

浅析中国零售企业应对外资企业的竞争策略

王 巍

(牡丹江师范学院, 黑龙江 牡丹江 157012)

[摘要] 我国加入世界贸易组织以后,零售行业逐渐开放,国内零售企业面临着外资企业的激烈竞争,这势必会对国内零售企业带来强大的冲击。为此,我国内资零售企业必须加强学习,在体制、规模、业态、技术与经营方面不断发展与创新,以便在竞争中取胜。

[关键词] 世贸组织;中国零售业;对策;零售业态

[中图分类号] F29

[文献标识码] A

[文章编号] 1003 - 6121(2008)03 - 0009 - 02

我国加入世界贸易组织以后,更多外资企业开始进入中国市场,零售业面临外资企业的激烈竞争,这势必会对我国零售企业带来强大的冲击。那么,外资企业究竟有何优势,我国零售企业如何才能激烈的竞争中获胜呢?这些是本文论述的主要问题。

一、外资企业的优势

(一) 形象与理念的优势

从已抢滩我国零售市场的外资商业企业来看,大都是发达国家的跨国零售集团。它们凭借在国际市场上多年的经营,已在消费者的心目中树立了良好的形象,形成了巨大的形象优势。跨国零售企业集团凭借其良好形象和优质服务,吸引着我国众多的消费者,争夺着我国零售市场的份额。

(二) 规模和价格的优势

外商在超级市场这一业态的发展上采取了跳跃进入第三阶段的(即大型综合超市(GMS))模式,其市场目标就是首先成为超市市场的主力,抢占中国零售业的制高点。GMS不仅限制了导入性和非成型化超市的市场发展空间,同时对中国大量的大型百货公司构成直接威胁。外资商业企业持续在中国扩张连锁店和分店数目,这种规模优势导致的价格优势是显而易见的。

(三) 信息技术的优势

信息技术是连锁经营的重心,外资连锁企业在我国开设的连锁店已普遍运用信息技术进行管理。国外零售企业依托计算机管理系统(MIS)、销售时点实时信息管理系统(POS)和电子订货系统(EOS)等,对每种商品的销售情况随时进行统计分析,筛选出畅销品和滞销品,及时进行更换,及时调

整商品结构和促销策略。使外资零售企业能更好地应付顾客不断变化的要求,增加对顾客的了解,提高竞争力。相比之下,我国国有商业企业建立的计算机网络,基本上处于封闭运行状态,运用的范围相当有限,更有相当一部分流通企业由于资金紧张的原因,尚未装备计算机网络。

二、如何适应世贸组织规则,弥补差距,在竞争中取胜

加入世贸组织,意味着我国零售企业面临着更大的竞争压力。那么,如何才能在竞争中获胜呢?面对激烈竞争的零售业市场,我国零售业要加强学习,在体制、规模、业态、技术与经营方面不断发展与创新。

(一) 努力研究具有前瞻性的适应社会主义市场经济体制的流通体系

完善的市场流通体系主要包括流通组织体系,宏观调控体系,流通法律体系,流通行政管理体系等。建立适应社会主义市场经济体制的流通框架,政府的作用必不可少。政府首先应在行业布局和业态分布中发挥协调作用:一方面克服信息不对称所导致的零售业态分布不合理,引导企业采取错位经营策略;另一方面避免零售企业分布过于集中,缺乏统一规划,产生恶性竞争,应鼓励中国零售企业走规模经营之路。

建立适应社会主义市场经济体制的流通框架,还需要政府实施宏观调控策略:

1. 加强立法,建立健全与零售企业运行相关的法规制度。加入世贸组织后,我国应制定与世贸组织规则相适应的法律法规,使外资商业企业进入时有法可依,减少人为地干预,也切实保护国内外商

[收稿日期] 2007-10-02

[作者简介] 王巍(1980-),女,汉,黑龙江牡丹江人,牡丹江师范学院管理系助教。

业企业的合法权益。只有拥有良好的法律环境,经济才会更规范的发展。

2. 做好商业发展规划。根据我国的承诺和对外开放的时间表,制订短期、中期和长期的商业发展规划,重点是商业的发展目标、网点布局、大商场规模控制、新兴业态导向等。

3. 明晰产权。加快建立符合市场经济要求的现代企业制度,完善商业企业内部的激励机制、股权结构,建立健全企业的法人治理结构,使企业能够按自己的意愿理性地决策和采取行动。

(二) 准确把握市场定位,规范我国零售业

在业态选择策略上,我国零售行业应根据我国国情,结合地域特点、消费层次、市场定位、价格等因素,形成这样一种格局:在城市中心设立面向较高消费层次的大型百货商场,在区域性的商业中心设立面向一般消费者的中型百货商店,在城市中心和高收入人群聚居区设立高档名品专卖店,在新居民区和城郊结合部设立面向中低收入消费者的超级市场,在老城区和居民小区设立分散的便利店等,逐渐形成适应我国国情和现实的以大型百货商店为龙头,超级市场和连锁店为主要力量,名优专业店为“特种部队”的“零售商业三套车”。

消费者由于受收入、偏好、职业、学历、购买动机以及对企业的态度等因素的影响而呈现出群体差异性。国内相当大一部分零售业态在经营策划过程中,没有认识到这种差异性,一味模仿外国零售业的经营方式和经营内容,最终会因竞争加剧,利润率下降而导致自身的萧条。因此,我国的零售企业要注重发挥自身的特色,以独特的经营内容吸引属于自己的目标群体。

(三) 走集团化道路,优化组织结构,提升企业经营效率

1. 集合大型零售企业组建零售连锁集团。充分利用已有零售企业的设备、销售网络、资金、人员、市场占有率等优势,组建新型零售商业集团。

2. 通过与金融部门和厂商的联合,保证零售商业集团运作过程中的融资便利和商品流通渠道的畅通,建立新型的产、商及金融部门的协作关系。

3. 通过抓住一批效益好、市场占有率高的企业,按照国际惯例和现代企业制度,通过兼并、控股、参股或直接投资等形式,形成一定规模的零售商业集团。

(四) 以科技兴贸为动力,加快技术更新步伐,抢占商业竞争的制高点

面对国外众多强大的对手,内资零售企业要想

成为国内消费市场的主导力量,在国际商业舞台上占领一席之地,就必须开展商业科技的创新,大力促进商业活动的信息化、智能化、网络化。随着零售市场的竞争日益激烈,为快速适应市场变化,企业必须加快集团化、国际化、连锁化的步伐,使商品种类不断更新,为顾客提供更好的服务,这一切要求电子信息技术在现代化零售领域广泛应用。所以,零售电脑集成系统(Retailing Computer Integrated Systems RCIS)是零售业发展的必然趋势。要采用高新技术尤其是电子信息技术,使零售过程中商品、资金、信息、人力资源的流动均能畅通无阻,达到最佳效果,从而改善零售商的经营环境,降低中间成本,提高零售竞争能力。同时也能更好的掌握市场趋势和创造更多的财富。

(五) 面对新世纪零售业的新挑战,制定相应策略

1. 增强顾客亲和力。企业要在商品价格、销售、服务等方面以便利顾客为原则,及时研究顾客购买后的感受,调整企业的经营目标,最大限度的使顾客感到满意,服务推陈出新,不断从分销商向服务商转变,让顾客感到购物是一种享受。

2. 革新销售模式,即从以“需要”为核心的销售模式转变到以“想要”为核心的销售模式,创造需求,用创新的眼光去审视与分析顾客的生活方式、价值观念,挖掘对商品销售具有重要价值的机会。

3. 确保商品的质量。这是外资商业企业科学管理的手段之一。我国零售业必须努力学习这一重要管理经验,强化商品采购管理,加大商品质量检测力度,防止假冒伪劣商品进入零售市场,真正做到“高价高品质,低价无劣品”。

[参考文献]

- [1] 吴有为,武斐斐.“入世”对中国零售业的冲击及对策[J]. 经济问题,2002,(4).
- [2] 徐群. 零售业发展需要跟上世界潮流[J]. 宏观经济管理,2002(8).
- [3] 吕悠萍. 浙江商业应对WTO的策略选择[J]. 商业经济与管理 2002(1).
- [4] 周勇刚. 2002年中国零售商业白皮书出炉 诠释行业发展总体情况[N]. 中华工商时报,2002-12-13(1).
- [5] 薛国琴,金光辉. 零售业结构调整与发展[J]. 商业经济与管理 2002(12).
- [6] 赵涛. 连锁店经营管理[M]. 北京:北京工业大学出版社,2002.
- [7] 王槐材,刘明菲. 物流管理学[M]. 武汉:武汉大学出版社,2002.
- [8] 欧阳文霞. 物流信息技术[M]. 北京:人民交通出版社,2002.
- [9] 甘早斌. 电子商务概论[M]. 武汉:华中科技大学出版社,2001.

[责任编辑]何春雨