

了解你的对手

王月辉
著

现代
日本流通业

科学技术文献出版社

XIANDAI RIBEN LIUTONGYE XIANDAI RIBEN LIUTONGYE

XIANDAI RIBEN LIUTONGYE

⑦ 了解你的对手



现代 日本流通业

王月辉 著

科学技术文献出版社

Scientific and Technical Documents Publishing House
北 京

图书在版编目(CIP)数据

现代日本流通业/王月辉著.-北京:科学技术文献出版社,2005.7

(了解你的对手丛书)

ISBN 7-5023-5066-7

I. 现… II. 王… III. 商品流通-产业-研究-日本 IV. F733.134

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 054808 号

出 版 者 科学技术文献出版社
地 址 北京市复兴路 15 号(中央电视台西侧)/100038
图书编务部电话 (010)68514027,(010)68537104(传真)
图书发行部电话 (010)68514035(传真),(010)68514009
邮 购 部 电 话 (010)68515381,(010)58882952
网 址 <http://www.stdph.com>
E-mail: stdph@istic.ac.cn
策 划 编 辑 李 洁
责 任 编 辑 李 洁
责 任 校 对 赵文珍
责 任 出 版 王芳妮
发 行 者 科学技术文献出版社发行 全国各地新华书店经销
印 刷 者 北京高迪印刷有限公司
版 (印) 次 2005 年 7 月第 1 版第 1 次印刷
开 本 787×1092 16 开
字 数 301 千
印 张 19.5
印 数 1~5000 册
定 价 30.00 元

© 版权所有 违法必究

购买本社图书,凡字迹不清、缺页、倒页、脱页者,本社发行部负责调换。

前 言

作为世界经济强国的日本,是一个流通产业十分发达的国家。日本的流通产业在战后日本经济的发展过程中得以重建、发展、成熟和体系化,成为现代日本经济发展的重要支柱。在日本社会经济系统的运行和经济的发展过程中,流通产业作为联结生产和消费的桥梁和纽带,发挥了举足轻重的作用。日本流通产业系统的运行与管理具有其独特性,日本发达的流通产业与有效的运行与管理机制,加速了商品消费价值和社会价值的实现,保证了日本生产与消费系统的良性循环。把握日本经济的运行机制,必须揭示日本流通产业的发展与运行机制。

本书从日本流通产业的整体发展出发,对日本流通产业的概貌进行了比较深入的研究和分析。全书共分八章:第一章,流通系统与流通功能概论,阐

述了流通系统的相关要素及活动特点,分析了流通系统的功能及作用;第二章,日本流通产业发展历程,主要内容包括:日本流通产业在日本经济发展中的地位、日本流通系统的演变与发展脉络、日本的两次流通革命与流通机构变革的分析;第三章,日本的批发业,探讨了日本批发业的范围界定、功能、组织形态及特点,重点分析评价了日本批发业发展的整体现状与趋势;第四章,日本的零售业,研究了日本零售业的范围界定及作用,重点分析评价了日本主要零售业态的发展和特点、日本零售业的整体发展状况、日本连锁经营与特许经营及无店铺销售的发展现状和特点;第五章,日本的物流业,描述了日本物流产业的历史演进,分析了日本物流配送中心的类型、运作与管理的特点,总结剖析了典型企业的物流运作与管理策略;第六章,日本的流通政策,探讨了日本流通政策的范围、构成体系、模式等一般问题,梳理了日本流通政策的历史沿革,研究并阐述了日本规制流通业的主要政策及内容;第七章,日本流通业的信息化,描述了日本产业信息化和流通信息化发展的历程,分析评价了日本流通信息化的整体发展状况和电子交易市场的发展现状与模式;第八章,日本流通业的国际化,主要内容包括:日本流通业国际化经营的背景与动因、日本流通市场的开放与外资进入、日本零售企业海外市场的进入与战略特征和中国市场的进入与营销策略研究。

我国加入 WTO 以后,随着分销服务领域对外资企业市场准入限制的逐步取消,流通领域面临更加激烈的市场竞争,本土流通企业必须尽快提高市场竞争能力。另一方面,当前,我国的流通体制正处于调整与改革的

关键时期。大力发展流通产业,充分发挥流通产业对国民经济的中介与桥梁作用,促进我国国民经济的良性循环与健康发展,提高国民经济的运行速度和效率,是当前流通体制改革的根本目标。这项庞大的系统工程推进,需要借鉴日本等发达国家流通产业建设与发展的先行经验。本书试图能为本土企业参与国际竞争,推进我国流通体制改革和流通产业的发展,提供有参考价值的借鉴信息和研究成果。

写作本书的直接起因源于2002年4月至2003年4月,受教育部中国国际教育交流协会的派遣,由日本财团法人霞山会资助,作者以客座研究员身份赴日本樱美林大学国际学部进行了为期一年的研修工作,以此为契机开始了对日本流通产业发展与运行管理这一课题的深入思考和研究。在此,特别感谢日本霞山基金会的资助,感谢日本樱美林大学校长佐藤东洋士教授、前副校长藤田庆喜教授、大坪建教授等给予我的指导和帮助。在本书的写作过程中,参考和吸收了日本等国的学者和我国学者的有关研究成果,在此一并表示诚挚的感谢。由于本人能力和水平有限,书中难免有诸多疏漏和不足,欢迎各位专家、学者和企业人士批评指正。

王月辉

2005年5月于北京

(京)新登字 130 号

内 容 简 介

本书从现代日本流通产业的整体发展出发,对日本流通产业发展的概貌进行了比较深入的研究和分析。全书共分八章,分别从流通系统与流通功能概论、日本流通产业发展历程、日本的批发业、日本的零售业、日本的物流业、日本的流通政策、日本流通业的信息化、日本流通业的国际化八个研究视角,对日本流通产业各领域演进的历史、现状、运作与管理策略等进行了分析和阐述。本书对学习和借鉴日本经验,促进我国流通产业及改革的发展有重要参考价值。

本书适合从事流通管理与实际工作的企业界人士和从事流通产业与运行、流通管理及日本问题研究的有关学者和学生阅读。

科学技术文献出版社是国家科学技术部系统唯一一家中央级综合性科技出版机构,我们所有的努力都是为了使您增长知识和才干。

目 录

第一章 流通系统与流通功能

第一节 流通系统与相关活动	(3)
一、流通的概念及特点	(3)
二、商业、流通和市场营销	(4)
三、流通机构的构成要素	(8)
四、流通经济、流通活动与流通产业	(11)
第二节 流通的功能及作用	(14)
一、日本学者的流通功能论	(14)
二、生产与消费的分离	(19)
三、流通的基本功能	(21)
四、流通功能与流通机构的关系	(22)
五、流通的作用	(24)

第二章 日本流通产业发展历程

第一节 日本经济的发展与流通产业的地位·····	(29)
一、日本经济的发展历程·····	(29)
二、流通产业在日本经济发展中的地位·····	(31)
第二节 日本流通系统的演变与发展·····	(40)
一、战前日本的流通系统·····	(40)
二、战后日本流通系统的重建·····	(42)
三、大量流通系统的发展和近代流通产业的确立·····	(44)
四、成熟社会的到来和流通系统·····	(47)
第三节 日本流通革命与流通机构的变革·····	(52)
一、日本的第一次流通革命及流通机构变革·····	(53)
二、日本的第二次流通革命·····	(57)

第三章 日本的批发业

第一节 批发及其功能·····	(63)
一、批发与批发业·····	(63)
二、批发业的作用·····	(66)
第二节 日本批发业的组织形态及特点·····	(69)
一、日本批发业的组织形态·····	(69)
二、日本批发业的基本特点·····	(76)
第三节 日本批发业的发展现状分析·····	(81)
一、日本批发业规模的历史演进·····	(81)

二、日本批发业的商店数量	(83)
三、日本批发业的年销售额	(89)
四、日本批发业从业人员和就业人员数量	(96)
五、日本批发业发展状况的综合分析	(101)

第四章 日本的零售业

第一节 零售业及其作用	(107)
一、零售与零售业	(107)
二、零售业的作用	(111)
第二节 日本零售业态的发展及特点	(112)
一、百货商店	(114)
二、综合超市	(116)
三、购物中心	(118)
四、商店街	(120)
五、专门商店	(121)
六、便利店	(122)
七、廉价商店	(124)
八、消费者生活协同组合	(125)
第三节 日本零售业发展现状分析	(127)
一、日本零售业的商店数量	(127)
二、日本零售业的年销售额	(133)
三、日本零售业的从业人员状况	(136)
四、日本零售业的就业者人数和结构	(139)

五、日本零售业店铺的营业面积·····	(147)
六、日本零售业单位平均年销售额·····	(148)
第四节 日本的连锁经营和特许经营 ·····	(151)
一、日本连锁经营的发展·····	(151)
二、日本特许经营的发展·····	(156)
第五节 日本的无店铺销售 ·····	(160)
一、通信销售·····	(161)
二、电话营销·····	(162)
三、访问销售·····	(162)
四、自动售货机销售 ·····	(163)

第五章 日本的物流业

第一节 日本物流产业的发展历史 ·····	(167)
一、物流术语在日本的源起和释义·····	(167)
二、物流在日本的发展历程·····	(169)
第二节 日本物流配送中心的发展 ·····	(174)
一、配送中心的特点和功能·····	(174)
二、日本物流配送中心的主要类型·····	(175)
三、日本物流配送中心现代化运作与管理的特点·····	(178)
第三节 日本企业的物流运作与管理 ·····	(181)
一、日本企业物流管理机构设置的演变·····	(181)
二、日本企业的物流运作与管理策略·····	(185)

第六章 日本的流通政策

第一节 流通问题和流通政策	(197)
一、日本流通政策的范围和体系	(197)
二、流通政策的模式、判断标准及变革要求	(199)
第二节 日本流通政策的历史沿革	(201)
一、战后经济复兴期的流通政策	(202)
二、高速增长经济成长期的流通政策	(202)
三、安定经济成长期的流通政策	(205)
四、80 年代和 90 年代的“流通展望”	(206)
第三节 日本监管流通业的主要政策	(208)
一、维持和促进竞争的政策	(208)
二、商业振兴政策	(211)
三、大型商店的限制政策	(215)
四、市政建设政策	(220)

第七章 日本流通业的信息化

第一节 日本流通信息化发展的历程	(227)
一、日本政府对产业信息化发展的推进	(227)
二、流通领域信息技术应用的主要形式	(229)
三、日本流通信息化发展的历程	(232)
第二节 日本流通信息化发展的现状分析	(236)
一、日本 POS 系统的发展过程与应用现状	(236)

二、日本订、发货系统的发展现状	(242)
三、日本商店街信息化发展的现状分析	(245)
第三节 日本电子交易市场的发展	(250)
一、日本电子交易的发展现状	(250)
二、日本的 BtoC 和 BtoB 交易模式	(255)

第八章 日本流通业的国际化

第一节 日本流通企业国际化经营的背景和动因	(261)
一、流通企业国际化经营的战略动机和方向	(261)
二、日本零售企业开拓海外市场的背景和动因	(263)
第二节 日本流通市场的开放与外资进入	(265)
一、日本流通领域外资自由化的过程	(265)
二、亚洲国家流通自由化的比较	(268)
三、外国流通企业日本市场的进入	(269)
第三节 日本零售企业海外市场的进入与战略	(274)
一、日本零售企业海外市场进入的变迁	(274)
二、日本零售企业的国际化战略	(282)
第四节 日本零售企业中国市场的进入与营销策略	(286)
一、日本零售企业香港市场的进入与营销策略	(286)
二、日本零售企业中国大陆市场的拓展与营销策略	(288)
参考文献	(296)

第一章

流通系统与 流通功能

流通作为重要的社会经济活动有其特有的内涵和结构,在社会经济运行中流通与生产、商业、消费、市场营销等活动有着不可分割的联系,流通经济、流通活动、流通产业、流通机构从不同侧面影响社会经济的运行,并发挥着连接生产和消费、保证社会再生产持续顺利进行的重要作用。

第一节

流通系统与相关活动

一、流通的概念及特点

流通是社会再生产的重要环节,流通产业是国民经济的重要组成部分。关于流通的概念,日本学术界有不同的理解和解释。

在日本学术界,一般将流通和市场营销两个概念区别使用。一般认为,流通是属于国民经济领域的范畴,而市场营销则是属于个别企业的范畴。流通一词,在英语中对应为“distribution”。在美国,多数人主张应该将“distribution”和“marketing”在同一意义上使用。当然,在美国,并没有忽视国民经济和企业经营两个不同角度的区别,也有人从国民经济角度来分析流通。“distribution”是与经济学相关联的概念,在经济学中,它除了具有流通的意义外,还有分配的意义。相反,在经济学中把“流通”这一日语单词翻译成英语时,除译成“distribution”外,也译成“circulation”。在流通论中,一般不使用“circulation”这一单词,因为流通活动是从起点到终点的单一方向的活动,而“circulation”意味着循环流动。

从国民经济的观点来看,所谓流通是“产品从生产者向消费者的社会性经济转移”。在这种转移中,流通和市场营销的不同表现在:从宏观来看,即从国民经济的总体来看,存在着产品的一般性社会转移;而从微观来看,即从个别企业经营的角度来看,则存在着与企业自身的产品相关的社会转移。对这两种转移现象,一般将前者称为流通。

流通是由起点和终点构成的经济活动,流通的起点是生产者,终点则是消费者,流通的功能是联结生产和消费的桥梁。为准确把握流通的特点,还应注意以下问题:

(1)流通的起点应叫做生产者,而不能叫做制造商,因为作为农产品流通起点的农户一般不能称为制造商,作为流通废弃物起点的家庭也不能叫做制造商。因此,作为

流通的起点,一般叫做生产者更为贴切。

(2)流通中作为终点的消费者是广义的,不仅包括家庭消费者,也包括产业用户。

(3)从原材料的获取、中间产品的加工直到最终产品的制作这一长过程中,存在着到底哪儿是终点的问题。日本有人主张根据生产物流通阶段的变化来确立终点,如钢材提供给汽车生产者时意味着钢材流通的结束,而这一时点又可以认为是汽车流通的开始。

(4)流通也存在着没有起点和终点的循环流。例如,以纸屑为例,纸在家庭消费后,纸屑供给再生纸经营者,经过改变后,又再次提供给家庭,这里就存在着循环流。

流通的客体是生产物。一般来说,商品是流通的客体,但严格来说,流通的客体除作为有价值的商品外,也包括无价值的谁也不想要的废弃物等,这也是流通的对象。因此,在这个意义上,流通的客体应该理解为更广义的生产物。这里的生产物,除了包括商品这样的有形的东西外,也包括电气、天然气、信息等用肉眼看不见的无形的东西。

流通的条件是具有社会特性的移动。所谓社会移动,不仅包括在同一场所内的移动,例如,将生产物从同一工厂内的特定场所,移动到同一工厂内的其他场所;而且在不同的场所间移动生产物的活动,也应该理解为流通。此外,将商品从配送中心转移到店铺的这种在不同事业场所中的移动,也可以称为流通。

二、商业、流通和市场营销

商业、流通、市场营销是社会生活中的重要经济活动,它们相互之间是既有联系、又有区别的经济活动。

商业是将商品及服务从生产者向消费者转移的涉及所有权转移的经济活动,是涉及过程的流通系统。商业既包括从国民经济角度出发的宏观活动,也包括从个别经济角度出发的微观活动。商业经营论立足于个别经济,从个别经济出发,分析商品、服务的流通,并将其视为经营活动。商业经济论则涉及生产者及消费者之间的商品、服务的所有权转移。

流通是将商品及服务从生产者向消费者转移的社会流通过程。是介于生产功能