

现代物流与供应链管理丛书

供应链工程

——谱写中国商业新篇章

汪寿阳 田 歆 陈庆洪 丁玉章/著



科学出版社

现代物流与供应链管理丛书

供应链工程 ——谱写中国商业新篇章

汪寿阳 田歆 陈庆洪 丁玉章 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

供应链管理在过去二十多年取得了丰硕的理论研究成果,已成为管理科学领域最活跃的分支。但关于供应链管理的理论研究与企业实践严重脱离,由于已有的很多研究通过假定一些条件建模,不能真正解决企业的问题,所以需要和企业合作,将理论与企业实践相结合,将研究成果真正落地。在这样大的时代背景下,本书针对流通企业和生产企业,利用现代 IT 技术等新兴技术的前沿成果,有效打通供应链上的物流、信息流和资金流三大组成部分,实现物流优化、商业自动化、供应链金融等系列创新实践,进一步加载和演化出丰富多样的现代商业模式,形成了根植于中国商业土壤的信息化建设方法论。本书从理论到应用,以多个成功的中国领先商业实践案例来呈现我们思考和演绎供应链工程的全过程。

本书可供从事商业、物流、IT、金融等行业的管理人员阅读,适合于高等院校相关专业的高年级学生、研究生和教师参考,也可供政府相关部门人员参阅。

图书在版编目(CIP)数据

供应链工程:谱写中国商业新篇章/汪寿阳等著. —北京:科学出版社, 2017.1

(现代物流与供应链管理丛书)

ISBN 978-7-03-051790-6

I. ①供… II. ①汪… III. ①供应链管理—研究—中国 IV. ①F259.22

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 026154 号

责任编辑:马 跃 李 莉 / 责任校对:邹慧卿

责任印制:霍 兵 / 封面设计:无极书装

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京通州皇家印刷厂 印刷

科学出版社发行各地新华书店经销

*

2017 年 1 月第 一 版 开本:720×1000 1/16

2017 年 1 月第一次印刷 印张:24 1/4

字数:500 000

定价:136.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

本书得到国家自然科学基金重大项目（71390331）、国家自然科学基金项目（71202114）和山东省自主创新及成果转化专项（2014ZZCX03302）的资助。

感谢中国科学院虚拟经济与数据科学研究中心虚拟商务研究室、上海海鼎信息工程股份有限公司全体同事对本书工作的重要贡献！

本书作者顺序不分先后，均为共同第一作者！

丛书编委会

顾问（按姓氏拼音排序）

陈剑、陈荣秋、胡祥培、黄海军、梁樑、侍乐媛、宋京生、唐加福、汪应洛、杨海、郑大昭

主编 汪寿阳

编辑委员会（按姓氏拼音排序）

陈友华、冯耕中、龚其国、何勇、华国伟、李京安、李彦志、毛保华、苏秦、汪寿阳、王海燕、王能民、严厚民、张汉勤、张菊亮、赵林度

丛 书 序

信息技术的飞速发展改变了人类许多传统的活动方式，特别是互联网技术和电子支付技术的进步，极大地促进了电子商务的发展，人们足不出户就可以在网上购物。国家统计局的数据显示，2014 年我国全社会电子商务交易额为 16.39 万亿元，2015 年已达到 21.78 万亿元。快速增长的电子商务交易必然要求高效率的上游企业原材料和半成品以及下游企业成品的生产、仓储、运输以及配送等，而这些活动正是物流与供应链管理所要研究的重要内容。企业必须提高自身物流和供应链管理的水平才能生存与发展。近年来，随着无线互联网技术和无线电子支付技术的发展，人们更可以随时随地在网上购物，如 2016 年天猫“双 11”全球狂欢节总交易额超 1 207 亿元，无线交易额占 81.87%。这是一个日新月异的时代，不变革无以求生存。物流与供应链管理的研究更应与时俱进，开拓创新。

进入 21 世纪以来，经济发展的不平衡导致各国贸易摩擦增多，而环境问题成为世界经济发展的一个重要制约因素。经济、社会 and 环境的协调发展已经是人类社会可持续发展的一个必然选择。现代企业必须以经济、社会和环境协调优化作为其管理目标，必须在各种有关法规和标准约束下进行决策与运营。值此关键时刻，国家自然科学基金委员会管理科学部立项重大研究项目“面向经济、社会和环境协调发展的现代物流管理研究”，由中国科学院数学与系统科学研究院、东南大学、西安交通大学、北京交通大学与香港城市大学深圳研究院共同承担。项目以“国际视野、中国问题”为原则，针对中国物流业发展中的突出问题和重点需求，探索中国物流系统可持续发展（高效、低耗、绿色、环保）的理论、方法和应用策略，目标是创建“资源节约型、环境友好型”的可持续发展物流管理理论，推动中国物流学科的发展，以支持中国经济、社会和环境协调发展的现代物流服务体系的建设，推动经济、社会 and 环境的协调可持续发展。

为推动国内外学术界、企业界与政府相关部门的合作，同时使项目研究成果能更好地指导企业的实际应用和政府部门的科学决策，在国家自然科学基金委员会管理科学部和科学出版社的支持下，我们出版本套丛书。丛书将以物流管理为主线、以供应链管理为思想基础展开讨论，不仅有系统的理论研究和方法研究，也有相当比例的应用研究（包括案例研究）。期望本套丛书的出版，能给物流与供

应链管理专业的师生和从事相关工作的管理人员与政府领导带来新的思想、理论、方法和技术，从而推动物流与供应链管理的学科发展。

汪寿阳

中国科学院特聘研究员、教育部长江计划特聘教授

发展中国家科学院院士

国际系统与控制科学院院士

亚太工业工程与管理协会会员

2016年11月

前 言

自 20 世纪 90 年代以来供应链管理 (supply chain management) 取得了丰硕的理论研究成果, 已经成为管理科学领域最活跃的分支之一。但在国际上, 如《哈佛商业评论》等杂志的多篇文章认为学术界关于供应链管理的理论研究与企业的实践严重脱节, 已有研究大多通过假定一些条件来建模分析, 未能真正解决企业面临的重要问题, 所以需要学术界与企业合作, 将理论与实践相结合, 才能将研究工作真正落地。无独有偶, 2014 年, 中国科学技术协会主编的《运筹学学科发展报告 2012—2013》也做出了类似的结论, 长期以来, 针对供应链 (supply chain) 的管理受到了学者和实践者的广泛重视。在近 20 年的时间里, 国内外学者对供应链管理开展了广泛深入的研究, 取得了丰硕的研究成果, 供应链管理已经成为管理科学领域最活跃的分支, 但是国内开展的研究大多借鉴国外企业的实践, 与国内企业供应链管理实践的结合不够紧密, 缺乏对中国实际问题的提炼和创新, 需要将具有中国特色的企业管理实践纳入研究中。

伴随全球经济的发展与变革, 中国经济也逐步实现了从“计划经济”到“商品经济”, 再到“市场经济”的成功转型。从以产定销到以销定产, 靠产品制胜到以渠道为王, 产业链上的市场主导权从生产企业转移到流通企业。零售业是国民经济活动的重要物流站点、信息站点和服务站点, 连接千家万户, 与百姓生活紧密相关, 其发展直接关系到国家经济命脉的安全和社会稳定。但是, 由于受到科技变革、全球经济一体化、新兴在线渠道崛起、外资零售巨头竞争等多重挑战, 我国零售企业的发展尤为曲折。2004 年 12 月 11 日, 中国加入世界贸易组织 (World Trade Organization, WTO) 后零售业保护期结束, 跨国零售巨头以资金、品牌和技术优势大举进军中国。大量本土企业在激烈竞争中纷纷倒闭, 外资和合资企业占据并主导一线城市, 二线城市竞争惨烈。2005 年, 在中国著名经济学家、时任全国人大常委会副委员长、中国科学院研究生院管理学院 (2015 年更名为中国科学院大学经济与管理学院) 院长成思危教授的推动下, 由本书作者, 时任常务副院长汪寿阳和上海海鼎信息工程股份有限公司 (中国最大的零售信息化及解决方案一站式服务商之一, 简称上海海鼎) 创始人、董事长丁玉章牵头, 双方启动全面产学研合作, 组建了虚拟商务理论研究与企业实践队伍 (简称虚拟商务团队),

针对我国大批零售企业要求启动全方位商业模式转型和信息化改造的战略需求, 深入探索我国商业企业的生存、发展和竞争问题, 研发新一代商务模型、信息平台 and 解决方案, 从理论和实践的双重角度, 希望引导中国商业走出一条有中国特色、自立自强、快速发展的本土创新之路。

通过十余年的产学研合作, 团队从我国本土商业实践中发掘出若干供应链管理的前沿问题, 并加以系统研究, 在形成理论研究成果的同时反复检验并成功应用于我国的商业实践, 打造了我国一系列强大的连锁零售企业的同时, 全面推动我国商业的发展。最关键的是, 建立了立足我国管理前沿发展的供应链工程 (supply chain engineering) 理论体系, 呼应理论思考, 以实践中出真知的路径, 探索内在规律, 为我国更多企业如何建立良好的供应链管理体系, 并加载创新现代商业模式, 提供了一条有价值的借鉴之路。

本书针对流通企业及其供应商, 如何利用现代 IT 技术等新技术的前沿成果, 有效打通供应链上的物流、信息流和资金流三大组成部分, 实现产业链上物流优化、商业自动化、供应链金融等创新实践, 进一步加载和演化出丰富多样的现代商业模式, 形成了根植于我国商业土壤的信息化建设方法论。从理论到应用, 本书以多个成功的领先商业实践案例来呈现我们思考和演绎供应链工程的全过程 (有些图中的数据和文字做了模糊处理); 不仅在理论上形成了完整的供应链工程体系, 而且这些研究成果均在企业可以接受的成本范围内, 在业界得到了大规模的成功应用。本书将理论创新与朴素的企业应用需求相匹配, 在揭示供应链管理规律的同时, 我国企业可以相当容易地借鉴用于自己的管理实践与发展。

本书的研究与撰写得到了国家自然科学基金重大项目 (71390331)、国家自然科学基金项目 (71202114) 和山东省自主创新及成果转化专项 (2014ZZCX03302) 的资助。感谢中国科学院虚拟经济与数据科学研究中心虚拟商务研究室和上海海鼎信息工程股份有限公司彭肖溶、行喜欢、蔡笠、李振波、吴昭松、周小丰、蒋作梁、宋杰、曾韵、汤毅、傅晶、朱婵娟、卢美红、施伟、黄志华、王新、田磊、李琦、李希明、田剑、汤蕾、汪晓琪、张敏、赵洋、逢丽、胡峰、孙亚、张家波和王天娇等上百位同事十余年在本书研究工作中的重要贡献, 他们多年专注于零售信息化以及在一线实战的经验积累和应用反馈是本书研究成果能切实应用于企业、服务于社会的重要基础; 感谢中国科学院虚拟经济与数据科学研究中心虚拟商务研究室执行主任张秋利研究员对本书写作全程的督促和支持, 以及虚拟商务研究室龚其国、王谦、彭庚、李健、华国伟、吴肖乐、吴添、侯玉梅、王曙明、罗春林、蔡强和伍婷婷等其他同事和学生的宝贵意见。本书也是中国科学院虚拟经济与数据科学研究中心、中国科学院大学经济与管理学院和上海海鼎信息工程股份有限公司全方位“产学研”合作取得的重要成果, 成思危倡导并与汪寿阳 (虚拟商务研究室顾问)、丁玉章 (虚拟商务研究室主任) 共同建立了中国科学院虚拟

经济与数据科学研究中心虚拟商务研究室，提出了虚拟商务、供应链工程、第四方物流理论等一系列新的理论与方法，指导虚拟商务研究室跟踪和研究虚拟商务，特别是现代商业、电子商务、移动商务、物流与供应链管理、先进制造等在新技术变革下的创新理论、方法、过程、内在机理与对未来的影响，结合上海海鼎公司等企业平台，将研究成果从理论和实践的双重角度贡献于社会。虚拟商务研究室主任助理田歆在前后十余年的时间里，先后作为物流工程师、咨询顾问、高级咨询顾问、资深咨询顾问和资深数据分析师等，跟随上海海鼎公司副总经理陈庆洪，参与了几十个中国大型商业集团零售信息化、物流与供应链信息化、电子商务与移动商务项目的企业实践。同时还要感谢科学出版社的马跃，他促成了本书的出版。

本书的部分成果已经在我国近千家商业集团和物流企业得到了成功应用与实践验证，创造了可观的社会效益和经济效益。这些理论研究及实践转化成果也因此获得了一次国家科技进步奖、两次北京市科技进步奖、三次上海市科技进步奖、一次上海市科技进步奖提名（进入公示阶段）、一次中国物流与采购联合会科技进步奖一等奖和两次上海市青浦区科技进步奖一等奖等。

需要指出的是，本书四位作者贡献一致，均为共同第一作者。希望本书的出版，能为当今那些受制于物流和供应链运营能力、商业自动化管理能力、账款结算或融资能力以及战略模式发展变革的企业，在转型过程中提供有益的借鉴和参考，推动虚拟商务理论的传播与发展。

因作者水平有限，本书难免存在诸多不足之处，敬请广大读者批评指正！

作者

2016年11月

目 录

第 1 章 供应链工程总论	1
1.1 供应链工程概述	1
1.2 现代商业与供应链工程	3
1.3 信息技术提升供应链竞争力	6
1.4 供应链工程的本土案例	8
第 2 章 信息化建设方法论	13
2.1 本土企业不适用国外经验	13
2.2 信息化建设要适配管理模型	17
2.3 信息化建设的螺旋式发展	24
2.4 非技术迭代创新重于技术迭代创新	27
2.5 信息系统建设的框架与条件	30
2.6 信息化建设的具体实现	40
第 3 章 物流信息平台研发与功能架构	46
3.1 物流信息平台研发	46
3.2 物流信息化功能架构与关键业务	60
3.3 连锁零售企业物流信息化案例	92
第 4 章 物流信息化管理技术与方法	109
4.1 物流中心规划设计	109
4.2 物流中心项目建议书的编制	136
4.3 仓库布局图设计	142
4.4 物流中心流程仿真与效率分析	160
4.5 物流中心平衡计分卡模型	169
第 5 章 物流信息化解决方案与案例分析	182
5.1 生鲜物流信息化解决方案	182
5.2 电商物流信息化解决方案	190

5.3 第三方物流企业信息化解决方案.....	204
第6章 信息流与商业自动化	215
6.1 连锁零售的信息流及信息化方案.....	215
6.2 新零售时代的信息化契机.....	219
6.3 多渠道资料统一管理.....	221
6.4 追踪销售全过程的订单管理.....	223
6.5 提升顾客体验的会员管理.....	224
6.6 精准而创新的促销管理.....	237
6.7 数据分析提高核心竞争力.....	246
6.8 可视化陈列加强门店管理.....	249
第7章 资金流与供应链金融实践	254
7.1 财务业务一体化实现整体绩效最优化.....	254
7.2 支付方式对资金流的影响.....	261
7.3 打造零售企业现金“蓄水池”的防漏塞.....	267
7.4 供应链金融，提升整体资金运行效率.....	271
第8章 供应链工程集成案例：中国便利店发展的海鼎之路	278
8.1 可的便利案例——“胖总部瘦门店”模型的始践者.....	278
8.2 美宜佳案例——虚拟零售企业模式下的中国便利店之王.....	305
8.3 国大案例——勇于尝试的便利龙头企业.....	335
第9章 信息化与供应链工程	366
9.1 信息技术与传统商业的交融.....	366
9.2 信息技术与现代商业的演进.....	367
9.3 信息技术与未来商业的构想.....	368
参考文献	370

第1章 供应链工程总论

1.1 供应链工程概述

随着企业竞争的加剧和信息技术的发展，企业开始关注包括与上游供应商和下游客户关系在内的各种外部关系的研究，企业管理的视角从企业内部延伸到企业外部，强调与上下游企业（即整个供应链）的集成、同步和协调。供应链的思想源于军方的后勤补给，中华人民共和国国家标准物流术语（GB/T18354—2006）对供应链的定义如下：生产及流通过程中，涉及将产品或服务提供给最终用户活动的上游与下游组织所形成的网链结构。

一般而言，某商品从生产地到达消费者手中，有以下厂商及相关人员依次参与：①原材料供应商；②制造商；③分销商；④零售商；⑤顾客。这些与商品供货密切相关的企业和人员（利害关系者）的衔接就是“供应链”（日本SCM研究会，2003），如图1.1所示。一些行业的供应链呈现短平化的趋势，如在整个供应链上没有分销商，制造商直接供应商品给零售商，制造商甚至直接将商品出售给顾客。例如，Dell电脑采取“直销”模式。

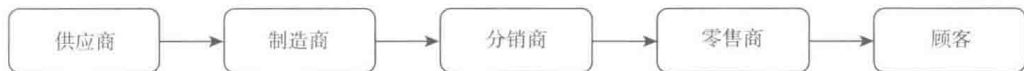


图 1.1 供应链示意图

在供应链相邻环节之间，存在物流、信息流和资金流三种流动，涵盖了研发、采购、制造、配送和销售等业务。其中，物流主要从供应链上游向下游流动，资金流主要从供应链下游向上游流动，而信息流则呈现一种双向流动的形态。物流、信息流和资金流构成了供应链的三大组成部分。

供应链是用过程观对企业活动的一种描述，即从最初获取原材料到转换成最终产品，直至交付给最终用户的整个生产、流通和销售过程，由若干“供”——“需”环节做有序链接，具体表现如下：

（1）供应链是一个围绕核心企业展开的网状结构，供应商、制造商、分销商、零售商和最终顾客是相互连接的节点。

(2) 供应链是一个动态系统, 客户需求和供应商的生产能力会随时间变化, 而且供应商之间的关系也会随时间发生演变。

(3) 供应链上流动的是物流、信息流和资金流, 其中最重要的是对物流的控制。

(4) 供应链并不是诸多节点的简单叠加, 而是各单元的有效集成。从最初的物料到最后的产品, 是一个目标明确和统一的过程。

对供应链这一复杂系统, 要想取得良好的运营绩效, 需要找到有效的综合协调管理方法, 这就是供应链管理, 其宗旨在于实现供应链上物流、信息流和资金流的协同与高效运作。

中华人民共和国国家标准物流术语 (GB/T18354—2006) 同样对供应链管理进行了定义: 供应链管理, 即对供应链涉及的全部活动进行计划、组织、协调与控制。

从概念来看, 供应链管理围绕供应者与需求者进行信息共享和经营协调, 从而实现稳定、高效、柔性的供需关系的管理过程, 涉及由供应商、制造商、分销商、零售商和顾客组成的网络中的物流、信息流与资金流, 通过计划、组织、协调和控制等职能, 追求供应链整体效率最大化。

供应链管理是一种系统性的理念, 只有将企业内部和外部的供应链要素进行整合, 才能使供应链管理成为企业最有力的竞争武器, 快速地应对商业环境的变化, 并为其所服务的市场创造价值, 以适应在新的竞争环境下市场对生产和管理过程提出的高质量、高柔性 with 低成本的要求。

从早期的研究来看, 人们把供应链管理的重点放在管理物流上, 作为平衡有限的生产能力和适应用户需求变化的缓冲手段, 通过各种协调手段, 寻求把产品迅速可靠地送到用户手中所需要的费用与生产、库存管理费用之间的平衡点, 从而确定最佳的库存投资额。因此, 供应链管理的主要工作是管理库存和运输。而现在的供应链管理则把供应链上的各个企业作为不可分割的整体, 使各企业分担的采购、生产、分销和销售的职能协调发展。

根据供应链与供应链管理的定义可知: 首先, 凡是对成本有影响, 并在满足顾客需求过程中起作用的环节, 都在供应链管理的考虑之列, 事实上, 在有些供应链分析中, 还需要考虑供应商的供应商和顾客的顾客, 因为他们也对绩效产生影响; 其次, 供应链管理的目标是提升整个系统的效率和效益, 系统的所有成本要尽可能最小化, 价值增值要最大化。所以, 供应链管理的重点不是简单地优化某一个具体问题, 如最小化运输成本、降低库存等, 很难用单纯的运筹学模型或解析分析模型给予解决, 需要寻找一种系统性的综合解决方案。

本书提出的供应链工程概念, 就是一种面向实践应用、系统化提升供应链管理效果的技术和方法。简单而言, 所谓供应链工程, 就是根据系统工程的原理,

采用先进的管理技术和信息技术,以工程管理的思想实现供应链管理的落地实践,实现经济系统的综合集成和整体优化。

值得注意的是,供应链工程包含三个重要观点:①本地化管理,不同国家、区域的企业和消费者都有不同的特点,只有对当地的环境、政治、经济和人文等背景熟悉到一定程度后,才能协调好供应链上所有环节的资源;②系统优化,用定量与定性相结合的系统工程的思想和方法,对供应链的构成要素、组织结构和运营管理等问题分析研究,达到最优化设计、控制和管理的目标;③注重信息技术,信息系统是实现供应链工程的载体和决定成败的关键因素,良好的信息系统能承载最佳的供应链管理思想并使其真正落地。

应用供应链工程的思想,从整个供应链外部一体化的视角优化企业管理,提高供应链的运作效率和成本效益,并结合中国企业的实际情况,找到适合中国国情的供应链管理解决方案,这对推动中国产业发展、提高产业经济效益以及应对国外企业的挑战等方面有重要的意义。企业在开展供应链工程时,需要结合中国特色,即将最先进的技术、理念与中国国情相结合,将最先进的IT技术与国内相对廉价的土地资源和劳动力资源相结合,将高度的信息化与适度的自动化相结合,将行业前沿的高新技术与简单直观的操作相结合,走出一条有中国特色的自主创新、自我发展之路(田歆等,2013)。

1.2 现代商业与供应链工程

1.2.1 中国现代商业发展

在中国早期的计划经济年代,供给决定消费,以产定销,制造商在供应链中处于绝对的主导地位。随着经济发展与改革,市场经济欲望极大地推动了社会经济的高速发展和城市化进程,从短缺向过剩转化,消费结构出现多元化和个性化纵深发展趋势,进而开始以消费需求决定生产,渠道为王,以零售商主导整个产业链的发展进程。最接近市场消费者的商业企业逐渐成为供应链上的主导核心企业。

人们的消费需求不断提高,对商品的多样性、针对性营销、个性化服务、方便快捷的服务提出了更高的要求,出现了消费升级。消费者的需求从注重价格到关注品质和品牌,从关心购物环境到追求购物与服务方式的多样化,从物质需求到心理需求再到精神和文化层面的需求。伴随信息技术的发展,不断催生出新的商业业态和经营模式,加速了我国商业业态的创新、更替与演化进程,先后出现了各类商业形态。从早期的单体经营转向连锁经营模式,有一站式购物的各类大卖场;有提供轻松休闲娱乐的综合购物中心;有提供简单便捷购物与服务结合的

便利店；有提供以新鲜安全为主题的满足家庭生活个性化需求的社区店；有个性化、品牌专卖、精品专柜等各层次的百货店……出现了越来越多专业细分、需求细分、消费结构细分、服务目标细分的连锁服务商业业态。连锁经营的竞争又推动了上下游共同参与的供应链之间的合作协同竞争，多元商业的较量、替代和互动还在不断加剧与融合，并激烈地冲撞和演绎。这一进程中流通产业也进一步增长。2015年，我国社会消费品零售总额突破30亿元；2016年1~7月，已经高达18万亿元，未来的消费需求随着居民生活水平的提高还会持续扩大。

伴随商业快速发展的，除了机遇，更有作为消费入口的市场零售终端面临的激烈竞争和挑战。2004年12月，加入WTO后三年零售业保护期结束，中国成为国际商业集团争夺流通市场的主战场，很多在行业经验、管理方法和雄厚资金等领域拥有诸多优势的跨国零售巨头进入中国市场。而当时中国本土商业企业与国际著名的商业集团相比，无论在规模、资金还是在运营经验、管理手段和高新技术的运用上差距都十分明显，流通领域受到剧烈冲击，中国的商业企业发展面临一场十分严峻的考验。十余年来，本土企业凭借“天时、地利、人和”的当地优势和打不垮的精神，带着民族固有的顽强特性、肩扛沉重的传统文化包袱，带领一批批在转型过程中造就的“不确定职业素养”的员工，在尚未成熟的外部环境中打拼，在这个过程中历经摩擦、消耗、抗争、学习、整合和成长，涌现了一批非常优秀的区域零售企业。

随着互联网和移动互联网等新兴技术的发展，电子商务和移动商务蓬勃兴起，从无到有，再次改变了人们的消费习惯。电子商务和移动商务预示着一个崭新的未来潮流和方向，同时和实体商务之间形成了商业模式上的挑战。实体零售企业积极谋求新的出路，跨界融合越来越常见，模式创新层出不穷，整个零售行业进入加速转型期。各类商场专业定位细分，从以门店销售为主，转变为以展示、体验和个性化服务，以及实体销售和电子商务结合的虚实商业模式。企业的竞争和盈利模式，转变为上下游协同合作竞争模式，进入专业细分、虚实结合的合作共赢时代，虚实结合还在加速催生出更多更精彩的商业模式。

但这一切演变背后的逻辑依然还是源自消费者“物质、文化、精神”等多元结构需求。在这个网络时代，借助人口环境、经济环境、技术环境、政治与法律环境的变化触发出新的商业模式，只是其颠覆的速度比以往更迅猛。

1. 人口环境变化与中国商业流通业经营模式变迁

城市向郊区人口的发展与郊区商业中心的兴起。由于城市人口增加、公共交通和有轨交通等的发展，城市规模越来越大，城市人口不断向郊区扩展。人口向郊区的发展，逐步在郊区形成了众多商业中心，这些商业中心在功能与结构上有别于传统的市中心的商业中心，并与后者形成互补关系。例如，集大型超级市场、

各种娱乐休闲中心等于一体的购物中心等,与市中心的高档百货、旗舰店等形成错位经营,满足人们丰富的、多样化的需求。

2. 经济环境变化与中国商业流通业经营模式变迁

受教育人口增加、人均收入增加、生活模式变化,这些都催生了注重增值价值的商业流通业态。随着教育程度的提高,人们的收入水平也相对较高,同时生活压力增大、生活节奏变快。因此,他们愿意支付较高的成本,以获得时间、地点或带有较多附加价值的商业服务,如营业时间便利、地理位置便利、附加价值多同时价格也相对较高的便利店。人均收入的增长也改变了人们的消费结构,饮食等必需品支出在总支出中的比重下降,而娱乐等非必需品支出在总支出中的比重增加,消费结构的这种变化促进了饮食休闲、娱乐在内的综合性商业中心的兴起。

3. 技术环境分析与中国商业流通业经营模式变迁

技术因素,尤其是信息技术的快速发展,对世界商业流通业和中国商业流通业的经营模式都产生了很大的推动作用。网络技术、通信技术和软件技术等的发展,使商业流通业尤其是连锁业的经营模式发生了巨大变化。以现代信息技术为基础的连锁经营企业,总部在信息系统的支持下,增强了统一控制与统一服务等能力。连锁经营模式创新能力在信息技术支持下得到了极大解放,连锁经营进入了一个崭新的境地。

商业业务的发展对商业信息系统提出了挑战。工程师们利用现代信息技术和应用软件设计技术迎接挑战,并促进信息技术和设计技术的提升。信息技术的发展又为传统商业业务的发展提供了机会,创造了商业的增长点,使原来不可能或难以达到的目标成为现实;同时,还促进新业务的产生,出现了新的利润增长点。商业业务和信息技术通过商业信息系统这个应用实体相辅相成,共同发展和进步。

4. 政治与法律环境分析与中国商业流通业经营模式变迁

随着中国加入 WTO 和零售业对外开放,中国商业流通企业受到外资零售企业的很大冲击。世界消费零售业巨头进驻中国,竞争更加白热化。在激烈残酷的竞争中,不发展、不创新,无异于自取灭亡。在积极创新进取精神的带动下,新的业务不断涌现,组织机构的分拆和合并、业务功能的重新组织和调整更加频繁。随着企业自身的发展、兼并和收购,地域随之不断扩大,这种新形势下如何更有效地进行管理,各个企业都在探索新的管理方式。社会化分工协作的理念被广泛接受,第三方物流、厂商和零售终端门店直接交互等模式也被广泛应用。

在这块特殊时期的特殊土地上,中国零售业将谁主沉浮?谁是今天的胜者还