

浅谈我国零售企业的促销策略

四川省社会科学院区域经济研究所
胡美伦

一、我国零售业促销策略的现状

21世纪是我国零售业促销策略发展的新阶段,一批以产权制度为核心的国有零售业,通过重组、联合、兼并、入股等形式组建股份制企业和大型企业集团。这些企业和企业集团为适应市场经济发展,在经营方式上采取物流配送、自营出口、旧货交易、商品代理等先进的促销策略,有效地扩大了商品销售,增强了企业的活力。目前,一些新的零售业相继活跃在我国零售市场,如连锁超市、专卖店、便民店、特许经营店以及最近出现的大卖场等,以其经营范围广、市场价位低、商品质量高、选择余地大、服务态度好、购物方便吸引顾客,销售态势呈直线上升。外商独资零售业的进入,不仅给我国零售业注入了活力,同时也给国有零售企业增加了巨大的压力。我国零售业如何成为中国零售市场的领头羊,促销策略的选择将尤其重要。

二、关于我国零售业促销策略的分析

改革开放40年来,我国零售业的促销策略确发生了翻天覆地的变化,但由于长期受计划经济体制的影响,面临的困难很大,存在的问题还很多。主要表现在以下几方面:旧体制的影响尚未摆脱。在计划经济体制向社会主义市场经济体制转换过程中,一些老国有零售企业在经营模式、经营理念仍没改变,促销方式单一化,缺少创新的精神,不能给消费者留下深刻的印象;不能很好的按照促销策略实施的原则具体实施促销策略;促销策略实施的时机把握不准,促销往往具有盲目性。促销策略实施的方式有价格促销、复合促销等。我国的零售企业对现代化的促销手段还不成熟,还有待于进一步的完善。

家乐福、沃尔玛、麦德龙等外资零售巨头正以前所未有的速度大举扩张。很快在中国市场有了一席之地,并以低价、多品种、大型停车场为其主要竞争优势。其中,外资零售企业的价格策略尤为突出,成为他们抢占中国零售市场的有力武器。外资零售企业采取低价竞争策略是有其一定的成本优势作为基础的,由于外资零售企业一次性采购批量大,具有全球性的议价能力,且实行直接从厂家采购、买断进货、定期结算、回购外销,因而能获得极为优惠的商品进价;再加上其相对较少的人力成本、高效率的物流配送、尽量缩减的广告宣传、偏离商业中心的商店选址和简单朴实的商场装修,使得其经营费用也相当低。因此,外商的低价竞争是建立在全方位降低经营成本的基础上实施的。然而,在对外资零售企业的价格进行全面、深入、细致的剖析后,就会发现其低价策略的表现形式十分灵活多样,并不仅仅是在低成本上直接低价那样简单。而且,许多商品的价格与国内零售企业并无多大区别,却能给人们形成低价印象,这其中奥秘何在?原来,外资零售企业除了切实奉行“低费用、低毛利、低价格”的经营原则之外,更重要的还在于他们着眼于消费者心理感受所形成的效应,娴熟运用定价艺术,采用高超的价格策略,实施完善的价格管理,这些均值得国内零售企业借鉴。复合促销,这种促销方式就比较多样,也为商家所乐用。比如现在经常见到的加量不加价、折扣优惠、包装赠送、样品免费邮寄等等,都可归属于复合促销的范围。复合促销的特点是操作性强,见效快,消费者的利益点明确。

促销具有目的性,看看现在所进行的很多促销行为,很多都存在看目的性不明确,甚至对于一次促销行为到底是提升销售,还是提高试用率等等,都模糊不清。目标具有针对性,所有的促销行为,都必需针对目标市场进行细分,使促销更具有针对性。规划一项促销活动之前,如果不把握周围目标消费者的消费形态或消费习惯、心理及文化需求,就开始,无异于盲人骑瞎马。形式具有创新性,促

销形式沉旧,在新的经济形式下,都会使促销效果处于低效率运作状态。现在的促销其实已经日渐同质化,该想的都想了,该做的都做了,再想出更新的促销方式,在超越上难度太大。只要肯努力思索与实践,创新还是有可能的。内容具有科学性系统性,这是促销成功的关键因素。对于促销的理解不能只局限于片面的降价、现场展示、答题抽奖,它其实是一个系统,一个科学的系统,需要每一个促销阶段都能达成一个目的,并整合起来发挥作用。我国零售企业促销策略实施的过程中往往不注意各环节之间的连贯性,只是实施其中的某一个环节,比如,某商场在促销活动结束后就很少再去关注售后服务,得不到具体信息反馈,这样不利于企业的长期稳定发展。如果企业能够真正让促销达到最佳状态,相信零售企业将为世界经济的发展贡献更大的力量。促销策略实施的时机,市场感觉在进行销售促进规划时,仅有数字化的各种市场调查资料活统计资料是不够的。对于尚未表现在数字化上的变化动向仍须有洞察的敏感度才行。竞争动向,外部状况的另一个重要因素是竞争同业的动向。不仅是对竞争企业的名称或数量的了解,对各企业的强势和弱势,以及未来的可能变化等都需要予以充分的预测。尤其是以销售促进作为竞争手段时,更需要发挥强力的效果。因为竞争是需要加以充分研究的。此外,需要考虑的外部状况尚有:经济情势,政府的政策,法律,社会动向等。对生产资料产品来说,经济情势或政府动向的改变都会立即反映到需求的变化上,尤须特别注意。法律与销售促进的关联也很密切,推动附赠奖品或销售店援助活动时特别需要注意法律问题。预期未来上述外部状况会越发对企业的行动增加影响力。对于以对外活动为主的销售促进来说,仅只把握内部状况,当然是不能够足以应付外在多变情势的。产品生命周期,根据产品生命周期的特点,在市场导入期、成长期、成熟期和衰退期根据产品的多个维度,安排适宜的促销活动。

三、我国零售业促销策略的创新

1、认识理念的创新。

在大多数人的眼里,现在的促销被认为是一种短期行为,不过是一些促销手法的花样翻新,其实,促销是在价格、赠品等基础上的沟通工具。在促销过程中,除了通过各种促销形势与消费者进行深度沟通、促销销售之外,还必须促进消费者对品牌的理解与关注,并逐步建立起消费者对品牌的忠诚。这才是促销的最高境界。品牌的认可和支持才是企业生存的根本。所以卖场促销作为企业促销的一种表达形式,也应该基于这一新的理念。卖场商品陈列、POP广告的设计、导购人员的服务等活动都应以树立和维护品牌形象、培养消费者对品牌的忠诚为指导思想展开,在对促销的认识上有所创新。

2、促销形式的创新。

促销不一定非要用丰厚的物质利益去打动消费欲望。也可使用概念促销,使消费者尝试一种新的生活方式。例如,可口可乐的“早晨一杯可口可乐”的推广活动,表面上是在宣传一种新的消费方式,实际上是在做可乐的深层促销。尝试,体验一个新的概念也是形成消费的一种动机,不断创新产品概念,激发人们的消费想象力,不断创造新的消费理由,也可以较好得吸引消费者。这也是企业卖场促销的一种创新。

3、购物环境的创新。

由于竞争的激烈及顾客购物需求的升级,卖场开始由“基本基能”延伸到“多重机能”,购物环境愈来愈呈现出“生活化、舞台化、公园化、复合化”的趋势。除了内部环境,优美的外部环境是吸引顾客入店的诱因之一。例如,美国一家名为“班雅德”的大型购物广场,就是利用旧有的农舍仓库加以整修成为有名的复古型店铺。该店建于平坦的小山坡上,景色极为优美,附近丘陵一年四季开满美丽的花朵,成为鸟语花香的乐园,来此购物的顾客,不但可以买到齐全的物品,不能观赏此地的美妙景色,从而使购物成为一件赏心

悦目的事。这正是“创造景观”的经营策略。

4、人员服务的创新。

企业文化和品牌形象的展示都离不开人员的传播。因此,企业应该在卖场一线人员的技能、礼仪培训方面都有所创新,使其更好地为顾客服务。曾经有这样一个例子:王先生到一百货公司选购夏季服装时看到一件衬衫,因其喜欢的衣着类型是属于设计简单大方的,而那件衬衫不太合意。正当王先生犹豫不决时,店员走到他的身边招呼:“欢迎光临。先生,您知不知道这件衬衫的口袋上为什么要配置条状装饰?”先生摇摇头:“不知道,不过我不喜欢这种东西。”这时店员告诉他说:“不晓得您是否有戴太阳镜的习惯?这个带子就是为挂太阳镜而设计的。”由于王先生也有无处放太阳镜的困扰,于是当场便于决定买下这件别出心裁的衬衫。从以上的例子可以看出,顾客一旦走入卖场,店员便有责任让顾客知道商品的好处。在未来,商品进入卖场后按其销售重点在其中以视觉说明的方式向顾客作诉求的做法,将会走越来越重要。

四、结语

促销,销售的不仅仅是商品,销售的还是智慧、热情、服务,销售的更是一种企业文化,一种意识形态。促销策略的制定及实施,要明确目标,不能盲目,要根据实际情况制定与本企业场与周围地带顾客情况相符合的促销计划,在促销计划实施前卖场要做好各方面的准备,能够及时应对各种突发情况。采取多种促销方式,齐头并进,搞好卖场的氛围,充分调动起员工工作的激情,也充分调动起顾客购物的兴趣。在促销活动结束后,对此次促销活动认真进行评估和反思,吸取教训,为下次开展促销积累经验。

总体而言,我国的零售企业在这些方面还有所欠缺,发展较为缓慢。而像沃尔玛、家乐福等国际零售巨头,在各方面都比较完备,在促销策略上确实走在国际最前沿,对此,我国零售企业当积极借鉴,努力发展。

防范化解民营企业法律风险 须着力发挥三大作用

杨树人

2018年11月1日,习近平总书记在主持召开民营企业座谈会上强调:民营经济已经成为推动我国发展不可或缺的力量,成为创业就业的主要领域、技术创新的重要主体、国家税收的重要来源,为我国社会主义市场经济发展、政府职能转变、农村富余劳动力转移、国际市场开拓等发挥了重要作用。随着我国社会主义市场经济体制和中国特色社会主义法治体系的不断完善,民营企业将获得更多的发展机遇,但也面临诸多的法律风险。民营企业法律风险的发生是企业内外部因素综合作用的结果。2019年10月8日国务院常务会议审议通过了《优化营商环境条例》,可以预期,民营企业发展的外部环境将得到切实有效的改善。但事物发展的规律表明,外因需通过内因起作用。因此,要有效防范和化解民营企业的法律风险,必须着力发挥民营企业三方面因素的作用。

一、发挥民营企业家对企业依法经营的引领作用

我国的民营企业经过30多年的发展,已取得了长足的进步,但毋庸讳言其“家族式管理”、集权式管理的传统管理模式并未得以根本改观。在这种管理模式下,民营企业家的素质关系着企业的生存和发展。可以说,民营企业依法治企观、法治能力的强弱直接影响着民营企业员工管理、经营的法治意识和法治能力,也决定着民营企业防范和化解法律风险意识和能力。因此,增强民营企业家尊法守法用法自觉性和积极性,可以引领民营企业依法管理和经营,推动民营企业更有效地防范和化解法律风险。目前提高民营企业家法治意识和守法能力关键要做好两方面工作。

一是民营企业要深刻认识市场经济与法治的内在联系。党的十八届四中全会通过的《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》指出:社会主义市场经济本质上是法治经济。这是来对我国社会主义市场经济实践经验的总结,也是对社会主义市场经济本质的准确清晰界定。民营企业应清楚认识到,发展社会主义市场经济必然要求与社会主义市场经济相适应的法治体系,要求以法律来规范市场主体行为、激发市场主体活力、保护市场竞争、维护市场运行秩序。没有法律规范和保护的市场经济必然走向失序,最终必然损害各种市场主体的利益。因此,维护法律尊严、主动学法知法、积极守法用法是民营企业应尽之责。

二是增强民营企业家对法律风险的认

二、发挥民营企业规章制度对企业行为的规范作用

民营企业法律风险主要来源于企业的各种经济行为的不规范甚至不合法,因此依法制定合理完备、操作性强的企业内部规章制度并严格执行,是依法治企的必然要求和具体表现。企业规章制度使企业管理和经营活动有章可循,才能从源头有效防范和及时发现、化解企业的法律风险。为此,首先要建立科学合理的岗位责任制度。明确企业不同岗位、不同职业、不同层级员工的工作职责、权利、利益和不履行职责应当承担的责任,从而调动企业的所有员工的责任心和积极性,减少权责利失衡或不协调,避免工作懈怠失误给企业造成的法律风险。

其次,建立责任追究制度。企业制定的各种规章制度都需要员工遵照执行,才能发挥制度对员工行为的规范和约束作用。但全体员工自觉遵守制度毕竟是一种理想状态,无视和违背制度的现象是难以消除的,因此,为了保证制度的权威性和约束力,必须让违者受到应有的制裁。因此,建立责任追究制度,明确承担责任的事项,设定职责与责任对应且平衡的责任类别,落实责任追究的部门和程序,形成企业领导率先垂范、所有员工一视同仁的责任追究氛围是民企发挥制度约束力的必然要求。

再次,建立行之有效的法律风险防控制度。事实证明,源头防范是企业控制法律风险的最有效、最经济的手段。因此,要切实重视企业各种经济行为的全过程法律风险监控,及时发现并采取措施,把风险消灭在萌芽状态,或尽可能降低风险可能造成的损失。民营企业需要建立的法律风险防控制度主要包括:重大决策法律评估制度、合同审查制度、风险排查、预警和应急处置制度、案件诉讼管理制度等。各项制度都要突出风险点,明确责

任主体,划清职责范围,理顺工作流程,强化责任追究,从而把风险防范制度落实到企业管理经营的核心部位与关键环节。

三、发挥法律专业团队和人员防范和化解法律风险的保障作用

法律风险与法律具有紧密的关联度,企业法律风险可能因企业等市场主体的行为违规违背法律而引起,也可能因国内法律法规规章之间不一致、执法环节上的不协调、不规范而触发,还可能因国际范围内国与国或地区与地区之间的法律冲突而产生。而对国内国际众多法律法规及执法活动的了解和熟悉是企业家和普通员工难以做到的,更不用说防范和化解企业风险的专业性和复杂性。因此,由企业家领导和支持下的法律团队或人员的协作努力是防范和化解民营企业法律风险的根本保障。发挥企业法律专业人才的作用需要注意以下问题。

一是发挥企业内部法律专职团队的作用。首先,大中型民营企业应组建相对独立的法务部门。招聘熟悉企业经营管理和法律业务的人才组成专业团队,组织培训企业管理者和一般员工,帮助企业制定完善和执行各项规章制度,负责企业经营中的日常风险监控,为企业的战略决策和经营活动提供法律支持。企业应保障对法律风险防控的资金投入,全力调动专责部门的工作积极性,确保其充分发挥作用。其次,有条件的大型民营企业可以借鉴国有企业的总法律顾问制度,设置本企业的总法律顾问。作为企业法务部门的领导者,总法律顾问直接对企业法定代表人或总经理负责,全面负责企业法律事务工作,统一协调处理企业决策、经营和管理中的法律事务,并对企业经营、管理和决策的合法性承担责任。

二是发挥企业外聘法律顾问和律师的作用。企业法律顾问除了具有法律专业素质外,还熟悉企业运作与财务管理等方面内容,因此没条件建立法务部门的中小型民营企业可以通过外聘法律顾问从事法务管理工作,帮助企业在依法经营、规范管理、风险防范等方面提供稳定而专业的法律服务。但法律顾问的作用更多体现在企业经营过程中的日常法律风险防范和管控方面。由于法律顾问并非全是律师,非律师的法律顾问可能欠缺法律实践经历,因此,当企业法律纠纷发生后特别是面临仲裁或诉讼时,还应聘请熟悉公司企业法务且经验丰富的律师,以帮助企业更有效化解法律风险,更好地维护企业利益。

(作者单位:四川省委党校法学部)

杨蓓

随着知识经济和经济全球化的发展,企业之间的竞争越来越激烈,企业文化对企业的生存和发展的作用越来越大,成为企业管理当中的核心要素。在这种情势下,营造一种企业文化,可以为企业管理提供最有力、最有效的支持,无疑成为企业管理者的重要任务。纵观成功企业的发展史,无一例外地都有着深厚的文化底蕴,但企业文化又是企业管理中最模糊的领域,也是迄今为止对每个企业来说最具挑战性的一环,因为它涉及了企业的价值观、员工士气以及领导方式等诸多领域。这说明企业文化与企业的生存、发展紧密相连,所以构建企业文化,也成为建立现代企业管理体制必不可少的关键因素。企业文化建设作为市场经济条件下的一种企业管理思想和方法,作为思想政治工作的有效载体,对于保证企业改革与发展顺利进行,具有特殊的现实意义。它不仅给企业带来许多商机,也给企业参与市场竞争提出了更高的要求。如今的企业竞争是文化、形象、品牌的竞争。为适应新的形势,企业领导层必须从全局和战略高度,充分认识企业文化的地位和作用,进一步认识在当前加强企业文化建设的重要性。

企业文化建设具有推动企业发展的驱动作用。企业文化作为一种意识形态,存在着表层文化和深层文化。在表层文化中,令人赏心悦目的厂貌,会使广大职工置身于一种精神愉快、心情舒畅,处于最佳的工作状态,就会自然产生自觉性和主动性,其结果必然会提高工作效率,提高劳动生产率。企业精神、职工的科学文化素质作为企业文化的深层文化,对企业起着决定作用。企业精神是职工的精神动力,它的作用是不言而喻的。企业职工科学文化素质的高低更是企业兴衰的制约因素。如果一个企业的职工队伍具有较高的科学文化素质,那么可以说这个企业就存在着潜在的发展优势,职工科学文化程度高,就会不断研究新工艺、新技术,就会不断采用国内外先进技术,产品就会不断更新换代。

企业文化属于“亚文化”的范畴,企业文化是一个企业在长期经营实践中所凝结起来的一种文化氛围、企业精神、经营理念,并体现在企业员工所共有的价值观念、道德规范和行为方式。可以从三个层面理解企业文化,外层是企业物质文化,包括企业的产品包装设计、环境空间等,以及由此折射出的企业经营者的特点、风格和作风等;中层是企业制度文化,包括企业的规章、规范以及渗透到员工思想听共同遵循的道德观念、行为准则等;内层是企业精神文化,包括企业的经营哲学、经

营战略、价值取向,以及由此体现的企业员工的共同追求、共同意志、共同情感等。三个层面中,物质文化是基础,制度文化是关键,精神文化是核心和灵魂。要建设一个优秀的企业文化,必须从这三个层面入手,规范企业文化各个层面的内容,使之为企业管理服务。

塑造企业文化是一项复杂而艰巨的任务,需要公司从上到下,各个部门的共同参与。企业文化对于中小企业的长期发展来看,并不是最直接的动力,但却是最持久的发展动力来源。资金与技术优势、产品与服务完善、企业决策的正确与否都依托于企业的文化,有了被认同的企业文化,中小企业就能最大范围地整合社会资源,促进自身的发展。

深化企业理念与适应新体制转变观念相结合。企业理念是企业的最高意识形态,是企业的精神核心。因此,在企业文化建设过程中,要始终把构建企业理念作为不断增值的精神和智力资源去做。让职工自觉地把理念由一种心态转化为一种行为习惯,这是企业文化建设中用文化规范企业行为、职工行为的重点,是企业文化建设由浅入深的切入点,也是企业文化建设成效大小的关键点。因此公司坚持持之以恒的理念教育,同时在理念的贯彻进程中,坚持理念是随着企业发展而不断发展变化的和企业理念是可以重塑的观点。坚持企业理念的建立与实践和与时俱进的新观念的转变相结合,与企业新体制建立提出的思想观念、管理、技术创新的要求相一致,最终达到服务并推动企业生存发展的目的。

企业文化建设与思想政治工作相结合。一要注意二者既有联系,又有区别,互相依存,是相辅互补的关系;二要把握二者不可偏废,更不能互相替代的原则。坚持企业文化是社会文化的亚文化的定位,坚持职工政治理论教育的独立性,不用企业精神文化替代。企业文化建设必须坚持马列主义、毛泽东思想、邓小平理论指导的原则,在二者结合上,公司把企业文化的目标教育与日常思想政治工作的形势任务教育相结合;企业文化的岗位形象塑造与职业道德建设相结合;企业文化的创新教育与群众性合理化建议相结合;企业文化提倡的尊重人、理解人、关心人的个性与尊重员工的主人翁地位的做法相结合;把企业理念为核心的共同价值观念教育与共产主义理想教育相结合。两者互相渗透,优势互补,不仅能拓宽思想工作的思路,成为思想政治工作的有效载体,促其更加紧贴生产经营,同时,也使企业文化方向更明确,工作更深入,达到相得益彰,共促企业两个文明建设的作用。

(作者单位:赤峰平煤投资有限责任公司)