

流通

孙明贵 著

民族出版社

LI U TONG
QIAN XIAN

前线



流通前线

——现代流通理念、方法与技术

孙明贵 著

民族出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

流通前线/孙明贵著.

- 北京: 民族出版社, 2002.5

ISBN 7-105-05052-7

I. 流… II. 孙… III. 流通经济学

IV. F014.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 030988 号

民族出版社出版发行

<http://www.e56.com.cn>

北京市和平里北街 14 号 邮编 100013

启迪利图文制作有限公司微机照排 迪鑫印刷厂印刷

各地新华书店经销

2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月北京第 1 次印刷

开本: 850 毫米 × 1168 毫米 1/32 印张: 11.625 字数: 220 千字

印数: 0001-2000 册 定价: 21.80 元

该书如有印装质量问题, 请与本社发行部联系退换

(总编室电话: 64212794; 发行部电话: 64211734)

前 言

流通是商品经济的客观属性，是推动经济增长和带动各产业协调发展的重要力量，任何国家或地区，流通业都是十分重要的产业部门。商品的生产和流通是相互关联的，缺一不可，随着商品生产规模和范围的扩大，商品流通的重要性也就更加显著。20 世纪，人类一方面成功地发展了大规模生产，另一方面也建立了大规模的流通体系，可以说，大规模生产和大规模流通为人类经济发展、社会进步和享受丰富的物质成果创造了必要条件。

流通与人类的生活息息相关，任何经济活动都离不开流通。尽管如此，长期以来人们并没有树立正确的流通理念，在现存的流通理论和流通实践中存在着不少片面的观点。

第一，长期以来，人们把流通看成是生产的附属物，即所谓的“生产决定流通，流通为生产服务，没有生产就没有流通”等。这种观点长期支配着流通理论和流通实践，流通的独立性没有受到应有的承认。受这种思想的影响，重生产轻流通的现象十分普遍。从宏观上

看，政府比较重视生产投资，重视构建大规模的工业生产体系，相反却忽视流通投资，许多基础设施建设也是为生产系统服务的，流通基础设施投资很少纳入政府的视线，流通体系基本上处于自发和无人管理的状态。从微观上看，很多企业也普遍强调生产业务，流通职能没有引起足够的关注。

第二，在流通理论和流通实践中忽视流通价值创造的功能，流通的作用没有得到有效的发挥。长期以来，我们不承认流通具有创造价值的作用，片面地提出流通是沟通生产与消费的桥梁和纽带，即所谓的“流通不创造价值，只转移价值”，“流通承担沟通和服务的职能”等。实际上，商品的价值是一个整体，在市场经济条件下，没有流通，生产价值就无法实现，即便可以度量生产价值，这种价值也不是商品的完全价值。流通在市场中处于一个十分有利的位置，流通可以通过对市场的直接了解，决定生产什么以及怎样生产等基本问题，它可以利用服务、设施、信息等多种手段独立地创造价值，离开了生产商，流通商也可以创造价值。

第三，许多人认为流通是劳动密集性产业，不像生产那样，技术高度复杂，因此在组织管理上是比较简单的。这种观点在一些发达国家也是很典型的，他们认为流通产业是现代化程度比较低的产业，体力劳动和较低的技术装备水平决定了流通业是相对落后的产业。受这种思想的影响，流通产业技术进步比较缓慢，流通制约生产的问题始终困扰着经济增长。20世纪80年代美国为了恢复国际竞争力，曾经开发一些先进的生产方式，但是由于流通方式没有同步跟进，其中不少生产方式以失败而告终。我国流通企业技术装备水平很低，服务和管理水平较低，流通方式原始和简单，因此提高流通系统的技术含量，逐步实现流通产业的工程化和现代化是当务之急，是流通业持续发展的根本途径。

流通业是距离市场最近的产业部门，处于市场的最前线，对

市场的反映最敏感，因此，随着市场的急剧变化，流通业出现了许多重要的变革。近年来，流通环境发生了深刻变化，消费者的价值观和购买方式出现了新的变化，信息技术和网络技术对流通方式产生了重要影响。在流通产业内部也出现了许多新的发展趋向，比如流通产业在总规模趋于稳定的同时内部结构加速调整；流通产业链加速重组和整合；流通信息化步伐加快；流通功能日益多样化；新兴流通业态不断成长；流通方式转向一对一的模式；流通企业增强敏捷对应能力；流通市场竞争走向全球化等等。

流通业的激烈变革反映了流通业与时俱进的时代风貌，作为对流通问题十分感兴趣的学者，我十分关注在新经济和信息化条件下流通业的诸多变化，但是在试图解释和分析流通业的诸多变化的时候，我们发现现有的理论、方法和技术是远远不够的，我甚至感受到许多理论和方法已经不能用来解释新的现象和问题了。1994年至1995年和1998至1999年笔者有机会赴国外学习研究，在文献阅读和企业考察过程中，更进一步感到有必要系统地分析和总结流通业的新变化。1998年笔者获得了教育部人文社会科学基金的资助，这样就有可能将这一课题延续下去，本书是近年来诸多研究和思考的最终成果。

流通系统是十分复杂的，流通问题也十分广泛，本书并不想涉及所有的问题，因此在写作本书中，我坚持了以下几个原则：首先，以流通业的新变化和新趋势为主线，重点探讨流通业的发展问题，突出前瞻性；其次，站在国际背景和整个流通系统的角度看待流通业的发展问题，不是局限于一国或一种流通业态，目标是勾画流通业发展的国际趋势；第三，突出理论和方法创新，本书没有采用传统的流通经济学的分析理论和方法，而是以新经济理论为基础，提出了用以解释现代流通业发展的新理论与新方法，本书特别研究了流通革命理论和流通业态理论；第四，以专

题研究为特色，从现代流通业发展中抽出一些重大课题进行专门研究，不强调理论完全性和体系化，读者可以根据需要任意阅读其中的章节；最后，本书将经营理念、方法和技术作为重点，提出了新的流通思想，将现代创新的管理方法引进流通业中，总结了各种流通业态适用的最新经营技术，目的是增强启发性和指导性。

笔者对本书的框架、体系和主要理论、观点进行了总体设计，撰写了绝大部分章节，个别章节有两位研究生参加了撰写。具体情况如下：第一章至第八章，由孙明贵撰写；第九章由王涓撰写；第十章由马萍、孙明贵撰写。本书在出版过程中得到民族出版社的支持和帮助，特此表示感谢！

本书存在不少的缺点和错误，恳请读者批评指正！

孙明贵

2001年12月10日

目 录

第一章 流通革命：流通业的新挑战	/1
第一节 流通的概念、功能与流通革命	/2
一、流通的含义及其与相关概念的关系	/2
二、关于流通功能理论研究的进展	/4
第二节 流通革命的理论	/11
一、流通业变革的三大理论	/11
二、战后日本消费革命与流通业重组	/12
三、流通革命的命题	/14
第二章 日本流通革命的新进展	/18
第一节 90年代以来日本流通革命的原因	/18
一、低价格零售业态的崛起和冲击	/20
二、价格主导权由生产者向零售者的转变	/21
三、政府管制的放松和市场自由化	/22
四、进口商品的大量增加	/24
五、消费者价值观和购买方式的变化	/25
六、产销同盟和流通信息化的发展	/26

第二节 日本流通革命的新趋向	/28
一、日本消费市场与消费者 行为的新变化	/28
二、日本零售业的结构变化	/32
三、日本批发业的机能分化与新趋向	/35

第三章 流通业态：现代流通业 的成长方式 /39

第一节 零售业态的分类标志与经济特征	/40
一、零售业态的概念与分类标志	/40
二、主要零售业态的经济特征	/44
三、零售业态经营指标的比较 分析与评价	/56
第二节 流通业态发展理论	/59
一、零售车轮理论	/60
二、真空地带理论	/61
三、零售手风琴理论	/62
四、辩证法理论	/63
五、零售三圆理论	/64
六、零售生命周期理论	/65
第三节 廉价型零售商店的低价格 经营技术	/66
一、选择支持低价格运作的新型 零售业态	/67
二、利用第三方配送降低物流成本	/67

三、利用“供应链”确立低价格	
商品供应体系	/70
四、推行低成本操作减少运营费用	/72
五、开发高附加价值率的商业品牌商品	/74
六、应用电子化和信息化技术实现	
商店自动化	/76
七、开发销量增加与效益增加相	
结合的低成本促销方法	/78

第四章 国外流通业态的新发展 /85

第一节 美国零售业发展的最新动向 /85

一、美国零售业态的调整和发展	/85
二、美国代表性零售业态的最新动向	/90
三、美国零售业构成的变化与趋向	/93

第二节 从统计分析看日本零售业 的新变化 /97

一、关于统计分析资料的来源与概况	/97
二、日本零售业经营环境的变化	/98
三、日本零售业的新变化和趋向	/101
四、日本零售商的差别化战略	/104

第三节 日本新兴零售业态的发展与问题 /107

一、邮购商业：规模扩大与创新	
缺乏并存	/108
二、方便商店：发展迅速但竞争	
日益激烈	/110

三、特许连锁店：探索新的发展形式和领域	/112
四、综合超市：低价格化与经营革新	/114
第四节 国外物流产业发展历程与趋势	/116
一、物流业的发展经历了三个阶段	/116
二、第三方物流：物流业探索新的服务方式	/120
三、物流产业加快信息化步伐	/122
 第五章 顾客满足战略与顾客管理	/127
第一节 消费者主权及其实现	/128
一、消费者主权的经济含义与价值	/128
二、消费者主权的实现条件与制度安排	/131
三、消费者主权的运作与约束	/135
第二节 顾客满足理论	/138
一、顾客满足概念的提出及其发展	/138
二、顾客不满足的类型	/141
三、顾客空间移动模型	/143
第三节 顾客满足战略	/143
一、设定顾客满足的目标基准	/143
二、顾客满足战略	/144
三、顾客满足化的方法	/148
四、顾客满足与问题解决	/151

第六章 流通的社会责任与伦理管理	/154
第一节 企业责任标准 SA8000	/154
一、SA8000 标准产生的背景	/154
二、SA8000 体系的基本特点	/156
三、取得 SA8000 体系认证的步骤	/157
第二节 国外企业的伦理管理	/158
一、美国企业的经营道德建设	/159
二、日本企业对员工的爱抚管理	/163
三、国外企业的志愿者活动	/165
第三节 国外企业“政治经营”的 新趋势及其效果	/168
一、国外企业政治经营产生的背景	/168
二、从经济战略到政治战略： 对两个个案的考察	/171
三、政治经营的功能与企业联盟 的政治效果	/176
第七章 现代流通运营新技术	/181
第一节 供应链管理	/182
一、供应链管理正在引发一场管理革命	/182
二、供应链管理的基本效应	/185
三、企业间关系的确定与供应链的构建	/189
第二节 商业后勤管理	/192
一、后勤管理的概念	/192
二、后勤管理的特征和产生的条件	/194

三、后勤管理对我国的意义	/196
第三节 网络组织管理	/197
一、网络型组织与传统等级式组织的区别	/197
二、网络型组织的几种主要类型	/200
三、网络型组织的构建方式	/203
第四节 业务外包管理	/206
一、业务外包的内涵及其与相关概念的关系	/206
二、业务外包的类型与战略性业务外包	/208
三、业务外包的应用现状	
——以日本为中心	/210
四、业务外包的应用效果和存在的问题	/212
第五节 交易型式管理	/213
一、混合交易型式与“退出一发言”战略	/214
二、企业交易型式的选择：关于美日汽车产业的考察	/219
三、美日两国企业交易型式和交易惯例的比较	/226
 第八章 流通信息化运营技术	 /234
第一节 流通信息化的表现形式	/235
一、流通信息的主要内容	/235
二、流通信息系统	/237
三、信用卡与流通信息化	/240
四、物流业的信息化的	/242

第二节 日本流通信息化发展过程与方法 /244

一、企业独立的信息网络 /247

二、协同化的信息网络 /248

三、地域型的信息网络 /249

第三节 日本零售业信息化的特点与趋向 /251

一、联结经济：日本零售业发展的新阶段 /251

二、日本零售业信息化的特点 /252

三、日本零售商业 POS 系统的应用 /255

第九章 流通国际化运营技术 /259

第一节 流通国际化战略的类型

和主要模式 /259

一、流通国际化的涵义 /259

二、流通国际化战略的类型 /261

三、流通企业国际化的主要模式
——国际连锁 /264

第二节 中国流通企业国际化发展的必要性 /267

一、中国流通企业现状及差距 /267

二、中国流通企业面临的国际化压力 /272

三、国外流通企业跨国经营的现状
及原因分析 /275

四、中国流通企业国际化发展的意义 /279

第三节 外国流通企业对中国市场的

渗透及中国的对策 /281

一、外国流通企业对中国市场的渗透 /281

二、外商直接投资对中国流通	
企业的影响	/289
三、中国流通企业的对策	/292
第四节 中国流通企业开拓国外市场	
的途径与策略	/296
一、中国流通企业开拓国外市场的	
现状及存在的问题	/296
二、中国流通企业开拓国外市场的	
条件分析	/299
三、中国流通企业开拓国外市场的途径	/301
四、中国流通企业开拓国外市场的	
策略研究	/302
 第十章 流通网络化运营技术	/308
第一节 关于网络营销的理论研究	/308
一、网络营销的概念和特点	/308
二、网络营销的优势	/311
三、网络营销与传统营销的整合	/314
四、网络营销的理论解释	/315
第二节 网络营销的比较优势和运作要点	/318
一、价值创造：网络营销的独特优势	/318
二、颠倒的市场：网络营销对传统	
营销方式的挑战	/321
三、开展网络营销的几项工作要点	/324
第三节 网络营销的支持条件	/327

一、网络营销平台	/327
二、电子支付系统	/329
三、物流配送体系	/331
四、网络营销的安全保障	/332
第四节 网络营销的局限性与适用性	/333
一、网络营销的局限性	/333
二、网络营销的适用性	/335
第五节 网络营销组合策略	/345
一、产品策略	/345
二、价格策略	/347
三、促销策略	/349
四、渠道策略	/350

第一章

流通革命：流通业 的新挑战

经济发展离不开技术进步，每一次重大技术进步都必然带来经济变革。近年来，信息技术和网络技术的发展极大地改变了人类经济活动的方式。信息技术和网络技术对经济的影响至少发生在两个重要方面：其一是以信息和网络技术为基础的新兴产业崛起，这些新兴产业以技术进步为手段，推动着现代经济成长并取代着传统产业的市场；其二是制造业、流通业等利用新技术改革传统的运营方式，出现了网络化、虚拟化、信息化等新的经营趋势，传统产业以崭新的面貌重新整合市场。流通业是最贴近市场的产业，对环境的适应能力很高，在新的条件下，流通业只有依靠自身的革命性变化才能不断地发展下去。