

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学号: X2008156208

UDC _____

厦门大学

硕士学位论文

我国便利店的盈利模式研究

——以易太便利店为例

A Study on Convenience store's Profit Model in China

——Take ET Convenience Store as an Example

陈 青

指导教师姓名: 郭 朝 阳 教授

专业名称: 工商管理(EMBA)

论文提交日期: 2013 年 10 月

论文答辩日期: 2013 年 月

学位授予日期: 2013 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2013 年 10 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘 要

便利店作为满足顾客便利性、应急性需求的零售业态，已成为最具竞争力的零售业态之一。起源于美国的便利店，在日本和台湾得到了迅速发展，经过一系列系统革新，其特点被发挥到极致。20世纪90年代，便利店在我国大陆地区起步，随后在沿海经济发达地区，特别是上海形成一定的规模。

但是目前我国便利店发展还不够成熟，很多便利店经营企业内部管理不够规范，盈利模式模糊不清，始终不能突出其特有的便利性，而与食杂店、超市等不能相互区分开来，以致其盈利有限，发展受阻。

本文首先对便利店和盈利模式的概念进行了界定，其次分析了我国便利店发展的总体概况，再次以福建省易太便利店为例，分析了易太便利店所处的发展环境为其带来的发展机会与挑战，并指出了易太便利店企业自身盈利模式所存在的问题，最后从政府层面、企业层面及便利店盈利模式，就易太便利店的长远发展提出了一些建议。

关键词：便利店；盈利模式；发展环境；发展对策

ABSTRACT

As a type of operation of Retailing, satisfying the demands for convenience and emergency, convenience store has been becoming one of most competitive retailing forma. The convenience store, originating from the United States, has been developing rapidly in Japan and Taiwan. And after a series of system reform, its characteristics has been played fully. In the 1990s of 20th Century, convenience store was introduced into China. And then it grew in some developed littoral areas especially in Shanghai.

However, currently, it is immature for the development of convenience store in China. Many enterprises, which manage convenience store, internal management is so nonstandard as well as profit model fuzzy that it can't mainly emphasize on its own convenience and lost its characteristics compared with grocery and supermarket. Eventually, convenience store's profit space is limited and difficult to develop.

This article firstly defines what are convenience store and profit model; Secondly, it indicates the overall development situation of China's convenience store; Thirdly, taking ET convenience store for example, it analyses ET's opportunities and challenges from external environments and elaborates the problems of enterprises existing profit model; Lastly, this article provides some advices to promote ET convenience store development for long from the perspective of government, enterprise and profit model.

Chen Qing (EMBA)

Directed by prof. Guo Chao Yang

Key Words: Convenience store, Profit model, Development environments,
Development strategies

目 录

第一章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的及意义	2
第二章 理论基础	3
2.1 零售业理论和渠道	3
2.1.1 零售业态划分标准	3
2.1.2 零售业态发展规律	3
2.1.3 有店零售业态概述	4
2.1.4 无店零售业态概述	6
2.2 便利店相关概述	7
2.2.1 便利店的概念	7
2.2.2 便利店的分类	7
2.2.3 便利店的经营特点	7
2.3 盈利模式概述	10
2.3.1 商业模式及赢利模式.....	10
2.3.2 赢利模式的定义	12
2.3.3 赢利模式因素	13
2.3.4 赢利模式特点	15
第三章 我国便利店的发展概况	17
3.1 便利店行业概述	17
3.1.1 便利店行业发展历程.....	17
3.1.2 便利店行业发展条件.....	18
3.1.3 便利店经营成功要素.....	18
3.2 我国便利店行业发展概况	21
3.2.1 我国便利店发展现状分析	21
3.2.2 我国主要的便利店发展简要介绍	23
3.3 我国便利店行业市场规模分析	24

3.3.1 我国便利店门店规模统计	24
3.3.2 我国便利店销售规模统计	26
第四章 易太便利店的发展状况及盈利模式问题	28
4.1 易太连锁便利店的公司简介	28
4.2 福建易太便利店的外部环境分析	29
4.2.1 易太便利店的外部环境所带来的机遇	29
4.2.2 易太便利店的外部环境所带来的挑战	32
4.2.3 易太便利店的竞争环境	34
4.2.4 消费者需求状况	36
4.3 易太便利店赢利模式存在的问题	36
4.3.1 顾客选择	36
4.3.2 价值提供	37
4.3.3 战略控制	37
4.3.4 业务界定	38
4.4 盈利模式运营的支持系统建设不完善	38
4.4.1 物流配送系统	38
4.4.2 信息系统	39
第五章 易太便利店的盈利新模式	40
5.1 便利店可行的盈利模式分析	40
5.1.1 总部盈利模式	40
5.1.2 其它相关模式	42
5.2 易太创新的盈利模式：“便利店+互联网电子商务”模式	43
5.3 易太便利店内部的自我完善	46
5.3.1 把握市场需求，准确定位	46
5.3.2 完善物流和信息系统，实现将盈利模式转化为具体的行动	47
结 束 语	49
参 考 文 献	50
致 谢	51

第一章 绪论

1.1 研究背景

超市的大型化与郊外化发展,令那些想买少量商品或满足即刻所需的购物者深感不便。都市化发展,人们工作地点离家更远,双职工、独身家庭增多。由于社会构成的变化以及随之而来的生活方式的改变,消费者希望寻找理想产品时花费更短的时间,尽可能快的得到他们想要的东西,更加追求购物的便利性,一种用于满足顾客应急性、便利性需求的零售业态便利店得到发展。

便利店最早起源于美国,1927年美国得克萨斯州的南方公司首创便利店原型,1946年创立了世界上第一家真正意义上的便利店,店铺命名为“7-ELEVEN”。20世纪90年代,便利店在我国大陆地区起步,此后内资和外资企业纷纷投资于这一新兴业态,深圳、广州、东莞、北京和上海周边等城市的便利店发展迅速,并逐步发展到其它省市。处于东南沿海的福建省内便利店也随之发展起来。便利店的出现和发展,适应了城市化的进行。随着消费者收入增加,生活方式和消费方式改变,需求重点由品质转向便利,以经营即时性商品为主的便利店正好迎合了追求快速购物或急需购物的人群的购物需求。

然而,便利店作为一种新兴零售业态,其发展还不够成熟,一些便利店内部运营管理不够规范,盈利模式模糊不清,始终摆脱不了传统的超市的影子。

基于此背景,本文借鉴国内外发展的成功经验及其相关资料的收集,首先阐述了我国便利店的发展概况,接着以易太便利店为例,分析了易太便利店的外部发展环境、竞争环境及消费者需求状况,揭示了易太便利店所面临的机会与威胁;再次就易太便利店的盈利模式问题及其支持系统的不完善给予剖析,最后对易太的进一步发展提出了一些建议。

1.2 研究目的及意义

近年来随着网络经济和电子商务的发展，赢利模式成为国内外学术界、企业界、管理咨询界极为关注的一个热点概念。对于赢利模式的研究也是突飞猛进，出现了大量的研究文献。早期赢利模式的研究多集中于电子商务领域，现在随着对赢利模式研究的进一步加深，赢利模式也被广泛在各个领域和行业中研究开来。作为任何一个企业来讲，最关心的莫过于企业如何实现盈利。赢利模式正是帮助企业在对自身运营情况系统认识的基础上，结合对新的市场条件和竞争环境的认识，通过整合各方面的要素，保证自身产品和服务价值的实现，从而获得比竞争对手更多的利润。然而，对于针对便利店业态的盈利模式，理论界的相关研究却不多。本文在前人研究的基础上，通过收集大量资料，结合自身在实践中所积累的知识，对我国便利店的发展状况及盈利模式进行研究，并以易太便利店为例，对其发展及盈利模式优化提出了建设性意见，以期能够对国内关于便利店盈利模式的相关理论研究作一定程度的补充，同时对易太便利店的发展壮大提供借鉴意义。

第二章 理论基础

2.1 零售业理论和渠道

2.1.1 零售业态划分标准

零售业态（Retail formats），零售业态是指销售市场向确定的顾客提供确定的商品和服务的具体形态。自 20 世纪以来，世界商业市场的业态革命此起彼伏。零售业态是指零售企业为了满足不同消费需求而形成的不同经营方式。零售业态是零售企业适应市场经济日趋激烈的竞争产物，是物竞其类、适者生存法则在商品流通领域的表现。

根据商务部 2004 年颁布的《零售业态分类》，按照零售店铺的结构特点，根据其经营方式、商品结构、服务功能，以及选址、商圈、规模、店堂设施、目标顾客和有无固定营业场所等因素将零售业分为食杂店、便利店、折扣店、超市、大型超市、仓储会员店、百货店、专业店、专卖店、家居建材商店、购物中心、厂家直销中心、电视购物、邮购、网上商店、自动售货亭、直销、电话购物等 18 种零售业态。2010 年由中国连锁经营协会承担的《零售业态分类》国家标准修订第一次讨论稿完成，并已进入公开征求意见环节。本次修订首次对超市业态细分为便利超市、社区超市、综合超市、大型超市四大类。

2.1.2 零售业态发展规律

（1）零售轮回理论。该理论是由美国哈佛商学院零售学专家麦克尔教授在 1952 年首先提出的。这个理论涵盖了三个方面：

①任何业态创新者在单体业态的进入期，均会以低价格、低利润和低地位的身份进入市场，在取得较大的成功之后，引来了众多的仿效者，于是竞争加剧，零售商不得不提高服务质量、改进店堂设施，逐步转化为高成本、高价格和高毛利的传统零售商，然后进入衰退期，此时需要再度创新。这个过程并不是简单的进入与消亡的过程，而是一个螺旋的不断上升的过程，在

这个不断盘旋的过程中，推动了零售业的不断发展；

②零售业态同其它事物一样，有一个生命周期，即存在一个从产生到消亡的过程，而生命周期的每一个不同阶段，零售业态表现出不同的特征。生命周期理论将零售业态的发展分为：创新阶段、加速发展阶段、成熟阶段及衰退阶段；

③在零售业态的发展过程中，存在着商品种类由综合到专业化再到综合化的循环往复的过程。按照这一理论，可以将零售业发展分为五个阶段：杂货店时期—综合化，专业店时期—专业化，百货店时期—综合化，方便店时期—专业化，商业街购物中心时期—综合化。

(2) 手风琴理论：零售手风琴理论又称为综合—专业—综合循环理论、手风琴模式和伸缩模式它是用拉手风琴时风囊的宽窄变化来形容零售组织变化的产品线特征。手风琴在演奏时不断地被张开和合起，零售组织的经营范围与此相似地发生变化，我们可以采用商品种类的深度和宽度来描述零售业的变革。它认为零售商的库存商品种类是从大深度/小宽度到小深度/大宽度，再到大深度/小宽度循环变化着的，说明商品组合的变化比价格更能说明业态的演化，是一种关于零售商演变的周期性理论。而百货店、专业店、购物中心的出现都符合了该理论。

(3) 辩证发展理论。该理论运用了黑格尔关于正、反、合的辩证法。该理论的理念就是“如果你打不过它们，就加入它们。”百货店在与折扣店竞争时发现折扣店的低价格更具有竞争优势。于是，百货店就吸收折扣店的优点，出现了折扣百货店。这个过程，便是竞争的矛盾对立双方的辩证统一。

(4) 自然选择理论。它是达尔文的进化论在零售业态发展上的应用。这种理论认为零售业态是经营者为最有效率地适应经济、竞争、社会、技术、法律和政治环境等因素变化的结果。在 20 世纪 50-60 年代出现的购物中心被当作是适应消费者居住郊区化的产物。

2.1.3 有店零售业态概述

有店铺零售是有固定的进行商品陈列和销售所需要的场所和空间，并且消费者的购买行为主要在这一场所内完成的零售业态。主要包括如下：

(1) 食杂店 (traditional grocery store)：是以香烟、酒、饮料、休闲食品为主，独立、传统的无明显品牌形象的零售业态。

(2) 便利店 (convenience store)：满足顾客便利性需求为主要目的的零售业态。

(3) 折扣店 (discount store)：是店铺装修简单，提供有限服务，商品价格低廉的一种小型超市业态。拥有不到 2000 个品种，经营一定数量的自有品牌商品。

(4) 超市 (super market)：是开架售货，集中收款，满足社区消费者日常生活需要的零售业态。根据商品结构的不同，可以分为食品超市和综合超市。

(5) 大型超市 (hyper market)：实际营业面积 6000 平方米以上，品种齐全，满足顾客一次性购齐的零售业态。根据商品结构，可以分为以经营食品为主的大型超市和以经营日用品为主的大型超市。

(6) 仓储会员店 (warehouse club)：以会员制为基础，实行储销一体、批零兼营，以提供有限服务和低价格商品为主要特征的零售业态。

(7) 百货店 (department store)：在一个建筑物内，经营若干大类商品，实行统一管理，分区销售，满足顾客对时尚商品多样化选择需求的零售业态。

(8) 专业店 (specialty store)：以专门经营某一大类商品为主的零售业态。例如办公用品专业店 (office supply)、玩具专业店 (toy stores)、家电专业店 (home appliance)、药品专业店 (drug store)、服饰店 (apparel shop) 等。

(9) 专卖店 (exclusive shop)：以专门经营或被授权经营某一主要品牌商品为主的零售业态。

(10) 家居建材商店 (home center)：以专门销售建材、装饰、家居用品为主的零售业态。

(11) 购物中心 (shopping center/shopping mall)：是多种零售店铺、服务设施集中在由企业有计划地开发、管理、运营的一个建筑物内或一个区域内，向消费者提供综合性服务的商业集合体。

细分为以下几种：

①社区购物中心（community shopping center）：是在城市的区域商业中心建立的，面积在 5 万平方米以内的购物中心。

②市区购物中心（regional shopping center）：是在城市的商业中心建立的，面积在 10 万平方米以内的购物中心。

③城郊购物中心（super-regional shopping center）：是在城市的郊区建立的，面积在 10 万平方米以上的购物中心。

(12) 厂家直销中心（factory outlets center）：由生产商直接设立或委托独立经营者设立，专门经营本企业品牌商品，并且多个企业品牌的营业场所集中在一个区域的零售业态。

2.1.4 无店零售业态概述

无店铺零售（non-store selling）：不通过店铺销售，由厂家或商家直接将商品递送给消费者的零售业态。主要包括如下：

①电视购物（television shopping）以电视作为向消费者进行商品推介展示的渠道，并取得订单的零售业态。

②邮购（mail order）以邮寄商品目录为主向消费者进行商品推介展示的渠道，并通过邮寄的方式将商品送达给消费者的零售业态。

③网上商店（shop on network）通过互联网络进行买卖活动的零售业态。

④自动售货亭（vending machine）通过售货机进行商品售卖活动的零售业态。

⑤直销（direct selling）采用销售人员直接与消费者接触，进行推介，以达到销售其产品或服务目的的零售业态。

⑥电话购物（telephone-shopping）主要通过电话完成销售或购买活动的一种零售业态。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库