

HZ BOOKS
华章教育

Mc
Graw
Hill
Education

9th Edition

(原书第9版)

M

营
销
教
材
译
丛

零售管理

Retailing Management

迈克尔·利维 (Michael Levy)

[美] 巴顿 A. 韦茨 (Barton A. Weitz) 著

杜鲁弗·格雷瓦尔 (Dhruv Grewal)

刘亚平 译



机械工业出版社
China Machine Press

营 销 教 材 译 丛

Retailing Management

9th Edition

零售管理

(原书第9版)

迈克尔·利维 (Michael Levy)

[美] 巴顿 A. 韦茨 (Barton A. Weitz)

杜鲁弗·格雷瓦尔 (Dhruv Grewal)

刘亚平 译



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

零售管理 (原书第9版) / (美) 迈克尔·利维 (Michael Levy), (美) 巴顿 A. 韦茨 (Barton A. Weitz), (美) 杜鲁弗·格雷瓦尔 (Dhruv Grewal) 著; 刘亚平译. —北京: 机械工业出版社, 2018.1

(营销教材译丛)

书名原文: Retailing Management

ISBN 978-7-111-58584-8

I. 零… II. ① 迈… ② 巴… ③ 杜… ④ 刘… III. 零售商店-商业管理-教材
IV. F713.32

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 290683 号

本书版权登记号: 图字 01-2017-4831

Michael Levy, Barton A. Weitz, Dhruv Grewal. Retailing Management, 9th Edition.
ISBN 978-0-078-02899-1

Copyright © 2014 by McGraw-Hill Education.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education and China Machine Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2018 by McGraw-Hill Education and China Machine Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可, 对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播, 包括但不限于复印、录制、录音, 或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字翻译版由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司和机械工业出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内(不包括香港、澳门特别行政区及台湾地区)销售。

版权 © 2018 由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司与机械工业出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill Education 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

本书以战略视角、最前沿的评介和百科全书式的框架结构为特色, 侧重于各种关键的战略性问题, 对新兴的电子零售业态、零售的全球化趋势, 以及在零售实践中日益重要的财务分析、运营和店面管理等方面均给予了全面、详细的论述。此外, 本书每章设置了一个富有特色的小栏目——“零售视角”, 将概念与零售商的活动与决策联系起来, 以易于读者理解。

本书适用于营销专业本科生、研究生, 同时可作为营销学教师、国际营销从业人员和企业高级经理人的参考用书。

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 董凤凤

责任校对: 李秋荣

印刷: 中国电影出版社印刷厂

版次: 2018 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 185mm × 260mm 1/16

印张: 41

书号: ISBN 978-7-111-58584-8

定价: 109.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光/邹晓东

迈克尔·利维

迈克尔·利维 (Michael Levy) 博士 (俄亥俄州立大学), 是百森商学院 Charles Clarke Reynolds 市场营销学教授和该院零售供应链研究所所长。他从俄亥俄州立大学获得商业管理博士学位, 并在科罗拉多大学博尔德分校 (University of Colorado at Boulder) 获得商业管理学士和硕士学位。迈克尔·利维博士早先执教于南卫斯理大学 (Southern Methodist University), 之后成为迈阿密大学的教授并担任市场营销系主任一职。

2011年, 利维教授因其25年来在《零售》杂志编辑评审委员会的竭诚服务而获得表彰。他也因与格雷瓦尔合著的《市场营销》一书的精彩内容及分析, 而获得了2010年麦格劳-希尔公司成就奖; 他还获得2010年麦格劳-希尔欧文《市场营销》(第2版)一书的修订权; 获得2009年百森商学院奖学金; 获得2009年美国管理协会 (AMA)《零售》(冬季版) 期刊杰出服务奖。在1997年《市场营销学教育家》(夏季版) 公布的一项调查中, 他被评为市场营销学领域中最杰出的研究者之一。

迈克尔·利维教授在零售、商业物流、金融零售策略、定价和销售管理等领域中不断进行深入研究, 在市场营销和物流管理的主流期刊, 包括《零售》《市场营销》《营销科学学报》以及《市场营销调研》上发表了50余篇论文。目前他担任《国际物流管理》《欧洲商业评论》的编委以及《国际零售与营销评论》《欧洲零售研究》的顾问编委。与麦格劳-希尔公司合作, 他与别人合著出版了《营销学》(第4版)(2014年)和《移动营销》(第3版)(2013年)。2001~2007年, 利维教授担任《零售》杂志联合主编长达7年之久。他还合作主持了1993年的营销科学学会和2006年的夏季AMA会议。

在整个职业生涯中, 利维教授一直都在从事零售及相关学科的研究。在从事学术工作之前, 他为多家零售商工作过, 并曾是科罗拉多州一家家庭用品的经销商。他曾与多家零售商和零售技术公司开展合作调研项目。这些公司包括埃森哲、联邦百货、Khimetrics (SAP)、摩雯思 (Meroy'n's)、内曼·马库斯、ProfitLogic (甲骨文)、Zale公司和数家律师事务所。

巴顿 A. 韦茨

巴顿 A. 韦茨 (Barton A. Weitz) 博士获得麻省理工学院电气工程学士学位, 并获得

斯坦福大学工商管理硕士学位和商业管理博士学位。他曾任教于加州大学洛杉矶分校商学院和宾夕法尼亚大学沃顿商学院，目前在佛罗里达大学沃灵顿工商管理学院任彭尼百货特聘零售管理退休杰出学者一职。

韦茨教授是 David F. Miller 中心的创始人。该中心主要为佛罗里达大学进行零售教育和研究而设立 (www.cba.ufl.edu/mkt/retailcenter)。该中心举行的各种活动得到了 35 个零售商和零售支持性公司的支持，这些公司包括彭尼百货、梅西百货、沃尔玛、欧迪办公、沃尔格林、家得宝、塔吉特、布朗鞋业公司以及国际购物中心协会。该中心每年为 250 多名大学生提供零售公司暑期带薪实习及管理培训生职位，并提供资金支持研究各种零售问题。

韦茨教授曾获得教学卓越奖，并多次向业界和学术团体做演讲。他在主流学术期刊上发表了 50 余篇论文，论述渠道关系、电子零售、店面设计、销售人员的有效性以及销售队伍和人力资源管理。韦茨教授曾两次获得路易斯·斯特恩奖 (Louis Stern Awards)，以表彰他对渠道管理研究的贡献；他还获得《市场营销》杂志的保罗·鲁特奖 (Paul Root Award)，以表彰他对营销实践做出的巨大贡献。目前，他担任《零售》《市场营销》《国际营销研究》和《市场营销研究》杂志的编委。他也是《市场营销研究》杂志的前编辑。

韦茨教授是美国市场营销协会的主席和美国零售联合会、全美零售业基金会及美国市场营销协会的理事。1989 年，为表彰他对市场营销学科所做的贡献，韦茨教授被授予市场营销协会 / 欧文年度杰出教育家奖。2005 年，他被选为美国零售联合会零售教育家，并被美国市场营销协会零售、销售和组织间特殊兴趣小组授予终身成就奖。

杜鲁弗·格雷瓦尔博士

杜鲁弗·格雷瓦尔 (Dhruv Grewal) 博士 (弗吉尼亚理工大学) 是百森商学院商务与电子商业的丰田主席 (Toyota Chair)、市场营销学教授和零售供应链研究所的联合所长。他的研究和教学兴趣集中在零售、定价、服务、全球营销、电子商务和基于价值的营销战略上。他在《市场营销》《消费者研究》《市场营销研究》《零售》《市场营销科学》和其他期刊上发表了 115 篇论文。2013 年，他被授予弗吉尼亚理工大学杰出研究生校友会奖；2012 年被美国市场营销学会零售与定价特别兴趣小组授予定价终身成就奖；2010 年被美国市场营销学会零售特别兴趣小组授予零售终身成就奖；2005 年获得行为定价终身成就奖；2010 年 5 月获得市场营销科学 Cutco/Vector 杰出教育家奖。他也是市场营销科学研究院的杰出成员。

格雷瓦尔教授在 2001 ~ 2007 年任《零售》杂志的联合主编。他与别人合著出版了《市场营销研究》(Houghton) 以及《营销与营销系列丛书：市场营销》(麦格劳-希尔)。他在教学上获得了多项殊荣：由美国营销促进会颁发的 2005 年 Sherwin-Williams 杰出教学奖；由美国市场营销协会颁发的 2003 年市场营销教育创新卓越奖；由营销科学院颁发的 1999 年杰出教师奖；1998 年 EMBA 杰出教学奖；1993 年和 1999 年的商学院教学卓越奖；1989 年弗吉尼亚理工大学的杰出教学认证证书。他在学术研究方面也获奖颇丰：2010 年和 2012 年获得威廉 R. 戴维森最佳论文奖；2011 年获得路易斯·斯特恩奖；2010

年和 2011 年获得威廉 R. 戴维森受人尊敬提名奖；2010 年获得百森商学院学院奖学金；1991 年、1995 年、1996 年和 1998 年获得了迈阿密大学的商业研究优秀奖以及 2002 年服务特别兴趣小组的最佳服务论文奖。他还获得了 2008 年《零售》杂志最佳评论奖和 2009 年《零售》杂志杰出服务奖。

他讲授有关管理人员研讨会 / 相关课程，并与众多公司在各种研究项目上开展合作，这些公司包括戴尔、埃克森美孚、IRI、TJX、美国无线电器材公司 (Radio Shack)、贝尔通信研究所 (现为 Telcordia)、Khimetrics、Profit-Logic、孟山都公司 (Monsanto Company)、麦肯锡、爱立信、大都会 (Met-Life)、美国电话电报公司 (AT & T)、摩托罗拉、纳克斯泰尔 (Nextel)、FP&L、朗讯 (Lucent)、Sabre、固特异轮胎橡胶公司 (Goodyear Tire & Rubber Company)、Williams、埃索国际 (Esso International)、新加坡朝日化学及锡焊工业有限公司 (ASAHI) 以及数家律师事务所。他一直在美国、欧洲和亚洲举办各种研讨会。

前言

Preface

本书出版的首要目的是让读者了解零售行业令人兴奋的新发展。零售业已演变成一个高科技、全球性增长的行业。像沃尔玛、家得宝、亚马逊、星巴克和克罗格这样的零售商都是世界上最受尊敬和极为复杂的企业。该行业的发展为那些对零售职业及 IBM、宝洁和谷歌等零售支持性公司感兴趣的学生提供了挑战与回报并存的各种机遇。

我们很高兴邀请到杜鲁弗·格雷瓦尔教授（百森商学院商务与电子商业的丰田主席及市场营销学教授）加入本书的作者队伍中来。杜鲁弗教授为该项目带来了他多年的学术经验，这可以从他与别人合作的几十篇与零售相关的文章中得到证明。从 2001 ~ 2007 年，他还与迈克尔·利维（这位合作时间超过 20 年的亲密同事）共同编辑《零售》杂志。

本书的新特点

在写作这一版时，我们着重于以下 5 个方面的重要发展：①使用大数据和分析方法进行决策；②应用社交媒体和智能手机与消费者进行沟通，并优化消费者购物的体验；③与使用移动渠道和为消费者提供无缝隙多渠道体验相关的问题；④致力于各种企业社会责任活动，也就是说，在制定业务决策时需要将社会因素考虑在内；⑤全球化对零售业的影响。

大数据和分析方法在零售业中的应用

大数据是指收集和分析的数据集合如此庞大及复杂，以致不能使用传统的数据处理技术的数据。零售商处于大数据的前端。例如，沃尔玛每小时通过其在世界各地商店的销售点终端处理超过 1 亿笔交易。其客户数据库中包含超过 2.5KMB 的数据，该信息量相当于美国国会图书馆中所有图书数据容量的约 170 倍。在本版第 11 章中，我们通过加入分析大数据以提高决策这一新的部分将讨论延伸到零售商如何使用常客计划收集客户数据。在新版中讨论的一些使用分析方法的示例包括：

- 应用市场购物篮分析来改进店面设计和推广策划（第 11、15 和 17 章）。
- 存货单位（SKU）合理化的两种途径（第 11、12 章）。
- 降价决定的时间和幅度优化（第 14 章）。

- 针对性促销活动以提高效率（第 11、15 章）。
- 动态定价（第 14 章）。
- 确定各商品品类在商店和网站应放置于何处（第 17 章）。
- 制订商店员工调度表，以确保每天的不同时间以及每周的不同天数都有适当数量的销售人员（第 15 章）。

我们还增加了多个新示例（“零售视角”），如 CVS 和克罗格等零售商如何使用这些零售分析数据来获取竞争优势。第 11 章的主管简介则描述了一位企业家如何通过制定和实施基于大数据的零售分析建立起一种成功的咨询业务模式。

社交媒体

过去 5 年，人们对社交媒体的使用处于爆炸式的增长中。如今，Facebook、Twitter、Pinterest 和 Instagram 已经成为每个人生活的一部分。第 15 章修订的重点是零售商如何利用社交媒体提供关于其供应物的更多信息，并与客户建立各种关系。本版中社交媒体的其他应用如下：

- 社交媒体和多渠道供应对消费者购买过程的影响（第 3、4 章）。
- 讨论如何使用社交媒体建立一个零售社区（第 5 章）。
- 一份主管简介，讨论某时尚服装零售连锁店年轻的社交媒体经理如何与时尚博主建立关系（第 15 章）。
- 使用社交媒体开发整合营销传播方案（第 15 章）。
- 讨论 REI（第 15 章）、熊宝宝工作坊（第 3 章）和美国女孩（第 11 章）如何使用社交媒体在其消费者心目中打造品牌社区与客户忠诚度的示例。
- 突出社交媒体“图钉”和“点赞”元素的新零售视角（第 4 章）。

作为多渠道供应一部分的移动渠道

我们的教科书对互联网在零售业中所起的先进作用一直都有述及。大多数零售商现在都采用多渠道方式，因为他们已将互联网渠道加入实体商店和产品目录渠道供应中。过去我们专门有一章讨论多渠道零售商所面临的各种机会和问题。在本版中，我们将在第 3 章中扩展对移动渠道的讨论并使其贯穿整本书。例如：

- 回顾移动渠道相比于其他渠道的优点及其局限性（第 3 章）。
- 概述移动终端对购物行为的影响，如先逛店后网购以及零售商如何处理消费者在获取价格信息方面正在变得越来越容易这一问题（第 3、14 章）。
- 讨论移动渠道在为客户提供无缝隙、全方位渠道互动中所起的作用（第 3 章）。
- 描述移动渠道在提供优惠券和店内促销中所起的作用（第 15 章）。
- 增加有关史泰博公司移动策略及其如何通过智能手机接触消费者的新零售视角（第 15 章）。

零售商的社会责任

零售行业对一些重要的社会问题有着重大的影响，比如全球变暖、移民、健康护理和欠发达国家的工作条件等。本版中的一些新示例如下：

- 新零售视角：沃尔玛建立更“绿色”的供应链（第10章）。
- 新零售视角：在亚马逊自营网站上进行绿色购买（第13章）。
- 新零售视角：打通先逛店后网购（第14章）。
- 收集客户数据所引起的隐私问题的延伸讨论（第11章）。
- 全球商品采购中的伦理问题（第13章）。
- 新零售视角：墨西哥电器集团改善拉美穷困劳工的生活方式（第1章）。
- 新零售视角：一双换一双：汤姆斯鞋业公司的社会目标（第6章）。
- 店面运营（第16章）和设计（第17章）中的可持续性问题。
- 零售业在提高金字塔底部人们福祉中所起的作用（第1章）。

零售行业的全球化

零售业是一个全球性的行业。随着各零售商日益将经营重点放在自有品牌商品上，他们正在与世界各地的制造商通力合作以获取商品。除此之外，零售商正在不断开拓国际市场以获得增长机会。例如，法国连锁大卖场及世界第二大零售商家乐福就将其投资重点放在25个国家，而非其总部所在地——法国。

教学方面的改进

我们对本书的格式做了一些修改，以提升学生的学习体验。首先，在每一章中，我们确定了4~6个学习目标，并围绕这些目标组织章节的学习。每章有3~6个“零售视角”描述零售商如何处理这一章中提出的问题。我们对每一个“零售视角”都增加了“问题讨论”，以便读者对文中概念的应用有一个更好的理解。超过50%的“零售视角”是全新的，其余的也已经更新。本版中“零售视角”的一些示例如下：

- 雅芳在巴西的直销渠道（第3章）。
- 性别在何处重要，在何处又不重要（第4章）。
- 私募股权公司投资于零售商（第6章）。
- 来自小城镇的大回报（第8章）。
- 星巴克的就业品牌化（第9章）。
- 一个充满实用型产品的享乐迷宫（第17章）。
- 扎珀斯用一个声音说话（第18章）。

11个新的案例

本版有11个全新的案例，包括蓝色番茄：一个多渠道零售商的国际化（奥地利）；史泰博股份有限公司；巴黎法式糕点——“MaisonLadurée”走向全球（法国）；星巴克进军

中国；沃尔玛：供应链管理的先驱者；蒂芙尼公司和 TJX：比较财务业绩；丝芙兰的忠诚度计划：法国和美国的对比；新管理层下的梅尔百货商店；克罗格和弗雷德·梅尔：在全球市场上采购产品；塔吉特及其新一代的合作伙伴关系；Zipcar：只给你想要的那么多的驾驶服务。这些案例中有 5 个是关于全球性问题的。本书中的所有 38 个案例要么是全新案例，要么是最近已经进行信息更新的案例。

基本理念

本书建立在以往 8 个版本的基本理念基础之上。我们继续侧重于各种关键的战略性问题，重点则放在各种财务问题以及贯穿商品和店面管理的执行问题上。对这些战略和战术问题的讨论涉及各种各样的零售商，包括大型和小型零售商、国内和国际零售商、销售商品和销售服务的零售商。

战略重点

本书围绕第 1 章图 1-2 所示的一个战略决策模型进行组织。每一篇和每一章都和这个总体战略框架相联系。此外，本书第二篇专门讨论了关键的战略决策，比如目标市场的选择、开发可持续竞争优势、建立一个支持某战略方向的组织结构和信息与分销系统、建立客户忠诚度及客户关系管理。本书深入探讨了零售商用于开发可持续竞争优势的各种资源，比如：

- 选择店址（第 7、8 章）。
- 开发和维护人力资源（第 9 章）。
- 管理信息系统和供应链（第 10 章）。
- 客户关系管理、收集和分析大数据以便做出更好的决策（第 11 章）。
- 开发独特的自有标签商品（第 13 章）。
- 提供卓越的客户服务（第 18 章）。

财务分析

和任何其他商业模式一样，任何零售商的成功都取决于其盈利能力、能够为所有者提供足够的回报及其财务状况的稳定。一些知名零售公司（如电路城、锋利图像以及 K-B 玩具）所经历的财务问题突出说明了各种战略零售决策都需要对财务状况进行彻底的了解。我们选择了部分章节重点介绍财务分析，如第 6 章是关于利用战略利润模型的公司总体战略以及使用现金流和比率分析的零售商财务优势，第 11 章是关于消费者终身价值的评估，第 12 章则是关于零售采购系统。另外，财务问题也体现在谈判租约、与供货商讨价还价、商品的定价、开发传播预算以及为销售人员提供薪酬等章节中。

零售战略的实施

虽然制定某种零售战略对长期财务绩效的实现至关重要，但战略的执行与战略的制定同等重要。传统意义上，零售商一直极为重视“商业王子”，即那些了解热销商品的买手。

我们在对商品管理问题进行全面回顾的同时，将零售的重点从商品管理转到为顾客提供优质服务 and 令人兴奋的购物体验上。由于店面管理的此种转变，大多数准备从事零售工作的学生将进入分销和店面管理领域，而不再是商品采购领域。因此，本书专门用一章详述信息系统与供应链管理，并专门用整整一篇详述店面管理。

最新信息

零售业是一个充满活力的行业，各种新想法和业态层出不穷，传统零售商要么通过不断调整适应变化的环境，要么就得遭受财务损失。本书中提到的大多数案例均发生在过去的两年内。

平衡的方法

第9版继续提供一种平衡的方法来讲授一门基础零售课程，通过极具可读性的方式，将描述性、操作性和概念性信息介绍给读者。

描述性信息

学生可以从本书中学习零售相关的词汇与实际做法。这些材料的例子有：

- 美国国内和国际上领先的零售商（第1章）。
- 零售商所做的各种管理决策（第1章）。
- 基于店铺与无店铺零售商的类型（第2、3章）。
- 进入国际市场的方式（第5章）。
- 区位的选择（第7章）。
- 租约条款（第8章）。
- 典型零售商的组织结构（第9章）。
- 信息流和商品流（第10章）。
- 品牌战略（第13章）。
- 与顾客沟通的各种方法（第15章）。
- 店面布局的各种选择和商品展示技术（第17章）。
- 职业机会（第1章附录1A）。

操作性信息

除描述性信息以外，本书还阐述了不同规模的零售商如何做决策以及为何做此决策。以下示例是做下列决策时所遵循的程序：

- 多渠道运营的管理（第3章）。
- 审视环境并制定零售战略（第5章）。
- 分析零售战略的财务影响（第6章）。
- 评估选址决策（第8章）。

- 制订商品分类和预算计划（第 12 章）。
- 与供货商谈判（第 13 章）。
- 商品的定价（第 14 章）。
- 销售员工的招聘、甄选、培训、评估及薪酬提供（第 16 章）。
- 店面布局的设计（第 17 章）。
- 提供卓越的客户服务（第 18 章）。

概念性信息

本书还包括一些概念性的信息，以帮助读者更好地理解为什么做决策要像书中所描述的那样。正如马克·吐温所言：“没什么比一个好理论更实际的了。”学生需要懂得这些基本概念，这样他们才能在新的环境中做出有效的决策。本书中有关这类概念性信息的示例如下：

- 消费者的决策过程（第 4 章）。
- 评估财务业绩的战略利润模型和方法（第 6 章）。
- 价格理论和边际分析（第 14、15 章）。
- 员工的动力（第 16 章）。
- 店内的购物行为（第 17 章）。
- 服务质量管理的差距模型（第 18 章）。

学生友好型教科书

在第 9 版中，我们让本书成为学生的一个“好的读本”来创建兴趣点，并使学生置身于该课程及行业中。我们使用一些“实例”（有关零售的事实）、零售视角及在每章开头的主管简介来让学生投入其中。

零售视角

每章还包含了一些全新或经过更新的小短文（“零售视角”），将各种概念与零售商的活动和决策联系起来。在第 9 版中，有超过 50% 的“零售视角”是全新的，其余的也已经更新。这些小短文以主要的零售商为关注对象，如沃尔玛、沃尔格林、塔吉特、科尔士百货、内曼·马库斯以及梅西百货。这些公司在大学校园进行面试，招聘管理培训职位。“零售视角”还讨论一些具有创新性的零售商，像 REI、星巴克、扎拉、芒果、亚马逊、货柜商店（The Container Store）、丝芙兰、永远 21、奇可思女装店和巴斯体育用品店。最后，也有一些“零售视角”关注的是那些能够和全国性连锁企业进行有效竞争的创业型零售商。

零售主管简介

为了分析零售业中的挑战和机会，第 9 版的每一章开头都会有一个经理人或业内专家

的简介。在这份简介中，他们用自己的语言介绍了自己的工作和专长，而这些工作和专长都跟该章所探讨的内容有关。这些人物介绍包括罗恩·乔恩冲浪用品商店的总裁戴比·哈维和富乐客有限公司董事长肯·希克斯以及在零售业的某个特殊领域中具有丰富经验的人，比如家得宝的人力资源副总裁提姆·胡里根以及迪克体育用品公司规划部的高级副总裁穆萨·库利巴利。这些人物介绍既能说明高级主管对零售行业的看法，同时也能指明大学毕业生的职业机会。他们还为大學生提供第一手信息，告诉他们零售行业从业者的主要工作、获得的回报以及这份工作带来的各种挑战。

补充材料

为了加强学生的学习体验，第9版提供了一些新的案例，以说明最新的零售实践。

小试身手! 在每章末尾都附有练习。这些练习给出了一些项目建议，学生可前往当地的零售商店，或者通过上网来完成。项目中有持续的作业练习，使学生在整个课程中参与到同一个零售商的项目中。这些项目的设计旨在为学生提供动手一试的学习体验。

致谢

在本书的成书过程中，几位杰出人士一直参与其中并做出了重大贡献。首先，我们要致谢 Scott Motyka (百森商学院) 和 Elisabeth Nevins Caswell 给予的重要协助。他们为本书做调研，撰写案例，并准备出版手稿。我们也非常感谢 Bober Corrigan (马里兰州洛约拉学院) 的宝贵贡献。我们还要感谢波特兰州立大学的 Lauren Skinner Beitelspacher 给予的帮助。我们真诚地感谢 Christian Tassin (佛罗里达大学) 准备了附录 A “开创自己的零售业务” 部分。我们感谢 Margaret Jones (佛罗里达大学的戴维·米勒零售教育与研究中心) 为本书做出的突出贡献。

我们非常感谢高级开发编辑 Kelly Delso 的支持、专业知识和“偶尔的强迫”。我们要致谢麦格劳-希尔教育出版社的编辑和制作人员，他们是 Sankha Basu、Donielle Xu、Christine Vaughan、Jana Singer、Debra Sylvester、Brent Dela Cruz 以及 Joanne Mennemeier。如果没有他们，这本书绝不可能完成。

本书同样极大地得益于很多居引领地位的高级管理人员和学者在零售业与相关领域中的贡献。我们要感谢：

Bill Brand
HSN

Brenden O'Brien
Walgreens

Myles Bristowe
CommCreative

Cameron Burnham
Twitter

Helena Faulkes
CVS

Debbie Ferree
DSW

Tom Gallagher
Bj's

Glenn Gaudet
GaggleAMP

Ken Hicks
Foot Locker Inc.

Fredrik Holmvik
ICA Sweden

Karen Houget
Macy's

Marlin Hutchens
Walgreens

Chet Cadieux*Quick Trip***Tara Carroll***Kohl's***George Coleman***Accenture***Kelly Cook***DSW***Bill Dankworth***Kroger***Ellen Davis***National Retail Federation***Katrina Davis***Body Central***Kenneth Dickman***Accenture***David Dillon***Kroger***Jevin Eagle***Staples***Jesus Echevarria***Zara***Mike Ewing***HubSpot***Ramesh Murthy***CVS***Harris Mustafa***DSW***Christine Neppl***BJs***Mike Nicholson***Ann Taylor***Dennis Palmer***CVS***Demos Parneros***Staples***Keith Paul***EMC***Anabela Perozek***Staples***Marnette Perry***Kroger***Steve Germain***BJs***Krista Gibson***Chili's Grill & Bar***Shira Goodman***Staples***Tom Gormley***Dunnhumby***Mike Gottfried***Google***Jeff Greenfield***C3 Metrics***Julie Greiner***Macy's***Mindy Grossman***HSN***Bari Harlam***CVS***Debbie Harvey***Ron Jon Surf Shop***Simon Hay***Dunnhumby***Elizabeth Hebler***Wyndham Worldwide***Rob Price***CVS***Doug Probst***DSW***Don Ralph***Staples***Donna Rosenberg***Staples***Ron Sargent***Staples***Ted Sarosy***Kroger***Judy Scheling***HSN***Audrey Schwarz***Chico's Brand***Laura Sen***BJs***Tom Jacobson***Accenture***Michael Kercheval***International**Council of Shopping**Centers***Steve Knopik***Beall's, Inc.***Doug Koch***Brown Shoe Company***Don Leblank***Staples***Mike MacDonald***DSW***Jose Martinez***Zara***Carrie McDermott***DSW***Don McGeorge***Kroger***Jon McGinley***Radian6***Mike Miles***Staples***Linda Severin***Kroger***Larry Sinowitz***Brandsmart***Ron Solomon***HSN***Julie Sommers***BJs***Luiza Helena Trajano***Magazine Luiza***Don Unser***The NPD Group, Inc.***Andrew Voelker***Accenture*

我们要感谢对本书进行审阅的所有教授。他们不仅对全书进行了审阅，还对相关辅助材料进行了审阅。

我们还要对下列教授表达感谢。他们对早先几个版本的《零售管理》提供了周到的考虑，他们的贡献使本书受益良多。他们是：

Mark Abel
*Kirkwood Community
College*

Nancy Abram
University of Iowa

Stephen J. Anderson
Austin Peay State University

Jill Attaway
Illinois State University

Sally Baalbaki
University of North Texas

Mary Barry
Auburn University

Lance A. Bettencourt
Indiana University

David Blanchette
Rhode Island College

Jeff Blodgett
University of Mississippi

M. Bonavia
UMD

George W. Boulware
Lipscomb University

Samuel Bradley
Philadelphia University

Willard Broucek
Northern State University

Leroy M. Buckner
Florida Atlantic University

David J. Burns
Purdue University

Tom Gross
University of Wisconsin

Sejin Ha
Purdue University

Debra A. Haley
*Southeastern, Oklahoma
State University*

Sally Harmon
Purdue University

Susan Harmon
*Middle Tennessee State
University*

Michael D. Hartline
Louisiana State University

Tony L. Henthorne
*University of Southern
Mississippi*

Lon Camomile
Colorado State University

William J. Carner
*University of Missouri–
Columbia*

Donald W. Caudill
Bluefield State College

James Clark
Northeastern State University

Sylvia Clark
St. John's University

Brad Cox
Midlands Technical College

Nicole Cox
University of Arkansas

J. Joseph Cronin, Jr.
Florida State University

Angela D'Auria
Stanton Radford University

Sandy Dawson
Oregon State University

Irene J. Dickey
University of Dayton

Dina Dingman
Indiana University

Dawn DiStefano
Nassau Community College

Patricia Doyle
University of Cincinnati

Ann DuPont
University of Texas

Elizabeth Mariotz
*Philadelphia College of
Textiles and Science*

Tony Mayo
George Mason University

Harold McCoy
*Virginia Commonwealth
University*

Michael McGinnis
*University of South
Alabama*

Phyllis McGinnis
Boston University

Kim McKeage
University of Maine

Barbara Mihm
*University of Wisconsin–
Stevens Point*

Chloe I. Elmgren
Mankato State University

Richard L. Entrikin
George Mason University

David Erickson
Angelo University

Kenneth R. Evans
*University of Missouri–
Columbia*

Richard Feinberg
Purdue University

Kevin Fertig
University of Illinois

Deborah Fowler
Texas Tech University

Drew Ehrlich Fulton
*Montgomery Community
College*

Rama Ganesan
University of Arizona

Stefanie Mayfield Garcia
University of Central Florida

Javier Garza
Cerritos College

David M. Georgoff
Florida Atlantic University

Peter Gordon
*Southeast Missouri State
University*

Larry Gresham
Texas A&M University

Rick Shannon
*Western Kentucky
University*

Rob Simon
*University of Nebraska–
Lincoln*

Rodger Singley
Illinois State University

Chuck Smith
*Horry–Georgetown Technical
College*

Herschel Smith
College of DuPage

Jeffery C. Smith
Owens Community College

Steve Solesbee
Aiken Technical College

*McLennan Community
College*

Cathleen Hohner
College of DuPage

Joshua Holt
Brigham Young University

Donna Hope
*Nassau Community
College*

David Horne
*California State University—
Long Beach*

Gary L. Hunter
Illinois State University

Fred Hurvitz
*Pennsylvania State
University*

Brenda Jones
*Northwest Missouri State
University*

Michael Jones
Auburn University

Eugene J. Kangas
Winona State University

Herbert Katzenstein
St. John's University

Minjeong Kim
Oregon State University

Natalia Kolyesnikova
Texas Tech University

Terrence Kroeten
*North Dakota State
University*

Dolly Loyd
*University of Southern
Mississippi*

Ann Lucht
*Milwaukee Area Technical
College*

Robert Miller
Central Michigan University

Mary Anne Milward
University of Arizona

Nancy Murray
*University of Wisconsin—
Stout*

Cheryl O'Hara
Kings College

Dorothy M. Oppenheim
*Bridgewater State
University*

Michael M. Pearson
*Loyola University, New
Orleans*

Janis Petronis
Tarleton State University

Linda Pettijohn
*Southern Missouri State
University*

Lucille Pointer
*University of Houston—
Downtown*

John J. Porter
West Virginia University

Sue Riha
University of Texas—Austin

Rodney Runyan
University of Tennessee

Joan Ryan
*Clackamas Community
College*

Nick Saratakes
Austin Community College

Ian J. Scharf
University of Miami

Laura Scroggins
*California State
University—Chico*

Roxanne Stell
*Northern Arizona
University*

Shirley M. Stretch
*California State
University—LA*

William R. Swinyard
*Brigham Young
University*

Shelley R. Tapp
*Wayland Baptist
University*

Amy Tomas
University of Vermont

Kathy Wachter
University of Mississippi

Janet Wagner
University of Maryland

Gary Walk
Lima Technical College

Anna Walz
*Grand Valley State
University*

Mary Weber
*University of
New Mexico*

Sandy White
Greenville Tech College

Fred T. Whitman
Mary Washington College

Kathleen Debevic Witz
*University of
Massachusetts*

Merv Yeagle
University of Maryland

Ron Zalocco
University of Toledo

我们收到了来自世界各地的教授所撰写的案例。尽管我们希望在教材中使用更多的案例，但是篇幅有限，未能全部采用。我们感谢所有的案例贡献者，特别要感谢下列被《零售管理》采用的案例作者：

Marion Brandstaetter
*Karl-Franzens-University
Graz, Austria*

Guy Cheston
*Director of Advertising Sales
and Sponsorship, Harrods*

Beth Gallant
Lehigh University

Alex Gibelalde
Google

Joseph P. Grunewald
Clarion University of

Todd Nicolini
Loyola College

Steven Keith Platt
Platt Retail Institute

James Pope
Loyola College

Hope Bober Corrigan*Loyola College***Laurie Covens***Babson College***Brienne Curley***Loyola College***David Ehrlich***Marymount University***Sunil Erevelles***University of North Carolina,
Charlotte***Ann Fairhurst***Indiana University***Meghan O'Farrell***Google***Linda E. Felicetti***Clarion University of
Pennsylvania***Carla Ferraro***Monash University, Australia***Thomas Foscht***Karl-Franzens-University
Graz, Austria***Nancy France***Babson College**Pennsylvania***Britt Hackmann***Nubry.com***Lexi Hutto***The Metropolitan State
College of Denver***Kirthi Kalyanam***Retail Management Institute,
Santa Clara University***Samantha Leib***Loyola University***Alicia Lueddemann***Management Mind Group***Mary Manning***Portland State University***Scott Motyka***Babson College***Jeanne L. Munger***University of Southern Maine***Jamie Murphy***Murdoch Business School,
Australia***Nancy J. Murray***University of Wisconsin-
Stout***Edward Rhee***Stonehill College***Dan Rice***University of Florida***Sean Sands***Monash University,
Australia***Cecelia Schulz***University of Florida***Sandrine Heitz-Spahn***Universite De Lorraine***Virginia Weiler***University of Southern
Indiana***Elizabeth J. Wilson***Suffolk University***Bethany Wise***Loyola University***Kate Woodworth***Babson College*