

重庆市高等学校“三特行动计划”建设项目（贸易经济特色专业）资助成果

网络零售学

教程

沈红兵 主编



西南财经大学出版社

重庆市高等学校“三特行动计划”建设项目（贸易经济特色专业）资助成果

网络零售学

教程

沈红兵 主编



西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络零售学教程/沈红兵主编. —成都:西南财经大学出版社,
2017. 1

ISBN 978 - 7 - 5504 - 2778 - 5

I. ①网… II. ①沈… III. ①网上销售—零售—高等学校—
教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 315092 号

网络零售学教程

沈红兵 主编

责任编辑:李筱

封面设计:墨创文化

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookej.com
电子邮件	bookej@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	四川五洲彩印有限责任公司
成品尺寸	185mm × 260mm
印 张	8.75
字 数	190 千字
版 次	2017 年 1 月第 1 版
印 次	2017 年 1 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 2778 - 5
定 价	21.80 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

前言

电子商务是人类商业发展史上一次新的革命，是现代商业中影响最广泛、渗透最有力、发展最迅猛、创新最突出、前景最广阔的一种商业形态。

在2014年召开的中国电子商务大会上，商务部发布的《中国电子商务报告(2013)》数据显示，我国电子商务持续快速发展，交易总额突破10万亿元，同比增长26.8%。其中，网络零售交易额超过1.85万亿元，同比增长41.2%，占社会消费品零售总额的比重达7.8%。网络零售交易总额占社会消费品零售总额比重由2008年的1.2%上升到2013年的7.8%，我国的网络零售市场超过美国成为全球最大的网络零售市场。

从亚当·斯密、大卫·李嘉图的古典经济学，到阿尔弗雷德·马歇尔的剑桥学派、马克思主义经济学，再到梅纳德·凯恩斯的宏观经济学、米尔顿·弗里德曼的芝加哥经济学派等，无数经济学先贤们围绕资源的高效配置这个核心问题提出了各式各样的理论体系。他们对生产与扩大再生产涉及的生产、分流、分配、消费四个环节受时间与空间的限制提出了一些解决思路，如完全信息博弈假说、有效市场假说等以及模糊预测模型、神经网络预测模型、灰色预测模型等，以解决在时空限制下的资源有效配置问题。这些预测模型所依赖的数据来源的有限性、片断性、时滞性、非结构性，使得预测很难与实际发展相符。面对工具的有限性，先贤们更多的是无奈。实现资源的高效配置成为一个可想而不可及的梦。

互联网特别是移动互联网和云计算有效地突破了时空的限制，Anytime（任何时间）、Anything（任何物品）、Anyone（任何人）、Anywhere（任何地点）、Anyhow（任何方式）的生产、流通、分配、消费的“5A”理论成为实现资源要素最有效配置的终极追求和梦想。突破制约预测准确性的数据来源的片断性、时滞性、非结构化、非自动获取等数据障碍，在不遗漏哪怕是最微小数据的前提下，实现了完全大数据下的精确预测，为资源的高效配置增添了前所未有的利器，并由此诞生了一种新的基于电子商务交易机理与大数据预测的经济学理论体系。

2015年3月5日，十二届全国人大三次会议上，李克强总理在政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划，一时间成为全民热词。李克强在政府工作报告中提出，制订“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造

业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场，“互联网+”代表着一种新的经济形态，充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用。2015年7月4日，国务院发布《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，意味着国家从顶层设计上明确了创新创业、协同制造、现代农业、电子商务等11个引领着未来新业态发展方向的重点行动领域。将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中，提高实体经济的创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。商务部于2015年5月15日发布《“互联网+流通”行动计划》，提出在农村电商、线上线下融合以及跨境电商等方面创新流通方式，释放消费潜力，并在未来一至二年内，培育200个电子商务进农村综合示范县，创建60个国家级电子商务示范基地，培育150家国家级电子商务示范企业，推动建设100个电子商务海外仓，指导地方建设50个电子商务人才培训基地。

重庆作为西部唯一的直辖市、长江上游的经济中心、国家“一带一路”战略的重要支点，积极利用跨境电子商务国家试点城市等区位、产业基础与各类政策优势，积极发展跨境电子商务，使之成为转变经济增长方式、实现产业转型升级的重要突破口。2015年以来，重庆市电子商务继续保持着强劲的增长态势。

重庆工商大学是我国从事商贸流通领域研究与教学的重要基地，改革开放后恢复建校至今，为我国培养了大批商贸流通领域的骨干人才，形成了一批重要的理论成果。如果说重庆工商大学过去为中国传统商贸流通领域的发展培养了大批合格人才，那么，今天，我们也为培养更多的适应网络经济时代网络零售发展要求的专业人才做好了准备。

总之，以加快推进电子商务新业态发展为突破口，实现我国经济社会在新常态下又好又快发展，实现伟大的中国梦，为“十二五”完美收官和“十三五”顺利开局奠定良好基础，是我们义不容辞的责任和使命。

沈红兵

2016年10月

目 录

第一章 网络零售学概述	(1)
第一节 网络零售学及其研究对象	(1)
第二节 网络零售学理论体系	(5)
第三节 网络零售学研究方法	(7)
第二章 网络零售业态	(9)
第一节 零售业态	(9)
第二节 网络零售业态类型	(11)
第三节 全渠道零售	(15)
第三章 网络零售平台	(20)
第一节 网络零售平台概述	(20)
第二节 网络零售产业发展	(24)
第三节 中国主要网络零售平台	(31)
第四章 网络零售平台开店	(46)
第一节 网上开店概述	(46)
第二节 网店经营与管理	(49)
第五章 移动电子商务	(53)
第一节 移动网络零售模式	(53)
第二节 移动支付的发展	(57)
第三节 移动网络零售营销策略	(60)
第六章 跨境电子商务	(65)
第一节 跨境电子商务的发展	(65)
第二节 跨境电子商务分类及主要企业	(69)
第三节 跨境电子商务主要障碍及应对措施	(71)

第七章 网络零售支付与结算	(76)
第一节 网络零售支付与结算发展	(76)
第二节 网上银行	(79)
第三节 第三方支付	(84)
第八章 网络零售交易规则	(87)
第一节 网络零售交易规则	(87)
第二节 网络零售平台网规	(89)
第三节 网络零售监管	(94)
第九章 网络零售主要工具软件	(101)
第一节 网络零售平台建站工具软件	(101)
第二节 图像处理工具软件与应用	(102)
第三节 IM 工具软件与应用	(103)
第四节 CRM 工具软件与应用	(105)
第五节 APP 开发工具软件与应用	(106)
第十章 传统商贸企业转型电子商务	(109)
第一节 传统商贸企业转型电子商务现状	(109)
第二节 传统商贸企业转型电子商务策略	(111)
第十一章 O2O 智慧商圈	(119)
第一节 传统商圈	(119)
第二节 O2O 智慧商圈	(121)
第十二章 电子商务产业规划	(126)
第一节 电子商务产业规划总则	(126)
第二节 空间布局规划	(129)
第三节 工作任务与项目支撑	(131)
第四节 保障措施	(134)

第一章 网络零售学概述

学习目的和要求

本章主要阐述网络零售学的概念、研究对象、理论体系、研究方法等。通过本章学习，应达到以下目的和要求：

- (1) 认识网络零售学的时代性、重要性、实践性。
- (2) 了解并掌握网络零售学研究的主要内容。
- (3) 了解并掌握网络零售学的研究方法。

本章主要概念

传统零售 网络零售 网络零售学 电子商务 网络零售交易模型

第一节 网络零售学及其研究对象

一、网络零售学的研究对象

(一) 学科研究对象的确立标准

研究对象是对某一学科研究范围及内容的高度概括。确定研究对象的意义是学科研究的起点，只有确立了研究对象，才能建立科学的学科体系。任何学科都有其特定的研究对象，没有特定研究对象的学科就不能称其为独立学科，而研究对象的区别正是学科间的根本区别标志。

1. 研究对象的特殊性

研究对象的特殊性即指学科要重点解决的特殊矛盾，用以回答此学科不同于其他学科的根本差别所在。毛泽东在《矛盾论》中指出：“科学研究的区分，就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此，对于某一现象的领域所特有的某一种矛盾的研究，就构成某一门科学的对象。”“固然，如果不认识矛盾的普遍性，就无从发现事物运动发展的普遍的原因或普遍的根据；但是，如果不研究矛盾的特殊性，就无从确定一事物不同于他事物的特殊的本质，就无从发现事物运动发展的特殊的原因，或特殊的根据，也就无从辨别事物，无从区分科学研究的领域。”法国社会学家埃米尔·迪尔凯姆也指出：“一门科学只有在真正建立起自己的个性并真正独立于其他学科时，才能成为

一门真正的科学。一门科学之所以能成为特别的学科，是因为它所研究的现象，是其他学科所不研究的。如果各门科学所研究的现象相同，或者同样的概念可以不加区分地适用于各种不同性质的事物，那么，也就不可能有各门科学了。”可见，独有的研究对象是衡量学科能否独立存在的标准，学科间的区别就在于研究对象的区别。

2. 研究内容的概括性

研究内容的概括性是指研究对象能否对研究内容进行概括和集中反映。我国著名会计学大师余绪缨认为：“一门学科的（研究）对象，是其特定领域有关内容的集中和概括，是贯穿于该学科的始终的。”研究对象是最能反映理论本质的东西，具有概括、抽象、简洁的特征，一经抽象界定后，具有相对稳定性，一般不会轻易发生改变。研究内容是对研究对象的具体和丰富，随着学科发展、研究深入和实践的需要不断拓展和充实，具有多样、具体和变化的特征。但是，研究内容的这些表现在本质上应当与研究对象保持一致，否则，学科研究对象的存在性就值得怀疑。此外，对研究对象的强调与将学科的逻辑起点定位于目标的观点（如国内目前对战略管理会计的基本认识）并不冲突。学科的目标可能存在着最终目标、直接目标、具体目标的层次之别，而研究对象却最能概括地体现学科目标的核心所在。

3. 研究价值的实用性

研究价值的实用性是指研究的对象本身对于研究主体必须是有意义的，能够有助于研究主体认识世界、解释世界和改造世界，如果不能做到这一点，即使它是特殊的，也没有存在的必要。马克思在《1844年经济学哲学手稿》中指出，研究“对象如何对他说来成为他的对象，这取决于对象的性质以及与之相适应的本质力量的性质，因为正是这种关系的规定性形成一种特殊的、现实的肯定方式”。实用性标准用以回答学科为什么存在的问题。

（二）网络零售学研究对象的确立

网络零售学是研究厂商与终端消费者之间以（移动）互联网为媒介相互交换商品和服务及其货款所有权特殊运动的规律的一门科学。

1. 网络零售学研究对象的特殊性

人类交换有数千年的历史，从最早的物物交换到以货币为中介的交换，再到现代意义的商品经济。随着现代科学技术的飞速发展，新的科学技术应用在了商品交换中，出现了通过报纸、杂志等印刷品，收音机、广播、电视机、无人售货机等机械、电子手段实现商品交换的商业模式，但这些商品交换模式都没有从根本上改变几千年来所形成的传统商业运行模式，即在有形市场上交换主体之间“一手交钱一手交货”（这里的“钱”一般是有形货币现金的形式）的即期交易（远期交易后来也发展成为一种重要的商业形式），而网络零售交易则是突破了实体有形市场的束缚，利用互联网特别是移动互联网来完成交易，最终形成了网络零售交易市场。

电子商务是人类商业发展史上一次新的商业革命，是现代商业中影响最广泛、渗透最有力、发展最迅猛、创新最突出、前景最广阔的一种商业形态。在2014年召开的中国电子商务大会上，商务部发布的《中国电子商务报告（2013）》数据显示，我国

电子商务持续快速发展,交易总额突破 10 万亿元,同比增长 26.8%。其中,网络零售交易额超过 1.85 万亿元,同比增长 41.2%,占社会消费品零售总额的比重达 7.8%。网络零售交易总额占社会消费品零售总额比重由 2008 年的 1.2% 上升到 2013 年的 7.8%,我国的网络零售市场超过美国成为全球最大的网络零售市场。网络零售学就是研究在互联网和移动互联网新技术发展基础上出现的商贸流通新业态。

网络零售是指通过互联网或其他电子渠道,针对个人或家庭的需求销售商品和服务。该定义包含所有针对终端顾客(而不是生产性顾客)的电子商务活动,即企业对顾客(B2C)或网商对顾客(C2C),而不是企业对企业(B2B)。利用互联网发布商品信息、推广企业或塑造商品品牌等商业活动,虽然都属于 B2C 的范畴,但由于没有“商品和服务与货款的所有权相互让渡”的网上(线上)直接交易,而是交易撮合,在传统渠道完成交易或线下真正地交割货款,仍属于传统零售范畴。严格意义上的网络零售是指网商与网购者之间利用互联网进行的网货与网货款所有权相互让渡活动。

2. 网络零售学研究内容的概括性

任何一种规范的经济学研究必然有其核心概念,该概念是对众多经济现象的高度逻辑抽象。概念必须以事实为基础,同时又是对事实的高度概括。网络零售学的核心概念是:对网络零售中厂商与终端消费者之间,以网络媒介相互转让商品或劳务和货款所有权的交易活动及其特殊运动为基础,对该交易活动及其特殊运动规律进行高度概括所形成的一组概念,该核心概念簇本身又构成网络零售学学科的一个完整理论体系。

二、网络零售学学科定位

(一) 网络零售学是属于经济学大范畴的一门应用经济学学科

经济学是对人类各种经济活动和各种经济关系进行理论的、应用的、历史的以及有关方法的研究的各类学科的总称。经济学又可称为经济科学(Economic Sciences),是研究人类个体及其社会在自己发展的各个阶段上的各种需求和满足需求的活动及其规律的学科,经济学(Economics)被称为“社会科学之皇后”。相对于人们的欲望,经济资源总是短缺的。经济学就是研究如何合理地配置稀缺的经济资源来满足人们的多种需求的学科。微观经济学与宏观经济学是经济学的基础。微观经济学是研究社会中单个经济单位的经济行为,以及相应的经济变量的单项数值如何决定的经济学说,亦称市场经济学或价格理论,其中心理论是价格理论。宏观经济学是以国民经济总过程的活动为研究对象,主要研究就业总水平、国民总收入等经济总量,宏观经济学也称为就业理论或收入理论。

理论经济学论述经济学的基本概念、基本原理以及经济运行和发展的一般规律,为各经济学科提供理论基础。应用经济学主要指应用理论经济学的基本原理研究国民经济各个部门、各个专业领域的经济活动和经济关系的规律性,或对非经济活动领域进行经济效益、社会效益的分析而建立的各个经济学科。它可分为若干个分支,其中,以国民经济个别部门的经济活动为研究对象的学科有农业经济学、工业经济学、商业

经济学、建筑经济学、运输经济学等。商业经济学往下可分为零售学、批发学等。网络零售学是零售学的一个分支。

(二) 网络零售学是一门应用经济学交叉学科

网络零售学是现代商贸流通业中的一种全新的商品流通形态——以互联网和移动互联网作为媒介联结供需双方,实现买卖双方沟通、交易与支付结算的商品分配、流通新模式。网络零售学是零售学、网络经济学与电子商务的交叉学科,如图1-1所示:

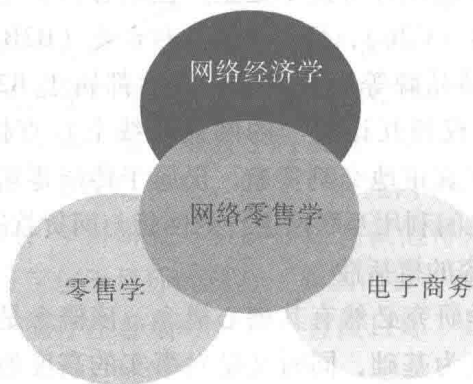


图 1-1 网络零售学是零售学、网络经济学、电子商务学科的交叉

与网络零售学联系紧密但又相区别的学科包括流通经济学、零售学、网络经济学、电子商务、电子支付与结算、网络营销等。

三、研究网络零售学的意义

研究网络零售学的意义是多方面的,可以从经济学学科建设、政府、企业和消费者四个方面进行讨论。

首先,研究网络零售学有利于建立完善经济学学科体系,弥补经济学理论解释当前经济现象乏力,理论指导实践能力欠缺的弱点,增强经济学对当前新经济特别是网络零售经济现象的解释与理论指导。网络零售学成为经济学中一门重要的应用经济学学科,填补了应用经济学的理论空白,从而有利于完善现代经济学学科体系。

其次,研究网络零售学有利于政府促进、引导现代流通产业特别是以互联网和移动互联网为媒介的网络零售业的健康发展。政府制定科学的网络零售产业政策必须要有相应的理论作支撑,而网络零售学是研究网商与网购者之间利用互联网进行网货与网货款所有权的相互让渡的活动,可为政府机构及相关人员制定产业发展宏观政策,优化产业组织与产业结构,帮助传统商贸流通业向全渠道零售转型升级,实现在新常态下我国的经济社会又好又快发展,提供理论依据与实证资料。

再次,研究网络零售学既有利于网络零售交易平台运营商或独立零售网站机构、人员以及网商正确选择投资领域,也有利于社会各级机构及人员建设和运营网络零售交易平台,通过网络零售实现“全民创业、万众创新”,可分析网络零售市场竞争状况,提高资源使用效率,从而制定正确的竞争策略,保持在网络零售市场中的竞争优势。

最后，研究网络零售学有利于引导网上消费者进行理性网络购物，规避网购风险，保障自身合法权益，利用网络零售市场方便、快捷、安全、多选择等优势丰富和提升生命体验，提高生活质量。

第二节 网络零售学理论体系

一、网络零售交易模型

网络零售一般交易规律用可用网络零售交易模型加以说明，如图 1-2 所示：

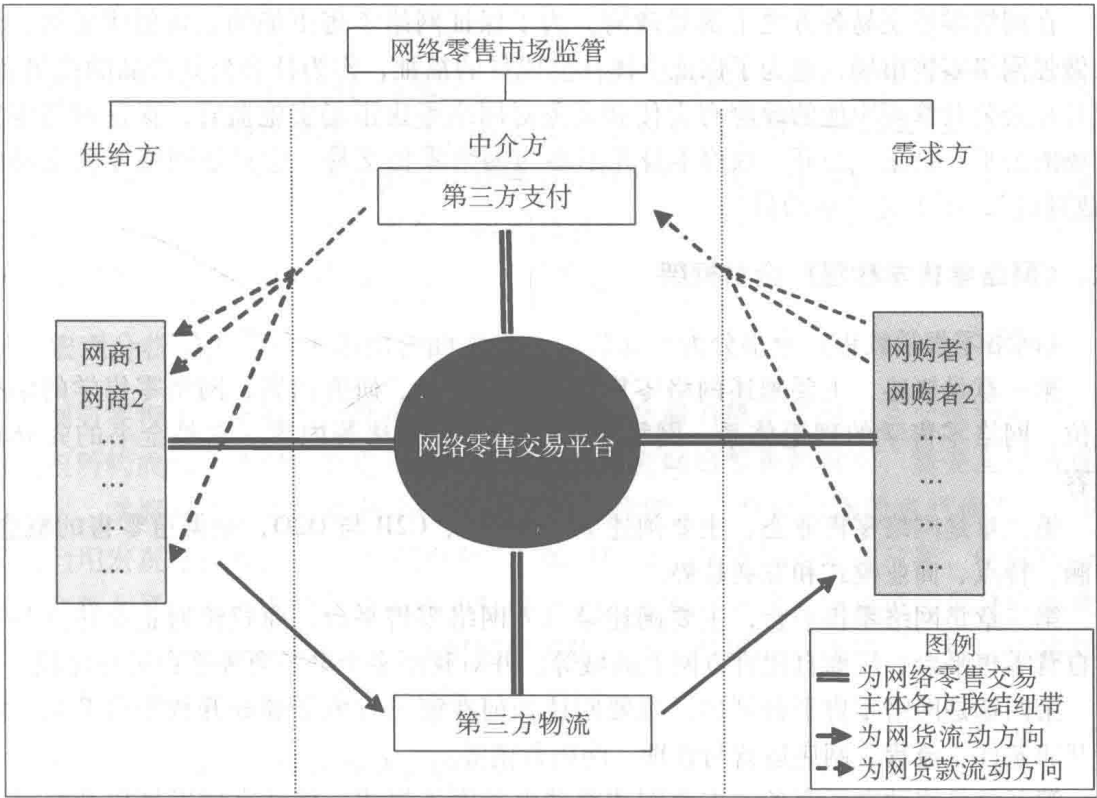


图 1-2 网络零售“商品（服务）-货款”交易模型

网络零售由交易的基本双方所构成，其中一方为供给方，他是网络零售交易的客体——网货（包括有形商品与服务型商品）的提供者，他们向网购者提供所需要的商品和服务；另一方是需求方，他是网络零售的客体——网货的需求者，他为了获得网货的所有权，满足其自身的效用必须向供给者支付一定的代价即网货款。网货所有权从供给方网商转移到需求方网购者，网货款所有权从需求方网购者转移到供给方网商，从而完成一个“商品（服务） $\rightleftharpoons$ 货款”的循环。其中，供给方网商在网络零售交易中，失去的是网货的所有权，得到的是网货款的所有权，并因此获得相应的利益（以价值形态存在）。需求方网购者在网络零售交易中，失去的是网货款的所有权，得到的是网货的所有权，并因此获得相应的效用（以实物或服务形态存在）。供求双方在交易

完成后,“各取所需”“各得其所”“双向共赢”。这既是零售业产生于数千年前的奥秘,虽历经波折但依然保持非常顽强生命力的价值所在,也是网络零售业的内在运行规律。

所不同的是,与传统零售业的“商品(服务) $\rightleftharpoons$ 货款”相比,网络零售中的“网货 $\rightleftharpoons$ 网货款”中加入了一个中介,即图 1-2 中的中介方——互联网,是互联网把交易的供需双方联结起来,而不是像传统零售一样通过有形实体市场把交易的供需双方联结起来,网络本身既是有形的,同时也是无形的。更重要的是,供需双方的交易通过互联网达成,并通过网络约定交易双方的权利与义务,其中需求方网购者放弃网货款所有权,通过电子支付工具,将相应的网货款所有权转移给供给方网商;而供给方网商则相应放弃网货所有权,将相应的网货所有权,通过物流转移给需求方网购者。

在网络零售交易各方之上的是政府。为了保证网络零售市场的正常健康发展,做大做强网络零售市场,也为了保证全体社会成员的福祉,作为社会公共产品的提供者,履行社会公共管理职能的政府有责任和义务对网络零售市场实施监管,保证网络零售市场的公平、公正、公开。政府本身并不参与网络零售交易,它只是网络零售交易的“裁判员”,而不是“运动员”。

二、《网络零售学教程》全书框架

《网络零售学教程》全书分为十五章。

第一章是概述,主要阐述网络零售学的研究对象、研究内容,网络零售学的学科地位,网络零售学的理论体系,网络零售学的研究方法等内容。它是全书的先导性内容。

第二章是网络零售业态,主要阐述 B2C、C2C、C2B 与 O2O,全渠道零售的概念、内涵、特点、商业模式和发展趋势。

第三章是网络零售平台,主要阐述第三方网络零售平台、商贸流通企业建立与运营自营零售平台、厂商自建官方网上商城等,并对我国多个电子商务平台进行比较。

第四章是网络零售平台开店,主要阐述如何在第三方电子商务开放平台开店,包括开店条件、流程、网店运营与管理、网店营销等。

第五章是移动电子商务,主要阐述移动电子商务模式、移动支付发展以及移动互联网零售营销策略。

第六章是跨境电子商务,主要陈述跨境电子商务发展、跨境电子商务平台以及跨境电子商务营销。

第七章是网络零售支付与结算,主要陈述网络零售支付与结算发展、网络零售支付流程及安全保障、第三方支付的作用以及电子支付的最新发展。

第八章是网规,主要阐述网络零售交易规则与监管产生的经济学原因、网规的内涵与外延、网规与传统网络零售交易规则相比所具有的不同特点、网规存在的价值与效用、网络零售平台网规的具体内容、网络零售市场监管的内容与目标等。

第九章是网络零售主要工具软件,主要阐述网络零售平台建站工具软件、修图工具软件与应用、IM 工具软件与应用、CRM 工具软件与应用以及 APP 开发工具软件与

应用。

第十章是传统商贸企业转型电子商务，主要阐述传统商贸企业转型电子商务的现状，传统商贸企业转型电子商务的路径、方式、策略等。

第十一章是 O2O 智慧商圈，主要阐述传统商圈与智慧商圈的定义、各自特点，传统商圈面临的挑战和向智慧商圈转型升级的必要性。

第十二章是电子商务产业规划，主要阐述电子商务产业规划的目的、作用和价值，电子商务产业规划的主要内容，制定电子商务产业规划的方法和步骤。

第三节 网络零售学研究方法

在构建网络零售学的学科体系时，必须高度重视科学的研究方法。只有建立在科学研究方法之上的网络零售学，才能获得广泛的解释力和对实际经济运行的指导力。因为经济学的任务不仅是认识世界，科学地解释网络零售这种新的基于互联网的商品流通新业态和经济现象，更重要在于指导网络零售的经济实践。根据网络零售学的研究对象、学科性质和研究内容的复杂性，研究网络零售学有多种方法，主要包括：

一、宏观分析与微观分析相结合的方法

网络零售业是指生产厂商通过互联网媒介与终端消费者之间相互交换商品与货款所有权所构成的商品交换渠道与模式。我们在研究网络零售经济中，需要运用微观分析方法，掌握网络零售内部各个微观经济主体的特点，有针对性地进行研究；同时，又要运用宏观分析方法，把许多网络零售部门构成的整体作为研究对象，研究网络零售业在整个经济发展中的变动规律和对经济总量影响的规律。只有将宏观分析和微观分析有效地结合起来，才能充分认识网络零售产生、发展、变动的规律性，正确处理网络零售经济发展过程中出现的问题。

二、实证分析与规范分析相结合的方法

实证研究是网络零售经济学研究问题的基本方法。实证研究是对社会经济的实际运行情况进行描述、分析和解释的方法。实证研究通过分析实际经济运行的过程及其规律，说明社会经济现象“实际是什么”，它不涉及对实际经济运行状况和后果的评价，不回答社会经济现象好坏的问题。规范研究是分析社会经济应该怎样运行的方法。规范研究对社会经济运行过程和结果做出理论分析和价值判断，评价利弊得失，回答社会经济现象“应该是什么”的问题，通过一定的价值标准进行判断与推理，找出更好地管理网络零售发展的方法和措施。在进行网络零售经济学的研究时，要将实证分析与规范分析结合起来，而不能将二者割裂开来，既要重视实证分析，又要进行规范分析，首先进行实证研究，然后再进行规范研究，发挥网络零售学揭示网络零售发展规律，促进网络零售发展的作用。

三、静态分析与动态分析相结合的方法

静态分析是分析事物在某一时刻或横截面上的状况和带有规律性的特征的方法,这种方法有助于认识事物的现状,有助于进行比较研究,分析发现网络零售中存在的问题,从而有针对性地进行解决。然而,网络零售总是处于不停的发展变化之中,研究网络零售的发展变化规律,又必须运用动态分析的方法,这种方法更有利于揭示事物发展的规律。在许多情况下静态分析是动态分析的起点和基础,网络零售学的研究更注重动态的发展的观点,动态研究是研究网络零售经济的主要方法。

四、定性分析与定量分析相结合的方法

定性分析是对网络零售经济研究的内容进行一般的、规律性的总结,它不涉及具体的、量的计算。定量分析方法具有确定的量化内容,它通过建立一定的经济数学模型,确定网络零售经济中有关量的计量值,它涉及具体的数量计算。定性分析是定量分析的前提,能够减少定量分析的复杂性和难度;定量分析加深定性分析,使定性分析具体化、数量化、精确化、可操作化。

五、统计分析与比较分析相结合的方法

研究网络零售经济学要运用统计分析的方法,探寻网络零售内部客观存在的规律,总结出具有代表性的一般网络零售规律,从而指导网络零售的发展。由于不同国家、不同地区的网络零售所处的经济阶段不同、条件不同,网络零售发展的表现形式不同,因此还要运用比较分析方法,通过对大量的网络零售资料进行比较分析,分析各国的网络零售及网络零售之间的关系,并与该国的资源、人口、经济状况、文化传统等相联系,进行比较分析,从中得出相关的结论和经验,发展各国经济。因此,研究网络零售学,需要将统计分析与比较分析结合起来。

思考题

1. 网络零售学的研究对象是什么?
2. 网络零售学与电子商务的区别与联系是什么?
3. 网络零售交易模型的内容是什么?
4. 网络零售学有哪些研究方法?

第二章 网络零售业态

学习目的和要求

本章主要阐述网络零售业态定义、主要内涵、分类、发展历程及其各自商业模式，网络零售业态与传统零售业态的区别与联系，全渠道零售的产生、发展、内涵及主要内容。通过本章学习，应达到以下目的和要求：

- (1) 认识网络零售业态与传统零售业态的区别与联系。
- (2) 认识并掌握网络零售主要业态类型及其商业模式。
- (3) 认识并掌握全渠道零售内涵及其主要内容。

本章主要概念

零售业态 网络零售业态 B2C C2C C2B O2O 全渠道零售 全渠道零售管理系统

零售业态 (Retail Formats)，是指销售市场向确定的顾客提供确定的商品和服务的具体形态。自 19 世纪中叶以来，世界市场的业态革命此起彼伏。零售业态是零售企业适应市场竞争日趋激烈的产物，是物竞其类、适者生存法则在商品流通领域的表现。

第一节 零售业态

一、零售业态概述

零售业态是指零售企业为满足不同的消费需求而形成的不同的经营形态。针对特定消费者的特定需求，按照一定的战略目标，有选择地运用商品经营结构、店铺位置、店铺规模、店铺形态、价格政策、销售方式、销售服务等经营手段，提供销售和服务的类型化服务形态。

零售业态是动态的、发展的。随着生产的发展、需求的增长，零售业态也在不断地发展。目前我国对八种零售业态进行了规范。

二、零售业态分类

零售业态的分类主要依据零售业的选址、规模、目标顾客、商品结构、店堂设

施、经营方式、服务功能等确定。零售业态在网络零售业态产生以前,称为传统实体零售业态,主要分为八种:超市、便利店、大型综合超市、仓储式会员式商店、百货店、专业店、专卖店和购物中心。

1. 超级市场 (Supermarket)

超级市场采取自选销售方式,以销售食品、生鲜食品、副食品和生活用品为主,是顾客每日需求的零售业态。

2. 便利店 (Convenience Store)

便利店是以满足消费者便利性需求为目的的零售业态,主要提供便利商品、便利服务。按照便利店的标准,便利店的价格水准要高于超市的价格。顾客追求便利的时候,追求的亦是商品的功能,而不是价格,所以这是一个更高层次的消费需求。

3. 大型综合超市 (Large Comprehensive Supermarket)

大型综合超市采取自选销售方式,以销售大众化实用品为主,是满足顾客一次性购足需求的零售业态。它与超市的不同之处,在于它销售的是大众化的实用品,满足的是顾客一次性购足的需求。

4. 仓储式会员商店 (Warehouse Store)

仓储式会员商店是指会员制的仓储式商店,沃尔玛、麦德龙都属于这一类型。它们都是会员制,但是方式不一样,消费对象也不一样。麦德龙的会员制客户类似三级批发商,面向社会团体、中小商户,它的客户很集中,20%的顾客购买它 80% 的商品,它能更好地掌握其顾客的需求。

5. 百货店 (Department Store)

百货店是指在一个大的建筑物内,根据不同的商品设立销售区,开展订货、管理、营运,满足顾客对时尚商品多样化选择需求的零售业态,是最普遍、最成熟的一种经营方式,也是现在经营最不景气的一种零售业态。最根本的原因在于这些店建立于 20 世纪 90 年代初经济最旺盛的时期,而且大部分在贷款利息最高的时候负债经营。

6. 专业店 (Speciality Store)

专业店是指以经营某一大类商品为主,并且备有丰富专业知识的销售人员和适当的售后服务,满足消费者对某大类商品的选择需求的零售业态。这个业态在国外刚刚起步,有一个很好的发展空间。专业店是百货店最强有力的竞争对手。

7. 专卖店 (Exclusive Shop)

专卖店是指专门经营或授权经营制造商的品牌,适应消费者对品牌选择需求的零售业态。经营的商品可以不是某一类的商品,但是是某一品牌的商品。如鳄鱼牌,它有衣服、皮带、皮夹、皮鞋、皮包等,都是一个品牌。消费者选择的是一个品牌,可能是一系列的产品,这种专卖店也发展得很好。

8. 购物中心 (Shopping Mall)

购物中心是指企业有计划地开发、拥有、管理、营运的各类业态、服务设施的