

王文良

中国现代销售学创始人·中国第一部销售学全
中国所有大学MBA、EMBA必修课
中国所有公司总经理、营销总监必读书

SALES

第2版

中国社会科学出版社

销售学全书

K N O W L E D G E O F

SALES

SALES

王文良 销售学全书

KNOWLEDGE OF
SALES

第2版

中国社会出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

王文良销售学全书/王文良著. —北京: 中国社会出版社, 2003. 8
ISBN 7-80146-778-7

I. 王… II. 王… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 065906 号

书 名: 王文良销售学全书

著 者: 王文良

策划编辑: 王 前

责任编辑: 刁锦江

出版发行: 中国社会出版社 邮编: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号新龙大厦

电话: 66051698 电传: 66051713

经 销: 各地新华书店

印刷装订: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 787 × 1092 毫米 1/16

印 张: 24.75

字 数: 400 千字

版 次: 2006 年 2 月第 2 版

印 次: 2006 年 2 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80146-778-7/F·46

定 价: 48.00 元

(凡中国社会版图书有缺漏页、残破等质量问题, 本社负责调换)



在《前沿讲座》上讲授《代理通路》、《终端通路》课程，该课程通过86家电视台转播



在第五届中国培训论坛上发表专题演讲



在《柔道战略》专家研讨会上作演讲



第三次担任中央电视台《对话》节目嘉宾时与美国斯坦福大学校长亨尼斯合影



担任美国阿兰斯医药集团中国首席销售顾问,与该集团董事长菲利普先生合影



担任哈佛大学如意基金会中国首席销售顾问,与该基金会会长保罗博士赴石家庄投资时合影



为湖南电广传媒集团高级管理人员培训



担任全球战略之父迈克尔·波特论坛的咨询顾问,与论坛贵宾合影



在北京大学营销总监研究生班授课



在北京大学学术报告厅讲学



在北京大学总裁EMBA班授课



在清华大学总经理研修班授课



在大连千名企业家业余培训班上发表专题演讲



第二次担任《实话实说》嘉宾时与主持人和晶合影



在其新作《北大毕业等于0》的新闻发布会上



在淮阳村全国连锁集团培训班上作演讲并担任该集团首席管理顾问

序一 从日本流通革命看中国的销售

在世界经济逐渐形成多元化、信息化的时代，中国已经逐步确立了“世界工厂”的地位，而且整体经济正向着高速发展的阶段迈进。

中国加入 WTO 以后，中国必将成为“世界工厂”，因此，中国经济发展的前景非常广阔。中国的销售工作必须迅速向现代化转变，才能与“世界工厂”的称号相符。让我们来看一下日本的流通革命，从此我们或许可以得到对中国销售工作改进的启发。

20 世纪 50 年代至 80 年代，在日本进行了第一次流通革命。它的具体特征是大量出现连锁超市，但是，批发商还是以行业为主，变化不大。

在后来的日子里，日本发生了第二次流通革命。这次流通革命比较彻底。连锁店已成为行业，批发商已经超越了单一品种的批发。而且消费者的特点也发生了很大的变化，一方面消费者寻找商品的时间可以越来越短。另一方面，消费者人群从购物的痛苦人群变为购物的快乐人群；从购物的痛苦阶段变为购物的快乐阶段。人们把购物已经作为一种乐趣。人们把自己的主要精力集中投入到商品的选择上。

从规模上看，日本的消费者与美国的消费者有很大的不同。日本人家家庭储备商品总量较少，购买次数较多，而美国人家家庭储存商品量很大，购买商品次数少。所以，美国的大超市非常多，距城市中心较远。而日本的超市比较多，距市中心也比较近。

而中国的流通领域与日本和美国都不同。中国的超市数量会很多，规模会很大，在这一点上像美国。但同时，中国的家庭储物并不多，这一点上与日本相近。

总之，中国的超市数量多，面积大，人们购物次数也多，每次购物数量多少均有，呈现多层次的特点。中国的批发，个体实力小，数量众多，还很不发达。因此，中国的销售工作还有相当长的路要走。

今天的中国，与若干年前的日本非常相似。人们大量地照搬欧美国家的完整经验，脱离现实者居多。我曾由翻译陪同参观过中国的书店，关于经济类的各种书籍中，大部分为照抄欧美国家的著作，这样很好，这样做有利于学术研究，但是，对现实工作的指导意义有限。只有将外来的内容与自己国家的实际相结合的书，才能够指导实际工作。销售工作是一件实际操作很强的工作，必须从实际出发。

王文良先生的这部《王文良销售学全书》，是我在中国看到的第一部独立成体系的一部销售学书。书中一个重要的观点就是强调对销售要有足够的重视，要在理论上与实践上同时重视。这一点与日本今天的观点非常相似。

我公司目前正在中国推出“曼特诗”牌全自动咖啡机，这是中国第一个将咖啡生豆烘焙成熟豆，然后研磨，最后冲调成香浓可口的迷人的咖啡的全自动的机器。为了支持销售，我们第一步就是在中国的北京、上海、广州设立三个独立的销售公司，销售人员的数量远远多于生产人员的数量。我们将销售工作放在了极高的位置，我们招聘大批的销售专业人员，同时在全国进行区域划分，完成了深入扎实的销售基础工作，这正是我们对销售工作重视的最重要的表现。而王文良这部销售学全书是中国国内的具体情况与国际销售的各种思潮相结合的专业书籍，是关于销售精耕细作的操作性很强的一部书。本书的出版无疑会给销售学的研究提供系统的理论框架。

我衷心地希望王文良先生的这部著作，能够给全中国的销售人员一定的启发。愿中国的销售工作更上一层楼，愿中国的经济发展早日达到世界先进水平。愿中日两国人民世代友好！谢谢！

日本大志电器公司董事长 矶江则明

2003年4月26日于东京

序二 从全球的角度看中国的销售工作

目前，全球经济一体化进程的速度，已远远超乎人们的想象。全球资源的配置日趋合理，全球的经济分工正在一只无形的手的操纵下悄然进行。人们的兴趣焦点也已转向游戏规则的重确定上。全球企业的主要精力已经转向了怎样提高企业的核心竞争力上了。

怎样提高企业的核心竞争力呢？办法只有两个：创新和全球重新分工。关于创新的问题我们暂且不谈，我们重点谈一谈全球的重新分工问题。目前全球经济一体化的趋势已十分明朗，各国都将不可避免地成为全球经济的一部分。于是，各国的分工就成为我们今天探讨的主题。

当今世界经济分为三个部分：第一部分为发达经济，主要以信息产业、金融产业、环保产业为主。形成两项在内，一项在外的态势。资金在内，生产在内，市场在外便是主要特征。第二部分为生产基地型经济，主要以制造业为主。形成两头在外，中间在內的态势。资金在外，市场在外，生产在内便是主要特征。第三部分为落后经济，既无资金、市场，也无生产的经济。

目前世界主要的发达国家是第一部分经济特征。部分投资环境较好的国家具备第二部分经济特征。很多落后的国家具备第三部分经济特征。中国在不远的将来一定会成为世界最大的生产基地，但中国不同于以上任何一个经济特征。

中国的资金很大一部分来源于发达国家的投资，理论上说，中国的市场应该在外。但是，中国自己就是一个大市场，因此中国不属于两头在外，中间在內的经济类型的国家。同时中国也不属于资金、生产都在內、市场在外的经济类型的国家。

中国的特点是，既是生产基地，也是庞大的市场。中国的情况变得十分复杂。中国必须走对外贸易与对内发展国内市场相结合的道路。中国的生产发展是未来世界上发展速度最快的国家，中国的市场将会分为两个部分。发达国家的消费品今后将会主要来源于中国等国家，中国自己的消费品也将主要来源于自己国家的生产企业。

有鉴于此，我认为，中国企业的销售工作将分为两个部分，一部分为对外贸易，一部分为对内销售。但是，中国政府与企业界对销售工作的重视程度非常不够。例如，目前中国没有一部完整的关于销售的教科书。我们美国没有，是因为我们美国

的市场经济是在长期的、一贯的、稳定的政治、经济制度下发展起来的，所以，美国的销售通路比较简单，比较单一。中国的情况则完全不同，正如王文良先生所阐述的那样，中国的经济情况十分复杂，销售就更加复杂。中国人必须自己创立销售学，而不应该盲目等待美国去创造销售学。中国有中国的国情，美国有美国的国情，盲目照搬美国的一切是不行的。我认识很多中国的企业家，例如海尔集团的张瑞敏先生，就不完全照搬美国的管理模式，也获得了很大的成功。我曾在海尔集团发表了一篇题为《什么震撼了我们的心灵》的演讲，我强调的就是创新精神。

王文良先生就是中国一名非常有创新精神的人才。我曾在中国举行过多期企业 CEO 培训班。经朋友推荐，我认识了王文良先生，我聘请他做我的助手讲课。他讲的课，理论联系实际，非常有说服力，也非常有成效，得到了中国众多 CEO 的认同。

这部《王文良销售学全书》确实是一部非常令人耳目一新的书。作者在书中对中国的销售环境、销售流程、销售规范、销售中的各种问题都做了非常科学而切合中国实际的分析。作者对中国所有地区的风土人情的了解，以及对中国销售中的各种复杂问题的了解是我们美国人非常钦佩的。很多美国公司在中国没有取得成就或失败的原因就是，我们过分依赖于那些在美国留学的人员。其实，他们和美国人一样对中国的实际问题所知甚少。我在哈佛大学研究了多年，认识了很多中国人，但没有一个像王文良先生这样具有极高的中国功夫。我们哈佛大学的研究中国问题的教授们有这样一句话：“在中国能够取得成就的人，必须有全球战略眼光和深厚的中国功夫。”王文良先生如果再有一些美国经验，他一定会成为中国最有成就的人。今年 1 月份，我到中国去讲课，有幸拜读了王文良先生的《北大毕业等于 0》一书，我很受震动，也很赞同王文良先生的观点。真正的企业家不是大学培养出来的，一定是在大学教育的基础上，在实际工作中磨炼出来的。

目前中国最需要的就是理论与实践相结合的人，需要精通先进国家的理论，更精通自己国家的实际情况的人。王文良先生就是这样的一个人，我坚信，他的这部书对中国的销售工作将会产生巨大的冲击。愿中国人民更加富裕！愿中国的经济更加发达！愿中美的销售工作更具科学性！愿中美两国人民的友谊万古长青！

美国大熊猫集团总裁 戴明威

2003 年 4 月 28 日于纽约

序三 万丈高楼平地起

我刚刚从北京回到多伦多，还没来得及休息，就开始看王文良的这部销售学全书的草稿。我感觉这是一部非常有价值的书，因为它切合实际，又独立成为一个科学体系。关于这一点我不想多说，其他的专家学者已经有了很中肯的评论。我只想谈一谈王文良做业务的风格。

我是一名加拿大籍华人，曾在加拿大、美国的多家公司担任过销售经理和总经理。我与王文良的相识是在五年前，那时王文良是美国美联集团汇联公司的中国销售总监，我是总经理。美联集团在美国非上市公司 500 强中排行第 19 位，是一家大型跨国集团。能够进入这样的集团担任最高管理职务，已经证明王文良的实力。

有一次，我列席了王文良组织的销售会议。那是全世界最沉闷的会议，也是最无聊的会议。王文良坐在主席位上，将手下的八个大区经理的每一个城市，每一个卖场，每一个品种的详细情况都做了一一盘查、询问、考核，经常让手下人感到厌烦，我也无法接受这样单调的会议。但是，王文良是我所认识的中国、美国、加拿大的销售管理人员中最细致、最精耕细作、最敬业的一个人。

他是我的北大校友，当我在加拿大担任销售经理的时候，王文良却是一名业务员，满大街跑业务，无论严寒还是酷暑，他的身影都会出现在北京的大街小巷。他干遍了特供、餐饮、直营、封闭、直销、经销、外埠代理等所有通路的销售工作，也干遍了中国的八个大区的经理。他从最基层做起，打下了扎实的基本功，为日后创立销售学的科学体系奠定了牢固的基础。

最令我感动的是王文良对销售工作的执著的精神。有一次，他上午去沈阳出差，中午又去大连，晚上却到了上海。一个跨国公司的全国销售总监，完全可以坐在办公室里遥控。但是，王文良却不顾疲劳，一天连续拜访三个城市，一定要深入到第一线的精神令我感动。

王文良做了十余年的销售管理工作，他的销售管理的效率是非常出名的。我给他配备了两个女秘书，还是跟不上他工作的节奏，于是我又从市场部给他调来一名兼职秘书，才缓解了他工作的需要。对于这样一个卓越的销售总监，我是非常地爱惜的。我每次回加拿大前，都要单独请王文良到五星级酒店畅谈。这也许就是我从西方国家学到的尊重人才、爱惜人才的一个体现吧！中国的国有企业的总经理们一

般比较嫉妒人才，也不太喜欢重用人才，这是与西方国家不同的地方。

《王文良销售学全书》即使在美国，也是第一个提出销售学应该独立研究的书，而且书中的观点有理论，也有实际内容。我建议中国的 MBA 应将其作为专业教材，中国的大专院校的市场营销专业的学生也应该把这部书作为必修课教材，因为在美国也学不到这样实用的内容。最后祝广大读者能够从该书中学到一些有用的东西，向广大的读者致意！

美国美联集团汇联公司前中国总经理 初笑刚

2003 年 4 月于加拿大多伦多市