

【HT】【WM】【KMB】【HT】【HJ\*7/8】【WM】【HT4】学校编码： 10384

【JY】分类号【CD#F4】密级

【CD#F2】

学号： 9515058 【JY】UDC 【CD#F8\*2/3】

【HT2SS】【JZ(】学学位论文

【HT0”，1H】我国零售业态研究

【HT2K】郑勇【JZ】

【HT3K】【WB】指导教师姓名：【HTK】【WB】【CM(6)】陈甬军教授【CM】

【HTK】【DW】申请学位级别：【HTK】【CM(6)】硕士【CM】

【HTK】【DW】【CM6-4】专业名称：【HTK】工商管理(MBA)

【HTK】【DW】论文提交日期：【HTK】【CM(6)】1998年二月【CM】

【HTK】【DW】论文答辩日期：【HTK】【CM(6)】1998年二月【CM】

【HTK】【DW】学位授予单位：【HTK】【CM(6)】厦门大学【CM】

【HTK】【DW】学位授予日期：【HTK】【CM(6)】1998年二月【CM】

【JY】答辩委员会主席【CD#F4】

【JY】【CM7-3】评阅人【CD#F4】

【JZ】1998年二月

【LM】【YM(5BZ1)】·【YM】【HT】【HJ\*2/3】【AM】

【HT】【AM】【HJ\*2/3】【DM(】内内容摘要【DM】

【SM(】【HT4”K】我国零售业态研究【SM】

【BT1】内内容摘要【HT4”SS】

改革开放以来，零售业作为流通产业的一个重要组成部分，在社会再生产过程中的重要性日益显现出来。研究零售业态不但有利于零售企业经济增长方式的转变，而且有利于国家对零售

业进行必要的宏观管理和政策引导，同时也有利于企业适应市场。因此在现阶段研究我国零售业态变化趋势也就具有了越来越迫切的现实意义。

本文试图在对现代西方有关零售业态变化的理论进行一定介绍的基础上，着重阐述我国的零售业态将发生的变化。并针对这些变化从零售业的经营方式和组织形式两个方面进行初步的探讨，提出了对未来零售业的展望。

全文共分三章。

【HTH】第一章零售业概述【HTSS】简要地介绍了“零售”这个概念和西方有关零售业态变化的三种理论，并分析了我国零售业所面临的情况，阐述了研究零售业态变化的意义。

【HTH】第二章我国零售业经营方式变化发展趋势【HTSS】首先介绍了现在各种零售业经营方式，并具体讨论分析百货商店、自选市场和购物中心三种当今最主要的经营方式产生发展的背景和条件，最后归纳出我国零售业的经营方式变化发展的趋势和我们应采取的对策。

【HTH】第三章我国零售业组织形式变化发展趋势【HTSS】首先介绍了现在各种零售业的组织形式，同时着重分析了连锁经营的三种主要形式的各自特点和存在条件。根据连锁经营

的本质和现阶段我

国经济特点得出我国基本已具备发展连锁经营的条件的结论，并提出发展连锁经营的战略和未来零售业的展望。

【AM】【HTH】关键词：【HTSS】零售业态■经营方式■组织形式

【LM】【YM(5BZ1)】· 【YM】【HT】【HJ\*2/3】【AM】

【DM(】目■■■■■■■■■■录【DM)】

【BT1】目■■■■■■■■■■录【HT4”SS】

【BT5】第一章■零售业概述【JY.】【HT4”SS】1

第一节■零售概念的引入【JY.】1

第二节■零售业发展变化的理论模型【JY.】2

第三节■我国零售业所处的宏微观环境【JY.】4

第四节■研究零售业态的现实意义【JY.】9

【BT5】第二章■零售企业经营方式变化发展趋势【JY.】【HT4”SS】11

第一节■零售经营方式分类【JY.】11

第二节■我国百货商店将有所萎缩【JY.】13

第三节■我国自选市场将高速发展【JY.】16

第四节■我国不宜大力发展购物中心【JY.】19

第五节■商业布局和规模构造的变化趋势【JY.】21

【BT5】第三章■零售业组织形式变化发展趋势【JY.】【HT4”SS】24

第一节■零售企业的组织形式分类【JY.】24

第二节■连锁商店拥有强大的竞争能力【JY.】27

第三节■我国发展连锁经营的条件基本具备【JY.】31

第四节■我国商业连锁企业发展战略【JY.】33

第五节■我国零售业态的展望【JY.】35

【BT5】主要参考文献【JY.】【HT4”SS】38

【BT5】后■■■记【JY.】【HT4”SS】40

【AM】

【LM】【HT】【HJ\*2/3】【YM(5BZ1)】· 【YM】

【DM(】第一章■零售业概述【DM)】

【BT1】第一章■零售业概述【HT4”SS】

零售业态是一个国家经济发展、市场繁荣和生活水平提高的集中表现。它的变化、发展是由众

多因素所决定的。过去，我国主要依靠行政命令来实现零售业态的变化发展。现在，越来越多地

是依靠经济力量而非政治力量来实现。因此，我们在研究我国零售业态变化发展趋势的时候

既要借鉴发达国家零售业态变化发展的经验和先进的商业理论，也要注意分析我国现阶段的社会经济条件，忽视其中任何一方面都是错误的。

【BT4】第一节■零售概念的引入

所谓“零售”就是把商品和服务卖给最终顾客的一系列行为

。零售商正是通过这一系列的行为来完成它所负有增加商品和服务的价值的任务。一

般来说，零售商要履行四种职能：(1)提供各类商品和服务。(2)拆零——以适应的数量供给

顾客。(3)存储商品,使顾客能在适当的时候即时买到所需数量的商品。(4)提供服务,以方便顾客得到商品和使用商品。

零售业作为一个完整的开放系统,其变化发展主要由两类基本因素所决定:零售环境和零售行为。

零售环境包括:(1)人口与人口的地理分布特点,(2)消费者偏好,(3)总收入与收入的地区

分布特点,(4)竞争者的行为和竞争者的分布特点,(5)政府的政策和法律等等。这些因素企业不能

控制,只能认识,并在认识的基础上适应。这些因素的总和规定了一个社会或一个地区某一种零售组织或零售网点总的可生存数量,即生存的边界。也就是说:零售环境决定零售企业的生存边界。另一类要素——零售行为,实际上是在给定的零售环境下各种不同零售企业结合各

自的企业内部环境(如企业原有行为特色、财政状况、职员的知识 and 教育水平等),所做出

的一系列选择行为。这也就决定了零售企业的多样性。在相同的环境下,不同企业的经营者做

出不同的选择,会采用不同的经营形式,引进不同的零售组织类型。企业经营者的选择可能是正确的,也可能是错误的。选择正确的企业会生存下来,甚至兴旺发达起来;而选择错误的企业会衰落下去,甚至被淘汰。虽然,零售组织存在多样性,但成功的企业有一种示范效应,它们的成功会引来大批仿效者。这就是一定时期内某一种零售组织类型或经营方式比较流行(在零售额中占有较大的比重),从而形成一定的零售业态变化发展趋势的原因。由于一个零售环境容纳

某一种零售组织的数量有限,所以当这种零售组织达到一定的数量后,再要增加其数量就越来越困难。同时,随着数量的增加,相同的组织之间的竞争日趋激烈,它们不能再依靠以前所凭借的优势取胜。这就促使它们去适应新的竞争环境,找出新的竞争优势。于是,新一轮业态变化就开始了。零售业态的变化发展主要是由组织类型和经营方式的变化来实现的。当然,零售业业态的变化是一个社会零售业发展变化的基本趋势的最好反映。我们研究零售业发展的趋势就是要找出零售业业态变化的规律,也就是要探明零售业的组织类型和经营方式将如何变化。

#### 【BT4】第二节 零售业发展变化的理论模型

【BT2】一、零售转轮理论 【ZW(】 Michael Levy, Barton A. Weitz, Retailing management, Homewood, IL: Irwin, C1992, p.3. 【ZW)】

零售转轮理论,是至今为止最为人们所熟知的解释零售业发展变化的理论模型。

它有四个要点:第一,零售业的发展变化是基于成本和价格的,成本和价格越低的组织或形式越可能兴盛。第二,新型组织或形式的成功在于较低的经营费用和较低的价格。第三,新型组织或形式一旦在零售系统中站稳脚跟后,就势必增大经营费用。第四,增大经营费用导致另一种新型组织或形式的出现。

按照这一理

论,一种零售组织或零售形式由诞生到衰落一般要经过三个阶段。第一是进入阶段,这时一种新的零售组织或形式以低价格的形象进入市场。由于价格优势明显,经营手法新颖,市场占有率会迅速扩大。第二是费用上升阶段。一旦这种零售形式站稳脚跟以后,为了提供新的服务,改善服务设施,于是不得不加大经营费用。随着时间的推移,经营费用越来越高,这种类型的零售组织或零售形式所拥有的低价格优势就渐渐消失。随着新的其它类型的低价格零售组织或零售形式的出现,它就进入第三阶段——衰落阶段。在此阶段,它的市场占有率

将不断降低，直至维持在一个相对稳定的低水平上或从市场上完全消失。

零售转轮理论，不但指出了零售业发展的一种趋势——新的零售组织或形式进入市场总是以低价格进入市场，而且解释了零售业所发生的四次革命。第一次商业革命——百货商店的出现。当时其它商店的毛利率为 50—60%，而百货商店的毛利为 40%。〔ZW〕佐藤肇·高丘季昭：《日本现代百货商店》，中国商业出版社，第 7 页。〔ZW〕百货商店就是用低价格

掀起了第一次商业革命的高潮。第二次零售业革命——一价商店。在世界性经济危机，人们购买力十分有限的时候，以适应顾客追求廉价的心理为出发点，取得了较大的成功。第三次零售业革命——连锁商店。就是采取商店相互联合以实现规模效益为主要策略来赢得价格上的优势。这次零售组织类型的重大变革对现代零售业还具有重大的影响。第四次零售业革命——自选商场。正是通过减少员工来降低费用从而得到低价格。当然，转轮理论把成本和价格当做决定零售业发展变化的唯一变量，显然是把复杂的经济现象过于简单化了。

〔BT2〕二、零售正反合理论〔ZW〕Barry Berman, Joel R.Evans, Retail management: a strategic approach, 4th ed, New York: macmillan; London: Collien macmillan, C1989, p.65.〔ZW〕

零售正反合理论也有译为零售辩证过程理论。它的大致意思是这样的：零售业态的变化，是不同零售组织与其对立的零售组织间相互适应，兼容的过程。一种现存的零售组织，当面对一种新的拥有不同竞争优势的零售组织的挑战时，为了抵消对方的竞争优势，一部分会吸收对方的优点，采用与对方相似的战略和技巧。相反，新型零售组织也不会一成不变，他们中间的一部分也会向自己的反面转变。这种相互适应的结果是，两种对立的零售组织中间各有一部分倾向于自己的对立面融合，最终这两种对立的零售组织在商品组合、室内装璜、服务和价格等方面趋于一致。到达这一阶段的同时，也就意味着另一种新型零售组织的诞生。这以后，一个新的对立面又会出现，将整个过程再重复一遍。也就是说，零售经营方式是按照“正-反-合=反-正-合”这样一个总的模式发展变化的。

零售正反合理论可以解释零售业发展变化的一些现象和零售组织的多样——零售组织形式的

多样化是最初几种零售组织之间相互适应，取长补短的结果。但这一理论很难预见零售组织的未来变化。

〔BT2〕三、零售自然选择理论〔ZW〕Barry Berman, Joel R.Evans, Retail management: a strategic approach, 4th ed, New York: macmillan; London: Collien macmillan, C1989, p.66.〔ZW〕

零售自然选择理论直接源于达尔文的进化论。它的重点在于强调环境变化在零售业变化发展中所起的作用。根据零售自然选择理论，每一种零售组织自其诞生之日起，就开始面对各种各样环境的变化，如消费行为、技术、竞争和政治法律等等，只有那些较好地适应了环境变化的零售组织才能生存下来，才能兴盛起来。因为环境是在不断变化的，所以如果旧的零售组织不去积极主动地适应新的环境，它们就会渐渐被淘汰。

零售自然选择理论比前面其它理论考虑了更多的影响零售业变化发展的因素，而且它能够更令人信服地解释为什么不同的环境里会有不同的零售组织和不同的零售组织结构。同时，在一定程度上，它也能预见零售业变化发展的基本趋势。

〔BT4〕第三节 我国零售业所处的宏微观环境

我国零售业快速增长始于 20 世纪 80 年代，在此之前我国零售业是以专业商店，中小百货商店

与杂货店

为主，而且网点不足，大百货商店在城市商业中只是凤毛麟角。改革开放以后，以承包制为

先导

的零售改革试点在全国范围内渐次推行，其间经历了“利润包干”、“利改税”、“两保一挂”

等几大阶段。北京天桥百货股份制改造揭开了我国商业体制改革的序幕。随后，以建立现代企业制度为良机，不少零售企业纷纷规范法人治理结构，改制募股上市。截止到 1997 年 1 月 1

1 日全国已有 41 家百货公司在深沪两地挂牌上市，占商业类上市公司的 58%；占深沪两地上市

公司总数的 6.8%。在各行业中比例是大的，步子算是快的。

随着 20 世纪 80 年代的经济快速增长，商品供应日益丰富，消费品市场逐步由卖方市场向买方市场转变，城乡居民生活水平持续提高，购买力不断增长，这一切都刺激了商业的繁荣。在整个零售业发展的情况下，大型百货公司在竞争中不断加强严格规范的管理，加大对外拓展的力度，资产和效

益大幅攀升，成效显著，成为 20 世纪 90 年代初我国零售业中的一枝独秀，但这也为 1995 年以后的零售业困境埋下了伏笔。

1995 年以来，随着广州国丰、天津仟村、北京信特等几个营业面积超过

1 万平方米的大型百货零售企业相继关门停业，郑州亚细亚的部分连锁分店的无法维继，中国百货零售业高利润、低风险，只赚不赔的神话被打破了。现在，我国零售业面临着前所未有的竞争态势。

就我国零售业宏观环境来看：

首先，大中型零售商店在总数量上已极度膨胀，零售业的总体规模过大。在北京，过去百货零售商

场只有百货大楼，东安市场，西单商场，隆福大厦四大家族。而现在年销售额超亿元的百货商店就有 54 家，在建的大型商场还有 120 家，总面积达 560 万平方米，这样北

京将成为世界上拥有大型百货商店最多的城市。其他城市同样有这种现象，如武汉，该市现有大型零售百货商店 18 家，在建万平方米以上的大型百货商店有 30 家，其中 27 家在 5 万平方

米以上，中型的就更是多如牛毛。〔ZW(〕赵丽娟：“关于我国大型百货商店发展方向之探讨”，《商业经济与管理》(杭州)1996 年第 3 期第 19 页。〔ZW)〕据统计，全国国内贸易部系统年销售额超过亿元

的百货零售企业，1992 年有 59 家，1993 年有 87 家，1994 年 127 家，1995 年有 180 家之多。每年

均以 40%以上的速度膨胀。1992 年以前全国还没有一家百货商店年销售额超 10 亿元，1995 年

则有 20 家超过 10 亿元。〔ZW(〕吴愉斌：“中国大型百货零售商店的竞争态势分析与调整战略”，《商业经济研究》1997 年第 3 期，第 26 页。〔ZW)〕

目前不少业内人士把人口数量及

其增长速度作为主要依据，通过同一些发达的国家或地区零售商业人均占有营业面积的比较来说明扩大我国零售商业发展规模的必要性。然而，零售市场是由具有一定的购买欲望并具有相应的购买力的人所构成的，而非所有的人构成的。单纯以人口数量作为确定零售商业发展规模的依据是不全面的。对零售商业规模的测定至少应当包括人口数量、购买欲望和购买力三个主要因素，其中“购买力”因素尤为重要。所以，在和发达地区进行零售业规模比较时，应和购买力水

平相结合。以上海与香港比较为例，1994年上海零售商业的人均营业面积为0.62平方米，

1991年香港零售商业的人均面积为0.66平方米。也就是说，上海1994年的人均营业面积只是接

近香港1991年的水平，上海零售规模应还有较大的发展空间。然而，从销售额的角度看，

1994年上海的零售总额为775亿人民币，而香港1991年的零售总额为1871.5亿港元，扣除其它

不利因素，香港的人均消费水平也是上海的五、六倍。若以每万元销售额所占有的营业面积来看，上海为1.03平方米，香港则不足0.3平方米。〔ZW〕晁钢令：“我国城市零售商业发展若干问题的思考”，《财经研究》1996年第4期，第32页。〔ZW〕两者相比上海目前零售商业的规模已过

大了。1995年以来上海零售商业企业效益的普遍下降也验证了这一切。同样，那些一个不足

百万人口的中型城市竟然拥有多家近万平方米的商厦的城市，零售规模显然已经过大了。

其次，商场在单店规模上趋向于大型化和超大型化。商场越建越大，越建越豪华，过去1—2

万平

方米营业面积的商店已是大型商场了，现在这种营业面积的商店已比比皆是。而且出现了一批超大型商场，象

上海第一八佰伴新世纪商厦，其建筑面积14万平方米，投资约20亿人民币，目前堪称远东最

大规模的百

货零售单店，而即将建成的总建筑面积达21万平方米，总投资约30亿元人民币

的北京新东安商场不久就将夺走上海新世纪商厦远东第一店的桂冠。其实这种大型化并不能带来好的效益。因为，人保持某种状态的时间是有限的，时间过长必然产生

疲劳，从而就会放弃某种活动。根据有关部门测算，一般情况下，成人步行的疲劳极限为90

~150分钟，普通的步速为30~40米/分。也就是说顾客在店内浏览购物步行距离一般不会超

出8

000米，而每平方米营业面积的顾客通过距离为0.35~0.4米。因此，顾客对商场营业面积的

最大承受量约为 $8000 \div 0.35 = 22857$ 平方米。

事实证明，全国大型商场中效益最好的(以每平方米的销售额、每个营业人员所担负的销售量和利润水平为准)均为5000~10000平方米的商场。如北京的贵友大厦、广州的新大新商场都只有6000~8000平方米，但每平方米营业额均在8~12万元之间，名列全国同行业前

列。而且，我国的品种有限。据统计，世界商品多达150万种

，而最大百货商场也只经营40万种。也就是说可供百货商场经营的商品占1/4左右，有相当

部分商品属地方性、民族性商品，不宜在商场统一经营的商品。而我国现有商品品种只

有50多万种，因此，可供百货商场统一经营的品种也只有10万种左右。〔ZW〕黄国雄、宋

财：“寻找规模与效益的最佳结合点”，《商场现代化》1997年第2期，第14页。〔ZW〕

这样营业面积最大不

过2万平方米，过大就会使商场看起来空虚，单薄。同时，由于商场过大，过于豪华会带来很多不利因素，如公司负债过高，利息负担过重。

第三，零售业仍有发展的空间。虽然近年来在消费品的总量上供给已经略大于需求，市场的热点商品不多，消费品市场基本已完成了向买方市场转变的过程。

但第三产业的发展，新建社会集团的增多、办公自动化，管理现代化将使集团消费需求更旺。市镇范围的扩大，旅游者和民工等外来购买力的加大，还将使市场容量逐步增大，并且由于生活水平和质量的提高，消费领域不断拓宽，在吃、穿、用、住各个层面也将向纵深发展，这些都为生产和经营者提供了新的市场。生产企业对市场的适应能力大为增强；流通企业改革的深化，以及市场和网点建设的加快发展，都为零售业的发展提供了物质保证。

当然，我们应该看到居民货币投向多元化，会造成商品购买力的分流。这不仅体现在储蓄、集资、炒股等方面，

更体现在居于非商品性支出的大幅度增加上。象大学收费制度的改革，就使居民对教育的投资加

大很多。随社会保障、医疗制度等改革方案的逐步出台，也将吸纳部分商品购买力。从而在一定程度上抑制消费品市场的增速，保本销售额提高等等。

从零售业的微观环境来看：

首先，我国大都市的人口总量虽然与国外同类城市基本相同，但人口布局同国外有较大差别。在欧美各

国，绝大多数城市人口居住于郊区，相对分散。但在我国，城市居民集中于市区。考虑到城市改造和居民外迁的趋势，到2010年前后，估计城市人口的50%分布于市区边缘，20%的居民

在市区，30%的人口分布于郊区。限于距离和交通条件，郊区人口进市中心购物平均一年几次，市区边缘(主要指新建小区)进市中心购物平均一月一次，市区内居民可能每周一次去商业中心区购物。〔ZW〕唐豪：“大都市零售商业格局研究”，《财贸经济》(京)1996年第4期，第54页。〔ZW〕这种人口分布一定会影响我国大都市的零售格局。

在收入和消费支出方面，虽然，我国城市居民收入水平较低，但因种种原因如住宅、汽车等尚未列入正常支出范围，所以用于衣着，日用工业品特别是电子、电器类耐用品的支出比例较高。尤其我国部分省、市居民的恩格尔系数降到50%以下，这表明了居民生活从温饱向小康过渡，消费结构将发生质的变化，食品消费支出的比例将有所下降，衣着，耐用消费品以及文化娱乐类消费支出的比例将会持续稳步增长。这种变化将制约和影响零售格局。

其次，我国现在的零售业发展已改变了原来市中心发展快于新区，市区快于县区，城市快于乡村

的态势。这主要是近几年新区、县区内的大商场、商厦如雨后春笋般发展起来，购买环境大有改观，不

同地区的市场商品结构档次日趋同化，居民投向贵重商品的较大购买力由原来远距离流动转变为就近流动。

同时在经济发达国家，大都市交通顺畅，以地铁为主的公共交通系统和家庭汽车早已成为两大

主要的市内客运方式。而在我国城市交通状况较落后，大部分城市没有地铁，现在，消费购物的主要客运方式还是公共汽车、自行车和步行。这就使我国各零售企业的商圈较经济发达国家的零售

企业的商圈小很多，且顾客每次购物的总量也不可能很大，这些因素都将影响零售商的经营方式。

第三，消费心理日渐成熟，居民消费时适令、按需的理智购买大于即兴、随意的冲动型购买。大部分消费品的淡旺季的界线不再明显。由于我国生产制造业的规模效益低，生产成本低，日用消费品市场未形成明显的垄断竞争模式，零售商通过扩大规模得到的效益并不大。

在竞争日益剧烈的情况下，我国大城市的零售毛利水平低于国外约 15 个百分点，【ZW( )】唐豪：“大都市零售商业格局研究”，《财贸经济》(京)1996 年第 4 期，第 54 页。【ZW( )】同时，

百货公司和自选市场的单位经营成本相差无几，这样的毛利水平和成本状况，致使百货商厦和自选市场的经营内容和档次难以形成必要的差别。

第四，国外零售商进入我国零售市场，使我国零售业的竞争更加激烈。世界银行预测，2002 年中国圈(包括港、澳、台在内)的生产总值将会超美、日、德而成为世界首位，加上中国拥有世界人口总数近 1/4 的巨大人口基数。这就会形成广阔的零售市场。国外零售商是无法漠视这一巨大市场的存在。早在 1990 年 5 月，八佰伴国际集团就将总部移到香港，1995 年初，G

ATT 董事长则明确要求中国对外开放零售业。随着中国政府批准在 11 个城市和地区进行中外

合资合作零售企业试点，各零售商已展开抢占中国市场之战：春天百货先在上海站稳脚步后，又进军天津，拉法耶特百货商店已进入了北京。日本八佰伴已抢“滩”上海，沃玛特也已在深圳占领较大的市场份额。资金雄厚、管理先进、具备丰富实战经验的国外零售商，必将对我国零售业形成强大威胁。

#### 【BT4】第四节 研究零售业态的现实意义

虽然改革开放以来，我国商业改革取得了显著的成就。然而，目前我们改革的主要内容还是集中在商业企业的运行机制和

商品购销制度上，而零售业作为商业经济的主体，其改革尚需进一步深化。零售业态的创新，正是深化商业改革的一项重要内容。

零售企业适应人们消费需求的变化，不断更新自身的业态是现代零售企业的一大特色，也是零售企业与生产企业不同的重要特征。长期以来由于理论上对零售业业态阐述得不够，所以直到近两年我们才把零售业态(主要是连锁经营)列入商业改革的议事日程上。实际上，近两年提出的连锁经营也只是现代零售业态的一种形式，并不是零售业态的全部。

所谓零售业态，是指零售企业为有利于销售商品而采用的具有相对稳定性的组织类型和经营方式的具体形态，各种业态之间存在着明显差异。零售业态的变化发展，能够反映

一个社会零售业发展变化的基本趋势。

对于零售企业的生存发展来说，企业机制和零售业态是相辅相成的两个方面。只有充满活力的企业机制，而没有适应消费需求的零售业态，企业机制的效用就无从发挥；反之亦然。在深化改革，建立市场经济体制进程中，应当努力使零售体制、企业机制、零售业态三方面的

改革同时推进，同时，在现阶段着重推进相对滞后的零售业态的改革，只有这样方可取得全面的成功。

在深化商业改革的今天，研究零售业的业态变化有其重要意义：

一 有利于零售企业经济增长方式的转变。实现经济增长方式由粗放型向集约型转变，其本

质内

容就是提高生产要素的使用效率，以较少的投入获得较多的产出。通过零售业态的研究，零售

企业可以知道，如何发展自身才是符合零售业发展的规律。改变零售企业盲目发展零售总量，而导致企业负债偏高，单位面积的销售额逐年下降，企业经济效益明显滑坡的现象。

二 有利于国家对零售业进行必要的宏观管理和政策引导。经过多年的改革开放，过去那种国

家高度计划管理和统一分配调划的商品流通体制已被打破，但由于调控力度弱化，改革配套不够，许多零售企业缺少全局观念，盲目发展，对经济发展产生了一定的负面影响。研究零售业态的演变规律为政府的宏观管理和政策引导提供了一定的理论依据。

三 有利于提高企业的组织化程度。我国零售企业普遍存在“大而全，小而全”；组织化程度

低等问题。企业之间各自为战、相互消耗现象普遍存在，市场的拓展能力受到限制。通过对零售业态的研究，我们可以借鉴某些先进的商业组织类型来提高企业自身的组织化程度，以利于我国零售业的发展。

四. 有利于企业适应市场。零售自然选择理论强调零售组织只有较好地适应环境变化才能生存

和发展。在市场经济条件下，消费者的需求变化就是零售环境变化的最好表现。过去那种把零售环境看成静态的营销观念是错误的。通过对零售业态的研究，可以改变我们传统营销观念中错误的东西，使企业能主动积极地去适应市场。

五. 有利于引进国外的先进经营管理方法，提高我国流通领域对外开放和发展。由于我国流通领域的发展相对于西方发达国家来说是较为落后的。西方发达国家在流通领域有很多先进的经营管理方法，但在如此多的经营管理方法中哪些是较适合我国的流通领域呢？通过零售业态的研究，以使我们在引进国外先进经营管理方法时，少一些盲目，多一些理智。

## 【LM】【DM(】第二章■零售企业经营方式变化发展趋势【DM)】

### 【BT1】第二章■零售企业经营方式变化发展趋势

经营方式是商业企业为满足消费需求扩大销售而采取的营业形式。商业企业的经营方式是企

业生  
命力的表现形式。商业企业选择或创新某种经营方式，应当从本地区，本行业和本企业的具体情况出发，因地制宜地去进行。那些在市场竞争中取得成功的企业无不是采用适应消费需求，方便顾客购买的经营方式。由于我国地域广阔、人口多，加上地区差别大，因此我国的零售

经营方式必然是多样化的。而研究零售企业经营方式的变化、发展趋势就是要揭示各种主要经营方式在我国零售市场上所占的地位。

### 【BT4】第一节■零售经营方式分类

#### 【BT2】一、百货商店

19 世纪中后期，法国首先出现了百货商店形态的零售店。19 世纪末，20 世纪初，随着各种专

业批发户相继出现，百货商店作为一种单独的商业形式开

始在我国出现，只不过当时还没有冠以“百货”的称呼。

因早期的百货商店都是以针棉织品，时装和女士用品为主，故在西方当时被称为“太太们的乐园”。百货商店作为商场形式的典型代表，被称为零售业的第一次革命——商店经营品类扩展的革命。百货商店的优势，主要在于它把各种商品陈列在一个店

铺中，通过各商品之间相互配合，相互照顾，来发挥其巨大的营销威力。

一般百货商场有以下特点：

- 1、拥有大面积营业场地，营业设施较完善。
- 2、以经营日用百货为主，实行综合经营和系统化管理。按商品品种、部门组织进货和销售。
- 3、实行明码标价售货和现金交易，以减少与顾客之间冗长的交涉事务和赊欠帐杂务。
- 4、实行退货保证制度，提高商场的信誉。

#### 【BT2】二、自选商场

它诞生于 20 世纪 30 年代的美国，现在已遍布世界的各个角落。其最大的特征是顾客自选商品

，到出口处统一付款。我们根据商店规模大小，经营品种的不同，经营理念的不同等，把它们分成次级市场、超级市场、特级市场等。

一般自选商场有以下特点：

- 1、自选售货方式给消费者以更大挑选自由，大大节省了购物所需时间和精力，提高了购物效率，节省了 time 花费，大大便利了顾客。
- 2、自选售货方式减少了售货服务人员，销售费用下降，从而使超级市场能以低于一般市价的价格销售商品，成为吸引顾客的一个重要条件。
- 3、自助自选的售货方式使顾客自主性增强，比之以往依靠售货人员递送和介绍商品的方式更为自如，更为舒适。

#### 【BT2】三、购物中心

购物中心在西方经过半个多世纪的发展，已成为都市人的“生活乐园”。在我国，自 20 世纪 80 年代以来，冠以购物中心的商场在北京、上海、广州、深圳等城市迅速发展起来，数量

不断增加，但大都不规范。准确意义上的购物中心不只是一种简单的零售形式，而是聚集若干零售商，调整多种零售形态的布局，疏通买卖渠道，以达到满足人们购物和休闲的双重目的的一种购货场所。

一般购物中心有如下特点：

- 1、购物中心的规划、设立、经营都在统一的组织体系下运作，由专门机构进行管理。
- 2、零售商店是其基本组成部分，一般以一家或几家百货商店，超级市场为核心，辅之以服装店、珠宝店、电器商店等各种专卖店。
- 3、购物中心配有相关的服务设施(如饭店、咖啡厅、美容店、药店、银行、邮局、旅馆、电影院、健身房等)，以满足人们休闲、娱乐、运动等不同的需要。
- 4、一般交通便利，拥有方便的停车场和加油站，可能还有继续扩充的用地。

#### 【BT2】四、专业商店

它是专门经营一类商品或几种互有关联的商品的商店。

最原始的专业商店和店铺形成的历史差不多长。因为最早的店铺基本上是经营某一类商品，铁匠铺卖镰刀、斧头，布店卖布，肉铺卖肉。

现代专业商店与古代大不相同，营业场所扩大，商品档次提高，售货方式更为便利。有人甚至将专业商店定义为经营某一类高档商品的商店。

在我国当前，专业商店作为一种零售业的辅助手段将在零售业市场上占有一定地位，但其市场份额将不会很大。

#### 【BT2】五、无人售货方式

它是一种比自选市场更新的经营方式。它是随着工业生产自动化的发展而出现的。在 20 世纪

70 年代

末到 20 世纪 80 年代初的美国，这种无人售货方式发展得很快。虽然机器售货不受时间限制，但由于

其经营种类少只有饮料、香烟、报纸等几种。所以无人售货不可能在零售市场上占有大的市场份额，只能是一种辅助、补充的手段。

#### 【BT4】第二节 我国百货商店将有所萎缩

百货商店(商场)作为零售业最早的商品流通革新形式，是随着资本主义经济的发展和建设新城市的需要应运而生的。19 世纪中叶，西方世界爆发了工业革命，它不仅带来了机器文明，而且改变了人们的生活方式，商业活动也极大地繁荣起来，形形色色的商店相继出现，琳琅满目的商品充斥店堂。零售由店铺形态进入了商场形态。

商场的营业面积大于店铺，经营的商品种类增多，服务趋向多样化，以适应顾客一次购买多种商品并进行比较，挑选的需要。同时，商场的交易条件大为改善，营业场所整洁，灯光明亮。消费者在比较舒适的环境中从事购物，商人利用店面、橱窗、招牌、货架等展示商品，吸引顾客购买。

尽管百货商店在其发展过程中曾经历过一些波折，但作为零售领域的一种基本经营方式，至今仍占有一定的市场份额。

百货商店在西方的发展大体经过四个阶段：

##### 【BT3】1 变革阶段(19 世纪 50 年代~19 世纪 60 年代)

最早的百货商店，1852 年在法国出现，称为“邦·马尔谢”商店，“邦·马尔谢”商店的创始人 A·布西可以崭新的经营方式对旧的商业进行重大改革，摆脱了小生产的经营方式，消除了零售店的许多陋习，适应了当时经济发展的需要。由于“邦·马尔谢”的经营方式比之传统的经营方式有长足的进步，它对欧美等经济发达国家产生了很大的影响。

##### 【BT3】2 成长阶段(19 世纪 60 年代~20 世纪 20 年代)

西方国家进入 19 世纪末，城市化进程大大加快，许多中小城市不断发展，逐步成为大城市。城市的繁荣，为百货业带来了机会，百货商店在与其它零售商业形式的竞争中，以新的经营方法和

手段，很快就取得了经营优势，赢得了市场地位，迅速地得到了发展。在这一时期，百货店以崭新的姿态进入市场，逐步发展成零售业的主要形态。

##### 【BT3】3 成熟阶段(20 世纪 20 年代~20 世纪 50 年代)

在这一时期，百货商店的设备和管理制度日趋完善，市场份额稳定。由于美国没有遭受到两次世界大战的战争洗礼，其经济得以稳步发展。到 20 世纪 50 年代初，百货商店这种经营形式

的市场份额就不再增长了。而西方其它国家因遭到战争的蹂躏，所以百货商店发展得较慢，其成熟期也延长了。

##### 【BT3】4 调整时期(20 世纪 50 年代起)

二次大战以后，百货商店的发展随经济状况的变化经历了很多波折，特别是反垄断法和反不公平竞争法等有关商业法规的完善，商业中心的地价上涨，交通不便等，这些因素都加速了百货

商店的衰退。虽然现在超市已超过百货商店，占有了较大的市场份额，但百货商店在零售市

场上还是占有一定份额。

我国的百货商店从出现至今也有近百年的历史。但由于国力衰弱，外族不断侵入和战争不断，百货商店在新中国建立前没有得到很好地发展。新中国的建立，为我国零售业特别是百货商场的发展提供了一个契机，在 20 世纪 80 年代前，我国基本上形成了以专业商店、中小百

货商店与杂货店为主的零售网络。随着 20 世纪 80 年代经济的快速增长，商品供应日益丰富，消费品市场逐步由卖方市场转向买方市场，城乡居民生活水平持续提高，购买力不断增强，这一切都刺激了零售商业的繁荣。在整个零售业得到发展的情况下，大型百货的

竞争优势日益明显，这促使零售商业在本世纪 80 代后期向大型化，综合化方向发展。本世纪

90 年代初的市场疲

软使大批生产企业销售形势严峻，不得不依赖零售企业特别是大型企业为基础销售产品，大型零售企业在与生产企业交往中进一步占据主动，给人形成“大型商场不为市场疲软所动”的深刻印象。在假冒伪劣商品盛行，消费者对个体私营商业心存疑虑情况下，大百货商店以其较高的商誉，较好的商品质量，良好的服务配之以先进的设施，优美的购物环境，倍受消

费者青睐，成为零售业中的佼佼者，各项经营指标在零售业中遥遥领先。大百货商店也如雨后春笋般地在全国各大中小城市拔地而起，百货商店成为我国零售业中占统治地位的经营形式。

进入 1995 年后，各大城市大商场纷纷告急。效益明显下降。但真正的危机还在后头，前一阶

段大型商场热的滞后效应要在今后几年才完全暴露出来。

我国的百货商店销售额在社会零售总额中的比重 1991 年就达到 11%，【ZW(】李骏阳：“论我国零售业发展趋势”，《财贸经济》(京)1996 年第 4 期，第 55 页。【ZW(】这个水平与西方发达国家百货商店最兴盛的时期比较相差无几。按每千户拥有百货商店的数量来计算，

1997 年美国每千户拥有百货商店 0.1 家【ZW(】罗伯特·F·卢斯：《零售商业企业管理》，中

国商业出版社，第 5 页。【ZW(】，我国每千户拥有百货商店 0.53 家【ZW(】李骏阳：“论我国零售业发展趋势”，《财贸经济》(京)1996 年第 4 期，第 55 页。【ZW(】，我国已高于美国。这一切都表明百货商店已明显饱和了。

从零售业态变化的规律来看，我国百货商店的发展已经走向了高价格，高费用的道路，大百货商店之间激烈的竞争使它们向扩大规模，提高档次，增设服务方向发展，这样的结果势必提高费用，根据零售业的转轮理论，百货商场在我国已经进入费用上升阶段，不久将进入衰落阶段。

当然，百货商店生存的条件还是存在的。在零售市场上，有些商品在销售时需一定的专业知识如彩电、摄

像机等，有些商品在销售时需对比选择如服装、鞋帽，有些商品过于细小或过于贵重如针线、金银首饰等，这些商品不适合自选式

销售，必须采用面对面的销售形式，根据不完全统计我国 1996 年零售总额比前一年增长 30.8%，其中服装将增长 51.6%，金银首饰增长 43.5%，彩电增长 2.5 倍，摄像机增长 1.5 倍【ZW(】李骏阳：“论我国零售业发展趋势”，《财贸经济》(京)1996 年第 4 期，第 56 页

。【ZW(】。这些

百货商场的主力商品的零售额都有较大的增长，如果百货商场经营得法，百货商场还是可以

得到较好的效益的。

中产阶级的形成，使得城市中逐渐形成一个不断扩大的消费人群，据调查，目前在大部分城镇中属于中档收入(1200—4000元/月)的消费家庭占全部消费群的75%左右，而且其文化

层次不低，约80%的消费者受过高中以上的教育。〔ZW(〕许仲贤：“从京客隆商城看我国仓储式商场的发展方向”，《商业经济研究》，1996年第6期，第54页。〔ZW)〕这一群体对商品价格

的敏感程度下降，而对服务的要求提高。这些消费者就是百货商场所应注意的目标市场。

大连大商集团的发展道路可以说是我国现在百货商场的缩影。1995年辽宁省国有商业盈亏相

抵后出现了建国以来首次亏损累计达5166万元，全省14个城市国有商业中只有大连、沈阳等

两城

市盈利，在大连国有商业实现利润1.86亿元中有7800万元是由大商集团创造的。〔ZW(〕李肃东：“把握市场趋势，赢得竞争优势”，《商业经济学与管理》1997年第3期，第34页。

〔ZW)〕大商集

团瞄准ISO9004—2国际标准，实施现代化管理，达到企业管理整体优化。以低价高服务进行

经营，而且以关心质量、退换商品、售前和售后服务三方面问题为突破口，开展了多种行之有效的、有助于建立企业良好信誉的活动，从而带来了较好的经济效益。

总之，百货商场这种形式还将存在下去，只是相对规模上有所萎缩。

〔BT4〕第三节 我国自选商场将高速发展

自选商场是实行敞开式售货，顾客自我服务的零售商业形式。自选商场的出现一改过去营业员站守柜台状况，是一种售货方式的变化，被称为零售史上的一次革命。

我国的第一家自选商场出现于1981年4月的南京——其占地270平方米，出口处设有3台收款

机。随后在北京、上海等地，都曾出现过建自选商场的小高潮，并都冠以超级市场之名。但大

多数“超级市场”门庭冷落，没有真正发展起来。究其原因，商品价格过高是其主要原因，我国把国外低价格经营形式变成了精品式的经营，这样很不利于自选商场在我国的发展。

自选商场依其营业面积和经营特点，可分成次级市场(包括方便商店)、超级市场和特级市场

一、次级市场。是小型自选零售商店。其营业面积一般从120至400平方米，经营商品以食品和日用百货为主，位置靠近居民区。商圈半径为10分钟的路程。方便店是其中较为

特别的一种，它的毛利率较高，且营业时间长，一般没有假期，它除了设在居民区外，还有一部分建在办公区。

二、超级市场。是较大型的自选零售商店。其销售面积一般从400至2500平方米，其商品是非高档化的能满足消费者的一般性需要，使顾客不必去别的店就能买到所需的许多商品，它一般设在中小型商业区或居民区及其周围。

三、特级市场。是巨型零售自选商场。其规模较大，附属设施多，投资量大，营业面积一般都大于2500平方米以上，多建在城市周围的购物中心里，附带有大量的专业商店，独立店式联合商店，分销店及服务行业，娱乐业，餐饮业等。在一个特级市场里顾客几乎能买到全部所需要的商品。

自选商场在西方经过了三个不同阶段：

〔BT3〕1 变革阶段(1912年~20世纪30年代)

1912年在美国加利福尼亚州开业的阿尔法·贝塔·福德和瓦兹·格罗斯塔利来两家食品商场

，可以说是记载的世界上最早的自选商场。早期的自选商场，一般店面比较小，设备简陋，没有电脑装置，在商店出口处设有专人看守并收款。

〔BT3〕2 发展阶段(20世纪30年代~20世纪60年代中期)

随着经济的发展，人力资源缺乏，为了降低商业费用，取得更多的盈利，大批的零售商改用自选式销售，一度在食品杂货商店的销售额中占有80%的份额。这可以说是投资风险较小的时期。自选商场此时期已经确立了在市场上的有利地位。

〔BT3〕3 成熟阶段(20世纪60年代后期)

进入60年代后期，自选商场增长率开始逐年减弱，自选商场的规模也有变大的趋势，经营品种

进一步扩大，现在食品和非食品营业额各占50%，服务由单一走向了多元，但以普通百姓为目标市场，实行低价的策略没有改变。

我国80年代和90年代初出现过两次建自选商场的热潮，但大多数自选商场的商品价格居高不下，

失窃现象时有发生，经济效益不佳，自选商场门庭冷落，没有真正发展起来。部分专家认为其原因主要在于：规模无法扩大到，足以实现得到规模效益，经营管理条件不足如没有严密的条形码管

理

系统，POS系统，顾客不足，进入市场的相当一部分顾客都是虚假购买者等等。其实这些原因都是经营手法上的问题，不能作为自选商场在我国是否合适发展的条件。

自选商场的本质是自助自选，减少了售货人员。对于零售商来说，减少了售货人员就减少了成本，使商场里的商品可以以相对低的价格出售。自助式销售还把消费者从时时刻刻的紧逼性的推

销中解放出来，而且选购后在结算处一次性集中结算，使顾客在选购商品时无货币支付的压力，从而大大刺激了顾客购买力的提高。对于消费者来说，当他们被从紧逼性推销和货币支付双重压力中解放出来后，其购买能量也被释放而趋向于较大值。这种对零售商和顾客都有利的经营方式存在条件是：顾客对商品品牌有一定的认识。只有当顾客对品牌有一定的认识时，他们在选购时才能不须售货人员的推荐和介绍，实现自选商场的本质——自助自选购物。目前，我国大多数消费者对产品品牌的认识程度已有了很大提高。谈到洗衣粉，他们可以列出诸如奥妙、汰渍、白猫等多种品牌；说到洗发液，他们对飘柔、海飞丝、力士等品种如数家珍。消费者对品牌的认识、识别程度的提高，以及对产品品质的熟悉和了解，为我国自选商场的发展提供了广阔的空间。

从西方国家发展自选商场的经验来看，自选商场的成熟和完善必须与一国、一地的社会经济环境相吻合。盲目照搬，只会东施效颦。我国的自选商场应循序渐进，走一条适合我国国情的自选商场发展之路。

1 降低成本，占领市场。很多人一谈到自选商场，就想到条形码管理系统，POS系统，中央

空调，高档的装璜等。其实这些现代化设备相对我国零售市场是超前的硬件设施并不是自选商场

所必须的。美国人迈克尔·库伦掀起自选商场高潮时并没有这些现代化的硬件。每种新型经营方式大都以低价进入市场，我国把自选商场的硬件设施和装璜搞得如此超前必然

增加经营费用使商品的成本过高，给自选商场这种经营方式进入市场设置了不必要的障碍。我们在经营自选商场时在购物环境方面只要和周围的商店大致相同或稍微好一些就可以，不用过于超前。由于自选商场减少了售货成本(一百平方米可以节约 8 人左右)，商品价格也就可以降下来了，从而占领市场。

2 主要发展次级市场。我国现在的零售网点多建在繁华闹市区，而新建居民住宅区购物难

之情况较为严重，在居民住宅区建立自选商场，既弥补了零售网点的不足，又能以低廉的价格吸引居民日常生活用品的消费。在居民区开办自选商场时，所面对的是该区居民而非全市人口，难以形成大规模的销量。因此，目前以中小型的次级市场为宜，在经营的品种上，主要经营规范化、标准化、包装容易的日常生活用品，食品、烟、酒、饮料等周转快的商品，而对那些易腐烂、加工、包装复杂、须花费较多人工的鲜活商品，则不宜经营。

3 选择合适的目标市场。从个人消费水平来看，目前我国城市消费者可分为 5 个层次：富

豪型和富裕型各占 10%，小康型和温饱型各占 20%和 50%，贫困型占 10%。“工薪族”覆盖后三个层次，占消费者总数的 80%以上，【ZW(】王婉芳：“从中外超市的差异看我国超市的发展方向”，《商业经济与管理》1997 年第 3 期，第 23 页。【ZW)】其人均购买力虽不如前两层次的高，但消费者的总体购买力却远远超过了前

两个层次之和。而且很多前两个层次的消费者和“工薪族”所选品牌自选商场经营的商品大致于一

样，所以自选商场定位于工薪阶层，提供价廉物美的商品，满足其需要，可获得最大的市场

。

随着经济的发展，自选商场的规模可以越扩越大，设施装璜越来越好，但以“工薪族”为目标市场，实行低价的策略不能改。

北京京客隆的成功证明了只要以廉价经营为宗旨，走适合我国国情的道路就能生存和发展。京客隆建造简易库房式营业厅，不加豪华装修，实行仓场合一的经营格局，开架自选，统一收银，商品以食品、生活日用消费品为主。京客隆开业后吸引了 2.5 公里以内的大部分居民。可以说京客隆的“商品大众化，经营工厂化，设施简单化”的市场定位原则是适合中国国情的。

#### 【BT4】第四节 我国不宜大力发展购物中心

购物中心是现代社会的产物，其出现是与第二次人口大迁移相适应的。同时，又与生产力的发展不可分割。20 世纪初期，随着城市工业化的发展，城市人口日益密集，市区尤其是

市中心地价日增，且交通十分拥挤，环境污染严重，人们在城里购物已不再是一种乐趣。于是，零售商就开始在地价低廉、交通便利、环境污染较少的郊区建立商店。并不断扩大商店的规模，以增加顾客在店中购物的停留时间。同时建立了饭店、休息室、娱乐厅等设施，来为顾客提供休息和饮食的场所，从而形成了集百货商店、专卖店、饮食店、娱乐厅于一身，汇

休闲、购物为一体的多功能的商业形态——购物中心。特别是家庭用车的普及，高速公路网的形成，工作时间的缩短为购物中心的存在创造了条件。

购物中心在西方的发展大体经历了四个阶段：

#### 【BT3】1 变革阶段(20 世纪 30 年代~20 世纪 50 年代初期)

最早的购物中心产生于美国。1931 年在德克萨斯州的达拉斯市郊区，H·巴桑氏以几家商店

为基础，建造了购物设施和停车场，修整了道路，成为现代购物中心的雏形。在此阶段，购物中心在西方各国并没有显示其优势，只是缓慢发展并趋于定型，在管理和规模方面仍不完善。

#### 〔BT3〕2 发展阶段(20世纪50年代~20世纪60年代中期)

第二次世界大战以后，随着各国经济的复苏，人们消费质量提高，购物中心生存的各种条件已具备。在1950~1960年的10年间，美国有近400家购物中心成立，之后购物中心的数量又以每年大约1000家的速度增长，其零售额在全国市场零售额中所占的比重不断上升，购物中心进入发展阶段。这正是零售商采用这种经营形式的最佳时机。

#### 〔BT3〕3 成熟阶段(20世纪60年代中期~20世纪70年代)

20世纪60年代中期，购物中心作为一种经营方式，从各方面已较为完善。这些购物中心通常选在高速公路附近，以一组综合式的建筑群为主，由房地产商投资建立，并附有保育室、娱乐室、健身房、旅馆、停车场等服务设施，然后出租给零售商。每个购物中心都是统一管理，形成自己独特的风格，以吸引顾客。此时期，商家进入这一市场已非常不容易。同时，其零售额在全国市场零售额中所占的比重也比较稳定了。

#### 〔BT3〕4 衰退阶段(20世纪70年代以后)

20世纪70年代初期，一方面因受石油危机的影响，人们驱车去郊区购物费用增加，从而使因地价低廉而形成的低成本优势不存在了；另一方面欧美各国发现城市中心区的萧条影响了城市的繁荣和发展，于是开始加强环保力度，使城市的环境有了较大的改观，同时，大力推行复兴旧城中心区的计划。购物中心在此影响下发展缓慢，处于不景气状况。

我国购物中心的发展，始于20世纪80年代末。随后几年，全国各大中型城市涌现出许许多多冠之

以购物中心的商业企业。其中有不少只是把一普通商店，甚至杂货店的牌子换了一下，这些不太正规的购物中心的出现，导致了人们对购物中心的误解，以为购物中心只是国外对百货商店的别称。只要有百货商店存在，购物中心就能生存和发展。

其实，百货商店和购物中心的存在条件是不相同的，从某种意义上看还是相对的。购物中心的兴起在一定程度上加速了百货商店的衰退。购物中心的衰退又为百货商店的生存让出了市场。依目前我国的经济水平，购物中心迅速发展的条件还不具备。

首先，任一种新型的零售形式的出现和发展都是以低价格的形式进入零售市场，购物中心的产生和发展也不例外。H·巴桑氏正是利用当时郊区地价低廉的优势来降低成本与百货商店竞争，现在我国郊区的地价也比市中心低很多。但在我国有另一情况。郊区和市区比较，其基础设施非常薄弱，如果我们要建购物中心，在地价低廉上所占的优势会因重建公共基础设施而化为乌有，甚至总体零售成本还会比市区提高。这显然不符合新型零售形式进入市场的条件。

其次，我们知道商店的规模和商圈大小成正比，商店的规模越大，支持其生存的商圈也需越大。一般来说，商圈半径最大可为1小时左右的路程，由于在西方发达国家购物的主

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](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库