

零售业务经营

5.32

中国商业出版社

(京)新登字073号

责任编辑：朱彤芳

蓝垂华

责任校对：汪闻韵

中等商业学校试用教材

零售业务经营

中国商业出版社出版发行

(北京广安门内报国寺1号)

邮政编码：100053

新华书店总店科技发行所经销

北京新源印刷厂印刷

787×1092毫米32开6.5印张144千字

1993年12月第1版 1993年12月第1次印刷

印数：1—10000册 定价：5.00元

ISBN7-5044-1857-9/F·1168

编 审 说 明

《零售业务经营》是根据商业部颁发的中等专业学校商品经营专业的教学计划和教学大纲的要求，由商业部商业中专教材委员会组织编写的。经审定，可作为商业中等专业学校商业经营专业的试用教材，也可供商业职工中专学校使用。

本书由上海市一商局讲师葛志才主编。参加编写的有哈尔滨市商业学校讲师曲国英（第一、四章），天津市第一商业学校助理讲师崔利群（第二、三章），北京市第一商业学校讲师张雪芬（第五章），海南商业学校讲师何湘君（第六章），葛志才（第七章）。最后由青岛市商业学校高级讲师邱大壁审阅定稿。

本书在编写过程中得到了有关学校的大力支持，在此表示感谢。书中如有不妥之处，请读者批评指正。

商业部教材领导小组

1993年7月

目 录

第一章 零售企业业务经营概述.....	(1)
第一节 零售企业的特征、地位和任务.....	(1)
第二节 零售企业的类型.....	(5)
第三节 零售企业经营过程.....	(10)
第二章 零售企业经营的外部环境和内部条件.....	(17)
第一节 零售企业经营的外部环境.....	(17)
第二节 零售企业经营的内部条件.....	(35)
第三章 零售企业的店址选择与商店设计.....	(49)
第一节 零售企业的店址选择.....	(49)
第二节 零售企业的商店设计.....	(59)
第三节 零售企业的橱窗设计.....	(89)
第四章 零售企业的进货业务.....	(103)
第一节 进货基本程序.....	(103)
第二节 进货方法.....	(109)
第三节 进货依据和进货策略.....	(124)
第五章 零售企业售货业务.....	(130)
第一节 售货基本程序.....	(130)
第二节 售货策略.....	(146)
第三节 售货服务.....	(157)
第六章 零售企业库存业务.....	(174)
第一节 商品入库业务.....	(174)
第二节 商品保管与养护.....	(177)

第三节 商品出库业务.....	(184)
第七章 零售企业经营成果评价.....	(186)
第一节 零售企业经营成果评价的意义和内容.....	(186)
第二节 零售企业经营成果的评价和考核.....	(192)

第一章 零售企业业务经营概述

第一节 零售企业的特征、地位和任务

一、零售企业的特征

零售企业是指向消费者出售商品，直接为消费者服务的商业企业。零售商业企业的经营活动一般来说是以商品直接销售给城乡居民用作生活消费，或供应给社会集团用作非生产性消费。随着零售企业的放开搞活，不少零售企业也从事一部分生产资料的经营活动。但是，不管零售企业经营何种商品，它们都有以下共同的特征：

1. 零售企业的销售对象是直接消费者。主要是个人消费者即城乡居民，也包括集体消费者，如机关、团体、学校等单位。所以，零售企业是直接服务于广大消费者的商业企业。

2. 零售企业销售的商品，一经出售，即从流通领域进入消费领域，其价值也就随着使用价值的被消费而得到实现。因此，直接售货业务是零售企业的中心工作。

3. 零售企业大多规模小、网点多、布局分散，一般以现货交易为主，销售次数频繁，销售数量零星。

4. 零售企业售货业务受本企业提供的服务质量的制约。经营与服务互为条件、互相制约。

二、零售企业的地位和作用

零售企业是处在社会再生产过程中交替过程的终点。在

社会化大生产的条件下，商品从生产领域到消费领域的转移，一般都是先经过批发，然后转入零售，最后到达消费者手里。因此，零售商业企业是商品进入消费领域的“入海口”。零售商业企业直接反映着国家经济建设状况，在国民经济中处于非常重要的地位。

零售企业的地位决定了它在国民经济发展中具有以下作用：

1. 履行商品交换职责，满足人民群众日益增长的物质和文化生活的需要。

商业是联系生产与消费的桥梁和纽带。社会产品要成为可供消费的对象，必须借助交换，通过流通过程。其中，零售商业的售卖，是把商品直接送到消费者手中的交易行为，是商业部门组织商品流通的最终具有决定意义的业务活动。商品一经零售企业出售，便离开了流通领域，进入消费领域，使消费者的物质文化生活需要得到满足。零售企业通过自己的业务活动，把数量充足、品种齐全、质量良好、价格合理的商品，源源不断地、及时对路地供应给消费者，这对逐步提高人民的生活水平，满足人民群众日益增长的物质和文化生活的需要有着重要的意义。

2. 实现社会主义商业的经营目的，为国家积累资金。

社会主义商业企业经营的根本目的是满足社会需要，这个经营目的只有通过企业的购销业务活动才能实现。零售企业要根据消费者的需求，按照客观经济规律组织购销活动，企业才能兴旺发达。满足消费需要既是购销业务的出发点，也是做好购销工作的归宿点。同时，零售企业在组织商品经营满足社会需要的活动中，不断扩大销售，正确组织货源，加速资金周转，降低流通费用，减少商品损失，提高劳动效率，

也为国家实现更多的积累。零售企业为国家提供的积累，包括盈利和税金，是社会主义积累的一个重要来源。

3. 安排好人民生活。

零售商业企业是直接向消费者出售商品的经营机构，其店址与大多数消费者居住区距离最近，因而与广大消费者保持着最直接、最广泛、最经常和最频繁的联系。人民群众需要的衣、食、住、行、工作、学习、娱乐等方面的生活资料都要通过零售企业来供应。零售企业商品供应工作做好了，就能使广大消费者花最少的时间，走最少的路，操最少的心，买到适合需要、物美价廉的商品，从而安排好自己的生活。

4. 零售企业的经营活动，促进了社会主义的物质文明建设和精神文明建设。

物质生产部门生产的各种商品，都将通过零售企业展现在市场上，能综合反映出社会主义现代化建设的成就，因此，零售企业的经营活动做好了就能体现和促进社会的物质文明。不仅如此，广大商业职工，文明经商，讲求商业道德，体现出社会主义商业企业应有的道德风貌，也有利于促进社会主义精神文明的建设。

三、零售企业的任务

我国零售企业在社会主义经济建设中肩负着重要的任务：

1. 安排好消费品市场，不断扩大商品销售，千方百计满足消费者需要，是零售商业企业的中心任务。

围绕中心任务，企业应当集中力量组织商品经营活动，不断扩大商品流转，做好商品供应工作，保证销售任务的完成。

组织业务经营活动，首先要积极组织商品货源，这是做

好商品供应工作的物质基础。为此，要准确及时地掌握市场供求变化趋势，按照市场需要采购适销对路的商品，扩大花色品种，保证商品质量，使消费者能够及时地、充分地选购到适合需要的商品。与此同时，要正确贯彻商品供应政策，不断研究改进商品销售方法，开展多种形式的销售活动，便利消费者购买，扩大销售，把生意做活。

2. 为消费者提供全面的商业服务，不断提高服务质量。

零售企业的基本职责是通过经营活动，不断满足消费者的商品需求，在履行这一基本职责时，必须以优异的服务质量，良好的经营作风，文明周到地为消费者服务。处处为消费者利益着想，处处方便消费者购买，尽一切力量使消费者满意。

组织好商品进销经营活动与不断提高服务质量是相互促进、相辅相成的两个方面，最终目的都是为了使消费者买到称心如意的商品，满足消费者的需要。有了数量充足、质量完好的商品，如果消费者不能心情舒畅地进行选购，就会影响商品的推销，进而影响企业的声誉。在同样的商品经营条件下，不同企业之间服务水平的高低，对于促进商品销售起着决定性的影响，要研究掌握不同消费者的心理，针对不同的需要，提供全面的良好的服务。

3. 向生产部门和批发企业反馈市场信息，沟通生产与消费之间的联系。

零售企业在商品经营过程中直接与广大消费者联系，最了解消费者的需求和变化。它通过自己的经营活动，调查、了解、研究消费者经常变化着的商品需求，及时向生产部门和批发企业反馈信息，协助生产部门改进产品设计，增加新的花色品种，提高产品质量，改善产品的功能，降低产品成

本，使产品不断适应消费者的需要，促进生产的发展；使批发企业能够按照消费者的需要去采购商品，做到商品适销对路，减少避免商品积压，加速商品流转，降低费用，提高经济效益。这是零售企业义不容辞的应尽职责。

4. 引导消费，帮助消费者产生新的需求。

随着国民经济的发展，人民物质文化生活水平逐步提高，随着科学技术的进步，生产部门的新产品将会愈来愈多地投入市场；零售企业有责任通过广告、商品陈列与销售服务积极为新产品开辟销路，使消费者尽快认识，了解新产品的功效、性能及有关的科学普及知识，培养、引导其新的消费需求，促使人民群众的消费水平不断提高。

第二节 零售企业的类型

一、按照生产资料所有制的形式划分，可分为国家零售企业、集体零售企业、股份制零售企业、私营零售企业、个体零售企业以及少量的合营企业和外资独营企业七种

国有零售商业企业的生产资料归国家所有，资金比较充足，物质技术设备比较先进，经营能力强，其经营利润绝大部分通过税收上缴国家，由国家统一分配和使用。国有零售商业企业是社会主义零售商业企业的主导力量，它对保证市场供应，促进引导生产，满足消费者需要，稳定市场物价，活跃城乡经济，开展对外贸易起决定性作用。

根据马克思主义理论和我国经济体制改革的实践，企业的生产资料所有权和经营权是可以适当分开的。目前我国国有零售商业企业已经采取多种经营方式，不同程度地实现了二权分离，主要有：

1. 国家所有，承包经营；
2. 国家所有，集体经营；
3. 国家所有，租赁经营。

集体零售商业企业是社会主义公有制零售商业企业的另一种形式。这类企业的生产资料和经营资金是由其成员自己筹集并在经营中逐步积累起来的，属于企业成员集体所有。它们集体经营，照章纳税，自负盈亏，企业的经营成果与企业全体成员的经济利益有着密切联系，因而经营上有更大的自主性和灵活性。

集体零售商业企业一般规模比较小，店址深入居民区，接近群众，方便群众购买；可以灵活调整经营方式，适应市场和群众不断变化的要求，有利于改进服务方式，提高服务质量。在社会主义初级阶段，特别是在当前我国社会生产力水平比较落后的情况下，更有广泛发展集体所有制商业企业的必要。

私营零售企业和个体零售商业企业是国有和集体零售商业企业的必要补充。

中外合资零售商业企业，它是经我国政府批准，由我国的公司、企业或其他经济组织同国外公司、企业或其他经济组织，按照平等互利原则，在我国境内共同开办的零售商业企业。是我国实行对外开放政策以后发展起来的，是利用外资的一种形式。最近几十年间，世界上许多发达国家和发展中国家都利用外资加速了本国经济的发展。因此，发展合资经营企业对于我国在自力更生基础上扩大国际经济合作和技术交流，利用外资，学习国外先进管理经验，加速社会主义现代化建设有着十分重要的作用。为鼓励和引导合资经营企业的发展，我国先后颁布了《中华人民共和国中外合资经营企

业法》，《中华人民共和国中外合资经营企业法实施条例》，对合资经营企业的建立、法律地位、管理、经营、利润分配等作了具体规定。

外资独营零售企业：也是利用外资发展我国经济，经我国政府批准成立的。它是受我国政府管辖、遵守我国法律的资本主义企业。

二、按经营商品范围划分，可分为综合商店、专业商店

（一）综合零售商店

综合零售商店经营的商品类别多，但每个类别的花色品种少。主要是居民平时经常需要的，挑选性不大的普通日用工业品、食品或副食品。

这种零售商店的主要特点是规模较小，需要的投资少，组建快，便于广泛发展，可以深入居民区，接近群众，方便群众购买，满足群众的日常需求。

（二）专业零售商店

专业零售商店是专门经营某一类商品的商店，如家具商店、皮鞋商店、钟表商店、服装商店、家用电器商店等。它经营的商品类别少，但花色、品种、规格、型号齐全，便于消费者挑选，可以较好地满足消费者在某一方面的需要。目前我国的零售商业企业，实行专业化经营的比重不大。它受各地生产发展水平、人口密度、购买力高低等多种经济因素的制约。随着国民经济的发展，人民消费水平的提高，必然会要求建立更多的专业化商店，同时也为商业企业专业化创造了物质条件。因此，专业化的商业零售企业，必将得到较快的发展。

三、按经营规模划分，可分为大型零售企业、中型零售企业、小型零售企业

规模大小的区分标志，主要以商品销售额、资金额、营业面积、从业人员等来确定。从经营的商品上有以下区别：

大型零售企业经营的商品类别多，各个类别的花色品种齐全，按商品部实行专业经营。实际上它是专业商店的联合。主要特点是经营的商品种类齐全，便于顾客广泛挑选，能满足消费者多方面购买的要求；企业规模大，领导力量强，能使党的各项方针政策较好地贯彻执行；有条件设置专业管理机构，采用现代化管理手段；有条件建立完备的商品检验制度，对商品质量实行严格监督，能够对零售人员进行系统的培训，采用比较完善的服务设施，保持较高水准的服务质量。当然，对大型零售商店也要一分为二，因为它规模大，建筑设施标准要求高，需要的投资多，并且大多设置在交通方便，购买者云集的繁华地区，故与消费者距离远，不便于消费者随时购买。

中型零售商业企业，经营的商品类别比较多，花色品种比较全，它的特点是把消费上有联带性的几类商品结合起来经营，在经营上既有工业品又有副食品，中型零售商业企业，在我国分布比较广泛，它具有使消费者一次购买到一定范围内所需的商品的优点。

小型零售商业企业，经营的商品类别比较少，花色品种不全，企业的经营面积小，人员少。主要经营的是居民群众的日常生活用品，如前面提到的综合商店即属此类小型零售商业企业。

四、按售货方式划分，可分为传统零售企业、自选零售企业和无店铺企业

传统零售企业的主要特点是企业具有固定售货地点和固定售货时间，买方（消费者）与卖方（售货员）进行面对面

的一手钱一手货的交易。这种售货方式，便于消费者当需要某种商品时，知道到哪里去买。什么时间可以买到。其售货方式有固定售货、流动售货、预约销售、送货上门等方式。

自选零售企业，也称超级市场。主要特点一是敞开式售货。以自我服务代替售货员服务，既尊重了顾客随意挑选商品的愿望，又精简了售货人员，从而大大提高了劳动效率，节约了费用开支；二是广泛采用定量包装。注重包装技术，能较好地保持商品（特别是食品）的卫生条件，并便于携带，适合顾客一次购买较多数量或品种的商品，减少购买次数的要求；三是用电子计算机结算代替人工结算，这一方面提高了工作效率，减少了顾客的等候时间，另一方面又保证了货款安全，减少了差错事故。

无店铺企业是零售商业中出现的一种新的零售方式——即无店铺销售，采用“这种销售方式的零售商业企业，用不着花很多钱租用或修建一个店铺，也不需营业员看守货架的商品和接待每一位顾客，仅仅需要的是一个办公室和一个电话及邮件收发室，再根据本身的业务范围和规模分别设置仓库、包装工场和送货车队”。无店铺销售一般采用两类不同的推销形式，一是“上门推销”。由推销员亲自到一些公司、工厂和住宅等场所巡回推销介绍商品。另一种是“通讯推销”，公司在传播媒介上刊登广告或雇人分发商品目录册，然后接受客户的邮递和电话等方式订货。

五、按经营性质划分，可分为零售兼营批发的零售企业与专营的零售企业

零售兼营批发的零售企业多属大中型零售企业，为了扩大销售，薄利多销，同时调剂商品在不同地区、不同企业间的余缺起了积极的作用。

第三节 零售企业经营过程

一、零售企业经营过程的概念

零售企业经营过程是在市场调查、预测的基础上和经营决策的指导下，通过以货币为媒介的商品购销活动，完成商品从批发环节或生产部门到消费领域的转移，最终实现商品价值的过程。

零售企业经营过程是一个周而复始的动态循环的过程（见图1-1所示）它具有自己的特点和运动规律：

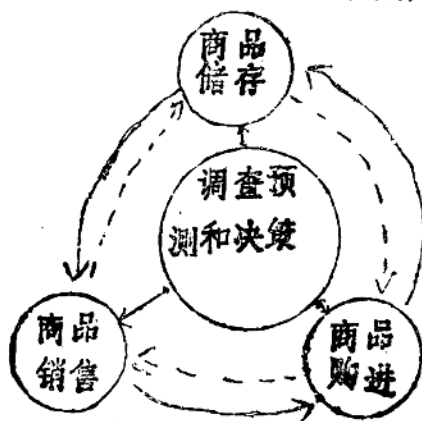


图 1-1

图中实线表示一般情况下的运动轨迹，虚线表示某种制约和反馈。

二、市场调查、预测和决策

1. 市场调查、预测和决策对零售企业业务经营的意义
零售商业企业生存的基础在于经营，经营活动的关键在

于经营决策，正确经营决策的前提是市场调查预测。准确的市场调查预测，即通过对过去经营情况的分析和今后发展趋势的预测，为正确进行经营决策提供可靠的依据。

在社会主义市场经济条件下，人民群众的消费需要主要是通过商业、通过市场得到满足的，市场是反映人民消费需要的镜子。零售商业企业必须加强市场调查和预测，准确掌握市场信息。要经常对市场供需情况的变化进行调查和研究，预测市场变化的趋势，把经营计划建立在市场调查预测的基础上。

零售商业企业要改善企业经营管理，提高经济效益，也必须搞好市场调查和预测，才能作出有科学根据的决策，否则就不能提高企业经营的自觉性和主动性，使人、财、物等资源的配置与使用合理，商品经营结构、营业时间和服务方式等符合消费者的需要，把生意做活，取得最佳经济效益。

搞好市场调查预测和科学决策，有利于提高企业的竞争能力。我国进行经济体制改革以来，特别是实行政企职责分开后，企业增强了经营活力，展开并增强了企业间的竞争。企业只有熟悉竞争对手和市场的情况，才有竞争能力，才能在竞争中取胜，而这是离不开市场调查预测和科学决策的。

2. 市场调查、预测和决策的主要内容

调查市场需求量，主要是调查社会购买力。因为作为企业经营决策依据的市场需求量，不是人们的需求欲望，而是居民有支付能力的需求。有支付能力的需求的表现就是社会购买力。对于零售企业来说，调查市场需求量，不仅要了解企业所在地区的需求总量、已满足的需求量和潜在的需求量，而且还必须了解本企业市场销售量在市场商品需求量中所占的比重，即本企业销售量的市场占有率，以及开拓地区

市场的可能性。

消费需求结构调查，主要是了解购买力投向，一般是按居民收入进行分类，测算每类居民购买力的投向，即对吃、穿、用、住、行商品的需求结构。而且，不仅要了解需求商品的总量结构，还必须了解每类商品的品种、花色、规格、质量、价格、数量等具体结构。另外，还必须了解市场和商品细分的动向，引起需求变化的因素及其影响的程度和方向，城乡需求变化的特点，开拓新消费领域的可能性等等。

调查需求的时间，主要是了解消费者的需求习惯，即需求的季节、月份，具体购买的时间，以及需求时间内的品种和数量结构等。

同时还要调查本企业在不同市场的占有率，哪些市场对企业最有利；了解竞争对手，分析他们在市场中的地位和作用，有哪些经营特色和不足之处，如何根据消费者的需要，做好售后商品服务和维修工作；本企业如何扬长避短发挥优势，如何正确地设计广告和选择广告媒介，以较少的广告费用取得较好的广告效果等等。

三、商品购进

商品购进是零售企业为转卖而从生产部门、批发部门或其他部门组织商品进入本企业的一种经营活动。

零售商业企业的购进是零售商业企业经营活动的起点。买好才能卖好。这就是说，零售商业企业销售业务能否扩大，商品能否顺利销售出去，关键在于购进的商品是否适销对路。零售商业企业加强购进管理，有利于组织充足的适销对路的商品，充分满足消费者需要，有利于向工农业生产部门反馈市场信息，发挥商业对生产的引导作用，实现生产部门的商品资金向货币资金的转化，促进工农业生产的发展，