

doi:12.3969/j.issn.1672-0598.2015.02.004

# 中国零售业态研究现状与文献回顾

——基于CSSCI(2003—2013)文献分析\*

彭娟

(广东工贸职业技术学院 经济贸易系,广州 510510)

**摘要:**以广义零售业态为视角,基于CSSCI近十年的文献为基础对我国零售业态研究的现状进行分析。研究表明,零售学者对整体零售业态、超市业态、百货业态、购物中心业态四个方向在业态营销、业态经营与管理、业态创新等几个研究主题的研究已相对成熟,而对于其他诸如商品零售的专卖店业态、专业店业态以及餐饮零售和服务零售各业态的研究相对比较滞后。随着服务经济的到来,新的零售业态的大量涌现使得目前我国的零售业态研究已跟不上零售实践,原有的零售业态研究较多停留在以商品零售业态为主的狭义范围之内,一定程度阻碍了整体零售业态研究的宽度和深度。零售学者应扩大零售业态研究的方向以及增加传统业态研究的主题内容,使我国零售业态理论研究更为全面和深入。

**关键词:**零售业态;商业经济;CSSCI;研究现状;文献回顾

**中图分类号:**F713.32 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-0598(2015)02-0025-10

近十年,中国零售研究成为商业经济研究领域的重要组成部分。其中,零售业态的研究又是零售研究中重要研究方向之一。零售业态是为满足特定目标市场需求,对全部零售要素进行战略或营销组合而形成的店铺经营形态。狭义的零售业态特指针对商品零售的各业态,包括百货公司、超市、便利店、专业店、专卖店等。广义的零售业态应包括所有商品、服务产品和餐饮产品的零售经营形式,因此应延伸到诸如餐饮零售的快餐业态、正餐业态、小吃业态,服务零售的专业服务店、针对个人的咨询服务业态等<sup>[1]</sup>。本文将从广义零售角度收集近十年来中国零售业态学术成果,以展现零售业态研究的整体现状,为未来该领域研究指明方向。

## 一、研究数据与方法

本文的研究范围为2003—2013年在CSSCI(含扩展版)中经济与管理类期刊发表的零售业态学术论文,研究对象为所有以中国零售业态或单一零售业态为主要研究对象的学术论文,包括零售业态的整体宏观研究以及商品零售、餐饮零售、服务零售所属的各单一微观零售业态的研究。本研究对象不包括:1.我国学者针对其他国家零售业态或某单一业态的研究;2.研究主题非零售业态本身的研究,如研究上市企业关联交易问题,以某家超市品牌为例,其研究主题非所属超市业态本身;3.一些纯零售品牌企业的案例性分析,因未站在业态研究基础之上,也不在研究范围之内。文献检索词为题目名称含有“零售业态、业态、百货、超市、购物中心、仓储

\* [收稿日期]2014-11-29

[基金项目]教育部人文社会科学研究一般项目(10YJC790177)

[作者简介]彭娟(1976—),女,四川广安人;广东工贸职业技术学院经济贸易系副教授,主要从事零售、连锁经营研究。

店、专业店、专卖店、快餐、小吃、正餐、休闲厅、专业服务店、租赁店、家居服务”等共 20 个词,经过一一删选,共整理出符合要求的文献 225 篇。

## 二、零售业态研究现状

### (一) 学术期刊分析

统计结果表明,225 篇关于零售业态研究的文献主要分布在 78 种 CSSCI(含扩展版)经济与管理类期刊。其中大部分期刊关于此领域的研究只发表了 1 到 2 篇文献,11 年间共发表了 5 篇及以上的期刊共 11 种,可将这些期刊分为两类。第一类是对零售或零售业态文献较为关注的期刊,如《商业研究》《北京工商大学学报》《商业经济与管理》列居前三,分别共计发表了 38 篇、23 篇和 17 篇文献,他们

的发文量占到总发文量的 34.7%。《商业研究》多年来一直是 CSSCI 扩展版期刊,最近几年办刊水平有较大提升,在商业经济研究领域仍具有重要的地位。《北京工商大学学报》从 2007 年开始重点关注商业经济,开辟了商贸流通专栏,2011 年开始单独开辟商业企业管理专栏,刊登大量零售领域的学术文献,这一领域的多名著名学者在此期刊发文。《商业经济与管理》基本上每年刊登两到三篇零售业态学术论文,并以实证性文献为主。第二类期刊是对零售领域有一定程度关注的经济类期刊,其零售业态发文量不多,但某些期刊发表的文献具有较高的学术影响力,被引频次较高,如《财贸经济》9 篇零售业态文献中 4 篇文章被引频次超过 20 次。

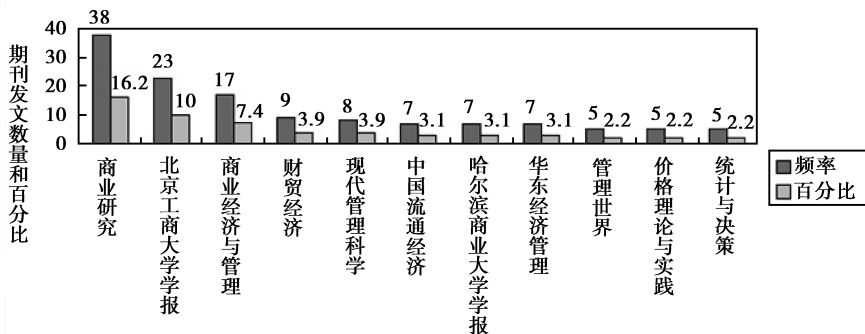


图 1 零售业态学术期刊分布

### (二) 学术论文研究方向与主题分布

通过逐一研究和归纳,将 225 篇零售业态学术论文分别归属于 9 个研究方向及 14 个研究主题。表 1 展示了十年来 CSSCI(含扩展版)收录的我国零售业态研究主要学术成果的研究方向和研究主题的交叉列表,表 1 中深色区域为主要学术成果的主要分布情况,打“—”线表示在这一领域没有相关学术成果。

从研究方向来看,目前已有的研究方向中,宏观整体零售业态的研究成果仍是主力,有 63 篇学术成果,并且分布于 10 个研究主题,是研究主题最多的研究方向。其次对于单一业态的研究主要集中在商品零售领域,餐饮零售单一业态较少,服务零售业态研究还处于空白。商品零售单一业态中,超市业态研究成果最多,达 67 篇论文,文章数量位居第一,集中分布于 8 个研究主题。其次为百货业态和购物中心业态,分别有 38 篇和 24 篇学术成果,专

卖店业态只有 3 篇,专业店业态目前还没有相关成果。值得注意的是,餐饮零售业态的快餐业态和正餐业态分别有 12 篇和 6 篇学术成果,并且均有 3 至 4 个研究主题。

从归纳的 14 个研究主题来看,关于整体业态或单一业态的营销问题研究成果最多,有 62 篇,位居第一,并分布于所有 9 个研究方向,其中超市业态营销研究成果最多,达 29 篇,其次为百货业态。排在第二位的主题是业态经营与管理,有 43 篇研究成果,分布于 7 个研究方向,其中关于超市业态和百货业态的成果最多。关于业态现状与发展对策的成果共计 24 篇,主要分布于 5 个研究方向。某些研究主题针对性较强,集中在某一个研究方向。如业态的变迁与演化的 20 篇文章均针对整体零售业态的研究,而业态聚集与业态规划和建设均主要针对购物中心业态。

表1 零售业态学术论文研究方向与主题分布

研究方向 研究主题	零售 业态	超市 业态	购物中 心业态	便利店 业态	百货 业态	快餐 业态	正餐 业态	专卖店 业态	酒楼 业态	合计
业态营销	5	29	3	2	13	6	2	1	1	62
业态经营与管理	—	18	6	3	9	2	3	2	—	43
业态现状与发展对策	9	7	2	4	2	—	—	—	—	24
业态创新与变革	8	1	3	—	6	—	—	—	—	18
业态竞争与竞争力	2	5	—	1	2	1	1	—	—	12
业态发展战略	—	—	—	—	6	3	—	—	—	9
业态空间布局与选址	—	3	3	1	—	—	—	—	—	7
业态规模经济	2	2	—	—	—	—	—	—	—	4
业态集聚	—	—	4	—	—	—	—	—	—	4
业态企业规划与建设	—	—	3	—	—	—	—	—	—	3
业态适应性与绩效	7	2	—	—	—	—	—	—	—	9
业态选择	4	—	—	—	—	—	—	—	—	4
业态变迁与演化	20	—	—	—	—	—	—	—	—	20
其他	6	—	—	—	—	—	—	—	—	6
合计	63	67	24	11	38	12	6	3	1	225

从目前已归纳整理的研究方向和研究主题进行分析,可进一步将整个研究领域分为两个层面,包括:相对成熟和热点的研究领域和欠成熟的研究领域。成熟的研究领域如表1中深色区域带边框的区域,突出特点是研究的主题分布于多个业态,同时研究方向的研究主题也较多,具有一定发文量。即关于整体零售业态、购物中心业态、超市业态、百货业态、快餐业态分别在业态营销、业态经营与管理、业态现状与对策、业态创新与变革和业态竞争力方面均有学者的较多关注和学术成果。第二个层面为表1中带深色边框外的其他深色区域。这些研究领域研究的面相对于比较窄,或者不够成熟。如业态集聚、业态选择、业态变迁等均主要集中于少数研究方向,在其他研究方向上没有明显的研究成果,或某些研究方向只在某些主题上具有少量成果,如正餐业态、专卖店业态只在业态营销和业态经营与管理主题方面具有少量成果。

### (三) 学术论文发表时间分布

统计结果显示,2003年至2013年,零售业态领域研究的文献呈现螺旋并略有下降的趋势。发文量最多的年份集中在2003年、2005年和2010年,三年的发文量占总数的41.8%。发文量最少的年份

为2009年和2013年,总发文量均为12篇。2003年至2005年,关于零售业态的研究维持在较高的水平,这与当时我国零售业全面开放有关,大量国外巨头进入中国,同时中国的零售业也在发生巨大的变革。零售学者们重点关注零售业态的变迁与创新问题,以及超市业态和百货业态的创新、经营管理问题等。2003年关于百货业态和超市业态的研究尤为突出,全年两个业态的文献数分别达到10篇和9篇。2005年关于零售业态和超市业态的研究突出,全年研究文献分别达到10篇和11篇。2011年至今,关于整体零售业态及单一零售业态的研究均呈现迅速下降的趋势。学者们十年来对整体零售业态、超市业态、百货业态的研究已相对成熟,目前已无明显的关注热点,而对于其他业态的研究相对于比较滞后或关注度不够,导致零售业态研究文献的逐渐减少。

### (四) 高影响力文献分析

学术文献的被引频次直接反映了文献的学术影响力,同时也反映了研究领域的受关注程度。以知网统计的被引频次作为标准进行统计,225篇文献中有71篇文献被引频次超过10次。考虑到被引频次的时点问题,采用年均被引频次将更加具有客观

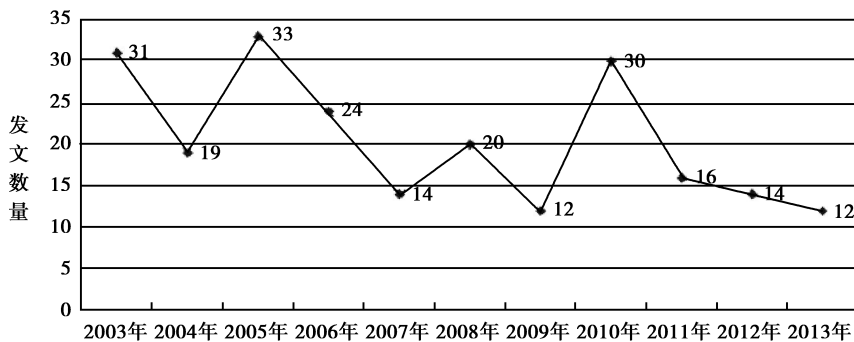


图 2 零售业态学术论文时间分布

性。225 篇文献中年均被引频次最多的前五十篇文献主要发表于 2003—2011 年, 刊发于 27 个经济管理类学术期刊。其中《商业研究》刊发了 6 篇, 《北京工商大学学报》6 篇、《管理世界》3 篇、《商业经济与管理》3 篇、《中国流通经济》3 篇、《财贸经济》2 篇、《管理工程学报》2 篇。50 篇文献中, 发文量较

多的作者并不多, 其中李飞 2 篇, 汪旭晖 2 篇, 杨宜苗 2 篇, 王先庆 2 篇, 显示这些作者在该领域的研究影响力。表 2 展示了零售业态研究年均被引频次排名前十的文献, 这些文献对近十年来零售业态的研究具有重要的学术价值。

表 2 零售业态研究年均被引频次排名前十文献统计

第一作者	被引频次	年均被引频次	文献篇名	研究方向	学术期刊	发表年份
李飞	38	12.7	中国百货商店如何进行服务创新——基于北京当代商城的案例研究	百货业态	管理世界	2010
王高	85	12.1	中国大型连锁综合超市客满意度实证研究——基于 20 家大型连锁综合超市的全国调查数据	超市业态	管理世界	2006
刘新燕	91	10.1	大型超市的顾客满意度指数模型实证研究	超市业态	管理工程学报	2004
朱枫	67	6.7	基于 GIS 的大型百货零售商业设施布局分析——以上海浦东新区为例	百货业态	武汉大学学报(工学版)	2003
吴长顺	54	6.0	百货商店与综合超市形象影响因素差异性研究	百货业态	现代管理科学	2004
盛朝迅	11	5.5	基于业态变异视角的我国百货业盈利模式思考	百货业态	商业经济与管理	2011
何丹	16	5.3	上海零售业态的变迁与城市商业空间结构	零售业态	商业研究	2010
温韬	37	5.3	大型百货商场顾客体验影响因素的实证研究	百货业态	商业经济与管理	2006
鲍观明	36	5.1	零售业态演变规律的综合模型构建	零售业态	财贸经济	2006
郑欢	39	4.9	大型超市顾客交费排队系统优化分析	超市业态	管理学报	2005

### (五) 文献研究方法分析

文献研究的方法直接反映了文献的学术水平, 实证研究法是目前公认具有较高科学性和说服力的研究方法, 可进一步划分为调查研究、案例研究、数量统计研究等。根据对 225 篇文献的逐一分析,

将实证研究法根据是否有模型基础进一步分为 5 种类型。如表 3 所示, 虽然超过一半的文献主要采用一般的理论性探讨方法, 但采用实证研究的文献仍占有较高比例, 其中采用模型基础上的问卷调查研究占 19.1%, 是实证研究中采用最多的方法。从各



业态的研究方法分析,超市业态与购物中心业态的实证研究文献多于理论探讨的文献。特别是关于

超市业态研究广泛采用各种实证研究方法,其中问卷调查研究成为该业态最主要的研究方法。

表3 零售业态研究方法统计

研究方法	业态类型	零售	超市	百货	购物	便利店	其他	合计	百分比	
		业态	业态	业态	中心					
理论探讨		43	31	24	11	7	11	127	56.4%	
实证研究	模型构建+问卷调查研究	5	19	8	1	0	10	43	19.1%	
	模型构建+案例研究	2	3	1	2	0	0	8	3.6%	
	模型构建+数理统计研究	9	5	3	2	0	2	21	9.3%	
	案例研究	0	5	1	4	2	3	15	6.7%	
	模型构建	3	2	1	4	1	0	11	4.9%	
	小计		19	34	14	13	3	15	98	44.6%
	合计		62	65	38	24	10	26	225	100%

### 三、主要研究文献回顾

#### (一) 零售业态研究

如前所述,关于宏观零售业态研究的63篇文献分布于9个研究主题,其中,研究成果较多、研究学术水平较高的主题包括零售业态变迁与演化的研究、零售业态创新与变革的研究以及零售业态适应性与绩效评估研究等。

##### 1. 零售业态变迁与演化研究

研究业态变迁与演化的文献相对较为成熟,学者从不同视角研究零售业态变迁或演化规律与理论。史锦梅(2003)<sup>[2]</sup>基于顾客需求角度研究“需求满足论”对零售业态演变影响,预测零售业新业态在货币成本方面的下降是有限的,而在通过提高服务或服务技术水平来提高顾客购买总价值方面有更大的发展空间。晏维龙(2003)<sup>[3]</sup>提出“消费者偏好理论”,认为消费者对零售服务的需求差异性决定了零售形态的多样性,从而推动了零售业态演化。两位研究者均从消费者角度进行零售业态变迁推动力研究。朱涛(2009)<sup>[4]</sup>从组织能力视角研究了零售业态演化的原始动力,认为企业家追求利润的原始动力促使其对零售原业态的革新和重组,企业家的组织能力对业态演化起到关键作用。芮明杰(2007)<sup>[5]</sup>还从产业组织的视角研究了零售业态的差异化和演进。也有学者通过模型构建研究零售业态的演变规律,如鲍观明(2006)<sup>[6]</sup>在零售业态演变传统理论上构建了零售业态演变规律

的综合模型,该模型由三部分构成,包括业态演变的内部和外部界定、业态演变的内容和特征以及业态演变的动因分析。部分学者对业态演化模型进行了运用,黄漫宇(2011)<sup>[7]</sup>以KIM等人提出的零售进化综合模型为基础提出中国农村零售业态变革的思路,零售进化综合模型强调零售业态变革的因素主要包括零售业态间的竞争与冲突、消费者偏好、零售环境等。

##### 2. 零售业态创新与变革研究

关于整体零售业态创新与变革的研究也较为活跃。李飞(2006)<sup>[8]</sup>从营销组合角度提出业态创新途径,研究表明零售营销活动中的产品、服务、价格、店址、环境和沟通6个组合要素是零售业态的关键构成要素,6个组合要素下又有主要的24个细分维度,不同的组合产生不同的零售业态,因此24个维度的不同组合变化就形成了新的零售业态,也即零售业态创新的主要途径。沈健(2011)<sup>[9]</sup>从消费者需求和成本控制因素提出业态创业的可能性。多名学者从区域角度进行了业态创新研究,如汪旭晖(2009)<sup>[10]</sup>以东北地区农村消费者调查为基础,从选址、商品等六个要素研究农村消费行为偏好,从而对农村零售业态创新模式进行探究。张晓霞(2011)<sup>[11]</sup>以破坏性理论为基础,对农村零售业态现状进行分析,提出我国农村业态演变是维持性创新和破坏性创新相结合的观点。对传统业态的改造和发展属于维持性创新的结果,新生成的廉价商店

等是破坏性创新的结果。

### 3. 零售业态适应性与绩效评估研究

学者们多通过实证定量研究方法对零售业态的适应性与绩效进行研究。夏春玉、杨宜苗(2007)<sup>[12]</sup>构建了零售业态适应性评价及影响因素模型,并通过 31 个省市连锁企业的实证分析得出结论:同一地区的不同零售业态之间或不同地区的同一零售业态之间均具有显著性差异的适应性程度,提出要科学制定零售业态发展战略。赵泉午(2010)<sup>[13]</sup>对 64 家上市公司的 13 年的年报数据进行实证分析,研究业态引入或多业态与单业态之间的绩效影响,研究结果表明我国零售企业引入新的零售业态三年内对企业具有负面的绩效影响,而单一业态经营模式绩效优于多业态的经营绩效。汪旭晖(2009)<sup>[14]</sup>从消费者满意度角度对农村地区主要四种典型业态模式的成长性进行评价,发现影响消费者满意度的六个因素在不同零售业态中对消费者的影响存在差异,杂货店和集贸市场两大业态仍具有较大的价格优势。

### 4. 其他主题研究

除以上较为热点的研究主题外,整个零售业态的研究主题还包括零售业态的现状与发展对策研究、零售业态营销研究、业态规模经济以及对跨国零售业态在华的研究等。零售业态的现状与发展对策研究以一般性论述为主,实证性的文献较少。整体零售业态营销的研究主要是基于消费者角度的营销问题研究。如王德章(2005)<sup>[15]</sup>研究如何将消费者行为与零售企业的营销战略相结合,提出了不同零售业态基于消费行为的价格定位和市场细分等营销策略;杨宜苗(2005)<sup>[16]</sup>以百货商店、超级市场和购物中心为例,从消费者对店铺形象的满意度角度设计了针对不同零售业态的测量量表。我国学者对跨国零售业态在华的经营行为给予了一定关注。如费明胜(2008)<sup>[17]</sup>基于 21 家跨国零售企业的实证分析研究了主要多业态的跨国零售企业在中国的零售业态的选择。汪旭晖(2010)<sup>[18]</sup>通过建立店铺形象的评价指标对在华的不同跨国业态企业进行差异分析,提出零售企业通过店铺形象化提升竞争力的主要途径。

#### (二) 超市业态研究

超市业态的研究是近十年来国内学者关注的一大热点。其中关于业态营销的研究成果最为突出,其次为业态经营与管理,少量学者研究了超市

业态竞争力、业态空间布局与选址以及业态竞争对策等问题。

#### 1. 超市业态营销研究

超市业态营销方面 29 篇学术文献重点研究了消费者行为与心理、客户关系管理、服务营销等主要 7 个方面的营销主题。如表 4 所示。其中关于消费者行为与心理的文献最多,其次为客户关系管理所涉及的关系维护、顾客忠诚度与顾客满意度研究。29 篇文献中 21 篇文献采用了实证定性或实证定量研究方法。

表 4 超市零售业态营销研究主题及研究方法

研究主题	数量	实证研究	理论探讨
消费者行为与心理	8	6	2
客户关系维护	2	2	0
顾客忠诚度	5	4	1
顾客满意度	5	5	0
服务营销	3	1	2
营销策略	3	2	1
品牌战略	3	1	2
总数	29	21	8

关于消费者行为与心理的研究主要从超市的购物环境、超市的品牌形象等方面研究对消费者行为的影响。解志韬(2010)<sup>[19]</sup>在理论上提出消费者择店效用理论模型,并实证验证了消费者效用和消费者支出在择店行为过程中的影响力,研究表明消费者固定效用和变动效用在不同类型零售店存在显著性差异,因此不同形态的超市应根据不同类型超市消费群体的特质和消费偏好等制定不同的竞争策略。杜传文(2011)<sup>[20]</sup>研究了超市购物环境对顾客感知及惠顾行为影响,发现购物环境对顾客行为有正相关作用,购物环境即影响顾客情绪,还影响着顾客对商品和服务的认知等消费行为。超市业态顾客满意度的研究主要侧重于满意度测量的模型以及实证定量研究上。王高(2006)<sup>[21]</sup>还全面系统地开发了超市顾客满意度测量量表,并在全国范围内采集 20 家大型连锁综合超市的满意度数据进行实证分析,发现影响消费者满意度最大的为物美价廉,其次为购物体验和商店服务,而购物的便利性对顾客满意度影响很小。超市顾客忠诚

度的研究主要侧重于影响因素和提高忠诚度的方法上。于坤章(2006)<sup>[22]</sup>研究了商店印象、经济、时间、便利性与顾客在认知忠诚、情感忠诚、意向忠诚和行为忠诚之间的关系,结果表明商店印象的实体和经济对顾客认知忠诚影响最大,时间与便利性对情感忠诚有直接影响,经济对意向忠诚影响大,实体和社会心理对行为忠诚有直接影响。

## 2. 超市业态经营与管理及其他研究

统计的18篇超市业态经营与管理方面的研究文献主要的研究主题包括物流配送方面、信息系统建设、通道费用研究等,大部分文献以理论探讨为主,实证文章较少。物流配送环节是超市面临的重要经营管理问题,郑霞忠(2010)<sup>[23]</sup>针对我国中小型连锁超市存在的问题建立了物流系统优化模型,并详细阐述模型中如何实现采购管理优化、库存管理优化以及配送系统优化等。周树华(2011)<sup>[24]</sup>为超市生鲜农产品供应链信息化管理体系提出建设思路。居长志(2005)<sup>[25]</sup>概括了超市业态经营的主要关键要素,提出连锁超市供应链、资金链、物流链、信息链、人才链的重要性。

超市业态的其他主题研究还包括超市业态现状与发展对策、业态竞争与竞争力、业态的空间布局与选址以及业态的适应性问题等。学者对超市业态的竞争问题给予了较多关注。乔颖丽(2005)<sup>[26]</sup>从经济学角度研究了超市业态生鲜食品经营面临的竞争格局,分析了不同类型超市的竞争均衡及其原因。周涛(2010)<sup>[27]</sup>运用零售饱和指数法,从纵向和横向对农村地区超市业态的饱和度进行了研究,指出饱和指数越大,超市需求相对于零售设施供给的净需求越大,该市场空间和发展潜力也越大。空间与区位选址方面,近两年学者以实证研究方法为主。如肖琛(2013)<sup>[28]</sup>以南京市苏果超市为例,对城市连锁超市空间布局格局与区位选择进行了研究,研究表明不同类型超市的空间分布特征不同,经济发展现状、消费者规模、交通便利性、消费者购买力等,推动了地区超市的空间分布格局。

### (三) 百货业态研究

中国百货业态的发展较超市业态的发展时间更长,已进入相对成熟的时期,关于该业态研究近十年来仍主要集中于业态营销的研究,其次是业态经营与管理、业态创新与变革及业态发展战略的研究。

#### 1. 业态营销研究

百货业态的营销研究共计13篇成果,主要包括

服务营销、消费者行为与心理、品牌战略及顾客满意度等6个主题,其中服务营销的研究成果较为突出。李飞(2010)<sup>[29]</sup>建立了百货业态服务创新的过程模型并进行全面的定量验证,结果表明:我国百货业态服务创新的驱动力主要为高层经理、顾客信息以及同行或竞争者三大要素;服务创新保障机制的关键是公司战略与组织文化环境与之相匹配;其服务项目开发过程需要遵循一定规范步骤。侯旻(2010)<sup>[30]</sup>从百货业态服务质量感知角度设计了服务要素的测量指标体系并进行实证检验,结果表明有形性、便利性、响应性、可靠性和移情性是百货业态服务要素细分,应从消费者角度出发,提升消费者对服务体会的愉悦感。胡矗明(2012)<sup>[31]</sup>以广州市百货商店为例,对百货商店服务体系关键要素构成进行研究,在指标设计及实证分析基础上得出服务体系建设的六大关键要素。关于百货业态消费者行为与心理的研究侧重于顾客的消费体验方面,温韬(2006)<sup>[32]</sup>设计了顾客体验营销模型,并通过实证研究得出顾客维度、情景维度、交通纬度对顾客感知体验和情感体验的差异,其中,情景维度因素是最重要的维度因素。

#### 2. 业态经营、业态创新与发展战略研究

百货业态经营与管理研究包括经营绩效与盈利模式、商业设施布局、供应链管理及商业经营管理模式等方面。盛朝迅(2011)<sup>[33]</sup>从业态的变异视角对我国百货业态联营模式下存在的核心技术及商业功能弱化、业态特征弱化、盈利空间和业务空间变窄以及经营风险放大等负面问题,提出向自营模式转变的必要性和可行性。吴孟珠(2007)<sup>[34]</sup>论述了供应链管理在百货企业存货控制的应用等。关于百货业态的创新与变革研究和发展战略的研究主要集中在2003年至2005年间的三年间,两个研究主题的12篇文章有9篇来自这一时期,这与当时我国百货业态所面临的行业困境有较大关系。学者们之后将百货业态的研究重点转移到了前述的业态营销和经营管理方面。同时,两个主题方面的研究以理论探讨为主,较少运用实证分析方法,其中百货业态发展战略的研究成果较为突出。如王妙(2007)<sup>[35]</sup>从营销角度较深入地剖析了百货业差异化竞争战略的应用价值及应用方法,提出通过品牌个性创新、商品个性创新、服务个性创新、环境个性创新及文化个性创新来打造百货企业的差别优势。



#### (四) 购物中心业态研究

购物中心业态从上世纪90年代中期开始在中国发展,经过近二十年的发展,已进入相对成熟的发展阶段。零售研究学者们对这一业态也给予较全面及高水平的研究,24篇文献分布于包括业态集聚、空间布局与选址、经营与管理等7个方面的主题研究,其中以实证定性定量为主,理论探讨为辅。

购物中心业态聚集研究是这一业态独有的研究领域,其研究成果具有代表性。王先庆(2010)<sup>[36]</sup>在国外聚客力影响因素研究的基础上进行修正,提出我国购物中心聚客力影响因素理论模型,并通过层次分析方法对聚客力9个核心影响因素权重进行测定。叶强(2011)<sup>[37]</sup>以长沙市为例,从城市商业空间角度研究了购物中心的空间集聚与扩散作用,研究表明大型购物中心是城市商业空间结构的核心部分,其集聚与扩散作用是城市商业空间结构演变的主要动力之一。购物中心业态空间布局与选址的研究主要以城市为例进行定量分析。李忠富(2008)<sup>[38]</sup>建立了购物中心选址的评价体系,并给予权重系数的确定。郭馨梅(2009)<sup>[39]</sup>以北京八城区代表性的购物中心为例进行了购物中心区位选择的实证分析,通过定量分析,从不同角度总结了选址的主要影响因素。购物中心业态的经营与管理研究主要集中于对店铺租金和商户关系研究等方面。聂冲(2009)<sup>[40]</sup>从“四维度”入手,构建了影响购物中心商铺租金的价格模型,研究表明区位特征对商铺租金最为重要,商铺面积与租金水平呈负相关,有效购买力、商铺可见性和可达性与租金具有强正相关性。

#### (五) 其他业态的研究

除以上业态零售学者给予较多关注外,其他业态的研究相对较少。便利店业态11篇文献分布于包括业态营销、业态竞争、业态选址、经营管理、业态经营现状5个研究主题,研究方法以理论探讨为主,实证研究成果较少。业态选址方面,郭崇义(2005)<sup>[41]</sup>以北京、广州等城市便利店周边环境调研为例,通过现场调研总结出便利店选址的主要区位类型体系,这一区位类型体系对于便利店的选址、运营管理具有重要的意义。业态经营方面,吴佩勋(2007)<sup>[42]</sup>以广州连锁便利店为例,对便利店连锁系统加盟商加盟动机进行实证研究,研究表明获得总部商标品牌,价低资讯与交易成本是加盟商的三个主要加盟动机。

快餐业态12篇文献分布于包括业态营销、业态竞争、发展战略及经营管理4个主题,是餐饮零售业态研究关注度最高的业态,近年来对该业态的研究有明显增加的趋势。业态营销方面,钟国栋(2003)<sup>[43]</sup>对中、西式快餐在目标市场定位、市场开拓、服务理念等方面进行差异分析基础上对发展中式快餐提出建议。孟子敏(2013)<sup>[44]</sup>以麦当劳、肯德基为例,研究了快餐业态顾客满意的影响因素,并利用因子分析法提炼出顾客满意的回归模型,同时提出快餐厅满意度提高的主要措施。林圣哲(2006)<sup>[45]</sup>以我国消费者为对象进行实验,从消费者角度研究了西式快餐企业在中国的产品组合策略。

零售研究者对正餐业态以及专卖店等业态给予了较少的关注。虽然关于正餐业态的案例研究较多,但大部分文献不是站在整个业态的角度进行研究,其应用性较窄。该业态比较突出的成果主要在业态营销方面。杨慧(2008)<sup>[46]</sup>在对顾客公平度感知的调查基础上研究了差别定价策略在我国正餐业态的适应性问题。冉宁(2013)<sup>[47]</sup>将顾客忠诚理论运用到了正餐业态中,并进行了实证分析。

### 四、结论与展望

从整体来看,最近十年关于零售业态的研究是零售研究各领域较为活跃的领域,零售学者们以各业态在我国不同时期关注热点的不同给予了不同主题方向的研究。十年来关于零售业态的学术成果整体呈现螺旋发展的趋势,目前已进入研究热点不明显的阶段。虽然目前我国还没有专门的零售学术期刊,但部分商业经济类高质量学术期刊对这一领域的学术成果给予重点关注,《商业研究》《北京工商大学学报》《商业经济与管理》等杂志是目前零售业态研究领域学术刊登量最多的期刊,并逐渐成为当前这一领域具有较高学术影响力的期刊。同时,零售学者们较广泛采用各种实证研究法提升了文献的学术水平和影响力。

从研究方向和研究主题两个层面来看,零售学者对整体零售业态、超市业态、百货业态、购物中心业态四个方向在业态营销、业态经营与管理、业态创新等几个研究主题的研究已相对成熟,统计的高影响力文献多集中于这些领域。特别是对各业态营销的研究,不仅研究成果数量多,其研究成果的水平和质量均处于较高水平,66%的文献采用了实证研究方法。另一方面,零售学者们对于其他诸如



商品零售的专卖店业态、专业店业态以及餐饮零售和服务零售各业态的研究相对于比较滞后或关注度不够,甚至处于研究空白,导致零售业态研究出现不平衡的局面。随着服务经济的到来,新的零售业态的大量涌现使得目前我国的零售业态研究已跟不上零售实践,原有的零售业态研究较多停留在以商品零售业态为主的狭义范围之内,一定程度阻碍了整体零售业态研究的宽度和深度。因此,未来十年,零售学者应扩大零售业态研究的方向以及增加传统业态研究的主题内容,使我国零售业态理论研究更为全面和深入,并紧跟零售实践的步伐。

本文的研究存在一定的局限性。由于选取的主要为 CSSCI 的零售业态学术文献,反映的为该领域具有一定学术水平的相关成果,而非 CSSCI 的零售业态研究成果未得到体现。通过 CNKI 搜索发现,目前在 CSSCI 未关注的业态在其他非 CSSCI 期刊上已有研究成果,有些成果仍具有一定学术价值,一定程度影响了对整个零售业态的研究现状的掌握,希望在未来的研究中能够完善。

#### [参考文献]

[1] 彭娟.中国零售业态分类研究[J].商业研究,2014(18):105-107.

[2] 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.

[3] 晏维龙.零售营销策略组合及零售业态多样化[J].财贸经济,2003(6):83-86.

[4] 朱涛.零售业态演化:基于组织能力视角的理论分析[J].商业经济与管理,2009(3):5-10.

[5] 芮明杰.零售业态的差异化和演进:产业组织的视角[J].产业经济研究,2007(2):1-7.

[6] 鲍观明,叶永彪.零售业态演变规律的综合模型构建[J].财贸经济,2006(4):48-52.

[7] 黄漫宇.中国农村零售业态变革分析——基于零售进化综合模型[J].农业经济问题,2011(9):72-76.

[8] 李飞.零售业态创新的路线图研究[J].科学学研究,2006(增):654-659.

[9] 沈健,刘向东.零售业态均衡与创新的要素分析——基于零售业态价格梯度模型的研究[J].商业经济与管理,2011(4):5-12.

[10] 汪旭晖,徐健.农村零售业态创新:一个基于东北地区农民消费行为的探索性研究[J].农业经济问题,2009(5):44-48.

[11] 张晓霞.我国农村零售业态创新演变探析——基于破坏性创新理论[J].西北农林科技大学学报,2011(7):48-53.

[12] 夏春玉,杨宜苗.零售业态适应性评价及影响因素判定——基于限额以上连锁零售企业的研究[J].财贸经济,2007(10):87-92.

[13] 赵泉午,刘婷婷,陈凤林.零售业态与企业绩效的实证研究——基于沪深零售业上市公司的数据[J].商业经济与管理,2010(9):19-25.

[14] 汪旭晖.中国农村零售业态的成长性评价——基于辽宁农村消费者满意度视角的研究[J].东北大学学报(社会科学版),2009(7):312-316.

[15] 王德章,朱正杰.消费行为与企业战略的融合——不同零售业态的价格定位及其市场细分战略[J].商业研究,2005(24):176-180.

[16] 杨宜苗,夏春玉.零售业态适应性的影响因素——以35个连锁零售企业为例[J].经济管理,2007(19):70-75.

[17] 费明胜,李社球,万后芬.跨国零售企业在华扩张的业态选择——基于21家跨国零售企业的实证分析[J].商业经济与管理,2008(4):27-32.

[18] 汪旭晖,徐健.在华跨国零售企业店铺形象维度与顾客忠诚关系的实证研究——异业态的比较分析[J].北京工商大学学报,2010(3):17-26.

[19] 解志韬,田新民,祝金龙.购物效用影响消费者对超市选择的实证研究[J].商业研究,2010(1):212-216.

[20] 杜传文,聂冲,霍俊杰.超市购物环境对顾客感知及惠顾行为影响的实证研究[J].现代管理科学,2011(4):42-44.

[21] 王高,李飞,陆奇斌.中国大型连锁综合超市顾客满意度实证研究——基于20家大型连锁综合超市的全国调查数据[J].管理世界,2006(6):101-110.

[22] 于坤章,王亚飞.消费者对大型超市的商店印象与其忠诚行为关系实证研究[J].商业经济与管理,2006(8):45-51.

[23] 郑霞忠,徐忠媛.中小型连锁超市物流系统优化研究[J].中国流通经济,2010(4):30-33.

[24] 周树华,张正洋,张艺华.构建连锁超市生鲜农产品供应链的信息管理体系探讨[J].管理世界,2011(3):1-6.

[25] 居长志,操阳.构筑连锁超市经营的“五链”基石[J].华东经济管理,2005(4):102-104.

[26] 乔颖丽.超市生鲜食品经营的经济学分析[J].财贸经济,2006(3):66-70.

[27] 周涛,程钧谟.农村连锁超市饱和度研究[J].华东经济管理,2010(5):158-160.

- [28] 肖琛,陈雯,袁丰.大城市内部连锁超市空间分布格局及其区位选择——以南京市苏果超市为例[J].地理经济,2013(3):465-474.
- [29] 李飞,陈浩,曹鸿星,马宝龙.中国百货商店如何进行服务创新——基于北京当代商城的案例研究[J].管理世界,2010(2):114-126.
- [30] 侯旻,吴小丁.百货店店铺印象中的服务要素测量研究[J].商业经济与管理,2010(8):13-20.
- [31] 胡鑫明,张泳,叶生洪.百货商店服务体系关键要素的构成研究——基于广州市百货商店的实证分析[J].江西财经大学学报,2012(1):37-42.
- [32] 温韬,侯铁珊.大型百货商场顾客体验影响因素的实证研究[J].商业经济与管理,2006(12):54-59.
- [33] 盛朝迅.基于业态变异视角的我国百货业盈利模式思考[J].商业经济与管理,2011(2):14-20.
- [34] 吴孟珠,方辉,冯智.论供应链管理在我国大型百货企业存货控制中的应用[J].商业研究,2007(2):76-77.
- [35] 王妙.差别化竞争的“个性化价值”研究——中国百货业发展的新思考[J].上海经济研究,2007(7):101-107.
- [36] 王先庆,王晓春.大型购物中心聚客力影响因素研究——一个理论模型[J].北京工商大学学报,2010(3):34-38.
- [37] 叶强,谭怡恬,谭立力.大型购物中心对城市商业空间结构的影响研究——以长沙市为例[J].经济地理,2011(3):426-431.
- [38] 李忠富,李玉龙.购物中心选址的综合评价方法[J].商业研究,2008(4):196-198.
- [39] 郭馨梅,金克琴.北京购物中心区位选择的实证分析——以八城区代表性的购物中心为例[J].北京工商大学学报,2009(11):6-10.
- [40] 聂冲,贾生华.基于特征价格模型的购物中心商铺租金微观决定因素实证研究[J].财贸经济,2009(4):111-117.
- [41] 郭崇义.便利店区位类型研究——以北京、广州等城市便利店周边环境调研为例[J].商业经济与管理,2011(2):38-44.
- [42] 吴佩勋,庄靖.零售连锁系统加盟商加盟动机之实证研究——以广州连锁便利店为例[J].软科学,2007(2):42-47.
- [43] 钟国栋,杜伟锦,杜鹃.中西快餐企业营销管理差异比较研究及启示[J].工业技术经济,2003(1):108-109.
- [44] 孟子敏.基于SPSS的连锁快餐店顾客满意影响因素研究——以麦当劳、肯德基为例[J].消费经济,2013(2):51-55.
- [45] 林圣哲.跨国快餐产业采用成组产品战略对于消费者购买意愿影响之研究[J].上海管理科学,2006(1):11-13.
- [46] 杨慧,周晶,邓群.餐厅收益管理的差别定价策略研究——基于对顾客公平度感知的调查[J].北京工商大学学报,2008(2):62-65.
- [47] 冉宁,曹忠鹏.顾客忠诚驱动因素整合模型的建立与比较——基于顾客餐厅选择的实证研究[J].华东经济管理,2010(3):143-148.

(责任编辑:朱德东)

## Research Status and Literature Review on Retail Formats in China

——Based on CSSCI (2003—2013)

PENG Juan

(Department of Economics and Trade, Guangdong College of Industry and Commerce, Guangdong 510510, China)

**Abstract:** In perspective of the generalized retail format, the paper analyses the status quo of the study on China's retail formats based on the literature of CSSCI in recent ten years. Studies show that retail scholars make maturely research on overall retail formats, supermarket format, department store format, shopping mall formats in fields of format marketing, format operation and management, format innovation, while researches on other formats such as retail stores format, specialty stores format and food retail and service retail format relatively lag. As service economy is in the imminent, emergence of new retail format in large number makes the current research lag behind retail practice in China. The original retail format researches more stay on commodity retailing mainly within a narrow range, which to some extent hinders the research on the overall retail formats in width and depth. Retail experts should expand research fields of retail format and enrich the main content of traditional formats research for more comprehensive and deeper research on retail formats in China.

**Key words:** retail format; commercial economy; CSSCI; research status; literature review