



上海市连锁经营教育高地建设项目

连锁经营管理丛书

LIANSUO JINGYING GUANLI CONGSHU

连锁企业 信息管理

Liansuo Qiye Xinxi Guanli

宋文官 易艳红 编著

立信会计出版社
LIXIN KUAJI CHUBANSHE



上海市连锁经营教育高地建设项目

连锁经营管理丛书

LIANSUO JINGYING GUANLI CONGSHU

- ☐ 连锁经营管理原理
- ☐ 连锁店开发与设计
- ☐ 连锁企业门店营运与管理
- ☐ 物流配送营运与管理
- ☐ 特许经营原理与实务
- ☐ 连锁企业人力资源管理
- ☐ 连锁企业商品采购管理
- ☐ 连锁企业会计核算
- ☒ 连锁企业信息管理

责任编辑：洪梅春

封面设计：周崇文

ISBN 7-5429-1647-5



9 787542 916471 >

ISBN 7-5429-1647-5/F · 1476

定价：

27.00 元

上海市连锁经营教育高地建设项目

连锁经营管理丛书

连锁企业信息管理

宋文官 易艳红 编著

立信会计出版社
LIXIN KUAIJI CHUBANSHE

图书在版编目(CIP)数据

连锁企业信息管理/宋文官,易艳红编著. —上海:立信会计出版社,2006.6

(连锁经营管理丛书)

ISBN 7-5429-1647-5

I. 连… II. ① 宋… ② 易… III. 连锁商店-企业管理:信息管理 IV. F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 056981 号

出版发行	立信会计出版社
经 销	各地新华书店
电 话	(021)64388409 (021)64391885(传真) (021)64695050
网上书店	www.Lixinbook.com (021)64388132
地 址	上海市中山西路 2230 号
邮 编	200235
网 址	www.lixinaph.com
E-mail	lxaph@sh163.net
E-mail	lxzbs@sh163.net (总编室)

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	787×960 毫米 1/16
印 张	17.75
插 页	2
字 数	319 千字
版 次	2006 年 6 月第 1 版
印 次	2006 年 6 月第 1 次
印 数	3 000
书 号	ISBN 7-5429-1647-5/F·1476
定 价	27.00 元

如有印订差错 请与本社联系

丛书编委会

主任：方名山

副主任：宋文官

编委(以姓氏笔画为序)：

方名山 刘 斌 吴建国 宋文官 沈荣耀

张晔清 易艳红 郑 蓓 胡学庆 曹 晖

曹 静 董惠良

序

零售业已成为推动我国国民经济迅速发展的一个重要部门,它的发展趋势反映了一个国家的总体经济走向。连锁经营作为我国近年来零售业发展中变化最快、最具生气的经营形式,在短短的十几年时间里,跨越了西方上百年走过的发展道路,各种业态和业种的快速出现和发展极大地改变了我国零售业的面貌。加入WTO以后,我国零售业也已全部放开,世界零售100强中,已有半数以上的企业进入我国,作为世界上发展最快且最具潜力和吸引力的市场之一,可以预期,中国市场上连锁企业的竞争将异常激烈。

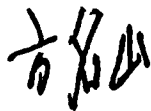
连锁经营作为西方的舶来品,如何结合我国国情、为我国企业所用,是连锁经营管理理论研究和连锁企业界多年来一直在不断探索的一个重要问题。同时,随着我国连锁企业的迅速发展,企业对于人才的需求将呈几何级数增长。人才是企业未来竞争中的决定性因素。因此,上海商学院在新世纪初就获教育部批准率先设立了“连锁经营管理”专业,并组织一批有丰富教学经验、长期关注连锁企业发展的骨干教师编著了一套既具有一定理论深度,又具有实践操作性的教材,得到了广大师生和连锁业界的普遍好评。

这套“连锁经营管理丛书”,在原有基础上,总结了这几年连锁企业实践操作经验,融入了连锁企业的最新发展趋势与特点,更新了许多陈旧的操作方法和知识,补充了“信息管理”等新内容,增加了更适合企业实战的经典案例和适合专业教学的内容,使丛书在体系和内容上更加完善。

这套丛书文笔流畅、思路清晰。既可作为高校学生系统学习连锁经营管理的专业教材,也适合拥有一定实践经验的企业管理者使用。广大读者一定能够在阅读中学到知识、得到启示。在此我很高兴地向广大读者推荐这套深入浅出、通俗易懂的教材,相信它能成为我国广大零售业从业人员、研究人员和在校学生的良师益友。

上海商学院院长

上海商界同仁协会会长



前 言

现代连锁业由于体现了规模化的效应而成为商业的主要经营模式,中外零售企业纷纷布点于全国大中型城市,各种连锁业态也不断推陈出新。我国 2005 年前 30 家连锁企业销售额占全社会消费品零售总额的比重为 7.3%,其中销售额超过 200 亿元的有 5 家,超过 100 亿元的有 19 家。2004 年排名第 30 位的连锁企业销售额为 45.8 亿元,而 2005 年排在第 30 位的连锁企业销售额已经达到 54.3 亿元。连锁商业的蓬勃发展,很大程度上取决于信息技术和信息管理的支持,一个大型连锁超市平均有 30 000 种商品、几十家门店,如果用手工进行配送中心、门店的进销存管理,其难度是不可想象的。但借助于网络、条形码技术、POS 销售系统和计算机信息系统管理,却可以使这些变为现实,并能有条不紊地进行。有人形象地称沃尔玛是:“天上一颗星、地上一张网、配送一条龙”,在沃尔玛内部就是凭借先进的信息技术和信息管理而实现在全世界范围内统一采购、统一配送的。

本书主要阐述连锁企业中有关连锁超市的信息技术、信息管理技术,即在简单地介绍了连锁企业的网络技术、POS 系统和条形码技术的基础上,详细讲解了连锁超市信息系统的构建、连锁超市信息管理系统中进销存业务的操作流程等。

本书可作为高等院校,尤其是高等职业院校、应用性本科的专业课教材和选修课教材,也可作为电子商务、信息管理、工商管理等专业参考性教学读本。本书共 10 章,建议为 54 课时。

序 号	内 容	课 时
第 1 章	连锁企业信息管理概述	4
第 2 章	连锁企业信息管理系统开发	10
第 3 章	连锁企业信息管理系统	4
第 4 章	连锁企业前台销售及其管理	4
第 5 章	连锁企业后台管理业务流程	8
第 6 章	连锁企业后台决策支持管理	4
第 7 章	收银机的使用与维护	2
第 8 章	商品编码技术	4
第 9 章	连锁企业中的网络技术	4
第 10 章	HDPOS 系统实验操作流程	10
	合 计	54

本书第 1、第 2、第 3、第 7、第 8、第 9 章由宋文官执笔,第 4、第 5、第 6、第 10 章由易艳红执笔。同时还参考了大量的资料,包括网上资料,由于许多资料的作者不详,无法一一注出,在此向他们表示谢意。

由于社会经济的快速发展,新的管理方式和技术不断涌现,本书很多地方可能会随着时代的进步需要更新,加之编著者的水平所限和时间仓促,错误和不当之处期待专家和读者的批评指正。

编著者

Email:swg@21cn.com

目 录

第 1 章 连锁企业信息管理概述	1
1.1 信息科学基础	1
1.1.1 信息的概念	1
1.1.2 信息的特质	1
1.2 信息系统	2
1.2.1 信息系统的概念	2
1.2.2 管理信息系统	3
1.3 信息管理	4
1.3.1 信息与管理的关系	4
1.3.2 信息系统对计划职能的支持	5
1.3.3 信息系统对组织职能和领导职能的支持	6
1.3.4 信息系统对控制职能的支持	7
1.4 连锁经营信息管理	7
1.4.1 现代商业连锁管理	7
1.4.2 连锁经营的信息源	9
1.4.3 连锁经营信息的收集	10
1.4.4 连锁经营信息处理	11
思考题	12
第 2 章 连锁企业信息管理系统开发	13
2.1 连锁企业信息系统开发方式	13
2.1.1 购买成品软件	13
2.1.2 独立开发	14
2.1.3 委托开发	14
2.1.4 合作开发	15
2.2 连锁信息系统的开发方法	15

2.2.1 生命周期法	16
2.2.2 原型法	16
2.3 连锁企业信息系统的分析与设计	17
2.3.1 系统调查	17
2.3.2 系统分析	18
2.3.3 系统设计	20
2.4 文档编制	23
2.4.1 可行性研究报告	24
2.4.2 项目开发计划	24
2.4.3 系统分析说明书	25
2.4.4 系统设计说明书	25
2.4.5 系统使用手册	26
2.4.6 系统测试计划与测试报告	26
思考题	27
 第3章 连锁企业信息管理系统	 28
3.1 连锁企业物流系统	28
3.1.1 商业物流	28
3.1.2 连锁物流系统	29
3.2 总部信息管理	31
3.3 配送中心信息管理	32
3.3.1 配送中心管理模型	33
3.3.2 配送中心的物流及信息流	34
3.3.3 配送中心计算机系统结构	35
3.4 连锁企业门店信息管理	43
3.4.1 门店信息流	43
3.4.2 连锁企业门店的系统结构	44
3.4.3 门店计算机管理系统的优点	47
思考题	47
 第4章 连锁企业前台销售及其管理	 48
4.1 前台管理概述	48
4.1.1 前台系统概念	48
4.1.2 不同业态前台管理的比较	48

4.2 前台销售系统	50
4.2.1 前台销售系统软件设计原则	50
4.2.2 前台系统功能及特点	50
4.2.3 网络连接	64
4.2.4 外部设备	64
4.3 前台信息管理	66
4.3.1 收银机参数设置	66
4.3.2 前台打印设置	69
4.3.3 前台键盘设置	70
4.3.4 数量金额条形码设置	72
4.3.5 更新收银机数据库	73
4.3.6 数据交换	75
4.3.7 零售数据处理	77
4.3.8 打印发票	80
4.4 收银工作规范	83
4.4.1 人员要求	83
4.4.2 收银员岗位管理条例	83
思考题	84
第5章 连锁企业后台管理业务流程	85
5.1 后台管理综述	85
5.1.1 后台系统设计思想	85
5.1.2 HDPOS 系统的物流模型	85
5.1.3 HDPOS 系统票据结构	86
5.2 系统基本资料管理	87
5.2.1 商品基本资料	87
5.2.2 系统实现	87
5.2.3 供应商基本资料	93
5.2.4 客户基本资料	93
5.2.5 员工基本资料	94
5.2.6 仓位基本资料	97
5.2.7 零售付款方式资料	97
5.2.8 消费卡	97
5.2.9 店表资料	98

5.2.10 各店商品表	99
5.3 商品的进销管理	101
5.3.1 进货	101
5.3.2 出货	113
5.4 库存管理	117
5.4.1 内部调拨单	117
5.4.2 溢余单和损耗单	118
5.4.3 盘点	120
5.5 结算管理	123
5.5.1 与供应商结算	124
5.5.2 与客户结算	128
5.6 营销管理	129
5.6.1 调价体系	129
5.6.2 促销体系	131
思考题	136
第6章 连锁企业后台决策支持管理	137
6.1 决策支持管理	137
6.1.1 设计思路	137
6.1.2 实现方法和手段	137
6.2 系统管理	142
6.2.1 系统设定	142
6.2.2 系统工具	144
6.2.3 重新登录与修改口令	145
6.2.4 局域网管理	146
6.2.5 前台操作记录	148
6.2.6 后台工作日志	149
6.2.7 定义菜单结构	151
6.2.8 查询工具与查询模块管理	153
6.2.9 系统备份/恢复/清除	153
6.2.10 退出系统	155
6.3 后台管理系统中的定量分析技术	156
6.3.1 库存商品数量的确定	156
6.3.2 库存商品存储时间的确定	158

6.3.3 库存商品结构的确定	158
6.4 后台人员组成及要求	160
思考题	161
第7章 收银机的使用与维护	162
7.1 收银机的组成	162
7.1.1 硬件组成	162
7.1.2 主要参数	164
7.2 POS 机的功能及分类	165
7.2.1 一类机	165
7.2.2 二类机	166
7.2.3 三类机	167
7.3 POS 机常见故障、组装和维修	168
7.3.1 操作注意事项	168
7.3.2 组装	168
7.3.3 维护及维修	171
思考题	174
第8章 商品编码技术	176
8.1 商品编码概述	176
8.1.1 商品编码简介	176
8.1.2 商品代码管理标准	177
8.1.3 商品编码过程中的主要原则	178
8.2 商品编码分类	178
8.2.1 商品的分类方法	179
8.2.2 商品分类的编码	180
8.3 条形码技术	181
8.3.1 条形码概述	181
8.3.2 条形码应用	183
8.4 条形码术语和分类	184
8.4.1 条形码基本术语	184
8.4.2 条形码的分类	185
8.4.3 金额条形码	192
8.5 二维条形码	192

8.5.1 二维条形码概述	192
8.5.2 二维条形码分类	194
8.5.3 二维条形码应用	197
8.6 RFID 电子标签	198
8.6.1 电子标签概述	198
8.6.2 RFID 的分类	199
8.6.3 RFID 电子标签在零售行业的应用	200
思考题	201
第9章 连锁企业中的网络技术	202
9.1 网络结构	202
9.1.1 配送中心网络系统结构	202
9.1.2 门店网络系统结构	203
9.1.3 网络设备	204
9.2 通信方式	205
9.2.1 PSTN	205
9.2.2 DDN	206
9.2.3 ISDN	206
9.2.4 ADSL	208
9.2.5 VPN	208
9.3 系统平台	209
9.3.1 Netware 操作系统	209
9.3.2 Windows 2000	211
9.3.3 UNIX	211
9.4 数据库系统	212
9.4.1 ORACLE	212
9.4.2 SYBASE	214
9.4.3 DB2	215
9.4.4 SQL Server	216
9.5 开发平台	218
9.5.1 VB	218
9.5.2 Delphi	219
9.5.3 C	220
9.5.4 Microsoft .NET	220

思考题	221
第 10 章 HDPOS 系统实验操作流程	223
10.1 连锁店基本资料管理	223
10.1.1 目的与要求	223
10.1.2 实验内容	223
10.1.3 实验说明和流程	223
10.1.4 实验步骤	223
10.2 总部与门店的数据交换、配送中心的进货	228
10.2.1 目的与要求	228
10.2.2 实验内容	228
10.2.3 实验说明和流程	228
10.2.4 实验步骤	229
10.3 门店与配送中心之间的配送(统配)	238
10.3.1 目的与要求	238
10.3.2 实验内容	238
10.3.3 实验说明和流程	238
10.3.4 实验步骤	239
10.4 退货、批发管理	244
10.4.1 目的与要求	244
10.4.2 实验内容	245
10.4.3 实验说明和流程	245
10.4.4 实验步骤	246
10.5 库存管理(盘点、损溢)	250
10.5.1 目的与要求	250
10.5.2 实验内容	251
10.5.3 实验说明和流程	251
10.5.4 实验步骤	251
10.6 调价、促销管理	255
10.6.1 目的与要求	255
10.6.2 实验内容	255
10.6.3 实验说明和流程	255
10.6.4 实验步骤	255
10.7 财务结算(供应商结算)	260

10.7.1	目的与要求.....	260
10.7.2	实验内容.....	260
10.7.3	实验说明和流程.....	260
10.7.4	实验步骤.....	261
参考文献.....		265

第1章 连锁企业信息管理概述

学习目标

1. 掌握信息与管理信息系统的概念。
2. 了解信息与管理的关系。
3. 掌握连锁企业信息管理的特征和管理内容。

1.1 信息科学基础

1.1.1 信息的概念

一家杂货店的管理者可以通过观察有形实体——商品、收银机、房间、客流来管理杂货店。当其经营规模扩大到拥有成百上千名雇员,经营范围分散在很广阔的区域并实行连锁经营时,这位管理者的决策就要更多地依赖于信息而不仅仅是观察了。可以想象,沃尔玛、家乐福公司的管理者几乎不得不完全依赖于信息,并将信息珍视为他们最有价值的资源。

信息(Information)是主体对客体的认识和揭示,它包括数据、字符、文字、图形等等。信息的概念不同于数据,数据(Data)又称资料,是对客观事物的记录,是可以鉴别的符号,数据经过处理仍然是数据,处理数据是为了便于更好地解释。只有经过特定背景解释,数据才有意义,才成为信息。可以说,信息是经过加工,并对客观世界产生影响的数据。例如,行驶中飞机里程表上的数据不一定成为信息,只有当飞行员需要观察里程表上的数据以便作出下一步决定时,才成为信息。同一数据,每个人的解释可能不同,其对决策的影响也可能不同。决策者利用经过处理的数据作出决策,可能取得成功,也可能得到相反的结果,关键在于对数据的解释是否正确,因为不同的解释往往与不同的背景和目的相关。

1.1.2 信息的特质

(1) 准确性。信息不仅要及时,而且要求准确无误地反映实际情况。准确的信息才是有用的信息,有了准确、可靠的信息,才能作出正确的决策。