

中国零售业研究前沿系列 I



清华大学经济管理学院
中国零售研究中心

THE
DEVELOPMENT OF
THE RETAILING
INDUSTRY
IN CHINA

李飞 王高等/著

中国零售业 发展历程

(1981~2005)



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)



清华大学经济管理学院
中国零售研究中心

中国零售研究
前沿系列



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

● 中国零售研究前沿系列 I

中国零售业发展历程

(1981 ~ 2005)

**The Development of the Retailing
Industry in China (1981~2005)**

李飞 王高等 / 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

中国零售研究前沿系列 I

中国零售业发展历程 (1981 ~ 2005)

著 者 / 李 飞 王 高等

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市东城区先晓胡同 10 号

邮政编码 / 100005

网 址 / <http://www.ssap.com.cn>

网站支持 / (010) 65269967

责任部门 / 皮书出版中心 (010) 85117872

电子信箱 / pishubu@ssap.cn

项目负责 / 范广伟

责任编辑 / 王玉敏 张文静

责任印制 / 盖永东

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部

(010) 65139961 65139963

经 销 / 各地书店

读者服务 / 市场部

(010) 65285539

法律顾问 / 北京建元律师事务所

排 版 / 北京鑫联必升文化发展有限公司

印 刷 / 北京季峰印刷有限公司

开 本 / 787 × 1092 毫米 1/16 开

印 张 / 36.5

字 数 / 648 千字

版 次 / 2006 年 11 月第 1 版


印 次 / 2006 年 11 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 7 - 80230 - 339 - 7/F · 079

定 价 / 69.00 元 (含光盘)

本书如有破损、缺页、装订错误,

请与本社市场部联系更换

 版权所有 翻印必究

社会科学文献出版社网站

www.ssap.com.cn

1. 查询最新图书
2. 分类查询各学科图书
3. 查询新闻发布会、学术研讨会的相关消息
4. 注册会员，网上购书



本社网站是一个交流的平台，“读者俱乐部”、“书评书摘”、“论坛”、“在线咨询”等为广大读者、媒体、经销商、作者提供了最充分的交流空间。

“读者俱乐部”实行会员制管理，不同级别会员享受不同的购书优惠（最低 7.5 折），会员购书同时还享受积分赠送、购书免邮费等待遇。“读者俱乐部”将不定期从注册的会员或者反馈信息的读者中抽出一部分幸运读者，免费赠送我社出版的新书或者光盘数据库等产品。

“在线商城”的商品覆盖图书、软件、数据库、点卡等多种形式，为读者提供最权威、最全面的产品出版资讯。商城将不定期推出部分特惠产品。

咨询 / 邮购电话：010-65285539 邮箱：duzhe@ssap.cn

网站支持（销售）联系电话：010-65269967 QQ：168316188 邮箱：service@ssap.cn

邮购地址：北京市东城区先晓胡同 10 号 社科文献出版社市场部 邮编：100005

银行户名：社会科学文献出版社发行部 开户银行：工商银行北京东南支行 账号：0200001009066109151

清华大学经济管理学院 中国零售研究中心

清华大学经济管理学院中国零售研究中心是清华大学经济管理学院于2004年11月在其顾问委员会的倡议与支持下成立的一所专业性研究机构。中心旨在整合与零售业有关的国内外的政府机构、学术界与企业界等多种资源，积极开展中国零售业的基础与应用研究，提高中国零售领域的研究水平。中心将根据中国零售业发展实际和世界零售理论前沿进行自主课题的研究，并承担国家有关部委的研究课题，同时，中心将促进国内外零售企业之间和学术界之间的交流与合作，此外，中心还将为中国零售企业培养人才和提供咨询。清华大学经济管理学院顾问委员会成员单位沃尔玛百货有限公司为中心的成立提供了启动资金。

China Retail Research Center

China Retail Research Center (CRRC) is a research center of the School of Economics and Management, Tsinghua University (TSEM), established in November 2004. The mission of CRRC is to become an internationally recognized and nationally leading research organization in retailing. By integrating the resources from government, academia and enterprises domestically and internationally, CRRC will actively carry out retailing-related theoretical and practical researches, and advance research capabilities in the retailing area in China. CRRC will study the issues that challenge the retailing industry and conduct research projects for the Chinese government. Meanwhile CRRC will facilitate the communication and cooperation between the academia and the retailing industry. CRRC will also provide training and consulting services to the retailing industry in China. With its research and other activities CRRC will contribute to the development of the retailing industry in China. Wal-Mart Stores Inc., a member of the Advisory Board of TSEM, contributed the seed fund for the establishment of CRRC.

《中国零售业发展历程（1981 ~ 2005）》

编写人员

主持人

李 飞 清华大学经济管理学院副教授、中国零售研究中心副主任

学术指导

黄国雄 中国人民大学商学院教授、博士生导师

编写人员（排名按章节顺序）

夏春玉 东北财经大学副校长、教授、博士生导师

杨 旭 东北财经大学工商管理学院博士研究生

杨宜苗 东北财经大学工商管理学院博士研究生

白长虹 南开大学国际商学院教授、博士生导师

卞晓青 南开大学商学院博士研究生

郝胜宇 南开大学商学院博士研究生

陈 晔 南开大学商学院博士研究生

金永生 北京邮电大学经济管理学院教授、博士生导师

郭崇义 北京工商大学商学院博士

李 飞 中国零售研究中心副主任、清华大学经济管理学院副教授

王燕平 北京锐迪流通研究所副所长

李 翔 清华大学经济管理学院硕士

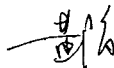
程 丹 清华大学经济管理学院硕士

彭 焰 清华大学经济管理学院工商管理硕士

- 苏小博** 清华大学经济管理学院硕士研究生
- 赵俊霞** 北京大学软件与微电子学院硕士研究生
- 何明珂** 北京工商大学商学院院长、教授
- 杨浩雄** 北京工商大学商学院讲师、博士
- 汪旭晖** 清华大学经济管理学院博士后、东北财经大学工商管理
学院副教授
- 黄国雄** 中国人民大学商学院教授、博士生导师
- 王双进** 中国人民大学商学院博士研究生
- 阿尔木** 中国人民大学商学院博士研究生
- 王 高** 清华大学经济管理学院营销系副主任、副教授、中国零
售研究中心执行委员
- 陆奇斌** 对外经济贸易大学国际商学院讲师、博士

序 言 一

商务部部长助理



中国实行改革开放政策以来，零售业发展实现了历史的跨越。1978 ~ 2004 年间，消费品零售总额年均增长 14.6%。2005 年，中国国内市场继续保持较快发展的态势。

①市场规模不断扩大，目前中国消费品零售总额排在美国、日本之后，处于世界第三位。

②现代零售方式发展迅速，2005 年前 100 名连锁企业零售额占零售总额的比重，首次超过 10%，比 2004 年提高约 1 个百分点。北京、上海、天津、重庆、深圳等地连锁企业的销售额，都已超过当地零售总额的 20%。预计到 2010 年，中国消费品零售总额将超过 10 万亿元，年均实际增长 11% 以上；连锁企业销售额年均增长 30%，2010 年达到消费品零售总额的 25% 以上。

③对外开放取得新的进展，中国自 1992 年开始进行零售业对外开放试点。截至 2004 年底，国务院商务主管部门共批准设立外商投资商业企业 314 家，合同利用外资 30.62 亿美元，开设店铺 3997 个，营业面积约 920 万平方米。列入 2004 年《财富》500 强的商业零售企业中，有 11 家已在中国开设店铺。2005 年，商务部将部分外资商业企业的审批委托地方商务主管部门，全年部、省两级共批准设立 1200 家外商投资商业企业，合同利用外资 18 亿美元，开设店铺 1850 个，营业面积 540 万平方米，当年新批外资企业数量大大超过了前 13 年的总和。

十届全国人大四次会议通过的“十一五”规划中，明确提出要把扩大内需、促进消费，作为经济发展的基本立足点和长期战略方针。随着中国经济的平稳快速增长，消费结构由温饱型向小康型升级过渡，将为零售企业提供新的发展机遇和更广阔的市场空间。

在中国零售业快速发展的同时，也出现了一些需要研究和解决的问题，例如，商业网点规划合理性的评价标准问题，零售商和供应商关系问

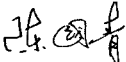
题，零售促销规范管理问题，食品安全管理问题，本土零售企业核心竞争力塑造问题，以及零售业对外开放的安全评估问题，等等。目前，国内零售业发展速度很快，但专门进行零售理论研究的人员却较少，理论严重滞后于实践的发展，在一定程度上影响了中国零售业的快速、稳定发展。

清华大学经济管理学院中国零售研究中心组织全国六所高校专家著述的《中国零售业发展历程（1981~2005）》，对改革开放以来中国零售业的发展进行了系统回顾和分析，描绘了中国零售业发展的全貌，是一项非常有意义的工作，必将进一步推动中国零售理论的研究，并为国家制定零售产业政策和零售企业进行经营决策提供参考。

中国零售业正处于良好的变革与发展时期，需要更多的学者加入到对现实问题的研究中来，为解决中国零售业发展的重大理论和实践问题做出贡献。我希望清华大学中国零售研究中心立足中国，面向世界，成为国内外零售学者、企业家交流的平台和政府零售决策参谋机构。我也衷心祝愿《中国零售研究前沿系列》年复一年，越办越好！

序 言 二

清华大学经济管理学院常务副院长、

中国零售研究中心主任 

1979年改革开放以来，中国零售业发生了巨大的变化，新型零售类型不断涌现，外国零售集团扩张速度加快，市场上的商品和服务越来越丰富，人们购物变得越来越方便。无疑，零售业已经成为中国国民经济的一个重要行业。但是，在中国零售业快速变化的过程中，也一直伴随着争论，例如，零售业态的中国适应性问题、零售业的过度开放问题、零售技术的应用问题、工商关系问题、零售理论研究队伍的发展问题等，至今这些问题并没有完全解决。解决这些问题的基础之一，是对中国改革开放以来的零售业发展进行研究，以便了解过去，分析现在，规划未来。

《中国零售业发展历程（1981~2005）》，正是在这种背景下推出的。它是清华大学经济管理学院中国零售研究中心的重要科研项目。该项目联合了中国人民大学、南开大学、东北财经大学、北京工商大学、北京邮电大学和清华大学6所高校的专家共同完成。这是第一次对改革开放以来中国零售业的发展进行系统回顾和总结，涉及了零售环境、零售类型、零售运营、零售技术、零售国际化、零售理论研究和零售案例研究7个部分内容，包括23个重要的专题项目研究，其成果必将对今后中国零售业的发展、政府相关政策的制定和零售企业的经营决策起到重要的作用。

清华大学经济管理学院，以“跻身世界一流经营学院之列，造就未来中国乃至世界范围的商业领袖，贡献学术新知以推动民族经济的伟大复兴”为使命，既要在中国的经济改革和发展中发挥推动作用，又要在世界范围内产生影响。中国零售研究中心的成立，同样秉承这样的理念。我们希望它在借鉴国际规范研究方法的基础上，联合国内外零售研究专家，脚踏实地地跟踪中国零售业发展的历史进程和规律，研究中国零售业发展中政府和企业关注的重要和亟须解决的问题，提供国家零售业政策制定和企业经营决策的理论依据，每年以《中国零售研究前沿系列》的形式发布课题成果，为中国零售业的健康发展做出贡献。

前 言

清华大学经济管理学院中国零售研究中心副主任



25 年来，随着经济体制改革的不断深入，中国零售市场从商品短缺的卖方市场趋向转变为商品充裕的买方市场趋向，加之信息技术的发展，国际著名零售集团的进入，中国零售业发生了翻天覆地的变化。

当你晨练的时候会发现，街边的副食小店一夜之间变成超级市场；当你走进百货商店的时候，会感觉到服务员的态度热情起来；过去凭票供应的电器产品，今天有钱就可以拿走；过去需要坐飞机到巴黎才能买到的化妆品，今天坐在家里点点鼠标就有人将其送到手中。中国消费者成为零售业发展的最大受益者，他们出行几公里就可以买到全世界最好的商品，浏览到国际上最著名的零售店铺，直至享受贵宾级的服务礼遇。这一切变化都源于中国爆发了一场惊心动魄的零售革命。

在长期的计划经济体制下，中国似乎游离于世界零售革命之外，使中国经济特别是零售业与西方世界隔绝，因此，西方的每次零售革命都与中国无关，直到 20 世纪 90 年代之前，中国零售业发展没有本质上的变化。随着经济体制改革开放的不断深入，终于触及到了零售业这个最后的堡垒，20 世纪 90 年代中期，中国爆发了一场前所未有的零售革命。它不仅会改变原有的分销渠道，而且还会指导厂商进行全新营销运作，并最终改变人们的生活方式。我们经历的零售革命具有三个特征。

（1）这是一场多类型的革命

自 1852 年世界上第一家百货商店在巴黎诞生以来，西方世界已经爆发了百货商店、一价商店、连锁商店、超级市场、购物中心、自动售货机、步行商业街和网络销售等多次零售革命，前后经历了 150 年左右的时间。换句话说，这些革命是在 150 年时间里分别依次爆发的。目前中国经历的零售革命，几乎是在 5 年左右的时间里同时爆发的，在世界上 150 年时间里出现的零售类型在中国都出现了。因此，其速度之快、冲击力之强是其他国家不可比拟的。同时，将中国零售业一下子推到风口浪尖上，决策者

来不及进行学习与思索,就直接面对着众多零售企业的竞争,不由自主地被卷入这场革命之中。

(2) 这是一场综合性的革命

尽管任何一次零售革命都必然产生综合性的结果,但是,中国零售革命一开始爆发就显示出综合性的特征。它不仅是传统零售类型的变化与更新,而且伴随着旧的经济体制的瓦解和新的体制的建立。它不仅是零售企业的一场革命,也是政府管理零售业的一次革命。例如,连锁革命的启动必然冲击地区分割、部门封锁的传统零售体制,这些旧有体制不发生变化,连锁革命难以正常展开。然而,旧有体制受着旧有观念和财税体制的保护,要打碎谈何容易?因此,中国零售革命发生在经济体制改革进程中、新旧体制交替时期,复杂性和艰难性都十分明显。

(3) 这是一场竞争性的革命

任何一次零售革命都是优胜劣汰的过程。百货商店产生后,曾使众多街头小店关门倒闭;超级市场革命淘汰了一大批传统的食品店。革命是一个弃旧图新的过程,中国零售业逐渐走向市场,因此,竞争将更为残酷。政府无力对每个濒临倒闭的零售企业进行保护,即使有能力保护也难以为之,因为极可能出现保护落后的恶果。因此,谁想生存和发展,就必须适应这场综合性的革命,及时地、科学地、有效地进行业态转换和经营管理水平的提升。

我们这一代人经历了中国目前这场综合性的零售革命,目睹了中国零售业一日千里的变化,享受了这场革命给我们带来的巨大好处,我们是幸运的,我们有责任记录25年来这场革命的历史进程。

为此,清华大学经济管理学院中国零售研究中心(CRRC)一成立,就把《中国零售业发展历程(1981~2005)》作为重点课题立项,我为课题负责人,邀请中国著名商业专家、中国人民大学黄国雄教授任学术顾问,参与课题研究的还有东北财经大学副校长夏春玉教授、南开大学商学院《南开管理评论》副主编白长虹教授、北京工商大学商学院院长何明珂教授、郭崇义博士和杨浩雄博士、北京邮电大学经济管理学院金永生教授、清华大学经济管理学院博士后和东北财经大学汪旭晖副教授,以及上述每位老师的部分博士和硕士研究生,总人数超过20人。

我设计了整体研究框架初稿,课题组成员进行了讨论和修改,最后形成了研究和写作的大纲。各位课题组骨干成员都负责1~4个子课题的具体研究,并对所承担子课题的学术水平负责,我在统稿时没有对学术观点进行修改,各个子课题仅代表作者的观点,不代表课题主持人和中国零售研究中心的观点。因此,为了尊重各位作者的知识产权,也是让各位研究者对自己的研究成果负责,本书没有像国内其他类似出版物一样署名“某某

主编”，而是“某某等著”。

本书分为7篇：第一篇为综合篇，包括第1章中国零售环境、第2章中国零售顾客、第3章中国零售政策、第4章中国零售发展；第二篇为类型篇，包括第5章中国零售类型、第6章中国店铺零售业、第7章中国无店铺零售业、第8章中国零售聚集区、第9章中国零售组织；第三篇为运营篇，包括第10章中国零售企业发展与经营、第11章中国零售企业营销、第12章中国零售企业管理；第四篇为技术篇，包括第13章零售物流技术、第14章零售信息技术；第五篇为国际篇，包括第15章外资零售企业在中国、第16章中国零售企业的国际化之路；第六篇为理论篇，包括第17篇中国零售学术研究发展、第18章中国零售学术研究文献、第19章中国零售研究学者队伍、第20章中国零售学术研究现状分析；第七篇为实证篇，包括第21章中国零售百强的结构变化研究、第22章世界零售百强的结构变化研究、第23章中国零售企业顾客满意度调查报告。本书最后附有光盘，内容包括中国零售业25年发展大事记、国内外零售百强排行榜数据等。

研究中国零售革命的发展历史，决不是几个人在1年时间就能完成的工作，加之中国零售业的发展仍然在继续，我们期待着更多的人参与零售理论和实践的研究，清华大学经济管理学院 CRRC 将继续追踪中国零售业的发展变化，为中国零售业的健康发展做出努力和贡献！

目 录

第一篇 综合篇

第 1 章	中国零售环境	3
第 2 章	中国零售顾客	34
第 3 章	中国零售政策	59
第 4 章	中国零售发展	83

第二篇 类型篇

第 5 章	中国零售类型	125
第 6 章	中国店铺零售业	149
第 7 章	中国无店铺零售业	169
第 8 章	中国零售集聚区	198
第 9 章	中国零售组织	216

第三篇 运营篇

第 10 章	中国零售企业发展与经营	237
第 11 章	中国零售企业营销	253
第 12 章	中国零售企业管理	275

第四篇 技术篇

第 13 章	零售物流技术	297
第 14 章	零售信息技术	323

第五篇 国际篇

第 15 章	外资零售企业在中国	347
第 16 章	中国零售企业的国际化之路	379

第六篇 理论篇

第 17 章	中国零售学术研究发展	395
第 18 章	中国零售学术研究文献	417
第 19 章	中国零售研究学者队伍	445
第 20 章	中国零售学术研究现状分析	462

第七篇 实证篇

第 21 章	中国零售百强的结构变化研究	481
第 22 章	世界零售百强的结构变化研究	514
第 23 章	中国零售企业顾客满意度调查报告	546

附 录	中国零售业大事记 (1981 ~ 2005)	557
------------	-------------------------------------	-----

后 记	564
------------	-------	-----

Contents

Part I Overview

- Chapter 1 Retail Environment in China / 3
- Chapter 2 Retail Customers in China / 34
- Chapter 3 Retail Policies in China / 59
- Chapter 4 Retail Development in China / 83

Part II Retail Formats

- Chapter 5 Retail Formats in China / 125
- Chapter 6 Store Retailing in China / 149
- Chapter 7 Non-Store Retailing in China / 169
- Chapter 8 Retail Cluster Area in China / 198
- Chapter 9 Retail Organization in China / 216

Part III Retail Operations

- Chapter 10 Retail Companies in China / 237
- Chapter 11 Retail Marketing in China / 253
- Chapter 12 Retail Management in China / 275

Part IV Retail Technology

- Chapter 13 Retail Circulation Technology / 297
- Chapter 14 Retail Information Technology / 323

Part V Retail Internationalization

- Chapter 15 Foreign Retail Companies in China / 347
- Chapter 16 Chinese Retail Companies abroad / 379