

[台湾] 林正修 徐村和 编著

量贩店经营实务 与个案解析

LIANGFANDIAN
JINGYINGSHIWU YU
GEAN JIEXI



广东经济出版社

[台湾] 林正修 徐村和 编著

量贩店经营实务 与个案解析

**LIANGFANDIAN
JINGYINGSHIWU YU
GEAN JIEXI**

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

量贩店经营实务与个案解析/林正修, 徐村和编著. —
广州: 广东经济出版社, 2001.1

ISBN 7-80632-797-5

I. 量… II. ①林…②徐… III. 连锁商店-商业经营
-研究 IV. F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 58880 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团股份有限公司
印刷	湛江日报社印刷厂 (湛江赤坎光复路 33 号)
开本	889 毫米×1194 毫米 1/32
印张	15
字数	229 000 字
版次	2001 年 1 月第 1 版
印次	2001 年 1 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 7-80632-797-5 / F·396
定价	28.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

读者热线: 发行部 [020] 83794694 83790316

(发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号)

• 版权所有 翻印必究 •

编 者 序

1998年的亚洲金融危机造成通货紧缩,使得大多数的原料价格持续低迷,各国物价水准也受到影响,对国民生活影响最深的是国民可支配所得减少,消费者在购物时便会对“价格”格外考虑。这种经济不景气的现象正在改善,但顾客对“价格”的“敏感”却保持了下来,这也是近期“量贩店”兴起的原因之一。目前,“量贩=价廉”的观念已为一般的消费者所接受,衣、食、住、行、育、乐等各行各业纷纷加入“量贩”的行列,“量贩店”适用的对象及适用的商品种类也越来越多。对于“量贩”经营能够在经济极度不景气中保持稳定业绩的现象,身为一位流通业者或对于流通业有兴趣者必须详加研究。

“量贩店”的经营要求商品周转快、薄利多销,而“量贩”的经营方式不限于大型店,小型店面亦可采取。分析国外较成功的量贩店,有下列三种形态:

一、大型量贩店——有良好的停车设备及宽大的卖场陈列空间。

二、连锁量贩店——连锁店由中央店统筹采购,成本降低,各分店用量贩价出售,但营业部门负责产品配送及营销活动的规划和执行。

三、专门店量贩店——经营某一类商品的深度和广

度很大的店面，可以实施量贩经营，且效果不会太差。

“量贩店”经营成功者，由于前景看好，会继续扩充据点，以前量贩店所重视的“价格”竞争已演变为“商圈”的竞争，“量贩”的经营管理技术必须提升，不能再局限于“降低价格”。为让各行各业都能知悉“量贩”经营方式，本书将系统介绍大、中、小型“量贩”的经营模式，特别将各部门细分，并辅以个案解析，以促进读者对相关观念的了解。

21 世纪是一个国际化的时代，新知识、新观念、新趋势接踵而来，资讯的发展远远超过我们的想象，企业改造必须超越成本控制，去思考“如何创造顾客价值”。身为一个经营者或对于量贩经营有兴趣者，必须不断改善经营技术及经营概念，以提升竞争力。本书编著者期望能为量贩从业者或是有志于经营、研究量贩店的各界人士提供绵薄助力，促进量贩产业升级。

林正修 徐村和 谨识



目 录

第一章 零售业的新革命

- 第一节 中小型量贩店的崛起 (2)
- 第二节 家庭电器量贩店 (3)
- 第三节 家庭五金、家庭用品量贩店 (4)
- 第四节 寝具、家具量贩店 (5)
- 第五节 文具、图书量贩店 (5)
- 第六节 体育用品量贩店 (7)
- 第七节 摄影器材、钟表、眼镜量贩店 (8)
- 第八节 童装、婴儿用品量贩店 (8)
- 第九节 玩具量贩店 (10)
- 第十节 服装、内衣量贩店 (10)
- 第十一节 超市量贩店 (11)

第二章 开店计划及评估

- 第一节 市场调查 (14)
- 第二节 目标市场 (16)
- 第三节 商圈 (17)

第三章 公司组织及职务说明

- 第一节 组织概论 (22)
- 第二节 公司组织图 (22)

第四章 人力资源管理

- 第一节 人力资源管理的意义 (68)
- 第二节 量贩店人事管理的特质 (70)
- 第三节 人员招聘 (70)
- 第四节 一般职员及干部教育训练 (78)
- 第五节 如何从事员工再教育 (84)

第五章 量贩经营理念及策略

- 第一节 营运理念及特色 (100)
- 第二节 商品策略 (101)
- 第三节 价格策略 (103)
- 第四节 包装策略 (104)
- 第五节 自有品牌策略 (104)
- 第六节 商品销售理念及策略 (105)

第六章 商品价格策略

- 第一节 如何进行商品价格设定 (110)
- 第二节 价格结构 (112)
- 第三节 进口价格的计算 (117)

第七章 商品采购政策

- 第一节 供应商政策 (120)
- 第二节 谈判的技巧与策略 (134)

第八章 商品的分类设定及卖场商品的构成

第一节 商品分类说明	(146)
第二节 如何进行商品分类	(163)
第三节 卖场商品的构成	(164)
第九章 商品陈列	
第一节 陈列的基本原则	(168)
第二节 陈列形式的基本形态	(168)
第三节 商品陈列的表现技巧	(170)
第四节 量贩商场商品陈列方式范例	(175)
第十章 企业形象建立及商品促销	
第一节 企业形象建立	(202)
第二节 商品促销政策	(204)
第三节 宣传媒体分析及应用	(215)
第四节 促销活动计划执行程序	(222)
第五节 促销宣传实施案例	(225)
第六节 4P 应用范例——全家福鞋店	(249)
第十一章 顾客服务	
第一节 决定服务品质的五大因素	(256)
第二节 主顾客卡登录及制卡	(258)
第三节 售后服务原则	(260)
第四节 商品维修流程	(261)
第五节 客户退货流程	(263)
第六节 押金退回	(266)
第七节 第一线员工对服务的认知	(266)
第八节 做好顾客服务的基本要求	(268)



第十二章 量贩卖场订货原则

- 第一节 商品采购划分 (280)
- 第二节 续订货权责区分 (281)
- 第三节 百货、食品部例行订单作业程序
..... (282)
- 第四节 百货、食品部经常性订单作业程序
..... (283)
- 第五节 百货、食品部紧急订单作业程序
..... (285)
- 第六节 生鲜品续订原则及程序 (286)
- 第七节 收货作业流程 (287)
- 第八节 订单管理及收货登记管理 (292)
- 第九节 商品辨识流程 (293)
- 第十节 商品贴标签流程 (295)
- 第十一节 商品进货差异处理流程 (296)
- 第十二节 收货、退货一般原则及标准 (299)
- 第十三节 进货验收流程 (300)
- 第十四节 退货单填写及处理流程 (302)
- 第十五节 进货商品复查流程 (305)
- 第十六节 文件复查流程 (306)
- 第十七节 以重量计商品的进货验收流程
..... (307)
- 第十八节 专柜商品验收流程 (309)
- 第十九节 卖场退货处理流程 (310)



第二十章 赠品处理流程	(311)
第十三章 外商业务推广	
第一节 外商业务推广种类	(314)
第二节 外商推广组织	(316)
第三节 外商人员推广基本原则	(318)
第四节 外商业务推广步骤	(320)
第五节 外商推广人员每日、每周、每月、 每年作业重点	(323)
第十四章 供应厂商配合原则	
第一节 供应厂商基本资料提供	(334)
第二节 签订买卖合约书	(336)
第三节 签订订购单、成本卡	(338)
第四节 供应厂商商品资料建档	(339)
第五节 商品订购作业	(340)
第六节 供应厂商商品送货作业	(341)
第七节 商品退货作业	(343)
第八节 供应厂商请款作业	(344)
第十五章 存货盘点	
第一节 存货盘点作业流程	(349)
第二节 盘点的组织及工作分配	(349)
第三节 填表者、盘点者、核对者、抽查 员的工作职责	(351)
第四节 核算盘点损失额	(355)
第五节 盘点损失原因检讨	(356)



第十六章 绩效分析检讨改善

- 第一节 各分类销售平衡分析 (358)
- 第二节 畅销品与滞销品管理 (365)
- 第三节 旧商品管理 (369)
- 第四节 如何提高商品的周转率 (372)

第十七章 会计账务作业管理

- 第一节 会计、账务部门重点工作 (376)
- 第二节 特殊部门会计配合作业 (378)
- 第三节 商品变更与作业 (381)

第十八章 财务经营分析

- 第一节 获利能力分析 (384)
- 第二节 短期偿债能力分析 (385)
- 第三节 长期财务状况分析 (385)
- 第四节 经营能力分析 (386)
- 第五节 商品周转率 (386)
- 第六节 损益平衡点 (387)

第十九章 提升行政管理工作检讨及工作绩效

- 第一节 改善行政管理的原则 (390)
- 第二节 改善行政管理的程序 (392)
- 第三节 检查与修正实施的结果 (393)
- 第四节 行政管理目标 (393)
- 第五节 发现问题 (394)
- 第六节 对现状进行制度分析 (397)
- 第七节 充分利用办公室的时间 (400)



第二十章 量贩店经营个案分析

- 第一节 中小型量贩批发参考例
 - 直兴文具量贩批发公司 (404)
- 第二节 中大型综合量贩经营参考例一
 - 家乐福公司 (413)
- 第三节 中大型综合量贩经营参考例二
 - 大买家公司 (419)
- 第四节 中小型专业量贩经营参考例
 - 大时代家电公司 (431)
- 第五节 大型综合量贩店经营参考例
 - 万客隆公司 (441)
- 第六节 非零售业量贩经营参考例
 - Holiday 量贩式 KTV (447)
- 第七节 专业量贩经营参考例一
 - 真光量贩店 (455)
- 第八节 专业量贩经营参考例二
 - 全家福量贩店 (463)

第一章

零售业的新革命



前 言

自 1988 年万客隆成立、1989 年家乐福成立后，零售业中的量贩店这种不断创造低价位以满足顾客的做法，渐渐被市场所认同，像好又多、岛内价等量贩店便雨后春笋般出现在各地零售市场领域中，甚至连政府也支持并配合这项商业活动。日本政府也积极鼓励量贩式的零售业往郊区发展，一方面满足郊区生活机能，另一方面吸引年轻人在该地就业与居住。日本的大荣量贩店就是在这种背景下成长并高速发展，给日本传统零售业及正统百货公司造成很大的冲击。在目前台湾的环境下，也有类似的现象。

第一节 中小型量贩店的崛起

大型量贩店除了百货、超市购物机能外，还设有儿童游乐场、游泳池、美容院等休闲设施，以满足地方居民的生活要求。但在台湾地狭人稠、寸土寸金的环境下，大型量贩店开发条件困难，而小型量贩店如雨后春笋般崛起，其共同特点是以低价格、大销量为营运策略，现场商品的陈列量加大，堆箱的陈列方式也时常出现在卖场中。

量贩店的陈列、展示方式有别于正统的百货公司，



与一般超市、传统杂货店也有所不同，这种现象给生产厂商或经销商、代理商造成很大困扰，为配合卖场的销售，不得不更改包装容量的情况比比皆是，这种现象可以说明零售从上游、中游、下游都在实实在在的改变，零售业的革命也实实在在的发生。

量贩店的经营，其规模大小、商品种类的取舍，因地因人而异，但在经营规划及营运作业上却是大同小异。本书从第二章以后就用一个中大型量贩店的经营模式来作介绍，从人事组织、人员训练、经营理念、现场实务、采购实务等方面进行详细说明，以让读者知悉量贩店的经营管理技术。

第二节 家庭电器量贩店

经营家庭电器量贩店，除了电器产品外，通信器材类商品也占有部分比例。电器量贩店与其他量贩店不同之处，在于须成立维修部门，对于本店所贩卖出去的商品须提供维修服务，若要争取更多的顾客，非本店出售的电器产品也要提供维修服务，这种服务可按照具体情况收取成本费用。

适合电器量贩的商品大致有：电锅、炖锅、电碗、铁板烧、开水机、电咖啡壶、电茶壶、电炉、烤箱、面包机、果汁机、搅拌器、烘碗机、熨斗、打蜡机、吸尘器、电热器、电扇、冷风扇、除湿机、吹风机、按摩器、

整修器、美容器、血压器、洗牙机、电话机、对讲机、手电筒、电池、夜灯、收音机、电子表、助听器、耳机、录音机、放音机、语言学习机、音响、扩音器、喇叭、清洁器材、整理盒、音响架、麦克风、变压器、电视机、天线、冰箱、洗衣机、冷气机、唱片、音乐带、音乐教材及各种电气修护工具等。

第三节 家庭五金、家庭用品量贩店

家庭用品种类繁多，商品价格也因为品质的不同而有所不同，经营这类商品的量贩店与文具店一样，工作繁琐且须细心，库存管理尤其重要。

家庭五金、用品具有相同功能，但品质不同的商品很多，其价格差异很大，因此门市商品陈列就须格外注意，必须对员工加强陈列技巧的培训。

家庭五金、家庭用品商品范围相当广泛，其主要商品有刀具、切菜板、西餐用具、调理用具、开瓶器、榨汁机、不锈钢锅、铝锅、彩色锅、快锅、瓷盘、塑胶盘、餐盘、磁碗、塑胶碗、塑胶碟、玻璃杯、塑胶杯、瓷杯、西餐餐具、中餐餐具、热水瓶、保温杯、冰桶、茶桶、水壶、瓷器茶壶、铝茶壶、不锈钢茶壶、玻璃壶、塑胶壶、水果盘、饼盒、不锈钢饭盒、塑胶饭盒、野餐用品、调味用品、牙签、筷子、咖啡壶、垃圾桶、水桶、物品架、物品盘、物品箱、储物盒、保鲜用品、挂钩、衣架、



清洁剂、肥皂粉、洗洁巾、刷子、手套、剪刀、锁链、钉钩、工具箱、园艺用品。

第四节 寝具、家具量贩店

寝具、家具量贩店里面所贩卖的商品包括照明器具及浴室用品，其商品种类大致如下：弹簧床、木床、橱柜、塑胶衣柜、化妆台、沙发、屏风、饰品架、杂志架、咖啡桌、茶几、餐桌类、餐椅类、酒吧台、碗盘柜、台布、办公桌、公文柜、文书架、办公椅、学生床、双人床、铁床、学生桌、打字桌、学生椅、学生衣柜、立地镜、桌镜、挂镜、摇椅、凉椅、衣架、花架、吊灯、壁灯、落地灯、美术灯、台灯、灯泡、壁饰品、摆饰品、布帘、竹帘、百叶窗、干花、人造花、蜡果、花瓶、双人床单、单人床单、双人床罩、单人床罩、睡袋、冬被、夏被、毛巾被、毛毯、被套、枕头、枕巾、枕套、草席、藤席、竹席、靠垫、坐垫、凉垫、地毯、脚垫、桌巾、沙发巾、餐巾、花瓶垫、电话套、面纸套、室内拖鞋、室外拖鞋、方巾、毛巾、浴巾、毛巾架、浴巾架、卫生纸盒、马桶套、洗厕刷、化妆镜、体重计等。

第五节 文具、图书量贩店

文具、图书量贩店与其他量贩店不同之处，在于商