

<<工商冲突>>

图书基本信息

书名：<<工商冲突>>

13位ISBN编号：9787030288714

10位ISBN编号：7030288718

出版时间：2010-6

出版时间：科学出版社

作者：李骏阳，张赞 著

页数：264

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>

## &lt;&lt;工商冲突&gt;&gt;

## 前言

进入21世纪以来，随着零售业成为先导产业和零售企业的规模不断膨胀，商品流通渠道中的工商关系日益恶化：大型零售企业。

利用其市场势力，对供应商的商品进入商场或超市收取名目繁多的通道费用（slotting allowance），大幅压榨供应商的利润，使供应商不堪承受；零售商任意拖欠供应商的货款，使供应商的大量资金长期被无偿占用；零售商还制定各种霸王条款。

由此引发工商关系出现了前所未有的紧张状况。

我国尖锐的工商矛盾由于零售业的全面开放和外资零售企业的大举进入而变得更加复杂化。

外资零售企业利用其强大的实力，一方面对国内供应商的索取相比本土零售商有过之而无不及，另一方面又不断挤压本土零售商的市场份额，欲对中国零售市场形成控制之势。

原来零售商与供应商的博弈，由于外资零售商的进入变成了外资零售商、本土零售商、供应商之间的三方博弈。

工商关系的好坏涉及我国制造业与零售业的兴衰，它对GDP、生产、就业、物价水平、消费等都将产生重大影响。

一方面，中国作为制造业大国，生产消费品的制造商数量多达上百万，供应商的生存和发展对整个国民经济关系影响重大，因此对供应商的利益绝不能漠然置之；另一方面，零售业作为先导产业关系国计民生，中国的零售市场不能完全被外资控制，中国要有强大的本土零售企业，但与此同时，中国又必须遵守WTO原则，允许外资零售企业在国内发展。

如何协调好零售商与供应商的关系、处理好经济发展与对外开放的关系，既保护民族工业的发展又形成强大的本土零售业，是建立社会主义市场经济体制在流通领域必须面对的一个研究课题。

## <<工商冲突>>

### 内容概要

本书从我国工商关系的历史发展和演变出发,借鉴国外对工商关系的研究成果,探讨了我国商品流通渠道中“硝烟弥漫”的工商关系的现状、产生冲突的原因,在对工商关系造成的经济社会影响进行客观判断的基础上,提出了协调工商关系的机制,以及创建和谐工商关系的环境和政策建议。

本书可供工商企业经营管理人员、经济与管理理论工作者、高等院校经济管理类专业研究生与本科生阅读及参考。

## &lt;&lt;工商冲突&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一章 国内外工商关系演变历程及现状 第一节 工商关系概述 第二节 世界范围内的工商关系演变历程及现状 第三节 我国工商关系的历史演变第二章 工商关系的理论基础 第一节 营销渠道理论 第二节 纵向关系理论 第三节 福利经济学理论 第四节 规制经济学理论第三章 影响工商关系的一般性因素及渠道效率 第一节 我国零售产业市场结构分析 第二节 消费品生产行业的市场结构分析 第三节 我国零售产业市场行为分析 第四节 我国消费品流通渠道分析 第五节 流通渠道的效率研究第四章 工商冲突的内在机理 第一节 我国工商冲突的原因分析 第二节 通道费问题 第三节 对零售商与供应商收益的实证分析第五章 工商关系的动态影响 第一节 零供关系对社会福利影响的理论研究 第二节 零供关系对社会福利影响的实证研究 第三节 消费者选择对零供博弈结果的影响第六章 供应商、外资零售商和内资零售商三方博弈 第一节 外资零售企业在中国的发展 第二节 供应商、外资零售商和内资零售商的三方博弈分析第七章 供应商与零售商的平衡机制 第一节 抗衡势力理论的出现及其发展 第二节 平衡机制体系的构建 第三节 九个平衡机制的运行第八章 零供战略联盟 第一节 零供战略联盟研究综述 第二节 我国零供战略联盟的现状 第三节 零供战略联盟的绩效分析：以零供双方市场信息共享为例 第四节 零供企业建立战略联盟的路径选择及对策建议第九章 创建和谐工商关系的环境和政策研究 第一节 发达国家对工商关系规制的经验 第二节 和谐工商关系的市场结构与竞争环境 第三节 构建和谐工商关系的政策体系参考文献

## &lt;&lt;工商冲突&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：1.松散型零供战略联盟在松散型联盟关系中，零供双方主要在业务层次上展开合作，其以供应链体系为合作重点，即在现有产品的基础上，共同致力于供货效率的提高（杨永康等，1998）。

松散型零供联盟通过及时供货、减低缺货率和库存成本、提高产品周转率，以实现销量的提高和管理成本的降低，从而获得共赢。

在这样的合作关系中，零售商主要负责消费者信息的收集和商品的销售，并及时向供应商提供库存信息、销售信息；而供应商则致力于产品的生产研发和后勤供货效率的提高，提供及时的补货服务。

松散型联盟不具有排他性，联盟各方可同时与其他供应商或零售商按同等条件建立联盟关系，从而满足供应商扩大销售范围、提高市场覆盖率的要求，也与零售商增加产品多样性、满足顾客个性化需求的特点相符合，从而在快速消费品行业有着较多的实践。

沃尔玛与宝洁的合作，联华与光明乳业等的合作均可以归结为这一类型，其通过“一对多”、“多对多”的合作模式，能有效降低市场风险，避免因单一合作方的运营不善而对本企业形象造成的损害。

2.紧密型零供战略联盟在紧密型联盟关系中，零供双方的合作不仅在业务层面开展，更深入拓展到公司层面、战略层面。

其以供应商的产品研究开发、生产技术、质量管理能力、后勤（供货）能力以及零售商的销售计划能力和选择判别能力、收集消费者信息的能力、销售能力为双方合作的资源。

双方的合作不再局限于现有产品，而是进一步深入到新产品的开发、管理（杨永康等，1998），共同进行市场拓展，承担市场风险。

<<工商冲突>>

编辑推荐

《工商冲突:机理、影响与协调研究》由科学出版社出版。

<<工商冲突>>

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>