

国内贸易部部编工商管理培训教材

现代流通企业经营策略

杨谊青 主编

中国物资出版社

中国民营企业管理案例与经验

现代民营企业 经营策略

陈惠德 主编

中国民营企业管理案例与经验

国内贸易部部编工商管理培训教材

现代流通企业 经营策略

杨谊青 主编

中国物资出版社

87.5

图书在版编目 (CIP) 数据

现代流通企业经营策略/杨谊青主编. —北京: 中国物资出版社, 1997. 10

国内贸易部部编工商管理培训教材

ISBN 7-5047-1388-0

I. 现… II. 杨… III. 商业企业-经营决策-教材 IV. F715.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 14301 号

中国物资出版社出版

(北京市西城区月坛北街 25 号 邮编 100834)

全国新华书店经售

中国人民警官大学印刷厂印刷

开本: 850×1168 毫米 大 32 开 印张: 6.875 字数: 154 千字

1997 年 10 月第一版 1997 年 10 月第一次印刷

ISBN7-5047-1388-0/F·0504

印数: 0001—4000 册

定价: 10.00 元

主 审 江才妹
主 编 杨谊青
副主编 王伟和
编写者 (按姓氏笔划排列)
王伟和 朱国栋 邵小藕
刘 红 杨谊青 张晔清
周 勇

编 审 说 明

为贯彻落实国家经贸委《“九五”期间全国企业管理人员培训纲要》和国内贸易部《关于印发国内贸易部系统企业领导人员工商管理培训实施细则及教学方案的通知》等文件精神，搞好国内贸易部系统企业领导人员工商管理培训工作，我司组织国内贸易部系统院校、国有大型企业的专家、教授、讲师编写了《国内贸易经济管理》、《连锁超市经营》、《代理制经营》、《粮食经济与政策》、《现代流通企业经营策略》、《商务谈判》等具有内贸行业特点的一套系列培训教材。经审定，可以作为国内贸易部系统企业领导人员工商管理培训教材，也可作为国内贸易部系统各类成人教育的选读课本。

《现代流通企业经营策略》是工商管理培训系列教材之一。本书由杨谊青任主编，王伟和任副主编。

本书编写分工如下：杨谊青：第一章第三节、第二章、第三章；朱国栋：第一章第一、二节；王伟和：第四章、第十章；周勇：第五章、第十一章；邵小藕：第六章；刘红：第七章；张晔清：第八章、第九章。

全书由杨谊青总纂，上海市财贸管理干部学院副院长副教授江才妹审阅。

本书在编写过程中，得到了许多院校老师、企业领导的大力支持，在此一并致谢。由于编写时间仓促，编者水平有限，书中缺点疏漏在所难免，请广大读者提出宝贵意见，以便进一步修订完善。

国内贸易部教育司

一九九七年七月

DAE 11/07

目 录

第一章 导 论	(1)
第一节 流通、市场和商业	(1)
第二节 现代流通企业概述	(6)
第三节 现代流通企业经营观念	(15)
第二章 现代流通企业经营定位策略	(20)
第一节 现代流通企业经营定位条件分析	(20)
第二节 现代流通企业经营机会	(28)
第三节 现代流通企业经营定位策略	(36)
第三章 现代流通企业经营竞争策略	(42)
第一节 现代流通企业经营竞争概述	(42)
第二节 现代流通企业经营竞争的动向轨迹与机理	(49)
第三节 现代流通企业经营竞争策略的选择	(53)
第四章 现代流通企业投资策略	(57)
第一节 投资环境和投资机会	(57)
第二节 投资项目盈利能力分析	(64)
第三节 投资项目风险分析	(70)
第四节 投资资金的筹措	(75)
第五章 现代流通企业经营销售策略	(79)
第一节 销售的定义与制订销售策略的原则	(79)
第二节 销售策略的应用	(81)
第六章 现代流通企业服务策略	(105)
第一节 流通企业服务的概念与性质	(105)
第二节 现代流通企业服务的分类	(110)
第三节 服务策略的制定与实施	(114)
第七章 现代流通企业经营品牌策略	(124)

第一节	品牌概述	(124)
第二节	品牌经营策略	(130)
第三节	现有品牌的维护和发展	(135)
第八章	现代流通企业经营广告策略	(140)
第一节	广告的概念与作用	(140)
第二节	广告的目标与预算	(143)
第三节	广告内容的设计	(145)
第四节	广告媒体的选择	(150)
第五节	广告效果的评估	(153)
第九章	现代流通企业经营公关策略	(156)
第一节	公共关系概述	(156)
第二节	公共关系策略	(161)
第三节	评估公共关系活动的效果	(168)
第十章	现代流通企业谈判策略	(170)
第一节	谈判的准备工作	(170)
第二节	谈判的磋商过程	(172)
第三节	谈判协议的签订	(183)
第十一章	现代流通企业连锁经营策略	(186)
第一节	连锁经营的概念和特征	(186)
第二节	连锁经营的目标及经济意义	(189)
第三节	连锁经营的基本类型及适应性分析	(192)
第四节	我国连锁经营的产生与发展	(197)
第五节	连锁经营体系	(204)

第一章 导 论

第一节 流通、市场和商业

一、社会主义大流通

(一) 流通和流通过程

流通是劳动产品从生产领域向消费（包括生产消费）领域的运动，流通过程就是劳动产品从生产领域向消费领域运动的过程。

有史以来，流通都是同商品经济联系在一起的，劳动产品都表现为商品，因此流通即是商品流通。商品流通的进化，先后出现了三种类型，用公式表示就是：

公式 1: $W-G-W$

公式 2: $G-W_{(T)}-G'$

公式 3: $G-W < \frac{P}{A} \dots P \dots W'-G'$

或 $G-W_{(P)}-G'$

1. “ $W-G-W$ ”，是简单商品流通的公式。其流通过程的特点是：一个生产者将产品换成货币再买进商品，流通过程就宣告完成。它既不涉及生产过程，也不涉及资本运动过程，同时又不涉及商业和商人。

2. “ $G-W_{(T)}-G'$ ”，是商业加入的简单商品流通公式。这种商业资本化的商品流通，是后来产业资本化商品流通的过渡形式。其特点是：

(1) 流通过程不涉及生产过程；

(2) 货币资本化是靠“贱买贵卖”的“不是等价物的交换”取

得，带有封建性剥削色彩；

(3) 商品流通与商人资本流通发生不一致，生产者把商品卖给商人只是半流通，只有当商人将商品卖掉才完成全流通，但是全流通的实现比较困难。然而，由于每次商品流通的连锁性不强，因而引起社会性再生产危机的可能性不大。

3. “ $G-W < \frac{P_m}{A} \cdots P \cdots W'-G'$ ”，这一公式可简化为“ $G-W_{(P)}-G'$ ”。这是现代产业资本化的发达的商品流通公式。其特点是：

(1) 总过程：流通过程和生产过程结合在一起，在 $G-W_{(P)}-G'$ 的流通中，夹着 $\cdots P \cdots$ 的生产过程，从而流通既成为产业资本生产的前提，又成为产业资本实现增值的条件，即媒介。

(2) 小流通：资本和劳动力之间的交换。

(3) 大流通：资本在生产阶段以外的运动，是流通过程的两个阶段 $W-G$ 、 $G-W$ 的两重表现形式，包括从货币资本向生产资本的转化和商品资本向货币资本转化这两种资本形态变换过程。因此，大流通是货币资本和商品资本的运动。虽然生产资本的形成离不开流通，但一旦直接进入生产过程，流通过程便中断，生产资本被直接生产过程消费（生产消费）掉了。所以，大流通中不包括生产资本的运动。

(4) 商业资本作为商品资本的“独立的形式”存在；商业利润，已从贱买贵卖的流通性剥削转入从产业资本中的让渡形式，实现了对旧商业的革命。

(5) 生产者的一次商品流通，不仅因有商业加入而有半流通和全流通之别，从而有中断的困难，而且这一次流通与下一次流通及社会其他商品流通构成了错综复杂的连锁关系。如果这一次流通中断，不仅对这一生产者会因货币不能回流转化为再预付资金，使再生产中断，而且还会因为“同一货币在流回起点之前，要流过各种渠道，作为无数其他营业的流通手段而执行职能。”^① 影

^① 《马克思恩格斯全集》第25卷361页。

响其他商品流通的实现，在有信贷制度状况下更是如此。一个商品流通中断，很可能连锁形成无数个商品流通的中断，以致可能形成社会再生产的危机。

三种商品流通形式的关系是低级到高级的发展，高级以低级为基础，并包含低级的一切特征。现代流通是现代产业资本化的发达的商品流通，即第三种类型的流通。

社会主义市场经济条件下的流通，是现代流通，它具有第三种类型流通的一切特点，它不仅包含货币资金和商品资金及它们所派生的商业资金、借贷资金的流通，还包含低级的商品流通：简单商品流通。

（二）流通形式

随着商品流通的发展，商品的使用价值与价值的矛盾运动日益展开和深化，不仅货币成为价值的独立形式，转化为资本商品，形成自己的独立运动过程——资金流通，而且又发生了商流与物流的分离，劳动力、信息等也分别形成了自己的流通过程。

商流也称商品的价值流通，是指在商品流通中发生的价值形态变化和所有权的转移。商流的经济活动包括商品展示、选择、谈判、签订合同、结算等。

物流是发生在商品流通中商品物体的实际流动，也称商品使用价值流通。物流主要包括商品的运输、储存、包装以及在流通过程中的再加工。

劳动力商品一经被购买，便成为一种生产资本，进入生产过程，并在生产过程的劳动中消费（生产消费）掉了。至于劳动力的再生产则是消费领域的事，是劳动者的私事。因此，劳动力商品的流通不经过 $G-W$ 和 $W-G$ 两个阶段，马克思把它称为“小流通”。

商品信息流通是商品流通的先导和中介，对于促进商品流通的发展，提高商品流通的效益具有极其重要的作用。要使流通过程中购、销、调、存各个环节紧密衔接，使商品流通既不断也不阻塞，使商品的供给和需求在总量、构成和地区分布上都能基

本上相互适应，就需要灵敏的信息。

商品流通扩展、分化结果所形成的前述流通形式，都是商品流通总体的各个分支，这些分支既有自己的独立运行规律，又相互联系、互相制约，共同形成流通过程的经济机制，对整个社会经济运转发生强有力的影响。

二、大流通和大市场

商品流通离不开市场，市场随商品流通的产生而产生，随商品流通的发展而发展。市场与流通是同一经济范畴的两个不同角度。市场与流通都表现为全部交换关系的总和。从总体市场考察，市场与宏观流通过程的经济内容是完全一致的，而从特定空间的局部市场来考察，它表现为流通过程的横断面。

社会主义市场经济条件下的大流通，需要社会主义大市场。我们可以从社会主义企业资金运动过程中看得很清楚：

$$G_1 - G_2 - W \begin{cases} \nearrow P_{m1} \\ \searrow P_{m2} \end{cases} \begin{matrix} P_m \\ \dots P \end{matrix} \begin{cases} \nearrow C \\ \searrow V \end{cases} \dots W' - G'$$

A

这是社会主义生产企业资金运动总过程的具体化公式。它包含着生产过程“…P…”和货币资金转化为生产资金以及商品资金转化为货币资金前后两个过程。

其中 G_1 代表国家所有权的资金（借贷资金）； G_2 代表企业法人财产、经营权资金； W 为商品（其中 P_{m1} 为基本生产资料土地， P_{m2} 为除土地外的生产资料， A 为劳动力）； P 为生产资金（其中 C 为不变资金，指机器、设备、原材料等， V 为可变资金，指劳动力工资）； W' 为成品商品（由于不同企业生产产品不同，有的成品是生产资料，有的是消费资料，这里假定它是最终产品即消费品）。

从以上产业资金总运动过程中可以知道，为使生产顺利进行，在流通过程中，必须建立五大骨干市场，在流通过程第一阶段

($G-W$)，须有金融 (G) 市场、土地 (P_{m1}) 市场、生产资料 (P_{m2}) 市场、劳动力 (A) 市场；在流通过程第二阶段 ($W'-G'$) 除生产资料市场外，还要有相应的消费资料 (消费品) 市场。这五大市场缺一不可，并派生出其他市场，共同构成社会主义市场经济体系。

流通过程第二阶段 ($W'-G'$)，同时也是实现分配的过程。在这个阶段，商品必须市场上卖掉，完成商品向货币的转化，回到原来的出发点，使再生产过程重新开始。只有全部卖掉以后，商品价值的不同构成部分，即用于补偿生产资料消耗的部分 C ，用于补偿可变资金部分 V (即工资)，剩余产品价值部分，才能变成可以分配的：支付借贷资金利息、使用土地地租、上缴税收。如果卖不掉，或者只卖掉一部分，那么资金就会部分或全部损失掉。从 W' 到 G' 的转化，马克思称之为“惊险的一跃”，完成这一跳跃过程的是社会主义商业。

三、社会主义大商业

商业是专门从事商品交换的行业。在社会主义市场经济条件下，与社会主义大流通、大市场相适应的是社会主义大商业。

首先，商业是一个大系统，包括商流系统、物流系统，信息流系统等。随着社会主义市场经济的发展，从商流来看，商业形式有向大型化发展的趋势，大型百货公司，超级市场陆续兴起，少数大型百货公司逐步形成批零兼营、内外兼营，并在国内外设立分支机构的商业集团。同时，一些中小商业连锁化迅速发展。商品交易也将会从以现货为主、零星交易为主，发展到期货为主、批量交易为主。邮电、通讯业的发达使得邮购、电话电视购物等直销方式兴起。商业信用的广泛展开，信用卡的广泛使用，将会使传统的交易方式和交易手段相形见绌。从物流来看，运输、仓储等硬件将得到发展，包装技术、再加工能力将提高。两方发达国家曾形成被称为“物流革命”的变革，兴起各种“物流中心”，形成高效率的流通网络，从而使物流活动相对集中化，提高了流通

效率，这是物流社会化程度提高的标志，也是市场经济发展的趋势。从信息流来看，商业信息系统将日益完备、健全，能提供完整系统的信息服务。

第二，国内贸易已延伸到国际贸易。在传统计划经济体制下，对外贸易实行国家垄断，由少数几家外贸公司垄断经营。市场经济不仅要求对国内市场开放，而且要求向国外市场开放，要求内外贸结合。现在一些商业企业已取得对外贸易许可证。今后，实行外贸经营依法登记制度以后，将会有更多的商业企业兼营外贸。国际贸易虽具有与国内贸易不同的特点，但国际贸易也是专门从事商品交换的行业，因此国际贸易也是商业，是国际商业。

第三，商业已突破传统领域。随着市场经济的发展，不仅商品交换的范围扩大，而且从事商业的也不再仅仅是传统商业企业。现在，一些生产企业兴办的“三产”，大多是商业。仅上海市1995年“社会商业”就有5万户，从业人员45万。由于货币、劳动力、房地产、广义的服务都成为商品，专门经营货币商品的商业银行，从事劳动力交换的服务机构，房地产公司，旅游、文化娱乐、会计师、律师、信息咨询等中介服务等等都具有商业性质。在社会主义市场经济条件下，商品交换的范围几乎扩展到整个社会经济生活中，商业经济活动已成为覆盖全社会的主要的经济活动。

第二节 现代流通企业概述

一、现代流通企业的涵义和分类

（一）现代流通企业的涵义

1. 企业的概念

企业的一般含义是指直接组合生产要素，从事生产、流通或服务经济活动的经济组织。从现代企业的特征来看，企业必须同时具备以下基本条件：

（1）企业首先必须是一个营利性的经济组织

企业区别于行政事业等组织是因为它是一种营利性的经济组织。盈利是企业最本质的特征。

(2) 企业必须占有一定的人、财、物

这是企业从事生产经营活动的必要条件。如果企业没有人、财、物，就不可能进行经济活动。

(3) 企业必须具有法人资格

法人是相对于自然人而言的，是指企业必须依法成立并能独立行使法人权力和承担法律义务的社会组织。法人资格和地位是企业独立性的法律保证，是自主经营、独立核算的必要条件。

(4) 企业必须自主经营、自负盈亏、独立核算

自主经营、自负盈亏是区分企业与非企业的主要标志之一。如果不能自主经营，受其隶属上级的意志控制，就不是独立的经济组织，就无法按照市场规律参与市场活动。如果不能自负盈亏，就失去了营利性经济组织的特征，不能算是企业。如果不能独立核算，就没有独立的经济利益，就不是一个独立的经济实体；也不能算是企业。因此，作为企业，必须自主经营、自负盈亏、独立核算。

(5) 企业应有完整的组织机构

企业是一个社会化的经济组织，企业的建立和存在首先表现在组织上。企业具有完整的组织机构，才能把生产要素结合在一起，才会有科学的分工和密切的协作，从而创造出新的更大的经营能力和生产能力，才能从事各种市场活动，处理各种关系问题，因此，企业应有完整的组织机构。

以上五个方面是现代企业必须具备的基本条件。

2. 现代流通企业

前述关于现代企业的一般概念和基本特征，是对所有企业的概括。在国民经济中，有从事工业产品生产经营活动的工业企业；有从事农、林、牧、副、渔等生产经营活动的农业企业；有从事运输生产的运输企业；有专门经营货币和信用业务的金融企业；有专门从事商品交换的商业企业等等。

现代流通企业是现代企业中的一种形式，它是在流通领域中专门从事商品交换活动的经济组织。

现代流通企业的涵义是：

(1) 现代流通企业是经济组织

这是所有各类企业的共性。前面说过，企业是自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的商品生产者和经营者；企业是独立享有民事权利和承担民事义务的法人。企业必须有自己独立的财产，能以自己的名义取得财产权力，承担义务，有特点的组织机构，并依法取得法人资格。一句话：现代流通企业必须符合前述五个方面的基本条件。然而，现代流通企业作为经济组织也有自己的个性，表现在流通企业的组织结构，经营管理具有不同于其他类型企业，比如工业企业、农业企业等的特点。

(2) 现代流通企业在流通领域中活动

现代社会再生产是生产过程和流通过程的统一。其公式是 $G-W \cdots P \cdots W'-G'$ 。P 是生产过程， $G-W$ 与 $W-G$ 两阶段是流通过程。马克思把大流通称作总流通、总流通过程、真正的流通过程，都是指流通过程的两个阶段的两重表现形式。一是前列公式，生产过程在 $G-W$ 与 $W-G$ 这两个阶段之间充当媒介；一是 $P \cdots W-G \cdot G-W \cdots P$ ，流通过程的两个阶段连接在一起，处在两个生产过程之间，是生产过程的媒介。这两种表现形式的共同特点，都是商品从生产过程向消费领域（生产的消费和个人的消费）的运动。大流通（或总流通）是由 $G-W$ 与 $W-G$ ，即买与卖这两个阶段构成的。

在社会再生产过程中，生产过程和流通过程是两个不同的过程。流通企业同生产企业区分的标志，就在于流通企业在流通领域中活动，生产企业则是在生产领域中活动。在现实经济生活中情况是错综复杂的。有些企业除在流通领域进行商品交换外，还从事商品生产，但是这种情况并不改变流通企业的性质；有些生产企业也投资商业，这种情况也不改变生产企业的性质。

现代流通企业并非只是商业企业。商业作为商品资金的独立

化形态，专门承担产业资金第三阶段($W'-G'$)的职能，因此，商业企业是重要的流通企业。但是，随着商品经济的发展、社会分工的深化、科学技术的进步，流通过程经济活动的内容不断增多，不断扩大，不断丰富。首先，货币从一般商品中分离出来，遵循自身的流通规律形成金融市场和银行。银行作为货币商品经营者与一切经营商品的商业企业一样，也是一种流通企业。第二，由于商品的物质内容日益增加，除有形的物质商品外，劳动力、技术、信息等也成为商品，广义的服务成为无形的服务商品。在各种类型商品市场中，进行着商流、物流、货币流通、劳动力流通、信息流通、技术流通等等，从而使流通企业分工越来越细，实行专业化经营，在商业、金融、证券、保险、广告、服务等行业产生了各种类型的流通企业。

(3) 现代流通企业专门从事商品交换

所谓“专门从事”即非一次性从事或临时性的商品交换活动。一次性或临时性从事商品交换的单位不能称为流通企业。商品交换是指为卖而买($G-W-G'$)的经济活动，为买而卖($W-G-W$)属于简单商品流通，虽然也在流通中活动，但从事简单商品交换者不是企业。例如，我们不能把从事集市贸易的农户称为流通企业。

所谓“商品”，不仅指物质商品，还有资金、劳动力、技术以及各种服务商品。

专门从事商品“交换”，而不是从事商品生产是流通企业区别于生产企业的本质特征。由此，流通企业的职能和经营方式也区别于生产企业。

(二) 现代流通企业的类型

由于现代流通过程经济活动的内容十分丰富、复杂，商品的物质内容也十分广泛，这就决定了现代流通企业的类型必然是多种多样的，并具有各自不同的特点。按照不同的标准，可以把商品流通企业划分为以下几种：

1. 按照流通企业的业务性质划分