

<<现代零售概论>>

图书基本信息

书名：<<现代零售概论>>

13位ISBN编号：9787504726018

10位ISBN编号：750472601X

出版时间：2007-1

出版时间：中国物资

作者：王成荣

页数：306

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;现代零售概论&gt;&gt;

## 前言

中国商业联合会把零售业职业经理人(店长)资质认证作为一项中心任务来抓,资格认证,持证上岗,人才入库,统一交流,既体现了行业协会的基本职能,又适应当前零售业发展对人才的迫切需要。他们组织了全国著名的零售专家和学者,编写了“现代零售概论”、“现代零售实务”、“现代零售战略与管理”和“现代零售业法律法规汇编”一套丛书,不仅作为零售业职业经理人(店长)资质认证的教材,也成为所有从事零售工作者的重要参考书籍。

“商道即人道,商业即人业”,零售业直接关系到群众的生活,营造消费环境,提供生活内容,促进消费观念的改变,推动生活质量的提高。

在现代经济生活中,特别是我们社会主义市场经济国家,不仅应该把零售经营看作一种买卖形式,而且应该把它看成一种生活方式,把它作为一项“民生工程”,它直接关系到宜居环境的建立和和谐社会的建设。

因此,提高全体从业人员的素质,特别是管理者的素质,不仅仅关系到流通产业的生存和发展,同时也直接关系到广大消费者的利益,甚至也影响到生产的正常进行。

同时,我们还必须看到,第一,随着市场的全面开放,外资进入流通领域的步伐加快,市场竞争将全面展开。

国内竞争国际化、国际竞争国内化。

如何培育适应两个市场发展需要的复合型管理人才就更为迫切;第二,零售市场的竞争,是单体企业在同一商圈的较量,是在同一区域争夺消费者的抗争,首先不取决于它的总体规模,而取决于单体的竞争力,取决于每一个零售业企业管理者的水平和经营者的素质;第三,决定未来零售业胜败的三个要素,科技、信息和服务,归根结底还是个人的问题,是人才之间的竞争,“得人才者得天下”;第四,中国连锁商业急速扩张,人才已成为它发展的瓶颈,“十个杯子八个盖”,无法满足连锁发展对管理人才的需要。

## <<现代零售概论>>

### 内容概要

本书共分为十二章，从界定零售活动的特点、研究现代零售业的发展规律与趋势入手，依次阐述了零售组织、零售环境、零售客群、零售竞争、零售商圈、零售定位、零售经营、零售品牌、零售文化、零售理财和零售自动化等内容。

从学科角度讲，零售是一门很复杂的学科，既涉及经济学、经营学，又与管理学、心理学和消费学密不可分。

本书依据理论与实践相结合的编写原则，主要以总结零售业的产生发展规律和现代零售业的运作经验为切入点展开阐述，较为系统地介绍现代零售业经营与管理的基本知识。

<<现代零售概论>>

书籍目录

第一章 导论 第一节 零售与零售业 第二节 零售革命与业态变迁 第三节 零售业的发展趋势  
本章思考题第二章 零售组织 第一节 零售职能 第二节 零售业态形式 第三节 零售组织形  
式 案例与分析 本章思考题第三章 零售环境 第一节 宏观环境 第二节 需求环境 第三节  
竞争环境 案例与分析 本章思考题第四章 零售客群 第一节 客群细分与目标市场 第二节 需  
求环境 第三节 竞争环境 案例与分析 本章思考题第五章 零售竞争 第一节 零售竞争优势  
第二节 零售竞争战略 第三节 零售竞争策略 案例与分析 本章思考题第六章 零售商圈 第一  
节 商圈的构成及形态 第二节 零售店址类型 第三节 商圈分析技术 第四节 商圈调研 案例  
与分析 本章思考题第七章 零售定位 第一节 零售定位的原则 第二节 零售区位与定位 第三  
节 零售业态与定位 案例与分析 本章思考题第八章 零售经营第九章 零售品牌第十章 零售文化第  
十一章 零售理财第十二章 零售自动化

## 章节摘录

第二章零售组织：第一节零售职能：一、零售基本职能：零售作为商品贸易和服务的终端，面对的是最终顾客的需求。

因此零售的基本职能主要体现于零售为消费者提供了有价值的商品和服务，通过零售商的零售活动增加了他们出售给消费者的商品和服务的价值。

西方零售学主要将零售基本职能概括为以下四方面：第一，提供多种多样的产品；第二，拆售；第三，保持库存；第四，提供服务。

以下分别加以介绍。

（一）提供多种多样的产品提供多种多样的产品是零售的基本职能。

商品形态千差万别，如果每个制造商都拥有自己的商店，只出售自己的产品，那么消费者为了购买一点简单的日常用品就得到处奔波。

而零售正满足了消费者的购买欲和选择权。

通常一家超市都要经营上万种商品，品牌、颜色、大小、款式、价格等，可选余地较大，也可较为充分地满足各类顾客的需求。

百货店则为消费者提供了大量时尚服饰、化妆品等商品的选择余地。

即使是某一类型的专业专卖店，通常也会在同类产品或同一品牌下给消费者以色彩、形式、大小等的宽泛选择。

（二）拆售零售一词的最原始含义是将一大片切开或将一大包拆分（来源于法语refaillier）。

零售的拆售职能体现了零售的原义。

为减少运输成本，制造商和批发商通常将成箱的产品运送给零售商。

零售商再按照消费者个人或家庭的消费量，将小批或小包装商品出售给他们。

（三）保持库存零售商为了维持良好的运营态势，必须保持适度库存。

即持有存货以便消费者在需要时可以随时购买。

这样，消费者就不用在家里购买大量不急之物储存起来，在需要的时候，他们可以随时到零售商店购买。

零售商持有的存货减少了消费者购买和存储产品的成本，给消费者带来了便利。

（四）提供服务零售商不仅向消费者出售有形商品，同时也伴随着提供相应的服务。

如通过改进销售方式、方法，尽量降低消费者的购物成本；如通过提供关联服务——包装、送货、停车、托儿、咨询、展览、消费讲座等，使消费者感受便捷、获得服务附加值；通过营造良好的购物环境，设置休息娱乐设施，使消费者享受美感与休闲；通过改进服务态度，创造服务特色，使消费者得到良好的购物体验。

各类人性化服务拉近了零售商与消费者的距离，零售商也通过提供多种服务，实现了品牌增值。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>