

国际时尚管理系列丛书

零售买手算经

MATHEMATICS FOR RETAIL BUYING

Bette K. Tepper

[美] 贝特·K·泰珀 著

陈敬丽 顾朝晖 译

顾庆良 校

东华大学出版社

美国引进版

国际时尚管理系列丛书

零售买手算经

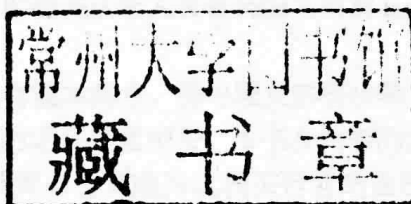
Mathematics for Retail Buying

Bette K. Tepper

[美] 贝特·K.泰珀 著

蒋敏丽 顾朝晖 译

顾庆良 校



东华大学出版社·上海

图书在版编目 (CIP) 数据

零售买手算经 / (美) 贝特·K. 泰珀著. 蒋敏丽, 顾朝晖译.

—上海: 东华大学出版社, 2018.1

ISBN 978-7-5669-1207-7

I. ①零… II. ①贝… ②蒋… ③顾… III. ①零售—研究

IV. ① F713.32

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 067635 号

Mathematics for retail buying 7th edition

by Bette K. Tepper

Copyright ©2014 by Bloomsbury Publishing Inc.

Chinese (Simplified Characters) Edition

Copyright ©2017 by Donghua University Press Co., Ltd

published by arrangement with Bloomsbury Publishing Inc.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form or by any means - graphic, electronic or mechanical, including photocopying, recording, taping or information storage and retrieval systems - without the prior permission in writing of the publishers.

本书简体中文版由 Bloomsbury Publishing Inc. 授予东华大学出版社有限公司独家出版, 任何人或者单位不得以任何形式转载、复制或抄袭本书的任何部分, 违者必究!

合同登记号: 09-2014-342

责任编辑 徐建红

封面设计 Callen

零售买手算经

[美] 贝特·K. 泰珀 著

蒋敏丽 顾朝晖 译 顾庆良 校

出版: 东华大学出版社 (上海市延安西路 1882 号, 200051)

本社网址: dhupress.dhu.edu.cn

天猫旗舰店: <http://dhdx.tmall.com>

营销中心: 021-62193056 62373056 62379558

电子邮箱: 425055486@qq.com

印刷: 苏州望电印刷有限公司

开本: 889mm × 1194mm 1/16

印张: 18

字数: 630 千字

版次: 2018 年 1 月第 1 版 2018 年 1 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5669-1207-7

定价: 79.80 元

前言

当你懂得测量，并能用数据把测量的结果表达出来，说明你对你想讨论的事物已有所认知。反之，如果你不懂得测量，无法用数据表达结果，则说明你对其还知之甚少。

——开尔文勋爵（Lord Kelvin, 1824–1907）

无论店铺规模大小，经营数据都是零售商的行话。这一点一直没有改变，而且在当今竞争激烈的商业环境中，对通过商品企划获得盈利过程中所涉及的数学因素的理解比以往任何时候都更为重要，因为盈利才能使你与时俱进。以基本数学知识为背景，就能深入了解如何以数学方式解决商品企划问题，也能领悟为什么要靠数据进行商品企划决策。经验丰富、业务熟练的买手们明白，数学技巧和数据分析能力是从事该行业的必备技能。此外，了解利润核算的相关从业人员也会因其对商品企划状况的深入了解而受益。

《零售买手算经》一书中除了包含基本概念、练习题及解答步骤之外，还有对数字的计算和解读，这些数字与产生利润的诸多要素相关。本书在内容的选择和每个主题的表达深度上都经过再三斟酌，对零售商品企划或与之相关行业的业绩提升具有实用价值。书中着重讨论零售买货 / 商品销售过程中的各种数学概念，以及这些概念与为了实现盈利而进行的各种活动之间的关系。编写本书的初衷是为将来有意直接或间接从事零售行业商品企划及买货工作的学生提供一个学习工具，以满足将来工作的需要。零售行业的学生无疑可以从中受益，除此之外，《零售买手算经》还可以用作初级管理人员的培训指南，也可以给助理买手或经营小型独立店铺的商家作为常用参考资料。

任何与零售相关的教科书的编写或者修订都是要经过深思熟虑的，教科书的实际应用价值问题无疑也必须考虑在内。我们认为《零售买手算经》一书的内容不仅通俗易懂，而且与实际相结合，因为它的编写是基于：

- 作者本人曾是一家大型零售机构的买手，从业经验丰富。
- 当代零售业高管们的真知灼见对有志于从事零售工作的买手来说必不可少。
- 制造商洞察先机，能为零售商和买手提供更好的服务，相互沟通交流更有效率。
- 所用材料均经过验证，是由作者和纽约时装技术学院的教师、其它院校教师，以及零售主管和培训部门提供的。
- 纽约时装技术学院流行商品企划管理课程的毕业生对书中与职业发展有关的内

容给予了高度评价。

学习并掌握《零售买手算经》一书中所含原理和技能，让学生能够：

- 识别买货和销售过程中影响利润的基本要素。
- 了解利润要素相互之间的关系，以及如何通过控制这些要素来提高盈利。
- 掌握店铺经营和管理的知识。
- 熟悉零售业计算机操作和电子数据表格的制作。
- 理解并能应用基本数学概念来解决商品企划中的实际问题。
- 掌握零售业和商品企划中所用的行业标准术语。

我们还尽可能使本书内容基础扎实，易于理解，而不是仅仅罗列公式。全书循序渐进，在讲解基本术语的用词简洁凝练，在阐述数学原理的章节时则辅以案例，清楚明了。在每个章节中，主要议题后面还推出了一系列问题，以检验读者对该章节所讲理论的理解程度。每个章节最后还收集了大量借鉴实际零售环境的问题和案例，以及真实商品企划工作中会碰到的常见障碍和难点，供研究分析。本书所探讨的大部分问题都是关于时尚领域的，主要集中在成衣类。这些习题和案例中有一些是专为电子数据表设计的，可以用手工计算，也可以使用计算器或者通过电子数据表进行计算。

全书内容分为6章。每章都包含一个对零售店利润有影响的特殊的、基本的数学要素，而对这些利润要素之间相互关系的阐述则贯穿全书。各章节探讨的主题及内容分别是：

- 第1章，基本销售要素的分析——定义和分析对零售商具有重要作用的基本销售要素，并演示其计算方法。
- 第2章，零售商品的定价和重新定价——讨论和说明在买货决策中常用的基本定价要素，并且介绍了零售商品定价和重新定价时所用的计算方法。
- 第3章，商品企划决策常用基本加价公式——解释加价率对商品企划盈利的重要性，说明各种加价率（例如累积加价率、初始加价率、留存加价率）的计算方法，理解这些内容并能灵活运用，就能达到预期效果。
- 第4章，零售价盘存法——介绍并解释这个方法，作为确认现货及短缺商品总额的机制和系统，这一方法是经过验证的、可靠的。
- 第5章，金额计划与控制——包括销售的可行性分析，库存和购入商品的计划与控制，以及完成这些目标所需的技术手段。
- 第6章，通过商品企划产生利润——研究基本利润要素，定义、计算以及说明这些要素在损益表中的相互关系。

当初萌生写这本书的想法，是因为参与编写本书的纽约时装技术学院里许多老师都提出想要有一本关于商品企划计算方法的书籍，以满足教学的需求。在这里感谢那些老师对本书的贡献，也感谢在我准备编写本书之初，提出许多建设性意见与建议的学生和同事。在这个修订版中，我要特别感谢 Paula Thompson，是他建议我调整书中章节的顺序。同时，读者对本书的热烈反响也激励了我完成本书的修订工作。我还要感谢在早期版本中与我合著的 Newton E. Godnick 教授，他积极参与了初稿和后续版本编写的所有阶段，他的许多贡献在书中依旧清晰可见。

本书还包括了有关电子数据表的调整、编辑和使用方面的信息，这些表格与每章节的基本数学概念相关，影响利润和多种零售商品企划的重要决策过程。为了更好地

阐述这一内容，我向专家咨询并寻求帮助和指导。所以，非常感谢我的女儿 Rebecca Citron，是她帮助我完成了这一部分工作。她是新宁咨询公司（Sunnybrook Consulting）的咨询师和负责人，用计算机表述所有概念、电子表格式的练习题由她全权负责，“快速设置电子数据表小贴士”这部分内容也是她准备的。此外，她还总结了每个单元开头部分的关键概念公式的内容，以及本书最后供读者参考的完整的“概念公式汇总”。为使本书内容更具可读性、更通俗易懂，她还帮助进行了编辑工作，增添了一些轻松的前言，以便使枯燥乏味的数学计算变得更有趣。

我要特别感谢以下人员提供的宝贵意见：康涅狄格州巴克罕姆斯狄市皮布尔斯百货商店（Peebles Department Store）的商店经理 Sibyl Webb，他转述了目前商店经理负责的各项工作和活动；Georg Mehl 博士，他调查研究了从美国商业部（the U.S. Department of Commerce）所能取得的各种类型商店的销售额；Michael Stone，他是零售服务集团（Retail Services Group）董事及高纬韦克菲尔德（Cushman Wakefield）房地产公司的成员，他强调店铺选址和店铺面积对实现销售量的重要性；Peter Herink，汤丽·柏琦（Tory Burch）品牌全球零售店的商品总经理，他强调（美元）股票投资对那些销售额的主要贡献者的重要性；Larry Bienenfeld，纽约西达赫斯特 Jildor 女鞋品牌的现任会长，他介绍了见票即付对实现适当的加价率和降价率产生的影响。此外，我还要感谢由出版社精心选择的审稿人，他们推荐的人选一丝不苟而且非常有见地，他们是纽约利姆时尚商业管理学院的 Marla Green，约翰逊县社区学院的 Donna Duffey，宾夕法尼亚州印第安纳大学的 Eun Jin Hwang，内布拉斯加大学林肯分校的博士 Shubha Bennur，印第安纳大学的 Janis Shaffer，梅萨社区学院的 Evonne Bowling，德州女子大学的博士 Deborah D. Young，贝勒大学的 Lorynn Divita，纽约城市大学国王区社区学院的 Theresa Mastrianni，佐治亚大学的博士 Soyoung Kim，以及西伊利诺伊大学的博士 Janice E. King。最后，我要向 Fairchild 出版社的编辑：Olga Kontzias，Amy Butler，以及 Linda Feldman 致以深深的谢意，感谢她们建设性的意见和建议。

贝特·K. 泰珀

目 录

第 1 章 基本销售要素的分析 / 1

关键术语 / 2

关键概念公式 / 3

1.1 基本销售要素的定义 / 4

销售量的基本要素 / 5

最常见的与销售业绩相关的零售关键
绩效指标 (KPI) / 9

售出商品成本 / 10

毛利 / 11

营业收入练习题 / 12

售出商品成本练习题 / 14

1.2 发票计算方法：销售条款 / 16

不同类型的折扣 / 16

净成本的计算 / 18

净条款 / 22

日期条款 / 22

提前付款折扣 / 27

附加费 / 29

运输条款 / 29

各类折扣练习题 / 31

日期条款练习题 / 33

提前付款折扣、附加费及运输条款
练习题 / 36

1.3 评估买手 / 38

复习题 / 39

案例分析 1：销售条款 / 42

案例分析 2：销售条款对供应商的
影响 / 44

第 2 章 零售商品的定价和重新定价 / 45

关键术语 / 46

关键概念公式 / 46

2.1 零售定价 / 48

价格序列的结构化 / 48

制定商品的零售价和 / 或价格序列 / 49

价格序列决策的优势 / 50

价格序列报表 / 50

基本定价要素之间的关系 / 52

价格序列报表练习题 / 55

零售定价练习题 / 56

2.2 买货决策中常用的基本加价公式 / 57

加价率的基本公式 / 57

买货决策中计算加价额的基本方法 / 61

基本定价要素与利润之间的关系 / 63

加价率练习题 / 64

2.3 商品的重新定价 / 68

降价 / 68

降价的计算 / 70

员工折扣 / 75

提价 / 76

取消提价 / 76

价格变动过程 / 76

重新定价和利润的关系 / 77

商品重新定价练习题 / 79

复习题 / 82

案例分析 1: 商品企划中的定价 / 85

案例分析 2: 定价策略的验证 / 86

第 3 章 商品企划决策常用基本加价公式 / 87

关键术语 / 88

关键概念公式 / 88

3.1 加价的种类 / 90

初始加价的概念 / 90

初始加价的计算 / 92

累积加价 / 93

留存加价 / 95

初始加价概念题 / 98

初始加价计算题 / 99

累积加价练习题 / 100

留存加价练习题 / 102

3.2 平均或平衡加价率 / 104

在零售价和加价率已知条件下求平均成本 / 105

在成本和加价率已知条件下求平均零售价 / 106

在零售价和计划加价率已知条件下求平衡加价率 / 108

平均成本练习题 / 110

平均零售价练习题 / 111

平均加价率练习题 / 112

3.3 以加价率为利润导向的局限性 / 113

复习题 / 114

案例分析 1: 实现预定加价率 / 118

案例分析 2: 保证达成合理的加价率 / 120

案例分析 3: 平衡加价率 / 121

第 4 章 零售价盘存法 / 122

关键术语 / 123

关键概念公式 / 123

4.1 零售价盘存法概述 / 125

4.2 实施零售价盘存法的常规流程 / 127

核实期初账面存货数据 / 127

维护永续账面存货数据 / 127

零售价盘存法常用表格 / 130

维护永续账面存货数据练习题 / 144

4.3 盘盈和盘亏 / 147

造成盘盈和盘亏的原因 / 148

盘盈和盘亏的计算 / 149

盘盈和盘亏练习题 / 151

4.4 零售价盘存法的评估 / 154

零售价盘存法的优点 / 154

零售价盘存法的局限 / 154

用零售价盘存法估价求出售出商品成本及毛利 / 154

零售价盘存法中的利润和库存估价的关系 / 156

复习题 / 158

案例分析 1: 零售价盘存法 / 160

案例分析 2: 控制缺货 / 161

第 5 章 金额计划与控制 / 162

关键术语 / 163

关键概念公式 / 163

5.1 半年度商品金额计划 / 165

商品金额计划的过程与要素 / 165

计划库存法 / 175

计划销售额练习题 / 192

平均零售存货、周转率和存货毛利回报率计算题 / 193

存销比练习题 / 196

周销售率练习题 / 197

基本库存法应用题 / 198

计划加价率练习题 / 199

计划购入练习题 / 200

5.2 控制买货余额 / 203

在月初计算零售买货余额 / 210

计算当月零售买货余额 / 211

零售买货余额计算题 / 213

复习题 / 214

案例分析 1: 买货余额 / 223

案例分析 2: 拟定有效的买货计划 / 224

案例分析 3: 金额计划与控制 / 226

第 6 章 通过商品企划产生利润 / 227

关键术语 / 228

关键概念公式 / 228

6.1 利润的组成 / 230

利润核算的用途 / 230

损益表的主要组成部分 / 230

利润组成练习题 / 234

6.2 损益表 / 236

简要损益表 / 236

最终损益表 / 238

简要损益表练习题 / 242

最终损益表练习题 / 244

6.3 如何提高利润 / 246

复习题 / 249

案例分析 1: 分析利润绩效 / 255

案例分析 2: 控制费用 / 256

案例分析 3: 损益表分析 / 257

案例分析 4: 进行商品企划以实现利润 / 258

快速设置电子数据表小贴士 / 260

术语汇总 / 264

参考答案 / 270

译后记 / 275

第 1 章 基本销售要素的分析

企业家们总是在追寻变化，作出反应，并将变化视为机遇。

——彼得·德鲁克

（20 世纪管理理论与实践方面最具影响力和最受尊敬的思想者之一）

教学目标

- 定义及剖析买货 / 销售过程中的基本销售要素。
- 计算、分析及评估营业收入的业绩，即净销售额。
- 了解用于衡量销售业绩的最常见的零售关键绩效指标（KPI）。
- 在采购商品时计算确定售出商品成本。
- 计算确认采购时议定的净成本（销售条款），即折扣类型、日期条款以及运输条款。

关键术语

advanced dating (postdating)	提前 (延期) 开票 日期条款	list price	标价
alteration and workroom costs	修改与加工费用	loading	附加费
anticipation	提前付款折扣	net cost	净成本
billed cost	结算成本	net loss	净亏损
cash discount	现金折扣	net payment date	全额付款日期
COD dating	货到付款日期条款	net profit	净利润
cost	成本	net sales	净销售额
cost of goods sold	售出商品成本	net terms	净条款
customer returns and allowances	顾客退货及折让	operating expenses	营业费用
dating	日期条款	operating income	营业收入
direct expenses	直接费用	quantity discount	数量折扣
discount date	折扣有效日期	regular (ordinary) dating	常规 (正常) 付款 日期条款
EOM dating	月底期限日期条款	retail	零售价
extra dating	附加期限日期条款	ROG dating	以收货日期为准
FOB retailer / factory / city / port of destination, prepaid	离岸价 (目的地为零售 商 / 工厂 / 城市 / 港口 , 运费预付)	sales volume	销售量
gross margin	毛利	terms of sale	销售条款
gross sales	销售总额	total cost of goods purchased	购入商品总成本
indirect expenses	间接费用	total cost of goods sold	售出商品总成本
inward freight	进货费用	trade discount	商业折扣

关键概念公式

售出商品成本

售出商品总成本 = 结算成本 + 进货运输费 + 加工费用 - 现金折扣

售出商品成本率 = $\frac{\text{售出商品成本}}{\text{净销售额}} \times 100\%$

售出商品成本 = 售出商品成本率 × 净销售额

结算成本 = 标价 - 商业折扣

顾客退货及折扣

顾客退货及折让金额 = $\Sigma (\text{退货 / 折让金额} \times \text{顾客实际退货 / 折让商品数量})$

顾客退货及折让率 = $\frac{\text{顾客退货及折让金额}}{\text{销售总额}} \times 100\%$

顾客退货及折让金额 = 销售总额 × 顾客退货及折让率

部门净销售额占整个门店净销售总额的百分比 = $\frac{\text{部门的净销售额}}{\text{整个门店的净销售总额}} \times 100\%$

销售总额

销售总额 = $\Sigma (\text{商品零售价} \times \text{实际售出商品数量})$

销售总额 = $\frac{\text{净销售额}}{100\% - \text{顾客退货及折让率}}$

毛利

毛利 = 净销售额 - 售出商品总成本

毛利 = 毛利率 × 净销售额

净成本

净成本 = 结算成本 - 现金折扣

净成本 = 标价 - 商业折扣 - 现金折扣

净销售额 = 销售总额 - 顾客退货及折让金额

零售店的功能是把商品销售给顾客，售出商品的总额是店铺的营业收入，即所谓的销售额或者销售量。然而，商品必须先采购再销售。在第一章的开始先要定义、分析和计算销售的基本要素，因为充分理解这些基本要素对零售店的成功是非常重要的。

1.1

基本销售要素的定义

零售店把商品销售给顾客以获取一定利润，店铺的营业收入来源于这些销售。然而，商品必须先采购再销售。即使企业已经实现电脑办公，财务人员可以预先设置好程序、制作好表格，最终还是要由买手负责创建商品分类，而这之前先要计划并预测在何时、何地、采购什么商品、采购多少数量以及要为这些商品支付多少钱。**成本 (cost)** 就是零售商采购这些商品所支付的费用，**零售价 (retail)** 则是指店铺将商品销售给顾客的价格。

因为买手要为零售店采购商品并定价出售，所以他们必须深入了解和熟练掌握五大基本利润要素：**营业收入 (operating income)**，即所谓的销售额或销售量 (**sales volume**)，是指以金额表示售出多少商品；**售出商品成本 (cost of goods sold)** 是指为售出商品而付出的费用；**毛利 (gross margin)** 是指从净销售额中减去商品总成本；**营业费用 (operating expenses)** 是指在买货 / 销售过程中发生的除了商品成本以外的所有费用；**净营业利润 (net operating profit)** 或**净利润 (net profit)** 是指毛利扣除营业费用后的金额。

为了更好地对比各零售商的利润，必须要知道各种费用是如何处理的。在会计学中，可以采用各种方法来记录费用。在本书中，费用或是分别列出，或是简称为营业费用。在解答利润概念和原理的实际应用问题时要进行必要的计算，重点在于适当调节与某个基本利润要素相对应的元素，例如，现金折扣对商品成本要素来说就是一种调节元素。当出现其它不是直接来自于零售企业日常营业的净收入时，就在净营业利润中加上或是减去这笔收入，得到“税前净利润”。这部分收入不是日常营业所得，而是反映了财务上或非交易所得的收入和扣除额。

销售总额 (gross sales) 是指在一定时期内售出商品所获得的全部金额的合计，销售总额等于各种商品的零售价格乘以实际销售给顾客的商品数量的总和。不过，要准确计算销售总额，还必须将退货和价格扣减引起的调整考虑在内。店铺通常会给顾客退货的权利，当商品退回库存，顾客获得现金退款或信用卡返款时，这些退还的销售额称为**顾客退货 (customer returns)**。此外，如果顾客在购买完成后获得价格扣减，则称为**顾客折让 (customer allowance)**。这两项内容统称为**顾客退货及折让 (customer returns and allowance)**。当发生顾客退货或折让时，必须修改调整原先的销售记录，从销售总额中减去退货及折让金额。从销售总额中减去顾客退货及折让金额，其结果就是净销售额。因此，**净销售额 (net sales)** 是指从销售总额中减去退货及折让金额后的合计销售额，表示商品实际销售的金额。因为利润只能通过已销售出去的那些商品实现，

所以当零售商计算利润时，净销售额的数据更为重要。由于这个原因，“销售量”这一术语通常是指净销售数额（net sales figure）。

买手要采购商品销售给顾客，除考虑其它各种因素外，还必须在确定商品零售价时权衡他们能支付多少钱给商品供应商。简单来说，售出商品成本就是在一定时期内销售出去的商品的成本。这个概念很简单，但是实际计算却很复杂，因为对于出现在发货单或发票（供应商的发货单）上的成本或进价还必须进行其它必要的调整。这些调整包括：运输费用，即进货费用（inward freight），是指供应商将商品运输到零售商指定的经营场所时产生的费用；修改与加工费用（alteration and workroom costs）是指销售部门为了保持商品的销售状态而在必要的时候对商品进行处理（例如组装、修整、翻边等）所产生的费用；现金折扣（cash discounts）是指在规定时限内付款，供应商同意按一定的百分比从发票中扣除的费用。

毛利是净销售额和售出商品总成本之间的差额，代表了买手采购合适的商品，协商合适的成本及付款条件，并给商品定出合适的零售价的能力。

此外，零售商必须有一个销售商品的营业场所，要维持这个场所，就必定会产生营业费用。营业费用通常由商品部门承担，决定了该部门的净利润。营业费用包含直接费用和间接费用两大类。直接费用（direct expenses）是针对特定部门的费用，当这个部门取消时，该费用即告终止。直接费用包括买手、买手助理及销售人员的薪资、部门的广告宣传费用、促销物料用品以及顾客送货费用。无论增加或停止某个部门，始终都会存在的店铺开支则称为间接费用（indirect expenses）。间接费用是指按店铺所有销售部门的各自销售量占比分配的店铺费用，包括店铺的日常维护费用、保险费用以及高级管理层的薪资等。

营业费用与商品成本不同，它是指在买货 / 销售过程中发生的费用，从毛利中减去营业费用即得到净营业利润或者净利润。

销售量的基本要素

需要仔细分析和研究每一个基本销售要素，因为其中包含着产生利润的要素，所涉及的计算强调了每个要素的意义和重要性。

销售额 / 营业收入（Sales / Operating Income）

销售总额（Gross Sales）

销售总额是指在一定时期内销售商品所获得的全部原始收入。

销售总额 = Σ （商品零售价 × 实际售出商品数量）

周一，玩具部门售出单价 15 美元的 A 类玩偶 30 个，单价 25 美元的 B 类玩偶 25 个，单价 30 美元的 C 类玩偶 5 个。求当天的销售总额是多少？

概念
问题

解答
电子表格式

商品	数量 / 个	单价 / 美元	收入 / 美元
A 类玩偶	30	15	450
B 类玩偶	25	25	625
C 类玩偶	5	30	150
销售总额			1 225

解答
数学算式

15 × 30 = 450 (A 类玩偶)

+ 25 × 25 = 625 (B 类玩偶)

+ 30 × 5 = 150 (C 类玩偶)

销售总额

=

1 225 (美元)

顾客退货及折让 (Customer Returns and Allowances)

顾客退货及折让也是利润要素，因为顾客或是收到了购买价格的全额退款，或是收到了部分退款，这些情况造成部分销售额的取消，所以零售商应当从销售总额中相应扣除这部分金额。顾客退货及折让通常用其占销售总额的百分比表示。

在买货 / 销售过程中，顾客退货及折让情况时有发生，尽管看起来好像并不重要，但还是应该仔细审查并进行评估。如果这部分的数额比较庞大的话，最终会对利润产生很大影响。因为商品的销售、退货以及再次销售（如果有可能的话），都会产生较高的费用。应该认真查找退货原因，并努力将退货的比例控制在合理的范围内。

概念

顾客退货及折让金额 = Σ (退货 / 折让金额 × 顾客实际退货 / 折让金额商品数量)

问题

周六，少女装部门的退货有：售价 98 美元的皮夹克 1 件，售价 75 美元的羊毛衫 2 件，售价 55 美元的针织衫 2 件。本周的其它退货金额为 400 美元，总的折让金额数为 57 美元。问本周六的退货及折让金额是多少？本周的退货及折让总金额又是多少？

解答
电子表格式

品名	数量 / 件	单价 / 美元	顾客退货及折让金额 / 美元
皮夹克	1	98	98
羊毛衫	2	75	150
针织衫	2	55	110
周六合计			358
本周其它退货金额 / 美元			400
本周顾客折让金额 / 美元			57
本周顾客退货及折让总金额 / 美元			815

解答
数学算式

	98×1	$=$	98 (皮夹克)
	$+ 75 \times 2$	$=$	150 (羊毛衫)
	$+ 55 \times 2$	$=$	110 (针织衫)
周六顾客退货			358 (美元)
+ 本周顾客退货			+ 400
+ 本周顾客折让			+ 57
本周顾客退货及折让总计		$=$	815 (美元)

顾客退货及折让率 = 顾客退货及折让金额占销售总额的百分比

$$= \frac{\text{顾客退货及折让金额}}{\text{销售总额}} \times 100\%$$

概念

上周，少女装部门的销售总额为 20 375 美元，其中顾客退货及折让金额总计 815 美元。求顾客退货及折让率是多少？

问题

$$\text{顾客退货及折让率} = \frac{815}{20\,375} \times 100\% = 4\%$$

解答

反之亦然，已知销售总额和顾客退货及折让率，就能计算出顾客退货及折让的总金额。

$$\text{顾客退货及折让金额} = \text{销售总额} \times \text{顾客退货及折让率}$$

概念

上周，少女装部门的销售总额为 20 375 美元，其中顾客退货及折让率为 4%。求顾客退货及折让金额是多少？

问题

$$\text{顾客退货及折让金额} = 20\,375 \times 4\% = 815 \text{ (美元)}$$

解答

净销售额 (Net Sales)

净销售额是指在一定时期内，从销售总额中扣除顾客退货及折让后所剩的销售金额。

$$\text{净销售额} = \text{销售总额} - \text{顾客退货及折让金额}$$

概念
问题

解答

一家鞋店售出商品 65 000 美元，其中顾客退货及折让金额 6 500 美元。求该店的净销售额是多少？

$$\text{净销售额} = 65\,000 - 6\,500 = 58\,500 \text{ (美元)}$$

在零售行业中，营业收入就是指净销售额。净销售额，即所谓的销售量，能表明特定商店或者某个商品部门的规模。例如，编号为 37 的部门去年的销售额为 1 000 000 美元。营业收入一般是指一年的销售金额。

零售商用净销售额衡量一个部门的经营效益或生产效率，常见做法是计算一个部门的净销售额占整个门店净销售总额的百分比。零售商可以通过这类分析将一家门店中某个部门与其它部门或公司旗下其他门店进行对比，也可以将这个部门的销售与业内数据进行对比。

概念

问题

解答

一个部门的净销售额是以其占整个门店的净销售总额的百分比来表示的。

$$\text{部门净销售额占整个门店净销售总额的百分比} = \frac{\text{部门的净销售额}}{\text{整个门店的净销售总额}} \times 100\%$$

配饰部门的净销售额是 900 000 美元，整个门店的同期销售额为 45 000 000 美元。该时装饰品部门净销售额占全店净销售额的百分比是多少？

$$\text{部门的净销售额} = 900\,000 \text{ 美元}$$

$$\text{整个门店的净销售额} = 45\,000\,000 \text{ 美元}$$

$$\text{部门净销售额占整个门店净销售总额的百分比} = \frac{900\,000}{45\,000\,000} \times 100\% = 2\%$$

由于净销售额取决于经顾客退货及折让调整后的销售总额，在已知净销售额和顾客退货及折让率的情况下，可以根据这一关系计算出销售总额。

概念

$$\text{销售总额} = \frac{\text{净销售额}}{100\% - \text{顾客退货及折让率}}$$

第 39 部门的净销售额是 460 000 美元，顾客退货及折让率为 8%。求该部门的销售总额是多少？