

DAXING LIUTONG QIYE DE
GUOJIHUA FAZHAN ZHI LU

大型流通企业的 国际化发展之路

蔡荣生 王 勇 著

 人民出版社

DAXING LIUTONG QIYE DE
GUOJIHUA FAZHAN ZHI LU

大型流通企业的 国际化发展之路

蔡荣生 王 勇 著

 人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

大型流通企业的国际化发展之路/蔡荣生,王勇著. —北京:人民出版社,2011

ISBN 978-7-01-010162-0

I. ①大… II. ①蔡… ②王… III. ①流通企业-企业发展-研究-中国

IV. ①F721

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 162777 号

大型流通企业的国际化发展之路

DAXING LIUTONG QIYE DE GUOJIHUA FAZHAN ZHI LU

蔡荣生 王 勇 著

策划编辑:李 斌

责任编辑:张 旭

美术编辑:阳洪燕

出版发行:人 民 出 版 社

地 址:北京市朝阳门内大街 166 号

邮 编:100706

邮购电话:(010) 65250042/65289539

印 刷:三河市金泰源印装厂

经 销:新华书店

版 次:2011 年 8 月第 1 版 2011 年 8 月北京第 1 次印刷

开 本:710 毫米×1000 毫米 1/16

印 张:17.25

字 数:265 千字

书 号:ISBN 978-7-01-010162-0

定 价:38.00 元

目 录

I 篇 理论分析

第 1 章 绪 论	3
1.1 大型流通企业国际化的研究背景	3
1.1.1 国际化已经成为流通企业发展的主要趋势	3
1.1.2 我国流通产业的国际化发展	4
1.2 大型流通企业国际化的研究意义	5
1.2.1 研究国际商业与社会发展的理论意义	5
1.2.2 对国际化大型流通企业经营的指导意义	5
1.2.3 对我国大型流通企业国际化发展的指导意义	5
1.2.4 对于各国政府制定流通产业相关政策的指导意义	6
1.3 本研究的结构安排	7
第 2 章 流通企业国际化的理论概述	8
2.1 流通企业国际化的内涵与主体	8
2.1.1 流通企业国际化的内涵	8
2.1.2 流通企业国际化的主体	10
2.2 流通企业国际化发展的历史	10
2.3 流通企业国际化的驱动因素	12
2.4 流通企业国际化的模式	13
2.4.1 流通企业国际化的时间	14
2.4.2 流通企业国际化的目标市场	16
2.4.3 流通企业的国际化方式	19
2.4.4 流通企业国际化时间、地点和方式的内部联系	23

2.5 流通企业的国际化战略与态度	24
2.5.1 流通企业国际化发展的不同战略	24
2.5.2 流通企业国际化发展的两种态度	25

Ⅱ篇 国外实践

第3章 发达国家流通企业的发展及其国际化	29
3.1 发达国家流通业的发展历程及特点	29
3.1.1 美国流通业	29
3.1.2 欧洲流通业	32
3.1.3 日本流通业	34
3.2 发达国家流通业的发展趋势	36
3.2.1 规模化发展	36
3.2.2 品牌化经营	37
3.2.3 流通组织联合化	38
3.2.4 流通业态多元化	38
3.2.5 营销方式多样化	39
3.2.6 布局趋向郊区化	39
3.2.7 运营过程的信息化的	40
3.3 发达国家流通企业的国际化现状	42
3.3.1 国际店铺数量迅猛增长	42
3.3.2 较低的国际化的市场回报率	43
3.3.3 国内市场仍然是流通企业的经营重点	44
3.3.4 新开店铺与关闭和转让店铺同时并存	46
3.4 发达国家流通企业的国际化策略	46
3.4.1 进入国际市场的时机选择	47
3.4.2 在海外市场的扩展速度	48
3.4.3 国际市场进入的主要方式	49
3.4.4 国际市场进入的业态选择	53
3.4.5 标准化与本土化战略	54
3.5 发达国家流通企业国际化的未来发展趋势	55

3.5.1	大卖场、超级市场和便利店成为零售企业国际化的主力业态	55
3.5.2	店铺本地化倾向明显	56
3.5.3	国际化从地域与文化较近的地区向较远的地区发展 ...	57
3.5.4	投资方式从控制程度低向控制程度高的方向发展	58
3.5.5	国际化从小规模地尝试到以大规模地进入为主	59
3.6	发达国家流通企业的国际化扩展对目标国的影响及其对策 ...	60
3.6.1	发达国家流通企业的国际化扩展对目标国的影响	60
3.6.2	东道国的应对策略	66
第4章	发展中国家流通企业的发展及其国际化	70
4.1	发展中国家与地区零售市场的总体概况	70
4.1.1	亚洲地区零售市场	72
4.1.2	中东地区零售市场	75
4.1.3	东欧地区零售市场	76
4.1.4	地中海地区零售市场	77
4.1.5	拉丁美洲地区零售市场	77
4.1.6	非洲地区零售市场	78
4.2	发展中国家零售市场的阶段性发展规律	79
4.2.1	开始阶段	79
4.2.2	高峰阶段	79
4.2.3	衰退阶段	79
4.2.4	关闭阶段	80
4.3	代表性发展中国家与地区的流通业发展现状	80
4.3.1	印度流通企业的发展现状	80
4.3.2	泰国流通企业发展现状	84
4.3.3	韩国流通企业发展现状	89
4.3.4	中国台湾地区流通企业的发展现状	96
4.4	发展中国家流通企业的国际化经营——以易初莲花为例	102
4.4.1	易初莲花简介	102
4.4.2	易初莲花经营国际化历程	103

4.4.3	易初莲花自有品牌的发展战略	106
4.5	发展中国家流通企业国际化经营经验借鉴	109
4.5.1	打造强大的核心竞争力	109
4.5.2	规模有序扩张	114
4.5.3	本土化战略的运用	116

Ⅲ篇 实证研究

第5章	美国、欧盟和日本大型零售企业的描述统计及实证比较	121
5.1	“全球250强”零售企业的总体描述统计	121
5.1.1	“全球250强”零售企业的总体概况	121
5.1.2	“全球250强”零售企业的国际化发展概况	124
5.2	美国、欧盟和日本大型零售企业的实证比较	127
5.2.1	美国、欧盟和日本大型零售企业的总体比较	127
5.2.2	美国、欧盟和日本的国际化零售企业比较	132
5.3	美国、欧盟和日本零售企业的国际化模式比较	137
5.3.1	美国和欧盟大型零售企业的国际化时间选择比较	137
5.3.2	美国和欧盟大型零售企业的国际化方式选择比较	140
5.3.3	美国、欧盟和日本大型零售企业的国际化目标市场选择比较	140
第6章	美国、欧盟和日本的大型零售企业国际化决策的实证模型分析	159
6.1	欧美大型零售企业初始国际化决策的实证模型分析	159
6.1.1	关于大型零售企业初始国际化的研究背景	159
6.1.2	大型零售企业初始国际化决策的理论框架及相关假设	160
6.1.3	大型零售企业初始国际化决策的实证研究模型	164
6.1.4	大型零售企业初始国际化决策的实证研究结果	167
6.2	美国、欧盟和日本零售企业的国际市场选择模式的实证分析	170
6.2.1	大型零售企业国际市场选择的研究背景	170

6.2.2	大型零售企业国际化市场选择的理论研究框架	171
6.2.3	美国、欧盟和日本零售企业的国际市场选择模式的实证结果	173
6.3	美国、欧盟和日本零售企业国际化策略与经营绩效的模型分析	176
6.3.1	大型零售企业国际化经营绩效的研究背景	176
6.3.2	大型零售企业国际化经营绩效的总体研究框架及相关假设	179
6.3.3	实证研究方法	183
6.3.4	美国、欧盟和日本大型零售企业国际化经营绩效的实证研究结果	185
6.4	实证研究的结论总结及进一步的讨论	192
6.4.1	实证模型研究的主要结论总结	192
6.4.2	实证研究的不足及将来的发展方向	195

IV篇 启示及建议

第7章	WTO框架下我国流通产业的发展	199
7.1	WTO在流通领域的有关规定与我国的承诺	199
7.1.1	世界贸易组织对流通业方面的有关规定	199
7.1.2	我国加入WTO在流通业方面所做出的承诺	200
7.2	我国本土的流通企业相对于国际大型流通企业的优势与劣势	201
7.2.1	我国本土流通企业相对于外资企业所具有的优势	201
7.2.2	我国本土流通企业相对外资企业所具有的劣势	201
7.3	加入WTO给我国流通产业带来的机遇与挑战	204
7.3.1	加入WTO给我国流通产业带来的机遇	204
7.3.2	加入WTO对我国流通产业的挑战	206
7.4	入世几年来我国流通产业的发展概况	209
7.4.1	外资流通企业的进入状况	210
7.4.2	入世后我国流通产业的发展概况	212

7.4.3	入世后我国本土流通企业的发展概况	214
7.5	当前我国流通产业的发展瓶颈	215
7.5.1	制度瓶颈	215
7.5.2	技术手段瓶颈	216
7.5.3	规模瓶颈	216
7.5.4	网点布局规划瓶颈	216
7.5.5	定位瓶颈	216
7.6	WTO 框架下我国流通产业发展的策略选择	217
7.6.1	我国流通企业的策略选择	217
7.6.2	我国政府职能的转变与政策的选择	222
第 8 章 经济全球化中我国大型流通企业的国际化发展方向		
——国外大型流通企业的国际化发展对我国的借鉴意义		225
8.1	我国流通产业的改革与对外开放	225
8.1.1	对国内的流通产业的市场化改革	225
8.1.2	国际大型流通企业进入我国市场	225
8.1.3	我国的流通企业开始走向国门	227
8.2	我国流通企业国际化发展的驱动因素	227
8.2.1	国内的推动因素	227
8.2.2	国外的吸引力因素	228
8.2.3	我国流通企业自身的便利性条件	230
8.3	我国流通企业国际化发展所面临的挑战	231
8.3.1	流通体制的不完善	231
8.3.2	国际化经营体制不健全	231
8.3.3	国际化管理体制不具备	232
8.3.4	资本和技术实力欠缺	232
8.4	我国的大型流通企业与国际大型流通企业的实证比较	232
8.4.1	我国大型流通企业的描述统计分析	233
8.4.2	我国大型流通企业与国际大型流通企业的实证比较	236
8.5	国际大型流通企业的国际化经验及其启示	240
8.5.1	日本流通企业的国际化是我国流通企业借鉴的重点	241

8.5.2	大型流通企业国际化经验对我国的借鉴意义	242
8.6	我国大型流通企业的国际化发展策略选择	249
8.6.1	国际化经营的时间选择	249
8.6.2	国际化目标市场的选择	250
8.6.3	国际化经营业态的选择	250
8.6.4	国际化进入方式的选择	251
8.7	我国流通企业国际化发展的其他建议	251
8.7.1	流通企业经营观念的转变	252
8.7.2	加强与其他产业部门的产销联系，发展多部门业务 合作关系	252
8.7.3	增加产品的科技含量，提升商品档次	253
8.7.4	提高流通企业的资本和技术水平	253
8.7.5	塑造全球化的企业品牌	254
参考文献		255

I 篇 理论分析

第1章 绪论

第2章 流通企业国际化的理论概述

第 1 章 绪 论

1.1 大型流通企业国际化的研究背景

1.1.1 国际化已经成为流通企业发展的主要趋势

20 世纪以来，经济全球化成为世界经济发展的必然趋势，其中最重要的一个特征就是越来越多的企业开始进入国际市场，从事国际化经营。最先开始国际化经营的是制造类的企业，为了获得更廉价的资源和更广阔的市场空间，开始进入他国市场。而对于流通类企业而言，长期以来更多的是在本国国内的区域性市场上经营。

20 世纪 70 年代以后，这种状况发生了改变，随着发达国家流通企业自身规模的不断扩大以及本国国内流通市场的日益饱和，竞争不断加剧，众多大型流通企业也开始走出国门，向其他国家和地区进行扩张。

2004 年，全球大型流通企业中大部分已经开始了国际化经营，其中大部分来自美国、欧盟和日本。进一步对这三个国家或地区的 63 家国际化流通企业初始国际化的时间段分布统计显示，只有 15 家流通企业是在 1970 年以前进入国际市场的；从 1970 年到 1989 年，有 19 家流通企业进入了国际市场，而从 1990 年到 2004 年，就有 29 家流通企业进入了国际市场（见表 1-1）。可以看出，发达国家流通企业的国际化发展总体上呈现出一种不断加速的趋势。

表 1-1 大型流通企业国际化发展的时间分布及比例

时间	1930 年以前	1930—1949	1950—1969	1970—1989	1990—2004
国际化企业数	3	6	6	19	29
总体比例	4.76%	9.52%	9.52%	30.16%	46.03%

资料来源：根据德勤（Deloitte）公司的统计数据，获得 2004 年的“全球 250 强”中的国际化零售企业名单，并根据各企业的发展年报整理而得。

1.1.2 我国流通产业的国际化发展

到目前为止，我国流通产业的发展经历了对国内市场化改革、国外流通企业涌入和我国流通企业走出去三个阶段。

从 20 世纪 80 年代中期开始，随着我国对流通产业进行了市场化改革，重点开始鼓励集体商业和个体商业的发展，同时对大中型国营流通企业和批发企业实行承包经营。逐步放开工农产品购销，放开城乡集市贸易，提高流通产业的活力。经过十多年的对内改革开放，我国流通产业形成了以国有商业为主体，多种经济成分、多种经营方式、多流通渠道、少流环节环节的“三多一少”的商品流通体系。国有商业企业的经营机制初步得到转换，市场体系初步完善，市场机制在商品流通中开始发挥主导作用。

从 20 世纪 90 年代开始，随着我国逐步对外开放，一些国外的流通企业开始进入我国市场。特别是 2001 年加入 WTO 以后，我国承诺将逐步开放流通市场，2004 年 12 月 11 日，中国取消了对外商投资商业企业在地域、股权和数量等方面的限制，我国的流通市场将基本上全面开放。目前，世界 50 家最大的流通企业中的 70% 都已经登陆中国，形成了一定的网络规模，并完成了在中国一线大城市流通市场上的高端布局。

由于国外流通企业的大量涌入，导致我国流通市场日趋饱和，竞争不断加剧，给国内流通企业的经营带来了很大的困难。但是，我国的流通企业在与国外巨头的竞争中不断学习和发展，目前也已经形成了一批具有一定规模的大型流通企业，竞争实力逐步增强。面对日益激烈的国内竞争，我国的大型流通企业也开始尝试走出国门进行国际化经营。

1.2 大型流通企业国际化的研究意义

1.2.1 研究国际商业与社会发展的理论意义

商业的发展直接影响社会的变迁，传统大国的商业兴衰史揭示了世界体系的变迁历程。根据经济史学家的阐释，中世纪地中海的一项微不足道的商业变革，都足以影响后世。因此，关于商业的研究，对于揭示商业与社会的关系以及人类社会的发展规律都具有非常重要的理论意义。

大型流通企业的国际化问题研究属于国际经济研究范畴，是国际商业发展的一个重要组成部分。在经济全球化的今天，世界经济高度动荡和快速发展，各国经济无论是主动还是被动，都将卷入其中。基于流通业桥梁性的特殊地位和作用，流通业的对外开放是各国流通业的必然发展趋势，尤其是大型流通企业走上国际化道路更是一种必然选择。因此，深入研究大型流通企业国际化发展的规律和未来趋势，以及流通企业的国际化发展对于母国和目标国的经济和社会所带来的影响，对于研究商业国际化及对全球经济和社会的影响具有极为重要的理论价值。

1.2.2 对国际化大型流通企业经营的指导意义

目前，由于各个发达国家的国内市场日益饱和，竞争不断加剧，导致一些大型流通企业纷纷走出国门进入其他有潜力的国家市场以获取更多的资源和增长机会，并期望给企业带来更好的绩效。然而，事实表明，国际化经营并不一定能给流通企业带来更好的绩效，很多流通企业在国际化的经营过程中都会面临失败。因此，研究和总结国际大型流通企业国际化发展模式以及对流通企业经营绩效的影响，对于指导大型流通企业的国际化经营决策、提高国际大型流通企业的经营绩效具有非常重要的现实意义。

1.2.3 对我国大型流通企业国际化发展的指导意义

经过几十年的发展，我国国内已经形成了一批有一定实力的大型流通企业。面对国内日益饱和的市场以及国外流通企业所带来的激烈竞争，我国的大型流通企业也开始尝试走出国门，进行国际化经营。

然而,我国的流通企业之前很少从事国际化经营,基本上没有任何的国际化经营经验,要从事国际化经营,就只能借鉴美国、欧盟和日本这些发达国家或地区流通企业国际化的成功经验。因此,研究和借鉴美国、欧盟和日本大型流通企业的国际化模式,对于促进我国流通企业的国际化发展进程、提高我国流通企业国际化经营决策的科学性以及提升我国流通企业在国际市场上的竞争力,都具有非常重要的现实指导意义。

1.2.4 对于各国政府制定流通产业相关政策的指导意义

目前,在发达国家的产业结构中,服务业的产值占60%多,发展中国家也占30%以上。服务业的壮大,必然要求服务“产品”在世界范围内实行自由贸易、自由流动。发达国家服务业的迅速发展,使服务贸易在对外贸易中为发达国家抵偿货物贸易逆差、为国内提供就业机会等方面起到了极为重要的作用。在发展中国家,尤其是新兴工业化国家,服务贸易国际化发展势头也非常迅猛。因此,如何规划和发展本国的服务产业和服务贸易,已经成为各国政府产业政策中的一项重要内容。

在服务贸易中,商业服务是一个既传统又现代的重要组成部分,而流通业则是现代商业中的重中之重。因此,面对流通产业的国际化发展不断加强,无论是发达国家还是发展中国家都需要制定相关的政策来引导和扶持本国的流通企业的发展。

对于发达国家而言,本国的流通企业大量进入别国市场,同时别国的流通企业也大量涌入本国市场,因此,研究如何引导本国流通企业走向国门、提高本国流通企业的国际竞争力,同时限制国外流通企业的大量涌入,对于发达国家政府制定流通产业政策和贸易政策具有重要的现实指导意义。

而对于发展中国家而言,特别是对于我国而言,流通产业的对外开放已经成为一种必然,并且对发展中国家的经济增长具有积极的促进作用。但是,在发展中国家流通产业的开放过程中,国外大型流通企业的涌入必然会给本国的流通企业带来巨大的冲击,造成本国企业经营困难甚至大量倒闭,因此,研究发展中国家面对流通产业国际化的相应对策,对于发展中国家制定流通产业开放政策以及扶持本国流通企业发展的产业政策都具有重要的现实指导意义。

1.3 本研究的结构安排

针对大型流通企业的国际化问题,本研究主要从理论、国外实践、实证分析和对我国的启示这四大方面展开分析,具体的结构安排如下:

I篇,理论分析,包括绪论和流通企业国际化理论综述两章,主要分析和介绍流通企业国际化发展的背景、研究意义以及关于流通企业国际化的研究现状和相关理论。

II篇,国外实践,包括发达国家流通企业的发展及其国际化和发展中国家流通企业的发展及其国际化两章,主要分析和总结各发达国家和发展中国家的流通企业的发展概况、特点以及国际化的发展策略。

III篇,实证研究,包括美国、欧盟和日本大型零售企业的描述统计及实证比较和美国、欧盟和日本的大型零售企业国际化决策的实证模型分析两章,主要针对美国、欧盟和日本的大型零售企业,对其经营状况和国际化发展进行总结和比较,并构造实证分析模型,对国际大型零售企业的初始国际化决策、国际化市场选择以及国际化经营绩效等方面进行分析。

IV篇,启示及建议,包括WTO框架下我国流通产业的发展和经济全球化中我国大型流通企业的国际化发展方向两章,主要对我国当前流通企业的发展现状、机遇与挑战、优势与劣势等方面进行分析和总结,并结合国外大型流通企业国际化发展的先进经验,提出我国大型流通企业国际化发展的策略选择建议。