

试论流通业态的生命周期与影响因素

张建华 贾文艺

(苏州经贸职业技术学院 江苏 苏州 215009)

摘要: 业态的变革, 是与社会经济的发展直接关联的。业态的产生、发展、变化是社会环境中各种因素的综合作用和系统反映, 注重对流通业态的生命周期与影响因素的研究, 对商品流通的有序运行至关重要, 意义重大。

关键词: 流通业态; 生命周期; 影响因素

业态是指商品流通企业(主要是零售商业企业, 下同)根据经营的产品重点不同和提供服务的差异, 为满足不同层次的消费需求而形成的不同的营业形态, 是对零售业店铺的经营形态和售卖方式的统称。不同业态的零售商店在向确定的顾客群提供相应的商品和服务时有其不同的售卖方式或营业形态, 如百货商店、超级市场、仓储式超市、购物中心等不同业态的营业形态是各具个性、互有差异的。

一、业态产生的缘由

业态是目前国际上划分零售业经营形态的一个新概念, 它是社会化大生产不断发展、市场经济逐步成熟、市场细分日趋深化的产物。目前的零售业态主要有百货商店、超级市场、便利店、专卖店、专业商店、货仓式超市、邮购商店、自动售货商店等。之所以要用业态来划分零售, 其原因主要是:

(一) 经济的不断发展呼唤流通业的变革

经济的不断发展, 工业化进程的加快, 大量生产与大量消费的出现呼唤流通业的变革。在近代工业革命时期, 由于工业化进程的加快, 科学技术水平的提高, 以机械化为基础的大量生产方式正在趋于成熟, 城市化进程的加速, 把越来越多的人口和现代产业集聚于大城市, 使得大量消费成为普遍的社会消费格局。在大量生产与大量消费之间, 越来越需要流通部门加快经营方式和组织形式的创新。百货商店就是在这种发展格局中产生的。它打破了传统城市零售店和杂货铺一统天下、经营品种单一的格局, 第一次以消费者的消费需求动机、目的而进行商品经营和服务, 实现了划时代意义的零售业第一次革命。由此, 诞生了零售业历史上最初的业态类型。

(二) 以消费者为中心的市场营销观念的确立要求流通业不断变革

在商品生产条件下, 任何企业的生产或经营目标都是二元的, 既要追求自身的利益, 又要实现对社会需要的某种满足。没有前者就没有企业存在的必要, 没有后者就没有企业存在的条件。零售业是直接面对消费者的行业, 随着生活水平的不断提高, 消费需求的日益变化, 越来越多的经营者认识到, 零售企业只有不断研究消费需求的变化, 通过调整自己的经营, 最大限度地满足消费者的不同需求和欲望, 才能取得较好的经济效益, 才能在市场竞争中取胜, 这就是西方国家市场营销观念演进的结果, 即以消费者为中心观念的确立。正是这种市场营销观念的确立, 为建立和发展以不同消费群体为对象的新的零售业态提供了理论基础。

二、影响流通业态变化的主要因素

业态的变革, 是与社会经济的发展直接关联的。业态的产生、发展、变化是社会环境中各种因素的综合作用和系统反映, 并且, 这些因素具有层次性和关联性。对业态变化具有决定性作用的因素主要包括以下几方面:

(一) 经济发展水平和市场需求的变化对流通业态的影响

经济发展水平决定着商品供应的充裕程度, 决定着消费者的收入, 从而带来了其生活方式、消费习惯和消费行为的变化, 最终必影响着服务于人民生活的零售业业态的变化。超级市场产生于 20 世纪初的美国, 购物中心则在第二次世界大战以后诞生, 这并非偶然的现像。各种业态的产生和变化与当时、当地的社会经济发展进程和市场需求紧密相联。殖民地时代的美国, 由于受人口和经济发展水平的限制, 零售业态主要呈现为小杂货铺和流动的小商贩。独立战争以后, 随着城市的扩大及道路网络的建设, 市场相应地扩大了, 有限品种商店和百货店随之产生。20 世纪初, 美国工业化的发展使得工业产品大量增

加, 科学的管理原则普遍应用于经济生活的各个方面, 包括流通产业中。在这一背景下, 减少流通环节, 提高流通效益成为市场的新需求, 由此而推动了美零售业态的革命性变化, 邮购商店、超级市场以及其他采取连锁经营的各种业态店蓬勃地发展起来了。二次大战以后, 由于美国的经济复苏、国民收入增加和消费者需求水平的提高, 战前的流通体系已不再适应战后市场发展的需要, 流通领域的改革势在必行。购物中心、折扣商店、家庭居住中心、目录商店等零售业态便在这一时期产生并发展起来。

(二) 人口流向和流量对流通业态的影响

随着社会分工和商品经济的发展, 欧美国家完成了由农业社会向工业社会的过渡, 工业化和城市化飞速发展, 人口不断由农村向城市流动, 这样在城市出现了繁华商业区, 在中央商业区出现了百货店。所以, 人口的流向和流量是百货店诞生的最主要的前提条件之一。随着社会经济的发展, 由于城市住房较贵, 交通日益拥挤, 污染日趋严重, 同时私人轿车大大增加, 高速公路迅速发展, 人们又纷纷从城市迁往郊区和远郊, 结果在郊区出现了现代化的购物中心。可见, 人口流向和流量的变化, 同样也是导致购物中心产生的主要原因。百货店和购物中心这两种业态的产生, 说明人口流向与流量对零售业业态变化的巨大影响, 因为, 零售业的服务对象即是万千大众。服务对象的流动必然影响流通业态的变动, 导致商品流通业态的变革与更新。

三、业态生命周期

每一种产品都有一个从导入、成长到成熟、淘汰的经济生命周期, 业态也有一个从形成发展到成熟衰落的生命周期。流通业也制造“产品”, 但与制造业生产产品不一样之处在于, 这种产品是一个个不同业态的店铺。因此, 流通业态也存在着生命周期。零售业的业态是在不断演化的。各种业态都有一个产生——快速发展——成熟——衰退(甚至消亡)的过程。零售企业业态生命周期的各个阶段各具特性。

(一) 创新阶段

这个阶段的特征是创办和发展新的零售业态。该阶段的主要目标是: 让消费者了解并接受这一新的业态形式, 从而激发消费者惠顾的兴趣。由于新的业态与传统业态的根本背离, 因此具有差别优势。这时, 企业的投资收益率、销售增长率和市场占有率都迅速提高

(二) 发展阶段

这一阶段出现了许多效仿者开办同一业态的店铺, 而且已营业的企业也在其他地区开办新商店, 进行地区扩张。到这个阶段结束时, 业态的数量迅速增加, 市场份额直线上升, 此时, 企业的市场占有率和投资收益率也达到最高水平。

商业企业业态的成长、发展乃至确立, 是在与社会、经济等因素的冲撞与影响中完成的。当然, 零售业业态的生命周期变化是一个漫长的历史过程, 由于业态具有相对的稳定性, 在一定历史时期, 多种业态将长期并存。在当今市场竞争激烈的情况下, 零售业只有随着社会生产的不断发展、消费需求的多元变化, 积极调整自身的经营, 采用适应形势变化的业态, 才能在市场上立于不败之地。

作者简介

张建华(1961-), 男, 江苏南通人, 苏州经贸职业技术学院副院长, 教授; 研究方向: 市场营销、工商管理

贾文艺(1966-), 男, 江苏邳州人, 管理学博士, 副教授, 研究方向: 市场营销、战略管理