

国际零售业态多样化与我国零售业态的战略调整

杨伟文,赵明

(中南大学商学院,湖南长沙 410083)

摘要:业态多样化是零售业迅猛发展的必然结果。从十九世纪中叶开始,国际零售业经历了从单一的百货商店向多样化业态发展的历程。在此进程中,人均国民生产总值、基尼系数和市场发育程度成为影响国际零售业态多样化发展的主要因素。我国零售业态的变革过程存在着业态结构不合理、缺乏科学的模式指导和尚未充分发挥各业态优势等三个方面的问题。针对这些不足,政府和零售企业应共同努力,完善零售市场环境,提升我国零售业的竞争力。

关键词:零售业态;基尼系数;零售企业竞争力

中图分类号:F713.32

文献标识码:A

文章编号:1672-3104(2005)01-0052-05

一、国际零售业态多样化的历史沿革及成因分析

(一) 国际零售业态的发展历程

零售业是一国经济的重要组成部分,其发展趋势反映了一个国家的总体经济走向。自 18 世纪百货商店产生以来,国际零售业相继出现了折扣店、仓储店、便利店、专卖店、超市和购物中心等多种新业态,呈现出零售业态多样化的局面,基本上形成了以百货公司和超市这两种业态为骨干的多层次、多形式、多功能的适合不同消费群体需求的零售经营体系。

激烈的市场竞争和长期的实践,使得零售业日益成熟,多种零售业态的竞争、融合与发展已成为 21 世纪零售业最显著的特征。目前发达国家的零售业主要有以下四种类型:一是以配送中心为基础的大型连锁超市,主要是通过配送中心辐射一批超市形成的区域化经营网络。二是以大型超市为核心,在城乡结合部或高速公路边的连接众多专卖店的规模化购物中心。三是以大型百货商店为主,包括餐饮、娱乐、住宿等为一体的综合性商场,这是大中城市主要的一种零售业态。四是以中小型超市、便民店、折扣店、专卖店等形成的零售经营网络。据统计,全球零售行业百强企业中大多经营两到三种业态,有的企业甚至在五种业态中同时开展业务。

任何一个国家的零售业态都不是一成不变的,各种零售业态都有其产生和衰亡的自然过程。零售业发展的历史显示,某种零售业态在一定历史时期出现后,一般要经历创新、发展、成熟和衰退四个阶段。各种零售业态的生命周期从美国零售业的发展情况中可见一斑。美国零售业演变表中数据显示,各种零售业态都有其自身的发展规律,各业态并非同时出现,同步发展的。

表 1 美国零售业演变历程(单位:年)

零售业态	发展最快时期	发展成熟所需年数	目前所处阶段	代表性公司
百货商店	1860 ~ 1940	80	成熟	马歇尔·费尔兹公司
综合商店	1870 ~ 1930	50	衰退	摩根·林赛公司
折扣商店	1955 ~ 1975	20	成熟	凯·玛特公司
超级市场	1935 ~ 1965	35	成熟/衰退	大西洋及太平洋公司
购物中心	1950 ~ 1965	40	成熟	帕拉莫斯公司
合作商店	1930 ~ 1950	40	成熟	阿斯五金公司
加油站	1930 ~ 1950	45	成熟	得克萨考公司
方便商店	1965 ~ 1975	20	成熟	7-11 便利店
快餐店	1960 ~ 1975	15	成长后期	索尔斯公司
仓储零售商店	1970 ~ 1980	10	成熟	勒维兹公司

资料来源:《市场营销管理》,科学技术文献出版社,1991 年 1 月版, P883

(二) 零售业态多样化成因的理论分析

零售业态多样化是零售业技术不断变革以适应消费者需求的必然结果。在影响消费者需求的众多

因素中,产品的价格与服务对消费者的选择起了至关重要的作用。我们不妨以这两个要素为内生变量,并借助生产可能性曲线和消费者效用曲线来解释零售业态的多样化^[1]。

如图1所示, P_1 、 P_2 、 P_3 、 P_4 表示4条不同的消费者效用曲线。离原点越远的曲线所表示消费者能获得更大的效用。 L_1 、 L_2 则表示两条不同的生产可能性曲线。曲线 L_2 表示在更高的生产技术水平下能为消费者提供比曲线 L_1 所代表的生产水平下更优的价格和服务。消费者效用曲线与生产可能性曲线的切点即为在既定的生产水平上能使消费者获得最大效用的零售业态。一种新零售经营形式能否作为一种业态存在和发展,取与它能否在技术上取得实质性的进步,从而给消费者带来更大的效用和实际利益。用经济学语言表达,即新业态通过技术的创新,使生产可能性曲线边界向外推移,使之与更高水平的消费者效用曲线相切,零售业态的变革从而得以实现。

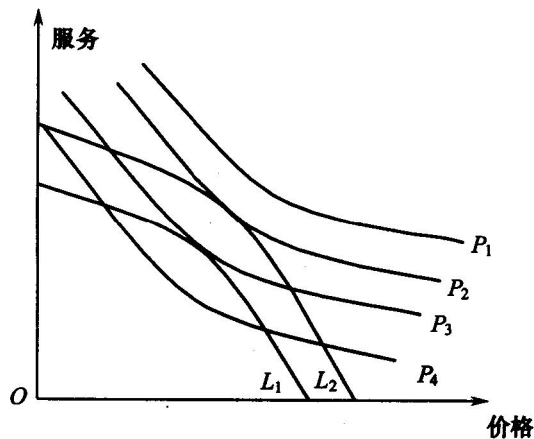


图1 零售业态的决定

随着经济的发展和科学技术的进步,消费者需求的差异化程度日益加大。由于不同的消费群体对零售业的价格和服务水平有明显差异,我们宜将消费者划分为不同的群体来研究他们的选择。图2中的两条消费者偏好曲线 P_1 、 P_2 代表两个不同群体的消费者对零售业产品价格与服务不同偏好。由于不同的人群可能有不同的等效用曲线,因而在同一条生产可能性边界线 L 上,也就存在着不同的切点,每一个切点都表示在既定生产水平上某个消费群体所能获得的最大效用。由于每一个切点都代表着一种零售服务与价格策略组合,也即一种零售业态,在

有多条等效用线的情况下,满足优势条件的业态就不只是一种,而是有若干种,零售业态多样化因此得到了较好的解释。

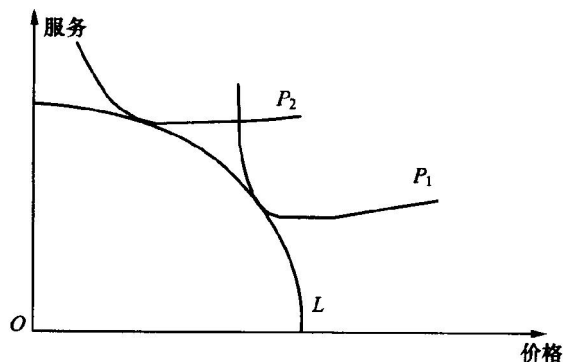


图2 多样化零售业态的形成

(三) 影响国际零售业态多样化发展的因素

零售业态的发展必须与其它经济要素相适应。每一种零售业态从出现、发展、成熟到衰退都与经济环境息息相关。在影响零售业态的选择和发展的诸多因素中人均国民收入、基尼系数和市场发育程度三个方面的作用尤为突出^[2]。

1. 人均国民生产总值

国民生产总值是指一国或地区在一定时期内所生产的最终产品和劳务的价值总和。它是衡量一个国家经济实力与购买力的重要指标。从国民生产总值的增长幅度可以了解一个国家经济发展的状况和速度。人均国民生产总值是指国民生产总值与人口的比率。这个指标大体反映了一个国家人民生活水平的高低,也在一定程度上决定商品需求的构成。一般来说,人均收入增长,居民对消费品的需求和购买力就大,反之就小。

人均国民生产总值低于1 000美元是传统百货主导期,高于1 000美元是精品百货主导期。从发达国家和地区的经验来看,一个国家人均国民收入为300-600美元时,连锁商业就会开始发展,人均国民收入为1 000-2 000美元时大规模国际化的连锁企业就会出现。在人均国民生产总值达到3 500-4 000美元时,各类专业店、大型购物中心、折扣店等业态开始大量填补现代超市业态和传统百货业态交错留下的市场空间,但大卖场和现代百货的大规模连锁化成熟发展期则是在人均国民收入达到6 000美元以上才足以找到赢利空间的。

2. 基尼系数

基尼系数是衡量一个国家贫富差距的标准。基

尼系数越大,则国民收入分配越不平等,居民收入差距越大。在基尼系数较大的国家,由于少数人掌握了大量的财富,各种奢侈品及昂贵的服务有较大需求,各类零售业态因而发展迅速。而在基尼系数较小的国家,由于贫富差距不大,物美价廉的大型购物中心和连锁超市则受到广大消费者的青睐。

3. 市场发育程度

市场发育程度主要指市场信息是否完全,市场秩序是否公正及市场对资源分配的效率等等。从国际零售业态的进程来看,大型连锁超市和购物中心往往是在较为发达的市场基础上发展起来的。在市场发育的初期,传统百货商店和各种小型零售商店是零售业态的主体,但随着市场发育的不断完善,以连锁超市为主的多种零售业态开始逐步取代旧态。

二、我国多种零售业态的发展现状及问题分析

(一) 我国零售业态的发展现状

改革开放以后,我国的零售业发展迅速,零售业规模与销售额都有大幅度增长,零售业态逐渐呈现出多样化趋势。以下是我国 1995 年至 2000 年零售业经营发展情况及我国主要超市的发展规模:

表 2 1995—2000 年我国零售业经营发展情况

年份	连锁企业数/个	增长速度/%	店铺数/个	增长速度/%	销售额/亿元	增长速度/%	占社会商品零售额比例/%
1995	400	166.7	6 000	140	80	166.7	0.38
1996	700	75	10 000	66.7	300	275	1.21
1997	1 000	42.9	15 000	50	420	40	1.54
1998	1 150	15	21 000	40	1 000	138.1	3.43
1999	1 800	56.5	26 000	23.8	1 500	50	4.82
2000	2 100	16.7	32 000	23.1	2 200	46.7	6.5

资料来源:《中国连锁经营年鉴》

表 3 我国主要超市发展规模情况

年份	连锁企业数/个	增长速度/%	店铺数/个	增长速度/%	销售额/亿元	增长速度/%	占社会商品零售额比例/%
1995	400	166.7	6 000	140	80	166.7	0.38
1996	700	75	10 000	66.7	300	275	1.21
1997	1 000	42.9	15 000	50	420	40	1.54
1998	1 150	15	21 000	40	1 000	138.1	3.43
1999	1 800	56.5	26 000	23.8	1 500	50	4.82
2000	2 100	16.7	32 000	23.1	2 200	46.7	6.5

资料来源:《中国连锁经营年鉴》

我国的零售业在经历由单一业态向多种业态变革的过程中呈现出以下特色^[3]:

其一,传统的百货商店日趋成熟,主导地位动摇。20 世纪 80 年代,百货业态在我国零售领域中显现了一花独秀的地位,到 20 世纪 90 年代初,百货业占领了市场 80 % 以上的份额。近年来,大型百货商场在继续向大型化、豪华化方向发展的同时,更加强调综合化和多功能化并在硬件建设和服务质量方面做出了进一步的努力,在立足百货商场基本经营方式的基础上融合了多种业态,逐步向现代化百货商场过渡。然而随着我国经济的飞速发展,中国大型百货业增长自 1996 年普遍减缓,效益迅速滑坡,市场份额日益缩小,多种零售业态的竞争日趋激烈,百货商店独占鳌头的现象不复存在。

其二,连锁超市迅速崛起。在传统的百货商店陷入困境之时,各大连锁超市如雨后春笋般涌现。连锁超市以及优质、廉价和便利的特点赢得了大批消费者。20 世纪 90 年代中期,很多商场对食品、日杂品开始了超市经营,此后,超市经营所涵盖的商品种类日益广泛,销售额和销售利润不断上升。

其三,多种业态争奇斗艳。从二十世纪九十年代中期开始,中国零售业在不到十年的时间里相继引进了连锁店、仓储店、超市、折扣店以及包括购物中心、专卖店等西方国家一个世纪以来出现过的大部分零售业态,抢占了盛极一时的百货业的地位,出现了业态纷争的局面。

(二) 国零售业态变革中出现的问题及其原因

1. 现阶段我国零售业态发展的主要问题

第一,业态结构不合理。我国零售业起步较晚,国内目前零售业 50 强中,百货商店仍占到 60 %,且零售商业中绝大多数企业都是单体经营,它们占到我国商业企业的 85 % 左右。虽然我国的大型百货商店已处于成熟期,但由于存在布局不合理,机构失调的问题,大多经营惨淡^[4]。与此同时,我国的连锁店、超级市场、购物中心等正处于创新期,经验欠缺,尤其是在多种业态的组合运用更是如此。此外,城市大型商场超常规发展,传统商业中心重复建设,而农村新型业态发展滞后,网点数量不多,规模普遍偏小,超级市场的规模优势和低价特征难以体现。

第二,业态变革缺乏科学的模式指导。我国零售企业的变革多半是模仿国外已有的发展模式,业态变革自主创新较少,尚未形成完全符合我国国情的发展模式。这一点主要表现在三个方面:其一,部

分企业片面追求发展规模和发展速度,不顾企业自身的实力和消费者的真实需求,最终导致管理空心化,缺乏市场竞争力。其二,业态变革片面跟风,盲目发展多种业态。许多地方政府及企业未能真正了解业态多样化趋势的内涵及各种业态的生命周期及适用性,一味追求多种业态共同发展。其三,零售业经营方式单一。目前连锁经营方式逐渐在零售业中广泛采用,但大部分企业并没有真正建立起自己的竞争优势,创造出独特的经营和管理流程。总体来说,目前我国零售业还缺乏现代的管理模式和手段,企业也缺乏差别化的运作方式。

第三,各业态优势难以充分发挥。我国的零售业正值转轨时期,各业态的发展还很不平衡,难以发挥在经营管理、价格、服务和消费者忠诚等层面上的优势。首先,我国的百货公司管理模式落后,没有很好地融合各种业态的长处,店面往往过于集中,信誉有不断下降的趋势,部分百货商店为走出瓶颈又进入片面追求面积和装潢的误区,却没有从实质上满足消费者的需求;其次,我国绝大多数的超市尚未发展到实现规模经济的阶段,无法达到国际大型超市的盈利水平,很多连锁超市连而不锁,只是零星分布在各城市,没有统一、科学的战略模式;最后,其它业态发展很不充分,大多缺乏规范的管理和长足的发展,一些新兴的业态如仓储店、专卖店等零售业态在许多小城镇及农村还很少见。

2. 原因剖析

现阶段制约我国多种零售业态发展的因素主要来自以下三个方面:

第一,国际零售企业大举进攻国内市场,为我国零售业的发展带来了严峻的挑战。近年来,外商跨国集团加快了投资我国零售企业的步伐。以美国沃尔玛为例,到2001年底,在我国共开设了19家店,平均每个店年销售额约为3亿元人民币,平均毛利率为21.2%,大大超过国内零售企业的平均水平。国际零售企业凭借先进的经营观念、营销方式、管理手段和管理技术占领了越来越多的国内市场份额,其来势之凶猛,发展之迅速使我国零售业的发展面临重重危机。

第二,我国的市场机制尚不完善,市场运营的低效率和不公平竞争现象在某些地区还普遍存在。一方面部分企业国有股权过大,产权不明确,政府干预过多导致企业不能有效参与市场竞争;另一方面与零售业相关的法律法规不健全,零售企业的市场行为没有得到有效监督和有力保护。

第三,我国零售企业整体竞争力不强。与国际大型零售企业相比,我国的零售企业的竞争力还十分薄弱,大多无法与沃尔玛等发展成熟的零售巨头相抗衡。我国各业态零售企业在规模、价格、服务水平、管理系统和人力资源方面都存在明显劣势,许多企业在激烈的竞争环境中举步维艰。

三、多样化趋势下我国零售业态的战略调整

(一) 完善零售市场环境,大力发展多业态零售经营

零售业态多样化是大势所趋。我们应不断建设高效率的市场机制以适应零售业态多样化的发展。首先,转变政府职能,推进行政审批制度改革,增强其透明度和公开性,建立和完善统一、公平、规范有序的零售市场体系^[5]。其次,规范流通秩序,加快流通业结构的战略性调整,改善和调整商品流通行业的所有制结构、业态结构、规模和组织结构、城乡和地区分布结构、从业人员和技术结构,培育流通企业的核心竞争力,促进各种零售业态的健康发展。最后,制定完善的法律、法规体系,加速与国际法规接轨,支持企业参与国际竞争并维护企业的合法权益,为多种业态零售企业的发展建立积极健康的竞争环境。

(二) 充分发挥各业态的特有优势,实现多业态的融合与发展

我们对各种业态的特点要有一个全面的认识。无论是哪一种新业态,也无论是新业态还是旧业态,都既有所长,也有其所短。我们应根据我国的经济发展水平和企业的实际情况充分利用各种业态的优势,实现零售业态多元化、均衡化和组合化发展。

从我国的情况来看,百货业态在我国市场上仍会在相当长时期内占有一定的市场份额,但其业态理念应随社会发展适时改变,不断丰富。连锁超市的发展空间最大,但必须结合自身的实际情况进行区域定位、商品经营定位和严格的成本控制。购物中心引进丰富了零售业的经营和服务内涵,但这种业态在国外出现时是有一定环境制约的,如形成了一批成熟品牌并能构成吸引客流的专卖店,城市居民向郊区延伸,消费观念转向生理和心理需求的双向满足,人均国民收入2000美元以上等,因此,我们不能将西方的东西完全照搬照用而应根据我国的国

情灵活运用。

近年来,我国多种零售业态出现了相互融合、共同发展的趋势,企业不再拘泥一种零售业态上,而是根据自身发展以及社会现实环境的需要,将多种零售业态集中于一身,使之相互融合、相互促进,增加企业效益。我们应加强对企业的业态组合的指导,从而促进整个行业资本运营效率的提高和社会经济的发展^[6]。

(三) 提升各业态零售企业竞争力

在2001年末,麦肯锡提交了一份调查报告,认为中国加入世贸组织后遭受冲击最大的为零售业。报告指出,我国的零售业还没有形成自己独特的竞争力。零售业态的多样化为企业核心竞争力的发展提出了严峻的挑战。在国际化的竞争环境中,任何竞争都是企业核心竞争力的竞争,零售业的对外扩张,也是零售企业核心竞争力的输出^[7]。

在激烈的竞争环境中,无论采取哪一种业态,企业都要把培育在该种业态上的竞争优势作为营销策略的首要目标。这种竞争优势既包括相对于其他业态的竞争优势,还包括相对于同种业态中其他企业

的竞争优势。现代企业经营的实质,就是在复杂多变的内外环境下,解决企业外部环境、内部条件和经营目标三者之间的动态平衡问题。企业应根据各种零售业态的特点和自身产品的性质,选择科学的零售业态及业态组合方式,全面提升企业竞争力。

参考文献:

- [1] 史锦梅. 零售业态演变理论新假说——需求满足论[J]. 商业研究, 2003(18):105-107
- [2] 刘庆林. 论选择零售业态的准则及方法[J]. 山东财政学院学报, 2004, (1):74-76.
- [3] 冯德连. 中国零售业态结构演进与优化的探讨[J]. 财贸研究, 2001, 12(5):18-22.
- [4] 方虹. 零售业态的生成机理与我国零售业态的结构调整[J]. 商业经济与管理, 2001, (10):5-8.
- [5] 周泽信. 我国市场化进程中的零售业态及其结构[J]. 财贸经济, 2000, (1):71-74.
- [6] 宁德煌. 中国零售业态发展现状及其变革[J]. 经济问题探索, 2001, (12):64-66.
- [7] 赵德海, 阎昌晶. 调整零售业态结构的研究[J]. 商业研究, 2002, (7):33-34.

The variety in international retailing forms and the strategic adjustment of retail industry in China

YANG Wei wen, ZHAO Ming

(School of Business, Central South University, Changsha 410083, China)

Abstract: The variety in retail results from the dramatical development in retail trade. The international retail trade has experienced the process from the single form of stores to various forms since the middle of 19th century. During this period, the Per capita gross national product, Gini Coefficient and market development degree became the three main elements, which affected the development of the variety in international retailing forms. In the process of our reform in the retail forms, there arose some problems, including the unsuitable construction of retail forms, the lack of scientific model to guide it and failure to fully explore the advantages of each retail form. In order to solve these problems, the government and enterprises should work together to make the retail market environment perfect and improve the competitiveness in our retail trade.

Key words: retailing forms; gini coefficient; competitiveness in retail enterprise

[编辑:汪晓]