



现代商贸流通前沿系列
新 经 济 学

E-retail

网络零售学

沈红兵◎编著



重庆大学出版社
<http://www.cqup.com.cn>

网络零售学

WANGLUO LINGSHOUXUE

沈红兵◎编著



重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络零售学/沈红兵编著. —重庆:重庆大学出版社, 2010. 10

ISBN 978-7-5624-5710-7

I. ①网… II. ①沈… III. ①零售业—电子商务
IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 179809 号

网络零售学

沈红兵 编著

责任编辑:顾丽萍 版式设计:顾丽萍

责任校对:贾梅 责任印制:张策

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A 区)内

邮编:400030

电话:(023)65102378 65105781

传真:(023)65103686 65105565

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆升光电力印务有限公司印刷

*

开本:787×1092 1/16 印张:20 字数:474 千

2010 年 10 月第 1 版 2010 年 10 月第 1 次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-5710-7 定价:34.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

序 言

当今世界已迈入网络时代,网络经济飞速发展。网络零售产生虽然只有短短二三十年时间,但发展速度非常迅猛。中国2007—2009年国内网络零售额年均增幅达117%,远远超过传统零售业发展速度。商务部发布的报告显示,2009年中国电子商务交易额达到3.8万亿元人民币,网络购物交易额达到2 586亿元。中国近4.2亿的网民使得中国网络购物市场具有巨大的发展潜力。近年来中国政府和企业各界对网络零售越加重视。据统计,2010年上半年网络购物规模基本达到去年全年水平,预计全年可达5 000亿元,网络购物用户规模突破1亿元。凭借后发国家优势,中国网络零售与发达国家几乎处于同一起跑线上,在网络零售某些领域,中国甚至走在了世界前列,预计2010年中国国内网络零售规模将超过美国,居世界第一位。

网络零售的飞速发展给传统商业形态既带来了巨大的冲击,也带来了重大的机遇。这种新兴的零售方式将给中国零售业乃至世界零售业注入新的活力。网络零售无论就其交易模式与交易客体的广度还是深度都与传统的零售方式有着巨大区别,随着经济的发展和人们生活水平的提高,网络零售必将显示其越来越强大的生命力与创造力。

网络零售如火如荼地展开,网络零售市场的巨大发展潜力,吸引了众多商家与消费者参与,成为推动当代经济发展的又一动力。尽管网络零售产业飞速发展,需求和市场不断地扩展,但当今世界范围内关于该产业的理论研究却几乎是一片空白,缺乏一套完整的理论研究的体系。“理论来源于实践,又反过来指导实践”。网络零售经济的实践活动迫切需要理论为其发展指明方向。网络零售作为新兴商贸流通前沿课题,对它进行较为深入细致的研究,将为后来者开辟一片广阔的应用经济学研究天地。

《网络零售学》这本书从中国网络零售的实际出发,结合全球网络零售的发展规律,从多个角度对网络零售产生、发展、网络零售的商业运行规律作了深入研究,进行了概括和总结,从而从理论上揭示了网络零售交易规律。纵观全书,内容新颖,理论联系实际,理论体系完整,结构合理,案例新颖,具有代表性,这无疑为想了解网络零售的读者们提供了重要的借鉴和参考价值。

作为一位高校教师,平时接触和阅读了不少与《网络零售学》这本书相类似的书籍,如《零售学》《网络经济学》《电子商务》《第三方支付》等,但这类书籍都不像这本书一样专注在网络零售领域。《网络零售学》这本书揭示出网络零售的内在运行规律,也解答了许多专家和读者对网络零售实践中的许多疑惑。例如:它发现了网络零售中生产厂商产成品通过网络媒介从“产品”到“商品”“惊险一跳”收回货款并实现赢利,“网货 $\leftrightarrow$ 网货款”这一循环的内在规律性;它发现了交易中普遍而客观存在的“交易摩擦”,并论证了第三方支付在网络零售

中存在的价值与必要性;等等。

重庆工商大学是我国从事商贸流通领域研究与教学的重要基地,改革开放后恢复建校至今,为我国培养了大批商贸流通领域的骨干人才,结出了一批重要的理论成果。作为一位较长期经济学教学与研究的理论工作者,经过两年多时间的准备和写作工作,终于诞生了这本著作。《网络零售学》这本书不仅对我国网络零售发展具有重要的指导意义,也对全球网络零售发展有较强的参考价值。如果说重庆工商大学过去为中国传统商贸流通领域的发展培养了大批合格人才,那么,今天,我们也为培养更多的适用网络经济时代与网络零售发展的专业人才做好了准备。

由于网络零售实践正处于起步、加速的阶段,面对网络零售这一巨大市场,《网络零售学》这本书还存在许多有待深入研究和探讨的诸多问题,如:跨国网络零售如何进行结算、政府如何对网络零售进行有效监管、如何引导非网民认识和进行网络购物消费等,这些问题都有待在以后的研究中进一步深入。

不管怎么说,《网络零售学》为这个领域的深入研究无疑创造了一个良好的开端,为应用经济学的研究打开了一扇新的大门。它必将会推动经济学领域的进一步发展,吸引更多的专家学者对该领域研究,推动网络零售理论研究的深入。

2009 年我国 GDP 比上年增 8.7%,跃上了 30 万亿台阶。网络零售的发展必将进一步促进中国经济的高速增长。网络零售极大地推动了当今经济的发展,在未来也必将为中国和世界经济的持续发展与繁荣,提高人民福祉作出更大的贡献。

沈红兵

2010 年 10 月于重庆 南山书院

目 录

第一编 导论	1
第一章 网络零售学导论	2
第一节 网络零售学及其研究对象	2
第二节 网络零售学理论体系	7
第三节 网络零售学研究方法	9
第二编 本体论	11
第二章 零售与零售业	12
第一节 零售、零售商与零售业	12
第二节 零售客体——商品与服务	19
第三节 零售业的变革	22
第四节 零售组织	25
第三章 电子商务与网络零售	32
第一节 电子商务的产生与发展	32
第二节 电子商务技术与模式	36
第三节 网络零售的发展	39
第四章 网络零售的基本规律和原理	44
第一节 网络零售的经济学特征及基本理论	44
第二节 网络零售经济边际效用递增规律	52
第三节 网络零售中的新经济规则	55
第三编 供给论	61
第五章 网络零售供给主体:网商	62
第一节 商人与零售业	62
第二节 如何成为网商	64
第三节 如何成为成功的网商	69
第四节 网商素质与能力	73
第六章 网络零售供给客体:网货	79
第一节 网货品类结构	79
第二节 服务型网货	88
第七章 网络零售网货定价	93
第一节 网货定价研究	93

第二节	网货定价的影响因素实证研究	94
第三节	网货定价技巧	105
第八章	网络零售供给运行渠道	114
第一节	网货零售供给渠道概述	114
第二节	网络零售销售渠道	115
第三节	网货采购渠道	121
第九章	网络零售市场营销	127
第一节	网络零售市场营销概述	127
第二节	网络零售市场营销中的市场分析	131
第三节	网络零售市场营销中的促销	137
第四编	需求论	148
第十章	网络零售需求主体:网购者	149
第一节	消费者、网民与网购者	149
第二节	网购者结构分析	155
第十一章	网购者行为	160
第一节	消费者需求与动机	160
第二节	网购者需求与行为特征	168
第十二章	网购者购买决策	173
第一节	网购者购买决策过程	173
第二节	网购者满意研究	185
第十三章	影响网购者行为的因素	192
第一节	影响网购者行为的内部因素(个人及心理)	192
第二节	影响网购者行为的外部因素	200
第十四章	网购者权益保护	203
第一节	网购者权益保护概述	203
第二节	网购者权益保护措施	205
第三节	网购者权益自我保护	208
第四节	网购者权益保护发展趋势	211
第五编	中介论	213
第十五章	网络零售市场交易平台	214
第一节	网络零售市场交易平台概述	214
第二节	我国主要的网络零售交易平台	215
第三节	我国网络零售交易平台的市场竞争	222
第四节	网络零售交易平台赢利模式分析——以淘宝网为例	227
第十六章	网络零售中的支付	234
第一节	支付工具的本质及其演变规律	234



第二节	第三方支付概述	235
第三节	我国第三方支付行业的市场竞争	239
第四节	我国主要第三方支付服务提供商分析	245
第十七章	网络零售中的物流	259
第一节	网络零售与物流配送	259
第二节	网络零售与第三方物流	262
第三节	我国网络零售业的第三方远程物流配送——以卓越网、当当网、淘宝网 为例	264
第四节	网络零售中第三方物流的发展前景和策略	269
第六编	监管论	274
第十八章	网络零售市场监管	275
第一节	网络零售市场监管理论	275
第二节	网络零售市场潜在风险	277
第三节	网络零售市场监管目标与范围	282
第四节	网络零售市场监管政策与建议	284
第十九章	网络零售市场第三方支付监管	287
第一节	国际电子支付监管	287
第二节	我国电子支付监管	293
第三节	网络零售市场第三方支付监管风险	298
第四节	第三方支付监管政策与建议	299
术语索引(中英对照)		301
附 录		306
后 记		307
参考文献		308

第一编 导 论



[第一章] 网络零售学导论

第一节 网络零售学及其研究对象

一、网络零售学的研究对象

(一) 学科研究对象的确立标准

研究对象是对某一学科研究范围及内容的高度概括。确定研究对象的意义是学科研究的起点,只有确立了研究对象,才能建立科学的学科体系。任何学科都有其特定研究对象,没有特定研究对象的学科就不能称其为独立学科,而研究对象的区别正是学科间的根本区别标志。

对于学科研究对象的确立标准没有统一认识,但一般认为,学科的研究对象应能够回答两个问题:研究什么?为什么有必要研究?由此形成了选择学科研究对象的3个标准:特殊性、概括性和有用性。前两个标准针对第一个问题,第三个标准针对第二个问题。

1. 研究对象的特殊性

研究对象的特殊性即学科要重点解决的特殊矛盾,用以回答此学科不同于其他学科的根本差别所在。毛泽东在《矛盾论》中指出:“科学研究的区分,就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此,对于某一现象的领域所特有的某一种矛盾的研究,就构成某一门科学的对象。”“固然,如果不认识矛盾的普遍性,就无从发现事物运动发展的普遍的原因或普遍的根据;但是,如果不研究矛盾的特殊性,就无从确定一事物不同于他事物的特殊的本质,就无从发现事物运动发展的特殊的原因,或特殊的根据,也就无从辨别事物,无从区分科学研究的领域。”毛泽东在此所指的对象实际上就是研究对象。恩格斯指出:“每门科学都是分析某一个别的运动形式或一系列互相关联和互相转化的运动形式的,因此,科学分类就是这些运动形式本身依据其内部所固有的次序的分类和排列,而它的重要性也正是在这里。”法国社会学家埃米尔·迪尔凯姆也指出:“一门科学只有在真正建立起自己的个性并真正独立于其他学科时,才能成为一门真正的科学。一门科学之所以能成为特别的学科,是因为它所研究的现象,是其他学科所不研究的。如果各门科学所研究的现象相同,或者同样的概念可以不加区分地适用于各种不同性质的事物,那么,也就不可能有各门科学了。”可见,独有的研究对象是衡量学科能否独立存在的标准,学科间的区别就在于研究对象的区别。

2. 研究内容的概括性

研究内容的概括性即研究对象能否对研究内容进行概括和集中反映。我国著名会计学大师余绪缨认为:“一门学科的(研究)对象,是其特定领域有关内容的集中和概括,是贯彻

于该学科的始终的。”研究对象是最能反映理论本质的东西,具有概括、抽象、简洁的特征,一经抽象界定后,具有相对稳定性,一般不会轻易发生改变;研究内容是对研究对象的具体和丰富,随着学科发展、研究深入和实践的需要不断拓展和充实,具有多样、具体和变化的特征。但是,研究内容的这些表现在本质上应当与研究对象保持一致,否则,学科研究对象的存在性就值得怀疑。此外,对研究对象的强调与将学科的逻辑起点定位于目标的观点(如国内目前对战略管理会计的基本认识)并不冲突。学科的目标可能存在着最终目标、直接目标、具体目标的层次之别,而研究对象却是最能概括地体现学科目标的核心所在。

3. 研究价值的实用性

研究价值的实用性即研究的对象本身对于研究主体必须是有意义的,能够有助于研究主体认识世界、解释世界和改造世界,如果不能做到这一点,即使它是特殊的,也没有存在的必要。马克思在《1844年经济学哲学手稿》中指出,研究“对象如何对他说来成为他的对象,这取决于对象的性质以及与之相适应的本质力量的性质;因为正是这种关系的规定性形成一种特殊的、现实的肯定方式”。实用性标准用以回答学科为什么存在的问题。

(二) 网络零售学研究对象的确立

网络零售学是研究厂商与终端消费者之间以网络媒介相互转让商品或劳务与货款所有权的交易活动及其特殊运动规律的一门学科。

1. 网络零售学研究对象的特殊性

网络零售学是在厂商与终端消费者之间,以网络媒介交换商品和货款所有权特殊运动规律为研究对象的一门学科。

人类交换的产生有数千年的历史,从最早的物物交换到以货币为中介的交换,再到现代意义的商品经济。随着现代科学技术的飞速发展,新的科学技术应用在了商品交换中,出现了通过报纸、杂志等印刷品,收音机、广播、电视机、无人售货机等机械、电子手段实现商品交换的商业模式,但这些商品交换模式都没有从根本上改变几千年来所形成的传统商业运行模式,即在有形市场上交换的主体之间“一手交钱一手交货”(这里的“钱”一般是有形货币现金的形式)的即期交易(远期交易后来也发展成为一种重要的商业形式),而网络零售交易则是突破了有形市场的束缚,利用网络联结交易主体,并利用网络变有形货币为电子货币,实现货款支付与电子货币所有权的让渡,商品则通过第三方物流送达网购者,完成商品与货款所有权的相互转让,最终形成了网络零售交易市场。

网络零售是指通过互联网或其他电子渠道,针对个人或家庭的需求销售商品或提供服务。该定义包含所有针对终端顾客(而不是生产性顾客)的电子商务活动,即企业对顾客(B2C),或网商对顾客(C2C),而不是企业对企业(B2B)。利用互联网发布商品信息、推广企业或商品品牌等商业活动,虽然都属于B2C的范畴,但由于没有一个“网货 $\leftrightarrow$ 网货款”的网上(线上)直接交易,而是在传统零售渠道完成交易或线下交易,属于传统零售范畴,因而不属于本书讨论的网络零售范畴。严格意义上的网络零售是网商与网购者之间利用互联网进行网货与网货款在互联网线上所有权的相互让渡的商业活动。

2. 网络零售学研究内容的概括性

任何一种规范的经济学研究必然有其核心概念,该概念是对众多经济现象的高度逻辑

抽象。概念必须以事实为基础,同时又是对事实的高度概括。网络零售学的核心概念是:对网络零售中厂商与终端消费者之间,以网络媒介相互转让商品或劳务和货款所有权的交易活动及其特殊运动为基础,对该交易活动及其特殊运动规律进行高度概括所形成的一组概念族,该核心概念族本身又构成网络零售学学科的一个完整理论体系。这一概念族包括:一级概念一个:网络零售;二级概念4个:网络零售供给、网络零售需求、网络零售中介、网络零售监管;三级概念19个:网商、网货、网货定价、网络零售供给渠道、网络零售市场营销,网购者、网购者心理、网购者行为、网购者购买决策、网购风险、网购者权益,网络零售交易平台、网络零售第三方支付、网络零售第三方物流,网络零售市场失灵、网络零售市场潜在风险、网络零售市场宏观调控、网络零售主客体监管、网络零售第三方支付监管,如图1.1所示。四级概念若干个(在此不赘述,详见本书正文)。

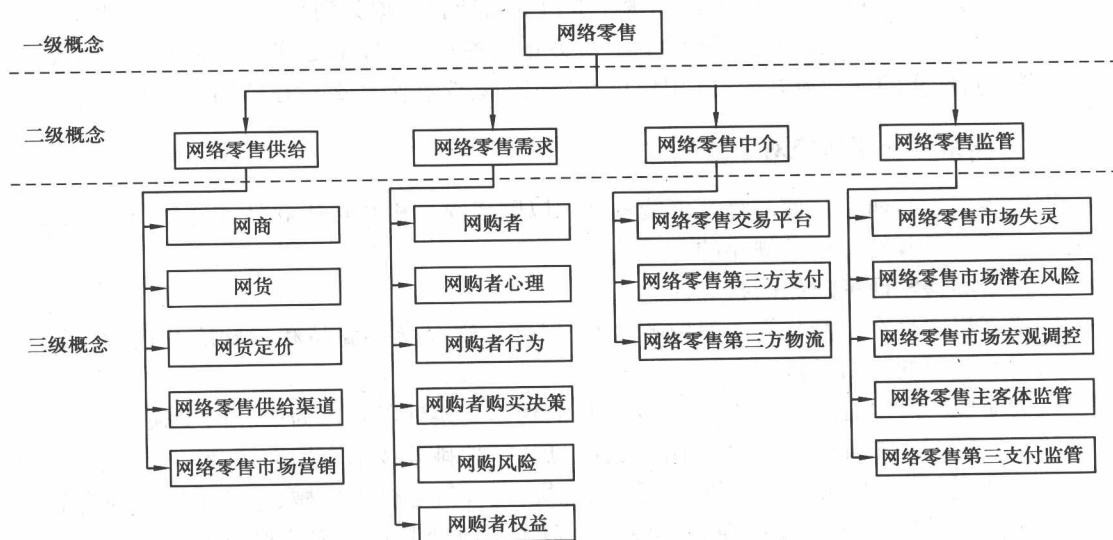


图 1.1 “网络零售学”学科三级概念族群

二、网络零售学学科定位

(一)网络零售学是属于经济学大范畴的一门应用经济学学科

经济学是对人类各种经济活动和各种经济关系进行理论的、应用的、历史的以及有关方法的研究的各类学科的总称。经济学又可称为经济科学(economic sciences),是研究人类个体及其社会在自己发展的各个阶段上的各种需求和满足需求的活动及其规律的学科。经济学(economics)被称为“社会科学之皇后”。相对于人们的欲望,经济资源总是短缺的。经济学就是研究如何合理地配置和充分利用稀缺的经济资源来满足人们的多种需求的科学。微观经济学与宏观经济学是经济学的基础。微观经济学是研究社会中单个经济单位的经济行为,以及相应的经济变量的单项数值如何决定的经济学说,亦称市场经济学或价格理论,其中心理论是价格理论。宏观经济学是以国民经济总过程的活动为研究对象,主要研究就业总水平、国民总收入等经济总量,宏观经济学也称为就业理论或收入理论。

理论经济学论述经济学的基本概念、基本原理,以及经济运行和发展的一般规律,为各个经济学科提供基础理论。应用经济学主要指应用理论经济学的基本原理研究国民经济各个部门、各个专业领域的经济活动和经济关系的规律性,或对非经济活动领域进行经济效益、社会效益的分析而建立的各个经济学科。它可分为若干个分支,其中,以国民经济个别部门的经济活动为研究对象的学科,如农业经济学、工业经济学、商业经济学、建筑经济学、运输经济学等。商业经济学往下可分为零售学、批发学等。网络零售学是零售学的一个分支,如图 1.2 所示。

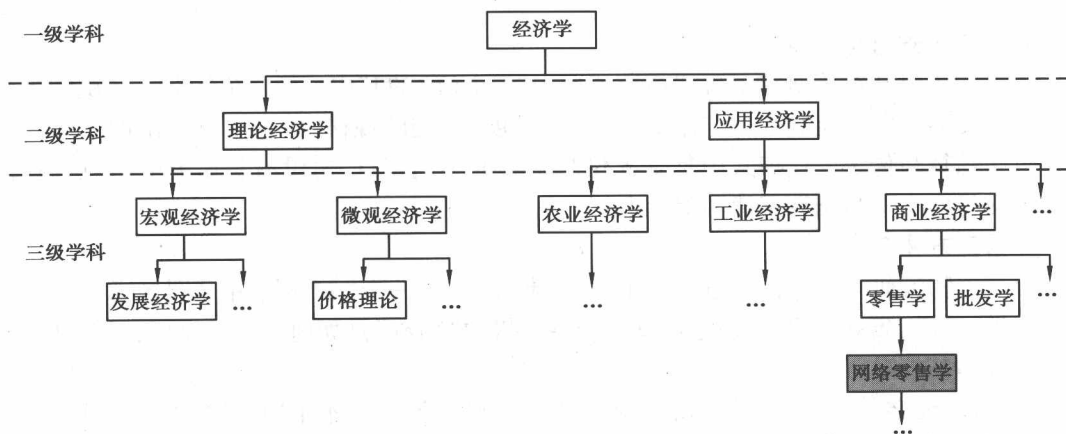


图 1.2 “网络零售学”学科在“经济学”中的地位

(二)网络零售学是一门应用经济学交叉学科

网络零售学是现代流通业中的一种全新的商品流通形态——以网络作为媒介联结供需双方,实现买卖双方沟通、交易与结算的商品分配、流通新模式。网络零售学是零售学、网络经济学与电子商务之间的一门交叉学科,如图 1.3 所示。

与《网络零售学》联系紧密但又有区别的学科包括:流通经济学、零售学、网络经济学、电子商务、第三方支付与结算、第三方物流等。

1. 流通经济学

流通经济学主要是研究商贸流通中一般性规律,研究对象是传统商业模式中的“商流、物流、信息流、资金流”,尤以“商流”为重点,但基本不研究以网络为媒介联结供需双方,实现买卖双方沟通、交易与结算的商品分配、流通新模式的特殊性规律。

2. 零售学

零售业是一个古老的行业,人类进行有效的零售活动已有数千年的历史,零售理论主要是对人类千百年来零售活动规律进行总结和研究,但受时代和历史的局限性,传统的零售

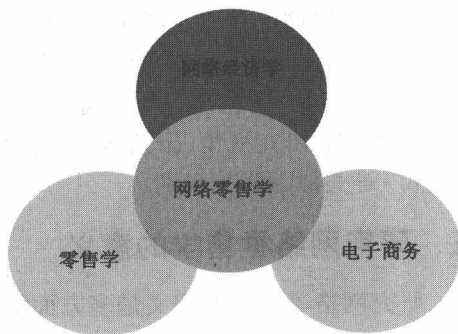


图 1.3 网络零售学与零售学、网络经济学、电子商务学科交叉

理论基本没有涉及网络时代才出现的网络零售商业模式,即使有也只是“蜻蜓点水”。

3. 网络经济学

网络经济学研究了在网络时代背景下,现代经济运行的一般性规律及其与传统经济形态的区别,但其研究重点也不在网络零售上。

4. 电子商务

电子商务研究了在网络经济条件下,各市场主体之间基于互联网交易的一般性规律,其对电子商务的亚层级网络零售商业模式的规律性也没有作一个系统性、深入性的研究与揭示。

5. 第三方支付与结算

第三方支付与结算研究了现代商贸流通中“4个流”的其中一个“资金流”,并试图揭示基于电子交易的资金流其支付与结算的产生、发展、演变的规律,但它没有指出网络零售货款支付与结算与传统商业模式中货款支付与结算的不同特点,更没有将研究的重点放在网络零售交易中支付与结算规律的揭示上。

6. 第三方物流

第三方物流研究了现代商贸流通中“4个流”的其中一个“物流”,并试图揭示第三方物流的产生、发展、演变的规律,但它对基于网络零售的“物流”是如何展开并完成,以及其中所蕴含的规律基本没有涉及。

综上,上述学科都从不同的侧面或多或少地接触和涉及了本书“网络零售学”研究的主题。《网络零售学》继承和吸取上述书籍的不同优点和研究成果,既强调学科发展研究的继承性与延续性,又强调对网络零售自身运行规律研究的特殊性。按照专业、专心、专注,突出其对网络零售这一新商业模式自身规律的研究,并不断探索网络零售未来发展趋势,无疑使得本研究具有其前沿性、专业性与应用性。本书以“本体论”“供给论”“需求论”“中介论”“监管论”“五论”为骨架,另加“导论”共同构成“网络零售”核心命题完整系统的逻辑结构,凭借其独特的研究视角、研究结构与研究方法,与《零售学》《网络经济学》《电子商务》《第三方支付》等类似书籍相区别。

三、研究网络零售学的意义

研究网络零售学的意义是多方面的,可以从经济学学科建设、政府、企业和消费者4个方面进行讨论。

(1) 研究网络零售学有利于建立完善经济学学科体系,弥补经济学理论解释当前经济现象乏力,理论指导实践能力欠缺的弱点,增强经济学对当前新经济特别是网络零售经济现象的解释与理论指导实践终极使命的能力。网络零售学成为经济学一门重要的应用经济学学科,填补了应用经济学的理论空白,从而有利于建立完善现代经济学学科体系。

(2) 研究网络零售学有利于政府促进、引导现代流通产业特别是以网络为媒介的网络零售业的健康发展。政府制定科学的网络零售产业政策必须要有相应的理论作支撑,而网络零售学是研究网商与网购者之间利用互联网进行网货与网货款在互联网线上所有权的相互让渡的商业活动规律,从而可为政府机构及相关人员制定网络零售产业发展宏观政策,优化产业组织与产业结构提供理论依据与实证资料。

(3) 研究网络零售学有利于网络零售交易平台运营商或独立零售网站机构、人员以及网商正确选择投资领域,也有利于社会各界机构及人员开设网络零售交易平台或网店,进行网络零售创业致富,分析网络零售市场竞争状况,提高资源使用效率,从而制订正确的竞争战略与技巧,保持网络零售市场供给主体及中介方的竞争优势。

(4) 研究网络零售学有利于网购者规避网购风险,正确保障自身的合法权益,理性进行网络购物活动,利用网络零售提供的有形网货与服务不断改善和提升自己的生活品质。

第二节 网络零售学理论体系

一、网络零售交易模型

网络零售一般规律可用网络零售交易模型加以说明,如图 1.4 所示。

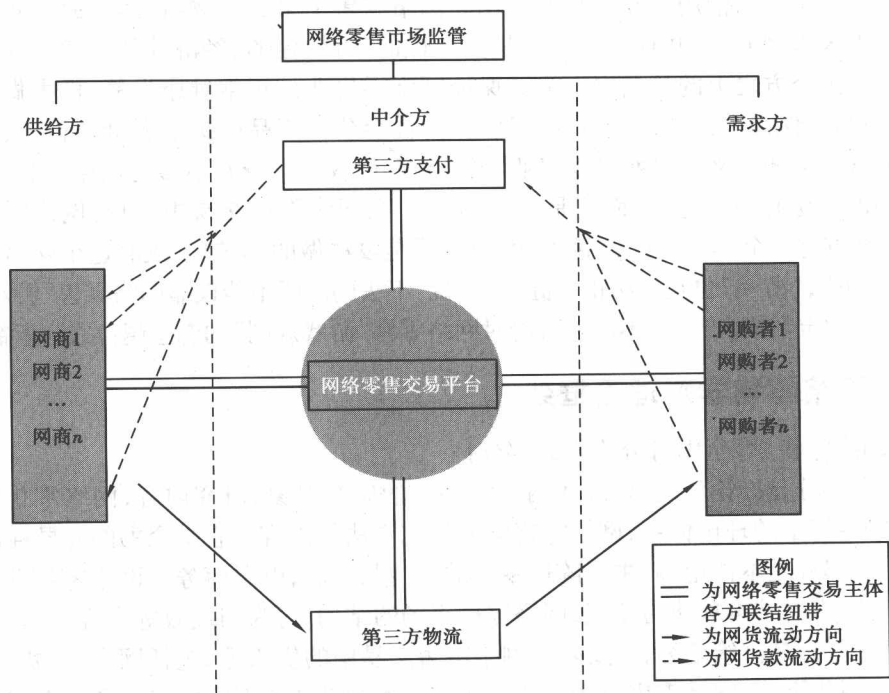


图 1.4 网络零售“网货—网货款”交易模型

网络零售由交易的基本双方所构成,其中一方如图 1.4 所示左方的供给方,他是网络零售交易的客体——网货(包括有形网货与服务型网货)的提供者,他向网购者提供所需要的商品和服务;另一方是如图 1.4 所示右方的需求方,他是网络零售的客体——网货的需求者,他为了获得网货的所有权,满足其自身的效用,必须向供给方支付一定的代价即网货款。网货所有权从供给方网商转移流动向需求方网购者,网货款所有权从需求方网购者转移流动向供给方网商,从而完成一个“网货 $\leftrightarrow$ 网货款”的循环。其中,供给方网商在网络零售交易中,失去的是网货的所有权,得到的是网货款的所有权,并因此而获得相应的利益(以价值形

态存在);需求方网购者在网络零售交易中,失去的是网货款的所有权,得到的是网货的所有权,并因此获得相应的效用(以实物或服务形态存在),供求双方在交易完成后,“各取所需”“各得其所”“双向共赢”。这既是零售业产生于数千年前的奥秘,虽历经波折但依然保持非常顽强生命力的价值所在,也是网络零售业的内在运行规律。所不同的是,从传统零售业的“商品 $\leftrightarrow$ 货款”到网络零售中的“网货 $\leftrightarrow$ 网货款”加入一个中介,即图中中间部分的中介方:网络,是互联网把交易的供需双方联结起来,而不是像传统零售一样通过有形市场把交易的供需双方联结起来,网络本身既是有形的,同时也是无形的。更重要的是,供需双方交易通过网络达成,并通过网络约定交易双方的权利义务,其中需求方网购者放弃网货款所有权,通过第三方支付工具,将相应的网货款所有权转移给供给方网商,而供给方网商则相应地放弃网货所有权,将相应的网货所有权,通过第三方物流转移给需求方网购者。网络零售中第三方支付的存在价值就是保证供求双方权利义务的平衡与交易安全,保证与平衡交易双方利益,解决供求双方网货与网货款抵达各自双方时间差矛盾与其他交易摩擦,起到联结供求双方的一个担保与信用中介工具的作用。网络零售中第三方物流存在的价值,在于确保网货送达需求方网购者,并且这种送达是安全性的、时效性的、经济性的。凌驾于网络零售交易双方与中介方之上的是政府。为了保证网络零售业的正常健康发展,做大做强网络零售产业,也为了保证全体社会成员的福祉,作为社会公共产品的提供者,履行社会公共管理职能的政府有责任和义务对网络零售业实施监管,但政府本身并不参与网络零售交易,它只是网络零售交易的“裁判员”,而不是“运动员”。在网络零售交易中,只有网络零售的供需双方和中介方这3个“运动员”,网络零售“游戏”是没法做的,但缺了政府这个网络零售“游戏”的“裁判员”,“游戏”也是无法正常健康地“玩”下去的。既不能仅靠网络零售“游戏”“运动员”的自觉或约定俗成,当然也不能让政府对网络零售“游戏规则”的恣意越位或为所欲为。

二、《网络零售学》理论框架

《网络零售学》全书可分为六大部分:

第一部分是导论编,主要陈述网络零售学的研究对象、研究内容,网络零售学的学科地位,网络零售学的理论体系,网络零售学的研究方法等内容。它是全书的先导性内容。

第二部分是本体论编,主要陈述零售的产生与发展,电子商务与网络零售业的产生与发展,网络零售的基本规律与原理,网络零售市场的结构、行为与绩效等内容。

第三部分是供给论编,主要陈述网络零售交易中的供给方,包括网商、网货、网络零售运行渠道、网货定价、网络零售市场营销等内容。特别需要说明的是,网络零售交易的供需双方,在商业实际运作中,双方是处于平等、平行、同时的结构过程中,但为了全书研究与陈述的需要,特意将供给方放在需求方的前面,但这并不是现实商业中的实际,也并不表明供给方天然就比需求方重要或在交易中处于优先位置,作者也不支持所谓的重供给轻需求或先供给后需求的理论与做法。

第四部分是需求论编,主要陈述网络零售交易中的需求方,包括网购者、网购者心理、网购者购买行为、网购者购买决策、影响网购者购买决策的因素、网购风险、网购者权益保护等内容。

第五部分是中介论编,主要陈述网络零售交易平台、网络零售中的第三方支付与第三方

物流。所谓中介就是介于供需双方二者之间的纽带,在网络零售的实际商业运作中,并且从理论上讲,也与供需双方处于平行状态,但本书为了研究与陈述的需要,将中介论放在需求论的后面。

第六部分是监管论编,主要陈述政府对网络零售行业的监管。为了保证网络零售业的正常健康发展,做大做强网络零售产业,也为了保证全体社会成员的福祉,作为社会公共产品的提供者,履行社会公共管理职能的政府有责任和义务对网络零售业实施监管。因此,这一章作为网络零售业的有机组成部分和重要内容,放在了全书的最后部分。

其中,第三部分供给论编、第四部分需求论编、第五部分中介论编、第六部分监管论编是网络零售实际商业运行的几个重要组成部分,共同组成一个完整的整体,如图 1.5 所示。

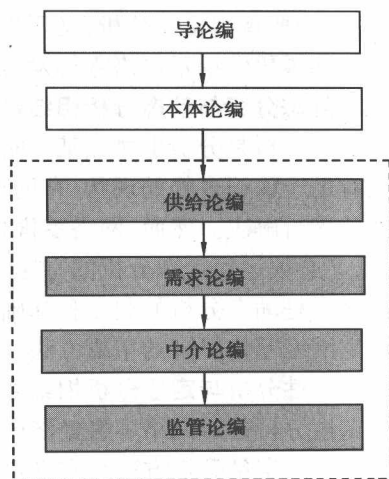


图 1.5 《网络零售学》全书逻辑结构图

第三节 网络零售学研究方法

在构建网络零售学的学科体系时,必须高度重视科学的研究方法。只有建立在科学研究方法之上的网络零售学,才能获得广泛的解释力和对实际经济运行的指导力。因为经济学的任务不仅是认识世界,科学地解释网络零售这种新的商品流通新模式和经济现象,更重要的在于指导网络零售的经济实践。根据网络零售学的研究对象、学科性质和研究内容的复杂性,研究网络零售学有多种方法,主要包括:

1. 宏观分析与微观分析相结合的方法

网络零售业是生产厂商通过网络媒介与终端消费者之间相互交换商品与货款所有权所构成的商品交换渠道与模式。我们在研究网络零售经济时,需要运用微观分析方法,掌握网络零售内部各个微观经济主体的特点,有针对性地进行研究;同时,又要运用宏观分析方法,把许多网络零售部门构成的整体作为研究对象,研究网络零售业在整个经济发展中的变动规律和对经济总量影响的规律。只有将宏观分析和微观分析有效地结合起来,才能充分认识网络零售产生、发展、变动的规律性,正确处理网络零售经济发展过程中出现的问题。

2. 实证分析与规范分析相结合的方法

实证研究是网络零售经济学研究问题的基本方法。实证研究是对社会经济的实际运行情况进行描述、分析和解释的方法。实证研究通过分析实际经济运行的过程及其规律,说明社会经济现象“实际是什么”,它不涉及对实际经济运行状况和后果的评价,不回答社会经济现象好坏的问题。规范研究是分析社会经济应该怎样运行的方法。规范研究对社会经济运行过程和结果作出理论分析和价值判断,评价利弊得失,回答社会经济现象“应该是什么”的问题,通过一定的价值标准进行判断与推理,找出更好地管理网络零售发展的方法和措施。在进行网络零售经济学的研究时,要将实证分析与规范分析结合起来,而不能将二者割