



教育部省部共建人文社会科学重点研究基地
浙江工商大学现代商贸研究中心

THE REVIEW OF MODERN COMMERCE

郑勇军 主编

现代商贸评论 第六辑



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

现代商贸评论

The Review of Modern Commerce

第六辑

郑勇军 主编



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

现代商贸评论. 第6辑 / 郑勇军主编. — 杭州: 浙江工商大学出版社, 2013. 7

ISBN 978-7-81140-868-3

I. ①现… II. ①郑… III. ①贸易经济—研究—现代
IV. ①F710

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 127808 号

现代商贸评论 第六辑

郑勇军 主编

责任编辑 何海峰 郑英龙

责任校对 何小玲

封面设计 王妤驰

责任印制 汪俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排版 杭州朝曦图文设计有限公司

印刷 杭州杭新印务有限公司

开本 787mm×1092mm 1/16

印张 19.5

字数 416 千

版印次 2013 年 7 月第 1 版 2013 年 7 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-81140-868-3

定价 45.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227

《现代商贸评论》编委会

主 编:郑勇军

副 主 编:杨轶清 鲍观明 何海峰

学术委员会(按姓氏笔画排名):

马龙龙 李骏阳 吴小丁 宋 则 沈丹阳 张仁寿

金祥荣 郑勇军 荆林波 洪 涛 高铁生

前 言

2012 年是世界经济史上不寻常的一年。西方各国经济不景气,欧洲因债务危机深陷泥潭,我国国内宏观经济复杂多变,“促消费,扩内需”的战略意义进一步明确,贸易流通特别是电子商务的重要地位进一步突显。目前,中国流通领域基本建立起了覆盖城乡的流通网络。但长期以来“重生产、轻流通”的传统观念,造成我国流通领域的发展依然滞后于国际水平,与我国的生产力水平也不相适应。

制约流通业发展的因素仍然很多,流通业总体仍处于粗放型发展阶段,存在网络布局不合理、产业集中度偏低、流通效率低、流通领域组织化程度低、流通环节过多、成本高等突出问题。但流通业在调结构、促转型中的战略地位已经日益突出,如何把流通业打造成为带动经济增长的“新引擎”,既举足轻重,又任重道远。

2012 年 7 月,国务院常务会议讨论通过了《关于深化流通体制改革加快流通产业发展的意见》(以下简称《意见》),明确了当前和今后一个时期流通领域改革发展的主要任务、支持政策和保障措施。这个《意见》是改革开放以来扶持流通业发展的含金量最高的一份文件。《意见》提出了一系列有针对性的解决方案:加强现代流通体系建设,创新流通方式,提升信息化水平,培育企业核心竞争力,深化改革开放,切实降低流通环节费用等。

2012 年 9 月,国务院办公厅发出了《关于印发国内贸易发展“十二五”规划的通知》(以下简称《通知》),标志着“促消费总纲”的内贸“十二五”规划正式出台。作为首个国家级的流通产业政策,《通知》确认了消费作为经济增长引擎的战略地位。其中,关于加快形成 11 个主要商业功能区,发挥其商品集散、价格形成、消费集聚、产业服务和辐射带动功能的扩内需、促增长的作用被置于 8 大任务之首。

电子商务作为最具活力的新型流通方式,2012 年出现了标志性的事

件:截至2012年11月底,淘宝天猫当年交易总额首次突破1万亿元;而在“双十一”电商大促销中,淘宝天猫一天的交易额就突破了191亿元。关于电商和传统销售前景的争论再次成为热门话题。

可以预见的是,因为经济增长方式的转变和消费在经济发展中战略地位的提高,无论哪种业态,未来流通产业必将担当更为重要的历史使命。2013年,宏观经济及流通领域将出现更多的新现象和新课题,对中国商贸流通领域的专家学者提出了更高的要求。

在国内商贸流通领域专家的支持下,本专辑收录了2012年发表的商贸流通领域部分最新研究成果。按照基本内容划分为“流通产业基础理论前沿”“商贸探索及流通业创新”“流通经营管理与商贸实务”三大部分。

第一部分“流通产业基础理论前沿”对完善我国流通市场体系、重构流通经济学、物流服务供应链创新、我国流通服务业与制造业互动的产业关联分析等基础问题进行了研究和探讨。

第二部分“商贸探索及流通业创新”探讨了中国流通产业的发展与创新,特别是对电子商务、物流产业技术、农产品流通和贸易城乡一体化等问题进行了研究并提出了对策。

第三部分“流通经营管理与商贸实务”着眼于微观经营主体的实践研究,对电子商务、渠道整合、内外贸一体化等问题进行了研究,获得了不少有实际价值的观点和发现。

我们希望本书能够为中国商贸理论研究与实践的发展起到抛砖引玉的作用。

教育部省部共建人文社会科学重点研究基地

浙江工商大学现代商贸研究中心

2013年4月20日

目 录

第一部分 流通产业基础理论前沿

1. 中国零售学术研究的现状与趋势
——基于中国与美国、欧洲的比较分析 刘向东,李 敏 / 3
2. 完善我国市场流通体系的宏观思考 王晓东 / 16
3. 日美工业品流通体系的模式比较与启示 谢莉娟 / 25
4. 外资零售企业进入、混合竞争与中国培育大型流通企业政策
——基于混合寡占博弈模型的流通政策分析 石明明 / 36
5. 物流服务供应链:理论架构与研究范式 刘 伟,高志军 / 47
6. 中国商贸流通业发展方式的评价及其转变的路径分析 任保平 / 57
7. 零售产业 FDI 行业内效应研究:溢出还是挤出?
——基于我国省级面板数据的经验证据 魏修建,张丽淑 / 68
8. 我国零售业区域集聚影响因素的实证分析及政策含义
..... 仲伟周,郭 彬,彭 晖 / 78
9. 重构流通经济学:基于商务经济学的视角 冉净斐 / 91
10. 我国流通服务业与制造业互动的产业关联分析与动态比较 赵 霞 / 98
11. 物联网产业商业模式的本质与分析框架 郑淑蓉,吕庆华 / 112
12. 出口集聚之溢出效应研究
——基于中国企业层面数据的实证分析 赵 婷,金祥荣 / 127

第二部分 商贸探索及流通业创新

1. 专业市场品牌网络及其绩效测定
——基于义乌“中国小商品城”的研究 陆 瑶,徐利新 / 143

2. 逆向选择与中国电子商务市场声誉机制的本土性研究
——以淘宝网为例…………… 潘 勇, 乔晓东 / 154
3. 中国流通产业技术装备度: 基于因子综合的水平定位与结构考察
…………… 李 智 / 162
4. 零售企业构建农村连锁经营网络的动力机制 …………… 丁 宁 / 174
5. 农产品区域公用品牌的经济学解析: 一个基于声誉的信号传递模型
…………… 涂传清, 王爱虎 / 182
6. 中国出口品技术含量测度及其差异分析
——基于产品内贸易分类的跨国数据 …………… 马淑琴 / 195
7. 跨国外包体系下技术创新的出口效应
——基于浙江省制造企业问卷调查数据的实证研究…… 王 俊, 黄先海 / 205

第三部分 流通经营管理与商贸实务

1. 生鲜农产品供应链系统有序度评价研究
——日本生协数据的实证分析与启示 …………… 刘 畅, 安玉发, 中岛康博 / 219
2. 通道费的生产及其对生产商利润影响
——基于品牌价值视角的研究…………… 陶金国, 胡文佳 / 230
3. 基于第三方电子交易平台的供应链金融服务创新
——云仓及其运作模式初探…………… 何 娟, 沈迎红 / 239
4. 流通渠道中竞合关系的演化及竞争政策的作用
——基于日本家电业案例的分析 …………… 张 昊 / 251
5. 基于全产业链的农产品流通困局与流通体系建设研究 …… 张晓林, 罗永泰 / 262
6. 消费理念多元化视角下的流通模式创新研究 …………… 牡丹清 / 271
7. 组织、运营、整合与供应链竞争力
——基于内外贸一体化改制企业的案例分析 …… 马淑琴, 邵宇佳, 狄雨濛 / 280
8. 工业设计、ODM 与我国出口产品价值提升: 作用机理与实证检验
…………… 徐元国 / 291

第一部分

DI-YI BUFEN

流通产业基础理论前沿

LIUTONG CHANYE JICHU LILUN QIANYAN

»»

中国零售学术研究的现状与趋势

——基于中国与美国、欧洲的比较分析

刘向东,李 敏

一、引 言

在过去 11 年(2000—2010 年)中,中国零售业发生了巨大的变革,零售业对国民经济的作用也日益突出,关于零售的学术研究也越来越活跃。Mulhern(1997)在 *Retail Marketing: from Distribution to Integration* 一文中曾指出:“伴随着新的技能和技术在零售市场的运用,学术研究者应该随着这种变化和发展努力研究新的规律和方法”,客观而言,中国零售学术研究无论在范围,还是在水平上都与现实的发展有一定差距。如何进行有效的零售学术研究一直是欧美学者共同关注的话题(Hirschman,1981; Hollander,1986; Filser and Jallais,1988; Dawson,2000),中国已有学者开始关注零售学术研究的变化(李飞、汪旭辉,2006),但还没有学者从国内外对比的角度去分析中国零售研究的特点或者差距。

本文基于中国、欧洲和美国零售学的重要学术期刊,在统一的分析框架下,通过内容分析法观察过去 11 年中三个地区零售学术研究的变化发展过程,找到各自的特点以及变化发展趋势;通过比较中国与欧美学者零售学术研究兴趣点、关注点的差异以发现其内在原因,从而对中国的零售学术研究起到借鉴与指引作用。文中引用的欧美主要相关数据及零售研究九大主题的分析框架来源于 Marta Frasquet 等人(2002)的 *Research Trends in Re-tailing-a Comparative Approach: Spain-Europe-USA*。零售研究的九个主题分别为:结构、战略、流通渠道、环境、消费者行为、物流、零售管理、绩效、其他。

原载《商业经济与管理》2012 年第 2 期。

作者简介:刘向东,中国人民大学商学院教授,博士生导师,经济学博士,研究方向为贸易经济、零售与分销经济学;李敏,中国人民大学商学院硕士研究生,研究方向为贸易经济、零售与分销经济学。

二、研究方法

(一) 确定合适的期刊

运用内容分析法首先要确定研究的来源,本文选取的中国期刊主要根据其刊载的零售学术论文的数量。由于中国零售学术研究的专业期刊比较少,为了使研究样本足够大,构成研究来源期刊的学术范围主要有四个:零售、市场营销、零售管理和经济学。同时,这些期刊必须满足在研究的时间跨度内包含的零售学术论文至少有10篇的要求,以保证研究的科学性和严谨性。

选取的欧美期刊分为两大类:零售类和市场营销类。选取依据是:首先根据 Hult 等(1997)对市场营销方面的期刊排名和在学术界的普及程度,选取了 *Journal of Marketing* 和 *Journal of Marketing Research*,以及欧洲的一本关于市场营销的期刊 *Europe Journal of Marketing* 和一本专门研究零售的期刊 *Journal of Retailing*。同时,为了平衡欧美选取文章数量之间的差距,增加了欧洲的期刊 *Recherche et Applications en Marketing*,以及专门研究零售的期刊 *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 和 *International Journal of Retail, Distribution and Consumer Research*。

在基于科学排名和高相关度的严格要求下,尽量争取选择的期刊具有代表性,并且是在2000—2010年这样一个相对较长的时间里去分析零售研究发展变化的趋势。

(二) 样本选取方法

在确定了具体的期刊后,内容分析方法的第二步是从这些期刊中选取符合要求的学术论文建立零售学术论文数据库。

CSSCI 是中文社会科学引文索引的简称,它目前被学术界认为是影响力较大、档次较高、出版规范的期刊数据库,因此,本文所选取的中国零售学术论文主要是通过 CSSCI 数据中输入关键词“零售”字样检索而得;同时删除其中关于新闻、书评等非学术性的论文以及其他不符合我们要求的论文。

欧美零售学术论文的选取针对市场营销类期刊和零售类期刊采取了不同的方法。对于市场营销类期刊,因为其中的零售论文数量本来就比较少,所以每一篇关于零售或者流通渠道的文章都被收录到数据库当中。对于零售类期刊,为了避免过大规模的数据库,必须满足论文是美国学者在美国的零售期刊上发表的或者欧洲学者在欧洲的期刊上发表的条件。^①

最后的数据库如表1所示,从12本不同的中国期刊中选取了426篇论文,其中

^① 该样本选取主要来源于 Marta Frasquet 等人的 *Research Trends in Re-tailing-a Comparative Approach: Spain-Europe-USA* 一文。

《商业经济与管理》《中国流通经济》《财贸经济》和《商业研究》这四本期刊中关于零售研究的论文是最多的,合计超过了60%。从欧洲和美国7本不同的期刊中共选取了276篇论文,其中欧洲的 *International Journal of Retail, Distribution and Consumer Research* 和美国的 *Journal of Retailing* 中关于零售研究的论文数占了其所在地区的研究样本总数的一半以上(分别是53.40%和68.24%)。

表1 中国、欧洲和美国关于零售研究的期刊及论文数量

国家	期 刊 名 称	论文数量	比例
中国	经济管理	30	8.47%
	经济与经济管理	27	7.63%
	财贸经济	48	13.56%
	中国流通经济	61	17.23%
	商业经济与管理	68	19.21%
	经济纵横	15	4.24%
	商业研究	47	13.28%
	消费经济	16	4.52%
	中外管理	28	7.91%
	中国统计	16	4.52%
	中国零售研究	38	10.73%
	北京工商大学学报(社科版)	32	9.04%
欧洲	Europe Journal of Marketing	23	12.04%
	Recherché et Applications en Marketing	9	4.71%
	The International Review of Retail, Dis-tribution and Consumer Research	57	29.84%
	International Journal of Retail, Distribu-tion and Consumer Research	102	53.40%
美国	Journal of Marketing	13	15.29%
	Journal of Marketing Research	14	16.47%
	Journal of Retailing	58	68.24%

三、零售学术研究的内容分析

本文对零售学术研究的分析与比较,基本采用了 Marta Frasquet 等人(2002)划分的零售研究9大主题及其研究分支,加入少量更能反映中国零售业现状的研究分

支,以便使研究内容更精确和完整。

表 2 是对 426 篇中国论文和 276 篇欧美论文所建立的文献库进行关键字检索和文献阅读后完成的统计分析。该表列举了各研究主题的排名以及研究主题与分支的论文数占总论文数的比重,由于一篇论文的研究分支往往不会是一个,因此各主题所占比例的总和大于 100%。

表 2 中国、欧洲和美国关于零售的 9 大研究主题和 64 个研究分支

研究主题和分支	中国		欧洲		美国	
	排名	比例 (%) ^①	排名	比例 (%)	排名	比例 (%)
零售结构	5	19.0	4	29.8	8	5.9
综合		4.4		0.5		2.4
分类		4.5		6.8		
结构变迁的理论		2.0		2.6		
结构变迁的历史		4.7		7.3		
新的销售模式:电子商务、特许经营		3.4		12.6		3.5
零售战略	1	53.2	1	43.0	6	8.3
综合		15.3		6.8		
增长战略		9.1		8.9		
细分战略		2.6		2.6		
形象战略		3.4		6.3		1.2
定位战略		1.3		3.7		
忠诚战略		0.8		2.1		1.2
营销计划		6.5		3.1		
一般战略,类型学和分类法		0.3		4.2		
核心竞争力战略		10.0		4.2		
市场定位战略		0.6				1.2
关系营销战略		0.8		1.1		4.7
国际化战略		2.5				
流通渠道	2	40.5	7	18.4	4	34.2
综合		3.8		1.6		

① 由于一篇论文的研究分支不一定就是一个,因此该比例的总和大于 100%,欧洲和美国的也一样。

续表

研究主题和分支	中国		欧洲		美国	
	排名	比例 (%)	排名	比例 (%)	排名	比例 (%)
范围:渠道权力、渠道冲突、所属国 与合作		15.9		4.7		15.3
零售商与供应商的关系:报酬、延 期和谈判		9.8		1.6		5.9
价值链		3.5		2.1		2.4
垂直一体化		2.4		2.1		1.2
横向一体化		1.7		2.1		
渠道策略的选择与管理		3.1		1.1		8.2
国际性渠道		0.3		3.1		1.2
环境因素	3	24.3	5	29.8	9	4.8
综合		6.1		7.3		
竞争因素		8.9		4.2		2.4
法律因素		0.8		2.1		1.2
政治因素		2.4		5.2		1.2
技术因素		0.8		0.5		
道德伦理		0.6		3.1		
社会与人口因素		2.4		6.3		
经济因素		2.3		1.1		
消费者行为	8	6.2	3	37.3	3	45.9
综合		1.4		3.7		1.2
零售销路的选择:过程与标准		6.3		3.5		
消费与购买习惯		3.4		5.8		1.2
购买的决定因素与过程		0.8		14.7		29.4
消费者的类型		0.6		6.8		10.6
物流	9	3.1	9	5.7	7	8.3
综合		2.8				
库存管理		0.3		0.5		7.1
仓储管理						
公路货运						

续表

研究主题和分支	中国		欧洲		美国	
	排名	比例 (%)	排名	比例 (%)	排名	比例 (%)
新工具: ECR、类别管理、扫描仪、EDI				4.7		1.2
物流操作者: 向国外采购零售配件				0.5		
零售管理	4	21.8	2	40.3	1	87.1
综合		7.3		6.8		8.2
选址		2.4		5.8		1.2
零售商品品牌		5.1		6.8		20.0
价格		2.6		4.2		25.9
产品		0.6		1.1		2.4
气氛		0.3		2.6		4.7
销售人员: 积极性、培训和甄选		1.6		5.2		9.4
促销		1.1		1.6		7.1
其他联系活动				2.6		3.5
服务		0.8		3.1		4.7
财务管理				0.5		
绩效	7	7.1	6	28.9	2	57.7
综合		3.4		1.6		2.4
经济效果: 生产率、收益率		1.1		6.3		11.8
营业效果: 销售额、市场份额		1.0		3.1		10.6
服务质量和满意度		0.8		7.9		20.0
忠诚度		0.8		1.6		3.5
甄选、惠顾和偏爱				8.4		9.4
其他	6	12.7	8	10.5	5	15.3
用于零售的研究方法		7.7		6.8		15.3
零售培训与零售学科		4.2		3.7		
零售学者及期刊研究		0.8				

(一) 主题结构比较

图 1 是根据零售研究的 9 大主题及各主题相关论文所占比例形成的雷达图。可以清晰地看到, 美国排名第一的研究主题是零售管理, 有 87.1% 的论文与此主题相

关,而中国和欧洲排名第一的主题都是零售战略,表现出相近的研究兴趣。美国排名第二的研究主题是零售绩效,而对绩效的研究在中国和欧洲都排在较后的位置。中国排名第二的主题是流通渠道,流通渠道主题在美国排第四、在欧洲排第七;欧美都重视对消费者行为的研究,中国在这方面的研究很少。通过观察可以得到这样一个结论:美国的零售学术研究更倾向于微观零售的研究,主要集中在零售管理、零售绩效、分销渠道等企业经营层面的分析与总结;中国的零售学术研究目前主要集中在宏观零售的层面,主要关注零售战略、零售环境、流通渠道、零售结构等相对理论性的议题;欧洲零售学术研究呼应其鲜明的地区性特征,有其自身的兴趣与视角,相对偏向宏观研究多一点。

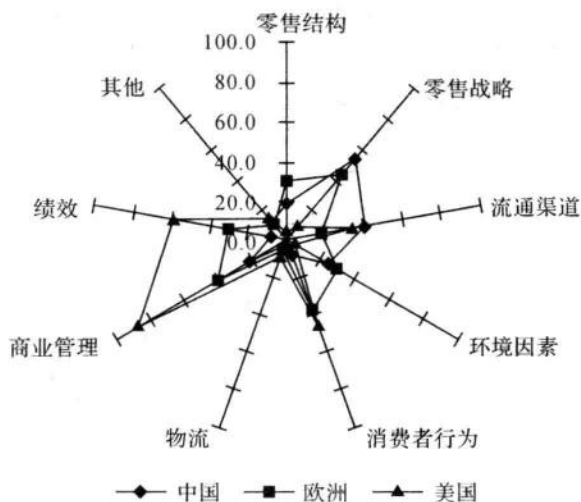


图1 中国、欧洲和美国对零售9大研究主题的比例情况

(二) 研究分支结构比较

1. 零售结构。在此中国和欧洲比较相似,分别有19%和29.8%的论文与此相关,排名分别是第五和第四,并且都涵盖了全部4个研究分支(虽然内部的比例有一些差别);而美国对这方面的研究比较少,只有5.9%的论文与此相关,而且现阶段基本没有论文对零售结构的分类、结构变迁的理论和结构变迁的历史与演进这三个研究分支进行研究,这也从侧面反映出美国对零售结构的研究已比较成熟,近期少有学者关注这方面的议题。

值得注意的是,与欧洲的学者相比,美国与中国的学者对新的零售经营形式如电子商务、特许经营关注不够,论文比例明显偏低。中国学者,特别是商业研究方面的学者对电子零售的研究明显落后于业内的的发展,现实要求研究者更多地依据零售业与电子商务发展的内在逻辑,密切关注技术的变化,为中国的电子零售的发展出谋划策。数据反映的美国在电子商务方面的论文较少,可能与入选期刊的选文范围有关,并不能反映美国学者在这方面研究的真实情况。