



国家技能型紧缺人才培养培训工程
中等职业教育物流专业规划教材

商业业态知识

范磊 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

赠助教课件



国家技能型紧缺人才培养培训工程

中等职业教育物流专业规划教材

商业业态知识

主 编 范 磊

副主编 王建茹

参 编 司晓丽

主 审 李建成



机械工业出版社

本书共分 8 个单元:商业业态概述、百货商店、超级市场、连锁店、仓储式商店、便利店、购物中心和网络商店。书后附有中华人民共和国国家标准——零售业态分类标准供学生参考。

本书依据中等职业技术学校对学生培养方向的要求进行编写,注重对学生动手能力的培养,力争做到理论联系实际,体现以下特点:①通俗易懂,降低难度。②增强趣味性、生动性和启发性。③“轻理论、重实践”,通过学习,让学生明确知道“我知道学什么,怎么去学”。具有配套习题,供学生课后练习。

本书可作为中等职业技术学校物流、电子商务、工商管理等专业的基础教材,也可作为商业及相关行业从业人员学习的参考教材。

图书在版编目(CIP)数据

商业业态知识/范磊主编. —北京:机械工业出版社,2007.8
国家技能型紧缺人才培养培训工程. 中等职业教育物流专业规划教材
ISBN 978-7-111-22119-7

I. 商… II. 范… III. 商业管理—专业学校—教材
IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 122331 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:徐永杰 责任编辑:徐永杰

封面设计:陈 沛 责任印制:李 妍

北京蓝海印刷有限公司印刷

2007 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

184mm×260mm·8.75 印张·200 千字

0001—4000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-22119-7

定价:14.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

销售服务热线电话:(010) 68326294

购书热线电话:(010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线:(010) 68354423

本社服务热线:(010) 68311609

本社服务邮箱:marketing@mail.machineinfo.gov.cn

投稿热线:(010) 88379196

投稿邮箱:leory123@sina.com

封面无防伪标均为盗版

中等职业教育物流专业规划教材编审委员会

主任委员：李建成 李晓秋

副主任委员：方小豹 蓝伙金

委 员：（排名不分先后）

曹前锋 范新辉 葛光明 李守斌

李秀华 刘 毅 权月华 王东生

王妙娟 王文仲 赵 阳 朱为刚

孔文梅 徐永杰

序

为了落实教育部、劳动和社会保障部、中国物流与采购联合会制定的《中等职业学校物流专业紧缺人才培养培训教学指导方案》(以下简称《教学指导方案》),机械工业出版社联合高等院校、中等职业学校和企业界的专家共同编写了这套物流专业规划教材。

本套教材力求贯彻《教学指导方案》的精神,落实《教学指导方案》所确定的物流专业培养目标与人才规格,提出了“紧紧围绕物流管理操作型人才培养这一核心,以最先进的职教理论和课程理论为指导,占领中等职业教育、职后培训的制高点,紧贴物流职业的实际,使教材的编写要经得起时间的考验”的指导思想。

本套教材编写的基本思路是:①打破学科体系,以培养职业能力、提高职业素质为本位建立新课程体系。②专业基础课程以综合课为主,专业课程(实务)以行动导向课程为主。③综合课程模块与职业资格取证挂钩。④加强实践、实训课程建设。⑤既能适应学历教育的需要,又能满足职业培训的需要。

本套教材编写的主要特点为:①以现代职业教育课程理论为指导,体现“以全面素质为基础,以就业为导向,以能力为本位,以学生为主体”的职教课程改革指导思想。②反映物流行业现实的特点和发展的需求,从职业岗位要求出发,以职业能力和技能培养为核心,既反映物流业现实的需要,又具有超前性,体现新知识、新技术、新工艺、新方法的应用。③体现学生自主学习、探究学习、合作学习和教学方法、学习方法的改革。④体现对职业能力评价等学习评价方式的改革。⑤体现现代职业教育教学手段,编写形式新颖多样、图文并茂、生动活泼、简洁直观,有助于学生理解。

本套教材分为综合型课程教材和行动导向型课程教材。

综合型课程教材编写具有以下特点:①课程目标既明确了知识点,更突出了能力点。②课程内容主要回答的“是什么”和“怎么样”。③教学方式采用案例教学、情境教学和实践教学等手段,使学生在过程中做到动脑、动口、动手相结合。④在教学方法上,为探究式学习、合作式学习留出充足的时间。⑤评价方式多采用开卷考试、口试、实操考核、“课业”考核、阶段考核和过程考核等方式。

行动导向课程教材体现了本套系列教材的特色:①以运输、仓储、配送、采购、物流销售、物流信息管理等物流节点的主要工作流程为线索。②以上述各个工作流程中的不同操作环节所需要的能力、技能以及相关知识为依托。③以能力培养为主线。④以创建行动学习环境,组织学生动手操作、主动探索为教学模式。⑤以培养学生物流业务能力和综合职业素质为目标。

物流专业行动导向课程由若干训练模块组成,每一个训练模块都包含了对某一个工作环节操作能力的培养。本套教材为每个训练模块设置了训练目标、训练准备、训练要求、必备的理论知识、训练步骤和训练评价六个栏目,对课程的教学给予了明确的指导。

对于物流行动导向课程的教学,建议采用以下教学模式:

模式一：基础实训模式

- 1) 教师指导学生明确教学目标和实训要求。
- 2) 教师指导学生明确实训的任务、方法和步骤。
- 3) 学生准备相关材料和必备的知识（教师辅导）。
- 4) 学生按照实训内容进行操作训练（教师辅导）。
- 5) 学习评价。

模式二：角色实训模式

- 1) 教师指导学生明确教学目标和实训要求。
- 2) 按某一类型的物流企业的组织结构组织学生分成若干组分别担任不同职务（扮演不同角色）。
- 3) 各组学生查阅资料、做知识准备，以小组为单位研究角色的职责和任务。
- 4) 角色模拟实训。
- 5) 角色互换、角色准备等。
- 6) 学习评价。

模式三：项目实训模式

- 1) 教师指导学生明确教学目标和实训要求。
- 2) 教师设置情境，明确实训任务（布置实训课业）。
- 3) 学生按项目分组，确定操作计划、步骤、方法等。
- 4) 各项目小组调查研究、查阅资料，做知识准备。
- 5) 各项目小组分析研究资料，以方案、调查报告、小论文、小作品等形式完成课业。
- 6) 全班进行课业交流。
- 7) 学习评价。

根据物流企业的现实情况，将行动导向课程的操作训练方式分为两种：①手工操作，如手工填制各种单证。②结合物流信息管理系统上机操作，如在仓储信息管理系统中完成各仓储管理岗位的操作。

行动导向课程建设需要教学管理的改革与之配套，如在教学安排上，可以在传统的“两课时一个教学单元”和“一课时一个教学单元”的基础上，采用“一天一个教学单元”和“一周一个教学单元”两种形式；又如在学习评价上，可以采用过程评价、能力评价的评价方式，在评价等级划分上主要采用优秀、合格和不合格的方式。

本套教材中的许多探索还只是初步的，肯定还有许多不完善的地方，敬请同仁们多提宝贵意见。

中等职业教育物流专业规划教材编审委员会

前 言

20 世纪 90 年代以来,经济全球化进程不断加速,促使生产与社会流通结合得更为紧密,无论是在生产领域,还是在生活领域,这种影响都是非常明显的。

人类社会的经济发展,是一个历史的过程。工业革命时期是制造业的天下。到了 20 世纪初,商业得到了前所未有的发展,各种新的商业业态层出不穷,在社会经济中的比重越来越大,影响力也与日俱增。进入 21 世纪,商业的发展更是达到了一个前所未有的高度,科学地研究商业业态,对于我们学习商业业态知识具有重要的现实意义。

本书依据中等职业技术学校对学生培养方向的要求进行编写,注重对学生动手能力的培养,力争做到理论联系实际,体现以下特点:①通俗易懂,降低难度。②增强趣味性、生动性和启发性。③“轻理论、重实践”。通过学习,让学生明确“我知道学什么,怎么去学”。④有配套习题,供学生课后练习。

本书共分 8 个单元,可作为中等职业技术学校物流、电子商务、工商管理等专业的基础教材,也可作为商业及相关行业从业人员学习的参考教材。

本书由范磊任主编,王建茹任副主编,高级讲师司晓丽参编并负责审阅稿件。在编写的过程中,得到了很多企业的支持,同时参阅了不少前辈们的理论知识,汲取了部分专家、学者的理论成果,在此一并表示最真挚的感谢。

因时间仓促、水平有限,本书难免有疏漏之处,恳请专家、学者批评指正。

编 者

目 录

序

前言

第一单元 商业业态概述	1	综合知识模块一 仓储式商店概述	58
综合知识模块一 商业概述	1	综合知识模块二 能力提示	60
综合知识模块二 现代零售业态	6	第六单元 便利店	76
第二单元 百货商店	14	综合知识模块一 便利店概述	76
综合知识模块一 百货商店概述	14	综合知识模块二 能力提示	80
综合知识模块二 百货商店的经营 与管理	18	第七单元 购物中心	94
第三单元 超级市场	31	综合知识模块一 购物中心概述	94
综合知识模块一 超级市场概述	31	综合知识模块二 购物中心的经营 与管理	103
综合知识模块二 超级市场的经营 与管理	37	第八单元 网络商店	112
第四单元 连锁店	47	综合知识模块一 网络商店概述	112
综合知识模块一 连锁店概述	47	综合知识模块二 能力提示	115
综合知识模块二 能力提示	51	附录 中华人民共和国国家标准—— 零售业态分类	127
第五单元 仓储式商店	58	参考文献	130

第一单元 商业业态概述

学习目标：通过本单元的学习，了解与商业相关的基本概念及其历史，了解现代零售业态的基本定义及其历史变革与发展。

综合知识模块一 商业概述

商业是一个很古老的概念，但不是有了人类就产生了商业，而是到了原始社会晚期，随着社会分工和商品交换的发展，商业才产生并发展起来，并最终形成一个独立于生产之外的产业。什么是商业呢？在当今的理论界并没有统一的认识。有的人认为商业就是以买卖方式使商品流通的经济活动。然而社会经济特别是商业自身迅速发展的实践早已使商业的涵义大大超出了这个定义的范围，若继续沿用狭隘的商业概念而不使用涵盖面更广泛的流通业概念，并按流通业自身的内涵和发展要求必将进一步阻碍流通业的发展。虽然商业发展的历史并不因为人们对商业的回避或不正确的理解而受到太大的影响，但是对商业的明确界定却有助于我们拓宽视野，正确把握商业、流通业的本质，同时也有助于正确把握现代商业的发展趋势。

能力知识点 1 对商业内涵的不同认识

商业是客观存在的，但人们对商业的理解和认识却是主观的。目前国内外学术界对商业的不同认识主要有以下几种。

1. “商品交换”论

以商品交换作为商业的定义，是商业最早、最普遍的概念，也是我国商界最流行的商业概念。该论点的依据是马克思在《资本论》中提到的即商业是商品交换的发达形式，并



认为,凡是交换行为,或凡是有规则、有组织进行的交换行为,或凡是以货币为媒介的交换行为都是商业。这种观点只是看到了商业活动的表面现象,即只着重强调了商品交换,以货币为媒介,却忽视了商业主体及其从事商业活动的最终目的,那就是商业资本的增值,同时也忽视了不同的商业经营方式所反映或体现的不同交换关系。

2. “分配”或“配合”论

这种观点认为商业就是分配或配合。前苏联的理论界认为:社会主义商业,现在是,而且今后很长一段时间仍是社会主义社会成员中消费品分配的主要形式。这种观点后来传入我国,与我国革命战争年代的供给制以及随后的社会主义计划经济体制相结合,对我国的商业理论和商业实践活动产生了很大的影响。这种商业分配论观点把社会主义经济看成是以使用价值的再生产为特征的自然经济,不承认社会主义经济中有独立的商业,把本是属于商品流通过程的商业看成是消费品的分配。这必然产生谁是分配者的问题,实践中只有政府有资格行使分配权,否则难以进行。这种对商业的曲解最终导致政商不分、官商盛行,商业成了政府实现其政治职能的工具之一,完全丧失了“商业的本来面目”。

3. “商人”论

这种观点认为商业就是商人所进行的商品交换活动。“商业是专门的人运用专门的投资专门从事商品的买和卖而媒介成的社会商品交换”;“商业是商人把买卖商品的经营活动作为自己的社会职能,在生产者和消费者之间充当居间人,并媒介商品交换”。商人论虽然抓住了商业中商业主体这一要素,但它却忽视了商业发展的历史进程和产业性。最早的商业活动是由单个的商人来承担的,而现代商业活动却不可能完全由单个商人来完成。实际上商业得以产生和发展是以千千万万个商人所从事的经济活动为基础的,它是一个总体概念即产业。此外,商业所体现的经济关系在商业发展的不同阶段也是不同的。从最初纯粹的一买一卖,到包买商,再到信用商业、特许经营商业等,商业所反映的商业主体之间、商业主体与生产者之间、商业主体与购买者之间的关系是截然不同的。

4. “商业部门”论

这种观点认为“商业是在商品经济条件下,由于社会分工所形成的一个专门媒介商品交换、组织商品流通的独立经济部门”。它认为商业是一个社会经济部门,这个部门的职能是媒介商品交换,组织商品流通。但是,这种商业观仍是不科学的。一是部门观念是计划经济体制下的产物和思想,显然与现在提出的行业管理观念相左;二是产业或行业是由众多的同业组织构成的,仅仅从社会职能界定一个产业显然是不全面的;三是构成产业的经济组织无不以追求“利润最大化”为目的,因此,这种商业观忽视了营利性这一商业基本特征。此外,这种观点没有描述出商业的动态性,忽视了商业职能随着市场经济的发展而不断变化的规律性。当然,部门观念也容易产生部门利益和行业垄断问题,这是与市场经



济的精神相背离的。

小知识



范蠡，是春秋时期著名的政治家，他曾经辅佐越王勾践卧薪尝胆，成就了一代霸业。功成名就之后，范蠡激流勇退，退隐后来到了宋国也就是今天的商丘，自称陶朱公，做起了商人。史书记载，范蠡在商丘经商，“三日致千金”，积累了大量的财富，富甲天下。后来，范蠡根据自己的经商实践经验和体会，总结出了一套系统的商业理论。

范蠡的经商理论，是根据当时社会发展的情况，总结出“人弃我取，人取我予”的理论。此理论可解释为：很多东西都没人买的时候，我把它买下来，囤积起来，然后等到社会需求少了，甚至都没有了的时候，再拿出去卖。

这就是范蠡总结的“待乏理论”。除此之外，范蠡还总结出了一系列系统的经商理论，如经济循环理论、“平糴齐物价格理论”、“积著理论”等，直到今天仍然有着强大的生命力，堪称前人的智慧结晶。此外，范蠡还很有“商德”，他多次把经商赚来的钱用来救济灾民，为商人赢得了很高的荣誉，范蠡也因此被尊称为“商圣”。范蠡用自己的智慧和实践为商业活动的发展，为商业理论的产生和成熟作出了贡献。



课堂笔记：

能力知识点2 商业的演化历史

循着商业发展的历史轨迹，我们可以发现商业先后经历了商人商业、组织化商业、流通业这样几个阶段。

1. 商人商业

在原始社会初期，由于生产力极其低下，原始人的劳动产品只能或甚至不能维持自己的最低生存。没有多余的劳动产品，也就没有什么可用于交换的物品。到原始社会中期，由于生产力的发展，在人类历史上发生了第一次社会大分工，即畜牧业从农业中分离出来。分工使劳动生产率得以提高，从而使劳动产品出现了一定的剩余，于是出现了小范围的物物交换。到了原始社会的末期和奴隶社会的初期，由于金属工具的发明和使用，促进了以生产劳动工具和“奢侈品”为主的手工业的发展，继而出现了第二次社会大分工，即手工业从农业中分离出来。第二次社会大分工使原始工业得以产生和发展起来，社会劳动生产



率有了较明显的提高,社会剩余产品越来越多,基于社会分工之上的人们之间的商品交换变得频繁起来,同时,产销矛盾也尖锐起来。虽然货币的出现和使用使交换的效率大大提高,但是商品的产销矛盾并没有因此得到根本性的解决,生产者同时成为生产的行家和交换的行家。因此,社会迫切需要另一类人的出现,他们不仅购买生产者的产品,还把产品出售给需要该产品的人。于是出现了人类的第三次社会大分工,即职业商人开始出现。他们以买进卖出商品为己任,解决了商品的产销矛盾。由于商人的出现,商品生产者之间、生产者和消费者之间的直接交换就发展为以商人为媒介的间接交换。起初,由于专门从事买进卖出商品的商人群较少,商人并未形成一个独立的社会阶层。但是,随着社会生产力和商品经济的发展,商品交换“时空”矛盾的不断激化,高额利润吸引了越来越多的人加入到商人群体中,并最终形成了一个独立的社会阶层,他们所从事的职业也逐渐成为一个新的行业——商业。商人商业的业种形式主要是小商贩的“流动地摊”和极少量的小杂货铺。在商人商业产生的过程中,手工业的发展和高额商业利润是最重要的条件。商人商业反映的不仅仅是简单的买卖关系,而且由于当时社会的主要矛盾是如何增加物质财富,更由于当时缺乏商业的政府公共管制,使得商人们掺杂使假,短斤少两现象盛行,所以,暴富的商人并不为社会所尊敬,当时各个国家基本上都采取抑商政策,商人是社会较低或最低等级的阶层。

2. 组织化商业

在商人商业时期,商人的资本相对较少,其经营规模也不大。但是随着手工业发展和城市的出现,特别是工业革命的发生和科技的发展,催生了工厂制企业,半机械化、机械化生产手段得以在各个生产领域广泛运用,劳动生产率空前提高;同时,人口大量向城市集中,使消费者队伍日趋规模化和集中化;大量较先进的生产方式已成为工业生产领域最基本最普遍的生产方式。大量生产的产品在市场上汇集并转化为极为可观的资金流量后,经过社会的初次分配而形成大量消费的格局。商人商业由于无法胜任或适应生产和消费领域发生的这种巨大变革而不得不让位于组织化商业,即商业发生了第一次革命。

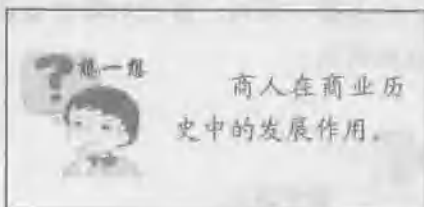
这一时期的商业业态逐渐多样化起来。除了继续存在的商人商业阶段的杂货铺、“跳蚤市场”外,还出现了各种新型的并占主流地位的业态,如百货商店、超级市场、专业店、便利店等。如果说商人商业时期“商业”一词的含义还比较单纯的话,那么组织化商业时期商业内部的分工就变得复杂起来。商品采购、运输、仓储、加工、批发和零售等环节的逐步社会化对商业的促进作用是商人商业时期所无法比拟的。同时,基于不断加剧的同行竞争和通过行会实施的商业管制使商业行为逐步得到规范。组织化商业时期商业开始体现出多重复杂的经济关系。组织化既表现为微观商业主体的组织化——企业化,也表现为政府对商业活动管制的组织化——设置商业管制机构。同时,商业活动不但表现为与生产者和消费者一买一卖的关系,而且商业组织通过特许、专卖、信用等形式开始渗透到生产、流通和消费各个领域,开始把生产和社会再生产的其他环节汇集起来。此外,由于商品实现变得越来越困难,商业的地位和作用也就越来越被人们所看重。



3. 流通业

第二次世界大战以后,大规模垄断厂商为了谋求垄断利润和以电子计算机的发明及其应用为核心的新技术革命在全球范围内迅速发展,并引发了商业领域的多次革命。在欧美国家和 WTO 框架体系中,商业已为分销服务业所替代。分销服务业的内涵要比传统商业宽泛得多,它是指产品从生产出来一直到消费者手中的整个流通过程中所涉及的一系列活动,不仅仅涉及批发和零售,而是包括了直销、代理、批发、零售到仓储、运输、售后服务等各个方面,是一种全新的流通方式和流通组织形式。在市场竞争日趋激烈的情况下,大规模生产企业纷纷自建产品分销体系,或者通过控制分销网络等方式,达到控制产品销售市场,提高利润水平的目的。在组织化商业时代,商品采购、运输、仓储、加工和信息等环节仅是企业的内部分工,仅为本企业服务。但是新技术革命以信息化、自动化给流通的各个环节以流程再造的机会。本来隶属于本企业的商品采购,用信息化武装以后,它不仅可以为本企业服务,而且还可以对其他企业及其他行业提供采购服务。商品运输、仓储、加工、信息等也是如此。于是流通的各个经营环节逐渐由企业内部分工变成了社会分工。商品采购公司,商品运输公司、商品仓储公司、商品加工公司和商品信息公司甚至电子商务公司等纷纷成立,商业进入了多元化阶段。很显然,多元化商业的发展使商业冲破了狭义的商业,狭义的商业则演化为广义的行业——流通业。

在当今的世界里,流通业的业态已经完全多样化,涵盖了社会需求的各个方面,物流与物流业、电子商务和特许经营等已经成为当今最流行的词汇,以至于业态已演变成一种“生活方式”。



课堂笔记:

能力知识点 3

商业业态

“业态”一词来自日本,原指日本经济学界用以说明零售企业、餐饮行业等经营业态的表述。日本安士敏先生认为:“业态是定义为营业的形态”,它是形态和效能的统一。形态即形状,它是达成效能的手段。业态是零售店向确定的顾客群提供确定的商品和服务的具体形态,是零售活动的具体形式。通俗理解,商业业态是指零售商业的店铺营业形态,即以满



消费者某种需求而选择与确定的店铺营业形态。

在过去的计划经济体制下,零售商业的店铺形态不是按消费者的需求设立的,而是按商品的计划管理体制设立的。什么样的商品管理部门开设什么样的店,如纺织品公司开设布店,五金交电公司开设五金交电商店,经营的内容专一且不允许兼容与交叉,这种店铺形态人为地割断了消费者在购买过程中对便利的需求。这种店铺形态由于有强烈的行业经营色彩,也称作业种店。当商品流通的计划管理体制被打破之后,业种店作为传统计划经济的零售形态越来越不适应市场变化与消费者需求。如果欲求得生存和发展,必须实行业种店向业态店的改制。这种改制包括两个方面:①调整现有店铺的经营内容,以新的经营形式完成向业态店的转移。②完全以新的经营形式和内容开设符合市场需求的业态店。除了传统的店铺形态要转向现代意义的店铺形态外,商业的一个重要发展方向是零售商业连锁化经营的发展方向。这样以来,以超级市场为代表的连锁商业将掌握流通领域的主导权。生产商和批发代理商在很大程度上要增强对它的依赖和服务才能求得其发展和生存,由于零售商业直接组织和满足了消费者的需求,再加上对流通最终通道的规模化和网络化的掌握,就获得了流通的主导权,可以说,业态的发展是零售业永恒的主题。所以,现代的零售商业必须要研究好业态的发展趋势和方向,才不至于落伍或被淘汰。

想一想



业种和业态的
异同点。



课堂笔记:

综合知识模块二 现代零售业态

能力知识点 1

现代零售业态的定义

“零售业态”一词,来源于日语汉字词汇,大约出现在 20 世纪 60 年代,原意是指店铺的营业形态,后被翻译为英文“Type of operation”,有人将其扩展为经营形态。

“零售业态”一词传入我国,始于 20 世纪 80 年代我国学者对日本零售业的介绍,在 20 世纪 80 年代末期开始有人用其分析我国零售业,20 世纪 90 年代中期被广泛使用。

**能力知识点 2****现代零售业态的分类**

一般意义上讲,现代零售业态的分类方法有很多。如可以依据产品组合划分,还可以依据企业的目标市场定位、企业规模、运作方式、功能定位等划分。在当今理论界更倾向于依据产品组合来划分,大概有以下几种类型。

1. 百货商店

从 1852 年世界上第一家百货商店在巴黎诞生起,至今已 150 多年的时间,可见其历史悠久。它也是零售业很重要的业态形式,至今生生不息。因为百货店提供商品的种类众多,涉及到人的衣、食、住等方方面面,能满足消费者的个性化需求,所以很受消费者的欢迎。但历史的发展提供了这样一个事实,由于经济水平的不断发展,消费者的消费观念的变化,向更高层次的消费行为看齐成为一种新的时尚,所以在百货商店的设计策划和营运操作中,更多的是由原来的大众化方向,向小康型,甚至富贵型转变。

2. 超级市场

超级市场的出现,是零售业的一场革命,这场革命给人们生活带来的变化,尽管是和风细雨、潜移默化的,不像电灯、电话那样明显,但它的影响同样是深远并无所不在的。

在当代零售业中,超级市场是处于主导地位的,它以购物自选、商品种类繁多、价格低、综合性强来吸引消费者。在采购的过程中,它直接向生产商采购,减少了中间环节,从而降低了成本,因为自身对商品的销售能力强,也增强了自身向厂家压低价格的优势。它一般采用统一采购、统一配送、统一核算、统一管理的方式经营。

3. 连锁店

连锁店是市场经济条件下,现代化大流通最具代表性的商业经营形式,是生产力发展到一定水平时,社会化大生产对社会化大流通的客观要求。从世界上第一家连锁公司诞生至今,连锁经营走过了 140 多年风风雨雨的历程,并以其自身独具的“以利而连,以管而锁”的优势,不断兼收并蓄各种营销策略而风靡世界。连锁店的本质是通过企业内部的分工协作或企业与企业之间的分工协作,以提高零售业的组织化水平,获取竞争优势的经营方式。连锁店的成立改变了单个商店单兵作战,在经营、管理、组织上“小而全”的低水平分工、低效率营运的局面,实现了多个网点的合成作战,形成了经营、管理、组织上的高水平分工和高效率营运。连锁店由总部、门店和配送中心构成。其中,总部是连锁店经营管理的核心,其职能主要是:市场调研、商品开发、促销策划、采购配送、财务管理、质量管理、经营指导和教育培训等;门店是连锁店的基础,其主要职责是按照总部的指示和服务规范的要求,承担日常销售业务;配送中心是连锁店的物流机构,承担着各门店所需商品的进货、库存、分货、加工、集配、运输和送货等任务。

4. 仓储式商店

仓储式商店是一种集商品销售和存储于一体的零售形式,这种商店规模大、资金投入少,



大多利用废弃不用的仓库、厂房营业。场内无豪华装饰,以简洁自然为特色。仓储式商店是零售业的后起之秀,继承和发展了大型百货、综合超市的营业特色。它主要经营生活资料,价格低廉、销储合一,服务项目少,顾客大量购买。地址一般选在郊区靠近城里的地方,有大型的停车场,其目标市场定位多在中低档次。

5. 便利店

便利店是一种以顾客自选为主,销售应急性的食品、日常生活用品和提供有偿性服务,以满足顾客便利快捷性需求为主要目的的商业业态。它的营业面积在 $40\sim 150\text{m}^2$ 左右,经营品种在 2000 种左右,靠近居民区,营业时间一般在 12h 以上,甚至是 24h 营业,全年开业,地点灵活,弥补了销售真空。便利店起源于美国的南陆公司,目前在世界发达的国家和地区中,尤其是在亚洲的日本和我国的台湾地区,便利店已经成为最具有竞争力的商业业态。便利店作为一种商业业态,它具有与百货商店、超级市场、购物中心不同的特点,便利店主要是满足消费者所有例常性购买或便利品购买的需求。除食品外,便利商店还用近乎 $1/2$ 的空间来销售非食品项目,而超级市场只是在满足消费者的食品及日常生活用品的需求。

6. 购物中心

购物中心是多种零售店铺、服务设施集中在由企业有计划地开发、管理、运营的一个建筑物内或一个区域内,向消费者提供综合性服务的商业集合体。它是集商店、娱乐场所、快餐店于一体的综合性的消费场所。在购物中心,不仅可以购买生活用品,而且还可以享受到吃喝娱乐等服务。

7. 网络商店

网络信息技术正在影响社会经济的活动方式和人们的生活节奏。随着网络商务(电子商务)魅力的日渐显露,虚拟企业、虚拟银行、网络营销、网上购物、网上支付、网络广告等一大批前所未闻的新词汇正在为人们所熟悉和认同,这些词汇同时也从另一个侧面反映了与计算机网络相关的经济活动正在对社会和国民经济产生影响。网络商店,从字面意义上看,它是互联网世界里的一种商业业态模式。个人或企业通过建立自有网站(即网络交易平台)或者借助于第三方提供的网络交易平台展示产品,并通过电子支付系统完成物权的转移,同时借助于现代物流系统把商品或服务送达到消费者处。如淘宝网中门类多样的网络商店,丰富了人们购物的途径,可以使消费者足不出户,轻松购物。



想一想
按照其他标准,
你认为零售业态还
可以怎么分类。



课堂笔记:



能力知识点3

我国零售业的发展

一、我国零售业的发展概况

我国零售业具有悠久的发展历史,但是自建国直至20世纪90年代初,我国零售业仍然没有本质的变化。生产资料的极度匮乏及商品的短缺使零售业长期徘徊不前,以至于出现了“生产什么,就卖什么”的局面。

直到20世纪90年代,在我国经济高速发展的强劲带动下,GDP持续增长,人民生活水平不断提高,长期被压抑的消费需求终于得到释放。市场环境的巨变,流通体制改革和对外开放,使我国零售业格局发生了巨大变化。这场深刻的变革使零售业逐步取代制造业成为市场的主力,在国民经济中的地位越来越重要。

在行业规模迅速提升的同时,我国零售业的业态结构也发生了巨大变化。由百货商店为主导的单一业态结构,发展为百货商店、超级市场、仓储商店、专业商店并存的多元化业态结构。新旧零售业态百花争艳,在满足不断变化的消费需求方面互相补充,使居民购买商品的出行距离和等待时间大大地缩短。同时,我国零售业的快速发展,对相关产业的发展起到了巨大的推动作用,迫使厂商不断推出市场需要和相对标准化的产品,也推动了商业信息业、仓储物流等行业的更新换代。

二、我国零售业的发展特点

我国零售业的发展,基本上是遵循着世界零售业发展的根本规律和变革趋势。但由于我国特殊的国情,使得我国经济的整体发展呈现出跳跃式、高速化的特点,因此我国零售业的发展自然带有自己的鲜明特点。

1. 零售业变革速度加快

由于历史和体制的原因,我国经济和文化长期处于与西方世界相隔绝的状态,西方国家历次发生的零售业变革都没有在我国得到发展。直到20世纪90年代后,随着我国经济体制改革的不断深入,尤其是我国十四大确定了我国的市场经济体制以后,零售业才进入了一个繁荣与变革的时代。陈旧简陋的百货店变成了富丽堂皇的现代百货商场;狭小灰暗的副食店、粮店被光鲜明亮的连锁超市取代;专业店、仓储店、便利店等新型零售业态也纷纷涌现。

2. 新旧业态并存发展

从中华人民共和国成立到20世纪90年代初,受政策环境的影响和制约,我国零售市场长期保持了单一业态一统天下的格局,百货商店的市场份额达到60%以上。但从20世纪90年代开始,一场以业态变革为主要表现形式的零售革命在我国爆发,超级市场、专业商店、便利商店、仓储商店等新型零售业态如雨后春笋般地发展起来。

新型业态的发展对百货商店形成巨大的冲击,但百货商店并没有退出历史舞台,而是进入了一个调整和转型期。从传统百货商店向现代百货商店转型的过程中,硬件环境设施大为