



中國農業大學

畢業論文

論文題目	<u>深圳市連鎖超市生鮮食品經營狀況爭辯</u>
學院	<u>經濟管理學院</u>
專業班級	<u>農林經濟管理 01 級</u>
姓名學號	<u>李 鈞 0113623</u>
指導老師	<u>李秉龍</u>
職 稱	<u>教授</u>

中國農業高校教務處制

摘 要

从 1996 年开头介入深圳市生鲜食品经营至今，连锁超市作为一种新型的现代化零售商业形态，已经逐步成长为深圳市生鲜食品流通的主要渠道。这不仅与深圳市特殊的经济进展历程、城市环境与条件等亲密相关，同时也由于政府出台宏观“农改超”政策予以推动。然而，深圳生鲜食品独特的供应链组织形式与超市所实施供应链管理的成熟，一方面有效降低了交易成本与信息费用，另一方面实现了供应链上各成员企业的利益目标的，成为深圳市连锁超市成功介入生鲜食品经营的最主要缘由。随着连锁超市生鲜食品经营规模的扩张与成熟，深圳生鲜食品流通中的生产、流通、销售等各个环节都将相应发生变化，生鲜食品进一步实现标准的商品化生，农贸市场将逐步萎缩，被日渐崛起的连锁超市所替代。

关键词：连锁超市，生鲜食品，超市生鲜食品供应链

目 录

第一章 导论	4
1.1 争辩背景及争辩意义	4
1.2 相关文献	5
1.3 争辩目标、争辩内容和争辩方法	6
第二章 连锁超市生鲜食品经营的特点与国际比较	8
2.1 基本概念：连锁超市、生鲜食品的概念界定	8
2.2 生鲜食品与超市生鲜食品的经营特点	8
2.3 连锁超市生鲜食品经营的国际比较	9
第三章 深圳市连锁超市生鲜食品经营的现状与主要影响因素	12
3.1 深圳连锁超市生鲜经营现状	12
3.2 深圳市连锁超市生鲜经营产生的激励因素	12
第四章 深圳市连锁超市生鲜食品供应链争辩——以民润超市为例	18
4.1 民润连锁超市概况	18
4.2 民润连锁超市的供应链组织形式	18
第五章 深圳市连锁超市生鲜食品经营的绩效分析	23
5.1 对生产环节的影响	23
5.2 对生产者的影响	23
5.3 流通环节：对批发市场的影响	24
5.4 零售环节：对农贸市场的影响	25
第六章 主要结论及政策建议	26
6.1 主要结论	26
6.2 政策建议	26
主要参考文献：	28
致 谢	29

第一章 导论

1.1 争辩背景及争辩意义

1980 年中心政府在深圳设置经济特区，实行特殊的经济政策。新设立的特区和缩小的原宝安县共同组成毗邻香港的南国新城——深圳市。在宏观政策的推动下，凭借港澳和与海外联系紧密的优势，深圳市进展外向型经济，大力引进外资企业，加快工业化进程。工业化快速推动城市建设，建成区的扩展速度很快，深圳特区建成区面积从 3 平方公里到 1999 年的 140.59 平方公里，平均每年以 6.8 平方公里的速度扩张，从而制造了举世有名的深圳速度与“一夜城”神话，开创了深圳城市化进展的新格局。伴随城市化的快速扩张，传统农贸市场的生鲜经营与消费者需求和城市进展之间的冲突日益显露和加深，连锁超市生鲜食品经营渐渐兴起。另外，居民相对集中的生活小区增多，为连锁超市布点设店供应了广泛空间，而且由于城市人口的快速增加，对农产品的需求急剧膨胀，为连锁超市生鲜食品经营供应了市场基础。

连锁超市生鲜食品经营的兴起是经济进展到肯定时期的产物。依据西方经济学家的统计，超市以连锁化为特征进展成为零售业主导业态应具备以下条件：人均 GDP 水平达到 2500-3000 美元；电冰箱的普及；电子计算机技术在商业领域得到普遍运用等。早在 1997 年，深圳人均 GDP 已达 3000 美元（深圳统计年鉴，1997），到 2003 年深圳市按常住人口计算的人均国内生产总值为 5.45 万元，按现行汇率计算，人均 GDP 为 6590 美元（深圳统计年鉴，2003），因此，以收入水平作为一项衡量标准，深圳市早已具备超市连锁经营的基础。

1989 年深圳开办了布吉农产品批发市场，极大地丰富了深圳市生鲜食品的供应，稳定了生鲜食品的价格。进入 90 年月之后，深圳市的生鲜食品供求关系发生了重大变化：由 80 年月中后期深圳本地菜源的严峻短缺转变为总量基本平衡、甚至于相对过剩的状况。深圳的生鲜食品已经由卖方市场转变为买方市场。由于超市所供应的便捷、规范的服务形式和舒适的购物环境能更好地适应深圳市居民较高的消费水平、快速的生活节奏和消费要求，连锁超市生鲜食品经营逐步在深圳兴起，并且蓬勃进展。

2002 年国家出台了“农改超”政策。即通过政府政策的鼓舞支持，引导大型流通企业或农业产业化龙头企业，对不适应经济进展、城市建设和居民消费需求的原城市农贸市场，依据超市经营业态、经营理念对其进行超市化改造，使之成为以经营生鲜农副产品为主的超市。这一政策的实施，进一步刺激了深圳市连锁超市生鲜食品经营零售业态的快速崛起。目前，深圳市的生鲜食品零售市场正处于一个连锁超市逐步取代农贸市场并成为生鲜食品流通主渠道的阶段。

1.1.1 问题的提出

基于上述既定的市场需求与供应推动因素，所需争辩的问题是：

- (1) 哪些因素推动和促进了深圳市超市参与生鲜农产品的经营？
- (2) 深圳的连锁超市是如何组织生鲜农产品供应链的？供应链的运行机制是怎样的。

(3) 连锁超市生鲜食品经营对农产品流通造成了怎样的影响？

本文将通过分析深圳市连锁超市生鲜食品经营的现状、激励因素和影响，以及通过呈现深圳民润连锁超市生鲜食品经营供应链的运行模式，来探讨以上问题。

1.1.2 争辩意义

依据上述争辩背景所提出的问题来看，通过对连锁超市生鲜食品经营的特点的分析以及国内外连锁超市生鲜食品经营的对比争辩，把握深圳市连锁超市生鲜食品经营的必定趋势，以及适于进一步进展的条件。通过对深圳市连锁超市生鲜食品经营状况的理论分析，了解超市介入生鲜农产品经营的各方面激励因素，通过对深圳民润农产品配送连锁商业有限公司经营生鲜农产品的实证争辩，呈现出深圳连锁超市生鲜食品的供应链结构，说明其物流体系高效率运行的缘由，有助于为连锁超市生鲜食品经营的进一步进展供应参考依据。

1.2 相关文献

目前，国内外对本项争辩选题相关的已有成果还格外少，由于超市作为一种新兴业态介入生鲜食品零售领域的时间还比较短暂，因此对超市生鲜食品零售业态与产业链的争辩主要集中在实证性争辩方面。而相关的理论争辩是先从制造业进展出来的，后来渐渐进展到流通业和商业等领域。美国的 Stevens 认为：“供应链是通过前馈的信息流和反馈的物料流及信息流将供应商、制造商、分销商、零售商直到最终用户连成一个整体的结构模式。”(Stevens, 1980)。哈理森(Harrison)对供应链的定义是：“供应链是执行选购原材料及将原材料转换成中间产品和成品并将成品销售到用户等功能的功能网链”(Flarrison, 1985)。

1.2.1 超市生鲜食品零售业态争辩

胡定寰、俞海峰和 T.Reardon (2003)，以蔬菜为例，对北京小白羊超市的消费者进行问卷调查猎取数据，接受计量模型方法所得出的结论表明质量、价格、人均收入以及消费者受教育程度是影响消费者购买行为的重要因素。张琼、郑光财(2004)对农改超后消费者的满足度进行了调查，结果表明生鲜超市所具有的特点和优势，迎合和满足了现代人追求快节奏、高质量的生活方式的需要。方昕(2000-2004)的争辩主要集中在超市生鲜食品管理问题，例如超市生鲜食品经营原则、定位以及管理体系等方面。Thomas Reardon、C.Peter Timmer 和 Christopher B.Barrtt(2003)所作的争辩认为，与经济进展相适应的工商业的规模化进展、物流技术进步，使超市能够供应种类繁多且价格低廉的生鲜加工食品。外商直接投资也是催生超市零售业态的重要因素。Fernando Balsevich, Julio A. Berdegue 和 Luis Flores (2003)认为，就进展中国家超市生鲜食品零售业态的成因来说，还在于生鲜食品质量与平安标准。黄序和(2002)认为，由政府推动的“农改超”对超市生鲜食品经营有重大推动作用。朱李明(2004)针对政府职能与市场竞争对“农改超”这一课题从交易制度的演化与变迁角度进行了探讨。

1.2.2 超市生鲜食品产业链与供应链争辩

黄祖辉、鲁伯祥、刘英东和吕佳(2004)对中国超市生鲜农产品供应链的管理进行了争辩。认为中国超市经营生鲜农产品和供应链管理的障碍性因素主要来自产品特性、技术

支持、营销与竞争、组织成熟度等方面，并就如何消退这些因素提出了具体建议。方昕（2000-2004）对生鲜食品供应链现状及进展趋势也做了一系列争辩，针对不同规模的超市提出了农产品生鲜配送的方案。阳明明、尧浩根、范进超、陈功玉（2004）对深圳市的农产品物流进行了分析，认为深圳的农产品加工配送企业和农产品超市等环节的综合进展，符合全球供应链物流的进展规律。白士强、田源（2004）分析了我国生鲜配送的现状，并就生鲜配送的解决和生鲜配送中心的建立提出一些乐观建议。

1.2.3 农产品流通方面

胡定寰、Scott Rozelle、T. Reardon、Peter Timmer、Honglin Huang 等人在“超市和农产品产销”国际研讨会提交的论文中争辩了中国超市选购体系的变革对农产品生产者所提出的机遇和挑战。周洁红、金少胜（2004）对农贸市场超市化改造前后鲜活农产品流通组织方式变化进行了比较分析，他们认为，生鲜超市是我国从事农产品销售的真正主体，但它的消灭将对我国当前的农产品流通、农产品生产规模、农夫的素养和就业等产生深远影响。David Boselie、Spencer Henson 和 Dave Weatherspoon(2003)认为，农户作为小生产者参与到超市生鲜食品供应链中，通常是链条中最被孤立、最小的以及势力最弱小的组成部分。胡定寰（2003）提出超市将有可能成为带动亿万农户进入产业一体化的龙头企业。罗必良、温思美、林家宏（1999）对深圳市农产品股份有限公司企业办批发市场的创新模式进行了深化争辩，供应了可供借鉴的因素。

1.3 争辩目标、争辩内容和争辩方法

1.3.1 争辩目标

本文将接受理论与实证分析相结合的方法，从宏观、微观两个层面分析在深圳特有的城市环境下，连锁超市参与生鲜食品经营的现状，依据零售业态变迁理论分析连锁超市经营生鲜食品成长的各方面激励因素；通过对实证争辩，呈现深圳连锁超市生鲜食品供应链现状及其运行模式；争辩超市经营生鲜食品对农产品流通的影响，为深圳市生鲜农产品超市经营提出可供借鉴的政策建议。

1.3.2 争辩内容

基于上述争辩目标，本文的争辩将分为四大部分进行。

（1）理论基础与分析框架

导论部分与其次章依据争辩的背景，构建本文总体分析框架及理论基础。形成争辩的基本假设，即：超级市场已成为深圳市生鲜食品流通的主要渠道，除了深圳特有的环境和条件促进了它的进展之外，更主要是由于深圳具备了优良的物流基础设施和政策环境，从而生鲜食品供应链体系发达并且高效率。

（2）对深圳市连锁超市生鲜食品经营开放争辩

第三至四章是本文的核心部分。通过对深圳市连锁超市生鲜食品经营现状进行分析，发觉推动其成长各方面激励因素。本文以深圳市民润连锁超市作为案例，对深圳市连锁超市生鲜食品供应链模式进行争辩，呈现供应链上各方利益主体特殊的联结方式与利益机制。

(3) 深圳超市生鲜食品经营绩效分析

第五章争辩超市作为供应链条的核心，对农产品的生产、流通、销售环节，以及农产品生产者所产生的影响。

(4) 结论与政策建议

第六章依据上面三部分争辩结果，总结全文的主要观点与结论，揭示其政策含义并在此基础上探讨目前环境条件下，深圳市连锁超市生鲜食品零售业态成长和供应链构建的政策措施。

1.3.3 争辩方法

本文拟用定性争辩与定量争辩相结合、实证争辩与规范争辩相结合的方法实现预设的争辩目标。具体包括有：描述性分析法、比较分析法、案例分析法等。

拟接受比较分析法，将我国与发达国家超市业态的进展进行对比争辩，从而把握深圳市连锁超市生鲜食品经营的必定趋势。接受理论与实证相结合的描述性分析法，对深圳市连锁超市生鲜食品经营零售业态生成所对应的环境条件进行分析；说明该业态生成并快速进展的激励因素。接受实证分析方法分析深圳市连锁超市生鲜食品供应链组织形式的现状与特征，利用案例分析方法解剖深圳市民润农产品连锁商业有限公司生鲜食品经营的供应链模式。用比较分析法对连锁超市生鲜食品经营进行绩效分析。利用演绎分析法总结全部结论，提出政策建议。

其次章 连锁超市生鲜食品经营的特点与国际比较

2.1 基本概念：连锁超市、生鲜食品的概念界定

连锁超市：国际连锁协会对正规连锁超市的定义是：“以单一资本直接经营超级市场 11 个以上的零售业”。深圳市连锁超市主要以标准食品超市、大型综合超市、仓储型超市为主。

其中标准食品超市是指，面积在1000平方米以上，以销售食品、生鲜食品、副食品和生活用品为主，满足顾客每日生活需求的零售业态；大型综合超市(GMS)指面积在2500平方米以上，以销售大众化有用品为主，食品占所销售商品的1/3左右，满足顾客一次性购买需求的零售业态。仓储式超市是一种面积在一万平米以上，以会员制为销售制度，以量贩为特征的批发性超市。

生鲜食品：目前生鲜经营范围较有代表性的是日系的“生鲜三品”，即：蔬菜水果、肉类、水产品，对这类商品基本上只做必要的保鲜和简洁整理就上架出售，未经烹调、制作等深加工过程，因此可归于生鲜类的初级产品；再加上较常见的：由西式生鲜制品衍生而来的面包和熟食等现场加工品类，就由初级产品的“生鲜三品”和加工制品的面包、熟食共同组合为“生鲜五品”。

2.2 生鲜食品与超市生鲜食品的经营特点

2.2.1 生鲜食品的特点

生鲜食品是具有特殊性质的消费品：它们含水量高，保鲜期短，易腐败变质。生鲜食品是我国国民日常生活中除粮食以外最主要的食物养分来源，因此除了平安性要求之外，为满足消费者口味的多变性，生鲜食品还需要具备品种多样性的特点。

基于上述特点，抱负的农产品供应链应当保证生鲜农产品以最短的时间实现从田间到餐桌的流通；保证生鲜农产品在流通中实现品质稳定或提升；保证食物的新颖、平安、多样性；降低整个物流损耗，节省成本。

2.2.2 连锁超市生鲜食品的经营特点

1.前期规划设计要求高

完整的生鲜区所需要的前期工程和设备资金投入较大，首先连锁超市各个门店经营的设备投入约有 1/3 在生鲜保鲜设备上；生鲜商品求“鲜”，对商品加工、保养，势必加大了人员投入，而某些技术性强的岗位，员工待遇要更高些。

2.环境适应性敏感

生鲜食品经营要考虑连锁超市各门店所处的经营环境,假如所在城市具有宽敞的农业腹地,城市中集贸市场发达,生鲜经营就要在设计阶段搞好调查分析,在经营规模、商品结构以及经营方式上作适当支配,选好经营角度。而城市规划、市政管理、居民小区开发等又会为生鲜食品经营带来诸多的机会。

3.专业性要求高

生鲜食品经营涉及连锁超市经营方法、各类食品保鲜与加工技术、食品加工组织管理等很多方面的专业技术,不仅每个方面和分管部门都有较强的专业性,而且总的专业面广,综合性和交叉性也强。因此,生鲜食品经营整体专业化水平的凹凸直接关系到包括商品流转、损耗等在内的连锁超市经营效果,这就对管理和管理者提出了较高的要求。

4.超市经营的新生点

由于生鲜区的经营集客力量强、毛利高,它占连锁超市各个门店中的销售份额也在增大。从目前的实况看,生鲜区经营面积以及销售额比重已逐步从 10%左右扩大到接近 30%,平均毛利超过 20%,正渐渐成为经营热点。估计随着消费水平的提高,生鲜区在连锁超市经营中的地位还会进一步地巩固和进展。

2.3 连锁超市生鲜食品经营的国际比较

生鲜食品同消费者日常生活关系最为亲密,是购买频率最高的商品。在连锁超市中经营生鲜食品能够吸引长期稳定的客源,增加超市的竞争力。在发达国家,标准意义的超级市场都参与生鲜食品的经营,而且作为一种现代化流通方式,连锁超市生鲜食品经营的形式在发达国家和地区已成为生鲜食品零售的主导业态。以销售额计,美国食品的 90% (黄国雄, 2002)、水果蔬菜的 33%(闵耀良、邓红兵, 2000),日本生鲜食品的 50—70% (蔡立仁, 1996),法国蔬菜的 55.7%和水果的 59.3% (王贤甫, 1999) 是由超市销售的。在进展中国家,近年来生鲜超市的进展速度亦格外惊人。1990 年,巴西的生鲜食品仅有 30%是通过超市销售的,而 2000 年通过超市销售的生鲜产品的比例为 75%。1985 年,阿根廷的生鲜产品通过超市销售的比例为 17%,到 2000 年该比例提高到了 57% (Reardon.T、Julio A.Berdegue, 2002)。

2.3.1 美国连锁超市蔬菜水果的经营状况分析

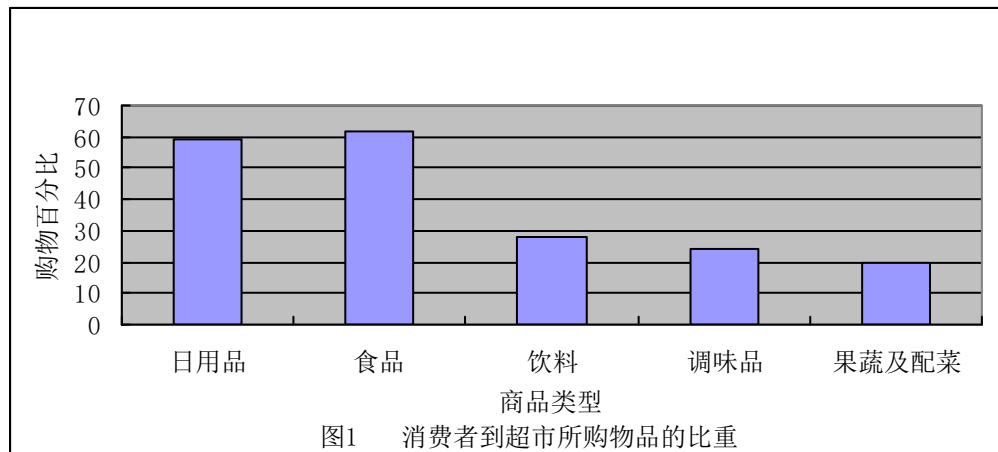
由于连锁超市在美国格外发达,蔬菜和水果的零售也主要集中在连锁超市以及一些其他形式的便民店。据统计,以金额衡量,作为市场外流通的连锁超市企业供应应消费者的蔬菜和水果已经占据美国蔬果消费总量的 33%。然而早在 1925 年,纽约市 85%的蔬菜、水果都是通过批发市场进入零售领域再到达消费者的,但目前这一百分比已经下降至低于 50%。发生这样的变化基于以下两方面缘由。首先,在 1960-1970 年间,是美国超级市场以连锁化为特征大进展的时期。随着超市门店经营规模的扩大,连锁企业开头纷纷建立自己配送中心,直接到产地组织选购,从而略去了中间环节、节省了中间费用。再次,由于美国农业是集约化生产的方式,农场经营规模格外浩大,一些独立的生产者或生产者的联合组织,拥有自己的大型蔬菜处理厂,能够对蔬菜进行商品化加工。这些生产者也尝试避开中间环节,直接向零售企业供应生鲜农产品,有效把握了交易费用。于是连锁超市在美国生鲜食品的零售市场

占据了主导地位。

在美国的超市内，蔬菜和水果占据达 56% 的市场份额。与此相对应，蔬菜、水果由于需求量稳定，因而周转速度快并且成本率低，为超市经营者带来可观的利润。在超市中，蔬菜水果的销售一般占其总销售额的 9.5% 左右，而经营蔬菜、水果的利润对其净利润的贡献可以达到 20% 左右（闵耀良、邓红兵，2000）。

2.3.2 我国连锁超市生鲜食品经营状况

我国超市从 20 世纪 90 年月开头涉足“生鲜”经营，但比较规范、形成规模的生鲜食品超市零售方式是近些年在一些大城市中刚刚消灭的，可以说仍处于生鲜食品经营的导入期。从整体状况来看，我国生鲜食品经由连锁超市销售的比重照旧很小，2003-2004 年对中国九个城市（不包括深圳）消费者平均所购五类商品份额的比较表明，蔬菜及配菜所占的比重最低，还不足 20%。存在这种状况的主要的缘由于消费者对超市所经营的生鲜食品价格、新颖度、服务较不满足。而深层的缘由则在于一方面与我国消费者的生活水平和消费习惯有关 另一方面，则是由于我国生鲜农产品供应链上各环节的连接不像发达国家那样连贯、稳定，超市经营生鲜食品成本较高，同时在价格、品质、新颖度、品种等方面达不到应有标准。



与发达国家相比，中国的连锁超市生鲜食品经营尚未普及，最根本的缘由在于我国连锁超市进展尚未成熟。因此，在连锁超市生鲜食品经营方面会存在如下问题：首先，超市盈利力量普遍较低，在发达国家，生鲜食品经营的毛利率在 20% 左右，而过国内低于 10%。其次，制约我国生鲜食品零售业态进展的主要因素是物流成本过高，缺乏技术支持。发达国家成熟的生鲜食品冷链为农产品的运输、包装、流通加工、配送等环节供应了有效的技术支持，而我国生鲜食品从采摘到出售却是一个品质不断下降的过程，物流损耗格外严峻。当前发达国家物流损耗则只有 5%~7% 左右，而 2003 年中国物流与选购联合会统计的中国的物流损耗率为 30%。此外，我国大多超市没有长期固定的生鲜食品供应商。在发达国家供应链管理建立在信息互联的基础上，以相互信任为支撑，通过有效分工进行互惠合作，实现共同利益。我国目前超市供应链上的信息流基本是断裂的。最终，其他的因素如经营战略，企业管理，甚至宣扬广告等也可能是中国生鲜超市经营不利的缘由。

2.3.3 小结

从我国整体来看，依据上述发达国家对于生鲜食品超市经营进展的阅历，将来连锁超市介入生鲜食品经营在我国已经成为不可扭转的趋势。由于近年来我国经济进展态势良好，城市化进程加快、居民消费水平日渐提高，而且我国政府也逐步出台宏观政策推动和鼓舞连锁超市进一步进展，生鲜食品经营也日益受到重视，为连锁超市生鲜食品经营的进展制造了良好条件，连锁超市必将成为我国生鲜食品零售的主渠道。

与全国相比，深圳连锁超市生鲜食品的经营是走在全国前列的。深圳市上规模的 53 家连锁超市开设的 1000 多家门店，几乎全部设有生鲜食品经营区，生鲜食品类的销售额达 20% 以上，普遍实现了盈利。100% 的深圳市消费者有过在超市购买生鲜食品的经受，60% 以上的市区消费者最常购买生鲜食品的地方是超市，每月购买额度在 300-600 元之间，占消费者每月生鲜食品消费额的 60%-80%。（阳明明等，2004）。另外，深圳各大连锁超市的物流配送体系也处于全国领先地位，形成了比较完善高效率的物流配送网络，成为连锁超市生鲜食品经营的基础。上述状况说明，深圳市的连锁超市生鲜食品经营已经接近甚至在某些方面已经达到了发达国家的水平。

第三章 深圳市连锁超市生鲜食品经营的现状与主要影响因素

3.1 深圳连锁超市生鲜经营现状

深圳市的连锁超市近年来始终呈上升进展趋势。2003 年上半年,连锁企业百强中的前 30 家企业中,有 22 家企业以日用品超市为主,而这 22 家连锁企业中有 5 家来自深圳。然而 1996 年以前,深圳连锁企业在全国连锁百强的名单中还尚难以见到。随着深圳人均收入不断增长以及政府对连锁业的大力支持与推动下,深圳连锁业无论在经营模式还是经营技术方面进展都格外快速,处于国内同业的前列。其中以超市业态的连锁零售业门店数增长最为快速,近年来以年均 20%至 30%的速度递增,深圳市的连锁超市在商业零售业中的主导地位向主体地位转移。2003 年深圳市超市业态的零售业门店数量达到 408 个;营业面积达 330646 平方米,比上年增长 3.9%;销售额达 386172 万元,比上年增长 45.8%。

深圳的连锁超市开头涉足对生鲜食品的经营始于 1996 年,刚刚起步之时,生鲜日配品所占比重格外小,而且当时相应的中间供应商队伍尚未产生,因此选购货源的开发格外困难,连锁超市的门店大多选择从四周的批发市场甚至是农贸市场进货,经营的品种有限和价格也难以保持稳定。经过不到十年的进展,深圳连锁超市选购体系已经发生了巨大变革,连锁超市生鲜食品经营也已快速扩大,连锁超市已经占据了深圳市大部分的生鲜食品零售市场。

生鲜食品占深圳市连锁超市各个门店经营商品的比重依连锁超市的不同类型而有所区分,大致可分为四种状况。第一类是以沃尔玛、家乐福为代表的仓储式会员店,生鲜食品占 20%左右,所开设生鲜食品经营区面积很大,经营的生鲜农产品品种也极为丰富且价格低廉其次类是以华润、百佳、天虹为代表的大型综合超市,这类超市与前者都能满足消费者“一站式”的购物需求,但其分布更为广泛,生鲜食品比例也能达到 20%左右,但品种相比前者少而且价格较专营超市及农贸市场都高;第三类是真正意义上的以生鲜食品经营为特色农产品超市,以民润、华润万方为代表,这类超市分布最为广泛,集中于居民聚居的社区,传统的民润连锁超市生鲜食品比重在 30%左右,而近年来推出的第四代民润超市生鲜比重达到 40%,价格低廉且品种极为丰富,它们也同时经营生活日用品及烟酒百货;最终一类是果菜专营连锁超市,目前分布范围很小,经营除水产品之外的全部生鲜食品和部分调味品及极少生活用品,在这种超市生鲜食品比重可高达 90%。

3.2 深圳市连锁超市生鲜经营产生的激励因素

3.2.1 城市化水平提高是前提

连锁超市生鲜食品经营进展是城市化达到相应较高水平为前提的。城市是现代经济活动的基本空间,是建立现代生产和消费关系的基础。城市化水平是衡量一个国家或地区现代化程度的总要指标,它是指城市人口占社会总人口的比重,同时,城市设施的状况以及人口的

城市特质也是表明城市化程度的重要标志。

深圳有“鹏城”与“一夜城”之称,反映出深圳的经济进展与城市化进程速度特别迅猛。1980年,在国家宏观政策的推动下,深圳建立经济特区,实施特殊的经济政策,开创了深圳城市化进展的新格局。深圳市经济飞速进展,城市化进程日新月异。2004年,广东省统计局依据某六项指标对全省21个城市的城市化水平进行分析,深圳属典型的城市经济,城市化率达到92.46%,列21个城市的榜首,同时也位居全国首位。

城市化水平的提高,在供应和需求量方面促进了超市对生鲜食品的经营。

供应水平伴随城市化进展会相应提高。只有当城市化达到肯定水平,市场经济的进展才更为完善,相应产生与各类连锁零售商业进展配套的市场体系与服务体系;农产品的供应更为丰富,价格有所下降并趋于稳定;城市基础设施与现代化通讯设施都更为完善,为连锁超市的物流体系供应了基础。城市化水平从上述方面为连锁超市介入对生鲜食品的经营制造了条件。

城市化为连锁超市生鲜食品经营制造了需求。农村人口大量转变为城市居民,逐步适应城市生活,转变了以往的消费习惯和消费模式;城市人口的快速增加,对农产品的需求急剧膨胀,增加了连锁超市介入生鲜市场的动力;城市居民相对集中的生活小区增多,为连锁超市布点设店供应了广泛空间;大量妇女参与到社会工作当中,为了简化家务、节省时间,她们更多地选择超级市场作为购买日常生鲜食品的场所。

3.2.2 需求因素

1. 深圳现有零售业态的缺陷

引起人们对连锁超市生鲜食品经营关注的最直接的动因,是中国各大中城市现行的“农改超”政策。这一政策的推行是基于目前我国农贸市场运行中存在的缺陷。遍布我国大小城市的农贸市场是一种广泛存在的市场形式,曾经一度成为我国农副产品流通体系中的重要环节和城市居民日常购买生鲜食品的重要场所。但是,作为较初级形态的市场形式,随着经济的进展与城市建设,农贸市场的弊端日益显露,发挥的功能也越来越局限,

现行的农贸市场存在着如下多方面的问题:

(1) 农贸市场出售的农副产品的平安性等现实问题。传统的农贸市场准入门坎低,各种类型的经营者自由出入,进货渠道简单,造成货品质量不稳定,经营者信誉难于保证,加上农贸市场的设施不完备,市场管理不规范,频频消灭农副产品农药残留、化肥残留、重金属等指标超标;农副产品生产过程中滥用生长激素、抗生素;农副产品加工过程中滥用有毒有害添加剂等等问题,危害和威逼着消费者的健康。

(2) 城市建设管理问题与城市交通问题。农贸市场内的经营者大多为外来人口,因而时而消灭拉帮结派、欺行霸市等行为,对城市治安管理造成压力。此外,农贸市场的脏、乱、差也始终是城建与城管工作中令人头痛的问题。农贸市场的另一个弊端,表现在对城市交通的影响。分散经营者需要自己进货,每户都自备三轮货车、机动三轮、微型面包等交通运输工具,但有合法、齐全手续的却不多。虽有交通管制,对禁区、交通及停车管理还是带来了

巨大的压力。

(3) 各种农副产品下脚料和垃圾的“逆渠道流通”问题。由于农贸市场上出售的农副产品大多未经加工或只是经过了初加工。大量无用的下脚料和垃圾随农副产品带入城市，最终再通过环卫系统重新回到农村造成了资源的铺张如蔬菜中毛菜和净菜销售的结果比较100吨毛菜可以产生20吨垃圾，由此产生了一个数额惊人的无效物流成本（其中包括：垃圾处理、环境保护、市容管理方面的成本在内）。

(4) 税收流失问题。由于农贸市场简单的购销渠道和经营方式，使得市场税收征管难度大，税收流失现象普遍存在。

上述问题的存在，成为了我国目前推行“农改超”方案的城市所提出的实施这项政策的主要依据。

2. 深圳市人均收入水平提高

从人均GDP水平和超市业态的进展的关系来看，在发达国家，人均GDP大体达到2500-3000美元左右水平的时期是超级市场以连锁化为特征的进展时期(乔颖丽，2005)。依据深圳市统计局资料显示，深圳市的人均GDP在1997年时就达到3000美元左右。2003年，深圳市按常住人口计算的人均国内生产总值5.45万元，按现行汇率计算，人均国内生产总值已达到6590美元，大大超过了超市连锁经营进展所要求的条件。因此，以收入水平作为一项衡量标准，深圳市早已具备超市连锁经营的基础。并且依据2005年最新统计资料，第一季度深圳市居民（包括暂住居民家庭，下同）人均可支配收入为5843.91元，同比增长10.7%，扣除物价上涨因素后，实际增长9.1%，居全国大中城市首位。

收入水平的提高，令消费者降低了对价格的敏感程度，而更多去关注生鲜食品的质量以及购物的平安性与舒适性。当家庭月收入低于1000元时，消费者在购买生鲜食品时几乎只考虑价格因素，因此他们选择价格低廉、能够讨还价格的场所购买所需；而月收入高于8000元的消费者几乎不关注生鲜食品的价格，只追求食品的品质和购买的便利性与舒适性；在收入超过3000元的状况下，消费者对价格与质量的关注是全都的（胡定寰，2003）。另外，收入越高，时间价值越大。超市里汇合上千品种商品，便于让消费者实现“一站购买”，另一方面，连锁超市的配送中心将生鲜食品经过简洁清洗和加工后再送到各个门店进行出售，简化了消费者的烹饪，于是大大节省了顾客购物时间。

在城市居民收入稳步增长，生活质量逐步提高的基础上，越来越多的消费者会选择在超市购买生鲜食品。

3. 深圳市消费者的特征

消费者的群体特征、年龄、受教育程度等对其消费选择都有影响。作为一个人口结构以受过高等教育的年轻人为主的对外开放的经济特区，深圳市的消费者具有鲜亮特征。

首先，依据深圳市政府网站公布的统计数据，2002年末，深圳市常住人口达到504.25万人，其中户籍人口139.44万人，暂住人口364.80万人。按人口规模评判，深圳市属于特大城市。这类城市经济发达，居民消费总体水平较高，处于全国领先地位。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/388055071111006047>