

世界流通产业透视丛书

美国现代商品零售业

历史、现状与未来

吕一林 著



清华大学出版社
<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

世界流通产业透视丛书

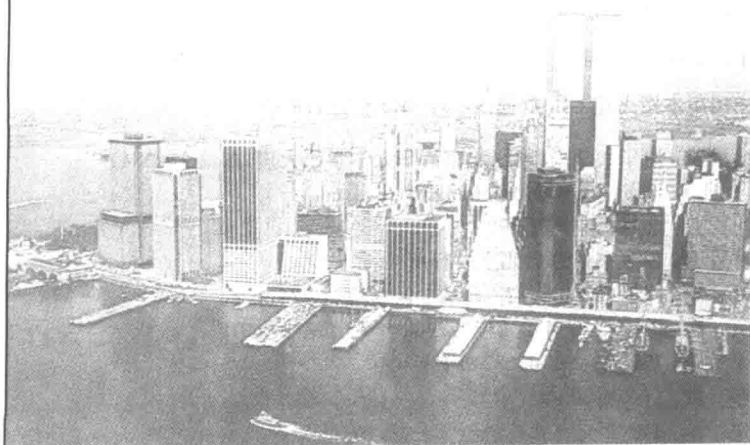
美国现代商品零售业

——历史、现状与未来

吕一林 著

清华大学出版社

11282/10



(京)新登字 158 号

内 容 简 介

商品零售业是我国改革开放以来变化最快、且最具有朝气的行业之一。特别是 20 世纪 90 年代以后,中国零售业的改革,明显地走向一条与国际接轨之路。作为市场经济和商业高度发达的国家,美国有世界上最庞大的零售产业,在现代零售经营和组织形态的发展上引领着世界潮流。因此,对美国现代零售业发展演变的概况与规律进行深入系统的研究,无疑将为建立我国现代商品零售系统提供理论上的支持和实践的指导。

本书在大量资料的基础上,对美国零售业近 150 年发展演变的历史和现状进行了分析和描述,探讨了美国零售业发展演变的深层社会、经济原因,以及其变化对社会、经济的反作用。

本书适合于研究商业和美国经济的读者,也可供从事零售企业管理的人员,关心世界和中国零售业未来走向与变革的读者参考。

图书在版编目(CIP)数据

美国现代商品零售业——历史、现状与未来/吕一林著. 北京:清华大学出版社,2001

(世界流通产业透视丛书)

ISBN 7-302-04282-9

I. 美… II. 吕… III. 零售商业—概况—美国 IV. F737.124.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 10476 号

出版者:清华大学出版社(北京清华大学学研大厦,邮编 100084)

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

印刷者:北京振华印刷厂

发行者:新华书店总店北京发行所

开 本:850×1168 1/32 印张:9 字数:224 千字

版 次:2001 年 5 月第 1 版 2001 年 5 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-302-04282-9/F·308

印 数:0001~5000

定 价:17.00 元

致

谢

本书的写作首先要感谢我的博士导师纪宝成教授；其次要感谢使我有机会赴美国对其零售业做研究和实地考察的福特基金会，美国华盛顿大学商学院教授 Richard W. Moxon 和 Thaddeus H. Spratlen。

吕一林



目

录

引言.....	1
第1章 美国现代商品零售业概况.....	1
1.1 美国零售业的规模	6
1.2 美国零售业的所有权关系结构	10
1.2.1 独立零售商	12
1.2.2 连锁商店	13
1.2.3 特许联营	14
1.2.4 租赁商品部	19
1.3 按战略组合划分的零售结构	20
1.3.1 以食品为主的零售商	21
1.3.2 一般商品零售商	27
1.3.3 无门店零售	38
第2章 美国现代商品零售业形成、发展的历史	
回顾	49
2.1 殖民地时期和建国初期——现代	
零售业诞生前的美国商业	51
2.1.1 殖民地时期	51
2.1.2 建国之初	52
2.1.3 创建美国的核心时期	53



2.2	1870—1945年,美国现代商品零售业形成时期·····	56
2.2.1	工业化及经济增长的轮廓·····	56
2.2.2	铁路和电报连接了全国市场·····	58
2.2.3	巨型制造业公司诞生·····	59
2.2.4	人口增长及城市·····	61
2.2.5	大量分销体制开始建立·····	62
2.2.6	新型大零售商:百货公司、邮购、连锁店、 超级市场的诞生·····	64
2.3	20世纪50年代以来——垄断与变革·····	74
2.3.1	购物中心·····	76
2.3.2	折扣百货店·····	79
2.3.3	仓储俱乐部·····	85
2.3.4	网上销售·····	87
第3章	市场营销的演变与零售业的变革·····	92
3.1	第一阶段:大量营销——品牌商品行销全国市场··	93
3.2	第二阶段:市场细分——多样化时代·····	96
3.3	第三阶段:大规模定制与网上直销——充分利用 信息与信息技术的时代·····	101
第4章	美国商品零售业演变的方向·····	108
4.1	零售业演变的主要理论·····	108
4.1.1	零售业轮转·····	108
4.1.2	商业攀升·····	112
4.1.3	零售业生命周期·····	114
4.1.4	手风琴理论(accordion)·····	119
4.1.5	辩证发展论(dialectic theory)·····	120
4.2	零售的工业化和集中化·····	121
4.3	永恒的主题:竞争、创新、效率·····	127

第 5 章 对美国社会、经济的影响	136
5.1 劳动结构二元化	136
5.1.1 就业人数前景黯淡	137
5.1.2 大量雇佣非熟练的兼职工和季节工	139
5.1.3 员工构成	141
5.1.4 二元结构	142
5.2 连锁店引起的争论及对美国小镇经济的影响	143
5.3 法律的制约与无效	152
5.3.1 罗宾逊—帕特曼法	153
5.3.2 公平贸易法	155
5.3.3 蓝色法	158
第 6 章 企业内部的组织与管理	162
6.1 零售企业组织模式	163
6.2 人力资源管理	170
6.3 店址选择	178
6.4 商品组合与经营管理	188
6.5 商店运营管理	196
6.6 促销管理	203
6.7 零售信息系统	208
6.8 五个方面的管理能力	214
第 7 章 美国现代零售业面临的挑战与未来发展趋势	217
7.1 面临的挑战与应对	217
7.2 零售业全球化	225
7.3 各种零售经营形态的发展格局	232
第 8 章 对重构中国商品零售业的思考	241
8.1 改革开放后中国零售业的巨大变化	242
8.1.1 20 世纪 80 年代——消费需求骤增与	



个体零售迅猛发展	242
8.1.2 20 世纪 90 年代——大百货公司过热及 新型零售形态诞生	246
8.2 新型零售机构在中国的发展历程及面临的 问题	248
8.2.1 超级市场	249
8.2.2 便利店	251
8.2.3 连锁商店	254
8.3 中国零售业对外开放	258
8.4 对中国商品零售业未来发展的设想	268
8.4.1 发展现代商品零售业必须形成规模经济 ...	268
8.4.2 对宏观管理的建议	271
8.4.3 零售企业的发展对策	272
主要参考文献	275



零售业是一国商业的重要组成部分,零售业完成的销售额和提供的就业岗位是促进一国经济发展的重要因素,零售业的发展趋势则反映一个国家的总体经济走向。

零售业也是我国近年改革中变化最快,且最具生气的行业之一,特别是 20 世纪 90 年代以来,我国零售业的改革明显地走向一条与国际接轨之路。美国作为市场经济和商业高度发达的国家,其现代商品零售业发展变化的轨迹对我国零售业的发展无疑具有极好的借鉴作用。因此,对美国零售业近 150 年发展演变的事实与规律进行深入系统的研究,将为建立我国现代商品零售系统提供理论上的支持和实践中的指导。

美国有世界上最庞大的零售产业,有位居世界第二位和零售业第一位的沃尔玛公司,以及排名进入了《财富》500 强的 20 多家大型零售公司,并且在现代零售经营和组织形态的发展上引领着世界潮流。国外对美国零售经营模式及结构变化有大量分



门别类的实证性研究的著作和论文,但国内过去只在少数有关国外商业和营销学的著作和文章中对美国零售业做过简单的介绍。近年,随着国内零售业态的发展及变化成为热点,对美国零售业的介绍文章急剧增加,但大多内容较零散,缺少系统性、完整性,对零售业的结构性变化给美国社会经济生活带来哪些影响涉及得更少。

笔者认为,美国现代商品零售业始于 19 世纪的后半期。当时南北战争结束,全国真正实现统一,资本主义生产关系在全美取得了统治地位,大规模生产体制已经建立。相应地,在流通领域以百货公司、连锁商店和邮购为代表的现代商品零售形式也在短短 10 年的时间内相继诞生。因此,本书选择从 150 年前开始研究,并以 19 世纪 60 年代以前、19 世纪 70 年代到 20 世纪 40 年代、20 世纪 50 年代到现在为界,将美国现代零售业的发展划分为现代商品零售业诞生前、诞生与发展 and 垄断与变革三个阶段。

通过比较研究,我们发现在现代市场经济条件下,同一国家不同行业 and 不同国家商业组织和经营模式的变化具有惊人的相似性。通过对美国商品零售业百余年发展变化历史的考察,使人联想到制造业在其之前发生的一系列变革,二者如此相似,以至可将零售业的变化过程称之为“零售业的工业化”。事实上,直到 20 世纪 30 年代,美国的商品零售业还主要由细小的、家庭所有的、手工劳动、服务于当地市场的企业组成。然而,经过半个多世纪,今日美国零售业已与制造业没有什么本质的区别了。

与工业中的巨头一样,美国零售业的巨头也通过吞并众多独立的小企业,实现了管理权的集中化和股权的分散化,零售业中寡头垄断与竞争的激烈程度亦毫不比制造业逊色。规模扩张和成本竞争的压力迫使零售业在资本结构、投资规模、运用最新技术、员工构成和管理方式上发生了根本转变。这一切在过去百余年里极大地改变了零售行业 and 这个行业中企业的面貌,并对美国人民的

消费、就业、地方经济的发展及商业与制造业的关系产生了极大影响。

现在,零售业已不再是经济中无足轻重的部分了,这个行业已发生了彻底改观,其中那些全国性、世界性的大公司,已统治了这个行业,它们在全美国乃至全球市场上的扩张带动着资本、资源、就业机会甚至生活方式的潮流,在全国、全世界流动和散播,并对当地经济产生着这样、那样的影响。显然,在我国正处于向现代市场经济全面转化,与世界经济接轨的时刻,我们有必要对美国经济,包括其零售业所走过的发展之路做一番深入、系统的研究。

今天,面对刚刚开始 的 21 世纪,面对同样是刚刚拉开序幕的中国零售业的现代化改革过程,面对那些已经和将要进入中国市场的美国巨型零售公司,通过了解和借鉴已处于成熟阶段的美国零售业所走过的道路及其方方面面,对照中国零售企业变革的历史和现状,将帮助我们更好地构筑中国现代商品零售业的未来,为提高中国百姓的生活质量,促进中国经济的发展做出更大贡献。

第

1

章

美国现代商品零售业概况

美国有 2.7 亿人口,生活在 1 亿个居住单位(一个“household”是指一个或多个有或没有亲属关系的人居住在一个住宅单元中)里,其中,大约 70%的居住单位由家庭(一个“family”是指两个或更多有亲属关系的人居住在一起)组成。四个人口最多的区域分别是南大西洋地区,东北部中心地区,太平洋沿岸和中大西洋地区。

典型的美国家庭全年纳税后总收入 40 000 美元;其中,1/6 的高收入家庭年收入在 75 000 美元或更多;但收入最低的 1/6 家庭年收入不到 15 000 美元。随着收入的提高,消费者拥有了更多的可自由支配的收入——即纳税和购买必需品后剩余的钱。其中,居住在新英格兰地区、中大西洋地区和太平洋地区的中等收入的美国人拥有的比例最高。

在美国,平均每个居住单位的年均零售消费大约是 25 000 美元。其中,南大西洋地区,东北部中心

地区,太平洋地区和中大西洋地区加在一起,占全美零售额的 2/3。

大约 15%~20% 的美国人每年都要改变住所,但其中 60% 的人是在同一个地区迁移。居住在中大西洋地区、新英格兰地区、东北部中心地区和东南部中心地区的人们最倾向于在同一个地方至少居住 5 年,而改变住所为家居零售业带来了生意。

大约 80% 的美国人居住在城市和郊区。太平洋地区和中大西洋地区是城市化程度最高的地区。人口增加最快的城市和州是山地地区、太平洋地区、西南部中心地区、南大西洋地区和西南地区;人口最多的是太平洋沿岸的加利福尼亚州;而零售销售额最高的大都会区依次为:纽约、洛杉矶、芝加哥、华盛顿-巴尔的摩、旧金山-圣何塞、费城、波士顿、底特律、达拉斯、迈阿密、休斯敦、亚特兰大、西雅图、明尼阿波利斯-圣保罗等。

从全国范围看,女性比男性人口多 600 万,16 岁以上的妇女中,3/5 的人有工作。妇女参加工作最多的地区是西北部中心地区和新英格兰地区。

大多数美国就业人员(无论男性还是女性)都从事服务业,而零售业在大的行业分类中属于服务业。如今,包括在零售业中,专业人员和白领雇员越来越多,而熟练和非熟练工人越来越少。

美国人口由众多不同族裔和种族的群体组成。例如有 3 500 万非洲裔美国人,2 800 万西班牙裔美国人和 1 000 万亚裔美国人,他们的增长速度大大高于白种人,因而这些群体代表了零售商巨大的潜在目标市场。

受教育多使人们变得更为自信,购物者减少了对一致性的追求,转为接受各种适用的选择。自信的购物者较少依靠品牌,更相信个人使用经验,而且,受教育更多的消费者更需要得到有关商品和服务的更详尽的信息。

这就是今日美国零售商面对的国内消费市场。



1.1 美国零售业的规模

据美国商务部统计,现全美有 220 余万家零售公司,管理着约 260 万个商店。零售商店的年销售额约 2.5 万亿美元,另外还有无门店零售每年 2 000 亿美元的销售收入。个人用于金融、医疗、法律、教育和其他服务的消费支出数千亿美元。

从 1986 年—1995 年的统计看,美国零售商店的销售额增长了 61.5%,年均增长 5.5%,远高于同期的经济增长速度和通货膨胀率。其中,耐用消费品的销售增长率又高于非耐用品的销售增长率(见表 1-1),而非耐用消费品中,百货店、药杂店和餐饮店的销售,年均增长也达到了 6%。

表 1-1 1986—1995 年美国零售商店销售额

(单位:百万美元)

年份 零售业类型	1986	1990	1994	1995	年平均 增长率(%)
所有零售商店	1 449 636	1 844 611	2 236 966	2 340 817	5.5
耐用品商店:	540 688	668 835	880 426	936 212	6.5
汽车	326 138	387 605	526 319	560 624	6.3
家具和器具	75 714	91 545	119 626	129 923	6.6
木材建材和五金制品	67 244	82 865	106 950	109 347	6.0
非耐用品商店:	911 948	1 175 776	1 356 540	1 404 605	4.8
综合商店	169 397	215 514	282 541	296 904	6.5
百货店 (租赁商品部除外)	134 486	165 808	218 089	230 883	6.2
杂货店	7 447	8 306	7 891	7 668	-1.0
服装	75 626	95 819	109 603	109 633	4.6

续表

年份 零售业类型	1986	1990	1994	1995	年平均 增长率(%)
男士服装店	8 646	10 450	12 157	10 091	1.8
女士服装服饰店	28 600	32 812	34 867	34 576	2.8
家庭装饰用布	19 336	28 398	37 054	38 869	8.1
鞋店	13 947	18 043	18 345	18 758	3.7
加油站	102 093	138 504	142 193	148 192	2.7
餐饮	139 415	190 149	228 351	233 606	6.2
食品	297 019	368 333	397 800	410 512	3.7
药店	50 546	70 558	81 538	84 240	6.0
酒类商店	19 929	21 722	21 823	22 463	1.4

资料来源：美国商务部《现代商业报告》

1995 年,美国前 25 家零售公司的商店销售总额为 4 380 亿美元——约占当年美国商店零售额的 19%,它们共经营了约 4.6 万个商店。再据 1999 年《财富》500 家的最新统计,进入世界 100 强的美国零售企业有 6 家,进入 500 强的 27 家,其销售额之和达 6 200 亿美元(见表 1-2)。其中,最大的零售商沃尔玛从上一年度的世界排行第 8,跃居第 4,年销售收入 1 392 亿美元,大有追上通用、福特和戴姆勒·克莱斯勒三大汽车公司,坐上全球第一把交椅之势。

表 1-2 美国最大的 10 家零售公司(1998 年)

(单位:百万美元)

公司名称	商店类型	营业收入	利润
沃尔玛 Wal-Mart	折扣百货、 仓储俱乐部	139 208	4 430

续表

公司名称	商店类型	营业收入	利润
西尔斯 Sears	百货公司	41 322	1 048
凯玛特 Kmart	折扣百货	33 674	568
戴顿·哈德逊 Dayton Hudson	折扣百货、 传统百货	30 951	935
J. C. 彭尼 J. C. Penny	百货公司	30 678	594
霍姆·迪波 Home Depot	大型专业店	30 219	1 614
克洛格 Kroger	超级市场	28 203	411
塞夫韦 Safeway	超级市场	24 484	807
卡斯柯 Costco	仓储俱乐部	24 270	460
美国商店 American Store	超级市场	19 867	234

根据 1999 年《财富 500 强》资料整理

除了满足消费需求外,零售业对美国经济的另一大贡献就是吸纳了大量的就业人口。据美国劳工部统计,1995 年,有 2 200 万人受雇于零售业,占全美就业总人数的 17%,而该数据仍低估了零售业的真实就业人数,因它不含在服务性零售公司就业的人数、季节工、家庭企业或合伙企业中未计入的实际参与零售经营活动的业主及其家庭成员。考虑到零售业大量雇佣季节工和独立小零售仍占门店数量的绝大部分,这部分就业人数也有上千万。例如,仅沃尔玛公司一家就雇佣了总计约 110 万雇员(包括在美国之外的雇员),员工人数排名世界 500 强第二。最大的 10 家零售公司

雇佣员工总数超过了 250 万人,占全部零售就业人数的 12% 强。另据预测,从 20 世纪 90 年代中至 2005 年,美国零售业还将提供 200 万~300 万个新的工作机会。相反,制造业将减少 50 万~200 万个就业机会。再从就业增长速度看,以 1994 年为例,全美非农业就业人数比上年增长 3.1%,其中零售业增长 4.0%,明显高于平均水平,数量约占新增就业机会的 20% 强。

再从费用角度看。在美国,百货店平均每 1 美元收入中近 34 美分,专业店每 1 美元收入中有 44 美分,超级市场每 1 美元收入中有 22 美分用在支付营业费用和广告促销上,利润只占其中的极小部分,约 1%~2%。换言之,消费品最终产值的约 30%~40% 发生在零售环节。

对零售业的结构有各种不同的划分方式。在美国的统计资料上,通常按所经营商品的行业分,如表 1-3 所示的《美国统计摘要》的划分方法,其中包含了不属于商品零售范围的餐饮店。从表 1-3 中可以看到,汽车经销商所占销售比例最大,其次是综合食品店(指各类超市)、饮食店和百货店(含传统百货公司和折扣百货店)。学者在研究中则通常按所有权关系和战略组合方式划分零售企业。

表 1-3 按行业划分的美国零售商业(1992 年)

行 业	行业代码	商店数 (千个)	销售额 (10 亿美元)	雇员数 (千人)
建筑材料与庭院供应品	52	105	100	666
一般商品商店	53	63	246	2 079
百货公司	531	11	186	1 719
食品商店	54	278	377	2 969
综合食品店	541	186	358	2 682
汽车经销商	55	207	407	1 268