

On

Retailing

Internationalization
and Industrial Security



零售企业国际化 与产业安全

樊秀峰 著



社会科学文献出版社

SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

零售企业国际化 与产业安全

樊秀峰 著



社会科学文献出版社

SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

零售企业国际化与产业安全 / 樊秀峰著. — 北京:
社会科学文献出版社, 2012. 6
ISBN 978 - 7 - 5097 - 3253 - 3

I. ①零… II. ①樊… III. ①零售企业 - 国际化 -
研究 ②零售企业 - 企业安全 - 研究 IV. ①F713. 32

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 054980 号

零售企业国际化与产业安全

著 者 / 樊秀峰

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 社会政法分社 (010) 59367156

电子信箱 / shekebu@ssap.cn

项目统筹 / 刘骁军

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

责任编辑 / 赵建波 关晶焱

责任校对 / 宋建勋

责任印制 / 岳 阳

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

版 次 / 2012 年 6 月第 1 版

印 次 / 2012 年 6 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 3253 - 3

定 价 / 69.00 元

印 张 / 23.25

字 数 / 400 千字

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

▲ 版权所有 翻印必究

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景和研究意义	1
第二节 相关概念界定	12
第三节 研究思路、方法与结构	18
第二章 相关文献综述	24
第一节 企业国际化行为决定的相关研究	24
第二节 企业国际化市场进入的相关研究	34
第三节 零售企业国际化及其影响的相关研究	40
第四节 零售产业安全及其评价与预警的相关研究	51
第五节 评述	58

上篇 零售企业国际化

第三章 零售企业国际化经营环境	63
第一节 零售企业国际化经营的历史环境	63
第二节 零售企业国际化经营的产业环境	77

第三节 本章小结	83
第四章 零售企业国际化经营动因	85
第一节 零售企业所有权特定优势的内容与属性	85
第二节 零售企业所有权特定优势形成机理	95
第三节 企业所有权特定优势内部化的路径与特征	102
第四节 本章小结	108
第五章 零售企业国际化经营边界	110
第一节 国际化经营边界制约因素之一：扩张支撑力	110
第二节 国际化经营边界制约因素之二：本土化压力	117
第三节 跨国零售企业在我国市场经营中的全球化与本土化	131
第四节 本章小结	136
第六章 零售企业国际化市场进入模式	137
第一节 国际化市场进入模式及其分析框架	137
第二节 市场进入模式独资化倾向的客观必然性	144
第三节 独资倾向的约束条件及其多元实现路径	153
第四节 本章小结	160
第七章 零售企业国际化市场进入模式例证	162
第一节 例证 1：外资零售企业在我国的市场进入模式	162
第二节 例证 2：7 - ELEVEN 在日美市场相向进入模式比较	170
第三节 本章小结	179

第八章 综合案例分析：沃尔玛的国际化经营	180
第一节 发展历程	180
第二节 讨论与分析	186
第三节 本章小结	200

下篇 零售企业国际化影响与我国零售业安全

第九章 零售企业国际化影响与产业安全的相关性	205
第一节 相关性微观基础	205
第二节 相关性及其机理	216
第三节 本章小结	230

第十章 零售企业国际化影响与产业集聚及绩效	232
第一节 零售企业国际化影响与我国零售产业集聚	232
第二节 零售企业国际化影响与我国零售业市场绩效	243
第三节 本章小结	252

第十一章 零售企业国际化影响与零售业竞争力	254
第一节 外资进入对我国零售业竞争力影响分析	254
第二节 外资进入对我国零售业竞争力影响实证	268
第三节 本章小结	280

第十二章 零售企业国际化影响与产业安全关系实证	282
第一节 跨国企业行为视角：零售产业安全评估指标设计	282
第二节 跨国企业行为视角：零售产业安全评估实证	285

第三节 本章小结	295
----------------	-----

第十三章 我国零售产业保护政策及其国际比较 297

第一节 我国零售产业政策历史沿革及面临的困境	297
------------------------------	-----

第二节 主要西方国家零售产业政策及其产业保护效果	316
--------------------------------	-----

第三节 中西零售产业保护政策比较与启示	321
---------------------------	-----

第四节 本章小结	329
----------------	-----

第十四章 结语 331

第一节 主要结论	331
----------------	-----

第二节 研究展望和有待进一步研究的问题	341
---------------------------	-----

参考文献 343

后记 358

图目录

图 2-1	零售企业国际化动因的两个学派	41
图 3-1	全球销售额最高的 200 家零售商所在国家（销售额比例） ...	72
图 3-2	2003 年全球食品杂货领域发生收购兼并 地区分布（交易数）	73
图 4-1	知识转换螺旋	93
图 4-2	7-ELEVEN 知识转换螺旋	94
图 4-3	组织知识创造螺旋	95
图 4-4	CIS 的运作机制	98
图 4-5	商业圈分片示意图	104
图 6-1	零售企业国际化过程的影响因素模型	140
图 6-2	跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素	140
图 6-3	零售企业国际化市场进入模式分析技术路线	141
图 6-4	企业知识发展的路径	146
图 6-5	根据文化距离与市场进入难度确定进入模式	156
图 6-6	主要因素对零售企业独资倾向的影响	157
图 6-7	跨国零售企业海外市场进入模式决策的一般分析模型	158
图 7-1	本案例研究的概念分析框架	171
图 9-1	跨国零售企业对外直接投资行为一般分析框架	216

图 9-2 零售企业国际化影响与我国零售产业安全相关性静态分析	219
图 9-3 零售企业国际化影响与我国零售产业安全相关性动态分析	222
图 9-4 无约束条件下零售产业安全形成机理	225
图 9-5 约束条件下零售产业安全形成机理	228
图 9-6 零售企业国际化影响与东道国零售业安全相关性分析框架	229
图 10-1 1999~2008 年我国限额以上零售业综合效率趋势	249
图 10-2 1999~2008 年我国限额以上零售业纯技术效率趋势	250
图 10-3 1999~2008 年我国限额以上零售业规模效率趋势	250
图 11-1 零售业竞争力评价指标体系	266
图 11-2 我国零售业竞争力变化趋势	277
图 12-1 零售产业安全评估指标体系	285

表目录

表 1 - 1	250 强零售商中已进入中国内地市场的名单	7
表 2 - 1	直接投资流出流入与经济发展阶段	32
表 2 - 2	中国的内向 FDI 和外向 FDI	33
表 2 - 3	一体化的三种基本类型	37
表 2 - 4	Alexander 对进入海外市场原因的整理	42
表 3 - 1	国际环境、国际竞争及多国企业的战略响应	67
表 3 - 2	全球食品杂货领域十大收购兼并案 (2003 年)	74
表 3 - 3	在美国经营的十大国外零售企业 (2001 年)	75
表 3 - 4	2001 年全球零售商 500 强地区分布情况	76
表 3 - 5	美国 Food Marketing Institute 食品杂货领域业态分类	77
表 4 - 1	零售营销组合	89
表 6 - 1	《跨国零售企业进入海外市场方式主要指标的比较》 问卷调查	147
表 6 - 2	Tests of Normality	148
表 6 - 3	Multivariate Tests	148
表 6 - 4	Tests of Between - Subjects Effects	149
表 6 - 5	Contrast Results (K Matrix)	150
表 6 - 6	Multivariate Test Results	151

表 6-7	Correlation Matrix	152
表 6-8	Communalities	152
表 6-9	Total Variance Explained	152
表 7-1	1992 ~ 1997 年首批国务院批准的中外合资零售企业	163
表 7-2	中外合资零售企业的差别化待遇	164
表 7-3	进入中国市场主要外资零售企业情况 (2004 年)	166
表 8-1	沃尔玛的国内—海外市场店铺发展动向 (按业态分类)	181
表 8-2	2003 年沃尔玛全球店铺分布情况	181
表 8-3	沃尔玛国内一体化 (1962 ~ 1991 年) 经营历程情况	185
表 10-1	2000 ~ 2007 年我国零售产业赫芬达尔指数	237
表 10-2	1999 ~ 2007 年我国零售产业的空间基尼系数	238
表 10-3	2002 ~ 2007 年我国连锁零售企业的基尼系数	239
表 10-4	2002 ~ 2007 年外资连锁零售企业所占比值	240
表 10-5	2002 ~ 2007 年间外资零售企业国际化行为与 我国零售产业集聚度的相关系数	241
表 10-6	输入输出指标	246
表 10-7	按照注册类型划分我国限额以上零售业效率值	248
表 10-8	我国限额以上零售业冗余投资情况分析	251
表 11-1	我国零售业 2003 ~ 2008 年发展规模数据	258
表 11-2	FDI 与我国零售业的发展状况	259
表 11-3	FDI 与我国零售业人均营业额	262
表 11-4	15 家连锁零售上市公司平均存货周转率	264
表 11-5	外资进入和我国零售业竞争力 1996 ~ 2008 年具体数值	268
表 11-6	1996 ~ 2008 年我国“批发和零售业”发展指标 (一)	269
表 11-7	1996 ~ 2008 年我国“批发和零售业”发展指标 (二)	270
表 11-8	标准化数据 (一)	272

表 11-9	标准化数据 (二)	272
表 11-10	主成分提取	273
表 11-11	旋转成分矩阵	274
表 11-12	成分得分矩阵	274
表 11-13	两个主成分所对应的每一指标的系数 (特征向量)	275
表 11-14	我国零售业竞争力 1996 ~ 2008 年具体数值	276
表 11-15	一次模型汇总	277
表 11-16	ANOVA	278
表 11-17	一次模型系数	278
表 11-18	二次模型汇总	278
表 11-19	ANOVA	279
表 11-20	二次模型系数	279
表 11-21	三次模型汇总	279
表 11-22	ANOVA	279
表 11-23	三元模型系数	280
表 12-1	“扩张内驱力”下各评估指标数值	288
表 12-2	“扩张支撑力”下各评估指标相对值	288
表 12-3	“本土化适应力”下各评估指标相对值	288
表 12-4	“外部吸引力”下各评估指标数值	289
表 12-5	各评估指标得分统计	289
表 12-6	中国零售产业安全度综合测算	290
表 12-7	单评价指标的模糊评价矩阵	291
表 12-8	判断矩阵 B	293
表 12-9	2003 ~ 2009 年中国零售产业安全度统计	294

第一章

绪论

第一节 研究背景和研究意义

一 研究背景

自 2004 年底我国零售市场对外全面开放以来，外资零售企业在我国不仅加快了扩张步伐，且全面调整了在我国国际化战略部署，显示出全方位的战略扩张势头，从而使我国零售市场竞争更趋激烈，零售产业安全问题凸显。

1. 外资零售企业扩张全方位提速

2004 年底之后，随着对外资零售企业市场准入限制的逐步消除，外资零售企业在我国呈现全方位加速扩张的态势。所谓全方位扩张态势，其主要表现在以下几方面：

(1) 新设与并购多头并举。由于零售网络资源的稀缺性，外资零售企业为了抢占这一稀缺性的优质店铺地址资源，2004 年及其之后，无不纷纷加快了资源获取的速度与力度。一方面，继续运用连锁分店复制/粘贴方式开设新店，以保证其稳步推进；而另一方面，则纷纷拿起兼并与收购这一锐器，希望通过兼并与收购，快速实现规模效应以获取竞争优势。

在外资零售企业的连锁分店新设方面，其不仅与内资企业之间的竞争日趋激烈，就是在外资企业之间的较量也日益白热化。仅以沃尔玛与家乐福之间的竞争为例即可可见一斑。沃尔玛，这个全球最大的零售商，自 1996 年通过成立合资公司进入中国以来，一直稳扎稳打，谨慎低调行事。但在 2004 年底之后其扩张开始提速，仅 2007 年一年即在华新增连锁分店 29 家，从而使其在我国门店总数达到 100 家（截至 2007 年 12 月 31 日）。其中沃尔玛购物广

场 95 家,山姆会员商店 3 家,社区店 2 家。家乐福,这个欧洲第一大、世界第二大的零售商,于 1995 年成功打入北京市场以来,一直是咄咄逼人的扩张态势。1996 年成功进入上海和深圳,1997 年进入天津市场。2004 年之后,其开设新店的速度就更如雨后春笋般。仅 2007 年一年就新增门店 19 家,从而使其门店总数达到 109 家。沃尔玛虽在分店扩张方面逊家乐福一筹,但其分外重视企业在中国的形象。据截至 2008 年 2 月 6 日的中国红十字会南方雪灾企业捐赠榜显示,沃尔玛(中国)捐款 720 万元,捐赠物资折合 100 万美元,在所有捐赠企业中名列第一。显然,这是在为其大规模扩张做政府与社会方面的公关工作。

除沃尔玛与家乐福之外,其他外资企业也不甘落后,也都于 2004 年之后加快了新设分店的步伐。比如,麦德龙是第一家获得中国政府批准在中国多个主要城市建立连锁商场的合资企业。仅 2007 年一年就新开门店 4 家(我国加入世贸组织之后,麦德龙的扩张情况如下:2001 年 7 家,2002 年 1 家,2003 年 2 家,2004 年 5 家,2005 年 4 家,2006 年 6 家)。^① 据我国连锁经营协会的最新报告,2010 年,店铺增幅超过 20% 的外资企业达到 6 家(2009 年为 2 家)。至 2011 年,在我国全国范围,外资超市的市场份额已经逼近 47%。^②

在外资并购方面,率先打响外资并购中国超市第一枪的是英国最大、排名全球第三的零售商 TESCO,其分别于 2004 年 7 月和 2006 年 12 月两次收购乐购的股份,最终以 90% 的股份取得了对乐购的绝对控股地位,并将乐购更名为 Tesco 乐购。从此,外资零售企业在华并购案就接二连三地频频发生,且在并购的方式方法以及地域上都充分显示出了扩张的雄心与战略意图。在并购的方式方法上,从全盘收购到合资合作等多种方式方法灵活运用不拘一格;在并购目标的地域上,采取了由东到西全面铺开的战略,一方面继续向东部沿海的二三四线城市纵深扩张,另一方面开始向我国中西部的二三线城市布点扩张,试图迅速完成全国网络布局。据中投顾问发布的《2010~2015 年中国零售业投资分析及前景预测报告》显示,仅 2010 年 3 月,就发生并购案例 42 起,涉及金额 8.63 亿美元,其中零售业并购居于首位,并购案例和

① 数据源于:Deloitte Touche Tohmatsu 德勤、《STORES》杂志、联商网 linkshop.cn。

② 宋则:《“入世”十年:零售业对外开放初步考察》,(中国商业经济)《学会通讯》2012 年第 1 期。

涉及金额分别占到了 50% 和 62.9%。^① 若从外资零售企业并购扩张的个案来看,其并购扩张的力度与特点就更为明显。例如,2010 年 7 月 16 日,家乐福和河北保龙仓商业连锁经营有限公司共同对外宣布:双方通过股权合作形式,其中家乐福持股 51%、保龙仓持股 49%,共同组建全新的合资公司——河北保龙仓家乐福商业有限公司。家乐福通过这种“合作”,既控股了保龙仓,又避免了舆论压力。^② 再如,麦德龙注资万得城电器一案,采取的就是迂回战略。首先在 2009 年 3 月与中国富士康公司签署了建立一家合资企业的意向性协议,麦德龙在合资公司中持有 75% 的股份,富士康持有 25% 的股份。然后,这家新的合资企业再向万得城电器投入 2 亿美元。计划于 2012 年前,仅在上海就开出 10 家万得城门店。显然,麦德龙注资万得城电器一案,在很大程度上掩盖了其外资扩张的逼人锋芒,更容易使其成功。

(2) 发展模式多元并举。从外资零售企业在我国的发展模式来看,2004 年底之前,其发展模式都相对比较单一,经营业态或大型超市、标准超市,或便利店、百货店等,尚未有跨多种业态经营的现象,集餐饮、购物、休闲等为一体大型购物中心就更未涉足。但近年来,外资在我国的发展模式正悄然发生变化,不仅竞相发展大型购物中心,而且发展模式灵活多样,呈现多元化发展态势。早在 2009 年 6 月,沃尔玛“惠选”便利店就悄然现身深圳社区,并计划 5 年内开出 1000 家店。同年,宜家也宣布投资数亿美元在无锡和北京大兴区兴建大型区域性购物中心,试图改变单一的宜家家居卖场业态。到 2010 年,全球第三大零售商 TESCO 集团下的“乐都汇购物广场”也于 1 月 9 日在青岛开业,青岛乐都汇购物广场经营面积 7.6 万平方米,是 TESCO 集团在中国经营的第一个购地自建的综合性购物中心,也是外资零售商在中国投入运营的第一个商业地产项目。与此同时,还有两家购地自建的大型购物中心即将在秦皇岛和抚顺开业,另外还有 20 家也被纳入规划当中。家乐福继北京中关村试水“疑似”购物中心业态之后,又于 2010 年 1 月 12 日在成都武侯区再次试水购物中心。其在北京中关村店就集纳了数十家百货、餐饮与大卖场并存,发挥着购物中心的综合功能。这次位于成都武侯区

① 来源:《借道并购 外资加紧包抄国内零售业》, <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2010/141453.shtml>, 2010-08-28。

② 来源:《外资零售借并购曲线入局 加速扩张在华版图》,新浪乐居商业地产频道,2010-08-19。

门店，则除了地下有 8000 平方米的最大卖场面积之外，在楼上还有四层面积约 2 万平方米的大规模购物中心，可以容纳近百家商铺。^① 其积极试水新业态的雄心可见一斑。

外资零售企业在我国发展模式的多元化趋向，显然意味着新一轮中国零售格局改变的开始。因为，外资零售企业发展模式的多元化，尤其是竞相发展大型购物中心这种体量大、聚集能力强、辐射面宽的零售业态，会使其在很短的时间内迅速做大体量，占领市场制高点，从而不仅会在其企业内部产生不同业态的集聚效应，而且还会使地区性乃至全国性的零售市场集聚产生马太效应，即出现外资零售企业因势力较强而愈强、本土零售企业因势力较弱而愈弱的趋向。因此，不乏业内人士为此担忧。他们认为，外资零售企业意图通过新业态重新划分中国零售市场格局，而一旦新的业态发展成熟，将可能波及本土百货行业，同时中国广袤的城乡市场也可能被外资便利店涉足。届时，中国零售市场的主导权将堪忧。

(3) 东中西地域全面铺开。2004 年之后，由于放开了对外资在经营地域上的限制，外资零售企业一方面在东部沿海地区继续细化经营，由大城市走向中小城市，甚至走向乡镇；另一方面，则迅速开始向我国中西部省会城市，向那些在商业上具有战略意义的所有大中型城市和经济中心城市扩张布点。尤其是在 2008 年底，我国将外资零售门店审批权下放到省级商务主管部门后，一些地方政府为打造区域性国际商业城市，纷纷为外资零售商提供了优惠政策，如低地价、低租金以及优惠税收等条件，使外资零售企业享受着超国民待遇，更为外资零售企业大举进军中西部开店提供了方便。据中国商业联合会公布的 2009 年中国零售百强企业榜单显示，17 家外资零售企业门店合计比上年增长 32.3%。沃尔玛 2009 年新开门店 51 家，其中 34 家落户在非省会城市；家乐福新开门店 20 家，其中 7 家位于非省会城市。^②

(4) 商业地产资源抄底。近一两年外资热衷于进入我国商业地产项目的倾向越来越明显，这一方面是因为我国城市化步伐的加快，另一方面则是由于 2008 年的国际金融危机，从而使得我国商业地产项目，尤其是商业地产项

① 《外资零售巨头在华布局多元化》，载中国投资咨询网，2010-01-13。

② 来源：《借道并购 外资加紧包抄国内零售业》，<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2010/141453.shtml>，2010-08-28，数据源于：Deloitte Touche Tohmatsu 德勤、《STORES》杂志、联商网 linkshop.cn。

目中的购物中心项目越来越引人注目，使得不少外资开发商将其纳入规划蓝图之内。

2010年9月初，土耳其对外经济关系委员会——土耳其中国事务部部长恩斯叶殷称，土耳其星摩尔集团（Star Mall）计划在中国投资20亿美元，打造10个购物中心。星摩尔集团在中国的首个购物广场将于2011年5月在沈阳开业。据悉，此次星摩尔开发的这个项目是东北地区最大的购物广场，总占地超过32万平方米，涵盖办公楼和购物区域。再如，日本最大的房地产开发商三井不动产也同样计划在我国内地兴建多处购物中心，首座在华东的购物中心或于2013年在上海落成。三井不动产零售房地产部门的专案经理Takehito Fukui表示，在2013年上海首个购物中心落成后，该公司计划自2014年起，在包括北京在内的多个城市开建购物中心。^①

外资对我国商业地产的浓厚兴趣，甚至还引来了非主营房地产业务的家族企业——例如以石油生意闻名全球的洛克菲勒家族前来参与，试图建造更为高端的会展中心项目。洛克菲勒的家族成员企业罗斯洛克基金将与新鸿基盛城置业、东方集团联合开发北京丰台区的青龙湖国际文化会都，该青龙湖项目是洛克菲勒财团第一次在北京投入的大项目，公司目前还准备在北京、天津继续开展相关项目的投资。据称，青龙湖项目旨在打造一个高级会展中心，建立下一个达沃斯，其总面积达2543.64公顷，预计总投资约500亿元，计划建设周期为2010~2016年。^②

外资为什么如此热衷于投资我国商业地产项目？显然，其并非为谋单纯的地产之利，谋的是长远的战略利益。正如有学者所指出的，外资投资建设商业地产的动机，可使其在中国收获双重的商业利益：一方面是日后巨大的地产增值回报，另一方面也是更重要的，即其巨大的战略利益。以开发购物中心为例，因购物中心是集合整个零售业、餐饮业、休闲娱乐业业态的大型商业形态，外资零售巨头可能正在依靠商业地产的投资，谋划曲线整合中国零售业和其他服务业。如此，对于本土零售业的发展来说，则可说釜底抽薪、从资源上抄底了。

① 资料来源：《外资扎堆中国商业地产 购物中心受宠》，<http://www.linkmall.cn>，2010-09-30。

② 资料来源：《外资扎堆中国商业地产 购物中心受宠》，<http://www.linkmall.cn>，2010-09-30。