

世界市场全书

(精装合订本)

10102/2052

(京)新登字 187 号

责任编辑:

王 勤 舒罗沙

图书在版编目(CIP)数据

世界市场形式全书/世界市场全书编委会编. —北京:
中国大百科全书出版社, 1995. 10

(百卷本世界市场全书/顾海良等主编)

ISBN 7-5000-5495-5

I. 世… II. 世… III. 国际市场-概况 IV. F740.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 04131 号

· 精装合订本 ·

世界市场形式全书

顾海良 姚开建 胡晓林 主编

中国大百科全书出版社出版

(100037 北京阜成门北大街 17 号)

北京商学院印刷厂印刷 新华书店经销

1995 年 10 月第 1 版 1995 年 10 月北京第 1 次印刷

开本: 787×1092 毫米 1/32 印张: 50 插页: 16

字数: 800 千字 印数: 400 册

定价: 113.80 元(上下册)

本书如有印刷、装订质量问题, 请直接向北京商学院印刷厂调换。

地址: 北京阜成路 33 号 邮编: 100037

世界各国 百货商店

李殿平 编著

745

中国大百科全书出版社

内 容 提 要

百货商店是零售商业的第一次革命,如今已遍及世界各个国家和地区,成为现代商业的重要组成部分,也是人们日常生活所离不开的商业组织形式。本书概述了世界各国百货商店的历史、现状和发展趋势,特点、类型、进步性、问题与原因及对策,以及法国、美国、日本等当今百货店业最发达国家百货商店的历史、现状、经营战略和策略;还详细介绍了邦马尔谢、春天、梅西、三越等当今世界最著名百货商店的发展情况及经营之道。

目 录

世界各国百货商店

一、世界各国百货商店概述	1
1. 什么是百货商店	1
2. 世界各国百货商店的特点	2
3. 世界各国百货商店的类型	3
4. 百货商店的优势与劣势	6
5. 世界百货商店的产生与发展	8
6. 世界百货商店产生与发展的原因	10
7. 零售商业的第一次革命	10
8. 战后世界各国百货商店衰落的原因	12
9. 世界各国百货商店的发展趋势	14
二、法国的百货商店	20
1. 法国百货商店的产生	20
2. 法国百货商店的特点	21
3. 法国百货商店的演变过程	24
4. 法国百货商店的发展和经营情况	26
5. 法国百货商店的振兴策略	30

6. 邦马尔谢百货商店	36
7. 春天百货商店	38
三、美国的百货商店	49
1. 美国百货商店的产生	49
2. 美国百货商店的定义与类型	51
3. 美国百货商店的特点	53
4. 美国百货商店的发展过程	55
5. 美国百货商店的经营战略	58
6. 梅西百货商店	68
四、日本的百货商店	75
1. 日本百货商店的产生	75
2. 日本百货商店的发展过程	80
3. 日本百货商店的定义、类型与特点	88
4. 日本关于百货商店的法规	92
5. 日本百货商店的组织结构	105
6. 日本百货商店的经营之道	108
7. 三越百货商店	122

一、世界各国百货商店概述

1. 什么是百货商店

“百货商店”一词在英语中叫做“Department Store”，原意为“部门商店”。对于现代人来说，“百货商店”一词早已家喻户晓、妇孺皆知。但是，关于“百货商店”的含义，国内外至今尚无一致性意见。

根据日本通商产业省的最新规定，百货商店是指经营衣、食、住各种商品的比重在 10~70% 之间、从业人员在 50 人以上的零售商店。

按照美国商务部所下的定义，百货商店是指年销售额在 500 万美元以上，经营消费者需要的各种服装、纺织品、家用陈设品、家具以及收音机、电视机等，其中服装和纺织品销售额至少占销售总额 20% 以上的零售商店。

在我国，对于百货商店，目前尚无明确规定，一般把经营日用工业品为主的综合性零售商店称为百货商店，

即以经营非食品商品为主、实行分部经营与分部核算的综合性零售商店。

2. 世界各国百货商店的特点

百货商店作为一种综合性的零售商店,主要具有以下 7 个特点:

①经营品种繁多。世界各国百货商店经营的商品繁多,花色、品种、规格齐全。经营品种一般都在一万个以上,多者达几万个,甚至 10~20 万个。高、中、低档商品一应俱全,衣、食、住、用、行等各类商品应有尽有。如法国巴黎大百货商店一家经营的商品就多达 25 万种;日本东京大百货商店经营的商品多达 60 万种以上;美国的百货商店经营范围更广,除了汽车和房屋以外,从食品、饮料到门前擦鞋用棕垫,无不经营。

②商店规模大。世界各国百货商店的规模一般都比较 大:一是营业面积大;二是资本雄厚;三是店铺数量多;四是从业人员多。

③内设许多商品部。百货商店在内部管理体制上,设有许多不同的商品部,分别经营不同种类的商品。在发达国家,一般小型百货商店的商品部不足 10 个,而大型百货商店则有 100~150 个。百货商店是在同一个屋顶下实行统一管理的一个“商店群”,实质上是一种“水平一体化零售机构”。

④实行大量购销。百货商店由于规模大,所以实行大量采购、大量销售,从而进货价格低,商品周转快,在商品价格上的竞争能力强。

⑤服务功能齐全。百货商店除了为顾客提供丰富多采的商品外,还为顾客提供多功能、系列化、配套型的服务,如提供记帐赊销、分期付款、送货上门、邮寄、维修、咨询等服务。许多国家的百货商店还设有餐厅、茶座、咖啡厅、理发室、儿童休息室(临时托儿所)、游乐场、健身房等多种服务设施。

⑥布局在繁华地带。世界各国百货商店一般多设在城市繁华的闹市区、交通要道口和郊区购物中心,以吸引更多的顾客光临。

⑦购物环境优美。世界各国百货商店的设施,一般都很豪华、现代化,内部店堂装饰富丽堂皇,橱窗陈列琳琅满目,使顾客在购物的同时,能得到一种美的享受。

3. 世界各国百货商店的类型

世界各国百货商店的类型多种多样,可以从不同角度进行分类。

(1)从经营方式分类

①普通百货商店。所谓普通百货商店,主要指常规的百货商店,经营的商品种类很多,一般以针纺织品为

主,兼营其他各类商品。为炫耀和显示其经营商品种类之繁多,有的百货商店甚至号称为“全球百货”商店或“环球百货”商店。这种百货商店摆脱了小手工业的经营方式,商店企业化,内部设有很多商品部,实行专业经营,管理、会计等职能部门独立,并设有生产、加工等附属部门;运用常规的购销经营手段,制度健全,管理水平和服务质量都比较高。

② 邮寄百货商店。邮寄百货商店又称邮购百货商店,实际是一种无店铺销售,主要以邮购作为经营方式,通过以商品目录为基础来销售商品。这种百货商店主要是通过电话、电视、报纸、杂志、广播、通信等传媒方式向广大消费者介绍宣传商品目录,购买者通过电话或信函订购商品,商店则把商品直接送货上门或通过邮寄办法售给消费者。邮寄百货商店又可分为3种形式,即“综合商品目录”邮寄百货商店、“有限品种目录”邮寄百货商店、门市销售和邮寄销售结合的百货商店。在西方各国,普通百货商店大都兼营邮寄业务。

③ 折扣百货商店。折扣百货商店又称廉价百货商店,主要是以比一般商店明显低的价格销售商品,其服务对象是那些愿以低价格购买商品的消费者。折扣百货商店主要以其毛利低、费用节省、商品周转快即薄利多销来维持其廉价销售。西方国家许多普通百货商店也兼营折扣销售业务,有的干脆专门设立廉价销售经营部。

④ 赊销百货商店。赊销百货商店主要是通过赊销方

式来销售商品。一般赊销的期限是一个月,即月初赊销的商品货款在月底之前付清;也有分期付款的方式,赊销期限为半年、一年,甚至更长一些时间。第二次世界大战后,由于生产的发展和市场的变化,某些西方国家陆续出现了专门从事赊销业务的百货商店。也有普通百货商店兼营赊销业务的。

⑤协同营业百货商店。协同营业百货商店也称寄合百货商店,它是把大量的小零售商集中到一个场所销售商品。由于各个零售商所销售的商品互不相同,犹如百货商店中的各个商品部。零售商之间没有组织上的联系,各自独立自主、自负盈亏。一些高层建筑、市场用地以及售货回廊和地下建筑等,为协同营业百货商店的发展创造了营业条件。它实际上是一种零售市场,可视为一种准百货商店。

(2)从组织关系分类

①独立百货商店。独立百货商店是指一家商店独立经营,别无分号,即没有其他的分店,只是独立的一个商店。

②连锁百货商店。连锁百货商店是指一家大型百货商店在各地开设若干百货商店分店,这些分店都属于该大型百货商店所有,由其集中统一管理。

③集团百货商店。集团百货商店是指由若干个独立百货商店联合组成一个百货商店集团,由同一个最高管

理机构来统一管理。

(3)从企业规模分类

①大型百货商店。大型百货商店从业人员众多,营业面积大,经营品种繁多,资本雄厚,年销售额高。据日本通商产业省规定,营业面积在 3000 平方米以上(指定城市在 6000 平方米以上)的百货商店为大型百货商店。在法国,只有营业面积在 15000 平方米以上的大型商店,才能称为大型百货商店。美国市场协会对大型百货商店的定义是:出售各种顾客能挑选的专门商品,并由按商品类别划分的若干独立部门组成的大规模商店。大型百货商店的特点是,销售质优、价高、时髦的中高档商品和名牌商品。

②小型百货商店。小型百货商店从业人员较少,营业面积小,经营品种不多,资本薄弱,年销售额低,所经营的商品主要是日用杂货,特点是品种杂、价格低。

4 百货商店的优势与劣势

百货商店的产生,在西方经济学界被称为“零售商业的第一次革命”。直到今天,百货商店仍然是零售商业的重要组织形式之一。世界上的万事万物都具有两面性,同样,百货商店有其优势的一面,也有其劣势的一面。

(1) 百货商店的优势

百货商店的优势主要表现在以下 5 个方面：

①资本雄厚,大量销售,大量采购,从而有利于降低商品进货价格,而且还可以减少采购费用。

②经营商品种类繁多,既可以满足不同顾客的需求,也可以满足同一顾客的多方面需求。百货商店实行“言无二价、明码交易”的方针,建立保质、保量、保修、保换、保退等制度,为顾客提供各种周到的服务,使消费者感到在百货商店购物十分便利,从而树立起良好的信誉和较高的知名度,因此销售力很大。

③内部实行合理分工、专业化经营;职责分明,能够产生协作效应;现代化的经营手段提高了零售经营技术水平和劳动生产率,从而提高了经营管理效率和经济效益。

④由于综合经营多种商品的销售业务,因此不同商品经营的损溢可以互相抵补,从而产生互补效应。

⑤规模大,各种职能部门齐全,能够同时开展商品开发、市场调查和商情预测以及经营管理诊断等各种活动,从而有利于企业根据市场消费需求变化及时作出反应,优化运营。

(2) 百货商店的劣势

百货商店的劣势主要表现在以下 4 个方面：

①资本巨大,营业费用高。百货商店的营业面积大,

既要建设华丽壮观的主体建筑和富丽堂皇的装饰,又要配备各种服务设施,花费巨大,不易开办。同时,由于分工过细,机构庞大,人员众多,各种设施要经常维修和更新,加上大规模、大批量的购销活动,需要支付大量的经费,直接和间接开支很大。

②由于经营品种较多,需要广泛采购,因此很难集中使用资金,造成资金使用效益的下降。

③经营商品数量大,品种多,容易造成大库存,形成商品积压,导致经营损失。

④由于规模大,摊子大,导致经营管理的难度加大,需要高素质、高水平的经营管理人才。

3. 世界百货商店的产生与发展

西方学者普遍认为,百货商店最早在 1852 年产生于法国。当时,阿里斯蒂德·布西科在巴黎开办了一家名为“邦马尔谢”的商店,这就是世界上第一家百货商店,阿里斯蒂德·布西科后来被称为“百货商店之父”。

随后,在法兰西第二帝国时期(1852~1871 年),春天商店、拉法耶特商店、市府商店、圣玛丽丹商店等大百货商店相继开办。1852 年以后,百货商店这种零售商业组织形式,从法国逐渐流传到世界其他国家。

在欧洲大陆,比利时的依脑巴西恩、荷兰的伯彦考夫等百货商店相继诞生;德国略晚些,1870 年出现了威

尔拉亥母、黑尔曼、奇次等百货商店；英国百货商店的发展因受发达的消费合作社的影响而出现得更晚，但到19世纪末20世纪初，哈劳芝、简·白卡等百货商店已发展成为像法国那样的大百货店。

美国百货商店的历史，是从1858年梅西百货商店在纽约的建立开始的。之后，美国的一些著名零售商，如斯图尔特、约翰·沃纳梅克、马歇尔·菲尔德等，开始逐渐按照欧洲百货商店的经营方法来经营百货商店。但是，直到1900年，百货商店才在美国的主要城市中很好地建立起来。

日本百货商店的萌芽较早，但现代百货商店的出现则是从1904年三井绸缎庄改为股份有限公司的三越绸缎庄开始的。随后，以三越为首，从1907年开始，松坂屋、白木屋、松屋、高岛屋、大丸等逐步调整为百货商店的经营方式。

19世纪后半期，欧美一些发达国家相继诞生了百货商店。到1880年，资本主义进入了垄断阶段，随着经济的发展和城市化的演进，百货商店随之跃上商业界的王座。到19世纪90年代，百货商店出现了飞跃发展势头，在零售商业中最早形成了大型企业。20世纪初到1910年，是欧美百货商店发展的黄金时代。1923~1937年，是日本百货商店的繁荣时期。

6. 世界百货商店产生与发展的原因

百货商店的出现,并不是偶然的,它是经济发展的必然产物。从18世纪60年代开始,发达国家先后发生了产业革命,机器大工业逐渐代替了工场手工业,经济迅速发展,市场商品交换也日益频繁,旧的零售经营方式适应不了新形势的要求,从而呼唤新的零售经营方式的出现。在这种情况下,百货商店应运而生。

百货商店产生之后,之所以能在西方国家迅速普及并得以大发展,主要是因为:①产业革命带来了资本主义工业化的发展,促进了交通运输和商品流通手段的发达。②生产的集中化、规模化,也促进了农村人口向城市集中,加速了城市化进程,形成了现代化城市。③从购买力的角度来看,城市人口的集聚,意味着分散在广大区域里的购买力集中到了城市这块有限的地区内,从而为建立和发展百货商店创造了有利的条件。

7. 零售商业的第一次革命

百货商店之所以能够成为零售商业的第一次革命,主要在于它的革新性。这种革新性主要表现在以下3个方面:

(1)综合经营

过去的商店只是经营某一类商品,属于单一性经营,经营范围十分狭窄。百货商店则是把不同类别的商品集中在一起经营,从而形成整体规模效应。尽管每一种类商品的经营规模不大,但将其汇集于一个经营体内,就能产生出综合效益。

(2)部门管理

以前的商店在内部管理上,都是“一揽子”管理,管理和经营的效率都很低。百货商店则是在一个资本的计划和控制下,把各类商品按部门来组织管理,通过部门的个别管理,形成整体的集合效应。百货商店的英文原意——“部门商店”,正是对其分部门进行经营管理这种特征的恰当概括。

(3)新的经营原则

百货商店的革新性还在于它实行了与过去商店不同的新的经营原则。1852年法国“邦马尔谢”百货商店的创始人阿里斯蒂德·布西科提出了5条经营原则:①顾客可以自由进出商店,不管买不买商品,一律欢迎参观;②改变过去商店所实行的讨价还价方式,实行明码标价制度,每种商品都有价格标签,对任何顾客都以相同的价格销售商品;③实行商品陈列制度,方便顾客挑选;④实行退换货制度,顾客购买商品,如果不满意时,