

中等职业学校商贸、财经专业教学用书

商业经营实务

主 编 王志伟



华东师范大学出版社

华东师范大学出版社

SHANGYEJINGYINGSHIWU

商业经营实务

中等职业学校商贸、财经专业教学用书

主 编 王志伟



图书在版编目(CIP)数据

商业经营实务 / 王志伟主编. —上海: 华东师范大学出版社, 2007.4
中等职业学校教材
ISBN 978-7-5617-5301-9

I. 商… II. 王… III. 商业经营—专业学校—教材 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 045533 号

商业经营实务

中等职业学校商贸、财经专业教学用书

主 编 王志伟
责任编辑 翁春敏
编辑助理 蒋 雯 李 琴
特约编辑 胡晓芳
装帧设计 蒋 克

出 版 华东师范大学出版社
社 址 上海市中山北路 3663 号
邮编 200062

营销策划 上海龙智文化咨询有限公司
电 话 021-62228271 62228272
传 真 021-62228343

印 刷 者 苏州市永新印刷包装有限责任公司
开 本 787×1092 16 开
印 张 14.25
字 数 330 千字
版 次 2007 年 9 月第 1 版
印 次 2007 年 9 月第 1 次
书 号 ISBN 978-7-5617-5301-9/F·136
定 价 22.80 元
出 版 人 朱杰人

(如发现本版图书有印订质量问题, 请与华东师范大学出版社中等职业教育分社联系
电话: 021-62228271 62228272)

本书是中等职业学校商贸、财经类专业的教学用书。

本书坚持“实用、够用”的原则，适合中等职业学校商贸、财经类专业的教学要求。本书运用了大量图片、图表，形象生动。教材注重实践教学，安排了适量的实地调查、模拟操作、课堂讨论等实训活动，着重培养学生的职业岗位能力和实践能力。

具体栏目设计如下：

趣味小问题：每章开篇的引导小故事及问题，引发学习兴趣。

小知识：对某些概念的解释和提醒，扫除理解障碍。

小资料：适当拓展相关知识点，开阔思维。

小思考：适时提问，加深理解。

案例分析：理论联系实际，培养思考、分析问题的能力。

本章学习路径：对本章知识点的回顾，知识架构清晰、明了。

自测题：每章的练习题，测试对知识点的掌握程度。

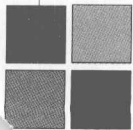
为了方便老师的教学活动，本书还配套有：

《商业经营实务·教师手册》：含有各章节的教学要求、教学目标、重要概念摘要、教学方法、课堂实例分析、小思考及案例分析参考答案和教学参考材料等。

华东师范大学出版社

中等职业教育分社

2007年9月



根据《面向 21 世纪教育振兴行动计划》提出的实施职业教育课程改革思路与中等职业学校人才培养目标的要求,同时为满足中等职业学校人才培养和全面素质教育的需要,我们编写了《商业经营实务》这本教材,以供中等职业学校商贸及财经类专业的学生使用。

本教材主要有以下特点:

1. 着重培养学生的职业岗位能力和实践能力,并以“经营者准备开店——经营者开店——店铺经营管理——商店拓展或商店退出”为主线,着重阐述在商业经营活动中的各种问题及如何实际解决这些问题的思路、方法和程序,使学生能运用所学的商业经营实务知识对商店开办、经营过程中的有关业务进行实际操作,对有关问题进行分析解决。

2. 面向未来市场发展,突出实用性和新颖性。本教材内容以介绍目前商业经营领域的典型理论和实务操作为主,着重介绍学生毕业后实际工作所需的各项能力点和知识点,尽可能做到对学生有用的就编入教材,对学生无用的就不编,对学生作用不大的则作简单介绍。同时,本教材也力求做到内容的新颖性,以适应我国商业经济与市场发展变化的新趋势,以缩短教学与经济建设距离,缩短学生毕业后的适应期,并兼顾学生的发展。

3. 增加图表比例。对教材中可用图表表示的知识点,尽量用图表表示,教材中大量的图片和表格使本教材内容易于老师讲授,更便于学生理解掌握。

4. 注重实践教学。本教材要求教师在教学过程中以实地调查、模拟操作、课堂讨论等方式展开实践教学,要求可操作性强、步骤清楚,留有让学生思考和发挥的余地,能很好地培养学生的实践操作能力。

本教材每章卷首有一个“趣味小问题”,每章内还穿插了“小知识”、“小资料”、“小思考”、“案例分析”等栏目,每章后有相应的“本章学习路径”和“自测题”,这些都能很好地开阔学生的眼界,启发他们的思维,帮助他们理清思路 and 检查学习效果。

本教材除作为中等职业学校商贸、财经类专业的专业课教材,也可作为社会各界有志于以开店方式进行创业的人员的自学用书和各类商店在职人员进行岗位培训的培训教材。

全书共 9 章,由王志伟担任主编,编写所有章节并统稿。

本书在编写过程中,参考了大量的报刊书籍资料,谨向原著作者深表谢意!由于编者水平有限,书中不足之处在所难免,敬请同行及读者不吝赐教。

编 者
2007 年 9 月

第一章 开店规划	1
第一节 开店规划概述	3
第二节 商店定位	9
第三节 商店选址	12
第四节 商店起名	22
第二章 投资分析与开店登记	29
第一节 投资分析	31
第二节 商店设备的购置	35
第三节 开店登记	38
第三章 商店设计	51
第一节 商店的外观设计	53
第二节 商店的内部布局	62
第三节 商店的形象	68
第四章 商品采购	77
第一节 商品采购流程	79
第二节 商品采购计划	82
第三节 商品采购方式	88
第四节 商品采购管理	94
第五章 商品陈列	105
第一节 商品组合和货位布局	107
第二节 商品陈列	112
第三节 橱窗展示	116

目 录

MULU

第六章 商品销售	123
第一节 商品的价格管理	125
第二节 商品的促销管理	131
第三节 商品的销售管理	140
第四节 商品的库存管理	145
第七章 商店的组织和服务管理	153
第一节 商店的组织管理	155
第二节 商店的服务管理	163
第八章 商店的财务与日常作业管理	173
第一节 商店的财务管理	175
第二节 商店的日常作业管理	184
第九章 商店的发展与危机应对	201
第一节 商店的发展——连锁经营	203
第二节 商店的危机应对	210

第一章 开店规划

【学习目标】

开店是人们非常熟悉的生意形式。确实，店铺经营得好，不仅可以养家糊口，更可发家致富。不少成功的富豪，都是从店铺经营起步的。因而，独立开店、自己给自己当老板，成了许多人的梦想。然而，开什么店、店怎么开，却并非简单的事，其中大有学问。如果在开店之前没有一个很好的规划和准备，不掌握其中的基本规律，要想取得成功是不可能的。

本章主要介绍开店规划和商店定位的基本内容，讲授开店规划的基本步骤、商店定位的基本方法。

趣味小问题

20世纪70年代末期，美国许多独立小书店的经营都是生意惨淡。因为那个时期，连锁书店占领了大部分的图书零售市场。

面对连锁书店的威胁，不少独立小书店被迫关门。但有些小书店却不甘败北，他们进行了改革，如：亚特兰大的牛津书店，为了让顾客有更多的翻阅时间，每天午夜才打烊，周末甚至开到午夜两点，还附设美食咖啡厅，提供三明治、甜甜圈、咖啡和茶；丹佛市一家名为“断简残编”的书店，为顾客代寻罕见书籍，利用这项附加价值服务每周至少吸引2000名顾客。这些书店在竞争激烈的图书市场中得以生存下来，依靠差异化服务取得了良好的经济效益。

那么，这些书店是如何做到这一点的呢？为什么他们能在竞争激烈的市场中取得成功呢？通过对本章的学习，你将找到问题的答案。





第一节 开店规划概述

一、商店经营的四个阶段

常言道：生意做遍，不如开店。店铺经营可分为四个阶段，即准备期、规划期、创建期、创业期。理解这四个阶段的特点、实质、重点，可以大大降低经营店铺的风险，并为成功经营打下一个良好的基础。

1. 准备期

准备期可分为训练期和等待期。

训练期，即未来的店老板必须从各方面训练自己，包括专业知识、经验和业务关系，当然还要有一定的资金；等待期，即等待合适的时机，包括合适的开店构想、良好的店址，或者其他促成开店的直接机会。

2. 规划期

一是要明确开店构想，即明确店铺做什么、怎么做，如何才能做得好；二是要规划店铺创建，即规划如何将开店构想变为现实。

3. 创建期

店铺的创建是一个按照创建计划花钱建摊子的过程，其过程相对比较简单。

4. 创业期

创业是一个高风险的过程，因此，必须切实有效地经营，才能取得越来越大的成功。

小知识 1-1

开店寄语

生意场上，眼光起了决定性作用。很多资金不多的小店创业者，都是依靠准确抓住某个不起眼的信息而挖到“第一桶金”的。只要有足够的胆量和能力，及时而准确地抓住商机，你就是“微利时代”的创富者。

二、商店经营的原则

1. 顺应地理环境的原则

开店，最基本的考虑就是要选定合适的地理位置与商圈，并且在经营过程中能随着商机的转变，尽快转行或迁址。

2. 适合顾客阶层的原则

开店前，必须对目标顾客的年龄、收入、性别、职业、消费倾向、地域性、作息规律等因素有明确的判断，然后依据这些原则开设店铺。

3. 积极宣传的原则

店铺要充分利用其本身可利用的任何媒介，加强向消费者的宣传，以激起消费者的消费与购买欲望。

4. 通道顺畅的原则

店铺的店内通道设计不要有过多的回旋环绕,要让顾客能在无意之中顺路参观完所有的商品。此外,通道的宽度至少要让相向而行的顾客能比肩而过。

5. 容易选购的原则

商品的陈列应一目了然、容易挑选、方便购买。同时,商品本身也要分类妥当、摆置整齐,以便消费者能不费力地找到想要的物品。

6. 购物乐趣的原则

店铺在内外设计和提供售货服务时都必须注意使顾客享受到购物过程所带来的乐趣。

7. 注重效率的原则

店铺从接待到包装、收款等环节,都应给店员留有适当的活动空间,以便这些动作能快速、有效、适时地进行。同时,商品的补充和商品库存的管理等也都必须制度化。

8. 可变性原则

目前大部分的店铺都是相当牢固的建筑,这样,当需要改造时就非常困难。因此,店铺的设备或构造在设计时要尽量选用能适时变化、可变性较高的设计或材料。

9. 安全性原则

店铺的安全主要包括消防安全、设备安全、理货作业安全和防盗防损安全。

10. 经济性原则

如果没有计划、盲目地去投入大量资金是不可取的,因为任何资金都应该谋求更好的利润回报。因此,投资时一定要慎重。

三、赚钱店铺的特征

1. 拥有一个“灵魂”人物

面对复杂、激烈的市场环境,店铺必须有一个核心人物,及时处理各种琐事,做出各种决策,这个人或许是老板、老板娘,也可能是店铺经理、营业员。

2. 创新,创新,再创新

店铺生意通常是“扎堆”的生意,只有致力创新的店铺,才能表现出自己的特色,创造出附加价值,不断增加顾客,在经营过程中寻找到“赢”的机会。

3. 致力追求成长

要想赢得同行的竞争以及市场的挑战,必须提高店铺的经营水准,把生意做好、做大。

4. 确保合理的利润

店铺经营必须赚到一定水平的利润。如果开店开到最后,只是赚了一些存货,那无疑是失败的生意。

5. 以顾客为出发点

必须把自己当作顾客,进行换位思考,在感悟、了解顾客的需求后,尽力去满足这些需求,开店才会成功。可以说,了解顾客是开店成功的第一步。



小资料 1-1

商店经营谚语

- (1) “商店没有高价格，只有卖不出去的价格。”
- (2) “不能指望所有的客人都是自己的客人，只能找自己能抓住的客人。”

6. 倾听顾客的声音

了解顾客最好的办法就是倾听。如果只顾推销商品或服务，而听不进顾客的意见，就很难适合消费者的胃口，博得大众的欢迎。

7. 把握良机

所有赚大钱的店铺都是能够把握关键时机的店铺。

8. 发挥特色

店铺的特色，并不仅限于商品。良好的服务、惬意的店面、诚恳友善的店员等，都能成为店铺的一道风景，吸引顾客上门消费。

四、开店准备

(一) 确定创业目标

1. 了解创业

对一个创业者来说，创业的艰辛是很难用语言来表达的。在创业过程中可能会有数不清的障碍和困难。只要有一个问题没解决，有一个障碍无法克服，就可能前功尽弃。所以，要明白，创业是一件很艰辛的事，不论投资者从哪儿开始创业，都有可能会遇到困难和挫折，可能出现意想不到的问题，对此要有充分的心理准备。

2. 确定目标

投资者的开店动机，一般可分为两类：①为了选择一项有可能获得高利润的生意；②为自己选择一个喜欢的工作，开创一份真正属于自己的事业。

如果投资者把利润作为出发点，其应考虑的问题是：这个店铺将来的经营能否与投资者的财务状况相匹配？它是否能提供丰厚的回报？在开办之前，投资者必须弄清楚自己的财务需求，这能使投资者恰当地评估店铺经营过程中每月所需的现金流出量，从而使其在开店前就对此有所准备。

如果投资者是以所热爱的店铺工作为出发点，则其应该思考的问题是：是否有一个能支持投资者梦想的市场存在？这个梦想是否能有足够的盈利潜力使之成为一项有利可图的行当，而非只是一项耗费巨大却徒劳无益的荒唐事？投资于这一行业是否可行？因此，投资者在投入金钱和时间开办商店之前，应学会如何确定店铺的盈利能力。

在现实生活中，往往是上述两种动机兼而有之，因此在确定目标时，就应同时从这两方面进行考虑。一个成功的商店能使投资者在享受其工作乐趣的同时获利。这其中的关键就是研究和计划。

行业选择的重要性

中国有句俗语：女怕嫁错郎，男怕入错行。开店选择行业是至关重要的。如果你一开始就选错了行业，那么“一步错，步步错”。而一旦选对了行业，可以说，“50%的胜算就已经在手了”。可见选择行业的重要性，它是与你的终身幸福有关的。

(二) 探索开店方向

1. 开店方向与投资者的专业技能、兴趣爱好和个人素质的关系

开店方向源于多个方面，往往与投资者个人的专业技能、兴趣爱好和个人素质有密切的联系。专业技能是指投资者熟练运用所掌握的知识和技术进行实际操作及培训他人的能力。兴趣爱好是指投资者喜欢做并能从中感受到乐趣的事。个人素质指投资者区别于他人的特点和个性。

一般说来，对于开店方向的探索，有以下建议可供具有不同性格特征和兴趣的投资者参考（如表 1-1 所示）。

表 1-1 投资者的性格特征与开店方向

投资者的性格特征	适合开店方向
浑身充满创造力，内心热情如火，外表光鲜亮丽	自助火锅店、传统小吃店、饭盒外送等餐饮服务业
酷爱精致有品味的物品	二手精品店、手工艺专卖店及小型咖啡屋等商店
极度敏感，有爱家、恋家情结	托儿所、幼儿园等
常常跟着感觉走，设身处地为别人着想	宠物店、花店、园艺店等商店

在考虑了个人的性格特征和兴趣之后，投资者还应注意自己的哪些专业技能对开店有用，如：投资者如果拥有良好的摄影摄像技能，往往有利于开设一间摄影摄像店；如果投资者拥有良好的写作与书籍鉴赏技能，则不妨开一家特色小书店，等等。

在探索开店理念时，投资者应将自己所有掌握的设备和技 术都考虑进去，如：清洁房间、居家修理、园艺技术、家具翻新技术等，这些专业技能所提供的服务，如果有足够大的市场，完全有可能使投资者拥有与此相关的店铺。

除此以外，投资者应清楚了解手头上握有的和大概可以筹集到的资金数目，因为资金规模直接影响投资者的开店方向。

2. 科学选择开店方向的方法

(1) 预见选项法，即要求开店者结合本地实际情况，注意通过报纸、电视、广播和互联网等渠道收集相关的市场信息，对市场做出准确判断。

(2) 借鉴选项法，即借鉴在国外或外地已出现但在本地属于预见性的新兴项目，结合本地及自身情况有选择地改良并予以实施。

(3) 熟悉选项法，即尽量选择自己熟悉的和掌握相关知识的行业为开店目标，充分发挥自身所掌握的知识 和技能之长。

(4) 调查选项法，即注重市场调查，搞好市场的分析预测，测算出投资的最低和最高收

益,然后再决定开什么店。

以上这些方法,投资者可以单独使用,也可以组合起来使用。另外还需特别注意两点:一是应选择自己熟悉的领域,二是应把握最佳的时机。

案例分析 1-1 长城书店成功的原因

长城书店是全美华人独资开设的最大书店之一,每天店内人员往来不断,已成为休斯顿华人寻求精神享受和娱乐的必临之地。书店王老板当初在选择开店方向时,是经过深思熟虑的,他曾在中国外文局工作多年,在图书领域有着丰富的经验。此外,他在创业前居住在旧金山时发现美国东西两岸的书店不仅数量多,并且已陷入恶性循环的竞争;而作为美国第四大城市的休斯顿,经济和人口都在迅速膨胀,文化生活却被喻为一片沙漠。为此王老板通过两个多月的市场调查,最终开了这家长城书店,取得了巨大成功。试分析长城书店成功的原因。

(三) 店主自我评价

1. 评价自己

A. 性格、能力的评价 在实践中,科学地评价自己的性格、能力的方法有如下几种。

① 征询意见法,即向自己的父母、亲人、同学、朋友、师长、同事征求意见,了解他们对自己的看法和评价。

② 自我反省法,即检讨一下以往几年间自己性格和“自我形象”的转变,其中有哪些明显的趋势,能否借以推断以后的转变方向及自身的发展趋势。

③ 心理、职业测试法,即利用目前社会上出现的不少有关性格、智力等方面的测验来认识和评价自己。

④ 感觉法,即依赖直觉,如果创业者对所做的事有信心,则说明其在这一方面或许有一定才能。

⑤ 求证法,即用事实作证明,如:看自己有没有经商才能,不妨先从摆地摊开始,试一试是否能挣到钱。

⑥ 考试法,即以各种公开的考试评价自己的才能。

⑦ 自问法,即向自己提出须解决的问题,然后用自己回答的方式来了解自己。

B. 相关专业技能的评价 这可以使投资者发现自己缺乏哪些方面的才能,使其明白自己的优势和弱势所在。如果存在某些不足,投资者可以通过学习或购买获得的,则可通过参加学习、雇佣员工或向专业人员咨询来弥补。

当投资者拿定主意要开办一个商店时,就应该去学习、熟悉这一领域里的东西。如:在自己所感兴趣的领域里找一份事做,以获取第一手的经验;或到自己所在地区的社区学院、培训中心参加专门培训班学习等等。

C. 开店理念的评价 在分析了个人的优势和弱势后,投资者还需要分析开店方向的优势和弱势。在投资者确定了目标之后,要能回答以下问题:

① 你有经营这个商店的专长吗?

② 你知道自己哪方面需要帮助并且从什么地方能得到这些帮助吗?

③ 你有时间去学习你应该掌握的东西吗?

④ 你有足够的资金来支付你的员工工资和咨询费用吗?

⑤ 你真的对这一行感兴趣吗?

⑥ 你有在这一行获得成功的信心吗?

⑦ 你是否愿意花时间来开一家成功的商店?

⑧ 这个商店是否填补了某项空白? (可以是一定地域内的, 如: 在某一居民聚集区还缺一家小吃店, 而你去开办了。)

⑨ 你的商店的商品或服务是否存在大量的消费需求?

⑩ 你是否在市场中占有竞争优势?

⑪ 你是否了解商店的资金流量、利润和损耗, 以及资产负债等商业财务决算?

⑫ 你目前开发的这项开店计划是否对所有这些问题的回答都是肯定的?

要想成为一家成功商店的老板, 投资者必须对以上所有问题的回答都是“是”。仔细研究自己的开店理念, 看其是否与自己的个性和背景相符; 然后再分析自己的优势和弱势所在, 设计能克服自己弱势的方法。如果这些方法涉及到参加学习或聘请顾问、员工等环节, 就要计算其花费的成本和时间, 所需要的成本费用必须考察进来。在没有获取必要的知识或帮助之前最好不要急着开张自己的商店。

2. 成功店主应该具备的八大素质

A. 自信心 想要开店创业, 拥有属于自己的一片天地, 自信是非常重要的。它是首当其冲要考虑的一个因素。

B. 张扬个性 商店经营者最重要的素质主要表现在个性上, 商店要做到个性化, 使商店如其人, 就需要商店经营者敢于充分展示自己的个性。



小资料 1-2

商店创业开拓型人才的个性特征

商店创业开拓型人才的个性特征包括: ① 有旺盛的斗志、强烈的求知欲和好奇心; ② 有敏锐的洞察力, 富于直觉; ③ 善于变通, 思想灵活; ④ 善于提问, 不盲目跟随别人; ⑤ 富于独创力, 有独出心裁的见解; ⑥ 自信; ⑦ 有百折不挠、坚持不懈的毅力和意志; ⑧ 有想象力; ⑨ 思想严谨; ⑩ 开朗、胸怀宽广; ⑪ 有韧力, 有勇气; ⑫ 有野性, 有狂劲。

C. 良好的心理承受能力、忍耐力 开店创业的过程说夸张点是一个犹如炼狱的过程, 创业者在开店前首先要做好吃苦的心理准备。其次, 开店过程中的心理调适至关重要。第三, 开店者应该具有一定的风险意识。

D. 对所从事的行业充满兴趣 选择自己最感兴趣的项目开店创业, 才会使自己乐在其中, 全力以赴, 取得成功。

E. 永恒的创业激情 创业者只有具备了永恒的创业激情, 才会不断地去克服一个又一个困难。永恒的创业激情可以通过设定近期、中期和远期目标的方式来进行培养。

F. 丰富的行业知识和从业经验 创业者的行业知识和从业经验对创业的成功非常重要,

当然,这些知识和经验是可以通过学习、咨询或聘用专业人士来获得的。

G. 出色的管理能力 良好的管理可以使创业者经营的店铺所提供的服务有别于其他经营者所提供的服务,取得自身经营特色,从而赢得自己的顾客。

H. 良好的人脉网络 俗话说:成功开店来自于70%的人际关系加上30%的知识。明智的创业者,在创业之前会尽自己所能去结识这个行业里的知名人士,并把这些作为重要的资源储备起来,以便在将来发挥作用。

案例分析 1-2

李小姐开了一间蜡烛店。虽然她在开店前有思想准备:开店没那么容易,半年时间用来养市场。可还是有令人想不到的情况出现了,非典袭击了北京。那时租金加上产品损耗的几万块一下子就赔上了,每天李小姐一睁眼就会想:“我今天那几百块的房租可怎么办?”就这样撑到非典过后,李小姐在各种杂费、人员支出又投入了不少钱后,总算让自己的铺子开张了。人们在非典期间蓄积的购买欲望一下子爆发了,李小姐的店生意十分红火,并开始盈利。

提问:这一例子说明了在开店创业过程中,创业者的哪一种素质对创业成功很重要?

第二节 商店定位

一、市场调查

在开店之前,进行市场调查是十分必要的。

(一) 市场调查的内容

(1) 针对开店的可能性作全面调查,为推算开店预定营业额及决定店铺规模大小提供了参考。调查的内容应该包括该地区的市场特性和消费特征等。

(2) 对该地区消费者的生活形态作深入的研究,作为决定商品与整体营业的参考。调查的重点在于店铺结构、价格与促销方法等。

(二) 市场调查的重点

市场调查的三个重点方面是对生活结构、都市结构与零售结构的调查(如表1-2所示)。

表 1-2 市场调查的重点

市场调查的重点	重点内容
生活结构调查	重点在于对人口结构、家庭户数构成,以及收入水平、消费水平、购买行为的调查
都市结构调查	重点在于对地域、交通、繁华地段、各项都市机能的调查,以及都市未来发展规划的预测
零售结构调查	重点在于对地域购买动向、行为构成及店铺构成、大店名店销售动向的调查

（三）市场调查的注意事项

在从事市场调查的资料收集、整理、分析和评估工作时，应特别注意以下两点。

（1）除对该地区的过去、现在的情况加以了解外，对于未来的趋势和发展都必须考虑到。

（2）在做分析比较时，与其以该商圈的成熟度作判断的基准，不如以类似的某一成熟商圈来做比较，对在该地区开店的研究更有利。

只有通过市场调查，对于商圈内的消费能力、购买水平及竞争店铺的营业状况有所研究，才能据此作出有关店铺整体经营的策略、经营利润、设备配备、融资等方面的规划。

案例分析1-3

小张开了一家小吃店，他的店铺位置在城市里的一个服装商店聚集的商业区，他小店的旁边是一个公共厕所。小张当时选择这一位置的店面开店是因为看中了这条商业街的人气和顾客上厕所的方便。商业街的人气非常旺盛，但小张的小吃店与这条街上的其他小吃店相比，生意却差很多。

提问：这是为什么？



二、零售业态选择和商店定位

在市场调查的基础上结合自身和市场实际，选择合适的商业零售业态是开店成功的另一关键所在。零售业态是指零售企业为满足不同的消费需求而形成的不同的经营形态。零售业态的分类主要依据零售业的选址、规模、目标顾客、商品结构、店堂设施、经营方式、服务功能等确定。

（一）零售业态的特征与内在组成要素

1. 零售业态的特征

第一，它是一种特定的零售经营理念和经营方式的外在表现。例如，消费者很容易将一家店铺归类于百货商店、超级市场、专卖店、便利店等形式。

第二，每一种零售业态都是为了满足某一特定目标市场的需求而存在的。

第三，只有采取与目标市场需求相适应的零售业态形式，零售商店的经营才是有效益的，否则很难立足。

2. 零售业态的内在组成要素

零售业态的内在组成要素包括目标顾客、商品结构、价格策略、服务方式、店铺环境等因素（如表1-3所示）。

表1-3 零售业态的内在组成要素

零售业态内在组成要素	具体内容
目标顾客	店铺所选择的服务对象
商品结构	店铺为满足目标顾客需求所确定的经营各类商品的比例
服务方式	店铺采取的售货方式和提供的服务内容
店铺环境	店铺的装饰与商品展示状况
价格策略	店铺所采用的高价或低价策略