

物流考试综合辅导:经营超市如何得到最高的利润 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/269/2021\\_2022\\_\\_E7\\_89\\_A9\\_E6\\_B5\\_81\\_E8\\_80\\_83\\_E8\\_c67\\_269709.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/269/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E8_80_83_E8_c67_269709.htm)

经营超市“不赢利就是犯罪”。经营者首要且重要的工作就是正确选择出市场内的商品并通过合法的渠道销售出去，从中使超市获得最高的利润回报。作为超市这一主体的经营者，商品的优化可以使超市占得先机，获取更大的利润，由此可以看出商品选择的重要性。下面就如何选择商品谈一谈我的看法和感受。谈到商品的选择，首先要确定超市的市场定位。从所经营的商品上区分，目前我国大致有三种类型的超市。第一种是以经营本地商品为主干的超市，如家乐福、华普、物美等等，第二种是以经营进口及本地商品相结合的超市，其进口商品的经营种类相对齐全，如普尔斯马特，麦德龙等，这类超市主要是国际性超市，拥有优秀的进口商品渠道。第三种是以经营特殊包装商品为主干的超市，如万客隆等，其商品的经营单位比其他超市要大，目标顾客群相对固定。下面就以第一种超市类型为例谈一谈商品的选择原则。超市的经营者是否选择某一类商品经营，在确定了超市类型后，必须考虑到此类商品的属性。首先，商品必需具备满足顾客基本需求这一属性。顾客购买商品都有其心理需求，通常分为两种心理，目的性和冲动性。超级市场的经营者应抓住顾客目的性购买的心理选择商品，所以商品必需具备此属性。能符合顾客目的性购买心理的商品基本上是满足顾客日常生活所需的东西，这类商品是超市的经营主体。当然也不排除部分顾客冲动性购买的商品以充实节庆及大型的促销活动，但一定是要控制

比例及时段。其次，商品同时应具备高回转量这一属性。只有高回转量的商品才能给超市带来较大的现金流及快速的资金流转，同时能优化采购成本，尽可能的创造利润，降低损耗，节省物流环节。一般来说市场内出现机率高的商品都具备此属性。商品只有到了成长期的晚期和成熟期才会具备此属性。选择新产品经营必须联合供应商举行有力度的促销活动，并配以高强度的媒体宣传才能达到高回转，所以选择新产品经营必须慎重。商品在经营期间其回转率随着市场的变化及商品的生命周期都会发生变化，经营这类商品应注意其规律，根据“二八法则”，掌握通过20%的商品数量带来80%的销售额的的商品的销售数据，及时的调整，强化高回转量商品群，使经营商品更具备战斗力是一项持续性的工作。第三，商品还应具备满足市场消费习惯这一属性。不同消费市场中的顾客有不同的消费习惯，例如中国的南方城市对新鲜的水果需求比较大，而对罐装水果的需求就比较小，北方城市对水果的消费习惯就与南方城市不同。再例，沿海城市对罐装水产的需求就不如内陆城市大。同一城市的不同地区其消费习惯也有所不同，经营者必须了解经营所在地的消费习惯才能选择出正确的经营商品。第四，选择的商品还应便于经营管理。目前超市大多采用顾客自选，统一收银的方式，所选择的商品从包装、计量、陈列上应方便顾客，同时有利于超市的经营管理。最后要提到的一点就是价位分布的合理性。确定经营商品的类别，还应注意每一类商品中数量及价位的分布是否合理。经营商品的具体种类和数量依超市的经营面积及经营所在地的市场需求而定，经营商品的种类和数量并不是越多越好，而要视其陈列效果和库存周转率而定。每

一类商品中必须依照正确的价位来分布才能发挥商品的最大优势。在一类商品中至少要有一个超低售价的单品，且品质合格，通常有较高的库存周转率和销售量，但其毛利额并不高。同时要有一个高价位的单品，大多为名牌，通常有高销售额及毛利额。中间价位的商品数量占此分类的50%以上，是贡献超市销售额及毛利额的支柱商品，这些商品的销售量及毛利率变化频繁，如发现异常，应注意适当调整其陈列面、促销次数及力度、毛利率、品质、市场需求的变化。及时的调整有利于整体销售额及毛利额的提升，同时对加强企业形象起到巨大的作用。综上所述，商品的选择直接影响到超市的经营业绩，强大的采购部门配以及时的信息反馈、快速有效的执行必能使所经营的商品充满战斗力，为投资者带来最大的回报。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)