



本报讯(记者 刘文旭)8月29日,在“兴商贸 通天下——中原商贸批发业高峰论坛”上,郑州鸿盛商贸有限公司董事长侯世安多次提到采博城“用三年培养2000个老板”计划。这个计划指侯世安决定从大学毕业生和退伍军人里面,在全国招2000个人,直接把他

们放在采博城商铺老板的位置上,采博城有一个全程跟踪队伍,专门给这些人上课、培训,教他们做生意,争取不让一个人掉队。在3年的培训期内,有严格的管理措施,上货、进货、库存、价格都采用计算机调度,由采博城市场来决定。落实这个计划,侯世安估算

了一下,大概要投入1.5亿元(房子租赁费也要免3年)。如果他们个个都成了老板,都能在采博城继续开创自己的事业,在他们的影响和带动下,对于提高商户经营者的整体素质,创造和认同郑州鸿盛商贸有限公司的企业文化,提高采博城的社会影响,都具有很大的意义。

专题报道

中原商贸批发业向何处去

政、商、学界代表共寻郑州商业崛起路径

本报记者 马晓鹏 刘文旭/文 李炎 唐强/图

编者按：

《兴商贸 通天下——中原商贸批发业高峰论坛》上周六召开,时机把握极其精准,目标指向非常明确。

当天晚上中央十套的知名栏目《探索·发现》正在播出描绘河南巨变的大型系列片《商之都》,当电视中出现了河南财经学院史璞教授纵论二七商战的镜头时候,记者马上联系史璞教授,这个上午才参加论坛并纵论天下的知名学者却异常冷静地说：“商之都要发力了。”

在论坛上,市领导掷地有声地表示“郑州是最有条件做商业批发和零售的地方”,可谓振聋发聩。

全国其它城市对专业批发市场的整合、提升也在催促郑州加快步伐。重庆正计划打造5个百亿市场群;天津投入30亿元对滨海新区专业市场项目进行支持;武汉市投资建设国内最大的国际商品交易中心……

专家提醒,当郑州商贸批发行业依然在低端水平恶斗不止的时候,众多城市却在悄然发力,值得我们警惕和警醒。尤其是批发市场作为一个商业业态的存在,曾经有过辉煌的时期,如今遇到了发展的瓶颈,这让许多批发市场的经营者感到困惑。

市场研究者何宏剑提醒,市场经济条件下进行经营,就如同逆水行舟,不进则退,不进则衰,适时地对各自所处的批发市场进行升级改造,才是不断发展进步的动力,是保持领先地位的有效途径。

在此论坛上,“义乌模式”成为商界和学界思想激烈交锋和碰撞的一个交集。

纵观义乌的发展之路,可以说“一无所有”和“没有外力可借”才造成了义乌的背水一战和绝地反击,义乌后来的发展模式被称为“违背”经济学规律不是没有道理。

全盘复制不可能,因为郑州的既有优势显然更明显;没有借鉴的地方也不可能,显然义乌的奇迹背后是人的因素起着决定性的作用。

郑州作为以商贸定位的城市,商贸批发业一直是郑州经济发展中一支重要的力量,在这里产生过闻名全国的“商战”,在这里蕴藏着巨大的商机和活力。兴商贸 通天下,中原商贸批发业既有着辉煌的过去和现在,更大的程度还承载着如何发展如何壮大的重任。

既要奋勇前进,更要冷静思考。管理部门如何科学地规划和布局,企业和商家如何定位和实施,无论是从战略思维上还是实践发展中,都需要我们能够总结经验,提高认识,少走弯路,稳健发展。

可以说,郑州商贸批发业迸发出来的强劲发展动力成为我们保增长的强大动力,在这个时候举办这个论坛,可以说恰逢其时。

业内有一份调查称,以郑州为中心,6小时车程的范围内,有6亿人口,该区域小商品市场的流通总量占据了国内市场70%的份额。还有一种说法是,每一个义乌小商品经营者所拥有的客户群中,至少有7个是北方市场的。如此巨大的市场,郑州的批发市场和商业发展的前途可以说得天独厚。

白头鹰是美国的一个象征,好像俄罗斯的双头鹰一样。白头鹰到了40岁的时候,要把鹰嘴在石头上碰断,然后开始重新长出一个新的,生命从新开始,过不了这一关的白头鹰只有死亡。

白头鹰的这个自我更新的方式被很多经济学家引用,成为了一种自我“升级模式”。

义乌市场经过四次升级,才有了现在凤凰涅槃后的浴火重生。

郑州的商贸批发业要想成为这只白头鹰,要想实现兴商贸 通天下的梦想,需要智慧,需要手段。一切都在路上。



薛云伟(郑州市人民政府副市长 郑州市贸促会会长)

以商兴贸 问鼎世界

郑州作为商贸中心,在我国的中西部居于前列,但是跟宏大的事业和未来的发展以及整个经济增长需求还有很大的差距。第一,缺乏大型商场,郑州最大的商场不到十万平方米;第二,郑州缺乏大型的商业企业,没有年销售收入100亿元以上的企业;第三,这个城市缺乏一线国际品牌,主要是消费水平不足以支撑;第四,郑州是最有条件做商业批发和零售的地方,也是我们国家最重要的生产资料、生活资料消费批发的中心,但却没有哪一

个批发市场年销售达到一百亿或二百亿元的。商贸城是未来郑州加快发展的一个重要的基础性的支撑点。市委、市政府下一步将加强商贸城的地位:第一,聘请国际顶级的设计公司来进行大的规划;第二,出台商贸政策,从今年开始,政府拿出五千万作为扶持商业发展的专项资金;第三,在未来五到十年,郑州要培育一批年销售收入一百亿元的大型商贸企业;第四,通过引进的方式,建成一批大型的商业设施;第五,引进一批国际一流

品牌,并对引进品牌给予政策扶持。现在郑州的商品,绝不仅仅是服务本市、河南市场,更要服务周边省份的公众,在长三角、珠三角产业转移的趋势下,最近五到十年,从沿海区域向内地转移。郑州做好准备了吗?郑州的商贸业要有勇气和世界一流品牌和企业对话,在这个时候引入也恰逢其时;第六,打造一大批商业批发市场,在汽车、建材、消费品领域,郑州是最重要的物流中心,要对目前的商业批发市场进行梳理,打造年收入一百亿、二百亿元的市场。



张慧玉(河南省商业行业协会会长)

朱是西(二七区委书记)

加快市场升级步伐



一个地区经济的发展和商贸业、批发市场密不可分,但根据当前全国乃至全球经济发展形势来看,郑州市商贸业发展还

需要加快步伐并且还需要政府的支持。二七区是商贸中心区,要把它打造成商贸强区,把现在的商贸业做大做强,应该做到:第一,做好商贸业的发展规划;第二,制订落实促进商贸业发展的政策;第三,营造一个文明经营、诚信经营的良好环境;第四,建立服务商贸业发展的服务体系;第五,加快市场升级改造的步伐,创新市场模式;第六,实现以商促工,以工兴商,工商一体的发展路子;第七,振兴郑州的商贸业,必须要创造出郑州的商贸业品牌,要提升郑州商贸业的品牌力、辐射力、商业的文化力;第八,还要培养郑州市商贸业发展的人才。

郑州市商贸业发展前途是光明的,潜力是巨大的,因为郑州有很好的区位优势和文化优势。

杜钟远(郑州市贸促会秘书长)

在发展中调整布局

对城市商贸业发展来讲,在全国在全球范围内的交流才能称之为贸易。郑州市商贸城的口号虽然提了十几年,但就目前来讲,打造郑州市现代化的商贸城,还仅仅停留在口号上。从全国来看,郑州市是知名的商贸城,政府主导,市场推动很重要,郑州商贸城的定位和义乌不一样,和广州不一样,郑州最大的区位优势就是交通方便,物流流向应该发挥区域性的作用,近期目标是打造郑州市作为中原地区的商贸中心,按照这样的口号,政府持之以恒,市场企业家参与,建立一个有效的机制,大家共同推进才能够把这个商贸城打造起来,最后使其走向现代化甚至国际化。



在政府支持下做强本土市场



郑州商贸行业的发展,无论是零售还是批发,都为繁荣市场、满足需求、上缴税金、满足就业等方面做出了独特的贡献。

郑州商业的航空母舰比较少,本土商贸企业太弱,这有多种原因:第一,郑州商贸业没有抓住机遇;第二,河南商贸企业小、散,没有形成合力;第三,政府要给一些宽松的政策,传统的批发业比较多,随着市场经济的发展,批发市场应该升级换代。

为什么义乌如此繁荣?因为义乌供应商都是前店后作。郑州市得天独厚的区位和交通优势,从政府到各个部门,包括企业自身都要反思如何促进商贸行业的发展。河南要有自己优势的本地产品,例如,河南女裤占全国销量的70%,二七区裤业又占郑州市的70%,但是宣传力度不够。批发市场的功能在传递信息、满足需求、调整市场、规范交易、改善经营状况等方面都发挥了非常重要的作用,所以,郑州商贸业要做好,还要根据自身的特点升级批发市场。

史璞(河南财经学院教授)

建新型、有特色的批发市场

目前郑州商业的问题,是缺乏大规模的零售百货业。郑州商业发展到今天,有以下几个要点:首先,郑州商业提升了整个郑州市乃至河南人的思想观念;其次,提升了商业服务水准,亚细亚到目前为止都被称之为商业发展的里程碑,当年它的风采很少有人超过,还提升了郑州人的生活水准。

传统批发业历史使命已经完成,必须有新型的批发业,应根据郑州市在河南省在全国的社会地位和经济地位来设计一个既符合国家发展、符合省情、市情的批发市场,才是郑州市批发业唯一的出路。为什么郑州市批发业这么多年没有做好?第一,批发市场的定位,传统的批发市场的管理者主要是收租金,缺少经验意识;第二,批发市场的经营模式、管理模式、盈利模式都必须提升。(下转第十版)

