

<<零售学>>

图书基本信息

书名：<<零售学>>

13位ISBN编号：9787030245908

10位ISBN编号：7030245903

出版时间：2009-6

出版时间：科学出版社

作者：李骏阳

页数：315

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

零售业是国民经济中的一个重要的经济活动领域。

古典经济学把社会经济活动分为四个方面，即生产、分配、交换、消费。

零售业与这四个方面都有密切关系，零售业实现交换、影响分配、推动消费、促进生产。

零售业是现代社会经济中最重要的产业之一。

在美国，沃尔玛2002年的销售额达到2 445.24亿美元，一跃成为全球最大的企业，2006年的销售额更是高达3 511.39亿美元。

沃尔玛控制着全球几千家供应商，是名副其实的龙头企业。

这种情况不仅仅发生在美国，在其他各国零售业中也是普遍现象。

20世纪80年代以来，零售企业的规模扩张速度超过了其他行业，市场势力不断上升。

2004年，商业流通企业的数量占到世界500强中的10%，在美国50强中占到20%；在2000年的富豪排行榜上，前十位中有6位来自流通企业。

如果说在工业革命时期批发业是经济的龙头，在后工业化时期制造业是经济的龙头，那么在当今时代，零售业则成为龙头。

中国零售业在计划经济时代不被重视，被视为末端行业，成为计划分配消费品的窗口。

改革开放以来，零售业的地位得以改变，在国民经济中起到越来越重要的作用。

著名经济学家刘国光提出：要把流通业从末端行业变为先导产业。

零售业是流通业中的重要组成部分，把流通业变为先导产业也就意味着把零售业变为先导产业。

为什么零售业在我国市场经济条件下是先导产业？

我们认为可以从以下几方面予以解释：（1）市场经济条件下，零售业处于社会再生产的关键位置。

以销定产和以需定产，使零售业成为供应链的顶端。

零售业直接面对最终消费者，决定产品价值的最终实现；生产商的产品必须经过零售业。

零售业成为各个生产行业的追逐对象，在经济中起到了领导作用。

（2）零售业为生产者提供市场信息，对生产过程的决定作用不断增大。

零售业引导生产的规模、速度和质量，引导产业结构的调整。

（3）零售业引导消费的规模扩大、质量提高、结构优化，对社会消费潮流具有引领作用。

（4）零售企业通过引进新兴业态，进行连锁经营，实行资产重组，采用先进技术，打破地区封锁而变得强大起来。

部分零售企业成为巨型企业，市场势力不断膨胀，对生产商具有控制作用。

内容概要

《零售学》从零售业发展的历史入手，全面阐述了零售业的形成与演变过程，介绍了当代零售业的组织与业态结构以及零售业发展的相关理论，在此基础上展开对零售企业的全面介绍，包括零售企业的发展战略、零售企业的经营策略、零售企业的内部管理，内容涵盖零售企业选址、内部组织结构与信息系统、商品定位、采购与库存管理、店铺设计、定价策略、促销策略、销售服务、人力资源管理等等。

《零售学》反映了零售理论的最新发展，融入了零售经营管理中主要的实务活动，不仅对指导零售企业经营管理活动具有直接的作用，而且有助于读者了解零售行业的发展。

《零售学》配备电子课件等相关教学支持，适合普通高等院校管理类相关专业研究生、本科生作为教材使用，也可供零售行业的管理者与从业人员阅读、参考。

作者简介

李骏阳，男，教授，现任上海大学国际工商与管理学院副院长，上海大学产业经济研究中心主任，管理科学与工程专业博士生导师，产业经济学、国际贸易专业硕士研究生导师。曾在德国柏林经济学院、吉森大学、纽伦堡大学做高级访问学者。长期以来从事商业与流通研究，2001年后3次主持国家自然科学基金与国家社会科学基金项目，并主持完成各级政府与企业研究课题十多项。近10年来在各类期刊上发表论文50余篇，出版专著3部。2001年获宝钢优秀教师奖，2006年获全国商务发展研究成果奖，2008年获中国商业经济学会“中国商业改革开放三十年”征文一等奖。现为中国市场学会理事、中国工业经济学会理事、上海连锁经营协会咨询专家。

书籍目录

前言第一章 零售基本概念与零售业发展概述第一节 零售与零售商活动第二节 零售业的发展历史基本概念思考题第二章 零售组织形式第一节 零售企业的法律形式第二节 中国零售企业的所有制结构第三节 零售企业的经营组织形式基本概念思考题第三章 零售业态及其演变的动因第一节 零售业态类型与特点第二节 零售业态发展演变理论第三节 零售业态演变动因的综合分析基本概念思考题第四章 零售环境分析第一节 人口与社会环境第二节 政治和法律环境第三节 经济环境第四节 行业和竞争环境第五节 技术环境基本概念思考题第五章 零售企业发展战略第一节 零售企业的宗旨与目标第二节 零售战略的构成第三节 零售企业战略制定过程第四节 零售企业战略投资组合计划基本概念思考题第六章 零售企业内部组织结构与信息系统第一节 零售企业组织结构设计第二节 零售企业组织架构的类型第三节 零售企业信息系统基本概念思考题第七章 零售企业店址选择第一节 零售商店商圈第二节 零售商店店址选择基本概念思考题第八章 零售企业商品管理第一节 商品的分类第二节 单品管理第三节 品类管理第四节 零售企业自有品牌的开发第五节 零售商品组合基本概念思考题第九章 零售店铺设计第一节 商店布局第二节 商品陈列的原则和方法第三节 橱窗陈列和气氛营造基本概念思考题第十章 零售企业商品采购管理第一节 零售企业商品采购方式第二节 零售企业商品采购组织第三节 采购业务流程第四节 采购的控制第五节 商品采购策略基本概念思考题第十一章 零售商品配送管理第一节 零售企业配送的基本概念第二节 零售企业的配送中心第三节 零售企业配送的作业流程基本概念思考题第十二章 零售企业商品定价策略第一节 影响零售企业定价的主要因素第二节 商品价格的制定方法第三节 定价策略第四节 定价技巧第五节 价格调整基本概念思考题第十三章 零售企业促销管理第一节 促销活动概述第二节 促销活动的规划第三节 零售企业的营业推广第四节 零售企业广告促销第五节 零售企业公共关系第六节 促销评估基本概念思考题第十四章 零售企业人力资源管理第一节 人员招聘和培训第二节 绩效评价第三节 薪酬、福利及激励基本概念思考题参考文献

章节摘录

第一章 零售基本概念与零售业发展概述 零售是一个历时几千年的古老的行业，它伴随着人类社会经济的发展而发展，如今成为一个与人们生活最息息相关的行业。本章介绍零售和零售企业的基本概念，并介绍工业革命以来零售业的重大发展和中国改革开放以来零售业的发展状况。

第一节 零售与零售商活动 一、零售含义 (一) 零售的概念 零售 (retail) 是指将商品和相关服务直接销售给最终消费者，从而实现商品和服务的价值的一种商业活动。零售是商品分销过程中的最终环节。

在商业活动中，零售是与批发 (wholesale) 相对应的一个概念，零售的概念具有以下特点：

(1) 零售是针对最终消费者的经营活动。

零售活动较之于生产制造商和批发商的活动有不同的对象。

生产制造商和批发商活动的对象主要是生产者和转售者，他们购买商品的目的是生产加工和再出售，而零售是向最终消费者出售商品，最终消费者购买商品的目的是自己消费。

(2) 零售向最终消费者不仅出售有形的商品，同时也出售服务。

零售伴随着商品的出售还提供劳务，如送货等。

编辑推荐

全书共分14个章节，主要对零售业的形成与演变过程作了全面阐述，介绍了当代零售业的组织与业态结构以及零售业发展的相关理论，并在此基础上展开对零售企业的全面介绍。

具体内容包括商品定位、采购与库存管理、店铺设计、定价策略、促销策略等。

该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

严格依据工商管理类专业本科教学要求编写 构建宏观、中观、微观三个层面的零售学新体系
全面反映中国零售业发展的典型案例 配备多媒体教学课件和相关教学支持

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>