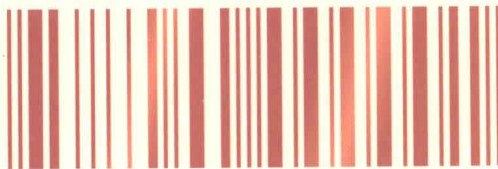


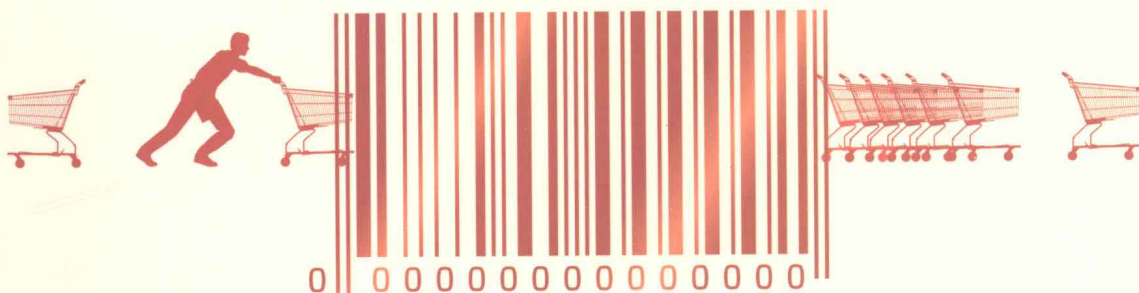
品类成长的助剂 创造奇迹的利剑



Category Management How to Promotion

品类管理

教你如何进行有效促销

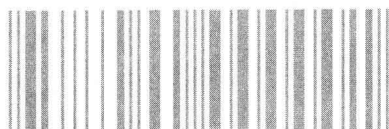


——黄权藩 著——



机械工业出版社
China Machine Press

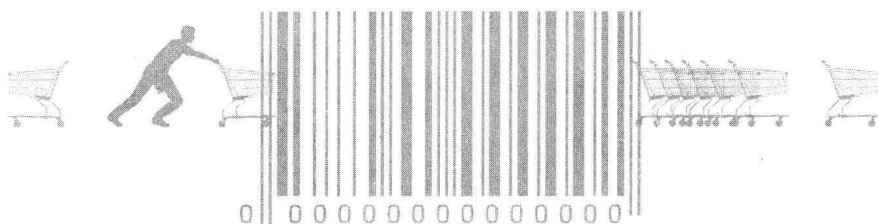
品类成长的助剂 创造奇迹的利剑



Category Management How to Promotion

品类管理

教你如何进行有效促销



——黄权藩 著——



机械工业出版社
China Machine Press

本书分促销概念、快讯促销、店内促销、活动促销四部分,采用第一手资料教你掌握有效促销的四把利剑。本书适合超市经营者、超市采购人员、品类管理爱好者和商学院的学生阅读,同时可作为品类管理的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

品类管理——教你如何进行有效促销 / 黄权藩著.

—北京:机械工业出版社,2012.5

ISBN 978-7-111-38464-9

I. ①品… II. ①黄… III. ①零售业—促销 IV.
①F713.32

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第098246号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:李岩 责任编辑:李岩

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2012年5月第1版·第1次印刷

170mm×242mm·11印张·1插页·136千字

标准书号:ISBN 978-7-111-38464-9

定价:36.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010) 68326294

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售二部:(010) 88379649

读者购书热线:(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

推荐序 1

鱼与熊掌可以兼得

零售业品类管理的概念进入中国已经有十几个年头了。

1997 年中国连锁经营协会和美国食品营销协会（FMI）签订技术引进协议，从 FMI 引进了一套品类管理教材并进行翻译出版。从那时起，国内零售企业开始接触品类管理概念，应该说，那套教材是国内很多零售企业了解品类管理的启蒙读物。

作为改善企业运营效率的重要工具，从 2000 年开始，中国连锁经营协会开始在中国本土零售企业中推广品类管理。从早期的概念推广、培训，到现在一年一度的品类管理年会，我们看到，关注品类管理的企业越来越多，从超市大卖场，到家居专业店、家电专业店、休闲食品专业店、饰品专业店，甚至是电子商务，对于品类管理都抱有极大的热情。尝试实施品类管理的企业也从最初的以外资企业为主逐步扩展到内资零售企业。

作为一个管理工具，品类管理为什么会得到这么多企业的认可和青睐呢？

首先，随着市场逐步饱和，除收购兼并外，企业外延扩张的减缓趋势不可避免，通过挖掘门店内部潜力，实现销售持续稳步增长，就成为越来越多企业关注的焦点。那么，通过什么方式来挖掘内部潜力？很多

企业首先想到了品类管理。

其次，零售商和供应商作为既对立又互惠互利的两个角色，通过什么方式实现双方业绩共同增长，也是很多企业发展到一定阶段所关注的议题。而品类管理恰恰为零售商和供应商之间的有效沟通、精诚合作提供了基础和工具。因此，我们也看到越来越多的零售企业和旗舰供应商通过品类管理建立了良好的合作关系。

但是不可否认，国内零售企业在实施品类管理的过程中也遇到了重重困难。抛开企业是否有完善的 IT 系统、是否有相配套的人员组织架构不谈，企业必须意识到，品类管理是一个系统工程，品类管理的实施绝不是一朝一夕就可以见到成效的。应该说，国内零售企业面临的首要问题就是人才和经验的缺乏，在这种情况下，国内的品类管理在很大程度上还停留在概念层面而无从下手。

目前在市面上，我们很难找到理论和实战兼具的品类管理相关教材。不过，我们很高兴看到，从去年开始，依托自己近 20 年的零售经验，黄权藩先生开始着手编写出一系列与品类管理相关的实战教材。这些教材的面世，让很多想了解品类管理，想帮助企业实施品类管理，想提高门店运营效率的同仁有了许多可借鉴的工具和方法。因此，2011 年刚面世的《品类管理——教你如何进行商品梳理》一书受到许多零售业同行的认可，短短半年时间便出现脱销、加印的情况。2012 年，受出版商和广大读者之约，黄权藩先生又将推出该系列丛书的第二本《品类管理——教你如何进行有效促销》，黄先生这次将编写的重点放在了品类管理四大战术之一的有效促销上。

我们知道，有效促销是品类管理的核心内容之一。如何通过促销创造良好的购物氛围，优化消费者购物体验，进而培养对企业忠诚的顾客，是每个企业关注的焦点。黄权藩先生本次推出的《品类管理——

教你如何进行有效促销》一书，是一本理论和实战兼顾的工具书，是鱼与熊掌可以兼得的范例，相信能给相关从业人员带来较大的帮助，我们也相信随着越来越多本土零售类管理书籍的出版，国内零售企业品类管理的实施将迈出更坚实的脚步。

彭建真

中国连锁经营协会

2012年3月18日于北京

推荐序 2

你究竟会出几本好书？

拜读黄权藩先生第一本书《品类管理——教你如何进行商品梳理》时，我感觉书的内容幽默、实用，书如其人。此书因受读者欢迎再次印刷，实属预料之中。时隔一年，黄先生按捺不住，又写出了第二本书《品类管理——教你如何进行有效促销》。有幸能先读到初稿，我又一次感触颇深。按这个趋势，会一而再，再而三，不断有佳作出来。我不禁联想到一句歌词：“你究竟有几个好妹妹？”——你究竟会出几本好书？

就我对黄先生的了解，在他的职业生涯中，超市管理的方方面面（商品、促销、价格、陈列等）、上上下下（从采购经理到大区总经理），他都曾亲力亲为。入行初的培训和在工作过程中的不断思考和研究，他都做得非常专业和投入。同时具备大型零售集团培训的经历和书法艺术的底蕴，使他的表达具有简洁生动的特点。特别是超市促销，是黄先生职业生涯中跌宕起伏、佳作频频、最具挑战性的工作，也是他最重要、最突出的特长。因此，《品类管理——教你如何进行有效促销》这本书也一定会像《品类管理——教你如何进行商品梳理》那样受到读者的欢迎，成为畅销书。

上一本《品类管理——教你如何进行商品梳理》书中，黄先生亮

出了“分好类、排好队、归好堆、论好辈”商品梳理的四把梳子，温柔婉约，形象生动。新书《品类管理——教你如何进行有效促销》则表现出另外一面，亮出了促销的四把利剑，刚猛直接，简单实用（这样的概括，就是他的特点）。四把利剑分别是：掌握促销的基础要义、掌握快讯促销的要诀、掌握店内促销的要领、掌握大型活动促销的要素。书中列举了大量的案例和相关流程表单，这些案例和表单是黄先生多年的积累，不仅在学习促销理论知识时用得上，而且在实际操作时作为参考工具书也很有指导价值的，相信对从事品类管理工作的同仁一定会有所帮助。

促销是超市经营的难题之一，度的把握非常重要。用尽量少的资源获得尽可能大的影响，是大家都希望达到的境界。近些年来，零售商促销的难度越来越大，效果越来越不明显，这是因为行业竞争更加激烈，顾客更趋理性，相关政策也越来越规范。这就要求我们更深化地提高商品促销的水平、更深刻地理解和掌握促销的本质和方法、更深入地体验促销的场景和效果。《品类管理——教你如何进行有效促销》一书就是满足大家这一需求的好教材和参考书。作者把理论消化，在实践中进行总结归纳，最后用生动形象的语言来表达，其中还重现实际案例和情景，信息量颇大。

在写作上，本书延续了第一本书简单生动、条理清晰的特点，易读易用。对于曾经操作过促销，感觉抓不住要领或者达不到目的的人，不妨沿着作者的思路来体会一次。把你的操作方法和书中的方法对比一下，或许能激发灵感。在这个行业，《品类管理——教你如何进行有效促销》与去年的《品类管理——教你如何进行商品梳理》一样，值得读者期待。

看得出在写《品类管理——教你如何进行有效促销》这本书时，

黄先生的思绪一定是在近 20 年的职业生涯中反复穿越，激动不已。这种穿越横跨时间维度和内容维度，触及商品、促销、定价、陈列等方面。成功的经历，读者的支持，善于思考和总结的特性，这些都是激励他继续撰写专著的脚步。期望看到他更多的作品。

歌曰：“你究竟有几个好妹妹？”黄权藩，你究竟会出几本好书？

马 达

中国人民解放军国防科技大学副教授

天牧数据挖掘研究中心首席专家

2012 年 3 月 18 日于长沙

推荐序 3

借力打力 事半功倍

致尊敬的读者：

1930年，美国诞生了世界上第一家超级市场，创办者是美国人万克尔·库耸。虽然当时的美国处在经济危机时期，但该超市却以低价格的重大突破和使消费者从紧逼性推销的压力中解放出来而获得巨大成功。

随着社会经济的迅速发展和经济结构的不断变化，现代零售商业的业态出现了巨大的变化。超级市场的超常规发展使得现代商业迅速在我国崛起，商业的技术含量大大提高，对第一线的工作人员提出了新的技能要求。

多年来，业内精英黄权藩先生一直从事商品流通行业的理论和实践研究，现在又在广州太阳城广场购物中心任总经理。在肩负沉重的使命之余，他还抽出时间研究如何促销。看到他一路走来不断成长，令人感到非常欣慰。

黄权藩先生的第一本书《品类管理——教你如何进行商品梳理》，受到读者的喜爱。受此鼓舞，黄权藩先生写了第二本书。针对品类管理四大战术（商品选择、商品定价、商品促销、商品陈列），本书则专门介绍商品促销的内容，运用品类管理，教你如何进行有效促销。近些年来，由于处于充满挑战的经济环境中，零售商促销效果不太明显，如何



改变目前零售商的窘境，企业的营销方法必须进行变革以面对新的市场和消费者需求。这本书提供了如何在当今的商业新世界获得成功的最新智慧。能帮助企业找到一条更新、更快的创新和成长之路。

好的促销创意是提高促销效果的重要前提。《品类管理——教你如何进行有效促销》是超市从业人员提高职业技能必备的工具书之一，作者黄权藩先生作为管理者，具有丰富的业内经验，具有先进的管理理念。由于长期工作在超市第一线，他能把工作经验融入到本书中，结合品类管理，深入浅出、通俗易懂地介绍了促销概论、快讯促销（DM）、店内促销、大型活动等方面内容，鞭辟入里，十分实用。

随着经济的发展，销售环境正在发生着翻天覆地的变化，你不去学习就无法提高营销的智慧，没有营销智慧也难以做好销售。在本书中，写的一定是我们已经做过的或现在正在做的事情，而大部分之前实践的企业都通过这些方式赚到了钱。有很多老师会告诉你应该做什么、怎么做，但你需要坐下来思考他们所说的话是否经过实践的检验，是否是纸上谈兵的成分多了一些。

作者在书中纳入了超市促销活动的生动案例，用成功的经验和失败的教训来说明促销技巧。阅读此书，有助于提高超市促销人员的营销技巧和服务水平。

未来有很多变化和意外，营销规则已经发生了变化，用过去的观念来解决现在的问题，用旧观念解决新问题，或许只会造成更大更多的问题。

《品类管理——教你如何进行有效促销》可用于超市经营者、超市采购人员、品类管理爱好者和在校学生学习和参考。

作为一个管理者，所要做的就是决策，正确地决策。我相信专业的事情要交给专业的人去做。黄权藩先生是新营销手段的实践者和受益

者。我对他结合品类管理，进行有效促销所产生的惊人效果感到非常吃惊。为此，我将此书推荐给广大读者，来帮助读者提高营销智慧。只要努力实践你所学到的，哪怕只有一点儿也可能让你改变命运，赚到更多的钱，或者更轻松地赚到钱。

我希望广大读者通过阅读该书学会独立思考，去实践自己的想法，通过践行本书的理念而获得成功。重要的是以不变应万变，只要掌握方法，通过借力打力，便可事半功倍，人生及事业都是如此。

谨以此序！

张秀霞

大连职业技术学院教授

2012年2月12日于大连

前言

2011年5月初，我写的第一本书《品类管理——教你如何进行商品梳理》由机械工业出版社出版，该书总结出的“分好类、排好队、归好堆、论好辈”作为商品梳理的四把梳子，形象和生动地介绍了如何进行商品选择和商品调整。该书面世之后，受到读者的肯定。5月中旬，我受中国连锁经营协会的邀请，在深圳举办的第五届中国零售业品类管理高层论坛上作了题为“商品梳理的四个关键步骤”的专题演讲。2011年11月初，出版社编辑李岩告诉我，该书第一批印刷已售罄，正组织第二批印刷。2011年12月初当当网的李国庆总裁看了该书之后，立即给他们的每位采购人员发一本，还专门邀请我前往北京为当当网的采购总监们作专题讲座。

读者的鞭策成为我继续写第二本书的动力。针对品类管理四大战术（商品选择、商品促销、商品定价、商品陈列），本书专门介绍商品促销的内容，书名定为《品类管理——教你如何进行有效促销》。

其实，17年来，在给采购人员培训的过程中讲得最多的还是有关商品促销的内容。作为采购总监出身的我，不仅在课堂上讲促销，而且在实践中作促销，总是全身心地投入，所以与促销有特别的缘分。一提促销，策划过的促销活动就历历在目，有些还刻骨铭心。比如2004年12月6日为广西南宁北京华联江南店六周年店庆策划的“激情126”（晚上10点后的126分钟全场六折）活动。那“疯狂至极，火暴刺激”

的场景令许多现场市民一生难忘，相关报道还上了中央电视台综合台和经济台两个频道，我就是那次活动的总策划。

近些年来，有零售商抱怨促销效果不太明显，一方面的原因是客观环境发生了很大变化：竞争更加激烈，提供了更多的选择，同时社会不断进步，顾客更趋理性，政府的管理更加完善；另一方面零售商主观策划不足：没有抓住促销的本质，没有掌握有效促销的方法，策划缺乏创意，管理上偏于急功近利。

值得一提的是，现在零售商的采购员工作压力非常大。一是零售商为了控制人力成本，不断增加采购的工作量；二是采购要扛销售、毛利、营业外收入三大指标；三是采购要应付各种各样的作业。各种压力聚集在采购身上，能够应付过来已不简单，促销的有效性就可想而知了。

我个人认为要改变目前零售商的窘境，一方面要给采购人员减负，另一方面要强化对采购人员的培训。所以提供一套合适的培训教材具有特殊的意义，这也是我写本书的目的所在。

《品类管理——教你如何进行有效促销》这本书的出版，得到了许多领导的支持和鼓励，尤其是机械工业出版社经管分社谢小梅社长、中国连锁经营协会彭建真副秘书长、天牧数据挖掘研究中心马达副教授、大连职业技术学院张秀霞教授，本人借此深表感谢。

本书分四部分，第一部分是促销概念，教你掌握有效促销的要义；第二部分是快讯促销，教你掌握快讯促销的要诀；第三部分是店内促销，教你掌握店内促销的要领；第四部分是活动促销，教你掌握大型活动促销的要素。书中列举了大量的案例和相关流程表单，这些案例和工具是笔者多年工作的积累，希望对从事品类管理工作的同仁有所帮助。

实现品类管理在企业的落地，使用好工具特别关键。商品梳理已有



四把梳子，商品促销也有四把利剑。掌握了这四把利剑，就基本上掌握了有效促销的方法。

本书介绍了综合超市有效促销的主要内容，适用于超市经营者、超市采购人员、品类管理爱好者和商学院的学生阅读。

为了更多地抛砖引玉，笔者打算下一本书写有关商品定价的内容，将通过定价原理、定价方法、定价策略、定价危机来介绍有效定价的工具，期望挖掘和整理更多的零售技术，推动品类管理在中国零售业的深入开展。

黄权藩

2012年3月18日于广州

机工经管读者俱乐部反馈卡

完整填写本反馈卡将可以参加幸运抽奖

每月我们将会抽出 10 位幸运读者，免费赠送当月新书一本

加入俱乐部，将会收到我们定期发送的新书信息

获奖名单将公布在 [http://www. Golden-book. com](http://www.Golden-book.com) 及 <http://www. cmpbook. com> 上

个人资料

姓名：_____ 性别：☐男 ☐女 年龄：_____ E-mail：_____

联系电话：_____ 传真：_____ 手机：_____

就职单位及部门：_____ 职务：_____

通讯地址：_____ 邮政编码：_____

单位情况

单位类型：

- | | | | |
|------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|
| ☐ 国有企业 | ☐ 私营企业 | ☐ 政府机构 | ☐ 股份制企业 |
| ☐ 外资企业（含合资） | ☐ 集体所有制企业 | ☐ 其他（请写出）_____ | |

单位所属行业：

- | | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|
| ☐ 食品/饮料/酿酒 | ☐ 批发/零售/餐饮 | ☐ 旅游/娱乐/饭店 | |
| ☐ 政府机构 | ☐ 制造业 | ☐ 公用事业 | ☐ 金融/证券/保险 |
| ☐ 农业 | ☐ 多元化企业 | ☐ 信息/互联网服务 | ☐ 房地产/建筑业 |
| ☐ 咨询业 | ☐ 电子/通讯/邮电 | ☐ 其他（请写出）_____ | |

单位规模：

- | | | | |
|----------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|
| ☐ 500 人以下 | ☐ 500—1000 人 | ☐ 1000—2000 人 | ☐ 2000 人以上 |
|----------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|

关于书籍

1. 您购买的图书书名: _____ ISBN: _____
2. 您是通过何种渠道了解到本书的?
☐报刊杂志 ☐电视台电台 ☐书店 ☐别人推荐 ☐其他 _____
3. 您对本书的评价
内容 ☐好 ☐一般 ☐较差
编排 ☐易于阅读 ☐一般 ☐不好阅读
封面 ☐好 ☐一般 ☐较差
4. 您在何处购买的本书
☐书店 ☐网络 ☐机场 ☐超市 ☐其他 _____
5. 您所关注的图书领域是:
☐投资理财 ☐人力资源 ☐销售/营销 ☐财务会计 ☐管理学与实务 ☐其他 _____
6. 您愿意以何种方式获得我们相关图书的信息?
☐电子邮件 ☐传真 ☐书目 ☐试读本
7. 如果您希望我们发送新书信息给您公司的负责人, 请注明所推荐人的:
姓名 _____ 职务 _____ 电话 _____
地址 _____ 邮件 _____

感谢合作! 请确认我们的联系方式

联系人: 胡嘉兴

地址: 北京市西城区百万庄大街 22 号机械工业出版社经管分社

邮编: 100037

电话: 010-88379705

传真: 010-68311604

电子邮箱: hjx872004@yahoo.com.cn

登记表电子版下载请登录:

<http://www.golden-book.com/clubcard.asp> 或 <http://www.golden-book.com>

如方便请赐名片, 谢谢!