



ZHONGGUO LINGSHOU FUWUYE CHENGZHANG YU
CHUANGXIN LILUN YU SHIZHENG

中国零售服务业成长与 创新：理论与实证

汪旭晖◎著



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

辽宁省教育厅高校学术专著出版基金资助
霍英东教育基金会高等院校青年教师基金项目 (131078)
教育部人文社会科学研究一般项目 (12YJA630115)
辽宁省百千万人才工程项目 (2011921055)



ZHONGGUO LINGSHOU FUWUYE CHENGZHANG YU
CHUANGXIN LILUN YU SHIZHENG

中国零售服务业成长与 创新：理论与实证

汪旭晖◎著



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国零售服务业成长与创新: 理论与实证 / 汪旭晖著.
—北京: 北京师范大学出版社, 2013.8
ISBN 978-7-303-16788-3

I. ①中… II. ①汪… III. ①零售业—服务业—研究
—中国 IV. ①F724.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 172859 号

营销中心电话 010-58802181 58805532
北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com>
电子信箱 gaojiao@bnupg.com

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com
北京新街口外大街 19 号
邮政编码: 100875

印 刷: 北京中印联印务有限公司
经 销: 全国新华书店
开 本: 170 mm × 230 mm
印 张: 17.5
字 数: 330 千字
版 次: 2013 年 8 月第 1 版
印 次: 2013 年 8 月第 1 次印刷
定 价: 45.00 元

策划编辑: 戴 轶	责任编辑: 戴 轶
美术编辑: 王齐云	装帧设计: 王齐云
责任校对: 李 菡	责任印制: 孙文凯

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

作者简介

汪旭晖，男，1976年生，东北财经大学工商管理学院教授、博士生导师，管理学博士，清华大学经济管理学院博士后(2005—2007)，南丹麦大学访问学者(国家公派)，教育部新世纪优秀人才，辽宁省百千万人才工程百人层次人选。兼任中国市场学会流通学术委员会副秘书长、中国物流学会常务理事、全国高校贸易经济教学研究会常务理事、中国商业经济学会理事，辽宁省哲学社会科学成果奖评审专家，辽宁省中青年决策咨询专家，《营销科学学报》、《中国零售研究》杂志社编委，大连市青联委员、大连市高校青年教师联盟副主席等。近年来在《管理世界》、《中国工业经济》等核心刊物上公开发表科研论文100余篇；主持和参与国家、省部级课题及政府企业各类规划咨询项目30余项，包括主持国家自然科学基金项目、国家社会科学基金项目、霍英东青年教师基金项目、教育部人文社科项目等；荣获商务部全国商务发展研究成果奖三等奖、中国服务业科技创新奖二等奖、全国商业科技进步奖二等奖、辽宁省哲学社会科学成果奖二等奖、辽宁省自然科学学术成果奖一等奖、新中国成立60年影响中国流通发展与改革优秀人物奖、大连市青年科技奖等学术奖励30余项。

前 言

零售业上接生产、下连消费，是国民经济的重要先导产业。改革开放以来，中国零售业走过了具有跨越性和巨变性的发展历程，无论是在行业规模、发展速度，还是业态创新、现代化水平提升以及对国民经济贡献等方面都发生了深刻变化。特别是近5年来，全国社会消费品零售总额以年均16.3%的速度增长，规模由2008年的10.8万亿元增加到2012年的21万亿元，增长近一倍，销售规模跃居世界第二位。同时，全国零售业从业人数由2008年的4500万增加到现在的6000多万。然而，看似风光的背后，国内实体零售业正遭遇着前所未有的挑战和压力。2012年连锁百强销售额占社会消费品零售总额为9%，比2011年下降2.2个百分点，是2003年以来首次出现比重下降的情况。

事实上，近年来很多不同业态的零售企业均面临严重困境。以超市为例，永辉超市、人人乐、步步高、卜蜂莲花等近30家零售商2012年的中期业绩显示，大部分超市企业利润下滑明显。永辉超市2012年上半年净利润下滑28.75%；管理层动荡不断的卜蜂莲花的净利润下滑超过100%；人人乐更是曝出业绩亏损5788万元。传统百货业更遭遇着利润瓶颈，中国百货商业协会发布的数据显示，81家大中型百货零售企业2012年的销售总额为2282.7亿元，同比仅增长8.92%，利润总额同比下降6.14%。与2006年至2011年百货行业销售收入年平均16.5%的增长率相比，下降势头明显。2012年，很多百货企业涉足购物中心甚至商业地产，从租户向业主转型，意在通过资产升值弥补百货业利润不足，但是收效并不明显。应该说，零售业靠规模扩张的粗放式增长模式已经终结。企业核心竞争力缺失、成本上涨、电商冲击、消费疲软等都是造成实体零售业业绩下滑的重要原因。

新形势下中国零售企业如何有效突围，已经成为当前亟待研究的前沿课题。在复杂多变的竞争环境下，零售企业实现竞争优势的唯一砝码便是创新，创新是发展之基、生存之本、成功之源。本书在对中国零售业 30 多年变迁与成长历程分析的基础上，构建起零售创新的动态系统模型，并对城市零售企业自主创新、农村零售业创新、零售企业跨区域发展过程中的专业技能创新、电子商务环境下的多渠道模式创新等前沿问题进行探讨，试图对我国零售服务业的成长提供新的思路。

本书是霍英东教育基金会高等院校青年教师基金项目（131078）、教育部人文社会科学研究一般项目（12YJA630115）、辽宁省百千万人才工程项目（2011921055）的阶段性成果。适合高校经济管理类专业的本科生、研究生（含 MBA、EMBA 及博士生），商业经济领域的专家学者和理论工作者，商业企业各级管理者以及政府商业主管部门的人士阅读。由于水平有限，加之中国零售业发展变化非常迅猛，书中难免存在不足之处，敬请各位读者不吝批评指正，并持续关注零售业这个与我们生活息息相关、古老而又现代的行业，见证新时期中国零售业的新革命。

汪旭晖

2013 年 7 月 7 日

目 录

第 1 章 中国零售服务业的变迁与成长	(1)
1.1 零售业变迁与成长的分析范式	(1)
1.2 从政府规制看中国零售业的变迁与成长	(3)
1.3 从市场结构看中国零售业的变迁与成长	(6)
1.4 从市场行为看中国零售业的变迁与成长	(11)
1.5 从市场绩效看中国零售业的变迁与成长	(13)
1.6 中国零售业未来发展趋势	(15)
1.7 结论与政策建议	(17)
第 2 章 零售服务业创新的动态系统：一个理论模型	(21)
2.1 零售服务业创新动态系统的构架	(21)
2.2 零售服务业创新动态系统的运行机制	(41)
第 3 章 中国城市零售服务业的自主创新	(50)
3.1 城市零售企业自主创新影响因素	(51)
3.2 零售企业创新活动对自主创新能力及市场绩效的影响研究	(62)
3.3 现代商业街的创新设计	(72)
第 4 章 中国农村零售服务业的成长性评价及创新路径	(84)
4.1 农村零售业的发展历程	(85)
4.2 农村零售业成长性评价	(88)
4.3 农村零售业创新路径	(94)

第5章 零售国际化过程中的专业技能转移和创新	(117)
5.1 零售专业技能跨国转移机制的理论研究框架	(118)
5.2 零售专业技能跨国转移机制的案例分析	(141)
5.3 零售专业技能本土化的实证检验	(176)
第6章 电子商务环境下的多渠道零售策略	(193)
6.1 电子商务环境下的多渠道零售	(193)
6.2 多渠道零售的困境	(197)
6.3 多渠道零售的协同策略	(203)
6.4 多渠道零售的案例分析	(208)
6.5 多渠道零售的实证检验	(227)
第7章 零售业创新实例解析	(241)
7.1 营销创新	(241)
7.2 物流创新	(246)
7.3 业态创新	(248)
7.4 管理创新	(252)
参考文献	(257)

第1章

中国零售服务业的变迁与成长

中国实行改革开放政策以来,零售服务业发展实现了历史性跨越。1978—2011年的30多年里,社会消费品零售总额增长116倍,年均增长率高达15.5%。探析中国零售业30多年来的变迁与成长历程,对准确把握中国零售服务业发展的基本规律和存在的问题,进一步推进零售服务业的成长与创新都具有重要的理论与现实意义。

1.1 零售业变迁与成长的分析范式

零售业的变迁与成长实际上是零售业发展演变的轨迹,是单个产业经历其生命周期的一种过程,是从弱小到强大、从不成熟到成熟的表征。它内在地表现为零售业规模的扩大、零售技术的进步和零售产业组织的演进。面对复杂的零售业变迁与成长问题,本书借助产业组织理论中“结构—行为—绩效”(SCP)的分析范式,通过引入政府规制(Regulation)因素,对传统SCP分析框架进行拓展,构造“规制—结构—行为—绩效”的RSCP分析框架(拓展SCP范式),以期更加全面地考察我国零售业的变迁成长历程。

SCP范式(market Structure-Conduct-Performance paradigm)是产业组织理论的主流学派——哈佛学派的核心理论体系。该体系构建出了市场结构(Structure)—市场行为(Conduct)—市场绩效(Performance)的分析框架(Bain, 1968)。市场结构是指市场或产业结构涉及影响竞争过程性质的那些市场属性,包括行业的市场集中度、产品差异化程度、新进者进入市场壁垒、固定成本高低、需求成长幅度等。市场行为是指企业在充分考虑市场的供求条件和其他企业的关系基础

上采取的各种决策行为，包括产品定价行为和产品决策、广告策略、排挤竞争对手等非价格行为、投资扩张、并购重组等策略。市场绩效是指在一定的市场结构和市场行为条件下，市场运行的最终经济结果，评价指标主要有资源配置效率、利润率水平、销售费用规模、技术进步水平、产品质量水准等(芮明杰，2005)。从市场结构、市场行为、市场绩效三要素着手探讨产业经济的相关议题，已经成为现代产业经济学的研究重点(Scherer and Ross, 1990; Martin, 1994; Church and Ware, 2000)。

近年来，一些学者，如王俊(2005)，刘根荣(2003)，李想和余敬(2003)等已经开始尝试运用 SCP 范式对零售行业进行研究，取得了有价值的成果，但是这些研究也存在着一定的局限性，即割裂了非完全竞争市场的政府规制对市场结构、市场行为及市场绩效的直接影响。SCP 范式的基本含义在于市场结构决定企业市场中的行为，企业行为又决定了市场运行的经济绩效，而结构和行为二者都是由产业基本需求情况和技术条件决定的。但是在非完全竞争行业，行业垄断性程度越高，市场结构越成为一个由政府规制决定的外生变量，垄断企业的低效率也无法通过调整市场结构来改变，只能通过产业规制直接作用于企业行为。从另一方面看，在一些垄断性程度较高的行业中，出于增进社会福利的考虑，政府反而希望创造一种竞争性的市场结构，但是由于进入壁垒较高，新进入者和原在位企业之间的竞争是不对等的，竞争性的市场结构也无法通过市场机制自身达到，因此也只能借助于政府规制。所以在非完全竞争市场，政府规制比产业基本需求和技术条件更能够决定市场结构和企业行为。

而零售业并非像人们传统认识的属于完全竞争性行业，店址资源的垄断性、不同业态的存在，以及零售商与厂商、批发商等上游企业的垂直交易关系都使零售业表现出不完全竞争的特点(荆林波，2006；夏春玉，2003)。尤其是伴随着零售业对外开放程度的提高，一些外资大型零售企业在中国市场的垄断格局逐渐形成，以大型综合超市业态为例，外资零售企业占据了绝对优势，在最早进行开放试点的厦门、大连、上海、天津和北京等城市，外资大型超市所占当地市场的份额已分别达 97.3%、43.4%、39.2%、35.3% 和 28.0%。再比如，在家电零售领域，已经逐渐形成了国美电器、苏宁电器双寡头竞争的局面。在广州，国美电器市场份额长期超过 60%，苏宁电器约为 30%；在上海，国美电器在 2006 年兼并永乐电器之后，市场占有率高达 66.4%，两巨头总共攫取总额的 92.8%；在北京，收购大中之后的国美也拥有将近 70% 的市场，苏宁则超过 25%。两家企业至少在最重要的市场上已经达到了高度垄断的程度。以上都说明了零售市场并不是一个充分竞争的市场，零售行业本质上至少应属于垄断竞争行业。对于非完全竞争行业，政府的规制政策是决定产业组织状况的核心要素，通过规制可以直

接控制产业的市场结构，决定企业的行为，进而影响市场绩效。所以本书将传统 SCP 范式和规制理论有机融合，在传统 SCP 范式基础上引入政府规制 (Regulation) 因素，构造了“规制—结构—行为—绩效”的 RSCP 分析框架。拓展 SCP 范式中政府规制、市场结构、企业行为和市场绩效的关系，如图 1-1 所示。首先，政府规制对市场结构和企业行为具有塑造作用，政府可以通过规制塑造一种竞争性的市场结构，防止寡头垄断或垄断竞争的负面影响；也可以通过规制直接影响企业价格、竞争、投资等方面的决策行为，间接达到预期的市场绩效。其次，市场结构与企业行为相互作用，市场结构影响企业的行为，企业又通过自己的行为改变着市场结构。再次，企业行为决定市场绩效，同时市场绩效为企业提供信息反馈，是企业行为调整的依据。最后，企业行为和市场绩效都会对规制政策形成反馈，促进政府规制政策的优化调整。本书将以拓展的 SCP 范式，全面考察我国零售业的成长变迁历程。

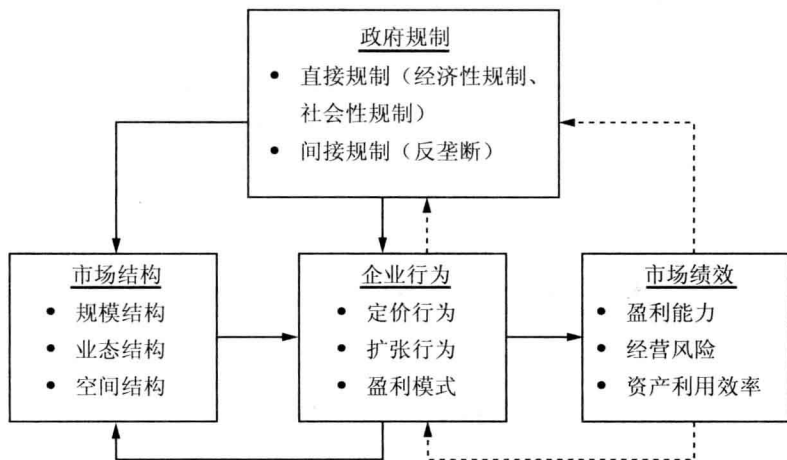


图 1-1 零售业的拓展 SCP 分析框架

1.2 从政府规制看中国零售业的变迁与成长

所谓政府规制，是由行政机构制定并执行的干预市场配置机制或间接改变企业、消费者的供需决策的一般规则和特殊行为。政府规制的目标是克服市场失灵，促进经济效率和社会福利的最大化，主要包括以经济性规制、社会性规制为

主要内容的直接规制和以反垄断政策为核心的间接规制(植草益, 1992)。^① 由于我国经济和政治体制的特点, 不同程度、不同类型的政府规制广泛存在于我国零售领域。自 1978 年中国改革开放以来, 零售政策主要是围绕建立社会主义市场经济的流通体制展开的, 对促进零售业的变迁起着十分重要的作用。整体而言, 中国零售业的变迁成长可以分为四个阶段, 在不同阶段零售规制政策起着不同的作用。

1.2.1 零售业起步阶段(1978—1991 年)

受长期计划经济体制的影响, 我国零售业几乎与西方世界隔绝, 游离于世界零售革命之外, 直到 20 世纪 90 年代以前, 中国零售业发展没有本质上的变化。所以, 我们将 1978—1991 年长达 14 年之久的时期统称为“零售业起步阶段”。在改革开放初期, 我国零售业依然是由国有、集体经济垄断经营。直到 1984 年, 十二届三中全会要求建立以公有制为主体, 多种经济共同发展的经济体制, 我国零售业才开始出现了一些实质性变革, 开始对小型国有零售企业实行承包、租赁经营, 对个体和私营企业加大扶持力度。在此阶段, 外商在国内开办独资或合资零售企业都是被明令禁止的。所以在这一时期零售规制政策的主要目的在于整顿国营零售商业, 政策性质主要是有限的直接规制, 而且仅仅限于一些经济性规制政策, 如《国营工业品零售企业管理条例》(1982)、《城镇集体商业企业财务管理试行办法》(1990)、《国营商业、供销合作社零售企业专柜联销管理试行办法》(1991)等对国有零售商业企业经营行为直接控制的行政规章。但是整体而言, 这一阶段零售业规制政策并不多。

1.2.2 零售业初步发展阶段(1992—2001 年)

这一阶段的起点是 1992 年 7 月国务院批准北京、上海、天津、广州、大连、青岛 6 个城市和深圳、珠海、汕头、厦门、海南 5 个经济特区为零售业对外开放的首批试点城市, 从此拉开了零售业对外开放的帷幕。在这一阶段近十年时间

^① 关于政府规制的分类, 国内外学者有着不同的观点。本书借鉴日本研究规制问题的著名专家植草益的观点, 将政府规制分为直接规制与间接规制两类。直接规制具有直接干预经济主体决策意志的特征, 又可进一步分成经济性规制与社会性规制。所谓经济性规制主要是政府通过政策手段对企业的进入、退出、价格、服务的质量和数量、投资、财务会计等经济性活动加以规制; 社会性规制则主要是政府对非经济性活动的规制, 以保护国民健康、卫生和安全, 防止公害和保护环境为目的。而间接规制不直接干预经济主体的决策意志, 其目标是通过制定有关法律限制垄断行为、不公平竞争和不公平交易行为, 具体手段是通过反垄断法、民法等形式进行规制。

里,中国零售业处于初步发展阶段。零售规制仍然以直接规制中的经济性规制为主,如《关于商业零售领域利用外资问题的批复》(1992);《关于商品和服务实行明码标价的规定》(1994);《城市商业网点建设管理规定》(1995);《租赁柜台经营活动管理办法》(1996);《欺诈消费者行为处罚办法》(1996);《企业连锁经营有关财务管理问题的暂行规定》(1997);《外商投资商业企业试点办法》(1999)等。但是这一时期的某些零售规制政策开始具有一定的社会性规制属性,如《城市商业网点建设管理规定》明确提出商业网点的规划建设要“合理布局,有利生产,易于销售,方便生活,改善购物环境”,“坚持经济效益和社会效益的统一,坚持为民、便民、利民原则”,这标志着政府当局开始注意协调零售业经营所带来的外部性问题。此外这一阶段还出现了间接性规制的政策——《中华人民共和国反不正当竞争法》(1993),但是主要是对企业的不正当竞争行为进行规制,并没有触及反垄断问题。

入世之前,由于不受WTO规则的限制,我国政府对零售业的规制主要是使其更具有“可竞争性”,提倡基于市场竞争的企业集中过程,在兼顾企业的经营效率的同时提高消费者剩余并对外资零售企业加以适当引导。这一时期政府对零售业的规制主要表现在对零售业态和对外商投资零售企业的规制等方面,如1998年6月颁布的《零售业态分类规范意见》(试行),和1999年6月发布的《外商投资商业试点办法》等。

1.2.3 零售业全面开放过渡阶段(2002—2004年)

2001年11月,我国加入WTO,迎来了零售业发展新的里程碑。这一时期,外资零售企业进军中国市场的步伐加快,中国零售领域的竞争异常激烈,城市商业网点建设中存在的布局不合理、结构比例失调、业态功能雷同等现象比较严重。商务部及对外开放度较高的各大城市的政府主管部门出台的管制政策主要是关于国有零售企业的大重组、对违规外资零售企业进行清理和处罚以及对商业网点进行规划三个方面。对此政府主要出台了一系列旨在规制外资零售业和城市商业网点建设的政策,以引导零售业的健康发展。如《外商投资商业企业试点办法》(2002);《关于加强城市商业网点规划工作的通知》(2003);《外商投资商业领域管理办法》(2004)。此外,在这一时期,《连锁超级市场、便利店管理通用要求——门店管理规范》(2004);《零售业态分类国家标准》(2004),《零售商品称重计量监督管理办法》(2004)等经济性规制政策对于进一步促进零售业发展也起到了积极作用。总体来看,在这一阶段,零售业直接规制政策(包括经济性规制与社会性规制)越来越完善。

1.2.4 零售业全面开放阶段(2005 年至今)

2004 年年末,中国零售业入世过渡期结束,兑现中国对零售市场全面对外开放的承诺,零售领域实行全面开放。零售市场的竞争越发激烈,大型零售企业的渠道势力和垄断地位日益增强,同业恶性竞争、零供矛盾和冲突等问题突出。为促进零售商业和谐健康发展,零售规制政策在这一时期也更加多样,政策性质涵盖了直接规制(经济性规制、社会性规制)以及间接规制(反垄断规制)。后 WTO 时代,政府规制政策与时俱进,力求与国际法律、法规接轨,进一步规范市场竞争的法律、法规体系代表性政策包括《零售业同业损害评估方法》(2005);《直销管理条例》(2005);《整治商业零售企业恶意占压、骗取供应商货款欺诈骗行为专项行动工作实施方案》(2006);《零售商供应商公平交易管理办法》(2006);《零售商促销行为管理办法》(2006)等。此外,2008 年 8 月 1 日实施的中国《反垄断法》以及即将推出的《城市商业网点条例》这些间接规制政策,都将进一步规范我国零售市场的发展。

1.3 从市场结构看中国零售业的变迁与成长

零售业市场结构可以通过规模结构、业态结构、空间结构加以衡量。

1.3.1 规模结构

判断行业的规模结构通常采用市场集中度指标。市场集中度可以反映出行业内垄断及竞争状况,通常以 CR4(即行业内前四位企业的市场占有率总和)或 CR8(即行业内前八位企业的市场占有率总和)两项数据来计算市场集中度的高低。关于行业集中度的分类,国际上比较通行的方法是“贝恩分类法”,即:如果行业集中度 $CR4 < 30\%$ 或 $CR8 < 40\%$,则该行业为竞争型;如果 $CR4 \geq 30\%$ 或 $CR8 \geq 40\%$,则该行业为寡头垄断型。

自 1978 年改革开放以来,在零售业发展的不同历史时期,市场集中度呈现显著的变化趋势。1978—1991 年,零售业的市场集中度还是非常低的,从全国市场看,这一时期各年度零售市场 CR4 最高值不足 0.5%,即使经济很发达的城市如北京、上海,零售市场 CR4 最高也没有超过 4%。所以这一时期的零售市场可谓充分竞争市场。但是自从 1992 年零售业对外开放以来,零售市场的集中度增长迅速,1992—2001 年 CR4 年均增长 15.7%。而在中国加入 WTO 以后,零售业的 CR4 增长更快,2002—2009 年间 CR4 年均增幅超过 25%。零售市场迅速集中的趋势在经济总量相对较大的城市和诸多新兴业态中表现得更为明显。从区

域零售业集中度看,我们以上海、北京、天津、重庆、沈阳、南京、杭州、武汉、广州、深圳这10个GDP超过2 000亿元人民币的大城市为例。2006年10个城市中上海、北京、武汉、南京、深圳5个城市的CR4都已经超过30%,上海的零售业CR4甚至接近40%的水平。按照贝恩分类法,CR4 $\geq$ 30%为寡占型行业的标准,我国一些区域零售市场的集中度已经很高,这些区域的零售市场已经不再是完全竞争市场。从零售业集中度看,超市、家电专业店等新兴业态的市场集中度已经非常高。我们以全国市场为背景,分别以连锁超市和百货店中前四家最大零售商的销售额占整个业态总销售额的比重计算CR4,结果如表1-1所示。可见2001—2009年间,超市业态的集中度虽有波动,但是CR4都超过了30%,2006年以后基本都超过了40%,说明超市业态垄断竞争的局面已经形成。而百货店业态的集中度在2001—2004年间持续上升,2001年百货店CR4为20.32%,2004年达到40.69%的最高值,按照这时的标准,百货店业态也形成了寡占局面,但是2005年以后百货店CR4有所回落。

表 1-1 连锁超市与百货店的业态集中度

单位: %

年份	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
超市 CR4	32.71	38.32	35.25	34.16	37.28	41.90	47.16	39.74	41.30
百货店 CR4	20.32	23.47	37.92	40.69	39.63	26.80	24.05	29.02	29.45

综上所述,我国零售市场已不再是完全竞争市场,在一些地区,一些零售业态上表现出明显的垄断竞争或寡头垄断态势,这和近年来众多外资零售企业在中国市场疯狂扩张以及中国零售领域涌现出许多跨区域甚至全国性的大型零售企业有关,同时也与政府鼓励外资进入、对本土大型零售企业进行扶持的政策有关。

1.3.2 业态结构

由于我国零售业的市场集中度较高,各业态的法人企业数量并不能很好地反映业态结构,所以本书主要采用连锁零售商业门店的业态构成以及连锁零售商业销售额的业态构成两个指标来衡量我国的业态结构。

1978—1991年,中国零售业态处于以大型百货店为主体的单一业态阶段。20世纪80年代中后期,百货店进入快速发展时期。这一时期,大型百货店效益普遍良好,因而成为投资的热点。一方面,老企业纷纷投资扩建改造,扩大营业面积,豪华装修店面;另一方面,社会各部门竞相投资,兴建豪华高档的商厦,出现了一股“大商场热”。仅从1986年到1990年,我国新建的大型百货商场就相当于前35年建设的总和。大型百货商场由16.4万家发展到17.4万家;人员由109.2万人增加到212万人(李飞等,2006)。

从1992年,尤其是1996年开始,中国爆发了一场综合性的商业革命,仅仅三五年的时间,中国零售业态已由单一的百货店发展为以百货店、超市、专业店、专卖店、便利店为主的多业态并存格局。五种主要业态的门店数量长期占据国内连锁零售商业门店总数的95%以上,其销售额占中国连锁零售商业销售总额的比重也是如此。在五种主要的业态中,种类繁多、经营灵活的各类专业店曾经一度占据国内连锁零售业的半壁江山,即便历经专卖店、便利店的崛起以及外资超市的大举入侵,其门店数量仍然长期稳居零售商业门店总数的40%以上。特别是在零售业整体发展不景气的宏观背景下,尽管与其他业态相比专业店的门店增速有所放缓,但是其销售额依然保持了强劲的增长,绩效表现远远优于其他业态。鉴于数据的可得性与分析的便利性,本书未对超市与大型超市加以区分,将二者统称为超市。超市业态在连锁零售业的比重一直呈现稳中有升的态势,但是近几年由于外资超市出现了严重的水土不服现象,整体上拉低了超市在中国连锁零售业中的地位。昔日主力业态——百货店的增速已经严重放缓,但其对于零售业的贡献依然不容小觑,仍然是大型连锁零售企业的主要经营方式。专卖店自2006年开始正式进入高速发展期,无论是门店总数还是销售额都呈现高速增长态势。但是由于成本的上升以及消费者需求的多元化,专卖店的销售额在经过短暂增长之后迅速凋零。受我国居民的生活方式以及消费习惯所限,便利店在我国的发展一直乏善可陈,是几大业态中唯一一个发展多年、却并没有出现几个像样的大型连锁公司的行业(见图1-2、图1-3)。

随着互联网的兴起,网上零售作为一种新兴的零售业态开始参与到零售业的竞争当中。中国网络购物自2003年之后开始进入高速发展期,无论是绝对交易额还是占社会消费品交易总额的比重节节上升,也诞生了诸如天猫、淘宝、京东商城、当当等一批具有强大实力和影响力的网络零售商。网络零售的兴起不仅为传统零售商开辟了第二战场,也为未来中国零售市场的业态结构变革带来诸多变数(见表1-2)。

表 1-2 中国网络购物市场交易规模

年份	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
市场交易规模(亿元)	39.1	80.9	193.1	263.1	560.2	1 281.8	2 630.0	4 610.0	7 735.6
占社会消费品零售总额的比重(%)	0.07	0.14	0.28	0.33	0.60	1.12	1.98	2.94	4.21

资料来源:根据网络资料整理。

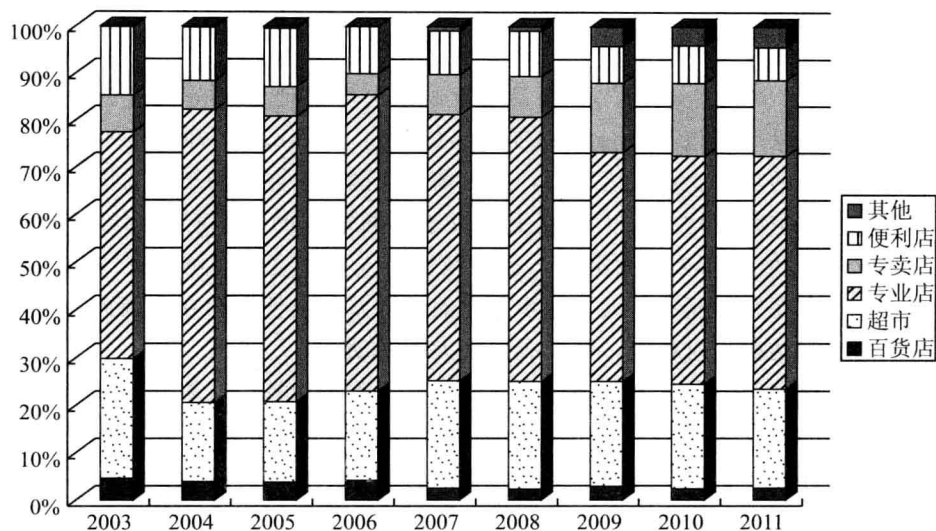


图 1-2 2003—2011 年限额以上连锁零售商业门店的业态构成

资料来源：《中国零售和餐饮连锁企业统计年鉴》，精讯数据。

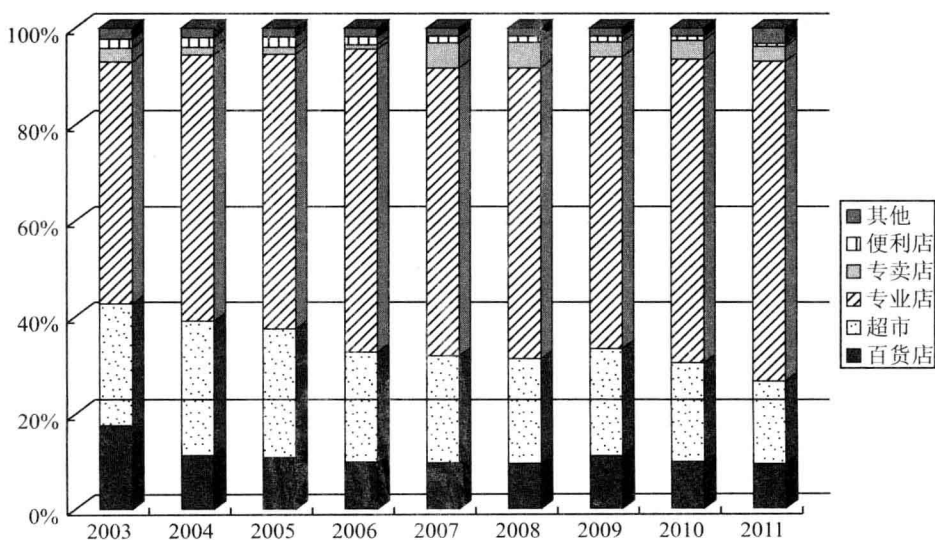


图 1-3 2003—2011 年限额以上连锁零售商业销售额的业态构成

资料来源：同上。