

入世后的零售业:

跟上浪潮

中国人民大学教授 李金轩

我国加入 WTO 已成定势。“入世”无疑会给我国零售业带来难得的机会,只有那些具有昭昭之明者,才有希望排除与机会同来的冲击,抓住机会,求得事业的发展。

自 1992 年我国零售市场对外开放以来,外商对我国零售业的冲击实际上已在悄悄地形成,只是入世后将会日渐趋强。外商对零售业的冲击主要表现在以下几个方面:1.依靠品牌优势,进行商品竞争;2.依靠规模优势,进行价格竞争;3.依靠经营技术、设备优势,进行技术竞争;4.依靠高质量优质服务,进行扩张竞争;7.依靠经营方式、方法优势,进行客户竞争;8.依靠进出口业务优势,进行渠道竞争;9.依靠经营理念优势,进行观念竞争;10.依靠高水平的管理和企业形象,进行全方位竞争。

面对这种竞争和冲击,零售业最重要的是大练内功,搞好企业建设,提高自己的竞争能力,化冲击为机会。

1.加快企业改制的步伐,尽快建立现代企业制度,并按现代企业的要求,进行试运转或运转。从上市公司流通板块看,80 多个公司所吸纳的资金规模仍然很小,不足以与“重量级”国外零售商相抗衡。应采取积极措施,筹集较丰厚的资金,尽快把规模做大。通过资产重组、并购等方式把企业规模做大后,着重关注企业内部整合,把基础夯实,蕴育发展后劲。

2.尽快提高商业从业人员的经商思想、职业道德和文化素质。用优良的业务技能,高水平的服务质量,适宜的经营方式、方法,搞好企业经营,在已有市场上站稳脚跟,谋求发展。

3.强化激励机制,培养人才、吸纳人才、留住人才,形成较高水平、稳定进取的商业人员队伍,不断提高他们的业务能力和技术水平,增强对企业的归属感、优越感和亲情感,使企业有长远发展的潜能。

4.构筑科技型商业企业。自 1995 年互联网被正式命名为“国际互联网”开始,全球兴起互联网热潮,至今使用互联网的人数已超过 22 亿,许多精明的企业家都看到了互联网巨大、深远的影响力。它导致了市场交易成本的降低、企业结构的改变和企业经营的变革;它将改变旧有市场上的游戏规则;电子化、信息化、虚拟化公司将成为现代公司形式的代表。我国零售企业应尽快借助计算机化引发的企业全新经营革命这一大好时机,在新的起跑线上迅速发展、壮大自己。

5.一招一式、由表及里地向国(境)外零售商业企业学习。学习他们先进的管理技术和经商

经验。比如 POS 系统、EOS 订货系统、商业管理信息系统、现代信息技术、计算机技术、网络通信技术等,尤其是互联网在企业中最典型的应用——“电子商务”:虚拟企业,网上广告,网上销售,网上支付结算,网上服务,网上人才招聘等等。又如在企业内部,把内联网络作为互联网的一个子网进行企业的行政管理、人力资源管理、业务管理、物资管理、服务管理、员工培训等。这一切都在客观上要求我们加紧学习,提高认识,转变观念,跟上入世的新步伐。

6.做到“局部强势、单项极致”。把外商的先进管理技术经验一下子都学过来是不现实的,但结合本企业的特点,在某一特定领域、特定方面发挥自己的特长,构筑自己的特色,应该是可以做到且应优先做到的。只要做到了这点,就有了企业发展的突破口。只是选择的这个突破口要容易延伸、扩展。这样,一片一片的市场就非你莫属。

7.开发自己的 PB 商品。PB 商品战略是当今零售商业企业在收集、整理、分析消费者对某类商品需求信息的基础上,提出新产品的开发设计要求,选择合适的生产厂家,或自行设厂进行生产制造,然后在本企业内以自有品牌进行销售的一种战略形式。这与传统的 NB 商品(厂家品牌)相比,更有助于保证商品质量,使商品品种结构更加充实,并有自己企业的特色,还有助于降低商品价格,使企业具有旺盛的竞争力。

8.打好国内市场上的国际商战。国(境)外零售商的大举进入,实际上是把国际市场上的竞争引入到了国内。这种国际竞争国内化的趋势日益明显。我国零售业不要只是忙于国内竞争,要把眼光放大,更加注重国内市场上的国际竞争,利用天时、地利、人和的优势,利用熟悉市场、了解需求、深知民风民俗的商业文化特长,经过不懈的努力,化冲击为机会。



电子商务不仅仅是增加几台电脑