



(台湾) 汉湘文化事业股份有限公司独家授权

A SERIES OF SHOP-RUNNING

小资本开店 经营法

叶朝铭 主编



西南财经大学出版社

前 言

商品种类琳琅满目，开商店的选择性也就跟着多了起来。行销学有言，能够掌握商机的人就是一位成功的经营者。而商机实际上包括了天时、地利、人和各方面条件的配合。目前可经营的商店种类繁多，如何正确地选择适时、适所、适当的商店来经营，成了一门复杂且需要技巧的学问。

本书的特色是以小资本的商店经营为对象，先将商业种类做大致的区分，力求包括人们日常生活的衣、食、住、行、育、乐各方面，再从各大类中，选择最具生活性的，适合小资本经营的行业做细部的分析。

各行有各行的经营要诀与注意事项，本书提供一个大方向的分析，读者可以从中大致了解各行业的经营要件，进而研究本身的条件究竟适合做哪一个行业。

这是一本概述性的书，对于想要从事小资本经营的人来说，有启发式的指导参考作用，可以作为迈出开店经营的第一步。

· 目 录 ·

前言

第一章 食品销售/1

- 第一种 肉铺/1
- 第二种 酒类专卖店/3
- 第三种 牛乳经销店/6
- 第四种 鱼铺/9
- 第五种 杂货店/11
- 第六种 饭馆/13
- 第七种 糖果点心店/16
- 第八种 茶叶店/18
- 第九种 盒餐店/21
- 第十种 综合食品店/24

第二章 与居住有关的商业/28

- 第一种 装饰材料行/28
- 第二种 家具店/31
- 第三种 房屋出租业/33

第四种 房地产中介业/35

第五种 房屋修整业/37

第六种 陶瓷行/40

第三章 文化性商业/43

第一种 鲜花店/45

第二种 唱片行/48

第三种 文具、办公用品店/50

第四种 宠物经销店/52

第五种 照片冲洗店/54

第六种 体育用品店/57

第七种 书店/59

第八种 手工艺品店/62

第九种 编织用品、钮扣店/64

第四章 以妇女、儿童为对象的商业/67

第一种 化妆品店/69

第二种 儿童、婴儿服装用品店/71

第三种 玩具店/73

第四种 服饰用品店/75

第五种 塑胶模型店/77

第五章 与日常生活有关的商业/80

- 第一种 雨具店/80
- 第二种 皮鞋店/82
- 第三种 五金店/85
- 第四种 服装店/88
- 第五种 度量衡店/90

第六章 注重情调的商业/93

- 第一种 泡沫红茶店/93
- 第二种 烧烤店/96

第七章 人手第一的商业/99

- 第一种 理发店/99
- 第二种 美容院/101
- 第三种 商业、办公大楼清洁业/103
- 第四种 洗衣店/106

第八章 与汽车相关的商业/109

- 第一种 汽车停车场/110
- 第二种 加油站/112
- 第三种 出租汽车/115
- 第四种 流动售货车/117

第五种 汽车用品店/119

第六种 小型运输业/122

第九章 老生意新做/125

第一种 照相馆/126

第二种 中药店/129

第三种 寝具店/131

第四种 自行车行/133

第五种 广告公司（招牌店）/135

第六种 涂料店/138

第十章 娱乐休闲性商业/141

第一种 乒乓球场/141

第二种 游泳池业/143

第三种 钓鱼池业/144

□ 第一章

食品销售

第一种 肉铺

随着社会生活和经济的发展,肉类在人们消费中所占的比重越来越大。在海外每日一人消费的肉量相当可观。

虽然我们历来是以谷类为主食,但肉类的消费量有逐渐增加的趋势,不过因为人们的口味各不相同,肉类在各地的供求情形也不一样,价格也不同。影响的因素除了肉类供应来源、运输、管理等方面外,肉铺的经营情况也是一个非常重要的影响因素,不可忽视。

另外,一些肉类加工品的产量和销量也上升得很快,比如腊肉、腊肠、火腿、熏肉等等。随着生活节奏的加快,这种易烹或免煮的肉类加工受到越来越多的消费者喜爱,尤其对双薪家庭来说,西洋式的火腿(类似我们的香肠)切片就可取食,成为一切讲求快速的现代社会中,便利的肉类食品来源。

销售各种肉制品的肉铺要想取得较好的经营效益,就要详细地调查牛、猪、鸭等肉类在该地的供销情形,以及当地居民的口味嗜好。有些肉类在某地销量好,在另外的地方却不尽如此。周密地调查与行业有关的情况,对确定自己的经营内容和方式非常重要,将直接影响肉店的经营效益。

人们购买肉类的习惯也不太一样,有的每天购买一点,有的隔天买一次,有的一次购买几天的量,放在冰箱里贮存起来,这对肉铺的经营规模及货源的联系都有影响。

随着双薪家庭数目的增多,购物的方式,大都倾向于“一次购足”,这可节省不少时间。肉类加工品的销量增加也与这种社会生活方式的改变有关。

由以上分析可以得出肉类消费会持续增加的结论,那么,肉铺要想取得较高的经济效益,该注意哪些方面的问题呢?

传统上,人们都是在菜市场的肉铺上买卖肉类,这不太卫生,而且对周围环境有不好的影响,以后会朝向专门的肉类销售店发展,这样,只有科学的经营头脑才能赚到大钱。

在设备上,要有冰柜和冷冻柜。若要炸丸子、肉饼、烤肉,还要准备油锅、炸炉等。如果只卖鲜肉,当然就不需要这些设备,成本也就低些。

如果开的是冷冻肉铺,付给工人的工资将比其他经济类型的肉铺要多,因为切肉的刀功是相当讲究的。如果兼做烤炸生意,需要的人手则更多。在日本东京,工人的工资大约占毛利的六成,因为刀功的好坏影响到肉类的销量,故不得不在这上面花

大本钱。

为了节省人手,也可采用定量包装销售的方法,这在某种程度上来说是很有效的,采用机器包装是值得思考的方向。

和其他所有店铺一样,肉铺也要注意内外环境的美化,商品的摆置要妥善规划,不可杂乱无章。最重要的是要保持店铺的清洁与卫生,这是吸引顾客光临的重要因素。

肉铺的位置最好选在中等规模以上的居住区内,客源量大而稳定。店铺的服务范围为 500 米左右。

肉铺的经营者在做生意时要将眼光放远,以改善人们的饮食生活为己任,时常增加些新口味、新品种,保持永远的魅力。另外,也要经常学习新的经营管理技术,多注意宣传的技巧,以便在激烈的竞争中立于不败之地,生意越做越兴旺。

第二种 酒类专卖店

在台湾地区,专门经营酒类的店铺比较少。酒类大部分都是由杂货店零星销售。其实,开专门的酒类经销店是有很大大前途的。若以一般家庭为服务对象,那么由杂货店附带销售是可行的,但若服务对象为餐厅、酒吧、舞厅等大众场合,则非酒类专卖店莫属。

下面简略介绍一下日本在这方面的情况,以供参考。

在日本,酒类经营者首先要具备如下的资格:

一、了解酒的相关知识，具有记帐能力，可以独立营业，经由税务处长认定校准。

二、曾直接从事酒类制造业或销售业，连续五年以上者，或曾直接从事业务三年以上者。

其次还要检查以下项目，以判断其有无销售能力。

一、申请营业场所所属地区：根据人口等因素，划分为A、B、C、D四个等级。A级地区，是人口在30万以上的城市，其全部酒类在一年间经销数量达36升以上。

二、资金：如果是A级地区，最低资本额是150万日元，流动资金是110万日元。所谓流动资金，是指现金、存款、有价证券以及一个月内可以收回的欠帐等可作为资金运用的资产。

三、设备：按销售估计数量计算，不仅包括经销设备，还包括贮存设备。

四、经销场所应具备的条件：A级地区服务半径大约为100米以上，B级地区以下服务半径会更大。但如果实际条件决定了服务半径为100米以下，那也是可行的。

比如在高层住宅密集的地方，即使在100米以内，如果营业能给消费者带来便利，是消费者所需要的，那也可以获得批准。

五、申请文件：在向上级部门申请营业执照时，需递交以下文件：

1. 经销设备状况
2. 营业计划书
3. 所需资金明细表及筹措办法有关文件

4. 各类财务报表
5. 商店登记簿誊本及定款
6. 申请书印鉴证明
7. 申请人履历表

把这些文件提出申请两个月之后,一般都可知是否被批准营业。

在台湾地区酒类专卖这个行业不会有这么多麻烦的手续,最多是按照一般商店申请经营就可以了。

我们现在再回过头来谈一谈酒类专卖店应当注意的事项。

首先,经营酒类的毛利低,因此就要严格控制管理费和经销费。基于这个原因,对于餐馆、酒吧等场所应该开展外卖,而且其比重要大幅度提高。但进行外卖所做的附带服务工作,如果事前没有计划好,销售量增加但利润反而减少,就不划算了。

还有,可适当地做些送货服务,这对吸引顾客是必不可少的

手段。

送货上门和提高销售量有直接关系,可争取大量的基本客户。有了基本客户,逢年过节礼品的销售量就会大大增加。基本客户的多少,取决于送货次数的多少。

年节礼品是销售很重要的一个环节。酒类自然不必说,即使是兼营的商品,也要做各式各样的样品和各种款式组合的商品,以满足当地顾客的需求。要记住做整组搭配的营销,这一点非常重要。

谈到店铺位置选择的问题,这里有个建议,最好选择在住宅

区附近大街上的繁华地段，这样经营起来不会太难。尽管如此，还是要尽量多地具备一些酒类知识，另外要紧跟时代的发展潮流。要想持续地把生意做得兴旺，就要多注意这方面的信息。

酒类专卖店的内外装修，也需注意不要太落伍，在一定程度上，要迎合现代人的心理需要。酒类专卖的品种应多样化。如果能告诉顾客们一些调制鸡尾酒的方法，这对于打开销路，争取基本客源，会有相当大的帮助。

第三神 牛乳经销店

随着人们生活水准的提高，牛乳的消费量大为增加，这是一个值得开发的行业，但同时又充满着激烈的竞争。如果经营不当，只有惨遭失败。

一如前述，牛乳的消费日渐增多，许多制乳厂商应运而生，这就是牛乳经销行业良好的背景条件。

现在各制乳厂商，竞争非常激烈。他们尽可能地选择在地理上有利的场所，建立属于自己公司的分销店，当然在我们这里目前还不存在像欧美或其他地区那样的，不能同时经销两个品牌的牛乳的问题，关键在于选择店铺的位置。选择时，当然不能只顾批购方便，也同样要考虑到顾客购买的便利才行。

现在销售牛乳的方法，大致可概括为以下四种：最古老的方法，是挨家挨户地派送；其次是在医院、公司或冷热饮店大量推

销；第三是在自己店面经销；另外就是利用其他商店零售。

送货上门的方式最直接，也最古老。但这种方式的成本越来越高，因为工资提高了。送货的效率也因人而异。如果是打工的学生，则一天最多送上百瓶；有四五年经验的，一天约可送五百瓶；对这项工作非常熟练的工人，一天大概可送上千瓶。这是指在住户比较密集的地方的情况。如果住户住的距离较远，则效率就会低得多。

因此，售货的地点最好选在商业区或办公大楼，因为这里的人口流量大。如果在那儿碰到了强有力的竞争对手，则要压低自己的价格以吸引顾客。另外，这里的空瓶的回收率也不像在住宅区那么高。住宅区的空瓶回收率一般可达100%，而在上述的职业场所推销牛乳，空瓶的回收率在90%以上，已经很不错了，未收回或损失的空瓶，销售店是要付空瓶赔偿金的，累积起来，也不是一个小数目。

利用其他商店的冷冻柜销售，是一种时下非常流行的“借鸡生蛋”的方法。这要事先征得店主的同意，当做他们商店的副业来经营。这样做的一个好处，是可免除自己付工资，而且也未必无利可图。设置冷冻柜，一般商店都可以，最好是面包店和食品店之类的。

近来牛奶经销业发展的主流是在便利商店内销售，因为店内销售效益较好，许多商店都竞相模仿，但效益的好坏最终取决于店铺的位置是否合适等诸多因素。

有意从事此业的人，应该注意不要忽略以下问题：

首先要对资金和利润两方面的问题进行全面的衡量。付给送货员的工资以不超过利润的 $1/3$ 为原则。太高或太低都不好。

送货的工具依店面规模而定。如果规模很小,用摩托车就可以了;规模稍大一点的,可考虑用小型运货车。

冰柜是最重要的设备,价格依容量而定,有的可装 1000 瓶,有的只能装 300 瓶。店主可根据自己店铺的规模来做出选择。

牛乳经销这个行业并不是自开业起就一成不变、一日复一日地循环运作的,它必须根据牛乳销售量的消长而制定出应变的措施。

向家庭推销时,可以改用 1 升的瓶装,这样可以达到提高消费量的目的,因为这样改装后,容量比小瓶多了 3 倍,即使销售量还是一样,但在提高消费量的同时,省去了 $2/3$ 的手续。

每一家庭的消费增加,意味着所饮用的牛奶品质优良,也表示可以继续派送这种牛奶,这需要制乳厂提供资金使牛奶的品质得到保证。在店内销售的,以鲜乳、巧克力牛乳和发酵乳的销路较好,纯利很大,但可不能只以销售牛奶为满足,为了更易于脱售,还可以卖些面包之类的食品。

关于冷冻柜,在有些国家或地区,不但设置在其他商店里陈列商品销售,最近在许多大型商店里也有兼营牛乳的现象,甚至还有人考虑在美容院里设置,用一种简单的宣传手段,告知顾客牛奶对美容有奇效,以便使牛乳得以销售。这是一个很好的主意。

在职业场所中销售时,向人逐个推销不是一个好办法,可以试试商请公司统一办理订购,在和负责人接洽时,谈话重点要放在卫生保健上,这样可以比较容易地说服对方。

随着牛乳作为健康饮品概念的宣传,牛乳的销售量增长得很快,完全不必墨守传统的销售经营法。要多动脑子,想出符合新形势的新的销售方法来,那么,利润就会以前所未有的数量源源而来,关键就在于动脑筋去挖掘、发现和创造。

第四种 鱼铺

和前面谈到的肉铺一样,鱼铺也不是指摆在菜市场的一角向顾客兜售的鱼摊子,那不仅不卫生,而且对环境有不好的影响。在有些国家或地区,这种方法只在穷乡僻壤才偶有所见。在台湾地区,销售鱼类也正逐渐朝科学化、合理化、卫生化的方向发展起来。

随着物质文明的发展,销售的鱼类不但可以摆在冰箱里,也可摆在冷冻柜台陈列销售,这也引起了销售方法的一系列变化。

由于鱼的捕获量不太稳定且有季节性,故价格也会随之波动。鱼肉是一般家庭不可缺少的食物,随着人民生活水准的提高,这方面的消费日趋增加,当然鱼肉摊也不乏略具门面的。对于开一个鱼铺所需的资金,不能一概而论。

一个小得不能再小的鱼铺,只需十几平方米就够了,但内部

环境必须做到明亮和卫生,在有些国家或地区,开业还必须取得卫生机构的许可证明才行。店面的柜台,可用水泥砌造,铺上瓷砖就更好了。表面要形成一定的斜度,下面要有通畅的排水设施。同时,店铺的内壁,标高在1米以上的都要铺设防水材料。

此外,冰冻柜台、冰箱、作业室、水槽等也是不可少的,要按一定的规范来设置。台湾地区在这方面目前还没有专门的规定,为了适应将来的需要,可向有关部门请教一下。

现在谈一下进货的问题。进货的方式有两种,一是到批发市场去向大批发商批购,二是直接批进。采用共同批购方式,是比较划算的。在特殊情况下,还可直接到产地去批购。

由于鱼类特别讲求鲜活,因此做这行生意,若能当天把所有的货都卖出去是最好的,一年之中商品资金的运转次数和营业的天数完全一样,那么可以获得的纯利就会随之增加。

售鱼时要注意把品种分清楚,特别是有些远海鱼,外观上很像近海鱼,但味道要差多了,在摆放时要特别留神分开。如果是故意将两者混在一起销售,则会影响该店的信誉。

冷冻鱼也是一样,如果解冻的方法不对,也难以吃到鲜美的鱼肉。关于这一点可向购买的顾客做适当的介绍,这对于赢得固定的客源是一种很有效的办法。

在住宅密集、双薪家庭多的地方,可考虑把鱼加工后再销售。由于这些顾客较为忙碌,不能花很多时间在烹饪上,于是就可针对这些人的实际情况,准备些烤炸的加工品或鱼丸来卖。另外,这些家庭即使买了鱼,也难得有清理鱼肚、挖腮刮鳞的时

间,如果销售之前能把这些工作都做好,也将会大受欢迎。

除了店面销售之外,向外兜售也很重要,可以派人挨家挨户地去询问,但由于工人工资很高,如果顾客不是以买高级鱼为主的话,是很不划算的。

外卖的方法除了逐家逐户去问以外,还可用小型运货车在街头或住宅区兜售,这不失为一种可行的方法,但一定要注意保鲜。

这个行业,一个店铺的标准从业人数是五名。至于资金和成本计算,则要依实际情况而定。

第五种 杂货店

杂货店经销的商品为酱油、豆瓣酱、盐、花生油、牛油等调味品,有时还兼卖腌菜、咸鱼等,总之是一切与饮食有关的商品。这些东西都是专门经销店里所没有的,如果经营得当,就可获致厚利,但如果经营无方,也有一败涂地的危险。

从上面所列的商品来看,杂货店简直就是一个超级市场。这样的商店在与其他的专卖店以及真正的超级市场的竞争中,要想获胜,就必须因地制宜地拟定出周详的计划。

由于所卖的是家庭日常食品,在商品种类上,必须选择每日顾客都要用的东西。同时,要考虑到其他店铺卖的是什么东西,专卖店销售的是哪类商品。再者就是要仔细观察住宅区的顾