

入世后，  
西安市商业业态  
格局发展研究

柴华奇  
翟森竞 著

西北大学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

入世后, 西安市商业业态格局发展研究/柴华奇, 翟森竞著. —西安: 西北大学出版社, 2004. 4

ISBN 7—5604—1928—3

I. 入… II. ①柴…②翟… III. 零售商业—商业—企业—经济发展—研究—西安市 IV. F727. 411

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 031326 号

## 入世后, 西安市商业业态格局发展研究

柴华奇 翟森竞 著

西北大学出版社出版发行

(西北大学校内 邮编 710069 电话 88302590)

新华书店经销 西北工业大学出版社印刷厂印刷

850 毫米×1168 毫米 1/32 开本 8.75 印张 227 千字

2004 年 4 月第 1 版 2004 年 4 月第 1 次印刷

印数: 1—1000 册

ISBN 7—5604—1928—3/F·263 定价: 20.00 元

此书的出版，得到了西安市科技局  
软科学项目资助

# 目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 研究背景	(1)
第二节 研究意义	(3)
第三节 本文研究框架	(4)
第二章 有关零售业的基本概念、理论	(5)
第一节 零售业、零售业制与零售业态	(5)
第二节 零售业态的种类	(8)
第三节 有关零售业的基本理论	(17)
第三章 入世对西安市零售业态发展的冲击	(29)
第一节 中国零售业开放政策以及入世对中国零售业的冲击	(29)
第二节 入世前西安市零售业发展情况	(33)
第三节 入世后西安市零售业态的变革	(36)
第四章 各种零售业态的营销策略组合分析	(39)
第一节 不同营销策略的对比分析	(39)
第二节 划分不同零售业态的营销组合要素分析	(42)
第三节 不同业态零售企业经营过程中的营销组合分析	(46)
第四节 西安市零售业营销组合的比较分析	(54)
第五章 西安市零售业态发展状况的比较分析	(64)
第一节 西安市零售业态发展历程的比较分析	(64)

第二节	西安市零售业态经营业绩的比较分析 .....	(87)
第六章	西安市各种零售业态发展程度分析 .....	(90)
第一节	西安市主要零售业态发展所处阶段分析 .....	(91)
第二节	基于 AHP (层次分析) 法的西安市主要零售 业态发展综合评价 .....	(99)
第七章	西安市零售业态发展的内生型影响因素分析 .....	(106)
第一节	西安市零售业态发展的内生型影响因素 .....	(106)
第二节	西安市零售业态内生型影响因素的变化趋势 .....	(110)
第八章	西安市零售业态发展的外生型影响因素分析 .....	(117)
第一节	西安市零售业态发展的外生型影响因素 .....	(117)
第二节	基于 ISM 的西安市零售业态发展的外生型 影响因素分析 .....	(130)
第三节	西安市零售业态外生型影响因素的发展变化 .....	(155)
第四节	外生型影响因素的发展变化对西安市零售 业态的影响 .....	(159)
第九章	西安市零售业态发展格局预测 .....	(164)
第一节	运用波特模型对西安市主要零售业态发展的 分析 .....	(164)
第二节	西安市零售业态发展的 SWOT 分析 .....	(173)
第三节	各种零售业态在西安的发展趋势分析与预测 .....	(180)
第四节	西安市零售业态格局预测 .....	(184)
第十章	不同商业业态的信息化管理 .....	(186)
第一节	商业企业信息化的脚步 .....	(187)
第二节	我国不同零售业态的信息化管理现状 .....	(195)
第三节	信息化解决方案 .....	(201)

第四节	西安市零售业态信息化进程·····	(222)
第五节	发展趋势·····	(225)
第六节	对于我国商业企业的借鉴意义·····	(234)
第十一章	结    论·····	(235)
附录 1	·····	(238)
附录 2	·····	(242)
附录 3	·····	(249)
附录 4	·····	(251)
附录 5	·····	(254)
附录 6	·····	(258)
附录 7	·····	(261)
附录 8	·····	(267)
后记	·····	(269)

# 第一章 绪 论

## 第一节 研究背景

零售业是一个国家国民经济的重要组成部分，零售业的销售额和实现的就业是一个国家经济发展的重要因素之一，零售业的发展趋势则反映出一个国家和地区的总体经济水平。1992年，我国开始进行零售业开放试点，促使零售业成为我国近年来发展最快、开放力度最大、最具生气的行业之一。这主要体现在：一方面，西方发达国家一百多年来发展起来的各种零售业态，如超级市场、大型综合超市、仓储商店、便利店、家居中心等随着外资零售商沃尔玛、家乐福、麦德龙、7-11、百安居等投资中国而纷纷出现在国内，打破了90年代初我国零售业市场上百货店“一统天下”的局面，使中国的零售业市场呈现出多种业态共同发展的新格局，满足了消费者随着收入增长而日益增长的多样化、个性化需求；另一方面，我国零售业呈快速发展趋势：1999年我国社会消费品零售总额为32800亿元，2000年社会消费品零售总额达到34152亿元，2001年为37595亿元，而到2002年，已经达到40911亿元。

在1992年我国零售业对外开放试点的基础上，随着2001年11月中国正式加入WTO（世界贸易组织），中国将要遵循WTO协议的原则，进一步开放国内的零售业市场。

在《中华人民共和国加入议定书》附件九——服务贸易具体减让表中，对“零售服务（不包括烟草）”有如下规定：“中国加入世贸组织两年内，在合资零售企业中将允许外商持有多数股权……中国加入后 3 年内，取消限制，但下列产品除外……”

根据 2002 年 3 月 31 日，国家发展计划委员会、国家经济贸易委员会、对外贸易与经济合作部共同发布的，要求自 2002 年 4 月 1 日实施的《外商投资产业指导目录》及附件将零售业具体开放力度和时间表细化为：

允许外商投资零售业，但不允许经营书报杂志、药品、农药、农膜、化肥、成品油；

不迟于 2002 年 12 月 11 日允许外资比例可达 50%，允许经营书报杂志；

不迟于 2003 年 12 月 11 日允许外方控股；

不迟于 2004 年 12 月 11 日允许外方独资，允许经营药品、农药、农膜、成品油；

不迟于 2006 年 12 月 11 日允许经营化肥。经营产品包括汽车（不迟于 2006 年 12 月 11 日取消限制）、书报杂志、药品、农药、农膜、成品油、化肥、粮食、植物油、食糖、烟草、棉花的超过 30 家分店的连锁店不允许外方控股。

由此可见，中国的零售业开放即将进入新的阶段。这在为我国零售业搭建较高的发展平台，与外资企业同台竞争、提升竞争力的同时，也会使中国零售业市场的竞争日益激烈。在其竞争中，必将会使一些零售业态取得较快发展，而一些零售业态发展相对滞后。例如，1995 年后，进入中国的大部分零售商都选择了大型综合超市和仓储商店两种业态，而很少再投资百货店。因此，中国现有的零售业态格局将会由于零售行业激烈的竞争而面临新的冲击。

## 第二节 研究意义

西安，作为中国西部的一个中心城市，近年来零售业发展十分迅速。社会消费品零售总额一路攀升，截至 2002 年底，已从 1996 年的 2128247 万元增长至 4093900 万元，突破了 400 亿。零售业网点数 2001 年达 105948 个，从业人员达 575733 人<sup>①</sup>。而且，2002 年我市零售额占西北五省区省会城市零售总额的 48%，位居西部大城市的第三位。

然而，由于经济、地理等多方面的原因，西安市的零售业发展与北京、上海等城市相比，仍有较大差距。1999 年之前，西安市还没有大型综合超市，相比起来，上海不仅出现了大型综合超市，而且便利店也已经开始发展。因此，作为内陆城市的西安，入世后零售业所承受的冲击要远远比沿海较发达城市更为猛烈，西安市要面对大型综合超市、仓储商店、便利店、家居中心等诸多新型业态随着外资的进入而在其零售业市场上的登陆。不难想像，西安市的零售业格局将面临暴风骤雨式的冲击。

另一方面，新的零售模式在大中城市发展后，会利用其有力的消费影响力带动其他地区消费模式的变化，使新的业态向经济落后的地区发展和渗透<sup>②</sup>。因而，虽然目前西安市超级市场、大型综合超市、仓储商店、便利店等新型业态的发展滞后于北京、上海、深圳、广州等经济较为发达的城市，但是，西安作为西北门户，具有“连通东西”的地理优势，以及与西部其他省市比较而言的相对雄厚的综合实力，西安市零售业态的发展对整个西

---

① 《西安统计年鉴》1993 年~2001 年。

② Gilbert A. Churchill, Jr. J. Paul Peter, Marketing: Creating Value for Customers 1994.

部，尤其是西北五省的零售业态发展有着很强的辐射作用。毋庸置疑，西安市是入世后外资和中资零售业巨头的“必争之地。”

由此可见，研究入世后西安市零售业态格局及其发展变迁的趋势，是一个理论与实际相结合、有着极强现实意义的课题。

### 第三节 本文研究框架

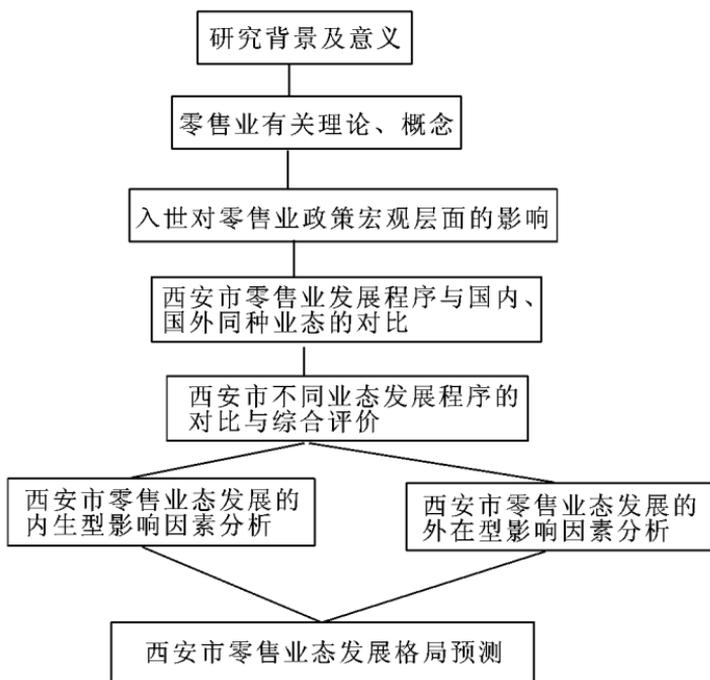


图 1-1 本文研究框架

## 第二章 有关零售业的基本 概念、理论

### 第一节 零售业、零售业制与零售业态

零售业在各国的发展轨迹并不相同，因此，有关概念随国别的不同而存在一定程度的差异。由于我国零售业发展起步较晚，零售业方面的理论是从不同国家引入的，所以，目前国内文献和实际应用中零售业相关概念的不一致性就在所难免。在此，本文首先对相关概念做出界定。

#### 一、零售与零售业

零售，最初被定义为“少量产品的销售”。在菲利普·科特勒所著的《营销管理》一书中，相对于批发（wholesaling）“将商品或服务售予为了再售或企业使用而购买的人所发生的一切活动”而言，零售（retailing）是指“将商品或服务直接销售给最终消费者，供个人非商业性使用的过程中所涉及的一切活动”。零售商（retailer）是指销售量主要来自零售的企业，各种零售商便组成了整个零售行业。零售业是社会的基础行业，它与广大消费者的关系最为密切。同时，零售业是整个市场体系中的终端市场，能够反馈消费者的需求信息，实现消费者的最终购买，在整个国民经济中占有非常重要的地位：一是对上游产业的拉动作

用，二是对流通领域的主导趋势。

## 二、零售业制

业制，是指由零售业产权关系所安排的经营制度，如单店制、连锁制、特许制。它体现零售经营中的产权关系，例如单店制体现产权为单个零售商所有的关系；连锁制体现由多个零售商之间产权关系共有和集中使用的关系；特许制体现零售商之间产权转让的关系。

## 三、零售业态

### （一）“零售业态”一词来源

一般认为，“业态”一词来源于日本，是典型的日语汉字词汇，大约出现在 20 世纪 60 年代。关于“零售业态”一词何时引入中国，说法不一。有人认为，中国从 20 世纪 80 年代作为介绍日本商业开始引入“业态”一词，80 年代后期，以超级市场为代表的新业态发展起来，“业态”一词开始被用来分析中国商业<sup>①</sup>。实际上，直到 90 年代中期，“零售业态”一词才被人们接受并得到了广泛的应用。1998 年 6 月 5 日，当时的国家国内贸易局颁布了《零售业态分类规范意见（试行）》，表明该词得到了官方的认可。

### （二）多种不同的关于零售业态的定义

日本安士敏先生在所著的《日本超级市场探源》中提出“业态是定义为营业的形态的”，它是形态和效能的统一。形态及形状，它是达成效能的手段，效能受到形状的制约。

刘汝驹等人在所著的《流通百科》中，将业态阐述为“业态

---

<sup>①</sup> 赵尔烈，于淑华：《中日零售业结构与业态比较》，《商业经济研究》1996 年第 2 期。

之零售业态经营的形态”，认为业态不是以商品的特性，而是以行业经营方式，将零售业分为各种形态。

萧新永先生认为，“以人为中心、以服务为手段的促销方式，则称之为业态”。

国家国内贸易局颁布实施的《零售业态分类规范意见（试行）》认为，“零售业态是指零售企业为满足不同的消费需求而形成的不同的经营形态。零售业态的分类主要依据零售业的选址、规模、目标顾客、商品结构、店堂设施、经营方式、服务功能等确定”。

在综合上述理论的基础上，本文认为，业态是根据“如何销售，销售什么”为标志来划分的。它是零售企业针对特定消费者的特定需求，按照既定的战略目标，有选择的运用商品结构、价格政策、销售方式、店铺选择等手段，提供不同种类销售和营销形态。

### （三）零售业态的内在组合要素

零售业态的内在组合要素，也是零售活动要素，主要指目标顾客、商品结构、服务方式、店铺环境、价格策略等因素。这种活动要素与企业的所有制形式无关，是反映零售业行业特性的一些因素。零售业态的实质就是这些要素的组合，其组合不同，就有不同的业态。

正是由于市场上众多消费者的需求多种多样，零售企业针对各种不同的消费需求和目标群体，采取了各种不同的经营理念和经营方式，这便导致了零售业态的多样性。而且，随着消费者需求的不断变化，零售业态也将不断的更迭——旧的业态因为不再适应新的市场条件和消费者需求而逐渐退出市场，新的业态随之逐渐导入市场<sup>①</sup>。

---

<sup>①</sup> 李飞：《零售业态问题研究》，《中国商业理论前沿 2》P270～305。

#### （四）零售业态的外在表现形式

零售业态的本质是各种零售要素的组合，这种组合所呈现出的外在表现形式就是店铺形态。也就是说，零售活动要素的各种不同组合，产生了各种不同的店铺形态。店铺类型就是零售业态的外在表现形式。

需要指出的是，店铺形态是零售业态的外在表现形式，并不意味着所有零售店铺都是业态店。最原始的店铺形态是业种店，其发展形式才是业态店，业态店是由业种店转化而来的。

所谓业种店，是指按照供给商品类型划分或组建的零售店铺。诸如源于古代的布店、粮店、肉店、杂货店等。而业态店，是指按照服务需求的满足类型来划分或组建的零售店铺。诸如源于现代的超级市场、仓储商店、便利商店、家具用品店等。

产生于工业革命时代的百货商店被认为是业种店和业态店的分水岭。

### 四、零售业态与零售业制

正是因为业制体现产权关系，业态体现经营形态，所以，两者从本质上是根本不同的。例如东方超值连锁店和华联超市的业制都是连锁店，但前者的业态是百货店，后者是超级市场；而上海东方商厦所属的东方商厦店和东方超值连锁店的业态都是百货店，但前者的业制是单店制，后者是连锁制。

本文的研究重点是西安市零售业的业态及其发展趋势。

## 第二节 零售业态的种类

### 一、零售业态种类介绍

国外零售业经过 100 多年的发展，先后产生了百货店、折扣

店、超级市场、大型综合超市、便利店、专业店、购物中心等多种零售业态。随着我国 1992 年开始零售业对外开放试点，上述零售业态也随着外资的进入在我国零售市场上开始发展，打破了中国零售业市场 90 年代初百货店一统天下的局面。

目前，关于中国零售业态种类的讨论比较多，本文中对零售业态种类的界定主要依据两个标准——国家质量监督局于 2000 年 5 月 19 日以 GB/T18106—2000 号发布的《零售业态分类》国家标准<sup>①</sup>和西安市商贸委于 2003 年 3 月制定的西安市《零售业态分类》。

根据这两个标准，零售业的业态主要有：

#### （一）百货商店（Department Store, DEPT）

百货商店是指按照商品大类划分部门，在一个大型建筑物内，根据不同商品部门设置销售区，开展各自的进货、分类，实施管理运营的业态。

基本条件：营业面积在 5000 平方米以上；所经营的商品具有综合性，门类齐全，以销售服装、衣料、化妆品、礼品、食品及副食品、家庭用品为主；采取柜台销售和开架销售相结合的方式，定价销售结算在收银处统一进行；设有不低于营业面积 30% 的停车场地。

#### （二）超级市场（Supermarket）

超级市场是指采取自选销售方式，以销售商品、生鲜食品和日常生活用品为主，满足顾客日常必需品需求的零售业态。

基本条件：营业面积在 500 平方米以上；所经营的商品应以食品、生鲜食品、日用品为主，我国《零售业态分类》国家标准还将其细化为肉类、禽蛋、水果、水产品、冷冻食品、副食调

---

<sup>①</sup> 《零售业态分类规范意见（试行）》，<http://www.cnoffice.com/magazine/oa/htm/oa5~23.htm>。

料、粮油及其制品、奶及奶制品、熟食品以及日用必需品；采取开架陈列、自选销售方式，一般出入口分设，结算在收银处统一进行；营业时间一般在 11 小时以上；有一定面积的停车场地。

### （三）大型综合超市（General Merchandise Store, GMS）

大型综合超市是指采取自选销售方式，以销售大众化实用品为主，并将超级市场和折扣商店的经营优势和为一体的、满足顾客一次性购足需求的零售业态。

基本条件：营业面积 2500 平方米以上（西安市《零售业态规范》要求在 2000 平方米以上）；生鲜食品、大众化衣食品齐全，满足一次性购物；采取自选销售法，出入口分设，结算在集中的收银处统一进行；设有不低于营业面积 30% 的停车场地。

### （四）仓储商店（Warehouse Store）

仓储商店是指采用自选销售方式，以销售大众化使用品为主，并实行储销一体、低价销售和提供有限服务为特征的零售业态。

基本条件：营业面积 4000 平方米以上（西安市《零售业态规范》要求在 10000 平方米以上）；以销售大众化衣食品为主，并且实行低价格、批量销售；采取自选销售方式，出入口分设，结算在集中的收银处统一进行；设有与营业面积相当的停车场地。

### （四）便利店（Convenience Store, CVS）

便利店是指以自选销售为主，销售小容量应急性的食品、日常生活用品和提供商品性服务，满足顾客便利性需求为主要目的的零售业态。

基本条件：营业面积规定在 100 平方米左右；以销售食品、小百货为主，有即时消费性、小容量、应急性等特点；以开架自选为主，结算在收银处统一进行；营业时间在 16 小时以上，且终年无休息日。

#### （五）专卖店（Exclusive Shop）

专卖店是指专门经营或经授权经营制造商品品牌和中间商品品牌的零售业态。

基本条件：营业面积依经营商品的特点而定；以销售某一品牌系列商品为主，销售量少、质优；采取柜台销售或开架销售方式。

#### （六）专业店（Specialty Store, S S）

专业店是指经营某一大类商品为主，并且具备有丰富专业知识的销售人员和提供适当售后服务的零售业态。

基本条件：营业面积根据商品特点而定；以经营某类商品为主，商品线较窄、较深，体现专业性、深度性、品种丰富，产品的选择性大、质量高、价格高；采取柜台销售或开架销售方式。

#### （七）大型专业店（Category Killer, C K）

大型专业店是指采取自选销售和开架销售相结合的方式，以销售某一大类或几个大类商品和提供相关技术和服 务，满足一次性购全的零售业态。

基本条件：营业面积在 3000 平方米以上；以销售某一大类或几大类商品为主，商品线非常深，品种齐全，顾客的选择余地大；采取自选销售和开架销售相结合方式；设有不低于营业面积 30% 的停车场。

#### （八）家居中心（Home Center, H C）

家居中心是指以与改善、建设揭庭居住环境有关的装饰、装修等用品、日用杂品、技术及服务为主的、采用自选销售方式的零售业态。

基本条件：营业面积在 2000 平方米以上（西安市《零售业态分类》中的规定）；以房屋修缮和室内装修、装饰品、园艺品、室内外用品等为主自选和开架销售相结合；设有一定的停车场。