

<<零售管理>>

图书基本信息

书名：<<零售管理>>

13位ISBN编号：9787543216037

10位ISBN编号：7543216035

出版时间：2009-5

出版时间：吴佩勋 格致出版社，上海人民出版社（2009-05出版）

作者：吴佩勋

页数：430

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

从事零售、连锁以及渠道研究多年，对中国零售市场的发展速度着实感到惊讶。在新中国成立之后的短短几十年间，特别是改革开放以后的30年，伴随着国家从自给自足的经济向商业社会经济的转变，中国零售市场从计划经济时代逐步走向了市场经济时代，并且逐步向着世界靠拢。

从宏观的零售环境改善、零售业态发展乃至微观的零售企业管理、营销能力，都在努力地追赶着零售业发达国家的水平，走出了一条极具中国特色的零售业发展之路。

忽如一夜春风来，千树万树梨花开。

缤纷的梨花固然漂亮，但却也炫眼，甚至让人头晕。

在中国零售市场上刹那间诞生了如此之多的业态，并且结合着中国市场特点、区域发展情况而衍生变化，其时间跨越之长，范围之广，实在让学者、业者有种雾里看花的感觉。

在日常与业界的接触中发现，即便是本土零售业者，在考虑进入中国零售市场的时候，在进行营销策划的时候，也有种摸着石头过河的感觉。

而课堂上的教学用书大多是立足于国外零售业发展经验，较少把握中国零售业的发展脉搏、发展方向，适用性有待进一步的考验。

相比之下，学生们在课堂上更关注于身边正在发生的一切，关注于自己所能接触到、感知到的中国市场，希望能拥有一本立足于中国实际国情，能够帮助他们系统地梳理正在发生的一切，并且理论结合实际的教科书。

自己的感觉、业界的疑问、学生的期待，这一切，都让笔者产生了撰写一本如实反映当前中国零售业发展现状的，科学、系统、实用的教科书。

而笔者也深深地期待着，本书可以起到抛砖引玉的作用，可以给需要的人带来期待的效果，同时笔者也盼望着能与其他学者、业者共同探讨，以期能让本书进一步地得到丰富，希望能有越来越多的适用于中国零售市场的好书出现。

## 内容概要

《零售管理（第2版）》共分5篇15章。

第一篇介绍了零售业的基本定义、相关理论、世界发达国家零售业发展状况、中国零售业发展的回顾及现状总结。

在此基础上，结合中国零售业发展的两大趋势，本书第二篇、第三篇详细诠释了中国零售连锁、电子商务/虚拟零售的发展态势。

本书第四篇立足于零售企业的总体管理，而第五篇则涉及零售企业的运营及营销活动管理。

本书内容力求具备针对性、实用性，能够体现中国实际情况；而表达上则力求深入浅出，并且结合大量的课外资料、实际案例。

本书每章设有学习目标、内容提要、推荐阅读、本章内容总结等。

## 作者简介

吴佩勋，美国康乃尔大学营销学博士，现任中山大学管理学院副教授，市场学系副主任，现代流通研究中心副主任，中山大学“百人计划”引进人才。

目前的研究方向主要集中在，服务管理与零售管理，消费行为学与采购管理，营销渠道管理与流通管理等领域。

1992-1993年间曾任美国宝洁（P&G）公司的工程顾问，1995-1997年间曾任美国农业部商业司营销项目顾问，1994-1997年间曾任美国食品营销协会研究员。

1997-2001年间，获得博士学位之后曾在加拿大BC，Infiniti公司担任营销顾问。

对整体管理有实战经验后再次投入学术研究工作，2001-2004年间曾在加拿大科特伦大学和高雄第一科技大学任教。

2004年以来与中国商务部和中国连锁经营协会有着密切的合作，是其特聘专家顾问。

在国内外核心期刊上发表多篇论文，曾成功主持国内外多项研究项目。

曾获得中国市场学会优秀论文一等奖、营销科学学术年会优秀论文奖、纽约市图书馆学术研究奖、纽约十大女青年等多项奖项。

多项研究受到商务部好评，为商务部门提供建设性的建议并作为制定政策的重要依据。

## &lt;&lt;零售管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇 零售入门第1章 零售管理概论1.1 零售基本概念1.2 世界各主要国家和地区零售业发展状况1.3 零售业态发展理论1.4 零售环境发展及本书导引推荐阅读本章内容总结参考文献第2章 开放下的中国零售业2.1 中国零售市场2.2 国内城市零售业发展现状2.3 国内农村零售业发展现状2.4 中国零售业发展存在的问题2.5 中国零售市场开放后的冲击力和发展趋势推荐阅读本章内容总结参考文献第二篇 零售业发展趋势之零售连锁第3章 连锁经营3.1 连锁经营的基本概念3.2 连锁经营在我国的发展3.3 连锁经营的形式推荐阅读本章内容总结参考文献第4章 零售业的连锁经营4.1 零售业连锁经营的内涵4.2 零售业连锁化经营现状4.3 零售业连锁经营的信息化建设推荐阅读本章内容总结参考文献第三篇 零售业发展趋势之携手电子商务第5章 电子商务5.1 电子商务概述5.2 我国电子商务的发展推荐阅读本章内容总结参考文献第6章 零售业携手电子商务6.1 电子商务中的零售模式6.2 电子商务的配套服务基础6.3 电子商务和实体零售的结合推荐阅读本章内容总结参考文献第四篇 零售企业管理第7章 零售企业市场战略7.1 零售战略概述7.2 零售企业经营战略7.3 零售营销战略7.4 如何制定零售战略7.5 我国零售企业经营战略选择推荐阅读本章内容总结参考文献第8章 零售品牌管理8.1 零售企业品牌的建立8.2 零售商自有品牌8.3 零售自有品牌开发中的关系管理8.4 自有品牌的渠道整合功能推荐阅读本章内容总结参考文献第9章 零售企业物流管理9.1 零售企业物流概述9.2 物流对于零售企业的意义9.3 零售企业物流功能的实现9.4 零售业物流现代化的关键技术9.5 我国零售业物流环节的不足之处推荐阅读本章内容总结参考文献第五篇 零售企业运营实务第10章 零售店铺开发与选址10.1 零售店铺开发10.2 零售店铺商圈10.3 零售店铺位置类型10.4 零售店铺地址选择推荐阅读本章内容总结参考文献第11章 零售店铺经营11.1 零售店铺经营战略、方针、计划的制定11.2 零售店铺销售目标的制定11.3 零售店铺市场情报获取11.4 零售店铺员工培训11.5 零售店铺现金流运转11.6 零售店铺绩效评估11.7 零售店铺发展方向推荐阅读本章内容总结参考文献第12章 零售企业顾客关系管理12.1 顾客关系概述12.2 了解顾客12.3 顾客关系的建立12.4 顾客关系管理推荐阅读本章内容总结参考文献第13章 零售商品管理13.1 零售商品采购13.2 商品组合及分类13.3 商品陈列13.4 商品库存管理推荐阅读本章内容总结参考文献第14章 零售促销管理14.1 零售促销基本概念14.2 零售促销设计及评估14.3 零售企业促销管理推荐阅读本章内容总结参考文献第15章 零售价格管理15.1 零售价格概述15.2 零售定价策略15.3 零售企业价格管理推荐阅读本章内容总结参考文献后记

章节摘录

插图：第1章 零售管理概论本章学习目标1.理解零售的相关基本概念。

2.了解世界各主要国家地区的零售业发展状况。

3.了解零售业态及其发展理论。

本章内容提要零售业作为连接生产、需求的重要环节以及一个国家和地区的主要就业渠道，其发展状况直接关系着市场经济的活跃与否，亦与人民生活、增加内需息息相关。

可以说，零售业是反映一个国家和地区经济运行状况的晴雨表。

随着2004年12月11日零售业的全面对外开放，本已是百花齐放的中国零售行业的发展态势更为值得关注。

本章1.1节对世界各主要国家地区的零售业发展状况进行介绍，以求展现广泛有趣的零售世界，1.2节对零售相关的基本定义概念进行说明；在此基础上，1.3节介绍了零售业态的类型及其特点，零售业态发展的相关理论，并辅以实例阐释，力求让读者在博采众家精华的基础上得以对理论有深入了解，最终拥有独立的判断和见解；最后，1.4节介绍了零售环境的发展变化，并对内容作了导引。

## 后记

从最初的构思到整体框架的确定，到资料的收集整理，本书的初稿、一稿、二稿、三稿经过了再三的锤炼和反复的修改，甚至于最后整个团队一起讨论，以挑剔的眼光重新审视教科书，没有提出建设性意见、没有挑剔出毛病的人员不得离开就餐。

本书在经历了充分的准备期，漫长的撰写期，以及最后严格的再三修改期之后，当得以出版的消息传来的时候，我们总算松下了一口气。

在此感谢上海世纪出版股份有限公司格致出版社社长何元龙和编辑王炜，正是他们不计日夜地辛勤劳动，不厌其烦地再三反馈意见，才使得本书得以如此迅速地完成出版工作。

在紧张地劳动过后，望着即将出版的书稿，脑海里不由地回想起这本书撰写过程中的点点滴滴。

在紧张的科研、繁重的教学任务中，对本书的付出是艰辛的，而种种的酸甜苦辣最终汇集成即将摆在众多读者面前的这本教材，希望本书能够真正给读者带来启示，发挥其应有的作用。

然而，在心情有点放松的同时，心里的石头却依然没有放下，毕竟，中国之大，区域发展的差异性，中国零售市场发展变化之迅速，使得对中国零售市场的研究任重道远，还有待学者、业者一起共同探讨、推动。

在笔者多年的教学、实战经验的基础上，本书的撰写参考了大量前人的研究，可以说，本书的成果与其他学者的研究是密不可分的。

同时，笔者的研究生庄靖、吴业红、夏露、关能耀和徐融在本书编撰的全过程中付出了艰辛的劳动，而黄仲强在第2、5章，江莹在第3、7、8章，顾安朋在第14、15章，罗振宇在第10、11章的撰写中都投入了大量的心血，起到了很好的协助作用。

在本书第二版的修订中，黄宗源、何荣玲为更新案例和数据付出了艰辛的努力，使得第二版得以顺利出版。

可以说，本书是一本集合了各家之长，凝聚了众人劳动的结晶，在此对在本书撰写过程中付出的所有人表示衷心的感谢。

最后，谨祝愿中国零售市场的发展一帆风顺，也祝愿对中国零售市场的研究取得更大的进步！

<<零售管理>>

编辑推荐

《零售管理(第2版)》为格致出版社，上海人民出版社出版发行。



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>