、东方先导糖酒有限公司、南浦食品(集团)有限公司、上海捷强烟草糖酒(集团)有限公司等多家业内知名企业。

改革开放以来，特别是1992年企业改制后，上海糖业集团遵循“有所为，有所不为”的原则，坚持有质量、有效益的规模扩张，形成了糖业、黄酒、品牌代理等三大核心主业，食品原料、集成服务、茶叶、馅料、果酒等五个培育性产业，以及食品专业零售连锁体系，实现了持续、健康、跨越式的高速发展。

同1994年国资授权经营时相比，上海糖业集团销

售收入增长5倍，利润总额增长8倍，资产规模增长6倍，净资产增长10倍，国有资产保值增值率、科研经费投入比率、教育培训投入比率、员工收入增长水平等指标始终保持上海国资授权经营公司前列。2007年，上海糖业集团实现销售规模258亿元，利润总额4.5亿元，各项经济指标名列行业前茅。

目前，上海糖业集团已经发展成为全国最大的糖酒食品批发分销、配送服务商之一、全国经营规模最大的食品品牌代理服务商之一、全国最大的食糖产销一体化企业集团之一、全国最大最先进的黄酒企业之一，企业整体规模、综合实力、行业影响力已居全国糖酒副食品行业前列，走出了一条以又好又快发展为特征的价值成长道路。

上海市糖业烟酒(集团)有限公司是如何创出这条道路的呢?

理念创新，塑造了现代食品企业的“精、气、神”。经

营好企业，必须首先经营好理念。回顾发展历程，上世纪90年代，全国各地国有糖酒公司纷纷陷入困境，糖酒行业进入低谷，上海糖业集团坚持“拼搏奋进、志在超越”的企业精神，破除“国有企业搞不好”与“国有企业什么都做”的认识误区，倡导“把工作当事业做，把事业当学问做”的思想理念，树立“争三口气”的发展精神(一是各地糖酒公司陷入低迷，一定要把糖酒公司经营好；二是部分观点认为“国有企业不行”，一定要把国有企业发展好；三是糖业企业普遍规模小，一定要把糖业产业做大做强)，强化领导干部静心、潜心、恒心、雄心的“四心”建设，以正确的企业价值观、发展观、责任观，引领企业价值成长。

经营创新，做强了糖业、黄酒、品牌代理三大产业。上海糖业集团按照“贯彻科学发展观，转变经济增长方式”的要求，针对上海企业所处的经济环境与特点，有效应对资源要素价格上涨、经营成本刚性上升、利润空间日趋缩小、商务成本不断提高等困难和挑战。围绕“资源、网络、品牌、科技”等经营要素，大力推进商业模式转型升级，促进产业做强做大，糖业、黄酒、品牌代理等三大主业已经在全国行业中确立了领先地位。

按照“资源+网络+物流+期货+电子商务”的“五位一体”全国糖业产业战略，集团以产业价值链的方式，推进实施“上控资源、下控网络，南北布点、沿海布

线”的产业布局，在广西、海南等产区控制近200万吨甘蔗资源，年生产食糖近30万吨，并在北京、天津、山东、浙江、云南、广西等十余个省市建立了销售机构，形成了覆盖华北、华东、西南，辐射全国的市场网络体系，食糖年销售规模超过170万吨，成为了国内经营规模最大的糖业产业集团。

管理创新，构建了现代化企业的管控体系。有效管理是企业健康发展的支撑与保证。多年实践中，上海糖业集团深深体会到管理的集约化、规范化对企业持久发展，实现价值成长的重要性。按照现代企业管理架构的要求，规范企业法人治理结构，在公司党委的领导下，完善董事会、监事会建设，强化“三重一大”管理，保障企业健康运行。

这些年来，上海糖业集团经过改革、发展，企业发生了深刻的变化，取得了令人鼓舞的进步与成果。

上海糖业集团的品牌“石库门”被认定为中国驰名商标，“和酒”被评为中国名牌产品；集团下属金枫酒业获得国家级企业管理现代化创新成果一等奖，第一食品商店获得全国首届食品零售及相关过程HACCP认证证书，并被中国商业联合会授予“中华老字号企业”称号；企业主要经营者优先获得上海市劳动模范、全国五一劳动奖章、全国商业优秀企业企业家等光荣称号。

沃尔玛中国有限公司： 国际零售巨人看重的不仅是规模



随着社会的不断发展，全球经济一体化进程的不断深入，企业社会责任越来越受到人们的关注。作为一个在14个国家拥有7400多家商店和200多万名员工的企业，沃尔玛肩负着在发挥企业社会责任方面的领导作用，并积极有效地将社会责任融入到公司的各项业务当中。

“企业社会责任”是沃尔玛公司文化的一个核心组成部分。努力成为一名优秀的企业公民和社区成员不仅是沃尔玛创始人山姆沃尔顿的信仰，同时也得到了公司全体员工的认可。这种共识确保了沃尔玛能够积极、一贯地支持各项社会公益事业。

沃尔玛的“企业社会责任”传统在中国得到了继续延伸。沃尔玛严格遵守各项法律法规，通过创造就业机会和投资纳税，积极参与经济发展。同时，努力发展与供应商的合作伙伴关系，力争实现共赢。沃尔玛的目标是为顾客提供天天平价的高品质商品和友善的服务，使沃尔

玛成为顾客信赖的社区超市。作为零售行业的领导者，沃尔玛积极将社会责任融入到公司的各项业务中。“尊重个人、服务顾客、追求卓越”是沃尔玛企业文化的核心，是沃尔玛积极贯彻落实企业社会责任计划的坚实基础。

自1996年进入中国市场以来，沃尔玛始终坚持优秀企业公民的标准，致力于在守法合规、投资纳税、员工待遇、人才培养、劳动就业、食品安全、顾客服务，以及发展供应商合作伙伴关系等方面的工作。同时，沃尔玛始终将自己视为所在社区的一员，积极投入和参与社区发展的各项建设，赢得了社会和消费者的尊重，先后获得了“最佳雇主”、“最受赞赏的公司”、“最有价值的品牌”、“综合评价最高的零售商”、“最佳社区奖”、“供应商满意”等荣誉。

沃尔玛在中国的企业社会责任计划重点体现在保护环境、回馈社区、关爱儿童、支持教育和救助灾区等五

方面。十二年来，沃尔玛已累计向各种慈善公益项目捐赠总额超过5700万元人民币的资金和物品，沃尔玛全国员工在社会公益事业方面所投入的工时累计超过15万个小时。

沃尔玛参与的各种环保公益项目范围涵盖绿色能源利用、环保节能、噪音控制、植树造林等各个方面。沃尔玛在环保方面的目标也非常明确，即：100%使用再生能源、实现零浪费、出售对环境 and 自然资源无害的产品。

2006年9月，由沃尔玛与通用电气公司联合设立的“节能宣传中心”在北京、上海、深圳、东莞、昆明5个城市的14个沃尔玛购物广场同时亮相。“节能宣传中心”展架上集中展示了通用电气公司以及沃尔玛自有品牌的环保照明产品在节能方面如何帮助消费者“精打细算”。展架上还配有节能小常识，引导消费者为创建节约型社会做出自己的一份贡献。

2008年4月，沃尔玛捐赠10万元用于云南省玉溪市高仓镇地区缺水农业地区的小水窖建设计划，资助当地农民建设用于农田灌溉的小水窖，尤其是在冬春的缺水季节。这是沃尔玛第二次对该项目进行捐赠。2006年，沃尔玛曾向小水窖工程捐赠20万元人民币。

沃尔玛一直大力资助科研性研究项目、希望工程、

雏鹰展翅计划等，以实际行动支持中国教育事业的发

展，以多种方式帮助优秀学生成才。2007年5月19日，沃尔玛向70名优秀外来女工提供200万元人民币的助学金，帮助她们圆求学梦。此次捐助是由沃尔玛道德标准部联合沃尔玛基金会发起的捐助项目，旨在帮助珠三角地区的外来女工获得受教育的机会，接受中等职业技术培训，提高自身的劳动素养，改善女工的生活和发展的条件。

沃尔玛开展了一系列以关爱儿童为主题的社区公益活动，包括向儿童福利院和残疾儿童学校捐赠，积极开展儿童书画比赛等活动。

一旦出现洪水、地震、山火或疾病等灾害，沃尔玛会尽自己最大的努力，配合相关部门，帮助灾民重建家园。沃尔玛在美国卡特里娜飓风之后的迅速反应曾赢得了一致的赞赏。在中国，沃尔玛在救灾赈灾方面所作的努力同样获得了当地政府和社区的好评。

沃尔玛致力于为顾客提供优质价廉、品种齐全的商品、友善的服务、以及“一站式”购物体验。作为优秀的企业公民，沃尔玛将一如既往地企业社会责任方面发挥作用。沃尔玛相信，随着企业社会责任意识的更加深入人心，只有具有责任感的企业才能获得成功，而只有获得成功的零售企业才能更好地为顾客服务，为改善人们的生活，促进经济发展做出实质的贡献。