

朱 涛/著

 河南大学
经济学学术文库

- 中国零售企业的空间布局
- 中国零售企业的规模构建
- 中国零售企业的业态选择
- 零售供应链的纵向结构研究
- 国内零售企业经典案例研究：
以国美电器为例
- 国外比较与借鉴
- 开放条件下中国零售组织的
产业政策

中国 零售组织的 结构研究

Research on the
Structure of Chinese
Retail Organization



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



河南大学经济学学术文库

中国 零售组织的 结构研究

Research on the
Structure of Chinese
Retail Organization

朱 涛/著



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

图书在版编目 (CIP) 数据

中国零售组织的结构研究/朱涛著. —北京: 社会科学
文献出版社, 2008.9

(河南大学经济学学术文库)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 0285 - 7

I. 中… II. 朱… III. 零售商业 - 产业结构 - 研究 -
中国 IV. F724.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 104409 号

总 序

河南大学经济学科自 1927 年诞生以来，至今已有近 80 余年的历史了。一代一代的经济学人在此耕耘、收获。中国共产党早期领导人之一罗章龙、著名经济学家关梦觉等都在此留下了他们的足迹。

新中国成立前夕，曾留学日本的著名老一辈《资本论》研究专家周守正教授从香港辗转来到河南大学，成为新中国河南大学经济学科发展的奠基人。1978 年我国恢复研究生培养制度以后，周先生率先在政治经济学专业招收培养硕士研究生，并于 1981 年首批获得该专业的硕士学位授予权。1979 年，我校成立了全国第一个专门的《资本论》研究室。1985 年以后，又组建了我校历史上的第一个经济研究所，相继恢复和组建了财经系、经济系、贸易系和改革与发展研究院，并在此基础上成立了经济学院。目前，学院已发展成为拥有经济学类全部 4 个本科专业、18 个硕士生专业、3 个博士生专业、1 个博士后流动站、两个省级重点学科点、2000 多名师生规模的教学研究机构。近 30 年中，培养了大批本科生和硕士、博士研究生，并且为政府、企业和社会培训了大批专门人才。他们分布在全国各地，服务于大学、企业、政府等各种各样的机构，为国家的经济发展、社会进步、学术繁荣作出了或正在作出自



己的贡献，其中也不乏造诣颇深的经济学家。

在培养和输出大量人才的同时，河南大学经济学科自身也造就了一支日益成熟的学术队伍。近年来，一批 50 岁左右的学者凭借其扎实的学术功底和丰厚的知识积累已进入著述的高峰期；一批 40 岁左右的学者以其良好的现代经济学素养开始脱颖而出，显现出领导学术潮流的志向和实力；更有一大批 30 岁左右受过系统经济学教育的年轻人正蓄势待发，不少已崭露头角，初步展现了河南大学经济学科的巨大潜力和光辉未来。

经过多年的探索，河南大学经济学科目前已经在理论和应用经济学两个领域内分别凝练出三个特色鲜明的研究方向：一是以《资本论》研究为切入点，以马克思的经济理论和方法为工具，对中国经济改革过程中所遇到的各种问题进行阐释的马克思主义经济学研究；二是运用新制度经济学及发展经济学的理论和方法，对欠发达地区的各种经济和社会问题进行探索的制度变迁与经济发展研究；三是综合运用现代经济金融理论对中国的投资及金融体制、运作方式和资本市场进行金融投资方向的研究。

河南大学经济学科组织出版相关学术著作始自世纪交替之际，2000 年前后，时任经济学院院长的许兴亚教授（现河南大学特聘教授、中国《资本论》研究会副会长）曾主持编辑出版了数十本学术专著，在国内学术界产生了一定的影响，也对我院经济学科的发展起到了促进作用。

为了进一步展示我院经济学科各层次、各领域学者的研究成果，更是为了能够使这些成果与更多的读者见面，以便有机会得到读者尤其是同行专家的批评、指正，促进河南大学经济学学术研究水平的不断提升，为繁荣和发展中国的经济学理论、推动中国的经济发展和社会进步作出更多的贡献，我们决



定出版“河南大学经济学学术文库”。根据初步拟定的计划，该丛书将分年度连续出版，每年选择若干种河南大学经济学院在编教师的精品著述资助出版。根据需要，也可在丛书中选入少量客座教授或短期研究人员的相关著述。

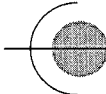
感谢中国社会科学文献出版社总编辑邹东涛教授，是他对经济学学术事业的满腔热情的支持和高效率的工作，使本套丛书的出版计划得以尽快达成并付诸实施。也感谢社会科学文献出版社邓泳红主任及各位编辑为本丛书的出版所付出的辛劳。最后，还要感谢具体负责组织本丛书著作遴选和出版联络工作的河南大学经济学院主管科研工作的副院长刘东勋博士、院长助理高保中博士，他们以严谨的科学精神和不辞劳苦的工作回报了同志们对他们的信任。

分年度出版经济学学术文库系列丛书，对我们来说还是第一次，如何公平和科学地选择著述品种，从而保证著述的质量，还需要在实践中进行探索。此外，由于选编机制的不完善和作者水平的限制，选入丛书的著述难免会存在这样那样的问题，恳请广大读者及同行专家批评指正。

耿明斋

2004年10月5日第一稿，

2007年12月10日修订稿



目 录

第一章 导论	1
第一节 研究的背景和意义	1
第二节 研究的方法与手段	3
第三节 研究的框架与内容	4
第四节 研究的创新点	6
第二章 相关文献综述	9
第一节 零售业布局理论述评	9
第二节 零售业的规模理论述评	22
第三节 零售业的业态理论述评	33
第四节 供应商—零售商纵向关系研究理论述评	39
第三章 中国零售企业的空间布局	46
第一节 影响零售企业空间布局的因素分析	46
第二节 零售企业空间布局的博弈模型分析	57
第三节 跨国零售企业的空间选择与绩效： 以沃尔玛为例	65
第四节 开放条件下中国零售业的空间选择	72



第四章 中国零售企业的规模构建	79
第一节 零售企业规模边界的理论分析	79
第二节 大型零售企业合理规模范围的测度	93
第三节 跨国零售企业规模扩张的行为与绩效	98
第四节 开放条件下中国零售企业的规模构建	120
第五章 中国零售企业的业态选择	126
第一节 零售业态演化：基于组织能力的诠释	126
第二节 业态的引入、扩散与结构调整	133
第三节 跨国零售企业的业态选择：以家乐福为例	143
第四节 开放条件下中国零售企业的 业态选择与优化	150
第六章 零售供应链的纵向结构研究	155
第一节 厂、商纵向关系的契约形式及性质	155
第二节 目前厂、商企业纵向关系存在的主要问题	160
第三节 厂、商之间问题：基于马克思经济学的 理论分析	161
第四节 供应商与零售商的博弈分析	163
第五节 结论与建议	170
第七章 国内零售企业经典案例研究： 以国美电器为例	174
第一节 国美的选址问题分析	174
第二节 国美的规模与绩效分析	182
第三节 国美的业态选择分析	189
第四节 国美与供应商关系分析	192



第八章 国外比较与借鉴	201
第一节 日本零售商业的结构与政策	201
第二节 美国零售商业的结构与政策	212
第九章 开放条件下中国零售组织的产业政策	223
第一节 制定流通产业政策的现实意义	223
第二节 零售组织合理产业政策的基准选择	225
第三节 开放条件下中国零售组织的产业政策选择	230
第四节 中国零售产业政策执行行为异化的 根源与规制	239
第十章 结束语	249
第一节 本书的主要内容	249
第二节 本书的基本观点	251
第三节 研究展望	252
致 谢	254
参考文献	256

第一章 导 论^{*}

第一节 研究的背景和意义

商业是经济活动的重要环节之一，承担着将商品从生产者向消费者转移的重要职能，随着中国市场经济的推进，商业在国民经济中的地位日益显要。而商业中的零售业，更是处于商品流通的第一线，承担着促进生产、繁荣市场、满足消费者多方需求的任务。

2001 年 12 月 11 日，中国成功加入 WTO，为中国零售业带来了新的机遇和挑战。中国政府承诺：允许在 5 个经济特区以及北京、上海、天津、广州、大连、青岛、郑州、武汉设立合资零售企业；北京和上海可以分别设立 4 家合资零售企业，其中北京的两家合资零售企业可在市内开设分店；其他城市最多可成立两家合资零售企业；并承诺到 2003 年 1 月，取消所有外资的地域、数量和持股比例限制；但对于面积在 2 万平方

* 书中在称及商品供应方和商品零售方时，在不同的情况和语境下，使用了不同的称谓。商品供应方称：生产企业、生产商、供应商等；商品零售方称：零售企业、零售商、零售组织等，其概念含义是一样的。



米以上的百货商店、分店在 30 家以上的连锁店，仍只允许外资持有 50% 以下的股权参与经营。2004 年 12 月 11 日，中国政府郑重宣布取消对外资零售企业的任何限制；外资零售企业从此可以在中国任何地域进行投资。

中国对外资零售业开放的时间表，是经过艰苦谈判争取的，是为了给国内零售企业几年的保护期，然而实际情况是前门未启、后门已开，一些地方政府却将零售业提前开放，并给予外资零售企业各种“超国民待遇”，使外国零售业巨头以惊人的速度抢滩中国市场，实践表明：目前，中国本土零售业无论是在规模上还是在销售价格上均无法与之正面抗衡。据《中国流通产业发展报告 2000 ~ 2003》资料显示：2002 年排在中国连锁企业 100 强首位的联华超市股份有限公司的销售额仅为 183.30 亿人民币，而 2002 年美国沃尔玛年销售额则是 2445.24 亿美元。^①

目前的问题是：外资零售企业的主要市场扩张行为是什么并会带来什么样的影响？中国大型零售企业如何在与外资零售企业的竞争下生存？中国政府在 WTO 框架下应采取什么行动？除此之外，对于中国中小零售企业而言，如何在与国内外大型零售企业的竞争下生存，也是亟待解决的现实问题。

所以，本文拟对中国零售业的上述问题进行研究，以促进中国大型零售企业以及中小零售企业的快速、健康发展。在这个层面上，本文的研究具有重要的实用意义和参考价值。

本文研究的理论意义体现在以下三个方面：

一是实现现代研究方法与传统研究对象的嫁接。传统商业

① 高铁生、郭冬乐：《中国流通产业发展报告 2000 ~ 2003》，中国社会科学出版社，2004，第 520 ~ 536 页。



经济理论没能与国际理论接轨，原因之一是过去的研究范式过多采用规范分析方法，分析问题多是就事论事，推理不够严谨，对商业内在的规律性缺乏深入的分析。本文借助现代产业组织理论的分析框架对零售业进行研究，以期实现现代理论及分析方法与传统研究对象的嫁接。

二是国外产业组织理论重点研究的是生产企业，本文利用产业组织理论重点研究的是零售组织。

三是在零售业发展的部分领域，如在消费者非均质分布下的零售企业选址及成功实施错位经营的条件、业态演化的内在规律以及大型零售企业的最佳规模范围等方面，寻求理论突破。

第二节 研究的方法与手段

科学的研究方法，是经济理论正确的前提。本文综合运用实证分析和规范分析、定性与定量分析、演绎和归纳分析以及比较分析等方法来研究中国零售组织的结构问题。

首先，运用了实证分析和规范分析相结合的方法。本文在对零售组织的结构研究中，如在对中国零售业态结构、空间结构以及规模结构进行分析的基础上，提出合理的零售组织结构的基准，都综合运用这两种方法。

其次，运用了定性与定量分析相结合的方法。本文在分析零售企业的最佳规模时运用了定性和定量分析相结合的方法。定性分析认为，在条件既定的情况下，零售企业肯定存在一个最佳规模问题，至于最佳规模范围是多大，则需要定量分析，本文基于施蒂格勒的“生存技术”方法对我国的大型连锁企业的最佳规模进行了定性与定量的综合研究。

再次，运用了归纳和演绎相结合的方法。本文在对零售企



业布局的博弈分析中，首先对现实的城市零售企业布局进行归纳，认为现实生活中商业布局存在过度集中问题，然后运用演绎分析方法即基于豪特林模型对大型零售企业选址进行博弈分析，找出零售企业过度集中的根源。

本文在研究中还运用了比较分析方法，该方法主要体现在对国外零售产业的分析与借鉴方面。

第三节 研究的框架与内容

学术研究的目的在于寻求规律性，为现实问题的解决提供有益的帮助。在产业组织问题的研究上，以贝恩为代表的哈佛范式注重产业结构的分析，而芝加哥学派更注重产业组织的行为与绩效的研究，比较而言，后者在西方发达国家的政府决策以及理论学界更具有影响力。本文对于零售组织的分析更侧重于对零售企业行为与绩效的研究。

在介绍内容框架之前，首先对本文使用的“结构”一词进行理论界定。按照产业组织理论，“结构”一词属于产业经济学的专用术语，其内涵是市场结构，包括完全垄断、寡头垄断、垄断竞争以及完全竞争四种情况；产业组织主要研究的是在不完全竞争的市场结构下企业的行为与绩效。本文主要内容基本采用这一逻辑思路，如在零售业的规模结构、空间结构以及厂、商纵向关系研究上，都体现了这一内涵。但由于研究内容的需要，本文的“结构”在某些章节中包含了“比例”的内涵，如在零售业态的研究中，“结构”主要侧重于零售各业态的比例关系。

本文对中国零售组织的结构研究，拟分五个子问题进行分析，具体包括中国零售业的空间选择、规模构建、业态选择、

纵向关系及国外借鉴五个方面。在前四个问题的研究上，本文的思路是首先进行理论分析，然后进行实证性研究，最后从企业层面提出具体建议。对于政府在前四个方面应采取的产业政策，本文拟在第九章中进行系统的研究。具体的技术线路如图 1-1 所示。

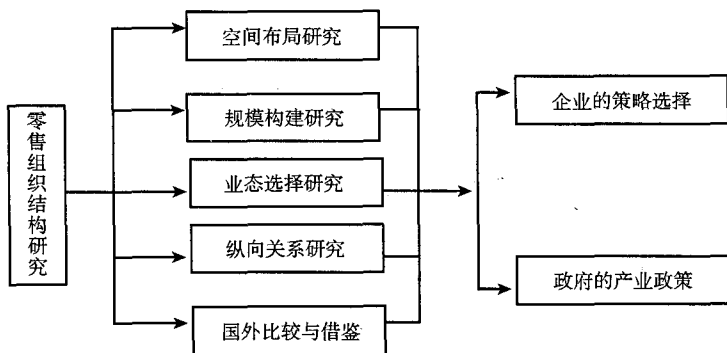


图 1-1 零售组织结构研究技术线路

本文的具体内容安排如下：

第一章导论部分首先对本文研究的意义、背景及研究框架进行简要介绍。

第二章则对需要研究问题的相关理论进行梳理，为下面每一部分的理论创新以及对策的提出进行理论铺垫。具体包括对空间布局、规模、业态演化、厂商纵向关系研究的相关理论进行梳理。

第三章分析中国零售企业的空间选择策略。本部分对中国零售商业布局的研究，主要是从微观层面进行的理论分析，具体包括影响零售商业布局与选址的因素分析、零售商业空间布局的博弈模型分析、外资零售业的选址行为与绩效分析以及对中小零售商业空间选择的策略研究。



第四章分析中国零售企业的规模构建问题。本部分是全文的研究重点,具体包括:零售企业规模边界的理论界定、中国大型连锁企业最佳规模的测度、跨国零售企业规模扩张的行为与绩效分析、国内零售业规模构建策略研究。

第五章分析中国零售企业的业态选择问题。主要内容包括:从“组织能力”视角对零售业态的演化进行分析、对业态的引入与扩散的研究、提出“业态适用论”、对跨国零售企业的业态选择及国内零售企业的业态选择的分析等。

第六章分析厂商之间的纵向结构问题。主要内容包括:厂商之间存在的各种契约形式的性质;厂商获得不同利润率的理论分析以及双方合作及非合作的前提条件研究等。

第七章对国内发展迅速的国美电器有限公司进行分析,分析其成功的经验及仍然存在的问题,为我国零售企业的快速发展提供有益的参考。

第八章是对美、日两国零售业的空间布局、业态结构、规模结构及产业政策进行分析。两个国家与我国的国情不同,但其零售业发展代表了未来的趋势,对中国零售业发展以及相关政策的制定具有重要的参考价值。

第九章分析中国零售组织的产业政策,包括政府行为的理论分析、政府制定合理零售产业政策的基准选择以及政府对零售组织的产业政策研究。

第十章为结论部分,对本文的主要观点与结论进行了总结,同时提出需要进一步研究的问题。

第四节 研究的创新点

本文的创新主要体现在以下几点。



一是基于豪特林模型对零售企业空间选址的拓展分析。本文认为：在单位为1的线性城市里，在消费者均质分布的情况下，无差异的两商场的社会最佳定位是在 $1/4$ 和 $3/4$ 位置；在消费者非均质分布的情况下，商业企业有向新的中心转移的趋势；无差异商家定位于一处，将必然出现“零利润均衡”局面，而错位经营战略是打破这一僵局的有效途径。错位经营战略的成功实施至少需要三个条件：第一，商家的“差异商品”要带来消费者真实效用的增加；第二，消费“差异商品”的消费者剩余要大于或等于旅费增加量和消费相似商品的消费者剩余之和；第三，经营的“差异商品”要有足够的市场空间。

二是对零售企业最佳规模的测度，提出了大型零售企业最佳规模的范围。本文认为：在1997~2004年之间的内部和外部条件约束下，资料表明，1%~4%之间的2个规模等级的连锁企业数量和销售额比重都呈上升趋势，表现出良好的业绩，根据施蒂格勒的“生存技术”原理，本文推断其为最佳的规模范围。

三是从“组织能力”角度对零售业态演化进行理论阐释，揭示以企业家才能为核心的组织能力主导着零售业态的演化。正是通过企业家对原业态构成要素的革新和重组，使其不断接近“技术边界线”并为顾客带来新的价值；对业态的产生、主流业态的形成以及业态的“二次生命周期”，企业家的才能都起着至关重要的作用。

四是指出了厂商之间存在的不同形式的契约是企业根据自身“实力”从利益最大化角度进行的理性选择；在不完全竞争下等量资本并不能获得等量利润，具有市场势力的企业获得“超额利润”符合经济规律；企业合作博弈的前提是合作的收益要大于不合作的收益以及双方面临相似或相同的市场环境。



非合作博弈的前提是非合作收益大于合作收益以及二者面临的市场环境不同。

五是提出在目前开放条件下，为了与跨国零售企业竞争的需要，在短期内，我们需要的规模结构是寡头市场结构，政府应鼓励国内零售企业做大做强，多形成几个国内零售寡头与外资零售巨头进行竞争；从长远来看，从消费者利益考虑，垄断竞争的市场结构仍是较为理想的选择。

六是指明了在开放条件下政府对零售业规制行为异化的根源。研究发现：地方政府规制行为异化与政府规制机构的产生、人员的任命与构成、政绩的评价体系以及本土零售业的多数劣势有关。