

中国商业服务业改革开放 30 周年功勋企业

江苏雨润食品产业集团有限公司：

做农业春雨润农民心田

从无到有，从单品牌向多品牌运作，从单一产业向多元化发展，从一个资产不足 300 万的小企业，发展到集食品、商贸、旅游、房地产、物流五大产业于一体，年销售收入超 300 亿元的“民营经济航母”，江苏雨润集团在短短十六个年头间的发展壮大，不仅是中国肉类食品工业突飞猛进的样板，更是见证着中国改革开放三十年来成就最大的后十五年的“黄金巨变”。

雨润集团是国家八部委共同认定的“国家级农业产业化重点龙头企业”，其食品主业已经形成完整的畜禽养殖、屠宰、精深加工、销售为一体的产业链条。去年，雨润实现总销售额 310 亿元，利税 33 亿元，其中食品主营业务收入 171 亿元，这几项指标均创下历史新高。目前雨润的生猪屠宰能力已经突破 1500 万头，肉制品深加工能力达到 25 万吨，家禽屠宰能力达到 2 亿只，肉内屠宰能力达到 5 万头，初步构建起以华东为根据地、辐射全国的区域化战略发展格局。集团

现有雨润、旺润、福润、哈大众四大品牌十大系列 1000 多种产品在全国 300 多个大中城市销售，并出口国外。已经拥有一个中国驰名商标、一个中华老字号、三个中国名牌产品。在低温肉制品行业中连续十年市场占有率居全国第一。

这只“经济航母”却源自安徽的一只“小舢板”。1992 年，江苏雨润集团董事局主席祝义材借了南京食品罐头厂的一部分闲置厂房，上马低温肉食品的生产，一举填补当时中国低温肉食品生产线的市场空白。1995 年，雨润建成具有国际先进水平的 10 条自动化生产流水线，实现第一次飞跃。产值的翻番，利税的增长，扩大生产规模成了当务之急。此时，南京罐头食品厂已停产 5 年，负债超过总资产 7000 多万元。祝义材当即决定正式收购“南罐”，完成中国首例民企重组国企的收购。

祝义材大胆地试，大胆地闯，摸着石头过河，摸出了办法和经验。紧接着，雨润运用收购、兼并、重组等资本

运营手段，又先后收购，盘活了原安徽阜阳肉联厂，原四川内江肉联厂等倒闭或濒临倒闭的国企近 30 家，几乎涵盖全国各个省、市，盘活闲置国有资产近 15 亿元。而且，每次重组破产企业，都能实现当年重组、当年投改、当年投产、当年销售、当年赢利的奇迹。

雨润遵循“食品工业是道德工业”的理念，视食品的安全为生命，制定了高于国家和行业标准的雨润产品标准。为保证质量，祝义材坚持将每年赢利的 80% 用于技术改造，先后从德国、丹麦引进具有国际先进水平的肉制品生产线 8 线，设备 120 多台套。先后还聘用了近 10 位在国内外公司和科研院所供职的专家、教授，注入 300 多万元为他们解决住房和交通工具；又在全国各地招聘了 120 名优秀大学生，让他们在公司的重要岗位上任职把关。雨润还重视选用最科学的管理，祝义材曾亲自率领各部门经理和生产骨干到北京参加 ISO9001 质量认证标准培训，在公司推行全面质量管理。

作为国家、省、市三级农业产业化重点龙头企业，雨润集团与“三农”一直保持着密切的良好关系。在祝义材的领导下，雨润自创立以来，采用多种模式并举，积极投身光彩事业，探讨农业产业化的良好机制，带领农民闯市场、奔小康，以达到一体化经营的最佳效果。“合同契约+利润返还”、“龙头企业+专业化公司+农户”、“半紧密型契约”等模式，最大限度地惠利于农。

“做农业春雨，润农民心田”是雨润的口号，几年来，他们先后建立和完善了技术培训、生猪收购体系，仅就最近三年而言，公司共投入 30 万元资金，分别在江苏、安徽、四川等省累计办班 100 余次，参加学习的人数达 5000 多人次。而且，公司以合同承诺，敞开收购农户养殖的生猪，确保在随行就市的情况下以高于市价 1-5% 的价格收购育肥猪。他在公司倡导开展“三下乡”活动，对于年收入低于 500 元的特困户，采取一户一策，予以重点帮助，为他们送科技、送资金、送种（苗），让特困户得到了看得见摸得着的切实利益。

雨润按照“公司+基地+农户”的形式，先后在全国各地（尤其是我国中西部的四川、甘肃、湖北等省）与近百个生猪养殖基地及 30 多万农户签订了合作协议，公司通过技术辅导、资金支持、优惠收购等措施，促进了当地农业产业结构的调整，带动了农民发展生猪饲养业，走上了脱贫致富的道路。

2006 年，雨润连出大手笔，在连云港、马鞍山和沈阳三地投资 25 亿元助推新农村经济建设，三个大项目将为社会新增 12000 多个就业岗位，间接转移劳动力约 36 万人。它们全部达产后，可实现年销售总收入人民币 75 亿元以上，实现利税 8.5 亿元，带动副产品销售和当地农民养殖增收约 15 亿元，直接带动当地及周边地区农民生猪养殖等相关产业链的发展。

中国小商品城集团股份有限公司：

向国际小商品中心迈进

一个月内两位国家领导人先后视察该公司，曾连续两年被全球竞争力组织评为“中国上市公司竞争 100 强”第二名，其旗下的主业公司——义乌中国小商品城也连续 17 次蝉联中国专业市场榜首。它就是浙江中国小商品城集团股份有限公司。

公司系国有控股企业，自 1993 年成立以来，在当地政府的支持下，依托中国小商品城优越的商业环境，得天独厚的市场资源，投资经营会展、房地产、宾馆酒店、国际贸易、现代物流、电子商务、广告信息、购物旅游、文化体育等产业。公司现拥有 14 家分公司、10 家参控股企业，5000 余名员工。2002 年 5 月 9 日，公司股票在上海证券交易所挂牌交易，股票代码 600415。2007 年，公司实现营业收入 29.06 亿元，利润 5.65 亿元，资产总额达 47.97 亿元。

义乌中国小商品城系公司独家经营开发、管理、服务的主业市场，现有面积 400 余万平方米、商铺 6.2 万

个、从业人员 20 余万，日客流量 20 多万人次。来自世界各地的 10 万余家生产企业包括 6000 余个知名品牌在这里常年展示 16 个大类、4202 个种类、33217 个细类、170 万个单品。饰品、玩具、工艺品、日用五金、袜子、拉链等优势商品在中国市场占有率有 30% 以上的份额。

2007 年，中国小商品城实现总成交额 348 亿元。其中，外贸出口占总成交额的 60% 强，商品辐射 215 多个国家和地区，国外长驻采购商达 10000 余人，联合国难民署、中国外交部、家乐福等机构都相继在市场设立了采购信息中心；是中国商品走向世界和世界商品走向中国的桥梁。

尤其在这样一个特殊的年份，各种自然灾害严重，大宗原材料价格持续上涨，再加上全球经济普遍疲软……中国小商品城的经营情况尤其受社会各界关注。据有关部门统计，今年 1 至 9 月，全市商品市场成交额达 305.6 亿元，同比增长 8.1%，其中中国小商品城成交

额为 227.33 亿元，同比增长 8.8%。

到目前为止，市场运行总体平稳，结构调整步伐加快，进口和出口贸易发展迅速，出口多元化，内销不断扩大，市场交易状况明显好转。

据悉，尽管中国小商品城 1 至 9 月小商品景气指数平均值为 1093.77 点，平均值同比下跌 89.40 点，环比最大跌幅 104.52 点，但价格指数运行保持平稳，平均值同比上升 1.71 点，其中 3 至 9 月的月价格呈稳步上行态势。效益指数平均值同比下跌 20.40 点。规模指数平均值同比下跌 8.10 点。信心指数平均值同比上升 0.96 点。

在成交量有所下滑的情况下，义乌市场小商品的货运量也略有减少，但资金、现金总流入量则明显增长。据同口径测算，1 至 9 月义乌市场周边各商业银行网点资金、现金总流入量为 3119.3 亿元，同比增长 24.02%，资金和现金流入量同比分别增长 45.19% 和 0.86%。

在上级政府的正确领导下，公司抓住各个时期我国商品市场发展的机遇，特别是 2001 年以来，以“国际化、信息化、现代化、品牌化”为导向，大力开展市场基础设施建设，创新市场功能，先后投入 40 多亿元，建成国际商贸城一、二、三区市场。公司目前又在着手建设国际商贸城三期市场、国际会展中心等重大工程，努力将中国小商品城打造成为国际一流的现代化的小商品贸易平台。

中国小商品城不仅是全球商品的集聚、展示中心，同时，市场还开设了韩国、日本、巴西、西班牙、非洲等进口商品馆，云集了 30 多个国家和地区的万种商品，素有“小商品海洋、购物者天堂”美誉。

中国小商品城配有海关办事处、国际物流中心，全球 20 强海运企业中的前 12 家企业在义乌设立办事机构，是一站式全球采购的贸易平台。2005 年以来，市场年出口商品 40 多万个标柜，市场外向度达 60%，商品出口到 215 个国家和地区，境外企业办事处 1900 多家，常驻外商 10000 余名。联合国难民署、外交部等机构在义乌建立采购信息中心。2006 年，国家商务部编制发布了义乌中国小商品价格指数，成为全球小商品贸易的价格风向标和行业晴雨表。

中国小商品城建有中央空调、宽带网络、触摸屏显示、太阳能发电、大型立体交通等先进设施；内设现代物流、电子商务、国际贸易、金融结算、购物旅游、休闲餐饮等配套服务，是国内信息化、现代化程度最高的商品批发市场之一，实行星级酒店管理，服务品质优良。

义乌国际商贸城更是被评为首个国家级 AAAA 购物旅游景区和“浙江省最值得去的五十个景区之一”。并先后被国家质量检验检疫总局授予“重质量、守信用”市场；被国家工商总局授予“全国信用监管示范市场”等荣誉称号。

中国东方丝绸市场：

改革创新“化茧成蝶”

中国东方丝绸市场作为改革开放和市场经济发展的产物，已经走过了 22 年辉煌历程。回望 22 年来，市场依托江苏盛泽这一国内最大的丝绸纺织产业集群优势，坚持改革创新，加大服务力度，使市场的建设和发展取得了令人瞩目的骄人业绩，走出了一条市场持续繁荣发展带动产业不断优化升级，大产业与大市场融合发展的成功之路。

始建于 1986 年 10 月的中国东方丝绸市场之所以长期保持兴盛不衰，最关键的因素是在于其背后庞大的纺织产业集群。盛泽镇是中国的绸都，早在明清时期就以“日出万绸，衣被天下”而闻名于世。改革开放 30 年来，盛泽的丝绸纺织业取得了快速的发展，目前已形成一条从缫丝、纺丝、织造、印染、织物、深加工到服装、服饰的完整纺织产业链。成为国内最重要的纺织产业基地。

增强产品创新能力，是纺织产业从做大走向做强的

关键。近年来，中国东方丝绸市场积极引导驻场纺织企业把工作重点从量的扩张转向质的提升。东方丝绸市场周边以盛泽为中心的广大地区汇集了近 4000 家纺织企业，具备年产桑蚕丝及涤纶长丝 200 万吨、真丝绸及化纤面料 100 亿米的生产能力，是中国重要的纺织生产基地。虽然这里的丝绸纺织产业基础较好，但经过前期的快速发展，还是存在片面追求数量扩张的问题，企业自主创新的能力不强，产品老面孔多，附加值相对较低。为改变这种状况，市场建设了纺织科技中心，为企业提供面料开发、花样设计、面料分析测试、技术培训、技术成果转化等一系列科技服务，有效地提升了企业的质量与技术水平及产品开发能力。为进一步提高企业的产品创新能力，中国东方丝绸市场又与国家纺织产品开发中心合作，在 2007 年 10 月启动了“纺织创新人才资源战略”，创立了国内第一家纺织面料设计师职业资格培训中心，并成功地进行了第一期培训，为盛泽地区培养急

需的纺织人才，为盛泽纺织产品竞争力的进一步提升打好基础。

注重市场营销方式的创新，是建设功能完备、交易手段先进和具有国际化特征的流通大市场的一项关键举措。为了推进交易手段逐步现代化，我们以高起点、高标准、高水平的要求，着手建设市场信息化服务体系，并从人、财、物上全力支持。中国东方丝绸市场还配合国家商务部着力做好“中国·盛泽丝绸化纤指数”的发布工作，主动承担起各类基础数据的采集、整理、分析与指数的编制、发布，该指数已于 2007 年 11 月 24 日正式面向全球发布。指数的成功发布，为加强对丝绸化纤行业的信息引导，更好地发挥市场配置资源的基础性作用，促进丝绸化纤行业健康发展起到了积极的作用，并为各级政府制定行业政策和发展规划提供了科学的依据。

为了充分发挥专业市场对纺织产业升级的推动作用，中国东方丝绸市场努力增强管理机制的创新力度，完善服务创新体系，提升市场的服务功能，为广大市场经营户与纺织企业搭建服务平台，打造发展、提升的软环境。近年来，我们充分发挥企业的行会组织——中国东方丝绸市场协会，以及电子商务信息中心、纺织科技中心、外贸咨询服务中心、知识产权服务中心等公共服务平台的作用，对企业实行面对面的服务，增强了为企

业服务的针对性和有效性，有力地提升了企业的整体素质。

加快市场升级建设的步伐，努力营造一个优良的投资交易环境，是中国东方丝绸市场的工作重点之一。近年来，围绕建设中国现代纺织商贸第一城的目标，以每年完成投资额 10 亿元，新建商业建筑面积 20 万平方米的建设速度，着力推进“改造提升传统交易区，建设现代交易区”的市场发展规划的实施。为建设一流的符合现代化要求的市场设施，我们双管齐下，加快市场改造建设的步伐。

为改变以往市场功能较为单一的现状，中国东方丝绸市场集中精力，努力提升市场的业态和档次，通过加大招商力度，发展市场现代服务业，引入国内外知名品牌商、大供应商、大采购商，使市场成为投资创业者的乐园和环境优美、服务配套的采购基地，这对于推动市场发展，加快与国际接轨的进程起到积极作用。已经建成并投入商业运行，位于市场中心区域的东盛步行街，是集商贸、展示、购物、娱乐、美食、休闲、旅游等多种功能于一体的商业项目，目前已吸引了许多国际纺织品买家来此设立采购中心，还引进了肯德基、国美电器、苏宁电器、法国宝姿等一批国际知名品牌入驻。

深圳市海王星辰医药有限公司：

造就现代医药零售领导企业

海王星辰，一个随着 20 世纪 90 年代中国医药零售业兴起而诞生的名字。从 1996 年的第一家社区零售药店开始，海王星辰从无到有，从零星闪烁到星罗棋布，实现了从 1 家到 1800 多家健康连锁药房的嬗变。

中国最具活力的城市深圳，是海王星辰的发源地。20 世纪 90 年代中期，“连锁”的概念注入中国的商业零售领域。1995 年 6 月 28 日，深圳市海王星辰医药有限公司成立，瞄准了空白的中国医药连锁零售领域。

今天，海王星辰在深圳、广州、昆明、成都、上海、杭州、苏州、宁波、大连、潍坊、天津、青岛等众多城市建立了分支机构，目前，全国平均每 20 小时就有一家海王星辰新店开张。截至 2006 年 12 月，海王星辰以 1500 家直营门店，连续多年雄踞中国连锁药店直营门店数排行榜首位，成为了行业地地道道的领跑者。

2007 年 11 月，海王星辰成功登陆美国纽约证券交易所，成为中国内地第一家在纽交所上市的连锁药店。

根据公司“健康+专业+便利”的经营策略，海王星辰经营的商品定位在“大众药品”+“时尚健康商品”，与传统的药房相比，侧重了对非药品商品的发展与拓展。目前公司商品共分为 8 大类，其中 1、2、3 大类是传统药房所经营的药品部分，4 类为保健食品，5 类为个人护理用品，包括脸部、手、足、身体等护理用品；6 类为家庭诊疗用的一些治疗仪以及家用健康产品；7 类为满足社区居民的一些生活便利用品及时尚小食品，8 类主要为一些专柜商品、助销品等。

敞亮的购物环境、丰富的商品选择和专业的顾客服务已经成为海王星辰区别于其他药店的最为显著的特质。而海王星辰为顾客提供专业的服务为顾客提供了良好的购物体验。

1999 年，海王星辰开始推广会员忠诚顾客计划，为会员提供疾病档案、健康刊物、积分换礼和折扣日等优质服务。多年的持之以恒，换来了顾客的忠诚和钟爱，

目前海王星辰全国会员人数已突破七百万人。会员是海王星辰的珍贵财富，海王星辰正不断努力来回馈会员，奉献给会员健康便利的高品质生活。

以“造就中国现代医药零售领导企业”为愿景的海王星辰有着同行无法比拟的企业文化和人力资源平台。截至 2007 年末，海王星辰员工人数 12500 余人，其中女职工占 75%。中专学历员工占 51%，大专以上学历占 40%；目前全国拥有执业药师 820 人。

海王星辰追求和谐的企业氛围，即：善待每一位员工，同员工坦诚地交流，与员工建立平等合作的伙伴，用高质量的培训不断提高员工的就业能力，鼓励创新开拓的精神，营造公平竞争的气氛。不断追求在实现企业价值最大化的同时实现个人价值最大化。

而且，海王星辰倡导建立学习型组织。从新员工的人员培训到专业知识培训到药师培训，从储备店经理培训到合格店经理培训到卓越店经理培训，星辰一个普通的健康顾问一年参加培训的次数不低于 10 次，一个药师参加培训的次数不低于 20 次。为培养出更多优秀干部，公司在开设连锁技术培训班的同时，于 2005 年成立了海王星辰药店管理学院，从门店营运、拓展、配送等方面培养储备干部。公司与深圳职业技术学院合作开办大专班，并奖励学习成绩优秀者学费津贴。

海王星辰采取公平、公开、客观的目标绩效管理方式对每一位员工进行考核，强调内部晋升，保存核心。在职业生涯规划上，营造横向、纵向、混和发展途径，一名普通的员工可以从基层的门店岗位，通过自身的努力，向专业、业务、管理等多方面、多层次发展。公司无论门店区域还是管理团队高层都有从门店员工逐步成长起来的干部。

在技术、设备和设施方面，海王星辰主要经营设施包括长期待摊费用和固定资产。长期待摊费用包括固定资产改良支出（装修）、货架柜台等，固定资产包括少量房屋建筑物、电子设备、机器设备、办公家具、运输设备等，房屋建筑物核算公司持有的两个铺面（用于公司开设药店）和 4 套住宅楼，电子设备包括 PC 机、服务器等 IT 设备，机器设备包括空调、POS 机和磅秤、办公用具包括办公桌、文件柜等，运输设备包括载人载货汽车。

作为零售行业，海王星辰的定位非常准确，个人客户也即城市的居民为其主要客户群，即购买健康产品的个人，范畴非常广泛；另外，还有极少数客户，如：学校、幼儿园、企业、酒店、单体药店、诊所（的采购人员）等。海王星辰的重点客户群体为中青年的女性顾客。公司在规划商品线时特别考虑了这部分顾客的需求，在女性药品、滋补养颜保健品、个人护理美妆品、儿童药品和补品相对较为丰富。