



北京市哲学社会科学“十一五”规划项目
北京市教育委员会专项资助

北京市哲学社会科学研究基地报告

首都流通业研究报告

2007

北京市哲学社会科学规划办公室
北京市教育委员会
首都流通业研究基地



Abstract

中国书画函授大学肇庆分校

2007

[illegible]



北京市哲学社会科学“十一五”规划项目
北京市教育委员会专项资助

北京市哲学社会科学研究基地报告

首都流通业研究报告

2007

北京市哲学社会科学规划办公室
北京市教育委员会
首都流通业研究基地

同心出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

首都流通业研究报告/北京市哲学社会科学规划办公室编.

—北京: 同心出版社, 2007

(北京市哲学社会科学研究基地报告·2007)

ISBN 978-7-80716-512-5

I. 首... II. 北... III. 商品流通-研究报告-北京市-2007
IV. F727.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 036240 号

北京市哲学社会科学研究基地报告·2007

首都流通业研究报告

出版发行: 同心出版社

出版人: 刘霆昭

地址: 北京市建国门内大街 20 号

邮编: 100734

电话: 发行部: (010) 85204603 (外埠)、85204612 (本市)

总编室: (010) 85204653

E-mail: txcbzbs@bjd.com.cn

印刷: 北京雅艺彩印有限公司

经销: 各地新华书店

版次: 2007 年 5 月第 1 版

2007 年 5 月第 1 次印刷

开本: 787 × 1092 1/16

总印张: 560 印张

总字数: 8500 千字

总定价: 1080.00 元 (共 36 册)

同心版图书, 版权所有, 侵权必究, 未经许可, 不得转载

北京市哲学社会科学研究基地报告编委会

主 任：陈之昌 郭广生

副 主 任：李建平 叶茂林 刘 娟 赵 清

编 委：（按姓氏笔画排序）

车庆珍 王 鹏 叶茂林 刘 娟 陈之昌

肖 龙 张庆玺 李建平 李增锐 赵 清

郭广生

执行主编：刘 娟

首都流通业研究报告编委会

主 任：谢志华 庞 毅

编 委：（按姓氏笔画排序）

方 燕 兰新梅 许亚萍 张 蕙 邱 雅

庞 毅 郭崇义 郭馨梅 谢志华



序

从2004年起至今，在市委宣传部的领导下，市社科规划办与市教委在北京地区高等院校联合建立了28个北京市哲学社会科学研究基地，同时市社科规划办也单独在市委党校、市社科院等科研单位建立了8个研究基地和研究中心。目前，研究基地和研究中心的总数已经达到了36个。这些研究基地和研究中心涵盖了北京市经济、政治、文化、社会建设和党的建设的各主要方面，比如，马克思主义研究基地、中国都市经济研究基地、北京现代制造业研究基地、北京文化发展研究基地、北京社区建设研究基地、北京新农村建设研究基地和北京政治建设研究中心等，这些研究基地和研究中心已经和正在发挥重要的社科理论研究和宣传作用。

两年多来，各研究基地和研究中心充分发挥科研平台的优势，紧紧围绕首都政治、经济、文化、社会 and 党的建设的实际，围绕“新北京、新奥运”战略构想和建设社会主义和谐社会首善之区的具体要求，从物质文明、政治文明、精神文明与和谐社会建设，以及党的建设等方面，对首都的发展进行了深入研究，已经取得了明显成效。各研究基地和研究中心在各自的平台上开展了大量科研和学术交流活动，在研的市级和基地项目总计约480项，项目总金额约3800多万元，在国内外刊物上发表重要论文1200多篇，出版专著210部，举办较大规模的国际国内学术研讨会70余次，聘请国内外300位专家进行了学术交流，极大地提高了北京哲学社会科学研究基地和研究中心在国际国内的学术声誉和社会影响力。

2005年和2006年市社科规划办和市教委等单位分别组织出版了18册和30册研究基地年度报告，这些年度报告集中反映了研究基地和研究

中心的研究成果，分别从不同研究领域、不同角度对当前北京经济社会发展过程中的一些热点、难点问题和学术前沿问题进行了研究和关注，在理论研究的基础上提出了对策建议，旨在为市委、市政府以及有关部门的决策服务，为推动北京经济社会发展提供智力支持。年度报告出版后在社会上，尤其是广大哲学社会科学工作者中间引起了较大反响，极大提高了研究基地和研究中心的知名度和影响力，各研究基地和研究中心编写年度报告的热情高涨。在此基础上，市社科规划办决定 2007 年继续组织各研究基地和研究中心编写出版年度报告。

2007 年度报告由 36 本研究报告组成，除一个新成立的研究基地外，其他 35 个研究基地和研究中心各编写一本，另外，按照市委宣传部的要求，由北京创新研究基地协同北京市邓小平理论和“三个代表”重要思想研究中心特别组织北京市 18 个区县编辑了《北京区县创新报告》。这些研究报告分别由各研究基地和研究中心组织编写，最后由市社科规划办和市教委指定专人负责统稿、审定。

本研究报告在出版过程中得到了同心出版社，特别是刘霆昭社长的大力支持，在此表示衷心感谢。

北京市哲学社会科学研究基地报告编委会
2007 年 4 月

前 言

本报告是北京市哲学社会科学首都流通业研究基地 2006 年度的重要研究成果。

《首都流通业研究报告 2006》出版后，首都流通业研究基地对本年度研究报告的撰写进行了认真的研究。我们认为，研究基地的年度报告，是北京市哲学社会科学规划办公室、北京市教育委员会和北京工商大学为我们提供的一个非常好的研究平台。它不仅应该也完全可以在有限的篇幅内，更好地展示北京流通业的发展成就。由于《首都流通业研究报告 2006》已经从产业综合、行业发展、市场建设、组织建设和流通环境等方面，比较全面地反映了北京流通业发展的现状，所以，研究基地此后的年度报告，应该将研究的重点从面上转到重点领域，对首都流通业发展中亟待解决的重点和焦点问题逐一进行深入细致的研究。我们深信，如此坚持数年，必将使研究基地的科研工作卓有成效，真正使研究平台的优势得到充分发挥。

实际上，流通业本身包括的领域就很广泛，流通业发展中值得深入研究的问题更是俯拾皆是。本报告选取零售业商品销售作为研究对象，既考虑了零售业作为流通领域的主要组成部分，又考虑了商品销售在零售业中的重要作用。因此，本报告包括的内容为：北京零售业发展现状及未来走势；北京零售业商品购进、仓储物流研究；北京零售业商品销售结构研究；北京零售业商品销售价格研究；北京居民消费结构研究；北京零售业商品销售发展趋势研究和京沪穗零售业发展比较研究七个部分。当然，零售业商品销售研究是不止上述几个部分的。至少其中就没有销售主体的研究，没有销售手段、方法、技术、设施设备的研究，没有销售人员的研究等等。而这些研究同样是非常重要的，如果选择其中任何一个问题写一本与本报告同样篇幅的专题报告，也并不会觉得笔墨宽裕。好在年度研究报告这个平台十分广阔，它留给我们许多有待研究和大胆探索的空间。

本报告由北京工商大学的教师和硕士研究生撰写，由谢志华、庞毅

担任主编。具体执笔人员有：

第一部分：郭馨梅、苏君、孙文茜

第二部分：郭崇义

第三部分：方燕、王光辉

第四部分：许亚萍、李永梅、白杨、康佳丰

第五部分：兰新梅

第六部分：邱雅

第七部分：张蕙

本报告的撰写得到北京市哲学社会科学规划办公室的具体指导和帮助，在此表示衷心的感谢。

首都流通业研究报告编委会

2006年12月

目 录

北京零售业发展现状及未来走势	(1)
一、北京零售业发展现状	(1)
二、北京零售业的未来发展趋势	(15)
北京零售业商品购进、仓储物流研究	(22)
一、北京零售业商品购进、仓储物流的历史 演变	(22)
二、北京批发零售业商品购进的要素分析	(25)
三、北京零售业商品购进的特点	(29)
四、北京零售业商品购进、仓储物流中存在的 问题及对策	(31)
北京零售商品销售结构研究	(36)
一、北京零售商品销售结构总体变化	(36)
二、城八区商品销售结构比较	(46)
三、限额以上企业零售商品销售结构	(52)
四、连锁零售业商品销售结构	(57)
五、重点零售企业商品销售结构	(60)
六、主要商业区零售商品销售结构	(67)
七、主要商品销售结构	(75)
八、主要品牌商品销售空间结构	(82)
九、北京零售商品销售结构存在的问题和改善 建议	(90)
北京零售业商品销售价格研究	(92)
一、北京零售业商品销售价格指数分析	(92)

二、北京零售业商品销售价格现状	(98)
三、影响北京零售业商品销售价格的因素	(113)
四、北京零售业商品销售价格变动趋势预测	(121)
北京居民消费结构研究	(129)
一、北京居民消费结构的变动状况和趋势	(129)
二、北京居民消费结构的扩展线性模型分析	(138)
三、2007 年北京居民消费结构展望和消费热点 预测	(145)
四、促进居民消费需求的几点对策和建议	(149)
北京零售业商品销售发展趋势研究	(152)
一、北京零售业商品销售发展的影响因素 分析	(152)
二、北京市商品销售发展趋势研究	(155)
三、促进北京零售业发展的对策和建议	(164)
京沪穗零售业发展比较研究	(167)
一、京沪穗社会经济发展基本概况	(167)
二、京沪穗零售业发展规模比较研究	(168)
三、京沪穗零售业态发展比较研究	(172)
四、京沪穗零售业连锁经营发展程度比较	(180)

北京零售业发展现状及未来走势

2006 年是“十一五”规划的开局之年,北京市政府紧紧围绕新的城市总体规划和“新北京、新奥运”战略构想,进一步加快经济结构调整和增长方式的转变,努力推进产业优化升级,全年经济运行态势良好。由于居民收入水平不断提升,消费需求稳步增长,加上 2008 年的北京奥运经济效应和零售市场对外商全面开放后带来的机遇等等,使北京零售业在 2006 年得到长足的发展。

一、北京零售业发展现状

随着经济的发展,北京奥运会的逐渐临近,奥运直接投资的增加,旅游业的发展和新增就业等因素的影响,北京零售企业,凭借得天独厚的人文、地理优势,获得巨大的发展。

(一) 北京零售业的快速发展

1. 销售额增势强劲

(1) 社会消费品零售额和批发零售总额持续增长,行业景气指数迅速攀升。

据北京统计信息网统计,2006 年 1 月到 11 月,北京市累计实现社会消费品零售额 2980.9 亿元,比上年同期增长 12.7%;10 月份当月社会消费品零售额达到单月销售历史最高水平,为 286 亿元,与上年同月相比,增长 13%;累计实现批发零售总额达 2606.1 亿元;截止到第三季度,批发零售业景气指数迅速攀升到 167.56,比上季度增加 17.02%,比上年同期增加 9.79%;企业家信心指数为 163.63,比上季度增加 16.61%,比上年同期增加 17.64%。两种指数均居各行业之首。

表 1 2006 年前三季度北京批零行业数据

时间	批发零售业 总额 (亿元)	行业景气 指数	比上年同期 增减点数	企业家信心 指数	比上年同期 增减点数
1 季度	691.0	158.2	-0.1	161.1	0.5
2 季度	700.1	150.2	0.5	147	6.4
3 季度	718.3	167.56	9.79	163.63	17.64
1-11 月	2606.1				

资料来源：根据北京统计信息网的数据整理而成。

(2) 节假日销售异常火爆，店庆销售额远远超过黄金周。

黄金周期间的销售非常火爆，居民购买力增势旺盛。“五一”长假期间，北京市 30 家主要商场的销售总额达到了 6.8 亿元，同比增长 17.5% (见图 1)。而十一黄金周第二天，北京三分之一的商场销售额同比增幅在 20% 以上^①。

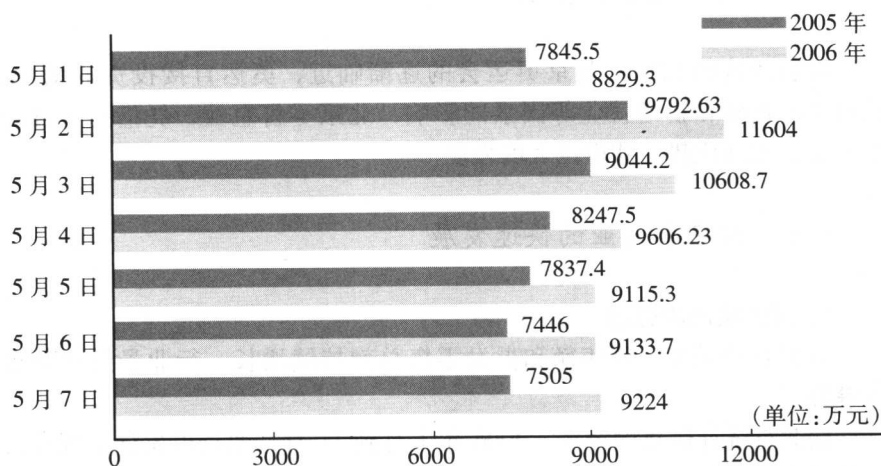


图 1 2005、2006 年“五一”期间北京市 30 家百货商场日销售额

资料来源：《北京 30 家商场黄金周卖了 6.8 亿元》，《北京现代商报》，2006 年 5 月 9 日。

另据统计，一些商家店庆几日的客流量和销售额都远高于黄金周期间的同比数字。庄胜崇光百货 3 天店庆销售额 1.2 亿元，比黄金周高

① 《2006 年 1~6 月北京市消费品市场呈现稳步发展态势》，北京市人民政府。

50%；新世界商场店庆“60 小时不打烊”活动，客流高达 110 万人次，销售额近 1.3 亿元，远远超过黄金周销量；王府井百货 3 日店庆营业额达 4269 万元，同比增长 257%；翠微大厦 9 周年店庆卖了 1.3 亿元，再创全市销售新高和全国商场单店一天销售额第一的成绩，店庆已然成为商家最有价值的促销契机。

表 2 2006 年北京 6 家百货商场店庆销售总额

公司名称	店庆时间	销售总额（万元）	日均销售额（万元）
庄胜崇光百货	3 天	12000	4000
新世界商场	3 天（60 小时）	13000	4333
王府井百货	3 天	4269	1423
翠微大厦	3 天（60 小时）	13000	4333
北京赛特	6 天	2500（前两天）	1250
太平洋百货	3 天	10000	3333

资料来源：根据多篇文章数据整理而成。

（3）奥运特许经营商品销售额增长较快。

奥运会特许计划是北京奥运会市场开发计划的三大组成部分之一，旨在通过特许商品宣传奥林匹克精神和北京奥运会品牌形象，为中国企业提供更多参与奥运市场开发机会，促进公众了解奥运、支持奥运、参与奥运。

到 2006 年上半年，北京奥组委已征集到位特许生产商 50 余家，特许零售商 41 家，在全国 20 多个省市开设了近 260 家特许零售店或专柜，特许商品单品种类已超过 3000 多种^①，涵盖玩具、服装服饰、箱包、文具、贵金属纪念章、徽章等在内的六大类，种类丰富，设计时尚，充分融合了中国特色和奥运精神。特许商品计划还针对不同消费需求推出不同层次和特色的特许商品，以满足消费者投资收藏、礼品馈赠和日用消费等不同的需求；在价格上，将从以前的中高端定位改向大众化方向发展；针对各个时期的不同特点，奥运特许商品将分阶段开发，2006 年将以纪念品类、收藏类以及时尚消费品类商品为主，2007 年则重点征集体育用

① 《北京 30 家商场黄金周卖了 6.8 亿元》，《北京现代商报》，2006 年 5 月 9 日。

品及部分日用品类别特许生产商,推出满足大众消费的日用消费品,2008年则根据赛会特点,主要利用已征集到位的特许生产商有序地增加赛前及赛会期间热销品种,烘托赛会气氛。这些都将使北京零售市场的奥运特许经营产品的销售额呈现逐年增长的趋势,北京奥运会特许商品计划试运行两年多时间,已经实现商品销售额6亿多元人民币。专家预测:北京奥运会吉祥物的利润可能突破3亿美元。而整个奥运会期间对吉祥物的销售在25亿元左右,商机无限。

(4) 网上交易彰显优势。

2006年,北京零售业的网络交易发展非常迅速。仅就C to C网络零售模式而言,根据中国互联网络信息中心的数据显示,2006年前3个月,仅北京、上海和广州三市就有C to C网上购物消费者200万人,在网民中的渗透率达到16.2%。其中北京的渗透率为11.5%。^①也就是说,在北京的每10位网民中,就有一位是淘宝网、易趣网或拍拍网的网上购物消费者。目前网上交易的主要商品是书籍、计算机软件和硬件、通讯产品、音乐光盘和影碟、家电产品、鲜花等。而满足日常生活所需的日用品、食品和服装等的交易量还非常小。但是,不同类别网民在未来计划购买的商品种类有所不同。潜在的网上交易者在未来主要会尝试购买书籍、软件、音乐光盘等价值较低的产品,而积极参与者会同时购买更多的计算机硬件产品、通讯产品和家电产品等IT产品,时尚类和IT类产品占据了主要地位。在结算方面,许多人采用银行卡等电子货币进行结算。在B to C模式方面,2006年5月1日正式开通的大中电器网上商城一个月累计实现420万元的销售额,并规划年内完成6亿元的任务^②。有消息称,沃尔玛也将着手打造庞大的网上商务平台。由此下去,众多零售巨头将在网络上继续开辟战场。

2. 北京零售业上市公司成长迅速,持续发展能力增强

商务部商业改革发展司公布的《2006年上半年全国连锁企业前30家经营情况统计表》中,北京有两家连锁企业位于前十名,其中,国美电器有限公司以半年303亿元的销售额排名第二,物美控股集团有限公司以半年104亿元的销售额排名第七^③。王府井百货、北京京客隆超市也跻身

① 《网络零售:零售业的“新生代”》,《零售世界》,2006年第11期。

② 《B to C业务有利于提升家电零售商综合竞争力》,天极数据调查中心,2006年6月13日。

③ 商务部官方网站。

全国连锁零售企业前 30 强。这四家公司均是北京市零售业上市公司。上市使北京零售企业融资能力大大增强,为其进一步拓展市场奠定了资金基础,促使其快速发展。

部分零售业上市公司已发展成为行业的领头羊,如国美电器已经成为国内家电销售的巨头,王府井百货在全国百货业界独占鳌头,物美大卖场的发展如火如荼。其中国美电器、物美投资集团、华联集团和北京王府井被商务部列入重点培育的 20 个大型流通企业之一。

表 3 2006 上半年连锁 30 强中北京零售企业销售额与店铺数

名称	销售额 (亿元)		店铺数 (个)	上市地点
	2006 上半年	排名	2006 上半年	
北京国美电器有限公司	303.1	2	555	香港
物美控股集团有限公司	104	7	660	香港
北京王府井百货股份有限公司	40.4	24	16	内地
北京京客隆集团有限公司	30.7	29	171	香港

资料来源:根据商务部商业改革发展司公布的数据整理而成。

2006 年第三季度上市公司财务报表显示,在内地上市的六家零售业公司净利润增长率和每股收益均为正值,其中王府井更是实现了 1.6276% 的增长率,在全国 95 家零售业上市公司中排名第 8 (见表 4)。

表 4 北京零售业上市公司净利润增长率及每股收益 (2006 年第 3 季度)

北京零售业上市公司	净利润增长率 (%)	每股收益 (元)
000882 华联股份	0.7806	0.0660
600361 华联综超	0.3372	0.2600
600511 国药股份	0.5833	0.5100
600723 西单商场	0.0984	0.0170
600859 王府井	1.6276	0.2850
600861G 京城乡	0.2847	0.1300

数据来源:新浪财经。

3. 大型零售集团的信息化水平不断提高

率先结束 WTO 保护、全面向外资开放的北京零售行业，在外资零售业巨头圈地、并购的大规模扩张挤压下，正在寻找新突破口。对它们来说，合理的门店布局和选址可以减少投资失误，培养高效的人才团队是发展的根本，供应链的优化整合是创造良好工商关系和盈利模式的关键，不断改善的配送方式和配送能力是提高商品周转率、降低缺货率和跨区发展的核心环节，而遍布各业务环节的信息系统则扮演着“中枢神经”的重要角色。北京地区零售业信息技术应用的广度与深度不断扩大，信息技术已经成为各个零售企业的核心竞争力。零售商开始考虑如何与供应商共赢，如何培养忠实的消费群并充分挖掘客户信息所蕴藏的商业价值，如何用数据为企业的经营提出实时的决策指导，如何通过引入信息化技术，让企业更好地实施对企业物流、资金流有效的控制和指导。

信息技术在北京零售企业被接受并发展 10 余年之久，一些信息化应用较为领先的零售企业，已经将其信息化建设重点从 10 年前的门店系统，经过后台信息处理阶段发展到目前的供应链建设、智能系统应用阶段。比如北京华联已经处于第三个层面，开始大举建设网上协同供应链平台、电子商务平台，并开始对商品数据、会员数据等进行分析，提供决策支持^①。此外，RFID、无线网络等新技术也偶尔能在资金实力较强的零售企业中见到。一些理念较先进的企业已开始尝试应用外包，让自己的 IT 人员更多从事整体架构及信息分析工作。

2006 年，北京的物美集团和全球最大的企业管理软件和协同商务解决方案供应商 SAP 公司的 ERP 项目正式启动，物美集团也成为国内首家实施国外大型套装 ERP 系统的以连锁超市为主要业态的零售企业。该项目是物美集团与国际最先进的信息系统接轨的重要突破，也是确保其随着经营规模的扩大，企业能够不断提升管理水平和效益的重要保障^②。2006 年 5 月份，国美集团与英特尔实现战略合作，表明国美在 IT 渠道的影响力正在增强。

4. 强强联手打造零售航母，加快并购和上市的步伐

随着零售市场的逐渐饱和，市场竞争的日益激烈，北京零售企业为

① 《零售与流通行业信息化报告》，天极网，2006 年 6 月 20 日。

② 《物美携手 SAP 启动 ERP 系统》，《北京商报》，2006 年 10 月 17 日。