

涇縣吳東初著

商業概要
第一卷

零售學

商務印書館發行

商 業 概 要

第 一 卷

江苏工业学院图书馆
藏书章

津縣吳東初著

售

學

商務印書館發行

Commercial Series, Vol. I
RETAIL SELLING

BY

TOOZOO C. WOO, M. A.

1st ed., Jan., 1923

3d ed., July, 1926

Price: \$0.50, postage extra

THE COMMERCIAL PRESS, LIMITED

SHANGHAI, CHINA

ALL RIGHTS RESERVED

中華民國十五年七月初版

商業概要
 第一卷 零售學一冊

(每冊定價大洋伍角)
 (外埠酌加運費匯費)

著者 涇縣吳東初

發行者 商務印書館

印刷所 上海北河南路北首寶山路
 商務印書館

總發行所 上海棋盤街中市
 商務印書館

分售處 北京天津保定奉天吉林龍江
 濟南太原開封西安南京漢口
 蘭谿安慶蕪湖南昌九江
 商務印書館
 長沙常德衡州成都重慶廈門
 福州廣州潮州香港梧州雲南
 貴陽張家口新嘉坡

※此書有著作權翻印必究※

商業概要第一卷零售學序言

吾於申報常識欄甚愛閱吳東初君商業問題之研究心焉識之既而吳君彙輯成書命曰零售學編爲商業概要第一卷將出版以示予且索序余最近調查吾國農工商職業教育用書得三百六十八種屬商業者六十七僅占百分之一十八間嘗受而讀之除一二關於技能之研究外大都摭拾陳腐之學理絕鮮根據實地考查者以余所知今外國商學者皆主張採用科學的管理法其於商品之製造裝飾陳列乃至廣告場之一圖一說交易場之一言一動無不深研購物者之心理務求恰到好處可謂精矣本於科學則宜蓄有相當之基本知識本於心理則宜熟悉當地之社會風俗非可以意爲之尤非可剽襲外國成法以強行之於我國也吳君之書真能根據實地考查所得之社會現狀以應用平日研究所得之專門學理者關於商學之出版物求如是書罕矣蓋吳君卒業於美國哥倫比亞大學後回國服務於組織完備勇於改進之商務印書館用其所學用日熟而學日精非率爾下筆者所

能夢見今書出版吾願學商者業商者人手一編且各就地位試行其所主張於實際之業務以其發現之結果報告於著者爲更深一步之研究其興味無盡而商業之進步亦與爲無盡不亦善哉爰爲是言以弁其首中華民國十一年八月黃炎培序於中華職業教育社

自序

農礦生產工施製造商爲媒介隨時隨地供給吾人需要是故懋遷有無雖在蠻貊之邦不可或缺也及今世界大通競爭日烈商業益爲國際所重視商戰之聲揚溢寰宇經商之人莫不汲汲焉謀所以制勝頃者國人羣知注重商業矣士人學子普遍商場而不以持籌握算爲不足齒矣顧於商業之經緯管理之方法能審視而明辨者蓋寡卽久歷商場者積窮年累月之經驗措置支配亦多未得其道其下焉者則更陳陳相因墨守舊法不知改良然則欲與人爭衡又何怪乎不競哉著者遊美嘗聆彼邦名人之言論莫不謂商業盛衰全視商事學識優劣以爲判商業設施研究與實習之機關遍全美四十八州幾於無地無之而論商之書近十餘年來更風發雲湧良以經商固重實驗然無學理以範之則措置支配難免隕越更無制勝之可言矣我國商校尙在初創坊間亦乏專書間或有之皆一鱗片爪語焉勿詳非偏於理論卽略於事實且與我國商情不相脗合爰曾以研究所得分類述之按日披

露申報常識欄名曰商業問題之研究讀者不棄羣以刊印單行本爲請因先就零售學一卷重加編次付之剞劂以供商校之教材商人之借鑒邦人君子幸教正之編次時承契友張叔良先生代爲釐訂匡益良多謹誌於此用表謝悃

民國十二年一月安徽涇縣吳東初

商業概要
第一卷
零售學目錄

(一) 零售概論·····	一
(二) 店友專論·····	四
(三) 商業知識·····	一二
(四) 買客三種·····	一七
(五) 售賣之四步·····	一九
(六) 買客之注意·····	二一
(七) 買客之興趣·····	二四
(八) 買客之欲望·····	二六
(九) 買客之決定·····	二九
(十) 買客決購之心理·····	三〇

(十一) 店肆虧損之一(火災).....	三二
(十二) 店肆虧損之二(偷竊).....	三五
(十三) 店肆虧損之三(糜費).....	三七
(十四) 櫥窗陳列專論.....	三九
(十五) 商品陳列概論.....	四一
(十六) 顏色與裝飾.....	四三
(十七) 店友之責任.....	四六
(十八) 店主之責任.....	四八
(十九) 售賣種類.....	五三
(二十) 商店政策.....	五五
(二十一) 盤存專論.....	六二
(二十二) 行銷專論.....	六四

(二十三) 開銷專論·····	六五
(二十四) 利益專論·····	六七
(二十五) 本利計算法·····	六八
(二十六) 訂價專論·····	七二
(二十七) 廣告概論·····	七六
(二十八) 廣告時間·····	七九
(二十九) 廣告目的·····	八〇
(三十) 廣告內容·····	八二
(三十一) 廣告方法·····	八三
(三十二) 廣告之真偽·····	八五
(三十四) 廣告標題·····	八八
(三十五) 廣告之地位·····	八九

(三十六)廣告之經過·····	九一
(三十七)賒欠概論·····	九五
(三十八)賒欠之流弊·····	九六
(三十九)賒欠之理由·····	九八
(四十)賒欠之淘汰法·····	一〇〇
(四十一)賒欠須知·····	一〇三
(四十二)賒欠與買客·····	一〇五
(四十三)賒欠問題之解決·····	一〇六
(四十四)爛賬之發生與防止·····	一〇八
(四十五)收賬之方法·····	一二

(一) 零售概論

地位。零售業所居之地位。極為重要。因無論何項商業。均以人為主體。零售商與顧客。有直接之關係。亦即經營商業之最後一步。零售業之興敗。須以顧客為轉移。而商業上應有各事之手續。至零售業而總其成矣。

宗旨。零售業與顧客。既有密切之關係。則其宗旨。對於社會。似應含有一種類似服務的性質。簡言之。即須獲顧客之滿意。而得其歡心。商業上因地點之不佳。或所抱之政策背謬。以致失敗者恆多。然因不善服務。或未得顧客之滿意者。雖一時不即失敗。亦必經社會之淘汰。而終歸於失敗也。譬如索價過巨者。社會自有力以抵抗之。蓄意壟斷者。社會亦能破壞之。或另謀他物代替之。廣告與售貨不符。以欺詐失却信用者。顧客終必不與交易。故欲於商業佔永久之優勝者。不可不有遠大的

眼光。作長久之計算。諺云。「長線放遠鷁。」信哉斯言乎。

顧客。普通零售商。往往對於顧客。缺乏正確之觀念。例如商場上有習聞之「盡力要索」「窮其所有」「在我掌握中」「容易錢」「捉團頭」「上了我的鉤。」等等口語。即可窺見商店欺侮顧客之態度。實近代商業所當力求矯正者也。猶憶美國波斯盾城某巨店。設有商業補習所。學生均店中人員。一日該店總經理詢學生曰。「本店老板何人乎。」學生答謂「貴總經理也。」總經理搖首曰。否。復問「本店真店主爲誰。」學生答曰。「某大股東也。」該總經理曰否。卒以無人答出。卽笑謂學生曰。「實則本店之真老板。是一般顧客耳。」按此項問答之價值。在使店友曉然於店業之勝利。在能得顧客之信任而已。

店友。能否獲得相當之店友。爲零售店應行研究問題之一。此問題之研究。吾人不得厚責任何方面也。舊式商店。範圍簡單。同事稀少。店主躬自監督。店友蕭規曹隨。不必匠心獨運。故仰仗店友之力較少。卽本店店友不甚高明。他家店友亦無特

長。故此種店友。尙足以維持昔日之商店。今則不然。大店林立。競爭益劇。內部組織。極爲繁複。同行售物之術。日見新穎。貨品依類分部出售。由店友主持其事。店主改爲經理。退居經理室內。店友少與晤談。卽乏切磋之機會。應接顧客。全恃當事之店友。各盡所長。店友之與顧客。關係直接。其於本店所負之責任。殆甚重大。良好之店友。誠各店所急須仰仗而不可多得者也。

學徒。吾國舊制。今日之學徒。卽爲他年之店友。就地植材。意亦良得。第沿用旣久。流弊叢生。遂爲人所厭棄。大抵小店學徒。不啻童養廝僕。所謂三年滿師。無異作三年奴隸。究其所學何事。則無甚可舉者。此種制度。舊有一般小店行之。尙覺可以維持其原有之商業現狀。若近來新設之各大商店。亦欲藉學徒爲店友。則覺其緩不濟急。故就商業學校。培植一般商業人才。斯爲適當耳。

四要點。零售業應行研究之問題極多。如廣告陳列等等。茲僅就每一交易之成功言。有不可不知者四。卽店友。貨品。售術。顧客是也。言店友。須注意其體格。本能。教

育經驗與德性。言貨品當知其性質。構造。用途。價值。言售術。當知觀察顧客之心理。而利用心理學也。言顧客。須知迎合其性情。而使交易底於成也。總之零售業在今日。已成一種專門學問。即所謂零售學也。其主要根本。即如何使購者滿意。而本身獲其利也。從事商業研究者。其可忽諸。

（二）店友專論

近來自動機器。花樣翻新。有投一錢而出一粒糖者。亦有投銀圓一分而出一分郵票者。醉心機器學者。曾倡議各店裝置自動機器。以替代店友。此種偏見。苟店友而僅能做現成之交易。自以採用機器。較之雇用店友。更為節省。惟交易非盡屬簡單。如售糖與郵票。則店友未可全廢。而仍有應行存在之價值。店友既非被動者。則吾人於店友存在之理由。不可不加意研究。茲先就其理由。申論凡五。

（一）根於習慣。購客每入店門。見店友在。與談交易。周旋應對。相習已久。故改用機器代店友。為不可能之事。

(二)指導顧客。顧客對於一店之各貨之應用。不易盡知。非俟店友之反復陳述。難明底蘊。西諺有云。「店夥爲人民之指導者。生活程度。藉以促進。」誠有意味之言也。

(三)脫售貨品。貨品之不能自賣者極夥。若保險生意。縫衣機器。與音學器具等。非經店友攬銷不可。至遇競爭發生時。尤賴店友之售賣能力者居多。有目販賣人爲商業公使者。則店友之關係重要。可想見矣。

(四)提高貨值。貨品之價值。每因由良好之販賣術以提高之。在店友固屬煞費苦口。在顧客亦因用途頗多。價值加增。不以爲苛。

(五)吸引顧客。良好之店友。對於購者。有保舊招新之能力。店中生意。全賴維持。爲一時不可缺之人才。

店友之類別。舊商業思想。往往以人非生而卽有做生意之天才者。不宜使其入商界。此種抽象的限制。每致屏棄良好人才於不顧。殊非平允之見解。新商業思想。

非不承認各人之本能。乃更進一步。一變其挑剔商業人才。而爲訓練商業人才。故有所謂學成的店友。與不藉訓練而天然生成的店友。截然爲二。取捨雖異。其爲效用則一也。惟人之才能。不習近商業者。自應加倍勤學。卽人之才能近乎商業者。亦不可自暴自棄。而當奮勉從事也。

店友之資格。店友之職務愈重要。卽資格愈不可不講求。論及店友之資格。有下列數事。不可不注意。

(一)康健。康健云者。非徒指無病而言。必也精力充足。體態敏捷。待人接物。措置裕如。志氣高尚。常抱樂觀。衣食住支配合法。如是之人。不論所任何事。未有不操勝券者也。

(二)普通教育。方今時勢進步。商人至少應具普通知識。已爲吾人所公認。吾國昔日四民舊制。有才不學。買學買乃無才。人民惟知功名利祿。讀書就仕。其鄙棄商人。輕賤商業。乃至不可名狀。今則大勢丕變。一般青年學子。移其作官之奢望。而趨