

國營工業品批發商店的 推銷工作

商業組織与技術參考資料之三

商業部商業組織技術局編著
財政經濟出版社

商業組織与技術參考資料之三

國營工業品批發商店的推銷工作

商業部商業組織技術局編著

財政經濟出版社

一九五六年·北京

編號：0744

商業組織與技術參考資料之三

國營工業品批發商店的推銷工作

定價（6）三角

編著者：商業部商業組織技術局
出版者：財政經濟出版社
北京西總布胡同七號
印刷者：商務印書館上海印刷廠
上海天通菴路一九〇號
總經售：新華書店

56.1，京型，52頁，62千字：787×1092，1/32開，3—1/4印張
1956年1月第一版上海第一次印刷 印數(滬)1—20,000

(北京市書刊出版業營業許可證出〇六〇號)

前言

國營商業批發業務幾年來有了很大的發展。目前社会主义商業已基本上代替了資本主義商業的批發業務，截至一九五四年底國營和合作社批發比重已佔社會批發商品流轉總額的百分之八十八。加強與改進批發業務已成為國營商業部門的一項重要任務。

國營工業品批發商店是國營商業工業品批發業務的基層環節，必須正確地組織貨源，並把組織進來的商品及時推銷出去，以滿足需要，促進生產的發展，並通過它來領導市場，穩定物價，扶助合作社商業的發展，貫徹對私營商業的利用、限制和社会主义改造的政策。因此，根據政策和貨源情況擴大工業品推銷，是國營商業加強與改進批發業務的重要一環。

為了加強國營工業品基層批發環節的推銷工作，我們搜集了幾年來各地推銷工作中的經驗，結合蘇聯的先進方法，編寫了「國營工業品批發商店的推銷工作」，供各地批發商店職工特別是推銷員和營業員作為業務學習和工作上的參考。

本書主要是闡述工業品批發商店在擴大商品推銷方面的組織問題和方法問題，故對如何組織進貨業務這一方面的問題涉及較少。但進貨和銷貨是開展批發業務的有着密切联系的兩個方面。國營商業的購進是為了推銷，是為了滿足城鄉人民日益增長的需要，只注意了推銷，

而放鬆了進貨，要做好批發業務是不可能的。因此希望讀者閱讀和參考時，注意隨時與做好進貨工作方面聯系起來。

本書初稿曾發給各省（市）商業廳（局）和百貨公司，以及在推銷上較有經驗的一些國營工業品批發商店和部分省市的先進工作者、模範推銷員研究討論，並根據他們提出的意見作了修改。由於我們搜集的材料還不夠多，有些好的經驗可能沒有完全包括進去，不完善的

地方，希讀者批評指正。

商業部商業組織技術局

一九五五年十一月

目錄

第一章 加強領導，擴大工業品推銷.....	七
第一節 國營工業品批發商店必須根據政策要求和貨源情況擴大推銷.....	七
第二節 加強推銷工作的組織領導.....	一〇
第三節 提高推銷員、營業員的思想和業務技術水平.....	一五
第二章 有組織有計劃地開展推銷工作.....	二〇
第一節 做好商品排隊.....	二〇
第二節 研究推銷對象.....	二三
第三節 研究居民需要.....	二七
第四節 推銷人員的組織分工.....	二九
第五節 製訂推銷人員的推銷計劃.....	三三
第六節 密切內部聯繫.....	三五
第三章 密切聯繫顧客.....	四〇
第一節 密切聯繫顧客是開展推銷工作的重要方法.....	四〇
第二節 推銷員的聯繫方法.....	四三
第三節 書信、電話、電報的聯繫方法.....	四九

第四節 會議的联系方式	三
第四章 使商品与批購者見面	五
第一節 設立商品样品室	五
第二節 举办商品展覽会	五
第三節 做好商品陈列	六
第五章 加强廣告宣傳	三
第一節 廣告宣傳的意義	三
第二節 廣告宣傳的具体方法	三
第三節 廣告宣傳中应注意的問題	三
第六章 提高服务質量	七
第一節 給批購者必要的帮助	七
第二節 給批購者各种可能的方便	二
第七章 逐步擴大合同供应	六
第一節 合同供应的意義和作用	六
第二節 供应合同的形式和內容	六
第三節 組織簽訂和执行供应合同	三
第四節 供应合同执行情况的監督和檢查	七

第一章 加強領導，擴大工業品推銷

第一節 國營工業品批發商店必須根據政策要求和貨源情況擴大推銷

國營商業是社會主義的商業，它在國家過渡時期的基本任務是：「從擴大城鄉互助，內外交流中，穩定市場，促進工農業生產發展，從而增加國家稅收和合理利潤，為國家積累資金，以保證國家重點建設，逐步保證人民需要和鞏固工農聯盟。」

國營商業為了實現這一光榮而艱巨的任務，必須善於抓住任務的中心環節。這一環節就是擴大城鄉互助，內外交流，也就是擴大商品流轉。因為如不擴大商品流轉，我們就會沒有足夠的力量來使市場保證穩定，就會使工業和農業的擴展生產受到阻礙，當然也就不能很好地為國家積累更多的資金，更談不上保證國家重點建設，逐步保證人民需要和鞏固工農聯盟了。所以斯大林同志早已向我們指出過：「要使全國經濟生活十分活躍起來，要刺激工業和農業不斷擴大自己的生產，那還就要有一個條件，這個條件就是城市和鄉村間，全國各個地區間，國民經濟各個部門間的擴展的商品流轉。」^①就國營商業來說，擴大商品流轉的重要

① 斯大林：「在第十七次黨代表大會上關於聯共（布）中央工作的總結報告」，載「列寧主義問題」，人民出版社一九五三年版，第七二五頁。

措施之一，就是要把組織進來的商品及時合理地推銷出去。當然，由於過渡時期國家對工業生產和商品流通市場的全面的計劃安排，以及生產增長的速度趕不上人民需要增長的速度而造成部分商品供不應求的情況，國營商業需要根據政策要求和貨源情況來擴大工業品推銷。屬於計劃供應和控制供應的商品，應積極掌握貨源，做到合理分配，保證完成銷售計劃；屬於一般商品，產銷大体可以平衡的，要保證完成銷售計劃，還可以爭取一定的超額；屬於庫存較多，生產不成問題的商品必須積極擴大推銷；此外，對於我們工作上的缺點造成的積壓商品，也要大力組織推銷。

國營商業擴大推銷主要是依靠工農業生產的不斷擴大和人民的需求與購買力的不斷提高。過渡時期國民經濟的迅速發展在這方面已為我們提供了條件。目前我國的工農業生產特別是工業生產，正在迅速增長着，在集中主要力量首先發展重工業的同時，也相應地發展輕工業，正在越來越大量地生產着人民所需要的產品；而勞動者收入的增加、社會福利的增進都在促使着人民需求的不斷增長。這些都為過渡時期國營商業大力推銷工業品帶來了廣闊的可能性。

由於加工、訂貨、包銷、收購的發展，國營商業已基本上掌握了工業產品的貨源，一般國營工業產品都由國營商業負責銷售，私營產品也大部分為我們所掌握。據一九五四年上半年統計，僅在上海、天津、北京、武漢、瀋陽、重慶、西安等八個主要城市中，國營商業對

私營工業的加工、訂貨、包銷和收購就佔了這些城市私營工業總產值百分之八十左右。同時國營商業的商品庫存力量也是雄厚的，幾年來，國營商業商品平均庫存，如以一九五三年為一百，則一九五四年增為百分之一三六點八，一九五五年到十月份為止又增加為百分之一五一；若干地區若干商品目前還存在着進大於銷的情況，積壓着大批急待推銷的商品。說明國營商業大力開展推銷工作是具有強大的物質基礎的。

國營商業擴大工業品推銷的主要表現是在批發商店這一環節上。國營工業品批發商店（有的稱為批發部）是在國家統一計劃指標下，負責進行對指定地區的市場批發業務。它的主要任務是通過正確組織貨源，擴大商品推銷來領導指定地區的批發市場，保證物價穩定，滿足人民在生產上和消費上的需要，並通過批發業務來扶助合作社的發展並對私營商業進行社會主義改造。目前我國的批發商店不僅還擔負着若干商品直接供應廠礦、企業、機關、團體等在生產建設上和消費上①的需要的責任，最重要的是供應着廣大的消費者需要的各種類型的國營、合作社營和私營的零售環節所出售的商品，大部分都是通過國營商業的批發環節來取得的。

① 由於我國過渡時期各種經濟成份同時存在，一時還不能把全部商品流轉都納入國家計劃的軌道，因而批發和零售的劃分還不能完全像蘇聯一樣，以經濟用途來劃分（即顧客購買商品的目的不是為了直接消費，而是為了進一步轉售加工的，就是批發，否則就是零售），還必須結合商品的購買數量來作為劃分批、零售限的標準。因而國營商業供應廠礦、企業、機關、團體的若干消費用品，由於數量較多，還是列入批發的範疇。但必須指出，這只是一種過渡措施，目前已有一些省、市根據條件逐漸採用按蘇聯的先進經驗來劃分批、零售辦法。

因此在國營商業的推銷業務中，批發業務是為數最大的，不只工業器材、烟酒等全部是批發業務，且以百貨系統來說，一九五四年批發總額一般要佔到銷售總額的百分之八十左右。所以抓住基層批發環節擴大推銷，不但是完成國家商業計劃，擴大商品流轉所必需的，而且也是為了扶助合作社商業的發展，貫徹對私營商業的利用、限制和改造的政策所必需的。

因之，國營工業品批發商店必須加強推銷工作上的領導，認真研究推銷方法，以達到擴大商品流轉的目的。

第二節 加強推銷工作的組織領導

國營商業的推銷任務是逐年增大的。如以一九五〇年的銷售總額為一〇〇，則一九五一年為二四六，一九五二年為四三〇，一九五三年為六二九，一九五四年又為八一五。其中任務的極大部分需要依靠國營批發商店來完成。批發商店必須努力加強推銷工作的組織領導，才能保證完成任務。

應當怎樣組織工業品推銷工作呢？

一、必須充分做好貨源的組織工作，這是擴大推銷的一個重要關鍵。要根據市場容量和人民的需要增大向批發站的要貨品種和數量，同時還要大力組織當地貨源參加商品流轉。一九五三年上半年好多地方由於實行片面的經濟核算，不恰當地壓縮庫存，不積極組織貨源，

以致私營批發商業得到不應有的發展，國營商業的批發比重下降，推銷任務完成得很差。這一事實說明批發部門必須反對不積極組織貨源，造成脫銷。當然同時也必須反對盲目要貨，造成積壓。為此，批發部門要貨時必須做好兩項工作：

1. 加強對市場情況和居民需要的調查分析工作，以便在組織進貨時，在品種和數量上能夠及時、對路。

2. 做好現有庫存的分析工作，以免要貨時造成不必要的積壓與脫銷。

二、動員內部力量，大力開展推銷。首先是要把擔任銷貨工作的人員組織好，發動他們全力投入推銷戰綫上去。從各地經驗來看，把門市推銷人員主要是營業員組織好，是一項重要的工作，同時，設立外出推銷員，專門與批購者聯繫，對擴大推銷的作用也是很大的，因此批發商店必須根據業務情況設置一定的人員擔任外出推銷工作，並把它們組織起來，做好推銷中的業務和思想領導。如果需要集中力量突擊推銷某些商品時，可成立專責小組。其次，是要求內部各個環節間如門市、外勤、倉庫、物價、計統、財會等取得密切的聯繫與配合；要求各個環節的工作，都能够為擴大和加速商品流轉起到積極作用。為了提高全體工作人員的積極性，發揮羣眾的智慧和創造才能，使推銷工作深入持久，必須全面地深入地開展批發部門的勞動競賽。

三、採取多種多样的推銷方法。推銷方法的好壞對於擴大推銷有很大的影響。事實證明，

很多商品之所以賣不出去，往往不是由於商品不合銷路，而是由於推銷方法不好。例如有的沒有經常與批購者取得密切的聯繫，有的不能讓商品與批購者見面，也有的不善於把商品的規格、性能恰當地作出介紹等等，這些都會直接阻礙商品的擴大推銷。誠如米高揚同志在蘇聯全國貿易工作者代表會議上的報告中所說：「蘇維埃貿易的使命是以前進的精神積極影響需求。它應該培養消費者的口味，介紹居民採用新貨，宣傳最有營養和可以增進健康的食品，宣傳適用的、質量好的、美觀的、可以使勞動人民的日常生活和文化生活更加美滿的工業品。」所以批發商店必須經常啓發和支持職工想出更多的辦法，組織職工認真學習和交流推銷工作經驗，以達到擴大推銷的目的。

如前所述，我們需要根據政策要求與貨源情況來擴大工業品推銷。因此必須特別注意加強在推銷工作中的領導。尤其是政策思想的領導。

曾經有不少擔任推銷工作的同志，對於大力推銷工業品的重大意義認識不足。他們不了解積極推銷工業品是為了促進工業生產的發展、支持國家對農產品的收購，回籠貨幣、穩定市場；既能保證工業生產，城市供應與出口物資的需要，又能滿足農民生產和生活上的需要，从而使工農聯盟進一步得到鞏固。以致在一部分職工中間存在着對擴大推銷的一些不健康的

○ 米高揚：「關於進一步發展商品流轉及改善國營、合作社和集體農莊貿易的措施」，載「關於進一步發展蘇聯貿易的措施」，人民出版社一九五四年版，第三十八頁。

看法，主要是：

一、他們以為過渡時期既然是生產增長的速度趕不上人民需要增長的速度，市場上有時不免出現商品供不應求的現象，那麼就不應再去大力推銷，因而產生「越少賣越好」、「不完成計劃不要緊」、「少賣的商品上繳支援工業化」等一系列的保守惜售思想和做法。應當指出這些看法都是不全面的，因為實際上並不是所有商品都是供不應求的。目前供不應求的，基本上是一些農、副產品和用農產品做原料的工業品，還有一部分依賴進口原料的工業品，而在一般工業品當中，我們還有很多產銷平衡和庫存較多的商品，工廠新產品也不斷增加，尤其是很多單位尚有許多商品形成積壓，這些都需要我們積極組織推銷；即使若干屬於計劃供應和控制供應的商品，超計劃銷售固然不行，因為這些商品都是經過國家從產、供、銷各方面平衡過的，甲地超銷了，乙地便不能保證按計劃供應，現在超銷了以後就要脫銷。但也必須正確的按計劃銷售，完成銷售計劃，達到合理分配，保證人民基本需要的目的。所以保守惜售的思想和做法，是與整個的商業政策不相符合的。

二、有的以為「不擴大推銷也能完成任務」，他們滿足於「完成計劃」，忘記了如何進一步滿足人民的需要，因而不積極組織推銷。事實上人民需要是日益增長的，過去銷售計劃的完成，並不能說明目前的人民需要已經得到滿足。因此這種思想對擴大推銷的阻礙是很大的，必須設法扭轉。

三、有的由於推銷工作上的缺點，或由於客觀情況的變化（如一九五四年的水災影響），銷售計劃完成得不好，就產生了「反正完不成計劃」的鬆勁思想，或者只熱心於推銷少數名牌商品，不願意推銷細小、零星或尚不為廣大消費者所知的新商品。他們忘記了為生產為消費者服務是國營商業的長期的基本任務，他們看不見我國工農業生產和人民購買力逐年上升這一基本事實，因而誇大了暫時的局部的困難，人民需要的不只是那些名牌的、大宗的商品，而需要更多的質量好價錢相宜的各種各樣的商品，那怕是一針一線的供應，都是社會主義商業所不應忽略的任務。因而這些想法和做法對於開展商品推銷、滿足人民需要也是有害的。

前二種對擴大推銷的不健康的看法，在一九五四年出現較多，在黨、政領導下也曾經不斷開展過批判，收到了一些效果，但這些看法在一部分職工中間迄今仍或多或少地存在；後一種看法則在一九五五年旺季來臨時出現較多，對於擴大推銷都是不利的。因此，還必須教育職工，了解從各方面尽可能地滿足人民需要是國營批發商店的神聖任務，繼續批判那些阻礙擴大推銷的不正確的思想，樹立起為生產為消費者服務的正確思想。

國家過渡時期各種經濟成分的同時存在，商品流通市場的情況是錯綜複雜的，發展變化也是很大的。國營工業品批發商店既要大力開展推銷，以便不斷鞏固與擴大社會主義的批發陣地，同時也必須做好領導市場和統一安排市場的工作。因此批發商店在業務的執行上處處與國家政策密切相關。必須加強對有關職工的政策思想教育，樹立「完成任務必須正確貫徹

政策」的思想。

第三節 提高推銷員、營業員的思想水平和業務技術水平

國營工業品批發商店的推銷員（担任外勤聯絡推銷，有的称为聯絡員）和營業員（担任門市推銷）都具体執行着滿足需要的光荣任务，是鞏固与擴大國營商業批發陣地的前哨战士。通过他們的活動，不僅能成功地介紹商品，把商品批售出去，並藉以建立与顧客鞏固的联系，而且还可以藉此直接研究市場和居民的需要，帮助零售商業網擴大經營品种，積極開展推銷。推銷員和營業員工作的好坏，對於推銷工作具有重大的影响。为了做好推銷工作，必須提高推銷員和營業員在思想上和在業務技術上的水平，以便更好地發揮他們在推銷工作中的重大作用。

推銷員和營業員在思想上和業務技術上應該達到怎样的水平呢？

一、在思想上要樹立全心全意为人民服务的思想。这是作为國營商業的优秀推銷工作人員必备的基本思想。國營工業品批發商店的銷售对象主要就是那些供应着千百万消費者需要的零售商業網，和進行着偉大的社会主义建設事業的廠礦、工地以及機關团体，完善地为这些批購者服务就是为人民服务的具體表現。因此，全心全意为人民服务是國家优秀的推銷工作人員的高貴品質，也是做好推銷工作的思想基礎。

樹立了全心全意為人民服務的思想，就能够樹立優良的工作態度。推銷員和營業員優良的工作態度直接影響着批發部門為顧客服務質量的提高，影響着商品流轉的擴大，每一個推銷工作人員都必須從這方面力求提高。

優良的工作態度，不僅表現在能够盡一切可能及時供應顧客以必需的商品，而且表現在能够處處為顧客打算，為顧客解決困難問題，來提高貿易的服務水平。米高揚同志說過：「貿易的服務水平不僅表現在：把商店外觀裝飾得美麗，把營業間和其他房間弄得清潔整齊，並且應表現在：商品陳列得醒目美觀，所有花樣繁多的商品都有鮮明的標識，商品的迅速送遞及給購買者另外一些幫助，如量衣裳的尺寸，裁剪料子，把貨品送到顧客家中及其他等等。」^①這段話，對於我們也是適用的。

優良的工作態度同時表現在能够以誠懇、耐心、和藹、謙遜、周到的態度對待自己的顧客，摒棄那些粗暴無禮、虛偽欺騙、傲慢自大的惡劣作風。

優良的工作態度還表現在能够積極地去了解和研究顧客的需要，指導生產者生產合乎需要的產品，同時还能够主動的向顧客介紹新的商品，打開新的商品的銷路，而不是消極的有什麼供應什麼，要什麼給什麼。

① 米高揚：「關於進一步發展商品流轉及改善國營、合作社和集體農莊貿易的措施」，載「關於進一步發展蘇維埃貿易的措施」，人民出版社一九五四年版，第六十五頁。