

程本同編
孔士諤

貨物推銷法

商務印書館發行

程本同編
孔士謬

貨物推銷法

商務印書館發行

中華民國二十三年八月初版
中華民國二十七年三月五版

(62257)

貨物推銷法一冊

每冊實價國幣柒角伍分

外埠酌加運費匯費

編纂者

程士本 孔士同

發行人

王雲五 長沙南正路

印刷所

商務印書館 長沙南正路

發行所

各埠商務印書館

版權所有
必究

(本書校對者王永榜)

緒言

一、本書以簡明之文字，說明推銷貨物方面之各種有關問題，內容以切合實際應用爲原則。

二、本書之編撰目的，爲供工商界中之負推銷貨物責任者作參考之用，惟商業學校或業餘補習學校，作爲銷售學課本，或補充讀物，亦頗適宜。

三、本書共十六章，第一章至第十二章，論工廠之貨物推銷法，第十三章至第十六章，論零售商之貨物銷售法，惟其中大多數問題，均互有關係，本書爲節省篇幅起見，避免重複，閱者應竟讀全文，方切實用。

四、本書一部份初稿曾在商務印書館發行所刊行之「同舟」及「同行月刊」中登載，又第十一、第十二兩章中之一部份材料，係採自陸梅僧劉聰強二君未曾公開發表之演講稿，特誌於此，以鳴謝意。

五、著者認爲推銷貨物之根本問題。無論工廠商店，端在有抱有適當之方針。故全書於營業方面之各種重要方針，討論綦詳，若花樣翻新之推銷法，僅爲營業推廣之一種手段，全視廠商之個別環境而採用互異，是以本書涉獵無多，讀者諒之。

六、年來營業競爭，日趨激烈，惟對於貨物推銷方法之書籍，尙未之見，著者不自量力，草成斯篇，深冀於工商界中能有相當之襄助。惟謬誤之處，在所難免，甚望海內專家進而教之，則幸甚焉。

程本同

孔士諤

二十三年七月。

目錄

第一章 營業方針·····	一
一 何謂營業方針·····	一
二 營業方針之舉例·····	三
三 營業方針應如何決定·····	七
四 營業方針之類別·····	八
第二章 定價·····	一二
一 決定售價之幾種條件·····	一三
二 定價方針之類別·····	一八
三 售價之計算法·····	二一

四 對於售價有關之各種問題.....二五

第三章 服務.....三一

一 服務之意義.....三一

二 服務方針之類別.....三三

一 商品之本身.....三三

二 信用.....三四

三 保用與保證.....三四

四 修理.....三六

五 代客解決各種問題.....三八

第四章 廣告.....四〇

一 廣告在商業上之地位.....四〇

二 廣告與成本.....四一

三	廣告之類別·····	四二
四	廣告之作法·····	四五
五	廣告媒介之選擇·····	四七
六	廣告之費用·····	五〇
第五章	放賬與收賬·····	五二
一	放賬之期限·····	五三
二	放賬與危險·····	五五
三	如何放賬·····	五七
四	收賬之方法·····	五九
五	分期付款·····	六〇
第六章	營業規劃·····	六二
一	營業規劃之重要·····	六二

二 一般之商業情形	六六
-----------	----

三 局部之商業狀況	七〇
-----------	----

第七章 貨物銷售之途徑	七二
-------------	----

一 商品販賣經過之程序	七三
-------------	----

二 銷售途徑之類別	七五
-----------	----

三 選擇銷售途徑之條件	七七
-------------	----

四 幾種推銷途徑之個別研究	七九
---------------	----

一 批發商	七九
-------	----

二 特約所	八一
-------	----

三 通訊郵售	八三
--------	----

第八章 市場調查	八七
----------	----

一 市場之類別	八八
---------	----

二 調查市場之方法.....九一

三 調查資料之利用.....九四

四 顧客購買原因之分析.....九七

第九章 對待同行.....一〇二

一 何以須幫助同行.....一〇二

二 襄助同行之方法.....一〇三

第十章 商品.....一〇六

一 商品之類別.....一〇七

二 對於商品應行注意之點.....一〇九

三 貨物不能暢銷之原因.....一一三

第十一章 商標.....一一六

一 商標之效用.....一二七

二 商標之應用·····	一一八
三 選擇商標之條件·····	一一九
四 商標註冊之手續·····	一二一
第十二章 貨物與包裝·····	一二三
一 包裝應用日廣之原因·····	一二四
二 預備包裝·····	一二五
三 包裝之顏色·····	一二七
四 包裝之圖樣·····	一二八
五 包裝之類別·····	一二九
第十三章 商店經營概說·····	一三二
一 零售商之種類·····	一三二
二 商店管理之基本條件·····	一三七

三 零售商店之事務·····	一四〇
第十四章 吸引顧客·····	一四三
一 顧客之分類·····	一四四
二 顧客之希望·····	一四九
三 購貨之心理程序·····	五〇
第十五章 窗飾與內部陳列·····	一五三
一 窗飾與內部陳列之重要·····	一五三
二 窗飾與內部陳列之效力上試驗·····	一五三
三 窗飾之種類·····	一五五
四 櫥窗陳列之原則·····	一五六
五 店堂陳列·····	一五八
第十六章 推廣營業·····	一六二

一 推廣營業之條件·····	一六三
二 幾種推廣營業之方法·····	一六七
一 大廉價·····	一六七
二 犧牲品·····	一六九
三 向顧客徵求意見·····	一七〇
四 展覽會·····	一七一

貨物推銷法

第一章 營業方針

一個公司之營業能發達與否，恆恃兩種條件爲準繩，即所抱之方針是否適宜，與夫管理約束之是否週密是也。有時二者之中能居其一，營業即能蒸蒸日上。然際此商業競爭劇烈之時代，欲圖大有發展，則於二者必須予以同等之注意，而尤以營業方針爲最先着。蓋必有妥善之方針，而後管理設施方有所遵循也。

一 何謂營業方針

所謂方針，即指一個公司中所抱定之目標，經過長時間之施行，而始終不渝者之謂。方針

policy 與一般原理 principles 不同，原理爲一定不易之定理，迥非一個公司可以單獨更改之者，如經濟之原理，法律之原理等是。營業方針則不同，可以因各處環境之不同而個別決定，惟兩者亦有極密切之關係。欲決定適當之營業方針，首須瞭解商業之基礎原理。例如吾人均知提高服務精神可以增加公司之信用，亦爲商業中之重要原理。今有某公司所定之方針，爲「顧客總是不錯的」customer is always right 卽係根據此項商業原理而決定者也。方針與辦事的方法亦有不同之點。辦事方法，指公司中各種事務如何辦理，手續如何，經過程序如何而言。故辦事方法，可以隨時改良，同時營業方針，仍無絲毫變動。

營業方針之種類甚多，或爲提高服務精神，或爲售價低廉，均因環境及需要而不同，惟其對於公司關係之重要，初無如何之軒輊。在小規模之公司，爲經理者祇須能勤慎將事，卽可立足，初固無須有一定之營業方針也。規模較大之公司則不然，範圍既大，事務自繁，苟無一定之方針，爲全公司營業之目標，則隨波逐流，未有不歸失敗者。亦有多數之公司，以謂方針之決定，實無必要，祇須依照同業，或其他公司辦理業有成效之方針，卽可依樣葫蘆，何必多費精神，實行種種之試驗，結果如何。

又未敢必。其言似頗聳人聽聞，然細按之，際此競爭劇烈時代，如一個公司內之進行辦法，完全追隨於他人之後，而欲望其如何發展，如何爲顧客所信仰，實非易事。例如上海某大百貨公司在店堂內裝置無線電音樂，賞心悅耳，頗爲動聽，顧客在購辦貨物時，容易發生快感，法至善也。此種辦法，在歐西各種之商店中，早已實行，原無足奇，惟在吾國尙係創舉，（舊商店習慣頗有在大廉價或新開張時，僱用二三軍樂隊之類，在樓上吹打，吹奏頗爲惡劣，原意雖亦爲吸引顧客，其實令人望而卻步，殊爲不取。）爲時不久，其他商店頗有倣行之者，方法雖同，而先後則不一。一般顧客，自能分別誰爲先導，誰爲後進。觀乎此在自由競爭下之公司，決定營業方針時，總須能先人一步，其實往往今日所認謂最新式最完美者，明日卽有被人抄襲而變爲普遍化之虞，故方針應力求其新，力求其進步，積而久之，自能成爲同業中之先進，信譽日隆，營業之道思過半矣。

二 營業方針之舉例

吾人已將營業方針之重要，分別敘述，茲爲便於觀摩起見，將美國汽車大王亨利福特經營福

特汽車公司，及爲世所崇拜之鋼鐵大王卡南奇氏所採取之各種方針，列舉於後：福卡爾氏之方針，固不限於營業一端，惟由此亦可推想適宜之方針，對於公司發展之關係矣。

(甲) 亨利福特

(一) 注重服務 福氏嘗謂吾人經商之目的，服務應在利益之先，金錢之獲得，不能即謂已盡商人之能事，除非公司之出品，能真正適合顧客之需要，方可謂達到商業服務社會之目標。彼之所謂服務，即指處處從顧客方面着想，處處以顧客之滿意爲前提，故福特汽車堅固耐用，車身甚輕，定價之低，幾於盡人皆有購買之可能，所用之材料，製造之方法，咸從此數點着想。不特此也，福氏并廣設修理店於全美各城市，零件配置，又極方便，價格亦屬非常低廉，其爲顧客打算之處，真可謂無微不至。尤爲可佩之處，爲福特車每年必有新模型一種問世，新車較諸舊者更有進步，但所用之零件，則均可互相通用，其便利顧客有如此者。因福特氏服務之週到，於是不旋踵而全世界之汽車公司，殆無不知服務之重要矣。

(二) 減低價格 福氏之又一重要方針，即在售價減削。彼之主張，以爲欲使一般民衆均得