

## 制约我国商业业态发展的因素及对策

作者: 发布时间: 2004-7-3 15:11:49

针对中国悄然而起的“摩尔热”，国内经济学界有截然不同的两种观点：乐观者认为，真正意义上的Mall进入中国，将会对我国零售业产生一场革命，中国以Mall为主力的商业时代即将来临，零售业新一轮的圈地运动已经开始。

相反的观点认为，Mall这种商业业态在我国现有的经济发展水平和商品品类相对较少的情况下，并不适合中国国情。这不过是在国际、国内经济大环境下的又一个美丽的经济泡沫、一个“资本秀”。

还有人认为，摩尔的出现也是中国商业发展到一定阶段，商业业态社会优化组合的必然趋势。随着中国经济的飞速发展，摩尔的辐射范围将使传统商业相形见绌，这种全新的商业方式将会是继百货店、便利店、超级市场、仓储式商场、购物中心连锁超市、仓储式货场之后的第六代商业业态，将对市场带来更为强烈的冲击，同时又带来更多的商业机遇。

在国外商业加速发展的时候，有必要提出这样两个问题：一是在对国外商业开放的程度上必须按照中国对世贸组织承诺的时间表进行，不要提速；二是对国外商业不要盲目崇拜给予超国民待遇。

一些连锁企业上报的经营业绩与实际的经营业绩相差很大，这虽然会提高这些企业在全国连锁企业中的排名位置，为企业带来很多的荣耀，但也潜伏着深刻的危机。

统计表明，中国连锁企业店铺规模的增长要快于经营绩效的增长，走的还是外延规模扩大的路，靠外延规模扩大的发展是不能长久的。2003年连锁企业会加大对信息系统的投入，提高运用信息技术的能力。目前连锁企业投在信息系统中的资金只占销售额的0.1%~0.3%左右，国外一般占到1.2%~2%，投入的硬件与软件之比一般是5比1，国外一般是1比1或1比1.2。

近来奥特莱斯这种业态在国内的出现给了消费者更多的选择。目前，在欧美国家的大型零售商店中，百货、超市、折扣店和大型专业商店几乎四分天下。在近年美国商业企业排行榜中，前5位中有3家的主要业态为折扣店。

从国内普通连锁超市的经营情况看，超市自有品牌数量还相当少，并且都局限在纸巾、毛巾、内裤、袜子等方面，而在食品、护理品等方面还不充分。由于食品和日用品都是易耗品，消费者最容易就近购买，折扣店如果抓准了这两块市场进行开发，将对超市、大卖场带来巨大冲击。有专家认为，如果说上个世纪90年代超市业态的普及是对传统商业企业的第一次冲击波的话，折扣店的出现将是对这一行业的另一次冲击波。直至今日，名副其实的折扣店在我国仍是空白，国内外的商家都在力抢这一市场。可是对于商家来讲却需要冷静对待。由于奥特莱斯是全价店的一种辅助模式，因此永远不可能取代主流零售模式。如果大家一哄而上搞奥特莱斯，货源会成为最大的障碍。

深圳人人乐连锁商业总裁何金明把折扣店形象地比喻为“吸血虫”。他说，在法国，几乎每家大型超市旁边都有一家折扣店，折扣店吸的“血”就来自它旁边的邻居。因为折扣店的价格优势可以使它旁边商场的同类商品的利润为零。

商业布局规划也是中国商业发展宏观环境的重中之重。2003年应把做好商业布局规划作为中国商业发展的宏观环境重中之重的事情来做。

### 一、目前发展商在商业地产开发上存在的主要问题

当前，开发商开发商业地产的模式主要有两种：

一种模式是在住宅楼下开发一些底商，以满足政府对商业配套7%的要求。这部分底商由于规模小、需求旺，所以不愁卖。这是大部分开发商对商业的开发思路。

另外一种模式是在传统的商业中心开发大型商业地产。许多开发商认为，商业中心的商业地产肯定有市场需求，因此，一涌而上搞百货商场，最后的结果常常是血本无归。

由此，我们不难总结出目前开发商在开发商业地产中存在的主要问题：

一是缺乏规划或规划十分混乱。由于缺乏规划，居民区里到处都是美容院；一层住宅开一个小窗户就可以变成24小时便利店……这样的社区如何提高物业的品质？如果当初将住宅底层和裙楼开发成社区商业街，不仅可以提升社区的品质、满足业主的需求，而且可以实现物业升值，达到开发商、投资人、经营者和居民都满意的“四赢”结果。

二是业态定位和分布不合理。开发商在看到商业地产的价值后，由于缺乏商业和管理的基本经验，往往一涌而上。从本质上讲都是由于业态定位和业态分布存在问题。

三是业种规划上的不配套。

目前零售业的业态主要有以下几种：百货店、超级市场、大型综合超市、便利店、仓储式商场、专业市场、专卖店、购物中心等。

不同的零售业态有不同的基本特征，对于每一个具体项目，都应在规划前期考虑引进什么样的零售业态，对此有一个基本的市场定位。以下因素可作为参考的重点：

一是商业地产整体供应量过剩和局部业态分布不均衡的问题。

二是政策因素。政府的商业规划也是建立在城市的规划和商业规划的各种要素基础上。

三是消费需求的问题。从今年以来外资商业巨头开始大举进入北京，欧洲三大家居超市百安居、欧倍德、乐华梅兰，世界最大的便利店7-11，特色突出的西班牙折扣店、美国沃尔玛、法国欧尚等七家外国著名连锁店将入驻北京。从这些商业大鳄经营特征看，正是目前北京需要弥补的业态，经营的内容是消费者满足的东西。所以，开发商在当初规划的时候，首先有基本的判断和分析，打算引进哪些业态，

需要规划什么样的业种，从根本上讲，商业地产项目定位要清晰，要有正确的发展方向。

未来商业竞争将是最大限度地满足消费者不同层次的需求的竞争。能够用现代化流通手段，为消费者提供最质优、价廉商品的企业，才能在竞争中取得优势。

[\[推荐朋友\]](#) [\[关闭窗口\]](#) [\[回到顶部\]](#)

转载务经授权并请刊出本网站名

版权所有：中国社会科学院人口与劳动经济研究所

您是第位访客