

●蔡星火

发展上海商业的若干问题研究

历史上,上海曾经是全国和远东最大的商业中心。解放以后,在传统的计划经济体制下,由于商业在国民经济中的功能发生了变化,上海商业出现了萎缩。改革开放以来,上海商业虽然有一定的恢复和发展,但是与全市经济、社会发展的需要相比仍然滞后,与全国最大中心城市的地位更不相称。商业是中心城市经济的先行产业,上海要再造经济中心功能,就必须下决心、花大力气来振兴上海商业。

一、上海大力发展商业的意义

1. 大力发展商业是实现经济良性循环的需要。商业,作为流通部门,在社会再生产循环中是个中心环节,它连接生产和消费两端,只有商业发达,流通顺畅,经济才能走上良性循环。在有计划商品经济下,产品分配是通过流通实现的,产品价值和使用价值是通过交换实现的。如果没有发达的商业,流通不畅不但产品价值和使用价值难以实现,而且会生产越多积压越多以致造成浪费。同时,市场信息、科技信息和先进的管理经验也往往随着商品交易而传播,商业越发达,商品流量越多,信息载运量也越大,各经济部门可获得的信息、知识和经验也就越多。这对知识、观念更新,技术、产品更新可以起很大作用。建国40多年经济发展的经验和教训已充分说明,“无商不富”,“无商不活”。上海经济尚未走上良性循环,主要原因之一正在于流通落后。从发展趋势上看,今后竞争日益激烈,只有发展商业、开拓市场、搞活流通,才能把经济发展带动起来。

2. 大力发展商业是调整产业结构,实现要素合理配置的需要。随着改革和开放的深入,我国经济已经形成新的分工格局。根据比较优势原则,90年代上海不能继续走偏重发展工业的老路,应当扬长避短,遵循稳定提高第一产业,积极调整第二产业,大力发展第三产业的方针,大规模地调整产业结构,使要素得到最优配置,从而发挥最佳效能。而在整体调整中,首先应把大力发展商业作为上海经济新的增长点,同时吸纳从工业转移出来的劳动力等要素,支持工业高度化和集约化。

3. 大力发展商业是提高城市经济综合效益的需要。当前,上海发展商业比发展工业可以带来更高的经济效益。这不仅是商业的平均投入产出率(国民收入净增额除以投资额)为工业的2.1倍,平均劳动生产率为工业的1.2倍,中心区单位土地面积平均的营业额为工业产值的10倍以上。更重要的是,商业是城市经济的先导产业。商业的发展可以带动一系列产业的发展。根据1987年上海市投入产出价值模型测算,商业每增加1元投资,全市总产值可增加1.89元,其中附加价值额可达0.65元,居各行业之首。由此可见,大力发展商业是城市经济特别是特大中心城市经济的需要。

4. 大力发展商业是实现战略目标,发挥经济中心功能的需要。国务院批准的《上海经

济发展战略汇报提纲》明确提出，到2000年上海经济发展的战略目标是建成开放型、多功能、产业结构合理、科学技术先进的社会主义现代化城市，建成全国最大的贸易中心。实现这个目标，必须大力发展商业。因为商业集散能力的增强，是中心城市发展的基础。只有商业发展了，商品、资金才会随着客商一起源源流入，从而牵动金融、外贸、信息、储运、房地产、饮食服务、旅游、文化娱乐等各个行业的兴起，提高城市综合服务功能，形成“万商云集”、“近悦远来”的局面。同时，也只有大力发展商业，才能充分发挥经济中心城市的商品集散、价格引导和信息传递的功能，增强城市集聚和辐射能力。

5. 大力发展商业是为全国作出更大贡献的需要。发展上海商业，不仅是为上海本身，而且是为全国，首先是为长江流域提供一个大市场，以促进全国各地经济的发展。目前各地商品在上海集散已有一定数量，随着商业发展，市场搞活，流通扩大，集散功能将进一步提高，上海将为全国提供一个最大规模、最活跃的市场。各地不仅可以通过上海市场进行商品交易，而且可以从上海市场获得资源和信息，这对于全国现代化建设无疑是个巨大的贡献。

二、上海发展商业的指导思想

1. 上海发展商业必须以大商业、大流通、大市场为指导。所谓大商业一是指商业社会化，使商业摆脱狭隘部门所有界限；二是指商业范围应逐步扩大，不但包括国内消费品贸易、饮食、服务、旅游，还应逐渐与对外贸易和物资贸易融合。所谓大流通是指不受地区、部门、行业、企业形式和经营范围限制，在宏观计划指导下，在全国范围内组织大规模自由流通。所谓大市场，是指地区市场对外延伸，建立全国统一市场和国内外市场相互兼容。这一指导思想的核心是上海商业发展应致力于扩大流通范围、扩大流通市场和扩大流通规模。既要使上海成为万商云集最大商品集散市场，又要让上海商业走向全国、走上国际市场。

2. 上海发展商业必须立足于现代化。上海商业发展的目标，是在本世纪末重新确立全国最大贸易中心的地位，在下个世纪20年代，建成太平洋西岸贸易中心之一。据此，上海商业的建设必须面向全国、面向世界、面向21世纪，必须体现全国性、国际性和超前性。要达此目标，不仅要努力实现商业设施现代化，而且要实现管理现代化、服务现代化和整个流通体系现代化。只有一流的设施、一流的管理、一流的服务和高效、通畅、灵活的流通体系，才有可能服务全国，面向世界。

3. 上海发展商业必须以提高城市综合功能为宗旨。中心城市的综合功能主要表现在通过生产、流通、消费、科技、文化、信息、人才、管理等方面的交换、交流活动，发挥城市的集聚、扩散和媒介作用，引导和促进周边地区乃至整个国家经济、社会发展。因此上海商业必须在扩大商品交易的同时，大力发展信息传递和综合服务，促进科技、文化、人才、管理诸方面的交流，以引导和推动上海经济、社会各部门协调发展，进而更好地为全国服务。

4. 上海发展商业必须与产业结构调整 and 布局相结合。大力发展商业的根本目的在于促进生产和实现要素合理配置，从而振兴上海经济。因此，上海商业的发展必须与产业结构调整 and 布局密切结合。其要求有三：一是商业发展必须根据全市产业结构调整的总体要求制定合理的发展规划；二是商业发展必须重视产业之间及商业内部在结构调整过程中的要素转换；三是商业要根据城市整体布局，合理安排商业街区和网络分布。

5. 上海商业发展必须以改革开放为基点。在商业发展的诸多约束中，最大的莫过于体制约束；在商业发展的潜力中，最大的同样莫过于改革开放。上海必须清醒地认识到，只有加

快改革开放，上海商业才有可能较快、较大地发展。

三、上海商业发展的主要目标

2000年要把上海建成全国最大的商业中心，使商业成为上海重要的支柱产业。

商业中心一般是指商业机构和商业活动相当集中、繁荣，对周边地区乃至全国商品流通和商务活动能产生巨大影响，具有商品集散、价格导向和信息传递三大功能。而支柱产业是要求商业成为国民经济的重要支撑部门，不但在整个国民收入、财政收入和吸收就业中占有相当大的比重，而且对其他产业部门产生重大连锁和带动作用。为此，今后10年上海商业应努力建设一个大规模、高效率、高效益、现代化的商业体系。在此总的发展方向下，逐步建成商品交易中心、物资流通中心、市场信息中心和购物服务中心。

商品交易中心。按照“统一规划、合理布局、综合开发、配套建设”的原则，大力发展大吞大吐的批发商业，组建开放式、多功能、综合性、现代化、新格局、配套全的大型批发交易中心和商贸中心，发展中央级的现货交易和期货交易兼备、地区级的现货为主补货交易市场及一批初级交易市场。使上海成为万商云集、近悦远来的全国商流量最大的交易中心。

物资流通中心。新建和扩建若干有铁路专用线和专用码头，水陆联运、大型现代化的物流配送中心，使物流与商流的辐射力相辅相成。加速物流设施技术改造，逐步运用电脑控制指挥。根据公路建设情况，加强在直径三、五百公里范围内的公路直达运输，达到商品发运快、在途时间短、商品损耗少的目标，成为全国集散能力最强的物流中心。

市场信息中心。健全信息网络机构，开发软件，实行现代化管理，形成纵横畅通、连接国内外市场的商情信息中心。并在商业各行业、专业批发公司和交易中心、大型商场发展信息机构，配备信息人员，加强计算机建设，制订一套科学的搜集、整理、分析、传递、反馈、应用的工作程序，及时领先地向全国发布市场行情和经济信息，为上海和全国的商品交易及其他经济活动服务。

购物服务中心。要以改造“四街一场”及一批名店、大店为中心，重点开发张杨路、新客站、徐家汇、静安寺；改造25个各行业齐全、大中小配套的区级商业服务中心和一批郊县中心，发展特色商业服务街区和一批集购物、娱乐服务于体的多功能设施。改善购物环境，发展现代经营，提高服务质量，形成环境优雅，精品荟萃，功能齐全，服务上乘，适应全方位开放、多层次消费需要的市、区、县三级购物服务网。

四、上海商业发展的条件及对策

上海当前发展商业已占有天时、地利、人和之优势。首先，上海经济发展正处于转折时期，产业结构将进行大规模调整，市委、市政府十分重视商业发展，对商业逐步采取扶植的政策和措施。其次，上海地理位置优越，交通通讯相对发达，内外联系广泛，加上开发开放浦东的因素，极有利于发展商业。再次，重工轻商的思想观念已有明显转变，发展大商业、大流通、大市场的认识趋向统一。同时，上海商业规模较大、行业齐全、人才和经营管理都有一定基础，与国内其他地区相比，相对发达。但是比照商业中心的要求，物质条件还有很大差距，资金严重不足，商业体制、企业机制和政策环境的约束比较严重。具体说来，上海商业发展存在以下主要难点：

1. 资金不足。按历年来上海商业投资与商业增加值之间的关系初步匡算，90年代上海商业

要实现发展目标,需要投入建设资金160亿元左右。但是按照目前上海商业的积累率水平推算,10年中能够筹集到的商业建设资金仅100亿元左右,缺口达40~60亿元。

2. 商业运行机制存在七个不适应。一是企业职责不清,不适应自主经营、自负盈亏和自主发展;二是缺乏市场观念、竞争意识、效益意识,不适应有计划商品经济发展的需要;三是传统的经营方式,不适应多元化、多层次、高效率服务的需要;四是以收购和分配为特征的组织形式,不适应以竞销为重点的市场环境;五是以“大锅饭”、“铁饭碗”为特征的分配制度和用工制度,不适应激发职工积极性和搞活单体;六是价格和经营范围限制过严,不适应搞活经营、搞活流通的需要;七是企业负担过重,不适应自我改造和自我发展。

3. 市场发育不全。主要表现在市场分割,限制过多,范围狭窄和法规不健全,竞争不规范。当前比较突出的问题是整个流通秩序比较混乱,反映在市场上主要存在“四不统一”,即政策不统一,竞争条件不统一,价格管理不统一,商品质量管理不统一。以及缺乏协调、指导和规划。这不利于企业平等竞争,严重影响商品正常交易,约束了流通的扩大。

4. 商业人才缺乏。商业发展的内在依据是商业内部素质的提高,而高水平的素质,核心是要有高质量职工队伍,尤其需要懂现代化管理的人才以及各种专业人才。目前上海商业特别缺少的有四种人才:一是中高级管理人才;二是市场管理人才;三是有特殊技艺的技师;四是计算机的运用和管理人才。从某种意义上来说,上海商业实现现代化,主要忧患是人才不足。

为加快上海商业发展,实现上海商业发展目标,拟采取以下措施:

第一,多渠道筹资,增加商业投入,提高投资效益。

商业发展所需巨额资金,除商业自身改善经营,提高效益,增加收入,留足发展基金,增加积累而外,可采取如下几个办法,多渠道筹集资金。

(1) 充分用足、用好现有财税政策。这包括提足商业网点基金,用足税前还贷政策,用好固定资产折旧资金,用足商店铺面翻修改造费用可计入流通费用政策和用好企业税利承包政策,以尽可能多地从商业企业内部挖掘资金潜力。

(2) 发展股份制试点和发行商业债券。目前上海商业股份制企业只有2家,债券还是空白。实际上,豫园商场、新世界贸易股份有限公司实行股份制是成功的。因此,可选择几个名店、大店或公司继续实行股份制试点;还可以选择几个新办项目,进行筹股投资,或者发行债券,广泛筹集资金。

(3) 采取灵活政策,吸引外地投资。其方式大致有:一是排出一批项目,以招标方式吸引外地投资;二是根据城市布局调整,产业置换规划,划定一二个街区广泛招商,建设地方特色街;三是争取中央各部委合资、合作,搞一些有影响的全国性项目建设。吸引外地投资关键是政策。今后要充分利用浦东新区的政策。浦西虽有市口优势,但是在土地租金和其他税费上也需有一定优惠,使其投资成本不高于本市商业,所得税可按一定比例返回,投资盘子由上海解决。银行应适当帮助融资。

(4) 充分利用开发开放浦东机会吸引外商投资。除允许外商投资试办零售商业外,还要允许投资办服务性企业和商办工业。大项目可发行B种股票,让外商参股。有些技术性较强的服务项目还可采取设备租赁等多种形式以吸引外资、外技。

(5) 政府在财税上需给予商业改造建设一定支持。这包括:一是对商业政策性储备的利息负担予以适当补偿;二是适当提高折旧和大修理资金提存率,增加部分作为商业网点和

流通基础设施的建设基金，免交“两金”；三是用银行贷款新建的大中型商业网点和流通基础设施，在还款期内，企业新增利税允许用于还贷；四是免去调节税。财税政策上给予商业支持，便能增强部分积累能力，对商业发展有利，于全市长期利益也有利。

(6) 合理配置资金。商业资金问题，除了多渠道广泛筹集之外，还应打破地域分割、部门分割，克服分散，合理配置，保证重点。可采取的措施：一是市主管部门根据长期规划，制订近期投资计划，突出重点，行政上给予指导，政策上给予引导；二是在企业组织上大力发展联合企业或企业集团，摆脱地区和部门束缚，并加以支持，使其成为投资主要主体和投资方向的导向力量；三是财税、信贷政策应向重点倾斜，用经济杠杆引导资金流向；四是市财贸办集中的商业网点基金由直接用于项目投资改为对重点项目投资贴息。五是改变商业税收属地化的办法，实行营业税属地、所得税按投资主体隶属关系上交，以清除区、县之间相互投资的障碍。此外，还可允许地区、部门间商业资金相互借贷。

第二，调整、发展批发体系，建设流通市场。

(1) 调整和发展批发组织体系。目前，上海工业品批发机构和农副产品采购供应机构计有上千家，基本与目前的小商业、小市场相适应，国营商业的专业化设置也较合理。现在存在的问题主要是多渠道批发以后，商工及各业间的关系没有理顺，内外关系没理顺，大型的具有很强竞争力的批发公司没形成。这一现状对批发业的发展制约很大，更不适应于今后大市场的竞争。解决这些现存问题，主要是通过调整、改组，提高商业组织化程度。具体地说，要按照商品流通的需要，打破部门界限、地区界限进行横向调整、改组、联合，即批批之间、批零之间、商工之间可以调整、合并、联合；商贸之间、地区之间可以横向联合，组建若干功能完备、经营灵活的大型批发集团、跨地区集团，在条件成熟时建立一二个综合商社，参加国际竞争。商工之间可以按照经营商品的特点有的以商为主，有的以工为主，或者资金相互渗透。商贸之间和地区之间主要是资金相互渗透。形式上可以有松有紧，先松后紧，但必须着手试办一两家合伙公司、控股公司。提高组织化程度不是所有批发企业都要大型化。虽然现代贸易的发展，批发企业正走向集中化和集团化，但是仍然需要大中小结构适当，功能大小有序，网络布局合理，上海批发组织结构的调整就是为了建立一个以国营大型批发集团(公司)为主导的，多成份、多层次的批发组织体系。

(2) 发展大批发、大流通，需要把上海建成全国最大的交易市场。其建设包括两个方面：一是“硬件”，如场所设施等；二是“软件”，如交易制度、管理体制、法规等。上海目前已有100多个农产品交易市场，还有10余个日用工业品、物资贸易中心，但基本是低级市场，规模小，不健全，不规范，因此，作用还不明显。当前，应着手做两件事：一是按照现阶段和今后发展需要，交易市场大、中、小结合，专业市场与综合市场结合，对全市农产品交易市场、日用工业品和物资交易市场进行全面规划，合理布局。对现有贸易中心、交易市场进行调整提高，有的则应转移、拆并。二是按照已有规划，着手设计建立大型批发中心。这种中心应以批发交易为主，集展销和各种服务等多种功能于一体。其模式应是个有组织、有限制性的规范化批发市场。所谓有组织的批发市场，是指由政府开设的服务性而非经营性的批发市场。政府作为批发市场开办者，可以平等对待所有申请进入批发市场的经营者，由于自身不经营，避免排他性，可以保证批发市场内所有经营者在同等条件下公平竞争，从而保证批发市场的公正性。所谓限制性的批发市场，是指进入批发市场交易的经营者，按照法律规定向政府申请并经政府审批。确保交易者合格性，从而保证建立正常的市场秩序，

有助于逐步形成相对稳定的交换关系，保证和提高交易者素质，维护商业信誉。所谓规范化的批发市场，是指尊重价值规律、遵循通用的交易原则的批发市场。因此，需尽快制定市场法规，在计划经济与市场调节相结合指导下，参照国际通用交易原则，制定批发交易规则。与此同时，继续深化价格改革，凡上市交易商品，都应实行价格放开，让商品价格在竞争中形成。国家则采取多种手段并用加以调节。需要储备商品，可委托国营企业购销，政策上给予支持。指令性计划商品则不上市交易。除此而外，还应根据需要相应建立市场管理机构、交易代理和中介机构。

第三，转变企业机制。

国营商业企业目前基本上仍执行适应计划经济体制的企业制度，因此，在有计划商品经济条件下明显缺乏活力。必须通过企业制度改革，逐步使企业成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的法人。当前，应重点抓两个方面的改革。

(1) 抓紧企业内部改革。为适应国家计划调控的市场竞争，企业必须通过改革建立五种新的机制：一是企业自主决策机制。实行分权管理，分层决策，企业在拥有投资、生产、分配等自主权的前提下，建立民主化、科学化决策程序。二是动力机制。实行工效挂钩、自主按劳分配，物质鼓励与精神鼓励结合、奖惩结合的激励机制。三是竞争机制。企业自主用工，优化组合，自主分配，拉开差距，形成企业内部竞争机制。四是发展机制。理顺企业与国家分配关系，诱导企业发展欲望，明确资产增值责任，鼓励企业自我积累和尊重知识、尊重人才，形成企业自我发展机制。五是约束机制。通过利益差异、规章制度、经营风险和监督检查，形成企业自我约束机制。而五个新机制的形成，必须进行一系列企业内部改革，包括领导体制上坚持以经理负责制为中心，充分发挥党委、职代会作用的三位一体的分工负责制；人事制度上坚持干部聘任制，推行全员劳动合同制和实行劳动力优化组合，打破“铁饭碗”；职工分配制度上，实行企业自主分配，职工按劳取酬，适当拉开差距，取消平均主义；财务管理上严格财务制度，严肃法纪；业务管理上坚持要素合理配置，推行岗位责任制；经营上要扩大范围，采取多种经营方式。

(2) 综合部门的配套改革与支持。商业企业机制转换所进行的企业制度改革不仅仅涉及商业企业内部制度，更重要的是涉及到代表政府的各综合管理部门的管理制度。因此，如果没有综合部门的配套改革与支持，企业改革是难以进行的。就当前遇到的几方面问题看，在财税上，要在财政可以承受的前提下给予企业支持；在价格管理上，凡国家定价以外的商品应确实放给企业自定，物价管理部门加以引导；在劳动工资上，除了把用工和内部分配权放给企业外，要抓紧社会保障体系改革，以解除企业后顾之忧；在经营范围上，工商行政管理部门要放宽限制；在对外经济上，外经贸管理部门要支持商业企业逐步扩大对外经营权，并鼓励搞商贸结合。此外，银行和房地产管理部门应支持商业技术改造和重点项目建设。

第四，改革商业管理体制。

商业管理体制一定要与商业发展相适应。当前，上海商业管理机构、职能和管理方法都存在一些弊端，已经阻碍上海全社会商业的进一步发展。根据建立商业中心目标的要求，今后上海商业管理体制改革需有利于统一规划、统一政策，有利于搞活流通、搞活企业。

(1) 建立统一管理机构。按照大商业、大流通的要求，商业管理应包括内外贸、物资、粮食仓储及餐饮服务等部门。我国解放初期基本如此，由贸易部统管。后来随着经济发展和计划体制确立，管理体制起了变化，目前分商业、外贸、物资三部。今后发展趋势应是

重新合一，但这要有个过程。现在问题是商业法定管理的范围仍然没有统管起来，就上海看，商业管理部门实际上只管市区国、合商业和部分集体商业，其他社会商业，如工办商、农办商、个体私营商基本没有管，郊县商业也很少管。根源在于政企不分，部门管理变成部门所有乃至块块所有（指区县），相互之间产生亲疏关系、排斥关系。商业主管部门统一管理既有困难，也存在维护本部门利益的局限性，不排除这种亲亲疏疏、政出多门，上海商业就难有大的发展，也谈不上大商业、大流通、大市场了。为此，上海需着手建立统一管理全社会商业的机构，即将现在的市财贸办改为商业委员会，管理全社会的商业，当前可先包括全社会国内生活资料交易、部分农业生产资料交易及餐饮服务业和旅游业，以做到统一领导，统一管理，统筹规划，统一政策，但不划转行政和经济隶属关系。

（2）转变管理职能。商委既要管理全社会商业，又不改变隶属关系，唯一的出路只有转变职能，改变管理方法。统一管理并不是统一调度和直接管理人、财、物、供、产、销，而是要在保证企业经营管理自主权、搞活流通的前提下，制定统一商业政策和法规，建立统一的市场规则，提供优质服务，为企业竞争创造一个平等的市场环境，以有利于建立“三多一少”的商品流通体制。因此，商委的职能主要有：一是统筹规划，即研究和制定商品购销政策，商业发展战略和规划，确定流通规模及市场结构，编制商业计划并加以贯彻、协调和监督；二是建立规范，即拟订商业法规，商业改革方案并组织实施和监督，建立商品经营规范及有关市场管理的规章制度；三是协调指导，即协调各条、各块、各种所有制商业发展和各种经济关系，协同有关部门运用各种手段调节市场供求，对全社会商业活动进行指导；四是监督服务，即依据法规监督市场主体交易行为，维护市场秩序，审核各类商业必备条件、商业网点布局以及经营范围，以作为工商行政管理部门批准登记的依据，为全社会商业提供法律咨询、政策咨询、市场信息和技术服务，搞好教育培训，提高全体商业职工素质。

（3）改变管理方法。从上述商委的职能看，今后管理方法应从过去以行政手段为主转变为法律手段、经济手段、计划与行政手段等多种手段并用。首先，要运用法律手段。以法治商是社会主义有计划商品经济商业管理的基本特征和要求，只有健全商业法规，才有市场公平交易的标准，管理、监督、协调才具有合理性和权威性。今后需要加强商业法规的制定和实施，严格执法。其次，要运用经济手段。经济手段是商业由直接管理向间接管理转变的重要手段。商委主要是协同有关职能部门正确运用财税、信贷等经济杠杆，以调整利益关系，并要掌握一定数量的市场调节基金，用于平抑物价，调节供求，还可以实行经济性奖惩办法。再次，要运用计划与行政手段。社会主义商品流通是有计划的商品流通，客观上需要统一计划和强化计划管理职能，因此仍需要运用计划和行政手段来统管全社会商业。它一般应在宏观计划执行受到阻碍，而法律和经济手段难以调节的情况下，或者在特殊时期、特殊领域里，为了保证经济、社会稳定，采用行政命令。此外，社会主义制度下精神文明建设作用巨大，因而如企业等级评定、文明经商、评先进等有组织的行政活动也是管理手段之一。

第五，大力培养商业人才。

要根据商业发展和现代化的需要，有计划地培养大批思想作风好、富有开拓精神、懂得现代管理的高级管理人才和适合不同层次需要的专业人才，培养一大批学有专长的工人技师。培养人才计划应与商业“八五”、“九五”发展规划相衔接，高级人才需求还应与高等院校招生、教育计划相衔接。培养人才需建立专门机构，即商委及各局、公司和大企业都要有培训中心或教育管理机构。培养人才也可采取多种形式、多条渠道。