

PRINCIPLES OF  
Marketing

《市场营销实务》

零售与批发



# 零售与批发

## 主题概览

- 零售
- 零售商营销决策
- 零售业未来发展趋势
- 批发



# 零售

**零售**包括直接向最终消费者销售产品或服务以满足个人或商业用途的所有活动。

思考：除大润发，银座商场等，还有哪些零售商？

安利的销售代表，亚马逊，理发店，酒店等

**零售商**指销售额主要来源于零售的企业。

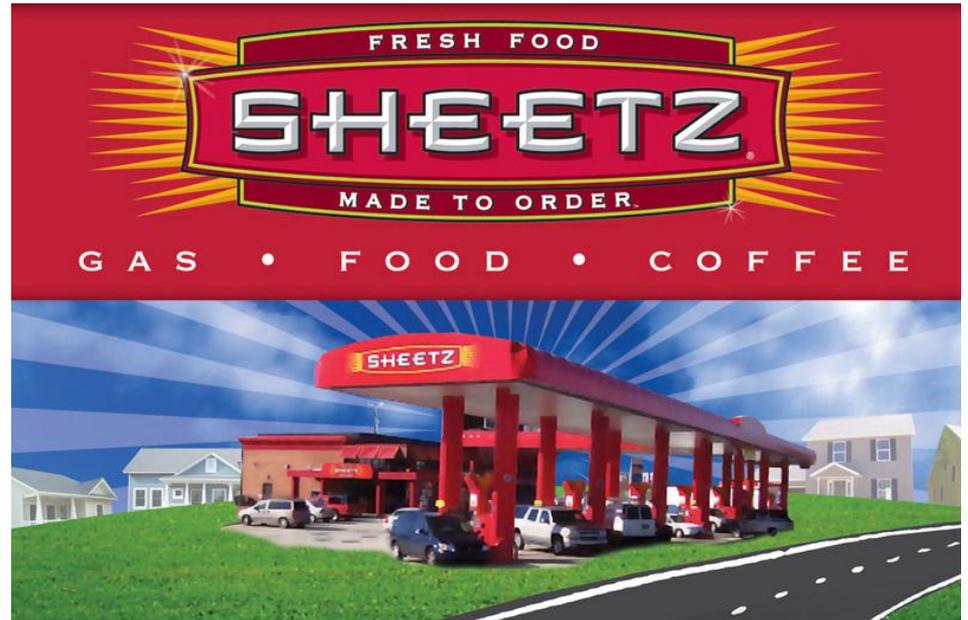


# 零售

## 零售商类型

提供服务的数量

- 自助服务  
大润发
- 有限服务  
新玛特, 银座
- 全面服务  
高档专卖店



# 产品线

## 专卖店

- 窄的产品宽度，深的产品线

## 百货店

- 产品线很宽泛

## 便利店

- 产品线有限，但周转高

## 超级市场与超级商店

- 超级商店比普通超市大得多，提供各种顾客定期采购的食品、非食品类商品和服务。

## 种类杀手

- 飞机库般大小的面积、特定大类但品种繁多的商品和知识丰富的员工。如图书，玩具，家居装饰等
- 服务零售商
- 酒店、银行、航空公司、电影院、理发店、干洗店



# 零售

## 零售商类型 相对价格



折扣店

廉价零  
售商

工厂直  
销店

仓储会  
员店

PRINCIPLES OF  
Marketing



# 零售

## 零售商类型

### 组织方式

公司制  
连锁店

自愿连锁

零售商合作  
组织

特许经营  
组织

商业集团



# 零售

## 零售商类型 组织方式

公司制连锁店是两家或多家由同一所有者拥有和控制的零售店。

- 其庞大的规模使它们能以较低的价格大量采购，并获得促销经济。
  - 润生堂大药房



# 零售

## 零售商类型 组织方式

自愿连锁是由批发商发起的独立零售商连锁，采取联合采购和统一推销。



# 零售

## 零售商类型 组织方式

零售商合作组织是独立零售商群体通过成立共同所有、集中采购的企业，联合实施推销和促销活动。



# 零售

## 零售商类型 组织方式

特许经营组织特许授予商（制造商、批发商或服务组织）和特许加盟商（购买特许经营系统中一个或多个单位所有权和经营权的独立商人）之间的契约联盟。特许经营组织通常基于某种独特的产品或服务、经营方法、品牌、商誉或特许授予商发明的专利。

例如 麦当劳，必胜客



# 零售

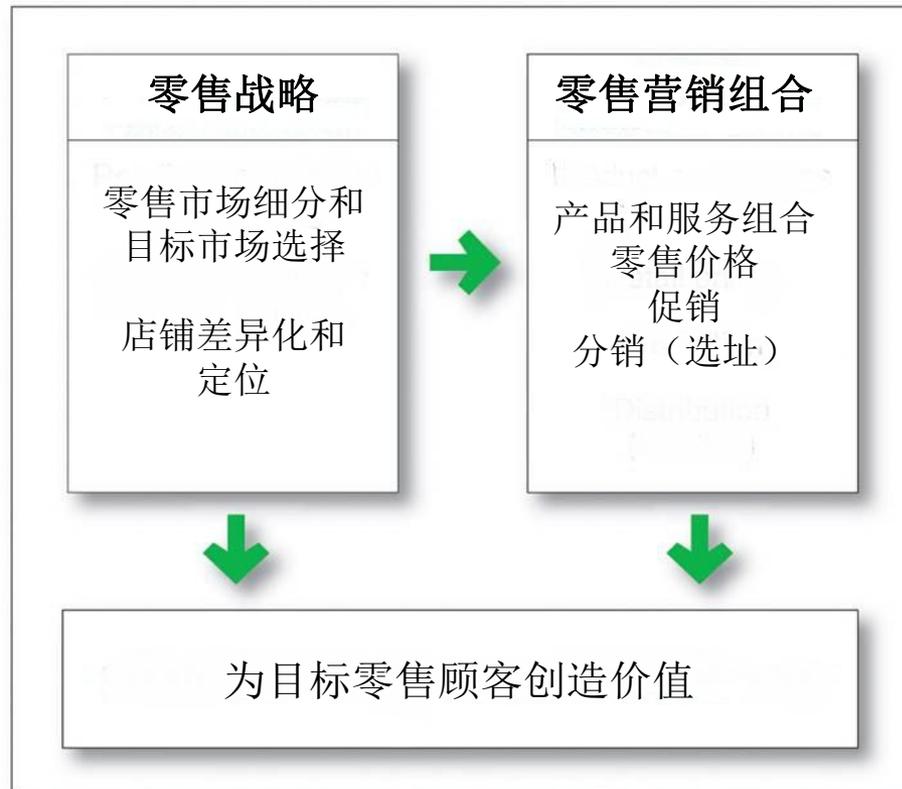
## 零售商类型 组织方式

- 商业集团将多种不同的零售行业和形式联合起来统一所有并整合其分销和管理职能的、形式自由的公司。
- 有限品牌



# 零售

## 零售商营销决策



# 零售

## 零售商营销决策



市场细分、目标市场选择、差异化和定位决策指定义市场，并分析其特点，从而制定其他的零售营销决策。



# 零售

## 零售商营销决策 产品组合与服务

产品组合与服务决策包括：

- 产品组合
- 服务组合
- 店铺氛围







# 零售

## 零售商营销决策 价格决策

价格政策必须符合目标市场和定位、产品和服务组合以及竞争状况。

- 高利润低销量
- 低利润高销量



# 零售

## 零售商营销决策 价格决策

1. 从不利用价格促销，在产品和服务质量而非价格上竞争。
2. “高一低”定价法指对日常必需品制定高价，同时配合经常性的降价和其他价格促销手段。
3. 天天低价指制定稳定、天天低廉的价格而不进行降价或打折。



# 零售

## 零售商营销决策 促销决策

广告

人员销售

销售促进

公共关系

直复营销



# 零售

## 零售商营销决策 渠道决策

零售商常常提到使零售成功的三个关键因素：选址，  
选址还是选址！

中央商业区位于城市地区，包括百货公司、专卖店、  
银行和电影院。

购物中心是统一规划、开发、拥有和管理的零售企业  
群。



# 零售

## 零售业未来发展趋势

零售商须考虑：

- 无店铺零售
- 零售集中
- 巨型零售商
- 零售技术
- 全球扩张
- 作为“社区”的零售店



# 零售

## 零售业未来发展趋势 新的零售业态和不断缩短的零售生命周期

### 无店铺零售的增加包括:

- 邮购
- 电视购物
- 电话购物
- 网上购物

The screenshot shows the Macy's website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'for the home', 'bed & bath', 'women', 'men', 'juniors', 'kids', 'beauty & fragrance', 'shoes', 'handbags & accessories', 'jewelry & watches', and 'sale'. A search bar is present. The main content area is dominated by a large red banner for the 'JULY 4TH SALE' with the text 'SAVE 20-75% + VALUES'. Below this, there are links for 'women', 'men', 'kids', 'shoes', 'for the home', 'bed & bath', 'handbags', and 'jewelry'. A 'swim sale' banner is also visible. On the right side, there's a sidebar with a 'SHOP THE SALE IN STORES, TOO!' section, a 'mattress & furniture sale' section, and a '150 YEARS' anniversary banner. The footer contains various links for customer service, credit card, stores, and wedding services.



# 零售

## 零售业未来发展趋势

### 新的零售业态和不断缩短的零售生命周期

**零售业的趋同：** 越来越多的零售商以同样的价格向同一群顾客销售同样的产品。消费者、生产商、价格和零售商之间的融合，这对零售商意味着更激烈的竞争和更难以差异化的产品。



# 零售

零售业未来发展趋势  
新的零售业态和不断缩短的零售生命周期

巨型零售商的兴起指大型商店、专业店超市。垂直营销系统的形成，以及一系列的零售兼并和收购。

- 卓越的信息系统
- 采购能力
- 大量的选择



# 批发

**批发** 包括涉及将产品和服务出售给以转售或商业用途为目的的购买者的全部活动。

销售和促销

采购和产品类别管理

批量拆分

仓储

运输

融资

风险承担

市场信息

管理服务和建议



# 批发

## 批发

**销售和促销**指批发商的销售人员可以协助制造商以低成本达到很多小客户。

**采购品类管理**指批发商可以根据客户的需要选择产品、建立产品组合，从而大大减少了顾客的工作量。



# 批发 批发

**批量拆分**指零售商大量购入而分装为小包装销售给顾客。

**仓储**指批发商保管存货，降低了顾客的存货成本和风险。



# 批发

## 批发

**运输**指批发商凭借其接触顾客的便利来提供快捷的运输。

**融资**指批发商通过提前订货和按时付款提供信用和融资。



# 批发

## 批发

**风险承担**指零售商通过持有所有权和承担失窃、损坏、消耗和过时老化的成本。

**市场信息**指批发商向生产商和鼓了提供有关竞争者、新产品和价格变动的信息。



# 批发

## 批发

管理服务和建议指批发商帮助零售商培训销售人员，改进店内布局，以及设立会计和存货控制系统。



# 批发

## 批发商类型

独立批发商

代理人和经纪人

制造商销售分  
支机构和办事  
处



# 批发

## 批发商类型

**独立批发商** 是批发商中最大的群体，包括：

- 提供全套服务的全面服务批发商
- 提供很少或专业职能服务的有限服务批发商



# 批发

## 批发商类型

经纪人和代理商并不拥有所有权，只履行几项职能，专门经营某些产品线或顾客类型。

- 经纪人将卖方和买方撮合起来，协助双方洽谈
- 代理商为买方或卖方的常设代表。制造商的代理商最常见。



# 批发

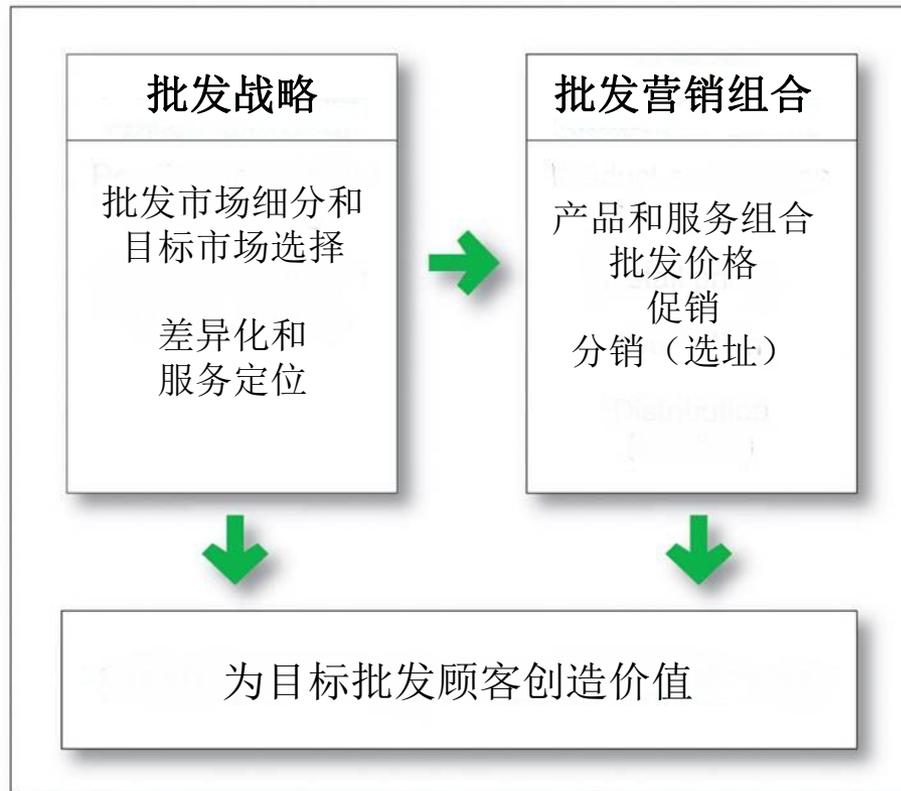
## 批发商类型

制造商销售分支机构和办事处是这样一种批发商类型，卖方或买方通过他们自己的力量，而不借助独立的批发商，完成交易



# 批发

## 批发商营销决策



# 批发

## 批发商营销决策

选择目标市场和定位决策：

- 顾客规模
- 顾客类型
- 服务需求



# 批发

## 批发商营销决策

### 营销组合决策：

- 产品
- 价格
- 促销
- 渠道

**MCKESSON**  
Empowering Healthcare

You have the power to drive results



McKesson has the right solution for your pharmacy

PRINCIPLES OF  
**Marketing**



# 批发

## 批发业的发展趋势

1. 提价受到抵制，没有基于成本和质量提价的供应商会被淘汰出局。
2. 大零售商和大批发商的界限不断模糊。
3. 批发商将继续增加提供给零售商的服务：零售定价，合作广告，营销和管理信息报告，会计服务，在线交易等。

