

雅芳“店铺直销”模式的冲突与诱惑物流师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_\\_E9\\_9B\\_85\\_E8\\_8A\\_B3\\_E2\\_80\\_9C\\_E5\\_c31\\_645512.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E9_9B_85_E8_8A_B3_E2_80_9C_E5_c31_645512.htm) id="wwcc"

class="eeww"> 在顺利通过国家直销试点之后，雅芳终于在今年2月份如愿以偿的拿到了商务部颁发的001号直销牌照。自1990年进入中国以来便一直以乖孩子著称的雅芳，据说从没有给中国政府带来过麻烦，1998年，在中国政府的第一次直销整顿中，响应政府号召，雅芳向“有店铺无店外销售人员”的传统销售模式转型后，便着手在中国广建专卖加盟店和柜台等形式，向传统渠道靠拢。经过7年多的发展，雅芳的加盟专卖店数量达到了惊人的6400余家，专柜也有1700多个。可以说，此时的雅芳在中国已经从过去的一家直销公司变成了一家纯粹的日化企业。而此次雅芳取得直销“通行证”的“店铺直销”模式，却使得雅芳走入了一个两难的境地。雅芳原本是希望依靠遍布在全国各地的6000多家专卖店转变成公司在各地的服务网点，利用网点的优势，甩开安利等竞争对手的追赶。事实上，无论是安利，还是其它竞争对手，其专卖店的数量都远低于雅芳规模，据称安利的专卖店数量只有300余家。从这个层面上看，专卖店数量是雅芳与其竞争对手相比最突出的利器，如果专卖店能够顺利转型为服务网点，直接利用这些店面转来的服务网点招募直销商，那么雅芳的直销规模将一下子就被放大。而安利等竞争对手，则必须逐一建店面，然后才能招募直销员。但是，雅芳的问题在于，现有的6000多家专卖店几乎都是来自于原来经销商的加盟店，雅芳本身并不具备这些店面的产权。对于这些店面的

所有者，他们更为关注的是自己的利益如何受到保障，而不是雅芳的直销牌照。在直销体系下，雅芳招募的直销员将通过这些转型而来的服务网点进货，然后进行直销活动。由于直销员们所进行的直销活动与店铺经营相比，并不需要房租、水电费、加盟金等等固定成本，因此，相对来说，直销经营相比店铺经营就具备了更大的利润和盈利空间。而直销员的获利从一定程度上就是对加盟店的利益的损害。也正是因为这样，自从雅芳取得试点资格以来，害怕失去既有利益的加盟商针对雅芳的“店铺直销员”模式的反对和抗议活动就从来没有停止过，退货、补偿之声此起彼伏。这对雅芳而言，无疑是个挑战。自从1998年在中国政府号召下，雅芳由“雅芳小姐”到“店铺经营”转型后，雅芳中国的70%的收入都是出自于雅芳的经销商，也即专卖店之手，可以说，这些经销商在一定程度上而言，是雅芳第一次转型成功的最大功臣，是雅芳得以存在的根基。而目前的“店铺直销员”模式无疑是伤了这些功臣的心，动摇者有之、转行者有之、抗议者有之。使得雅芳目前是军心动荡、人心不稳，表现在业绩则就是销售收入和利润同步下滑。面对根基的动荡，雅芳也不可能无动于衷。于是，对于经销商，雅芳曾经做出过“维护现有专卖店体系不变”的承诺，将“维持专卖店原有的业务不变”，同时保健品、内衣将通过专卖店渠道专售，并且增加的收费美容项目将成为专卖店一个新的利益增长点，力图说服专卖店经销商们专卖店渠道将比直销拥有更强的竞争力。“但是，店铺和直销本来就是两套相互独立，而且互相具有针对性的不同体系”，“雅芳对专卖店模棱两可的态度，或许表明雅芳并不想通吃店铺与直销这两种模式”，某业

内人士曾这样对雅芳的“店铺直销员”模式进行评价。雅芳某高层曾公开表态说：“在直销、专卖店、专柜之间，我们还无法判断轻重。”不可否认，中国的直销市场在正式被开放以后，将会非常广阔，机会也非常多，“很显然，如何调控和平衡网点资源模式与直销模式之间的不协调非常关键。一旦二者模式平衡不好，雅芳将身陷骑虎难下的两难境地。”上述分析人士认为。把物流师站点加入收藏夹 欢迎进入：[2009年物流师课程免费试听](#) 更多信息请访问：[百考试题物流师论坛](#) 欢迎免费体验：[百考试题物流师在线考试中心](#) 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)