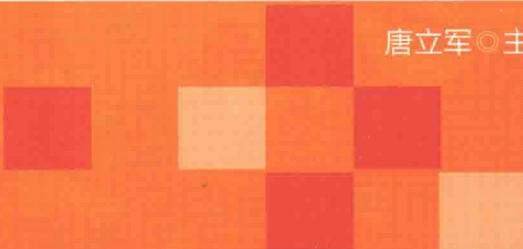




首都现代零售业 发展研究报告(下册)

唐立军◎主编



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

首都现代零售业发展研究报告

(下册)

主 编 唐立军

副主编 孙永波 刘文纲 周 佳

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

首都现代零售业发展研究报告: 全 2 册/唐立军主编. —北京: 中国财富出版社, 2014. 4

ISBN 978-7-5047-5116-4

I. ①首… II. ①唐… III. ①零售业—经济发展—研究报告—北京市
IV. ①F724.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 020579 号

策划编辑 王宏琴

责任印制 方朋远

责任编辑 韦京禹冰

责任校对 饶莉莉

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010-52227568 (发行部) 010-52227588 转 307 (总编室)

010-68589540 (读者服务部) 010-52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978-7-5047-5116-4/F·2087

开 本 710mm×1000mm 1/16

版 次 2014 年 4 月第 1 版

印 张 57.75

印 次 2014 年 4 月第 1 次印刷

字 数 1132 千字

定 价 220.00 元 (全 2 册)

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换

前 言

近年来,首都现代零售业快速发展并成长为首都经济社会发展的主导产业,成为体现以人为本、提高市民生活品质和建设宜居城市的重要基础行业。与此同时,首都现代零售业发展环境也发生了重大而深刻的变化,尤其是国际化竞争日益加剧、新技术应用加速、电子商务零售额迅猛增长、消费结构不断升级等新形势,要求零售业在转变发展方式、提升行业竞争力、优化服务能力等方面取得新进展、新突破。

2011年2月,北京市政府发布《北京市“十二五”时期国际商贸中心建设发展规划》(京政发〔2011〕49号)(以下简称《规划》)。该《规划》指出,要全面推进北京商贸流通业规范化、现代化、特色化、国际化发展,塑造“北京服务”。现代零售业是首都现代服务业体系中的重要组成部分。大力提升首都零售业现代化水平,有效发挥零售业商品集散、资源配置、先导带动的产业功能,使之成为促进消费、优化城市功能定位、转变经济增长方式的长效动力,既是北京国际商贸中心建设的重要目标,也是其重要举措。在此背景下,首都现代零售业的转型升级和跨越发展成为中国特色“世界城市”建设过程中的关键环节。

唐立军教授主持的北京高校科技创新平台——首都现代零售业发展研究成果报告,正是适应这一形势和需求而出版的。自2008年课题立项伊始,课题组潜心研究,通过行业企业实地访谈、商界学界问卷调查、中外文献研究等,运用数据定量、案例分析、比较研究等方法,充分调研首都现代零售业发展历史、现状,深入探究首都现代零售业发展成就、运行机制、存在的问题、面临的机遇与挑战,有针对性地提出了首都现代零售业发展的方向与态势、路径与对策。

全书分为上下两册。上册高度凝练国际大都市现代零售业发展规律、经验教训,从总体上创新谋划首都现代零售业发展战略、营销战略、规划编制、现代化评价以及国际化、可持续化、“低碳”化、农村零售现代化等总体发展目标、思路,实证分析首都现代零售业面临的消费群体特征与变化趋势;下册围绕行业分类梳理首都现代零售业在业态管理、组织管理、文化建设、人才队伍、网络营

销、自有品牌、渠道管理等方面的核心问题并建言献策，并从微观角度重点剖析了核心竞争力提升、运营管理、赢利模式、社会责任等首都零售企业现代化管理热点问题。

唐立军教授拟订提出课题研究及成果汇编的总体计划、研究思路与研究体系，组织多次研讨交流，指导课题组成员完成课题研究及最终成果审订。并与孙永波教授、刘文纲教授共同完成总报告撰写、研究成果汇总梳理及全书编纂工作。课题组其他成员分工负责承担各自专题的研究和报告撰写工作。除所列作者外，还有一些老师、同学参与课题研究，做出了应有贡献。研究过程中参考了各界专家的观点，吸取了一些建议，在此一并表示衷心的感谢。

本书作为相关课题研究成果的集结，在结构体系、研究内容、学术观点以及写作风格上，难免存在一些不尽完善之处，诚望各界专业人士和广大读者予以指正。同时也希望本书能起到抛砖引玉、启发思维的作用，共同促进首都商贸流通业的现代化发展。

编 者

2013 年 12 月

目 录

首都现代零售业发展问题研究总报告	(1)
------------------------	-----

上册

第一章 首都现代零售业发展战略研究	(33)
第二章 首都现代零售业营销战略研究	(107)
第三章 首都现代零售业发展规划编制研究	(135)
第四章 首都零售业发展现代化评价研究	(150)
第五章 首都现代零售业国际化发展研究	(195)
第六章 首都现代零售业可持续发展研究	(230)
第七章 首都现代零售业“低碳”问题研究	(266)
第八章 首都农村现代零售业发展问题研究	(290)
第九章 国际化大都市现代零售业发展研究	(317)
第十章 中韩首都现代零售业发展比较研究	(350)
第十一章 北京重点商业街区顾客满意度研究	(382)
第十二章 北京大型综合超市顾客满意度测评研究	(409)
第十三章 购物中心顾客购买行为研究	(447)

下册

第十四章 首都现代零售业业态管理研究	(487)
第十五章 首都现代零售业组织管理研究	(498)
第十六章 首都现代零售业文化建设研究	(516)
第十七章 首都现代零售业网络营销研究	(544)
第十八章 首都现代零售业渠道管理研究	(573)
第十九章 首都现代零售业人才队伍建设研究	(617)
第二十章 首都零售业自有品牌建设研究	(633)
第二十一章 基于品牌关系理论的零售商自有品牌创建问题研究	(688)
第二十二章 首都零售业业态适应性及其影响因素的实证研究	(724)

第二十三章	首都零售企业核心竞争力提升研究	(769)
第二十四章	首都现代零售企业运营管理研究	(815)
第二十五章	首都零售企业社会责任管理模式研究	(835)
第二十六章	零售企业赢利模式问题研究	(850)
第二十七章	基于翠微“大顾客观”的零售企业关系营销研究	(863)
参考文献		(875)
附录		(882)

第十四章 首都现代零售业业态管理研究

首都北京作为我国四个直辖市之一和全国政治、文化中心，因其得天独厚的区位优势和良好的发展环境，零售业一直保持着快速发展态势并形成其自身的特点。本文主要研究首都零售业业态的现状、发展趋势以及发展过程中出现的一些问题，并提出相应的对策和措施。

一、首都零售业业态现状与发展趋势

(一) 首都零售业业态现状

北京人口众多，属特大型消费城市。随着经济的发展，人民生活水平不断提高，如表 14-1 所示，北京市城镇居民的人均家庭收入、人均可支配收入、人均消费性支出每年都在增加，服务性消费比重日趋扩大，消费结构逐步升级，对零售业的发展在数量和质量上有着更新、更高的要求。如表 14-2 所示，首都社会消费品零售总额也是呈逐年增加的趋势。2003—2012 年，首都社会消费品零售总额从 2296.9 亿元上升到 7702.8 亿元，年均增长率 14.44% 以上。这显示出首都零售业最近几年的发展速度，而居民可支配收入的增长是零售业发展最重要的驱动力。

表 14-1 北京市城镇居民家庭基本情况

年份	人均家庭收入 (元)	人均可支配收入 (元)	人均可支配收入实际增长 (%)	人均消费性支出 (元)	城镇居民家庭恩格尔系数 (%)
2007	24576.0	21989.0	11.2	15330.0	32.2
2008	27678.0	24725.0	7.0	16460.0	33.8
2009	30674.0	26738.0	9.7	17893.0	33.2
2010	33360.0	29073.0	6.2	19934.0	32.1
2011	37124.0	32903.0	7.2	21984.0	31.4
2012		36469.0	7.3		31.3

资料来源：北京市统计信息网。

表 14-2 2003—2011 年首都社会消费品零售总额及年增长率

年份	社会消费品零售总额 (亿元)	增长率 (%)
2003	2296.9	14.55
2004	2626.6	14.35
2005	2911.7	10.85
2006	3295.3	13.17
2007	3835.2	16.38
2008	4645.5	21.12
2009	5309.9	14.30
2010	6229.3	17.31
2011	6900.3	10.77
2012	7702.8	11.63

资料来源：北京统计信息网，根据北京市统计年鉴 2012 年版整理。

零售业态是按照店铺的经营方式、商品结构、服务功能，以及选址、商圈、规模、店堂设施、目标顾客和有无固定营业场所原则进行分类的。根据 2004 年国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会联合颁布的国家标准《零售业态分类》，零售业态主要包括：百货商店、便利店、专业店、综合超市、大型超市、折扣店和无店铺零售等。近年来，在首都零售业发展进程中，不同业态的增长速度和业绩是有差异的，具体表现在以下方面。

1. 传统零售业态——百货商店的主导地位动摇，其在零售业中不再占有绝对优势

从 20 世纪 90 年代中期开始，百货公司销售业绩大幅下滑，从经营业态看，2011 年年末全市百货店门店数量为 57 个，零售额比重占全部经营业态比重仅为 17.5%，^① 百货店独霸北京零售市场的局面已不存在，其在未来的发展因百货商的经营规模不同大致呈两个方向发展。其中一个趋势是走专业化、特色化道路，如中小百货店向专业店发展，加强服务功能，体现高档次、精品化、休闲化；而分布过于密集、结构布局不合理的中心商业区，也正朝着错位经营，积极发展特色商业街的道路发展。百货商的另一个趋势是大型百货商将向大型化、综合化、多功能发展，并从数量增长转向集约化增长，如从我国国情出发，一些百货店兼

^① 北京统计局：《北京统计年鉴 2012》，北京：北京统计出版社，2012 年。

有餐饮、娱乐等购物中心的功能。

2. 以连锁方式发展的超市业态成为主力业态，发挥着越来越重要的作用

超市的优质、廉价和便利等特点赢得了大批消费者的青睐，它的发展机遇在于其自选购物形式、经营大众化商品与低价格。2004—2011年，北京市连锁超市门店数量从1083个发展到1952个，从业人员数量从47969人增长到69647人，零售额从2860709万元增长到4983734万元（如表14-3所示）。

仓储式超市是超市的特例，以大众化衣、食、日用品为主，商品的种类较多，实行大批量订货等方式，实现廉价销售。随着首都居民个人交通工具的逐步现代化，商品储藏条件的改善，消费者购物周期化、批量化习惯的逐步形成，仓储式超市在北京市将会有较大幅度的发展。此外，随着商圈逐渐扩展至城市郊区，24小时便利店无法覆盖到商业区和社区，16小时以上的便利超市和社区超市等新型业态开始不断涌现。

但从总体而言，北京市的大部分超级市场门店数量仍偏少，连锁化程度较低，配送中心缺位，集中配送率较低，难以形成规模优势，其发展也面临着很多的问题。

3. 专业店、专卖店的发展日益完善

在北京市的商业中心以及百货商店、购物中心内，经常可以看见各种各样的专业店和专卖店。专业店以销售某类商品为主，并集多个商家品牌，凭借规模化的经营、齐全的规格、专业化的知识、低廉的价格，满足不同消费者的需求。专卖店以销售某一品牌系列商品为主，销量少、质优、高毛利，能够满足中高档消费者和追求时尚的年轻人的需求。随着北京市居民购买力的增强，专业店和专卖店在城市中发展的日益成熟。2005—2011年，北京市连锁专业店所属门店数量从2508个变化为1914个，专卖店所属门店数量从502个变化为1070个（如表14-3所示）。

表 14-3 2004—2011 年北京市部分经营业态连锁零售企业的基本情况

年份		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
超 市	连锁总店（个）	26	31	24	27	32			
	所属门店（个）	1083	1157	1309	1553	1799	1944	2170	1952
	从业人员（人）	47969	50472	46498	51627	58050	58683	67529	69647
	营业面积（平方米）	1721798	1711819	1765126	2090460	2118218	2340618	2679517	2723566
	零售额（万元）	2860709	3566145	2853851	3159473	3741383	3928724	4440582	4983734

续 表

年份	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
百货店	连锁总店 (个)	3	3	5	7	9		
	所属门店 (个)	27	29	45	54	67	64	57
	从业人员 (人)	11417	11111	12039	10339	15775	15778	16092
	营业面积 (平方米)	413482	450485	468248	747911	773300	956415	1077979
	零售额 (万元)	598088	764228	996348	1591850	2166132	2510754	2492823
专业店	连锁总店 (个)	41	51	48	45	62		
	所属门店 (个)	2607	2508	1903	1925	2009	2088	1976
	从业人员 (人)	24934	38862	22764	21580	26688	25319	28238
	营业面积 (平方米)	688163	1421585	1213239	1033723	1163291	1123478	1185241
	零售额 (万元)	1992054	4050605	2539700	2518028	2304563	2332379	3421771
加油站	连锁总店 (个)			1	2	2		
	所属门店 (个)			463	686	691	675	671
	从业人员 (人)			6055	6335	7525	6866	8101
	营业面积 (平方米)			161751	668975	656948	271665	292324
	零售额 (万元)			1448306	1941414	2158439	2238447	2733580

注:《北京统计年鉴》2005、2006年版中无加油站的相关统计数据。从2010年开始无连锁总店一项。从2009年起年鉴将超市细分,故2008年及以后超市数据为超市和大型超市总和。

数据来源:《北京统计年鉴》2005—2012年。

4. 仓储式商场迅猛发展

仓储式商场已由经济最发达的广东省,向北京、上海国际大都市,再向省会城市以及其他工商业重镇拓展,呈迅速蔓延之势。此后北京的仓储式商场也迅猛发展起来了,1995年北京只有仓储式商场四十多家;之后仓储式商场在其他大中城市也得到了高度重视和发展,仓储式商场由单店向连锁经营发展,积极对外谋求规模效益。为了在市场竞争中站稳脚跟,仓储商场不约而同地开展连锁经营,走规模经营的路子。建材装饰材料仓储式商场成为我国仓储式商场家族中不可或缺的成员之一。我国第一家建材装饰材料仓储商场天津家居于1996年12月诞生以来,仅短短的三四年时间,已发展到近十家建材仓储式公司,其网点已覆盖北京、上海、天津、西安、沈阳、南京、无锡、青岛等地。

5. 便利店、折扣店仍有较大发展空间

便利店是以满足青少年、上班族、单身家庭等消费为主的零售业态,便利店

具有商店面积小、营业时间长、顾客自我服务的特点,可以随时满足顾客需要。20世纪90年代初,随着连锁经营的发展,便利店从改造粮油店、杂食店等传统的商业网点开始起步,在北京市逐步兴盛起来。便利店通常分布在北京市的交通要道以及车站、学校、办公楼等公共活动区,为广大消费者提供24小时的便捷服务。由于北京市居民生活的快节奏和生活水平的提高,便利店有着很大的顾客群体,前景辉煌。折扣店是以廉价或折价销售生活用品、服装及其他工业用品并采取自我服务的方式的零售业态。两种业态在首都都有着较大的发展空间。

6. 无店铺零售模式快速进入都市人日常生活

无店铺零售业态是指不通过店铺销售,由厂家或商家直接将商品递送给消费者的零售业态。当前的无店铺零售业态主要包括电视购物、邮购、网上商店、自动售货亭和电话购物五种。当前,无店铺零售模式已具有一定的挑战传统商业模式的能力,特别是网上零售。网上零售凭借其经营成本低、跨越时空限制、便于沟通、灵活性强等特点,赢得越来越多的消费者和创业者的青睐。尽管发展迅速,但目前北京市网上零售业还很不成熟,还没有形成规模性赢利的企业,实现赢利的企业主要集中在少量垂直类的B2C公司,以及淘宝等平台类商家,更多的企业只是小打小闹;而且,随着经营规模的扩大和业务量的增多,多数网店将面临信息化的发展瓶颈。

7. 大型购物中心呈良好发展趋势

购物中心的目标顾客群以中、高收入阶层为主。大型购物中心一般分布在北京城乡结合部的交通要道处,通常包含数十个甚至数百个服务场所,业态涵盖大型综合超市、专业店、专卖店、饮食店、杂品店以及娱乐健身休闲等,它把购物和娱乐结合在一起,迎合人们“轻松购物,享受生活”的观念。其综合性、全面性和多功能性,可以满足消费者多层次、多样化的需要。大型购物中心的出现,促进了零售业态的升级,提高了商业科学管理水平,推进了商业组织化程度提高,促进了商业企业先进营销与理念更新,具有积极的意义。大型购物中心已成为欧美国家的主流零售业态;在北京,随着中、高收入人数的增加和城市交通建设的快速发展,大型购物中心也将呈现出良好的发展势头。

(二) 存在问题

首都零售业发展存在着诸多问题,如过度竞争,业态结构不合理,业态区域结构失衡及过度开放等。

1. 业态结构不合理,投资效益差

北京市零售业态发展不平衡,结构失调。一方面,大型购物中心业态过度增长,建设中出现了盲目上规模、上档次、过度追求豪华等问题(有脱离城市经济

发展和社会结构变迁实际的可能),新建设的商厦大都集中在商业区,使商店设施造价大大提高,经营成本上升,投资效益下降。另一方面,北京市零售业态布局紊乱、功能雷同、脱离消费需求,一定程度上影响城市商业区域功能的发挥。

2. 业态选择定位不清

北京有很大一部分零售企业“跟风跑”,看到一种业态赚钱,就立即转变为这种业态,没有过多的时间考虑自身的条件和外部环境,更没有考虑自己的核心竞争力,致使换了业态不但不赢利还亏了本。例如,标准超市与大型综合超市相比,由于经营面积小、商品品种不如大型综合超市丰富,难以满足消费者一站式购物的要求。因此,对于价格敏感而对时间不敏感的消费者,倾向于到大型综合超市购物;对于时间敏感的消费者则倾向于就近选择便利店进行购物。标准超市陷入定位不明的窘境。

3. 运作不规范,各种业态的优势难以发挥

北京市的零售业态运作很不规范,影响业态优势的发挥。如百货商店的市场定位和经营方式已不能适应多样化需求,片面追求面积和装潢,却没有从实质上满足消费者的需求。再如连锁超市没有达到一定的规模,赢利水平低,有些连锁超市在形式上统一店名、标识,但实质上仍然是单店操作,没有做到统一配送、统一核算、统一管理。而其他业态发展很不充分,大多缺乏规范的管理和长足的发展。由于运作不规范,我国城市的零售业态难以发挥在经营管理、价格、服务和消费者忠诚度等层面的优势。

4. 业态变革不深入,仅仅是数量和形式上模仿

北京市的零售业态变革还很肤浅,主要是引进国外模式,尤其是国外商家一些店铺形式、商品布局,模仿某些营销手段和技巧等。许多企业不顾自身实力和消费者真正需求,片面追求发展速度、发展规模和豪华装修,盲目追求多业态发展,而不去分析各种业态的适用情况。我国城市零售业态仅仅在形式上紧跟国际流行趋势,然而并没有建立自己的竞争优势。

5. 零售企业对商品零售方式创新力度不够以及不能很好地解决管理、人才、资金、组织程度化等问题

北京市有很多零售企业不能准确地满足企业目标市场的需要;零售企业不能“与时俱进”,适应市场变化,调整商品结构,形成商品经营重点与特色。在解决人才、资金、组织程度化等问题方面无所适从。

(三) 首都零售业态的发展趋势

由于经济发展水平不同、购物习惯等差别大,人们的消费选择存在差异,因此在经营上,零售业态将朝着多样化、专业化和相互融合的方向发展,形成以综

合为特征的零售业态、以专业为特色的零售业态和以高需求量的日用品为主导的零售业态等多业态同时并存、相互竞争的格局。各种业态全面发展,新兴业态不断细分市场,覆盖各层次、多方面消费需求,一直处在零售业主导地位的传统百货店开始让位于超级市场、专业(专卖)店等新兴业态,连锁超市将逐步确立其领导地位,而连锁经营和业态的多样化则将成为北京市未来几年内零售业变革的主要内容。此外,有店铺零售与无店铺零售相结合也将是重要的发展趋势。但是,不同业态因市场不同需求而存在,中国消费需求的迅速增长和需求的多样化,决定了新兴业态和超市、百货业将会共同发展。

从发达国家的经验来看,传统零售业态让位于新兴零售业态,已经成为不可逆转的趋势。可以预计,首都零售业未来发展的主要方向正是这种在强大技术实力支持下的以“低价格”为主要特征的超级市场。据北京市统计信息预见,未来5~10年,首都零售市场大部分市场份额将由超市占领,专业(专卖)店的市场份额将占到20%,百货店的市场份额在10%左右,其他各种零售业态单体可能不会超过10%以上的市场份额。

1. 百货店

从长期看,中国的消费升级要经历一个较长的时期,百货业仍将是一个持续较快发展的零售业态。面对新型零售业态竞争的压力,百货店将更加注重进行业态的改良和创新,即变传统百货为现代百货。百货业态细分趋势将更加明显,如细分为高档百货、时尚百货、生活百货、主题百货、折扣百货、精致超市百货等。在经营内容上,部分百货店将向精品化、专业化的方向发展;一些体量较大的百货店将向整合娱乐设施和其他服务设施的区域购物中心方向发展。有条件的百货企业可以利用自身在电子商务方面已有的优势建立虚拟商场、网上商城。社区百货店则将继续发挥其区域优势,在管理绩效提升和营销策略组合方面有所改善。在经营策略上,将进一步向连锁化、集约化经营发展,同时一些新的营销模式将进入百货店竞争领域,如体验消费、顾客关系管理、网络促销等。

2. 超市

在大型综合超市业态中,外资零售商在对大型店铺的综合管理能力方面的优势将更加明显。大型超市将出现百货化趋势,百货化的含义是:第一,提高百货类商品的比重及其档次;第二,招商区要引进品牌较好的百货类商品,以百货类商品专卖厅的形式与超市收银线内的货架形式形成呼应。在中小型超市领域中,本土企业在标准超市和社区便利性超市方面,依然具有相对优势。在某些地区,这类中小型超市甚至能与大型综合超市对抗。如何在快速扩张的同时,保证相关人力资源的适配及管理制度的完善,也将成为超市业态发展所面临的重要课题。

超市的专业化是零售企业的另一个重要的发展方向。例如屈臣氏、国美、苏宁等这样的专业化超市只提供一种或相关种类的产品,但品牌多样化,满足了顾客专业化要求,又让顾客有更多的选择。相似的还有现在兴起的生鲜超市、药品超市。

3. 便利店

受经济发展水平、气候、消费习惯等因素制约,我国大多数地区还不具备发展标准化城市性便利店的条件。在今后一个较长时期内,便利店的发展仍将集中于上海、北京、广州、深圳等大城市。便利店的经营也将从店铺数量的竞争演变为个性化、差异化与企业品牌塑造的竞争。由于便利店的竞争是小型化多店铺的竞争,便利店的赢利模式最终将取决于特许加盟的模式,因此,企业品牌的塑造将是便利店竞争的重点。

4. 专业店

在未来一定时期内,专业店将继续保持强劲的发展势头。以连锁经营为主要特征的家电、家具建材、办公用品等专业店将进入大幅度整合期,而外资零售商的进入将使这种整合的状况更趋于复杂化。在产品差异化和店铺特色并不明显的专业店领域,采取整合营销手段建立清晰的店铺品牌,提高消费者的认知度和忠诚度,将是未来提升竞争力的重要手段之一。

5. 购物中心

据不完全统计,在中国目前的商业地产项目中,已建成和在建中的超过 10 万平方米的购物中心已超过 300 个。北京目前已建成开业或即将建成开业的大型购物中心有金源新燕莎 MALL、百盛购物中心、中关村购物广场、大钟寺国际商业广场、富力广场、东方新天地、银泰中心柏悦生活等 40 多家。随着竞争的加剧以及政府规划的合理引导,大型购物中心的建设将有所降温,其开发将走向理性、科学和精细化。购物中心的营销管理将更加注重业态组合和顾客开发培育,以增强项目整体的持续赢利性。

6. 无店铺销售

网上购物业态正逐渐走向成熟,电子支付方式已经为一部分消费群体接受,市场份额将持续扩大。电视购物、邮购因较多出现商品质量和服务问题,发展将相对迟缓,有待政府主管部门和行业机构强化管理和合理引导。

二、首都零售业态结构的调整与优化

首都零售业的快速、健康发展,一方面需要科学制定零售业态发展战略规划,另一方面还需要从城市布局、交通运输、企业融资等方面创造必要条件,以

促进某种零售业态的生成和发展以及不同业态的渗透和融合。

北京乃至我国零售业态目前呈现大型百货店资源相对过剩（从长期看，中国的消费升级要经历一个较长的时期，百货业仍将是一个持续较快发展的零售业态），超级市场等新兴业态比重偏少，整体规模不大，仍有较大发展空间，新兴零售业态的地区分布不尽合理等特征，因此要通过加快百货店业态的调整，超级市场的细分化，发展折扣店、专业连锁店等新兴业态，调整零售业态地区分布等途径，优化首都地区零售业态的选择与布局。

调整和优化首都零售业态结构应从以下几个方面着手。

（一）大力推行连锁经营

经过十几年的快速健康发展，连锁经营已被首都零售企业广泛应用到百货商店、超级市场、专业店、专卖店、仓储式商场等所有零售业态中。各零售企业根据自身发展情况选择了多业态或单一业态的连锁经营，使首都现代零售业呈现出繁荣发展的面貌，多业态并举成为市场主流。从北京市的实际出发，当前应该把发展连锁超级市场和连锁便利店放在优先地位。当前连锁商店的发展重点，应该以为民、便民、利民为指导思想，以中等收入的工薪阶层为基本顾客，以满足人民群众基本生活需求为经营宗旨，以大众化生活用品和“菜篮子”、“米袋子”食品为主体商品，以超级市场、便利店和与居民生活密切相关的快餐业、服务业店铺的连锁经营为主要形式。

为推动首都连锁零售业的发展，需要采取以下五项措施。①加快连锁经营企业公司制改革步伐，完善法人治理结构，突出经营主业，增强创新能力，提高核心竞争力。鼓励连锁经营企业以资本为纽带，建立母子公司体制的直营连锁网络，或通过商品、品牌、商号、配送、管理技术等联结方式发展特许经营网络。鼓励相同业态或经营内容相近的连锁经营企业通过兼并、联合等形式进行重组，实现低成本扩张和跨地区发展。对资产质量好、经营机制规范、成长性强的连锁经营企业，要鼓励其上市。②统筹规划，加快物流配送体系建设。要做好规划与标准制订等基础工作，积极扶持连锁零售企业配送中心的建设，鼓励引进和自主开发先进物流管理技术，努力实现仓库立体化、装卸搬运机械化、商品配货电子化，加快建立高效率的配送体系，提高连锁经营企业商品统一采购和集中配送的比例。③加强管理，提高连锁经营企业规范化水平。要按照连锁经营标准化、专业化的要求，建立连锁经营企业规范的作业标准和管理手册，连锁经营企业总部要强化对门店经营行为的监管和约束，杜绝不规范的商业行为。进一步推进和完善连锁经营企业时点销售系统、管理信息系统的建设，推广客户关系管理和供应链管理技术，加快连锁经营企业信息化建设步伐，推广品类管理、电子标牌、防

损防盗等现代管理方法和手段。④抓紧培养熟悉现代流通规则、方式、管理及技术的高素质人才,积极开展连锁经营从业人员培训。⑤通过采取简化行政审批手续、实行统一纳税、减少重复检查等措施,为连锁零售业的发展创造良好的外部环境。

(二) 积极发展便利店、折扣店和无店铺零售

便利店通常分布在交通要道以及车站、学校、办公楼等公共活动区,为广大消费者提供 24 小时的便捷服务。由于城市居民生活的快节奏和生活水平的提高,便利店有着很大的顾客群体,应积极发展便利店。这种业态可以迎合我国消费者的便捷和节俭消费心理,在适合我国的消费水平的同时又很好地满足了消费者追求物美价廉、少花钱买名牌的消费习惯,与北京市市场状况适应。积极发展便利店和折扣店,带动首都经济发展。

近年来,网上商店、电视购物、邮购、自动售货亭和电话购物已经成为一种购物趋势,大众的消费观念也由走进商场逐渐转为在家便可购物的方式,这种方便快捷的优点赢得广大消费者的青睐,其市场也不断发展壮大。发展网上零售业有利于促进本市流通领域经营结构调整、商业交易模式创新、提高交易效率、降低交易成本、拉动消费,有助于推动并形成商业经济发展新的增长点和新动力。

发展无店铺零售应坚持政府推动与企业主导相结合,营造环境与市场化推广相结合,网上零售与有店铺零售相结合,重点推进与协调发展相结合,加快发展与加强管理相结合的原则;应发挥行业协会及企业主导作用,积极优化发展环境,以新技术应用推动传统业务创新,加强分类指导,借助相关组织加强网络环境的市场监管,建立有效的规范管理体系,维护网上零售活动的正常秩序;应鼓励已有信息化管理基础的大型百货店、专卖店、专业店、大型批发市场、连锁超市等零售企业开展网上零售业务,建立网上商城,在实体店经营的基础上,增加经营品种,延伸产品线,构建网络营销渠道,建立与消费者交流和互动的平台,不断了解并满足消费需求。

(三) 努力完善大型购物中心的综合性和全面性

大型购物中心是集购物、餐饮、娱乐、休闲、旅游、社交与商务等功能于一体的为消费者提供一站式服务的综合服务体,是一种区域商业中心。随着人民生活水平的提高,对于大型购物中心的需求日益增加,所以大型购物中心的综合性和全面性需要进一步加强以迎合现今的消费习惯。

对于经营者来说,应从建立标准经营管理体系、消费者资源开发能力和承租户战略伙伴关系三方面构筑购物中心的核心竞争力。完善、系统的经营管理体系是购物中心成功开发和正常运营必备的条件,开发消费者资源能力是购物中心生