

马来西亚华文独中教科书

商业学 第一册

Business Studies



董教总华文独中工委会统一课程委员会编纂

高中适用

《商业学》第一册

行政编辑：梁翠芳
美术编辑：梁翠芳
封面设计：陈慧琴
版面设计：梁翠芳
电脑排版：蓝友金、曹薇华
图片处理：蓝友金

© 郑重声明，此书版权归出版单位所有，未经允许，书上所有内容不得通过任何形式进行复制、转发、储存于检索系统，或翻译成其它语言的活动。

© Dong Zong

Hak cipta terpelihara. Mana-mana bahan atau bahagian dalam buku ini tidak dibenarkan diterbitkan semula, disimpan dalam cara yang boleh dipergunakan lagi, atau ditukar kepada apa-apa bentuk atau apa-apa cara, baik dengan elektronik, mekanikal, fotokopi, rakaman, pengalihan bahasa dan sebagainya tanpa mendapat kebenaran secara menulis daripada pihak penerbit terlebih dahulu.

© Dong Zong

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, translated in any other languages, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

编辑单位：

董教总华文独中工委会统一课程委员会
Unified Curriculum Committee of
Malaysian Independent Chinese Secondary School Working Committee (MICSS)

出版发行：

马来西亚华校董事联合会总会（董总）
United Chinese School Committees' Association of Malaysia (Dong Zong)
Blok A, Lot 5, Seksyen 10, Jalan Bukit, 43000 Kajang,
Selangor Darul Ehsan, Malaysia.
Tel: 603-87362337
Fax: 603-87362779
Website: www.dongzong.my
Email: support@dongzong.my

印刷：

Swan Printing Sdn Bhd.

版次：

2013年10月第1版

印次：

2020年10月第8次印刷

编辑说明

- 1.** 本书主要根据马来西亚董教总全国华文独中工委会属下课程局所公布的《商业学课程标准》，并参照我国教育部、英国剑桥考试、香港与台湾教育部商业科目的课程纲要编写而成。
- 2.** 本书宗旨是让学生在学习基本的商业和管理知识的过程中，同时掌握学会学习的能力与技能，并且发掘个人兴趣、职业意识，以及建立正确的商业道德观，促进学生全面发展之成人成才目标。这不仅为学生日后升学、就业与终身学习奠定基础，也为国家培育商业领域的人力资源，满足社会发展的需求。
- 3.** 全书共三册，供高中三学年教学。高一（第一册）共9章，介绍商业基本概念、生产活动、产品分销、商业交易的来往文件与付款方式，以及辅助贸易活动，让学生从生活中熟悉的商业活动认识国内贸易与辅助贸易；高二（第二册）共8章，延续第一册的辅助贸易活动，并介绍企业的组织型态及经营管理，让学生了解企业的组织、经营环境与管理；高三（第三册）共5章，让学生认识企业的融资或避险工具、国际贸易、企业社会责任及应遵守的经营法规，以及个人的财务管理。
- 4.** 内容强调理论与实用相结合，以生活化、趣味性、循序渐进和图文并茂的手法呈现学科内容。各章编写的体例如下：



创设情境，导入新课。

热身活动



让学生了解学习本章要掌握的知识与能力、技能、情感与态度目标。

学习目标

**动动脑**

激发学生学会思考与解决问题。

**动动手**

提供学生“做中学”及上网学习的训练。

**资料库**

提供补充资料，延伸学习。

**温习室**

摘要重点，并且以概念图呈现本章的重要概念，帮助学生对所学内容有整体认识。

**自我挑战**

依据“学习目标”的要求编写选择题、作答题、个案题、专题研习（project based learning），用以评价及巩固学生的学习。

“专题研习”强调让学生在探究的过程中主动获取知识、应用知识、解决问题和表达观感等等。对学生来说，通过专题研习可以取得有成果的学习经验；对教师而言，可以引导学生运用所学的知识解决实际问题，以及指导学生收集与整理资料、撰写报告与演示口头报告等。

**商业档案**

使用企业家、企业组织等的商业事例，激励与启迪学生。

5.

课文内重要名词术语，均附注英文，以便查考；并于书后附录中英名词对照。

6.

本书的教学参考资源，请浏览董总设置的华文独中教学平台资源站 www.djz.edu.my/moodle，点选“商业学”。

给学生的话

为什么要学“商业学”？

我们生活的周遭几乎都有商业活动，漫步在街道可见商业大楼与商店林立，商业广告无所不在；走入购物场所，各种交易景象历历在目，进到社区市场则可听到小贩此起彼落的叫卖声。这些都反映了我们的衣食住行都与商业活动息息相关。不仅如此，商业交易也推动国家经济蓬勃发展，使国富民强。

什么是“商业学”？

商业学是有关企业组织如何通过经营管理（如：人力资源管理、行销管理、财务管理等）及辅助贸易（如：仓库、运输、通讯、广告、保险、银行与金融等），在国内外市场（如：批发业、零售业、国际贸易等）进行商品及劳务贸易活动之综合基础学科。

“主题关系图”的涵义是什么？

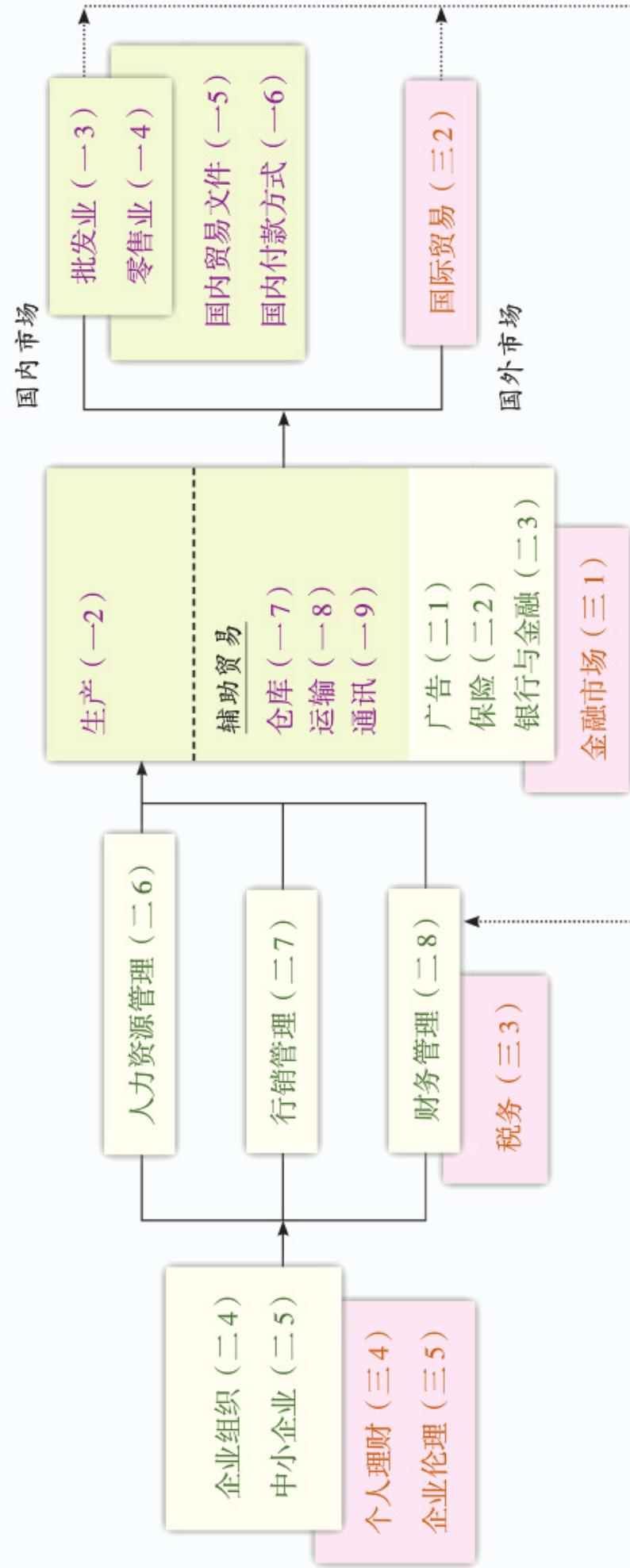
本书的“主题关系图”可被视为一种商务模式(business model)，它体现各章主题的关系，帮助学生把所学习的构成整体，说明与图示如下：

企业组织（包括了中小企业）进行衣、食、住、行等方面的生产活动，使用辅助贸易提供的服务，或金融市场提供的融资等便利，将商品或劳务销售到国内市场或（与）国外市场。

企业经营者的管理工作如：人力资源管理、行销管理及财务管理。一般上，经营者的管理风格，深受其个人秉持的理财及企业伦理之价值观所影响。企业经营生意的收入与支出、资产与负债等，可作为评估企业财务状况的指标。此外，也应按每年业绩缴纳税款，以及履行其他企业责任。

主题关系图

商业导论（一1）



编审小组

学术顾问：林昌平 蔡兆源

编 委：尤淑容 李嘉玲 刘桂英 邱国荣 林和建

钱进川 陈颖毅 刘玉琳 林秀珠 陈轩盛

白君妮 谢颜嬵 张志超 李美珠 陈丽云

陈彩玲 黄嘉莉

责任编辑：郑惠蓉

鸣 谢

本书承蒙商界学者及独中商业学教师编写与审稿，谨此致谢忱。

马来西亚董教总全国华文独中工委会课程局 启

2013年10月

1. 商业导论

1.1 商业的概念	3
1.2 商业的分支	7
1.3 商业的重要性	8
1.4 商业环境	11
1.5 商业的发展趋势	14

2. 生产

2.1 马来西亚工农商业概况	24
2.2 生产的概念	25
2.3 生产的分类	28
2.4 生产作业模式	30
2.5 专业化	34
专题研习	44

3. 分销——批发业

3.1 分销途径	50
3.2 影响选择分销途径的因素	56
3.3 批发业	57
3.4 批发商的功能	59
3.5 批发业的发展趋势	61

4. 分销——零售业

4.1 零售业的概念	72
4.2 零售商的功能	73
4.3 零售商的类型	75
4.4 零售业的竞争优势	84
专题研习	96

5. 国内贸易文件

5.1 贸易文件的定义和类型	100
5.2 贸易文件的重要性	101
5.3 贸易文件的使用	103



6. 国内付款方式

6.1 付款的概念	129
6.2 现金付款	131
6.3 票据付款	132
6.4 电子付款	142
6.5 通过邮政公司付款	146

7. 仓库

7.1 仓库的功能	158
7.2 仓库的类型	160
7.3 保税仓库的重要性	162
7.4 库存管理的概念	164

8. 运输

8.1 运输的重要性	172
8.2 运输方式	174
8.3 快递服务在运输的角色	182
8.4 货柜运输	182
8.5 影响选择运输方式的因素	185

9. 通讯

9.1 通讯的重要性	196
9.2 大众传播服务	198
9.3 快递服务在通讯的角色	200
9.4 邮政服务	200
9.5 电讯服务	204
9.6 影响选择通讯服务的因素	208
专题研习	214



1

商业导论

Introduction to Business



学习目标

学习本章，你应能：

- 解释物物交换存在的问题。
- 解释商业、利润的定义。
- 举例说明有形产品与无形产品。
- 解释商业的分支。
- 举例比较贸易与辅助贸易。
- 说明商业对个人、国家与世界的重要性。
- 说明评估商业环境的因素。
- 说明商业的发展趋势。



热身活动

商业社会——我们生活与工作的环境

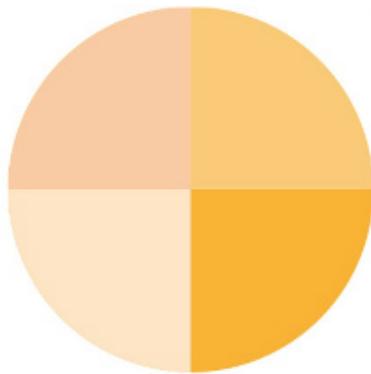
处身在商业社会，人们从早到晚的活动都直接或间接与商业有关系。

某同学在星期六下午的生活事件如下：

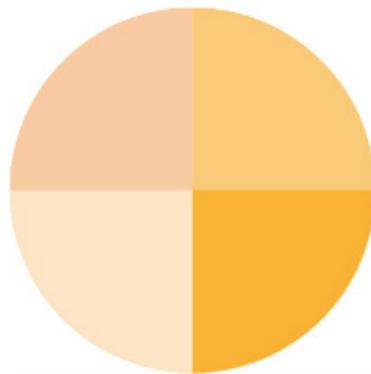
生活事件	商业领域
用手机与朋友聊天	电讯服务（通讯业）
到银行提款	自动出纳机服务（银行与金融业）
搭巴士去拜访朋友	公共交通服务（运输业）
到购物中心买东西	零售服务（零售业）
查阅半工半读征聘启事	广告服务（广告业）

请在下图的白天与晚上时段，各写一项事件，反映你的生活与商业息息相关。

白天



晚上



1.1 商业的概念 (concept of business)

在远古时代，人们的生活自给自足，他们自己建造房子，以狩猎与采集野果来充饥，以穿兽皮来保暖。这个时期，人们生产自己所需要的一切东西，自给自足，这种生产方式称为直接生产 (direct production)。

后来，人们开始以饲养牲畜代替狩猎，以种植农作物代替采集野果，并且发现各自从事所擅长的工作，能增加产出 (output)。例如：擅长饲养的负责饲养，擅长种植的负责种植。由于生产方式改变，一些人开始有少量的剩余货物 (surplus goods) 与别人的剩余货物交换。这种互通有无的交换模式称为物物交换 (barter)，意思是指直接用货物交换 (exchange) 其他人的货物。

一般认为，商业源自原始社会的物物交换。物物交换的方式属于一种间接生产。间接生产 (indirect production) 是指用本身劳作后的剩余货物与别人的剩余货物交换，以满足所需。这种方式让人们可以享用自己及别人生产的货物，使生活水平得以提高。虽然物物交换可提高人们的生活水平，但是随着货物种类及交易活动增加，这种交换方式也存在着不少的问题：

1. 彼此的欲望相合 (double coincidence of wants)

交易双方必须拥有对方所想要的货物，交换才能进行。

2. 估价 (valuation)

交易双方必须拥有计算货物价值的共同单位，否则很难在交换比率上达成共识。例如：多少的水果才能换取一只鸡。

3. 易腐烂的货物

易腐烂货物若没有及时找到交换对象，它的价值便会下降。例如：鱼腐烂了就会失去其价值。

4. 不可分割货物

有些货物不可分割成小部分或分割后会失去价值，因此货物的不可分

割性可能令交易告吹。例如：不能将一头提供牛奶的乳牛分割成小部分以换取一包米，因为牛被分割后，便不可能提供牛奶了。

5. 不便携带

交易双方需要携带货物到交易场地进行交换，若货物不便携带，交易就不易进行。

为了克服上述问题及简化交易程序，货币的概念就渐渐形成。货币（money）是指一种大众认同能够代表一定价值，作为交易的媒介。现今，人们通过销售货物、工作或创业等方式来赚取金钱，然后用所赚的钱购买所需要的货物，物物交换逐渐被货币交易及信用交易方式所替代。

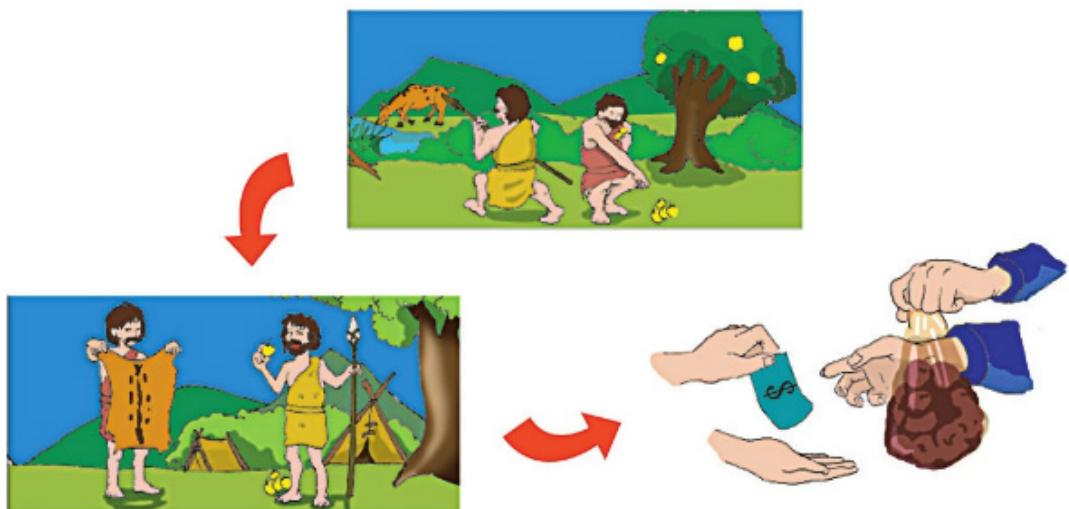


图1 从“物物交换”演变到“货币交易”

资料库

交易的演变

物物交换 → 货币交易 → 信用交易

物物交换不方便，因而出现“货币交易”，起初使用贝壳或石头等当货币，由于这样的东西过多及没有一致的衡量标准，就演变成以金、银为交易媒介。最后，因为其携带不便又演变为硬币与钞票。由于使用硬币与钞票仍然有不便之处。例如：当货款很大，就不方便携带或计算、容易遗失或被抢等，不利于商业的发展。因此，以银行金融机构为中心的信用交易开始盛行，如使用支票、信用卡等。

一、商业的定义 (definition of business)

人们对产品的需要 (needs) 及无穷欲望 (wants) 是促进商业发生的根本原因。商业 (business) 的定义为“凡是以谋求利润或盈利为目的，直接或间接地把商品或服务销售给他人及发展国家经济的活动”。商业扮演一个中介角色 (intermediary)，适时、适地、适量、适质与适价将产品分销给国内外的需要者，撮合生产者与需要者达成交易。



图2 商业联系生产者与需要者

物物交换时期的动机是换取生活必需品，现代商业交易的动机是什么？



利润 (profit) 是指经营生意所赚的钱，它是公司生存的必要条件，是实现公司目标 (objective) 或宏愿 (vision) 的要素。例如：波音公司一向追求成为航空业的先驱，以制造大型、快速、先进、性能更好的飞机，及开拓航空科技领域为目标。如果没有利润，波音公司将无法达成这些目标。

赚取利润对公司是重要的，但是公司应秉持永续经营 (sustainability) 的概念，把地球与人类视为公司生存与发展的共同体。换言之，公司不能为了获取利润，而牺牲生态环境的平衡及社会的和谐，进而影响人类的生活环境与健康。因此，公司赚取的利润应建立于“君子爱财、取之有道”的商业道德观上。



丰田·佐吉



《福布斯》(Forbes)商业与财经杂志于2005年公布丰田(Toyota)汽车的创始人丰田·佐吉(Sakichi Toyoda)是历史上最有影响力的企业家之一。丰田的理念如：减少浪费、改善与客户的关系、勇于面对问题以及保护资源等，逐渐被所有的现代企业所接纳。

二、产品的类别 (types of product)

产品(product)可分为有形产品(visible product)与无形产品(invisible product)。



图3 产品的类别

1. 有形产品 (visible product)

是指有形的货物或称商品、货品、物品(goods)，例如：衣服、日常用品、屋子、厂房、工具、原料等。

直接满足人们的生活需要或作为消费（consumption）之用的有形产品，称为消费品（consumer goods），例如：衣服和日常用品等。而用来制造产品，以满足生产需要的有形产品，称为生产财（producer goods）或资本财（capital goods），例如：生产工具、原料、机械等。

有些产品是消费品亦是资本财。例如：电脑供家庭使用是属于消费品，而供企业生产之用则是属于资本财。

2. 无形产品（invisible product）

是指服务或称劳务（service），例如：运输服务、旅游服务、美容服务及娱乐服务等。

1.2

商业的分支 (branches of business)

今日社会里，商业活动的种类相当多，似乎没有一个绝对的划分方式。传统上，商业的两大分支即：贸易（trade）与辅助贸易（aids to trade）。

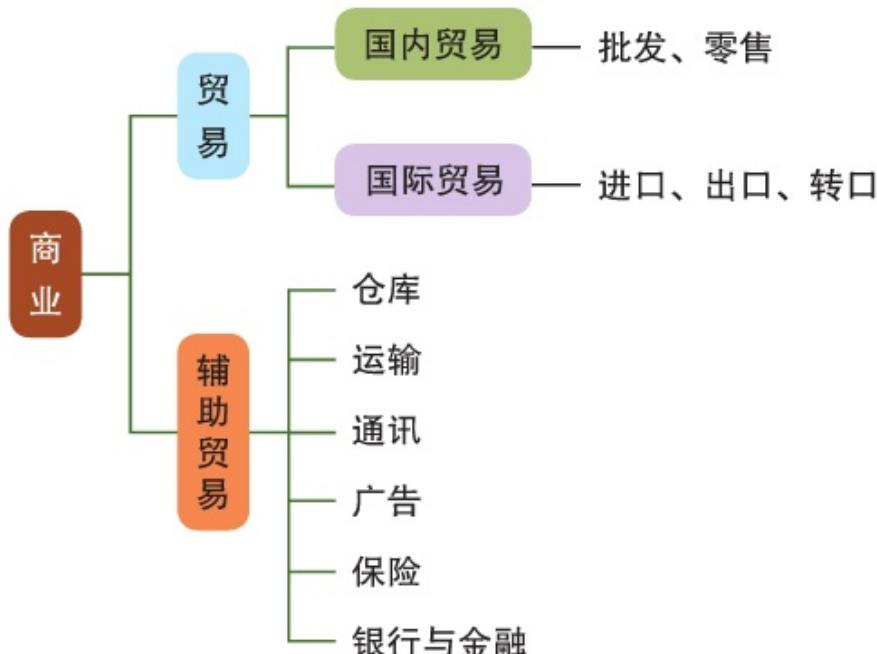


表1 商业的分支

1. 贸易 (trade)

贸易是指以营利为目的的买卖活动。依交易地域来分类，贸易可分为国内贸易 (domestic trade) 即在国内进行的交易活动，主要以本国货币来进行；国际贸易 (international trade) 即国与国之间的交易活动，主要以彼此认同的货币来进行。

2. 辅助贸易 (aids to trade)

辅助贸易是指提供劳务或服务，以协助贸易顺利进行的各种机制。它包括了仓库 (warehouse) 、运输 (transport) 、通讯 (communication) 、广告 (advertising) 、保险 (insurance) 、银行与金融 (banking and finance) 。例如：仓库与运输解决商人储存与运送的问题；通讯协助商人交换信息及保持联系；广告扮演宣传的角色，拓展产品的销路；保险公司提供商人投保，以便商人能转移风险，减少财务损失或者使财务恢复原有的状况；银行提供贷款、存款与付款等服务协助贸易活动进行。

商人要适时、适地、适量、适质及适价地销售产品给顾客，辅助贸易提供的服务将是不可或缺的。

1.3 商业的重要性

(importance of business)

依近代经济的发展，工业与商业是紧随着农业、矿业而出现的，它们加速了国家经济的成长。随着互联网 (internet) 推动电子商务 (e-commerce) ，促使商业的发展走向全球化 (globalization) 。

目前，我国仍属于发展中国家 (developing country) 。自1991起，我国政府就积极推动“2020宏愿” (vision 2020) 计划，希望于2020年把我国建设为发达先进国 (developed country) 。其中通过发展商业，来促进经济成长是实现宏愿的关键要素之一。



资料库

2020 宏愿

我国前首相马哈迪医生于1991年提出，建设马来西亚于2020年成为现代化的先进国为目标。2020宏愿的内容含义：“至2020年，马来西亚将成为已开发国家之一，她将是以坚强的道德信念和民族价值观铸造起来，充满自信的马来西亚社会。人们生活在民主、自由、宽容、友爱、经济平等和繁荣进步的社会里，共同享有雄厚健全、竞争力强、且生机勃勃的国家经济。”

商业对满足个人需求，促进国家繁荣与进步，以及世界经济发展的重
要性如下：

一、满足个人需求

1. 赚取收入，增加所得

个人透过在商业领域工作或者创业来赚取报酬。

2. 满足需要与欲望

商业让人们可以购买到国内外多样化的商品与服务，以满足个人的需
要与欲望。

3. 满足求知欲

日新月异的商业活动，激发个人不断学习商业与管理新知，成为精明
的消费者、聪敏的雇员，或者卓越的创业者。

二、促进国家繁荣与进步

1. 平衡物价

商业促使各地商品相互流通，避免商品供不应求及价格波动大，维持国家经济稳定发展。

2. 促进生产与销售分工

商人负责销售商品，以及向生产者反映市场的需求，让生产者专注于生产，达成有效率的生产与销售分工。

3. 繁荣国家经济

商业提供人民就业机会，增加国民所得；人民的所得越多，购买力越强，整体生活水平提升，国家得以繁荣与进步。

三、促进世界经济发展

1. 促进国际分工与商品的全球流通

商业活动促使各国资源充分利用，以及商品全球买卖，有助于生产者提高生产效率及取得低价的生产原料以降低生产成本。同时，不同国家的人民也能买到来自世界各地的便宜商品。

2. 人才流通，发挥所能

通过全球商业活动，各国人才得以在不同国家工作，充分发挥其潜能，促进世界经济发展。



图4 人才全球流动

3. 促进科技研发与人类文明

全球商业活动增加各国技术交流的机会，推动科技落后国家的技术发展，并加速科技先进国家的新技术研究与开发。

1.4 商业环境

(business environment)

动手

吉隆坡、新山、槟城、古晋、亚庇等是我国的商业中心。请选择一个你所熟悉的城市，并根据你的商业常识，写下此城市成为商业中心的三个原因。



一个良好的商业环境或称营商环境、经商环境 (business environment)，有助于商品或服务的生产与销售，以满足人们的需求。基本上，自由与便利的商业环境是工商企业界所企盼的。不良的商业环境将削弱工商企业界的信心，降低商业的经营效率，增加交易成本并减弱竞争力等。

怎样的商业环境适合商人施展所长？一般上商业环境是按以下七个方面来评估：



图5 评估商业环境的因素

1. 经济环境 (economic environment)

一国或一地区的经济环境，主要受该国或地区的经济发展水平、各行各业、劳动力、自然资源、基础设施（如水电、交通与通讯设施）、人民的所得水平与购买力所影响。一般上，经济景气、基础设施完善，以及人民的所得高，将有利于商业活动的开展。



图6 所得高则购买力强

2. 金融环境 (financial environment)

工商企业的发展，有赖于健全的银行机构与金融市场，为企业提供资金筹措及投资的便利。因此，商人注重评估资金取得的容易度、成本以及金融市场的稳定性。

3. 市场环境 (market environment)

企业在进入市场之前，通常会评估市场环境，如：进入市场的难易程度、市场大小、竞争对手的特点等。同时，结合企业的优势与劣势，分析是否适合进入市场经营生意。

4. 科技环境 (technology environment)

一般上，企业会关注与企业生产或经营有关的科技环境，如：电脑技术、网络技术、通讯技术等科技的现有水平与发展趋势。时间就是金钱，科技为商人节省时间成本，也推动商业的创新。科技环境的安全也是商人所关心的。



5. 人力资源环境 (human resource environment)

人力资源是商业活动的推动力。因此，企业有必要评估人力资源的教育程度、技能水平和薪金要求等。

图7 不同的人力资源

6. 政治与法律环境 (political and legal environment)

适宜的政治与法律环境对商家的投资 (investment) 及所有权 / 拥有者 (ownership) 将有所保障，并且对商业发展起了促进的作用。例如：稳定的政治、有效率的政府行政、良好的治安环境，以及健全的法律、适宜的工商法令与政策（如：贸易与投资较少设限）等，都是商人所关注的。

7. 文化与语言环境 (culture and language environment)

商人进行海外投资有必要熟悉当地的习俗与语言，这将提高商人在当地进行商业活动的容易度，以及降低经营风险。

资料库

企业营商环境指标

企业营商环境指标是世界银行 (World Bank) 为衡量各国企业营运的客观环境而设计的。企业营商环境指标排名代表该国企业营商的难易程度。

世界银行依据十项指标：成立企业 (starting business)、工程执照 (dealing with construction permits)、电力供应 (getting electricity)、产业注册 (registering property)、信贷取得 (getting credit)、对投资者的保护程度 (protecting investors)、缴税 (paying tax)、跨国贸易的程序及条例 (trading across borders)、执行合约 (enforcing contracts)、企业破产的处理 (resolving insolvency) 对全球183个经济体的经商环境逐一进行评估。

世界银行《2012年全球经商环境报告》指出，马来西亚经商环境在全球排名跃升至第18名，比2011年进步5名。此报告介绍了我国推出的多项改进措施，包括在法庭推介电子入稟系统，设立吉隆坡民事及商业法庭，推介结合公司税、社会保险及公积金服务的一站式中心，方便新公司的成立。

我国于2012年在“工程执照”及“执行合约”项目表现不佳，我国首相署属下“利商特工队”（PEMUDAH）发文告说，有关领域的企业组织及司法单位应共同检讨现有系统及程序，以鉴定需要改善之处。

学习任务：

1. 请同学上“全球营商环境”网站，了解目前我国在此十项指标的排名。
2. 请同学在“google”查阅有关阐述我国营商环境的资料。

（资料来源：全球营商环境www.doingbusiness.org
南博网 <http://www.caexpo.com/news/special/business/2012dmyjshj/>）

1.5 商业的发展趋势 (business development trends)

综观商业的环境变化，商业的发展趋势如下：

1. 经营全球化

随着现今科技的进步、交通与通讯的便捷，以及互联网遍布世界各地，让各企业更方便迈向全球化经营（globalized operations），建立紧密的经贸网络，扩大经营版图，以掌握全球化商机。例如：我国的Lewre、Bonia品牌鞋子立足马来西亚放眼天下，不断地在世界各地拓展市场。



图8 商业经营全球化

2. 商务电子化

利用网络科技经营的电子商务（electronic commerce），让企业的商品、服务及业务信息广为人知，以及与客户保持紧密联系，并减少交易成本，从而加强企业的竞争力。例如：国内的MPH书局原本只是经营实体书店，随着网络的发达也经营网络书店（www.mphonline.com）。

除此之外，有些商家利用网络科技把有形产品如：音乐DVD、杂志、书籍等，转为无形产品如：数位音乐（digital music）、数位杂志（digital magazine）、电子书（electronic book / e-book）在网络上销售。

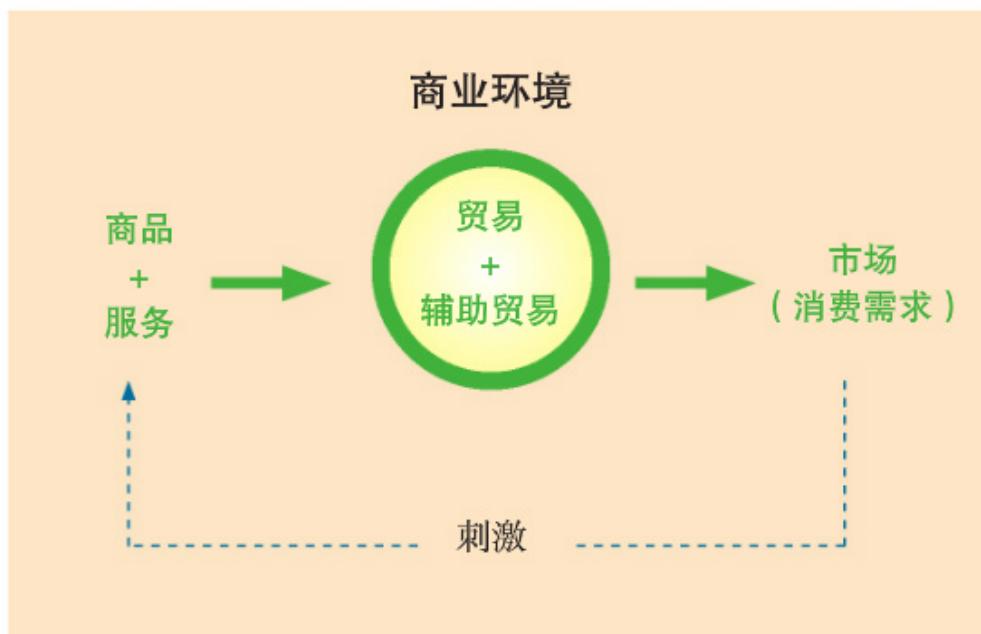
3. 重视创新与研发

企业通过掌握社会潮流变迁，并藉由创新（innovation）与研发（research and development）来生产新产品以满足人们的需求，为企业创造新商机。例如：我国潘健成与四位好友毕业后创办群联（Phison）电子公司，他研发了全球第一个随身碟（pen drive）创下电子科技的纪录，满足了现代人对小巧便于携带、存储容量大的需求。



温习室

1. 商业是指以谋求利润或盈利为目的，直接或间接地把商品或服务销售给他人及发展国家经济的活动。
2. 商业扮演一个中介角色，适时、适地、适量、适质与适价将产品销售给国内外的需要者，撮合生产者与需要者达成交易。
3. 商业包括贸易与辅助贸易，扮演了满足个人需求、促进国家繁荣与进步，以及世界经济发展的角色。
4. 商人从经济、金融、市场、科技、人力资源、政治与法律、文化与语言的环境去评估某国或某区域是否适宜经商。
5. 商业的发展趋势：经营全球化、商务电子化、重视创新与研发。
6. 概念图：



自我挑战**一、选择题**

1. 下列何者能适时、适地、适量、适质和适价地把产品分配到最终消费者手中?
 - A 制造业
 - B 生产
 - C 工业
 - D 商业

2. 下列有关消费品与资本财的例子，哪组是正确的？

消费品	资本财
A 杂志	日常用品
B 衣服	原子笔
C 食品	办公室
D 工具	水果

3. 下列哪些有关贸易的叙述是正确的?

- I 销售产品
 - II 以营利为目的
 - III 协助交易进行
 - IV 交易范围仅限国内
- A I, II
 B I, IV
 C III, IV
 D II, III

4. 林商人在街边用心经营水果档，他售卖的每一片水果都很新鲜与干净。
林商人从事的生意属于_____。
A 贸易 B 直接生产
C 物物交换 D 辅助贸易
5. 成功公司将产品的包装设计交给远见广告公司处理，期望加强产品的宣传。这两家公司进行着_____交易。
A 商品 B 劳务
C 货物 D 资本财
6. 陈贸易行售卖货物给一家小型商店。此商业活动具有的特性，包括：
I 买卖双方出于自愿
II 有交易行为的发生
III 售价比成本高
IV 以服务为目的
A I, II, III B I, II, IV
C I, III, IV D II, III, IV
7. 以下哪一项不属于辅助贸易？
A 运输 B 仓库
C 广告 D 零售
8. 商业活动有助于避免市场上的商品供不应求，因为商业具有_____的功能。
A 平衡物价 B 增加国民所得
C 促进生产分工 D 人力资源的流通
9. 商家重视政治与法律环境的稳定，其原因是为了_____。
A 容易筹措资金
B 保障投资与所有权
C 持续获得水电的供应
D 减少人力资源的成本

10. 科技的快速进步、互联网的普及，以及激烈的竞争市场，促进商业的发展朝向_____。
- A 经营本地化
 - B 商务电子化
 - C 辅助贸易
 - D 国内贸易

二、作答题

1. 试举出物物交换的两项缺点，并各举出一个例子说明之。
2. (a) 何谓商业?
(b) 试说明辅助贸易对从事贸易生意者的重要性。
3. 试举例说明贸易与辅助贸易的不同。
4. 银行与广告是商业的两个分支，如果这两项商业服务不存在会带给公司什么难题？
5. 各国都重视商业活动的发展，我国也不例外。试分别说明商业蓬勃发展对人民与国家的好处。
6. 假设鸿大公司有意到我国设厂生产高科技电子零件，然后将产品销售至亚太各地区。该公司可从哪些方面评估我国的商业环境？试举出五项，并说明之。
7. 商业环境改变，居家购物逐渐成为一种趋势。你认为这对商业经营有什么影响？试简单说明之。

三、个案题

回味食品有限公司是我国一家家族企业，以生产全麦饼干为主，其饼干只在国内销售。近年来，公司响应政府推动食品业者生产“回教徒可食用”（halal）食品的计划，开始筹划生产“回教食品”。

根据该公司市场经理的统计，全世界回教徒人口超过18亿，约占全球人口总数的20%至25%。此外，非回教徒也食用“回教食品”。这使到回教食品有非常庞大的市场。

回味食品有限公司决定先在国内销售“回教徒可食用”全麦饼干，以扩大国内市场为目标。在国内奠定基础之后，才计划把饼干销售到东南亚和中东的回教食品市场。

试依据上述个案答题：

- (a) 为什么回味食品有限公司决定生产“回教徒可食用”全麦饼干？试举出三点原因。
- (b) 如果回味食品有限公司要在国外建厂生产“回教徒可食用”全麦饼干，你觉得新加坡，还是印尼比较适合？试就评估商业环境之因素加以比较，以支持你的观点。



商业档案

李光前先生

——启示与激励

李光前先生（1893~1967）是马来西亚与新加坡华人工商业界中一位杰出、目光远大的企业家，也是著名的慈善家。1903年，他与父亲李国专先生从中国福建离乡背井来到新加坡谋生。经过20多年的奋斗成为世界闻名的橡胶大王。无论经商或为人，他都本着公正、诚实、节俭的原则，为社会、为国家谋福利。



创业

1927年，李光前先生与朋友在麻坡的武吉巴西合伙经营烟房的小生意，向当地的小园主收购橡胶汁，加工制成胶片出售给当地或新加坡的橡胶商。后来，他为了免除胶汁来源短缺的问题，以及获取更高利润，计划自己购买橡胶园。当时麻坡有一位英国人打算出售1000多亩橡胶园。这片橡胶园有老虎出没，曾伤害割胶工人，没人敢买。但是，李光前先生眼光独到、有胆识，听闻政府有意在橡胶园附近开辟公路。他想，只要公路一开，车来人往，老虎自然绝迹。他在不获支持下，以低价买下这片橡胶园，正应了那句俗语：“明知山有虎，偏向虎山行”。果然不出所料，不久，政府就在这片橡胶园附近兴建公路。橡胶园价格暴涨两三倍，他就卖掉这片橡胶园，并把获利作为创立南益橡胶公司的资本。

1928年8月上旬，李光前与林忠国合股在新加坡创立南益橡胶公司。创业初期，李光前每天凌晨4点半就到胶厂，亲自督导工人工作。周末，他还要亲赴麻坡巡视橡胶买卖与烟房的操作情况。李光前吃苦耐劳、克勤克俭的性格，是他事业成功的一大基础。1931年12月9日南益改组成为“南益树胶有限公司”，李光前是公司的大股东。改组后，南益树胶有限公司基本上是属于家族企业。后来，他也投资黄梨业及银行业。银行业是李光前的第二大

投资重点，仅次于橡胶业。从1937年开始，他即担任华侨银行董事主席的职务，直至1964年因病辞职，长达27年。

小故事大道理——经商之道“诚实、信用、严明、谨慎”

有一次，李光前面试一位青年人，看他手上有个伤疤，就问他：“小时候是否偷过人家的番石榴或红毛丹之类的水果？”该青年说没有，李光前就指着他的伤疤，说他小时候一定经常爬树，那个伤疤是被树枝弄伤的，并说：“许多小孩都偷过人家的水果，我小时候也偷过。”年青人无法隐瞒，只好承认。李光前语重心长地对他说：“在南益工作一定要诚实，不能骗人。”这虽然是件小事，但却广为流传，体现南益公司“诚实、信用、严明、谨慎”的办事原则。南益的信誉有口皆碑，南益的客户越来越多，生意自然做得越来越大。所以，诚实给南益带来信用，信用又给南益换来了机遇。这些，都是李光前的经营之道和成功经验，也可说是南益的企业文化。

取诸社会、用诸社会

李光前深受岳父陈嘉庚“取诸社会，用诸社会”思想的影响。1952年创办“李氏基金”，作为捐献慈善公益事业之用。其中80%以上用于赞助教育事业。马来西亚和新加坡有许多中小学校甚至大学，都曾接受李光前先生资助。他创办或资助这些学校有两个特点：一是不分种族，一视同仁；二是不愿留下自己的名字。

李光前先生用自己创造的巨大财富帮助穷人、回报社会，以及他那克勤克俭、乐善好施、兴办教育的精神，给予我们诸多启发、感染、激励，这比他的财富要深刻得多，也丰富得多。

（资料来源：郑炳山著《李光前传》，中国华侨出版社，1997年第1版，第74，113页）



对我的启发



2

生产 Production



学习本章，你应能：

- 对我国工农商业的演变有基本认识。
- 解释生产的定义。
- 举例说明生产过程中所创造或增加的效用。
- 举例比较初级生产、中级生产及高级生产。
- 解释生产作业模式。
- 举例说明生产要素对企业的重要性。
- 解释专业化的优点与缺点。
- 举例说明专业化的类型。



热身活动

需要 (needs) 与欲望 (wants)

“即食面之父”安藤百福 (Momofuku Ando) 看到人们因缺粮而挨饿，发现“人的需要”，于是生产“杯面”食品。他发明全球第一包即食面。1958年，首包鸡肉即食面面市。1971年，日清公司推出杯装即食面，“杯面”因而风靡全球。95岁的安藤百福从日清公司辞职时表示：

“……二战后我眼见人们因缺粮而挨饿，于是决心投身食品业；我深信只有人们温饱了，世界才会和平。我发明即食面的目的很简单，就是希望人们可以随时随地，安心地吃面，这样我便会很开心。”



讨论与分享：

1. 什么原因促使安藤百福生产“即食杯面”？
2. 为什么食品制造商要生产不同口味的“即食杯面”？
3. “安藤百福因为看到人们的需要而投身食品业”这对你未来找工作或创业有何启发？

2.1

马来西亚工农商业概况

(overview of industry, agriculture and business sectors in Malaysia)

20世纪70年代之前，我国的经济以农业为主，出口到国外的产品如：橡胶、胡椒、锡等。政府曾于60年代中期，鼓励人民种植油棕，70年代我国

成为世界最大的棕油生产国和出口国；80年代，棕油出口量超过了橡胶，成为最重要的出口农产品。

70年代以后，我国政府推动制造业、建筑业和服务业的发展。在制造业领域，着重发展轻工业（如电子业、纺织品）、重工业（如汽车工业、钢铁工业、石油化学工业），以及采用高科技并商业化发展以农业为基础的工业，例如：食品工业、橡胶加工业、棕油加工业等。服务业领域是推动我国经济成长的主要动力，包括零售、出口贸易、酒店、通讯、金融、保险、旅游业等。有关我国工农商业发展的历程，请参阅附录一。

2.2 生产的概念

(concept of production)

一、生产的定义 (definition of production)

生产 (production) 是指创造或增加效用 (creating or increasing utility)，以满足人们的需要 (needs) 与欲望 (wants) 的经济行为。例如：面包师傅用面粉、牛油、糖等材料制造蛋糕；理发师为顾客剪发并提供护发或发型设计的知识。

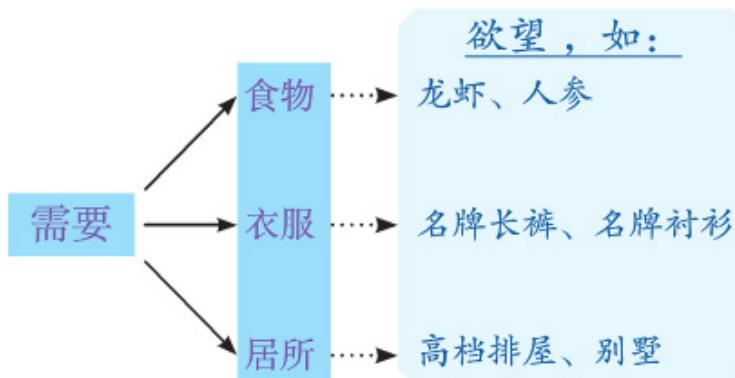


表1 需要与欲望

生产者要满足人们的需要与欲望，生产者应该：

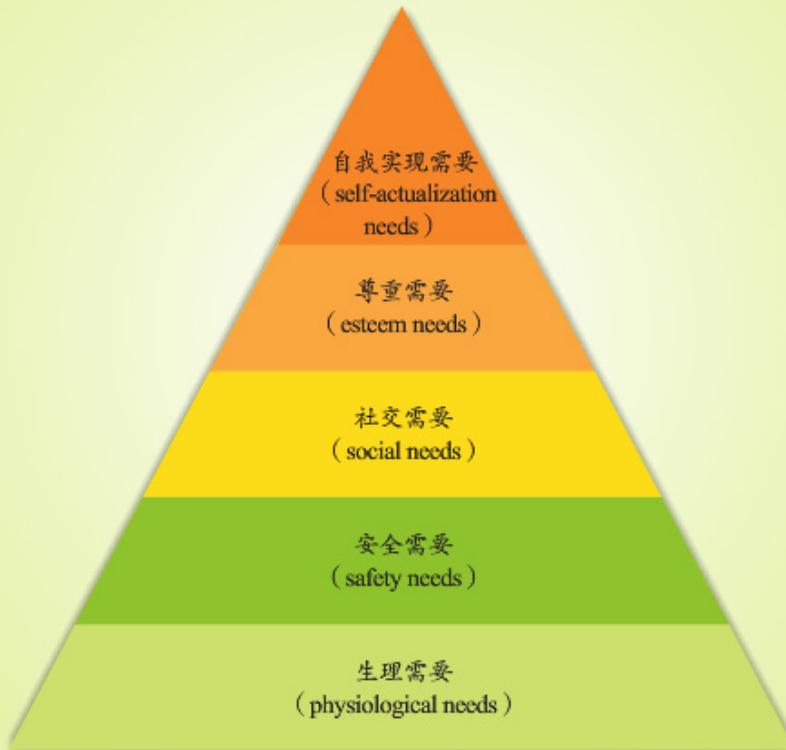
1. 调查市场需求 (market demand) 及预测市场的趋势。然后根据市场的需求生产货物或提供服务，并为顾客提供适量、适质的产品；
2. 根据市场需求及时生产，以便能适时、适地供应产品；
3. 有效控制生产成本，例如：产品的研发、制造、品质控制等支出，都不超过预测的生产成本，以提供适价的产品。

资料库



马斯洛需要层次 (Maslow's Hierarchy of Needs)

马斯洛理论把人们的需要依次由较低层次到较高层次，分成五类：



二、效用的类别 (types of utility)

人类创造或增加效用的方式有六种：

1. 本源效用 (original utility)

从自然资源中取得的效用。例如：割橡胶树取得胶汁。

2. 形式效用 (form utility)

将原料加工变形或结合，使其成为效用较大的半制成品或制成品。例如：胶汁制成轮胎。

3. 地方效用 (place utility)

将产品从效用较小的区域运送至效用较大的区域。例如：汽车制造厂把汽车运送到汽车经销商供销售。

4. 产权效用 (ownership utility)

将产品拥有权从卖方转移到买方。例如：汽车的拥有权转移到顾客手中。

资料库

效用

广义上指人们从事某种生产活动所获得的经济利益、满足，以及幸福感；狭义上指产品满足人们的需要与欲望的能力。



图1 创造或增加效用

5. 时间效用 (time utility)

将产品从效用较小的时间储藏至效用较大的时间。例如：储存产量过剩的稻米至稻米减收时出售。

6. 服务效用 (service utility)

提供服务以满足他人的需求。例如：汽车维修公司提供车主保养车辆服务，银行提供顾客存款服务，医生提供病人医疗服务。

2.3 生产的分类 (types of production)

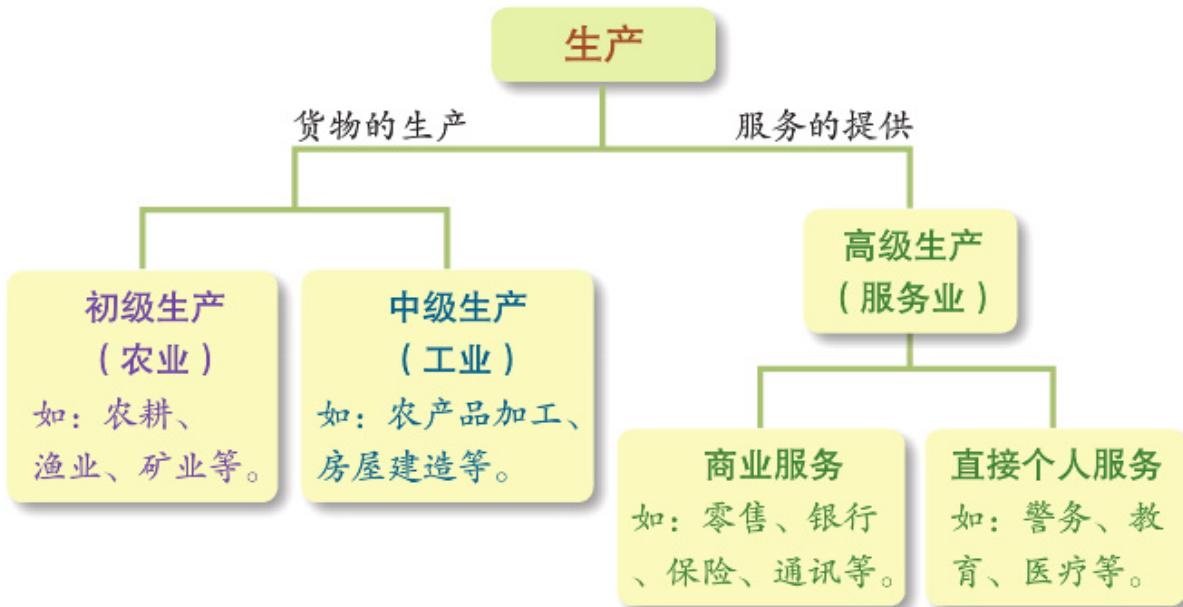


表2 生产的分类

1. 初级生产 (primary production)

属于农业领域，是指从自然资源直接开采或获取的生产类型，例如：农耕、采矿、畜牧、伐木等农业领域。部分的初级产品可以直接食用，例如：水果、蔬菜、鱼等。有些初级产品如木材、石油、天然气等，需要经过中级生产才能够使用。这是第一阶段的生产，即采掘业 (extractive industry) 阶段。

从事初级生产活动的人，称为初级生产者 (primary producer) 如：农民、渔民、割胶工人、矿工、伐木工人等。

2. 中级生产 (secondary production)

属于工业领域，是指把原材料加工增值，变成半制成品 (semi-finished goods) 或制成品 (finished goods) 的生产类型。例如：沙土与木材是原材料，瓦片是半制成品，房子是制成品。这是第二阶段的生产，即制造和建筑业 (manufacturing and construction industries) 阶段。

从事中级生产活动的人，称为中级生产者（secondary producer）如：工厂工人、造船工人、工程师等。

3. 高级生产 (tertiary production)

属于服务业领域，是指为人们提供服务的生产类型，包括商业服务（commercial services）和直接个人服务（direct personal services）。从事高级生产活动的人，称为高级生产者（tertiary producer）。

商业服务包括两大类：贸易及辅助贸易（如仓库、运输、通讯、广告、保险、银行与金融），协助将产品销售给需要者。从事商业服务者，如：贸易商、仓库管理员、货车司机等。

直接个人服务是指服务从业者直接向消费者提供的服务。从事直接个人服务者，如：室内设计师、律师、艺人、心理辅导员、物理治疗师等。

从生产至销售，初级、中级与高级生产之间是息息相关的。例如：建造房屋的沙石（初级生产）、屋瓦（中级生产）、建筑工人（中级生产）、绘测师（高级生产），以及房屋发展商（高级生产）为了销售房屋，聘请广告设计师（高级生产者）设计宣传品，激发需要者购屋。若需要者有意购买，就向银行职员（高级生产）申请房屋贷款，并聘请律师（高级生产）办理购屋手续等，以完成交易。从房屋建造至销售，这整个过程涉及了各级的生产者。



生产汉堡包需要使用什么材料？

谁加工？谁销售？

请列举出其初级生产者、中级生产者、高级生产者。

动动脑



资料库



初级生产属于一级产业/第一产业（primary industry），中级生产属于二级产业 / 第二产业（secondary industry），高级生产属于三级产业 / 第三产业（tertiary industry）。欲了解我国各级产业的现况与发展，请浏览“大马经济网” <http://www.malaysiaeconomy.net>

2.4 生产作业模式

(production operations model)

生产作业模式是指把生产要素输入生产系统内，经过转换过程，产出有形的或无形的产品。



表3 生产作业模式



各组学生使用塑料瓶、纸张或布等再循环资源，构思并产出一项产品。学生在生产过程中，了解每项生产作业都包括了资源的输入、转换过程及产出产品。

一、输入 / 投入 (input)

生产要素 (factors of production) 是指生产作业中所输入的资源 (resource)，主要包括了自然资源、人力资源、资本和企业家才能，也会考虑顾客要求、相关的法规等。

1. 自然资源 (natural resource)

它是指大自然提供的所有可用的和稀缺的资源，包括土地（如农业地、商业地和工业地等不同用途的土地）、矿产、森林、水中与空中可取得的资源。例如：制造汽车的原材料包括了矿产（制造汽车的骨架）、天然胶（制造轮胎）等。

2. 人力资源 (human resource)

或指劳动 (labor)，包括体力劳动资源与脑力劳动资源。任何生产活动都需要人力资源，它是公司重要的资产。例如：汽车制造厂需要投入

的人力包括技术员、工程师等；学校需要投入的人力包括校长、行政人员、教师、园丁等。在知识经济 (knowledge economy) 时代，人力具有知识、创新和实践能力是必要的。知识是创新的原动力，唯有持续学习，创新能力才不会枯竭。

如果A国以服务业为主，A国最需要什么类型的人力资源？

动动脑



资料库



创新 (innovation)

知识经济时代重视创新，而知识是创新的原动力。创新是专利的基础，也是竞争的利器。美国是全世界收取专利金 (patent royalty) 最多的国家，例如：麦当劳得以在世界各地开拓市场，拥有顾客，原因之一是其经营技术与诀窍 (know-how)、创新口味与服务品质。

3. 资本 (capital)

资本是指创立和经营生意所投入的金钱或资产，包括现金、工具、厂房、机器、设备等。企业家必须精明和谨慎地处理和运用资本，因为没有资本，企业便不能生存。例如：经营汽车维修厂需要投入资金支付职员薪金、购买汽车零件等。

4. 企业家才能 (entrepreneurship)

或称企业家精神，主要指企业家具有拟定目标、做决策、承担风险、组织、经营管理与创新的能力，以及积极热情的工作态度，并且能有效整合运用自然资源、人力资源和资本，为公司的目标努力奋斗，使公司获利并永续经营。

公司的经营管理绩效是否理想，以及能否在竞争激烈的市场中持续成长与获利，这有赖于公司是否拥有具备企业家才能的首席执行员 (chief executive officer / CEO) 之领导。例如：创立一家珍珠奶茶饮料店，必须投入创业资金来购买设备与原料、支付店租，以及聘请员工等。最后，饮料店的营运状况决定于经营者的创业精神、管理能力及承担风险的胆识等。

动动手

上网查询国内外知名公司首席执行员对公司发展的愿景，例如：杨忠礼集团（YTL Group）、谷歌（Google）。



资料库



不同经济社会强调不同生产要素的输入，下表列示农业经济社会、工业经济社会、知识经济社会所着重投入的生产要素。

经济社会	主要生产要素
1. 农业经济社会 依赖土地从事农业生产活动。	自然资源、劳动力、资本等。
2. 工业经济社会 拥有了货币资本就能购买机器、厂房、设备、原料及聘请劳动力等进行生产，创造财富，形成“钱生钱”作业方式。	资本、人力资源、企业家才能、自然资源等。
3. 后工业经济社会/知识经济社会 人力的知识是创造财富的主要资源，一种无形资本（如知识资本、智慧资本）。	人力资源（具备知识、创新和实践能力）、资本、企业家才能、自然资源等。

二、转换过程 (transformation processing)

转换过程是指把生产要素等资源改变或加工成更有价值的商品或服务。在转换过程中，创造或增加效用。例如：把米煮熟变成饭或酿成米酒，米的额外价值就增加；一首歌曲或戏剧如果翻译成不同语言，就能满足不同顾客的需求，增加了歌曲或戏剧的额外价值；棕油提炼厂研发棕油制造生物柴油燃料，为棕油增加额外价值。

三、输出 / 产出 (output)

企业产出的商品或服务若符合某一规格 (specification) 或标准 (standard) 则称为合格商品或服务。在商品方面，企业产出不合格的商品，意味着生产的浪费；不合格商品可分为瑕疵品 (defective goods)、次品 (off specification) 和废品 (waste) 三种。

企业的生产作业活动是否有成效的重要衡量指标，即：效能 (effectiveness) 与效率 (efficiency)，两者均为管理者所重视。

“做正确的事情 / 做对的事情” (do the right thing)，才会产生效能。其要点是处理解决问题的关键任务。比如，处理了关键任务后，才能解决问题，达成目标。

“把事情做对” (do the thing right)，才会带来效率。其要点是按规定的要求或条件 (如：时间、费用、数量等) 完成任务。比如，快速地完成工作。

举例说明：

例 (1) 酒店收到顾客投诉客房的被单不干净，客房经理即刻为顾客换一条新的被单，并且要求有关人员重视此事，全面调查及找出问题根源，确保不重犯。客房经理在处理这件事上，不仅有效率，也有效能。

解析：

应急的手法是：客房经理即刻为顾客换一条新的被单 (有效率处理投诉)；客房经理重视“被单不干净，要求全面调查及找出问题根源，确保不重犯” (有效能)。

例 (2) 公司迅速地把退货，以瑕疵品等级再卖出去。在处理退货这件事上，公司是减少了损失，但是没有去调查被退货的原因。因此，有效率但没有效能。

解析：

公司迅速地把退货当瑕疵品卖出 (“把事情做对”，有效率处理退货)；真正的问题是“公司的货物被退回”。关键任务应该是“调查被退货的原因” (没有“做正确的事”，故无效能)。

2.5

专业化

(specialization)

专业化理论起源自英国经济学家亚当斯（Adam Smith）的分工（division of labor）原则。其意义是指在生产过程中，工作可以加以分割，使每个人只担任其中一部分的工作。

除了个人、公司、区域、国家各负责本身所擅长的工作，也是一种朝向专业化的发展。

在农业与工业方面，专业化的生产方式有助于提高效率及增加产量，使生产成本降低，进而提高产品的竞争力。当产量增加，大量生产（mass production）有可能达到经济效益。因为生产规模扩大，可减少产品的单位成本（unit cost），进而取得大量生产的规模经济（economies of scale）效益如：充分利用机械，降低生产成本，以及较容易取得融资等等。但是产量越大不一定就越好，若超过某一合理限度，经济效益反而会下降。

专业化在服务业（service industry）方面的应用，着重在提供高品质与先进的专业服务、知识与技术等。例如：商人或销售员应掌握待客之道及有关行业的销售技能与知识；医生应不断汲取最新的专业医疗知识与技术，并以同理心对待病人；酒店服务员应具有服务顾客的专业态度与技能。

资料库

规模经济

如果一个产业或产品具有规模经济，那表示其生产或经营的平均成本将随产量的增加而降低。或者公司将投入的生产要素增加一定的比例，而产出的比例大于投入要素的比例，这样就表示存在着规模经济。

一、专业化的优点与缺点 (advantages and disadvantages of specialization)

专业化的优点，对员工而言，每一员工只需要学习某项工作或生产技术，节省学习工作的时间，有利于员工熟能生巧与改进技术，进而提高生产效率与产量。对公司而言，不同步骤的工作由个别的机器同时操作，不会使

机器因等待而闲置，进而充分利用机器，增加产量，降低产品的单位成本。除此之外，员工分工及不同机器操作不同工作，使公司较容易监督生产过程，提高产品品质及生产效率，进而享有大量生产的规模经济效益。

专业化的缺点也是源于分工的弊端。对员工而言，员工长期重复相同的工作，容易感到枯燥乏味而失去工作热诚，导致生产效率与产品品质下降；员工只懂一项技能，不仅无法支援其他同事，也不利于他的生涯发展，尤其在失业时，不易物色到新工作。对公司而言，人与人、机器与机器相互替代困难，若某一生产过程的工序停顿，下一个工序的加工就会被迫停顿或减缓。

二、专业化的类型 (types of specialization)

个人、公司、区域或国家各负责本身所擅长的工作或业务，形成不同的专业化类型：

1. 个人专业化 (individual specialization)

个人能力有所差异，按专长从事某种职业。例如：裁缝师、教师、艺人等。教师专业分工又可分为中文教师、商科教师等；商科教师又分为商业学教师、经济学教师、簿记与会计教师等。在衣服的生产过程方面，也涉及了不同的个人专业分工如：设计、裁剪、缝纫、包装等。



图2 个人专业化分工——设计、裁剪、缝纫、包装

2. 公司专业化 (company specialization)

不同公司负责生产不同的商品或提供不同的服务，形成公司生产专业化。许多公司会选择所擅长的工作项目，而把其他非核心工作项目外包给其他公司。企业通过外包 (outsource) 将非核心业务委托给外部的专业公司办理，例如：公司把招聘职员的工作交给JobStreet.com或者将账目交给会计公司处理。如此，企业更能集中精力于核心业务，或善用人力资源，从而达到降低成本、提高效率、充分发挥企业核心竞争力。

3. 区域专业化 (regional specialization)

不同区域会有不同的生产条件，例如：自然资源（天然气、土壤等）、交通与基础设施、历史背景等，因此形成不同的区域专业化。例如：我国吉打州的姆达 (Muda) 盛产稻米，槟城与马六甲的旅游业发达，布城 (Putrajaya) 是政府行政中心，砂拉越盛产胡椒。



图3 区域专业化

4. 国家专业化 (country or national specialization)

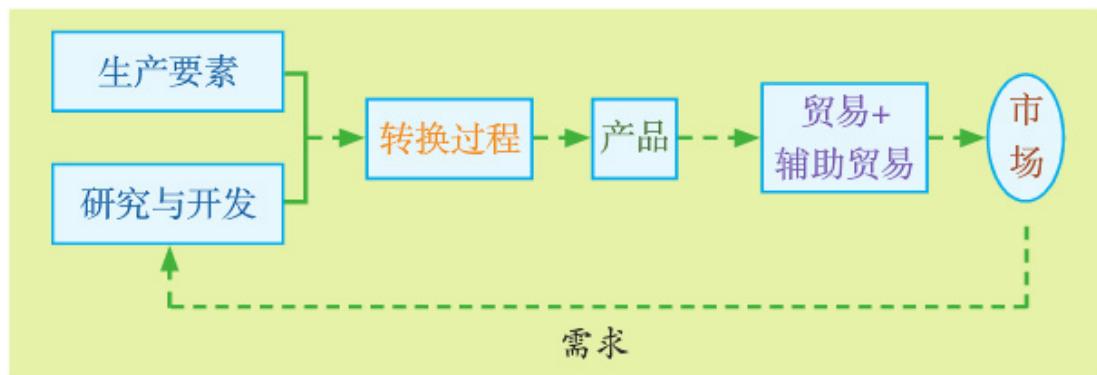
不同国情、气候、自然资源、教育水平、科技能力等因素，形成国家生产专业化。例如：我国出产橡胶与棕油；新加坡提供转口贸易与金融服务；荷兰专业化生产花卉，成为世界花卉交易中心。



温习室

1. 生产是指创造或增加效用，以满足人们的需要与欲望的经济行为。生产者通过适地、适时、适价、适量、适质提供商品与服务，以满足人们的需要与欲望。
2. 创造或增加效用的方式：本源效用、形式效用、地方效用、产权效用、时间效用、服务效用。
3. 生产的分类：初级生产（农业）、中级生产（工业）、高级生产（服务业）。
4. 生产作业模式包括了输入、转换过程及输出。生产作业模式是指把生产要素输入生产系统内，经过转换过程，产出有形的或无形的产品。
5. 生产要素是指生产作业中所投入的资源如：自然资源、人力资源、资本和企业家才能等。
6. “做对的事情，才会产生效能”；“把事情做对，才会带来效率”。
7. 专业化是指在生产过程中，工作可以加以分割，使每个人只担任其中一部分的工作。除了个人专业化，专业化类型还包括了公司、区域、国家。
8. 专业化生产有助于提高效率及产量，进而取得大量生产的规模经济效益如：充分利用机械，降低产品的单位成本，以及较容易取得融资。
9. 专业化对员工与企业的优点：员工只需要学习某项工作、有利于熟能生巧与改进技术；企业充分利用机器，较易监督生产过程，享有规模经济效益。
10. 专业化对员工与企业的缺点：员工容易对工作感到枯燥乏味，不利于生涯发展；企业较难进行人与人之间，或者机器与机器之间的工作对调。

11. 概念图：



一、选择题

1. 以下哪项是生产的目的?
A 提高销售量
B 促成大量生产
C 减少企业的广告费用
D 满足人们的需要与欲望

2. 以下哪一项应用了产权效用的概念?
A 学生向食堂老板购买早餐
B 教师激发学生的学习兴趣
C 园丁在校园种植花草树木
D 董总职员运送书本到学校

3. 农民种植黄梨，并将成熟的黄梨运送至加工厂制成黄梨罐头，最后消费者购买食用。试按顺序排列创增的效用。
- I 地方效用
II 形式效用
III 产权效用
IV 本源效用
- A I→II→III→IV
B II→III→IV→I
C IV→III→I→II
D IV→I→II→III
4. 下列有关职业与生产的分类之配对，哪一项是正确的？
- | <u>职业</u> | <u>生产的分类</u> |
|-----------|--------------|
| A 店员 | 初级生产 |
| B 厨师 | 高级生产 |
| C 地产经纪 | 中级生产 |
| D 货车司机 | 中级生产 |
5. 以下哪一项属于服务业的生产活动？
- A 维修公路
B 农民耕种蔬菜
C 商人销售电器
D 生产者制造家具
6. 以下哪项叙述与区域专业化有关？
- A A国在旅游区开设许多民宿
B 利大公司的核心业务是送货
C 林小姐负责记账工作
D B国主要出口石油

7. 大利公司将生产过程改为专业化生产后，发现次品减少，这可能的原因是_____。
- A 生产成本降低
B 充分利用机器
C 分工生产
D 产量增加
8. 王太太在ABC工业区开设制衣厂，她为当地居民提供了就业机会。王太太具有哪些方面的企业家才能？
- I 承担风险 II 管理能力
III 创业精神 IV 资金雄厚
A I, II, III B I, II, IV
C I, III, IV D II, III, IV
9. 甲国的收入主要来自商业服务领域，其商业服务的生产活动，年增长率为8%。在甲国，哪一级生产活动最重要？
- A 初级生产
B 中级生产
C 高级生产
D 中级与高级生产
10. 某广告公司负责撰写产品广告企划案，某印刷公司负责印刷广告宣传单，某电视台负责播放广告。这属于_____专业化。
- A 个人 B 公司 C 区域 D 国家
11. “某金矿公司在我国开采金矿，然后将金矿售卖给A国制造成金属品。”这过程包括了哪些生产类型？
- A 初级、高级
B 初级、中级
C 中级、高级
D 初级、中级、高级

12. 以下是A国生产活动占国内生产总值百分比简表：

经济活动	农业	采矿与采石业	制造业	建筑业	服务业
2008	10.0	15.6	24.6	2.7	46.1
2009	9.2	11.4	23.8	3.3	51.3
2010	10.4	10.9	24.6	3.3	49.9
2011	11.9	10.4	24.4	3.2	49.2

从简表，可看出A国的主要生产活动是_____生产。

- A 初级 B 中级
C 中级、高级 D 初级、中级

二、作答题

1. (a) 何谓生产？

(b) 商人、艺人有从事生产吗？为什么？

2.



图1



图2

(a) 图1与图2各属于何种生产分类？简述图1生产分类的三项特征。

(b) 在图2中，顾客向蚬壳汽油站购买汽油是属于什么效用？简述你的理由。

3. (a) 陈先生是一家咖啡馆的老板，他说：“做咖啡馆的生意只需要有资本与人力资源两种生产要素”。试说明为何他的说法是不正确的。
- (b) 现代大部分公司都实施专业化分工，好利克保健贸易公司的管理层议决在公司设置四个部门，分别是会计部、人力资源部、市场部与顾客服务部。试述划分部门会面对的两项挑战？
4. (a) (i) 建筑公司属于何种生产分类？为什么？
(ii) 试说明建筑公司如何依赖其他生产分类，以建造及销售房屋。
- (b) 高源建筑公司的部门有：工程、人力资源、会计、材料供应和行政。
(i) 试解释它应用哪一项生产原则来组织公司的生产活动。
(ii) 此种生产方式对公司有何好处？举出两项说明之。

三、个案题

个案1

陈敬文先生有一家木材公司，专门生产制造家具的原料。近年，他多方收集家具业的资料，这次适逢政府将A区域规划为“家具制造中心”，为有意在A区域设立家具厂的商人提供投资优惠，促使他决定进军家具业。

经过严谨的策划，陈敬文先生满怀信心成立了“宏大家具制造公司”，聘请了厂长、技术人员、家具设计师、销售人员、会计人员等各司其职。

试根据上述个案答题：

- (a) 陈敬文先生从事的活动属于什么生产类型？为什么？
(b) 试说明宏大家具制造公司需要投入哪些生产要素？为什么？
(c) 试说明陈敬文先生在A区域“家具制造中心”设厂的好处。

个案2

范围：第1章商业导论、第2章生产

我国是一个旅游资源丰富的热带国家，除了自然风光、古迹、都市风情、多元民族的美食，还有各民族的文化、艺术与民俗等。这些特色构成我国旅游业的核心，其中“多元文化是我国独特的魅力所在”，吸引着世界各地的旅客。

政府积极推动旅游业的发展，加强旅游基础设施的建设、培训导游、展开旅游宣传，并提出“马来西亚，亚洲魅力所在”的宣传广告。此外，对外国人也推出了“马来西亚第二家园”计划，以吸引外资、促进旅游业。其目的是增加外国旅客的来访数量及逗留天数，以增加更多收入。

旅游业仅次于制造业是我国第二大收入来源及重要经济支柱。繁荣的旅游业除了为国家带来巨额收入，还提供170多万个就业机会，对商业服务及农林牧业都有一定的推动作用。

试根据上述个案答题：

- (a) 旅游业是生产活动中的哪一类型？
- (b) 为什么政府积极推动旅游业的发展？
- (c) 试简单说明旅游业如何对商业服务有一定的推动作用。

四、专题研习

题目：职业实况面面观

目标：通过访问不同职业工作者，进一步认识生产，并培养人际关系、口语表达、团队合作的能力。

方式：

1. 每组3~5人，访问两位在不同生产领域就职的工作者。
2. 各组提呈一份用电脑打印的图文并茂报告。
3. 报告内容：

第一部分：

职业名称，职业内容、性质，工作时间，此职业的现况和发展趋势，比较此二项职业的相同点与不同点，对你们未来选择职业的启发。

第二部分：

分享访问时面对的困难及其解决方法等，附上致受访者的访问信和感谢卡。

4. 各组在班上进行口头报告，并以电脑演示或卡片展示重点。
5. 教师讲评。



商业档案

生产欢乐

— Disney 由一只老鼠开始

“It all started with a mouse!”是华特·迪士尼（1901~1966）生前常说的一句话。一只老鼠如何营造一个娱乐王国的诞生呢？

华特·迪士尼凭着本身的创意起家。他在22岁时，从老家堪萨斯来到好莱坞闯天下。1923年，他和哥哥洛伊·迪士尼（Roy O. Disney）一同创办迪士尼兄弟工作室（Disney Brothers Studio），1986年易名为华特迪士尼公司（The Walt Disney Company），简称“迪士尼”。华特迪士尼公司是世界著名的娱乐公司，从1928年创造出米奇老鼠及制作《蒸汽船威利号》以来，已有80多年的历史。



卡通人物与动画片

华特·迪士尼于1928年创造出米奇老鼠（Mickey Mouse），并制作世界第一部有声动画片《蒸汽船威利号》（Steamboat Willie），它不但打响了米奇老鼠，更打响了华特·迪士尼的名字。之后，他创作了家喻户晓的唐老鸭（Donald Duck, 1934年创造），以及米妮（Minnie Mouse）、高飞（Goofy）、布鲁托（Pluto）、白雪公主、七个小矮人、加菲猫等卡通人物。公司制作的著名动画片，如《白雪公主》、《欢乐满人间》、《美女与野兽》、《花木兰》、《泰山》、《狮子王》等，深受数以万计的观众喜爱。

迪士尼乐园（Disneyland）

华特·迪士尼说：“只要这个世界仍存在幻想，迪士尼乐园将永续存在。”

一天下午，华特·迪士尼看着女儿玩耍，突然想到应该有一个地方可以让全家人一起享受快乐及体验生命之奇妙。在这之前，他发现在好莱坞的游乐园中，孩子们玩乐，父母则无所事事，显得很无聊。此外，这些游乐园的环境不好、设备陈旧，服务人员态度差。他想，何不建造一个一家人都可以感受到快乐的乐园呢？接着，他开始构思这个乐园。第一个迪士尼乐园，于1955年在美国加利福尼亚州诞生，后来在美国佛罗里达州、日本东京、法国巴黎和中国香港也各建造了一座迪士尼乐园。

华特·迪士尼一生贯彻求新求变的理念，积极地挑战未知的新世界，为大家奉献无限欢乐与梦想。华特迪士尼公司及其多家子公司，业务涉及四大领域，即影视娱乐、主题乐园度假村、消费品和媒体网络。“迪士尼”致力于为消费者提供最好最特别的娱乐体验，其制作的卡通动画片、电影、音乐，是陪伴历代人们成长的温馨回忆。它是一个魅力无穷的娱乐品牌，也是人们童年梦幻的代名词。



对我的启发

附录一：我国工农商业发展的历程

年代	发展概况
1956年以前	出口矿产（如：锡）与农产品（如：橡胶）。
1957-1969年	政府鼓吹“取代进口的工业策略”（import substitution industrial strategy），来推动本地产业；同时也邀请外国公司来我国设厂。
1970-1980年	政府提倡“出口导向的工业策略”（export oriented industrial strategy），以电子业与针织业为主；工业化策略注重资源性工业与非资源性工业。资源性工业(resource-based industries)是指对本土资源的加工工业。例如：橡胶工业，木材工业，锡工业等。非资源性工业(non-resource-based industries) 是指对进口资源的加工工业。例如：电子业、成衣业等。
1981-1985年	前首相马哈迪提出“向东学习”（Look East Policy），鼓励马来西亚人学习日本、韩国刻苦勤俭之精神，以及要求高品质之认真态度。政府提倡重工业政策，推动了多项重工业（如：制造国产车）。
1986-1995年	1986年宣布“第一工业大蓝图”（First Industrial Master Plan/IMP1）开启了我国成为以制造业为主的工业经济之路。强调发展“出口导向型产业”（outward industrialization），尤其是对农业、锡矿业、橡胶和棕油产品进行加工，推动对外贸易的发展。
1996-2005年	1996年开始实施“第二工业大蓝图”（Second Industrial Master Plan/IMP2），弥补了第一工业大蓝图中的不足之处，它涵盖了更大的范围，着重于加强工业联系、提升生产力及提高竞争力。主要产业包括电机电子业、纺织与成衣业、石化业、制药业、机械业、汽车制造业等。

2006-2020年 2006年开始实施“第三工业大蓝图”（Third Industrial Master Plan/IMP3），把制造业、服务业及农业视为三大经济支柱，以及加强我国在全球的竞争能力，其中的目标是将我国发展成为全球清真（Halal）商品与服务的生产及贸易中心。注重12项制造业项目如电子电器、石油化学制品、制药、医疗器材、纺织品与服装、交通、机械与配件、金属制品、木制产品、橡胶及橡胶产品、棕油制品及食品加工，以及8项服务业项目如批发贸易、教育及培训、保健服务、旅游服务、科技服务及物流等。

经济转型计划（Economic Transformation Program/ETP）

旨在把我国打造成一个更具活力的新型经济体，并全面提升国民的人均收入。它以四大计划为基础，包括一个马来西亚（1 Malaysia）——“以民为本，绩效为先”、政府转型计划（Government Transformation Program）、新经济模式（New Economic Model）及第十大马计划（10th Malaysia Plan）。

资料来源：<http://etp.pemandu.gov.my/default.aspx>



3

分销——批发业

Distribution——Wholesaling



学习目标

学习本章，你应能：

- 解释分销与分销途径的涵义。
- 解释直接售货给消费者的优点与缺点。
- 解释通过中间商售货的优点与缺点。
- 举例说明不同中间商扮演的角色。
- 说明影响选择分销途径的因素。
- 解释批发业的概念。
- 说明批发商的功能。
- 解释批发业的发展趋势。



热身活动

食用白糖

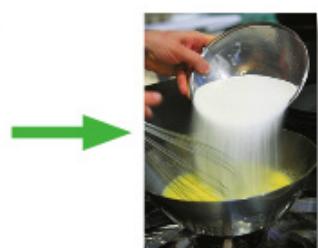
甘蔗制成白糖，然后销售给消费者，过程中涉及哪些商人？



初级产品——甘蔗



制成品——白糖



消费者使用白糖

3.1

分销途径

(distribution channels)

分销 (distribution) 是指把货物 / 商品的拥有权从生产者 (producer) 转移到消费者 (consumer) 的过程。这过程中所经过的途径，称为分销途径 / 配销通路 (distribution channels)。若没有分销工作，很多货物便不能顺利销售到国内或世界各地的消费者手中。例如：在我国可以品尝到产自澳洲的苹果，以及买到来自国内其他州属生产的农产品与工业品。

货物是有形的物体，货物的分销属于一种物流 (logistics) 活动。商人通过对货物分销过程中的仓储、运输、信息管理等进行计划、协调与控制，以降低分销成本 / 配送成本 / 流通成本 (distribution cost)，使货物的价格更具竞争力，满足顾客的需求。


资料库

物流

简单来说，物流是指原料或货品由供应地流向接收地，以满足顾客需求为目标的商业活动。

分销是商业服务的重要活动之一，通过分销途径使货物能适时、适地、适量、适质和适价出售给顾客。

每一种分销途径都是始于生产者 / 生产人，终于消费者。生产者是指从事生产活动者，例如：农人、制造商。消费者 / 消费人 (consumer) 是指在市场中购买产品，以满足个人需求的最终使用者 (end-user)。换言之，每一个人都是消费人。

生产者销售货物的分销途径：

直接销售给消费者：生产者 → 消费者

通过中间商销售给消费者：生产者 → 中间商 → 消费者

中间商 / 中间人 (middleman) 是指在分销途径中联系生产者与消费者的商人，例如：批发商 (wholesaler)、零售商 (retailer)、代理商/代理人 (agent) 等。通过越多中间商销售货物，货物的分销成本就越高，因为每一阶段的中间商都要支付营业费用，成本因而增加。

货物的种类各式各样，分销途径也不尽然相同。例如：

生产者 → 消费者

生产者 → 零售商 → 消费者

生产者 → 批发商 → 消费者

生产者 → 代理商 → 消费者

生产者 → 批发商 → 零售商 → 消费者

生产者 → 代理商 → 零售商 → 消费者

生产者可以同时选择多种分销途径销售某种货物，并且该货物的分销途径会随时间和情况的不同而改变。例如：农民销售榴莲的方式也逐渐多样化，除了通过批发商，也经由零售商，或者生产者本身销售给消费者。



供应链

货物销售给消费者之前各业者（如：供应商、生产者、中间商）之间的联系，形成链式联结的供应链（supply chain）。

在供应链中，各商人的关系是相互依存、相互制约的。例如：原料供应商不能及时提供原料给制造商，或者零售商的分销能力较弱，都会影响制造商的生产作业。

一、生产者 (producer)

生产者为有效掌握配销通路，避免分销业务受制于中间商，而设立专为销售自家货物的生产者分销中心（producer's distribution center），负责货物的直接销售，例如：戴尔（Dell）公司生产并销售电脑；我国汽车制造商普腾（Proton）设立子公司普腾经销商（Proton Edar Sdn Bhd）直接销售所生产的汽车给消费者。

有些生产者通过路摊、流动货车、零售店、网上商店等方式直接售货给消费者。例如：小贩等饮食业者直接销售食物给顾客。一般上，银行、美容、理发等服务业者直接提供服务给顾客。



图1 我国北赖（Prai）工业区的戴尔分公司



图2 饮食店直接销售
食物给顾客

生产者直接销售货物给消费者，其优点是能与消费者直接接触，掌握消费者的需求变化；掌握通路的控制权；降低分销成本，使货物价格较便宜等。其缺点是生产者要兼顾分销工作如：宣传推销、运送货物、顾客咨询、售后服务等。

有些生产者认为较难以一己之力兼顾生产与分销工作，或者认为通过中间商售货比自己去开拓分销网络更有效率，因而选择由中间商分销商品。

对于生意遍布全球的生产者，往往需要当地国家的中间商协助分销工作。例如：日本品牌日立（Hitachi）冰箱与洗衣机由泰国的子公司生产，在我国的分销由日立（马来西亚）销售有限公司（Hitachi Sales (M) Sdn Bhd）负责，并通过中间商来销售产品。

生产者通过中间商分销货物，其优点是中间商分布在各地方，因此货物的分销速度较快；生产者与中间商分工清楚，生产者能把全副精神与资源投入生产工作，中间商则全权负责产品的分销。其缺点是较多贸易文件往来等行政工作；分销成本增加，货物的价格因而较高。

二、中间商（middleman）

一般上在国内分销途径中较常见的中间商如下：

1. 零售商（retailer）

零售商零星售货给消费者，货源主要来自生产者、批发商、代理商，以及其他零售商等。

一般上大规模零售商因财力雄厚与销量大，会选择向生产者直接采购货物。通过大量采购来降低进货成本，然后小量销售给消费者。这种分销途径，中间不经过批发商，可降低货物的分销成本。例如：大规模零售商特易购（Tesco）霸级市场。

小规模零售商的货源主要



图3 大规模零售商特易购

来自批发商。日常用品（如：牙膏、沐浴乳）、家用食品（如：米、罐头）的消费群分布于城乡市镇，尤其偏远乡镇地区的消费者，小规模零售商在分销货物上扮演着重要角色。

2. 批发商 (wholesaler)

一般上，批发商是指向生产者大批采购货物，小量分销给零售商的中间人。

有些批发商除了把货物出售给零售商，也同时扮演零售商的角色出售货物给消费者。例如：家具批发商向不同家具制造商采购不同商标的家具，除了供应给零售商，也兼零售家具给消费者。

批发商与零售商都是买了货再卖出货物的商人，若货物的销量差，就要承担亏损的风险。



图4 大批采购

资料库

我国政府设立的销售局，实际上是扮演批发的角色。例如：联邦农业销售局（Federal Agricultural Marketing Authority / FAMA）协助农民销售农产品；马来西亚渔业发展局（Fisheries Development Authority of Malaysia / LKIM）协助渔民销售海产。

www.fama.gov.my, www.lkim.gov.my

3. 代理商 (agent)

或称代理人 / 代理员，是指取得生产者授权在某一国家或区域有资格销售货物的商家。在商品方面，通常代理商仅是代卖货物赚取佣金，没有货物拥有权，货物卖不出还可以退货。例如：有些公司通过代理电脑软件（如：电脑理账系统软件、人力资源管理软件等），赚取佣金。在服务业方面，例如：保险公司通过保险代理人销售保单（policy）给客户，代理商从中赚取佣金。

有些代理商又买又卖货物，对货物有拥有权，不可退货，他们类似零售商、批发商等贸易商（trader）。例如：日本的日产（Nissan）汽车在我国的总代理（sole agent）是陈唱汽车控股有限公司（Tan Chong Motor Holding Berhad）。



图5 陈唱汽车控股有限公司代理Nissan汽车

一般上，国外公司对某国市场不熟悉，通常会委任当地的代理商销售货物，并提供售后服务（after-sale service）。

3.2

影响选择分销途径的因素

(factors influencing the choice of distribution channels)

生产者如何为商品选择适合的分销途径？一般上，选择分销途径所要考虑的因素如下：

1. 货品的性质

易腐烂货品如蔬菜、水果、蛋糕等不能长时间储存，必须尽快销售，通常会选择直接销售，或委托附近的零售店代售；反之，可存放较久及价值低的货品如：日常用品等，就比较适合通过较多的中间商销售，进而扩大货品市场。

体积大、笨重、高技术及高价值的货品如：直升机、轮船、重型机械，因为考虑到售后服务及运输等问题，生产者通常会选择直接销售给顾客。



图6 易变质货品必须尽早销售

2. 货品的市场

货品市场大，顾客的分布较广，需要的中间商就越多。例如：食油的需求普及全国，经由分布各地的中间商销售较适合。

货品市场小，顾客的分布较集中，生产者通常自设零售店销售货品。例如：裁缝师自设店面为附近的顾客缝纫衣服。



图7 食油——全国性市场、 缝纫衣服——地方性市场

3. 订购数量

一般生产者都不愿处理小规模零售商的小量订购，因为不符合成本效益如：增加销售事务、文书处理、送货等工作。生产者比较愿意将货物销售给有能力大量订购货物的批发商或大规模零售商。

大规模零售商通常会直接向生产者大量订购而不经过批发商，以减低购货成本；而小规模零售商则会向批发商小量订购。

4. 生产者的资源

一般上缺乏资金、人力资源或销售知识等资源的生产者，会选择由中间商负责货物的分销工作。若生产者具备上述各项资源，则比较有条件兼顾货物的生产与销售。

- 杂志适合通过哪些分销途径卖到消费者手中？为什么？
- 假设你是生产麦芽糖的老板，你将会选择哪些分销途径售卖你的产品呢？为什么？

动动脑



3.3 批发业 (wholesaling)

批发业是指商品由批发商分销给客户的商业形式。其主要工作项目为采购、储存、销售、搬运与运输等。批发业需要雄厚的营运资金，以便支付

大批采购的商品，以及支付行政开销、薪金、运输、仓库等费用。相对零售业而言，批发业的营业地点不必设立在市中心，商店也不注重门市装潢及商品陈列。

有了批发商，小规模零售商只需向批发商采购，就可采购到不同商标的商品。这为资金有限、无储存空间、没有能力直接向生产者大量采购的小规模零售商提供便利。此外，若制造商只想专注于制造商品，或者没有分销商品技能等因素，往往需要批发商协助商品的分销。

批发商可以藉由强化配送过程中仓储、运输等作业的整合，来提高送货速度，进而降低分销成本（如：库存费），如此才能以更低的价格发货给零售商。批发商快速送货，让零售商可以迅速补货，不需要贮存太多货物，进而可避免积压库存所产生的弊端，例如：商品过期或陈旧、减少可供使用的营运资金、增加储存保管费等。

批发城（wholesale city）是批发业的一种经营方式。批发城集合不同厂商的货品，满足零售商一次购足各类货品的需求，节省零售商的采购时间。大部分在批发城经营生意的商家，除了经营批发外，也兼做零售货品给消费者。例如：位于雪兰莪州巴生的GM Klang Wholesale City。

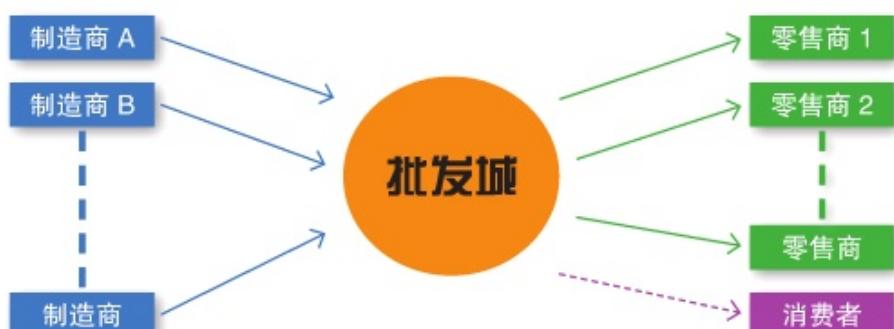


表1 批发城的采购与分销



图8 GM Klang 批发城

3.4

批发商的功能

(functions of wholesaler)

消费者通常直接向超级市场、霸级市场、百货公司、网上商店等零售店零星购买商品。而公司或机构需要大量购买商品、设备、办公用品或其它物品时，通常会向批发商购买。一般上，批发商的供应商是生产者，主要客户是零售商；有些批发商也兼售货给消费者。批发商的功能如下：

1. 大批采购

批发商向生产者大批采购（bulk buying）商品并负责销售工作，这有利于生产者专注于生产活动。有时，批发商也向国外商家大批采购扮演进口商的角色。在采购商品前，批发商往往会先了解市场的需求，并进行招徕生意的工作。

2. 分批发售

批发商对采购的商品进行分级、分装、订价等销售前的准备工作，然后依据零售商的需求量出售商品。对零售商而言，不需准备大笔资金就可以采购不同厂商的商品，减少进货费用；对于生产者而言，可以避免处理小量订单的交易文件等工作。



图9 对产品进行分级、包装工作

3. 资金周转

批发商采购商品时，预付订金及短期内付款给生产者，间接提供了生产者资金周转的便利。另一方面，批发商提供零售商延后付款的便利，这有助于零售商的资金周转。

4. 运载商品

批发商通常自行到生产地或工厂运载商品，省却厂商安排货车，以及为零售商提供送货服务。

5. 提供仓库设备

批发商一般上拥有自己的仓库储存商品，使生产者和零售商不必堆积太多商品，节省储存空间与保管费用。批发商适时、适地供应商品，可避免商品价格波动，让消费者全年都能买到价格稳定的商品。



图10 仓库设备

6. 提供商品信息

批发商扮演联系生产者与零售商的角色。批发商传达零售商对商品、价格、消费者需求及同业竞争等销售信息给生产者；也为生产者传达商品的功能、使用方法等信息给零售商。

动手做

请分组在互联网查找以下批发商的资料，并互相分享收获。

马来西亚吉隆坡蔬菜批发商公会
马来西亚时装进出口批发商公会
马来西亚米粮批发商公会
马来西亚五金批发商公会



3.5 批发业的发展趋势

(development trends in wholesaling)

商品市场竞争激烈，有些制造商为了避免分销业务受制于其他业者、缩短分销途径以减少分销成本、增加商品销量等因素，而兼营零售或批发业务，直接售货给消费者，或与零售商接洽，不经过批发商。例如：松下公司（Panasonic）、微软公司（Microsoft）通过委任自己的代理商在市场上分销商品，以避开批发商。

批发商除了面对制造商兼营零售或批发的竞争，也面对大规模零售商直接向生产者采购商品，以及小规模零售商数量减少的问题。尤其是小型批发商在同业（大型批发商）及异业（制造商、零售商）的竞争下，加上资金、人力资源与经营技术等资源不足的限制，以及进货成本比大型的批发商或零售商高，因而遭受严重冲击，逐渐萎缩。

在同业与异业的激烈竞争下，批发业的发展趋势如下：

1. 提升经营管理绩效

利用电脑等设备，快速侦测商品滞销或畅销的情形，以降低商品的库存量，提高资金周转。通过专业化与自动化，降低人力成本、提高员工的工作效率。

2. 提供多元化服务

零售商的经营状况直接影响到批发商的利益，因此批发商必须掌握具有价值的市场信息，建立顾客数据库（customer database）及电子数据交换系统（electronic data interchange / EDI），为零售商提供市场调查、缩短进货时间等服务。比如，零售商的某一产品的库存量低于某一数量时，零售商与批发商之间通过电子资料交换系统，相互传输交易文件，进而缩短进货时间。

3. 提升商誉与服务品质

批发商同业间的竞争，包括了价格、商誉（goodwill）与服务品质等。一般上，在价格差异小的情况下，零售商倾向与商誉、服务品质良好的批发商进行交易。因此，商誉与服务品质成为批发商争取及维系零售商的关键因素。

4. 与同业结盟或联合采购

区域性与地方性批发商的经营规模不大，很难应付大型零售商的低价竞争，因此可采取与经营商品性质相近的同业者，以结盟或联合采购的方式提高进货量，以获取更大的议价空间，同时在面对零售商时能拥有更具竞争力的价格优势。

5. 开发新市场与通路

批发商除了维系与开拓主要的客户（零售商），也利用多元化的分销方式，开发新市场，以提高营业额。比如，利用互联网扩大市场范围，或者以团体购物（group buying）方式开发消费者市场。



电子数据交换系统

是指企业与企业之间往来的询问信、报价单、订单、送货单、发票等文件，以标准化的电子资料格式，透过电脑网络相互传输的技术。此系统的好处是：减少人工作业，提升资料输入的速度，改善送货时间，提高服务顾客的品质与速度。



温习室

1. 分销是指把货物 / 商品的拥有权从生产者转移到消费者的过程。这过程中所经过的途径，称为分销途径或配销通路。
2. 分销途径始于生产人，终于消费者。在两者之间者则为中间商。

3. 中间商 / 中间人是指在分销途径中联系生产者与消费者的商人。例如：零售商、批发商、代理商。
4. 生产者直接销售货物给消费者的优点：掌握消费者的需求变化、掌握通路的控制权、降低分销成本等。缺点：生产者要兼顾分销工作。
5. 生产者通过中间商分销货物的优点：分销货物到各地方的速度较快、能把全副精神与资源投入生产工作等。缺点：行政工作较多、分销成本增加等。
6. 批发商与零售商都是买了货再卖货，若商品的销售差，就要承担亏损的风险。
7. 代理人 / 代理员是指取得生产者授权在某一国家或区域有资格销售货物的商家。通常，代理商仅是代卖货物赚取佣金，没有货物拥有权，货物卖不出还可以退货。但是，有些代理商对货物有拥有权，不可退货，他们类似零售商、批发商。
8. 选择分销途径所要考虑的因素：货品的性质、货品的市场、订购数量、生产者的资源。
9. 批发业是指商品由批发商分销给客户的商业形式。经营批发业需要雄厚的营运资金，营业地点不必设立在市中心，不注重门市装潢及商品陈列等。
10. 批发商在分销途径上扮演的功能：大批采购、分批发售、资金周转、运载商品、提供仓库设备、提供商品信息。
11. 批发业的发展趋势：提升经营管理绩效、提供多元化服务、提升商誉与服务品质、与同业结盟或联合采购、开发新市场与通路。
12. 概念图：



自我挑战



一、选择题

1. 以下哪种产品的销售需要较多的中间人?
A 蛋糕 B 肥皂
C 汽车 D 房屋

2. 林先生大量种植西瓜，他适合选择哪些分销途径销售西瓜?
I 生产者→消费者
II 生产者→零售商→消费者
III 生产者→批发商→零售商→消费者
IV 生产者→代理商→零售商→消费者
A I B II, III
C II, IV D I, III, IV

3. 陈先生写了一本小说，由ABC出版社买下版权，经印刷厂印刷后，通过各地的书局分销给消费者。以下哪项叙述是正确的?
A 书本的分销途径始于陈先生
B 印刷厂负责分销书本给书局
C ABC出版社是生产者
D 书局负责批发小说

4. 批发商为制造商提供的服务包括:
I 提供货源
II 降低贮藏费用
III 减少分销成本
IV 协助开发产品市场
A I, II B I, III
C II, IV D III, IV

5. 嘉利批发商是某一地区的五金批发公司，嘉利五金批发商具有下列哪一项特征？
- A 传达消费者的意见给零售商 B 注重门市装潢以吸引消费者
C 向不同厂商零星采购五金物品 D 为零售商提供运载五金的服务
6. 王太太擅长制作手工艺品，并将制成品卖给同事与朋友。王太太扮演的角色是_____。
- I 生产者 II 零售商
III 中间商 IV 消费者
A I B I, II
C III, IV D II, III, IV
7. 以下哪一项有关中间商的叙述是正确的？
- A 零售商专为制造商分批发售货品
B 货物价格随着中间商增加而提高
C 中间商生产兼分销货品给消费者
D 代理商拥有货品拥有权但只赚佣金
8. 下列何者是批发商的特征？
- A 主要客户是消费者 B 负责商品的制造
C 货源来自零售商 D 扮演分销的角色
9. 服装制造商在选择分销途径时会考虑哪些因素？
- I 衣服的性质 II 本身的资源
III 衣服的销售市场 IV 消费者的购物态度
A I, II, III B II, III, IV
C I, II, IV D I, III, IV
10. 批发业对制造商的功能，下列哪一项是错误的？
- A 降低处理订单的成本 B 减少货物的分销成本
C 降低货物的保管费 D 减少运输费

二、作答题

1. 试为以下生产活动选择适当的分销途径，并说明你的理由。
 - (i) 销售流行服装；
 - (ii) 出口沙巴的海产到新加坡；
 - (iii) 进口中国的大蒜。
2. (a) 试解释如果生产者不经过批发商及零售商分销货品，对生产者的利与弊。
(b) 试从资金周转及传递信息两方面，说明批发商对零售商的重要性。
(c) 简要说明什么样的商品适合使用分销途径：生产者→批发商→零售商→消费者。
3. (a) 批发商与代理商都是分销途径的中间人。试分别依据下列各项说明他们的不同之处：
 - (i) 货物的拥有权；
 - (ii) 获利方式。
(b) 立大蔬菜批发公司拥有本身的罗里、司机及搬运工人，货源主要来自附近的农人。每天工人将蔬菜分类，然后分销运送给各地的零售店。立大蔬菜批发公司在分销途径上对农人与零售商有何重要？试各别说明三项。
4. 贴心鞋店在我国共有40间分店，鞋子来自5家供应商，其中一家为大同制鞋厂。每隔三星期，大同制鞋厂就会向贴心鞋店了解销售情况。
 - (i) 贴心鞋店属于哪一类的中间商？
 - (ii) 大同制鞋厂供应鞋子给贴心鞋店的优点与缺点。
5. (a) 简要说明批发商的生存空间越来越狭窄的原因。
(b) 试说明面对不利的经营环境，批发商要如何改变以求生存。

三、个案题

个案1

为加深中国对马来西亚农产品的了解，促进中马两国在农产品国际贸易方面的交流与合作。2011年1月27日，中国记者对马来西亚驻华大使馆农业厅农业参赞苏菲叶（Mohd Sufian Yek）进行了以下专访。

记者：

叶参赞，您好！一提到马来西亚，大部分中国人对马来西亚的旅游与美食比较熟悉，但对农产品市场还比较陌生，首先请您介绍马来西亚农产品的分销情况。

参赞：

马来西亚农产品主要通过批发市场流通到市场，马来西亚有13个州和3个直辖区，每个州有一两个由地方政府管理控制的大型批发市场，批发市场中设立许多批发档口。

外国农产品也通过批发市场中的批发商流入市场。此外它也是特易购、巨人等大规模零售商采购农产品的场所之一。其中吉隆坡批发市场（Pasar Borong Kuala Lumpur）是政府建设的大型批发市场。

一般上小型的蔬果批发市场是由私人投资建设；夜市、露天市场等由地方政府管理；大马政府会固定集中收购一些园主、农民的部分产品，例如：马来西亚联邦农业销售局（FAMA）协助农民销售产品。此外，政府也允许农民在夜市或流动摊位售卖本身生产的农产品。

记者：

2010年12月，有幸邀请您出席“第三届亚太批发市场大会暨第四届中国（温岭）国际农产品贸易对接会”，您认为这类大会对促进中马两国农产品的交流及合作有怎样的意义？

参赞：

亚太批发市场大会是一个很好的平台，大会为亚太地区农产品业者提供交流机会，使彼此更了解亚太地区农产品市场的发展和趋势。通过接触批发商，进一步了解亚太地区各国的农产品需求。

大会之后，我们向本国相关部门传达信息，希望将来组织与推荐批发商、零售商等参加类似的活动，进一步推动中马两国农产品的经贸合作。

（资料摘自：中国农产品批发市场网 <http://www.cawa.org.cn/index.php?s=/interview/show/id/18049>）

试根据上述个案答题：

- (a) 从访谈中，举出我国农产品分销途径的类型。
- (b) 如果你是一位农产品批发商，参加“亚太批发市场大会”对分销农产品可带来哪些好处？简要说明之。

个案2

范围：第1章商业、第2章生产、第3章分销——批发业

光明是一名蔬果批发商，他的办公室位于柔佛州的东甲，供应商主要来自附近村庄的菜农与果农。光明一向来都以现金或支票向菜农与果农购买新鲜蔬果，并用罗里把蔬果载去吉隆坡或邻国新加坡的蔬果批发市场，以及几个固定的零售商。一般上，他与买家都是用支票交易。买家通常会在一星期内付清货款。

为了减轻菜农与果农的经济负担，光明通常会提供藤篮给他们装蔬果。除此之外，他会即时把顾客对蔬果的要求，以及蔬果的供给与需求情况转告菜农与果农，以便他们栽种市场需求的蔬果。光明也提供市场上最新的肥料、蔬果种子、杀虫剂、农耕技术等资讯给菜农，以提高农产品的产量。

当有剩余未卖出的蔬果，光明会把蔬果存放在具有冷藏设备的仓库，以延缓蔬果的腐烂速度。

试根据上述个案答题：

- (a) 光明与蔬果农人从事的工作分别属于何种生产类型？试比较两者的不同。
- (b) (i) 光明在交易中扮演什么的角色？简述之。
(ii) 如果菜农不通过光明分销产品，试建议两种方式给菜农。
- (c) 试举例说明辅助贸易对光明从事的生意之重要性。



商业档案

何清园批发城



曼谷、首尔、雅加达和中国等地都有极负盛名的时装批发商场。何清园批发城（Kenanga Wholesale City）是我国首间最大的时尚服饰批发商场，被大马旅游局列为“吉隆坡必游之地”。此座批发城邻近吉隆坡金三角地带，整座建筑物拥有超过800间的商店，还有饮食中心、银行、物流分店、停车位、展览厅、24小时闭路电视监控保安系统、人行走道、20个货物起卸区及8部货运升降机等设施。

何清园一站式时装批发商场（one-stop fashion wholesale shopping mall）汇集了各种时尚男女时装、童装、马来服饰、皮包、饰品、鞋袜类及皮革用品等流行商品，其中以时装批发店为主。此座批发商场为各地的商家带来选

购货物的便利，比起商家四处选货或是出国选货更为方便。此外，它也有别于一般的批发城，这里大部分的业者除了经营批发外，也兼做零售，如果顾客大量购买就可以得到更优惠的价格，以吸引人潮。

网址：www.kenangacity.com.my



对我的启发



分销——零售业

Distribution——Retailing



学习本章，你应能：

- 解释零售商的功能。
- 解释各类零售商的经营特征。
- 说明零售商增加商品附加价值的方式。
- 解释连锁经营的特征。
- 解释直营连锁与特许加盟连锁。
- 说明网上零售的优势与劣势。



热身活动

逛街购物

请同学分享平时逛街购物的经验与观察，在白板写出便利商店、超级市场和购物中心的产品种类、顾客服务、购物环境等。



4.1

零售业的概念

(concept of retailing)

零售业或零售贸易 (retail trade) 是指零售商零星地把商品销售给消费者的商业形式。经营此类生意的商人，称为零售商 (retailer)。零售商主要向批发商或制造商采购商品。有些零售商出售本身生产的商品，例如：面包店销售自己生产的面包，饮食店业主销售自己烹饪的食物等。

零售业的种类应有尽有如：百货业、饮食业、服装业等。国内知名零售店如：百盛（Parkson）、环球（The Store）等。

零售店遍布城乡市镇，甚至互联网上也设有零售店；有些零售店24小时营业，让人们随时随地都能买到商品，为日常生活带来极大的便利。零售商提供的顾客服务（customer service）如：产品咨询、送货、维修、安装等。因此，顾客购买商品时，也同时享有顾客服务。

随着零售业全球化发展，海外的大型零售商纷纷到我国开设零售店，如：英国特易购（Tesco）、美国麦当劳（McDonald）等等，促使我国零售业蓬勃发展，这也造成我国的中小型零售店的生存受到前所未有的威胁。



图1 零售业

4.2 零售商的功能 (functions of retailer)

零售商为两个群体提供服务，即供应商（如制造商或批发商）与消费者。零售商的功能如下：

1. 零星售货

零售商向供应商采购商品，然后按消费者的需求量销售。

2. 分担商品的储存工作

零售商向供应商采购商品，节省了供应商的商品储存空间、管理工作等。另一方面，零售商提供消费者零星购物，这可避免消费者家中存放过多商品。

3. 提供多样化的产品

零售商提供来自国内外不同厂商及不同品牌的商品给消费者，让消费者拥有多样化的选择。

4. 提供消费者便利与服务

零售商为消费者提供的购物便利与顾客服务，包括：购物地点便利、时间便利、赊账便利（如信用卡、分期付款）、送货服务、售后服务、商品资讯与咨询、商品投诉（如更换或退款）等。

5. 提供制造商或批发商资讯

零售商通过商品条码（barcode）、QR码（QR-code）、问卷调查等方式收集商品的销售信息，例如：消费者常买的商品、消费者对商品的意见、商品销售情况等。

这些商业资讯有利于零售商自动化管理销货、仓储、订货及掌握消费者的需求变化等，也对制造商拟定生产计划、提高商品品质，以及对批发商采购商品有帮助。



图2 不同品牌的洗发精



图3 提供消费者产品咨询



图4 商品条码与QR码



资料库

商品条码

为一组平行排列线条构成的条码，可让机器立刻读取制造商、产品名称、价格等信息，并打印在结账收据上。1970年，美国食品杂货业率先在食品包装上使用条码。目前世界通用的条码标志系统，是由“国际产品编码协会”所制定。商品条码既是方便消费者快速结账的“商品身份证”，也是商品在国际市场流通的“共同语言”。

QR码

1994年由日本Denso Wave公司发明。QR来自英文“Quick Response”的缩写。QR码比商品条码可存储更多数据（如：数字、网址、纯文字信息、电话号码等），可用来招揽客户、打广告或提供信息等。它不像商品条码般用扫描仪扫描，一般上使用智能手机再安装免费的条码扫描器软件，便可快速读取储存在QR码里面的网址或信息等。

4.3 零售商的类型 (types of retailer)

为了满足人们不同的购物需求，零售商的类型各式各样，常见的如下：

1. 摊贩 (vendor)、流动小贩、市集小贩 (hawker)

- (1) 一般上用推车、电单车或小型货车运载销售的商品，经营成本低，销售点如街旁、社区及方便行人或邻近居民购物的地方。
- (2) 售卖价格廉宜的衣服、食物及日用品为主。
- (3) 一般上向批发商或大规模零售商采购商品，或者销售自己手工制作或生产的东西。



图5 流动小贩、路摊、市集

资料库

在购物中心、霸级市场的宽阔走廊上，常见销售饰品、手提袋等各类商品的摊位（stall），其商品售价通常较流动小贩、路摊、市集高。

2. 自动贩卖机 (vending machine)

(1) 机器一般上置放在人潮多的公共场所，增加宣传效果。

(2) 销售的商品以体积小、不易变质、不易破碎的商品为主，例如：过滤水或罐装饮料。

(3) 不必聘用售货员，可节省工资，降低成本。

(4) 提供快速且方便的24小时购物便利。



图6 自动贩卖机

3. 单一商店 (unit shop)

(1) 店主独立经营管理，商店的规模小。例如：散布在城镇乡村的服装店、杂货店、理发店和西饼屋等。一般上，乡村的店铺较不重视门市装潢及购物环境，但是随着消费人对舒适的购物环境等的要求越来越高，店家也逐步改善之。

(2) 店主亲自为顾客提供服务，如：商品咨询。

(3) 商品种类有限，只备有少量存货。



图7 单一商店

**资料库****格子铺 (checker depot)**

或称格子店，是指店主将店铺设计成很多个“格子柜”，租客租下格子摆放欲寄售的商品（如：化妆品、饰品、文具）或做产品宣传，由店方代租客经营与看管。

4. 专卖店 (specialty shop)

(1) 销售单一品牌的同类商品，例如：BATA鞋子专卖店、Bodyshop美妆个人护理、Ogawa居家按摩保健；或销售多种品牌的同类商品，例如：SenQ销售各类品牌的家电。

(2) 同类型商品齐全，满足消费者特定的需求。

(3) 商店的装潢设计突显商品的特色及店家的专业形象。

(4) 提供商品的专业咨询服务。



图8 专卖店

5. 便利商店 (convenience store)

- (1) 设立于住宅区附近，以满足顾客的即时性需求。
- (2) 营业时间长，为顾客提供购物上的时间便利。
- (3) 销售便利品 (convenience goods) 为主，如饮料、食品、日用品、报刊、杂志等。
- (4) 与大规模零售店比较，商品价格较高，但它提供消费者购物便利。



图9 便利商店

资料库

便利品

是指消费者经常购买，并且购买时不必花费精力去挑选的商品，例如：卫生纸、报纸、饼干、白糖、饮料等消费品。

6. 超级市场 (supermarket)

- (1) 卖场的面积比霸级市场 (hypermarket) 小。
- (2) 以经营食品和日常用品为主。



图10 超级市场

7. 百货公司 (department store)

- (1) 提供顾客富有时尚、品味的商品，商品的价格与品质属中等或高等档次。例如：百盛 (Parkson) 、美罗 (Metrojaya)。
- (2) 购物场所装潢华丽、营造高贵及悠闲的气氛。
- (3) 以商品类划分部门，部门经理依据中央管理的政策办事。



图11 百货公司

资料库

会员卡

顾客持有会员卡享有优惠如：购货折扣、购物积分、会员特惠活动等，不同商家有不同作法，主要目的是扩大顾客群体、培养顾客忠诚度、取得顾客资料以建立顾客关系。例如：AEON会员卡、Isetan会员卡等。

8. 霸级市场/量贩店 (hypermarket)

- (1) 属于一种“仓库型”的商店，例如：巨人霸级市场 (Giant hypermarket) 、特易购霸级市场 (Tesco hypermarket)。
- (2) 卖场面积大，走道宽敞，结账出口多。
- (3) 销售大量且多样的日常用品、食品、服装、电器等商品。
- (4) 拥有大型停车场。
- (5) 超大量进货以取得价格优势，这对超级市场的经营构成威胁。
- (6) 提供一次性购足 (one-stop shopping) 的购物便利。



图12 霸级市场内

霸级市
场的顾

动动脑

客除了消费者之
外，还有其它类
型的顾客吗？



9. 购物中心 (shopping center/shopping mall)

(1) 购物中心拥有者出租店铺给商人，各个零售店独立经营生意，例如：吉隆坡的阳光广场（Suria KLCC）与谷中城（Mid Valley），砂拉越的富丽华（Boulevard）。

(2) 购物中心为一种商业集合体，包括了超市或霸级市场，提供商品或服务的商店（如服装店、书店、快餐店、精品店、美容院、美发店等），以及饮食中心、电影院、KTV中心、保龄球馆等。

(3) 提供顾客多样化的便利设施如停车场、邮局、自动出纳机、展览厅、休闲椅等。

(4) 购物场所讲究装潢，空间宽敞。

(5) 提供顾客一次性购足及休闲与娱乐的便利。



图13 购物中心

- 注重商品齐全、一次性购足与休闲的消费者会选择去哪里购物？
- 注重商品专业咨询服务的消费者会偏爱去哪里购物？



动动脑

10. 直销公司 (direct selling company)

(1) 直销公司的货源来自本身生产或向生产者采购，一般上绕过批发商或零售商。例如：美国的安利直销公司（Amway）、海鸥直销有限公司、CNI长青有限公司。

(2) 直销公司直接接收顾客订单，或者通过独立的直销商（distributor）将商品销售给消费者。一般上采用多层次方式销售商品，直销商自己招募及训练下线（也称为直销商），建立销售网络以销售商品；直销商除了赚取本身的零售利润、下线业绩的佣金，还享有直销公司为激励直销商而提供的奖金与其他利益。

(3) 直销商依据顾客的需求亲自上门介绍或示范商品。直销商提供的顾客服务如送货、售后服务等。国内常见的直销商品如：营养保健食品、美容保养品、家庭用品、食品等。



动动手

浏览马来西亚直销联合会（Direct Selling Association of Malaysia）

网址：www.dsam.org.my，了解我国直销业的发展。



资料库

传销与“老鼠会”

传销泛指所有合法直销。“老鼠会”即变质的“多层次直销”，俗称非法的金字塔销售计划（illegal pyramid operation）。其多层次销售的设计与执行不符合直销法令，以非法的方式存在，发展速度类似老鼠的快速繁殖，故被称为“老鼠会”。



邮购公司 (mail order company)

主要是以印刷精美的商品目录 (catalogue) 向顾客介绍商品。销售的商品以体积小、不易变质、不易破碎，并且方便邮寄为主。顾客通过邮寄、传真、电话等方式下订单。

电视购物

零售商通过电视传送商品信息，电视观众打电话订购商品。一般上，订购者以支票或信用卡付款；零售商以快递服务送货。

11. 网上商店 (electronic shop / e-shop / online shop)

(1) 商人通过互联网 (internet) 设立虚拟零售店销售商品或服务，方便顾客随时浏览及选购，是一种企业对消费者 (business-to-consumer) 的电子商务交易形式。

(2) 网站的地址可视为网上商店的“店址”。网页扮演着“店面”的角色，因此商人注重网页设计。

(3) 顾客的付款方式以网上支付 (如使用信用卡付款) 为主。例如：亚马逊网上书店 (amazon.com)。

(4) 通过邮寄或快递运送商品给顾客。

(5) 买卖交易不受地点与时间的限制，顾客不必出门可以24小时选购来自世界各地的商品或服务。



图14 网上书店



电子商务

按交易对象分类，可分三类：企业对消费者（business-to-consumer）、企业对企业（business-to-business）、消费者对消费者（consumer-to-consumer）。例如：eBay网站是消费者对消费者网上交易的先驱者。

企业对企业的网上交易是指商人利用互联网向客户（贸易商）批量销售商品的贸易活动。贸易商购买商品的目的是通过再销售赚取利润。

12. 电子购物中心 (electronic mall / e-mall)

(1) 电子购物中心是虚拟的购物中心，它集合或连接不同的网上商店，让顾客直接从电子购物中心网站进入不同的网上商店购买产品的商业经营模式。例如：百发购物城 (pasar.my)，以及 rakuten.com.my。

(2) 电子购物中心提供产品归类及搜寻器，为顾客提供选购便利。

(3) 电子购物中心与网上商店的交易都具有以下特点如：交易过程电子化、交易市场虚拟化、交易全球化、交易效率高、交易成本低。



图15 电子购物中心

4.4 零售业的竞争优势

(competitive advantages in retailing)

现代零售业面对消费形态的转变，以及同业与异业之间的剧烈竞争，因此需要调整经营策略，以提高竞争优势。比如，通过增加商品的附加价值 (value added)，使用连锁方式经营生意，以及网上零售等。

一、附加价值 (value added)

所谓附加价值是指商人通过某些方式增加商品在消费者心中所具有的价值。这种在商品原有价值的基础上所新增加的价值，必须能让商品具有差异性，使商品在品牌众多、竞争剧烈的市场中具有竞争优势。

零售商在商品分销过程中，增加商品附加价值的方式：

(1) 通过商品的包装或广告等宣传手段，有助于加深顾客对商品的印象，增加商品在顾客心中的价值，使商品在众多品牌中脱颖而出，为企业创造销售量。

(2) 通过提供售后服务 (after-sales service) 来提高顾客对商品的满意度，由此增添了商品的价值。售后服务是指产品在保用期内，若有瑕疵，制造商、代理商或零售商会提供免费修理或替换。

(3) 提升店员对顾客的服务品质及对商品的认识，有助于提高顾客对商品的购买欲，无形中增加了商品在顾客心中的价值。

(4) 收集顾客的消费信息及个人资料，建立与顾客的关系如：寄生日卡给顾客或在顾客生日当天提供购物折扣等，从而提高顾客对商品的忠诚度。

(5) 提高店家的商誉或者形象，以增添商品在消费者心中的价值。尤其当消费者对某种商品不太了解的情况下，通常会选择商誉佳的商店。

资料库

附加价值的概念包括两方面：一是企业通过生产活动去增加产品的新价值，如：一物多用，以增加产品的附加价值；二是在产品的分销过程中增加产品在消费者心中的价值。

二、连锁经营 (chain store operation)

连锁经营是零售的竞争优势，其主要是透过扩大经营规模来取得规模经济效益。

随着服务业的蓬勃发展，连锁经营模式从销售商品，扩展到销售服务的行业，例如：酒店、健身减肥美容中心、保安公司等。

资料库

马来西亚连锁协会 (Malaysian Retailer Chains Association, MRCA)

成立于1992年6月，主要为提升连锁公司的管理和操作技能，及主办考察团以开拓海外商机，改善连锁经营环境并协助业者进行全球性业务扩展。 网址：www.mrca.org.my



图16 马来西亚连锁协会成员如Bonia



图17 特许加盟连锁店如Marrybrown销售快餐

连锁经营的特征：

1. 标准化管理

在连锁商店中，各分店的店名、标志（logo）、装修、员工服饰、营业时间、广告宣传及商品价格均保持一致性，从而使连锁商店的整体形象标准化。

连锁商店统一广告宣传，共同分摊广告费，这可降低广告成本，并提升各地连锁商店的知名度。

2. 专业化分工

连锁商店的总部负责研究经营技术与诀窍，例如：作业流程、销售策略、管理方法等，通常经营技术以简单化为原则；总部指导分店经营，使各分店只专注于销售事务，并且有助于无经验者的加盟。

3. 集中进货

连锁总部集中采购各类商品，并藉由大批采购而享有更高的议价能力（bargaining power），从而降低进货成本，取得售价较低的竞争优势。而各分店仅存放预计要销售的商品数量，降低库存成本及加速存货周转率（inventory turnover）。

连锁经营常见的类型：

1. 直营连锁（regular chain）

（1）直营连锁是指由总公司直接经营、投资、管理各地的连锁店。各连锁店在总公司集权式管理及统一领导下，销售相同的商品及提供同样的服务，它们的盈余或亏损都归予总公司。

（2）直营连锁店实行所有权和经营权都统一集中于总公司，方便统一调动资金及经营战略，使企业的决策执行速度快。由于总公司集中领导与管理各项事务，因此各直营连锁店自主权小，在经营的积极性、创造性和主动性受到限制。直营连锁店的职员都是总公司的雇员。

（3）大规模直营连锁店的管理系统复杂，容易产生官僚化经营，使交易的成本提高。

（4）总公司需要具有一定规模的资本，因此开设连锁店的速度受到一定限制。



图18 直营连锁

2. 特许加盟连锁 (franchise chain)

(1) 连锁总公司即授权公司 (franchisor) 将公司名称、代表公司形象的商标、产品、专利、内部设计与装潢等专有的经营技术或模式，提供给特许加盟店 (franchisee) 使用。国际著名的特许加盟连锁公司如：美国的麦当劳、7-eleven。

(2) 特许加盟店必须支付加盟费 (joining fee) 给授权公司，以取得特许权 (franchise)。特许加盟店必须完全按照特许加盟契约的规定营业，否则就会失去特许权，因此没有经营的自主权。此外，也必须缴交特许经销费给授权公司。

(3) 各特许加盟店自行承担店铺的租金及独立营运，共享授权公司的商誉。

(4) 授权公司使用特许加盟店支付的费用，开拓市场及建立连锁组织，以取得大规模经营的效益。例如：企业的品牌会因特许加盟店的数量增加而增值。



图19 特许加盟店

动手做

浏览www.kfc.com及www.aboutmcdonalds.com了解它们的特许加盟方式。





马来西亚特许加盟协会 (Malaysian Franchise Association, MFA)

网址: www.mfa.org.my, 成立于1994年, 目标有:

- 团结特许加盟会员, 维护会员权益;
- 保护特许加盟的形象, 鼓励业者实践企业伦理;
- 支持政府协助土著加入特许加盟连锁。

合作加盟 (cooperative chain)

连锁经营的其中一种方式, 它是由营业性质相同的商店共同合作组成一个总部。总部主要的工作是统一大量采购商品以获得优惠价格, 从而使各商店的进货成本降低; 总部没有提供经营技术支援加盟的商店, 各加盟店各自经营管理。

三、网上零售 (internet retailing)

零售结合互联网的经营不受时间和地方的限制, 省却商店的租金及设备等费用, 从而降低营运成本。

网上零售的优势:

1. 零售市场全球化

零售商通过互联网设立网上商店与电子购物中心, 提供顾客随时浏览及选购商品的便利, 有助于提高交易效率, 促使销售市场从国内扩展至全世界, 达到市场全球化。

2. 消费形态转变

互联网的普遍化改变了消费者的购物方式, 消费者注重购物便利性, 希望不出门也能购物, 节省购物时间等。例如: 在网上商店、电子购物中心购买产品。

随着消费形态的转变，网上零售与实体商店相结合，已经成为零售商另一种经营模式。此外网上拍卖也让许多个人借由拍卖网站（如：eBay.com、lelong.com）销售产品而成为卖家。

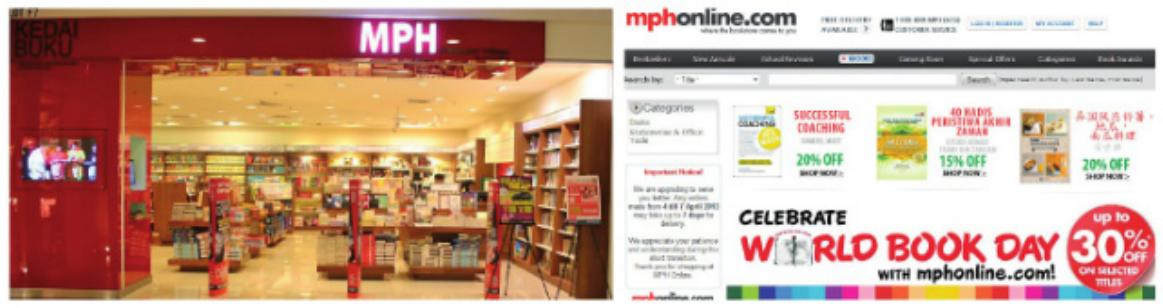


图20 实体商店与网上商店相结合

3. 营业费用减少

网上零售比实体商店的营业费用低，例如：薪金、广告费、库存保管费等较少。此外，也可降低资金被积压在存货上。



图21 网购机票

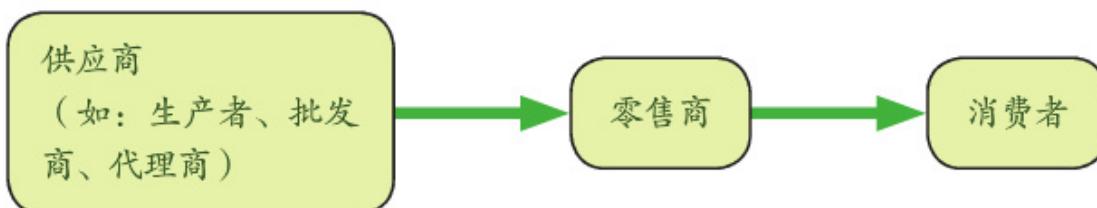
网上零售的劣势：

1. 不能让顾客直接触摸到商品。
2. 顾客不能在购买前检查商品，若出现货不对办的情况将无处投诉。
3. 顾客对网上付款的安全性仍存怀疑，担心个人资料被窃取及盗用。



温习室

1. 零售业或零售贸易是指零售商零星地把商品销售给消费者的商业形式。经营此类生意的商人，称为零售商。
2. 零售商的功能：零星售货、分担商品的储存、提供多样化的产品、提供消费者便利与服务、提供制造商或批发商资讯。
3. 零售商的类型如：摊贩、流动小贩、市集小贩、自动贩卖机、单一商店、专卖店、便利商店、超级市场、百货公司、霸级市场、购物中心、直销公司、网上商店、电子购物中心。
4. 提高零售业竞争优势的方式如：增加附加价值、连锁经营、网上零售。
5. 连锁经营的特征：标准化管理、专业化分工、集中进货。
6. 连锁经营常见的类型：直营连锁、特许加盟连锁。
7. 在直营连锁下，总公司直接经营、集权式管理及统一领导各连锁店；各连锁店销售相同的商品及提供同样的服务，盈余或亏损都归予总公司，此外职员也是总公司的雇员。
8. 授权公司将公司的名称、商标、产品、专利、内部设计与装潢等专有的经营技术或模式，提供给特许加盟店使用。特许加盟店必须支付加盟费，以取得特许权。特许加盟店必须按照特许加盟契约的规定营业，并缴交特许经销费给授权公司。
9. 网上零售的优势：零售市场全球化、消费形态转变、营业费用减少；其劣势：不能触摸到商品、不能在购买前检查商品、网上付款存有风险。
10. 概念图：



自我挑战**一、选择题**

1. 以下哪些是零售商在分销商品时所扮演的角色?

- I 少量销售
- II 提供多样化的产品
- III 出售货物给供应商
- IV 分担产品储存问题

- | | |
|--------------|---------------|
| A I, II, III | B I, II, IV |
| C I, III, IV | D II, III, IV |

2. 丽利同学利用互联网销售自制的皮包。请问这是何种型态的销售方式?

- | | |
|---------|--------|
| A 自动贩卖机 | B 便利商店 |
| C 网上零售 | D 市集 |

3. 美而美公司是一家大型的网上商店，销售各种时尚男女服装、精品、手饰等商品，以下哪一项说明与美而美公司无关?

- A 使用邮寄或快递送货
- B 需要聘请门市销售员
- C 交易时间24小时
- D 网上付款

4. 人们喜欢到霸级市场购物的原因有哪些?

- | | |
|--------------|---------------|
| I 一次性购足 | II 货品种类多 |
| III 店主亲自服务 | IV 多样化的便利设施 |
| A I, II, III | B I, II, IV |
| C I, III, IV | D II, III, IV |

5. “ABC公司采用多层次传销方式销售商品，提供顾客居家购物与送货等购物便利。”以下何者符合此描述？
- A 直销公司 B 网上商店
C 购物中心 D 电子购物中心
6. 什么性质的产品不适合使用自动贩卖机销售？
- A 价格便宜 B 不易碎
C 体积小 D 笨重
7. 高利百货公司设立于市中心，它与霸级市场的不同是_____。
- A 卖场装潢华丽
B 大量进货以取得价格优势
C 属于一种“仓库型”的商店
D 销售日常用品、杂货、食品、电器
8. 王先生通过网上商店及电子购物中心经营生意有何好处？
- A 不需要送货 B 营运费用较低
C 顾客不能退货 D 店面不需要太大
9. 郑先生计划开设一家以特许加盟连锁方式经营的饮食店。以下有关郑先生的经营叙述，哪些是正确的？
- I 郑先生不具有经营自主权
II 授权公司卖给郑先生的饮食材料较贵
III 郑先生必须支付加盟费以取得控制权
IV 商店的内外设计与装潢与其他加盟店相同
- A I, II B I, IV
C I, II, III D II, III, IV
10. 张太太向流动小贩购物，哪一项是流动小贩的特征？
- A 提供购物便利 B 商品种类较多
C 大量采购商品 D 经营成本较高

11. “欣欣私人有限公司的卖场面积比霸级市场小，以销售食品和日常用品给顾客为主。”以下哪些经营型态与上述叙述有关？
- | | |
|-----------|-----------|
| I 专卖店 | II 便利商店 |
| III 超级市场 | IV 百货公司 |
| A I, II | B I, IV |
| C II, III | D III, IV |
12. 下列哪些有关直销多层次销售方式的叙述是正确的？
- | | |
|--------------------|-------------------|
| I 直销公司支付薪金给直销商 | II 直销公司以奖励方式激励直销商 |
| III 直销商可以自己招募及训练下线 | IV 直销商的收入仅来自下线的业绩 |
| A I, II | B I, IV |
| C II, III | D III, IV |

二、作答题

1. (a) 试解释零售商在分销商品上所扮演的功能。
 (b) 试简述提高零售业竞争优势的方式。
2. (a) 黄小姐计划开设一家咖啡店，但她不熟悉咖啡的冲泡方法。这个行业的竞争日趋剧烈，顾客大多光顾有商誉的店铺。
 (i) 哪一种经营方式最适合黄小姐?
 (ii) 简述这种经营方式的特征。
 (b) 万盛百货公司是一家大规模零售店，近年来它也在互联网上设置网页，使顾客随时随地都可购物。试说明这对万盛百货公司的经营可能带来什么好处。
3. (a) 试从以下三个方面，说明电子购物中心与购物中心的异同：
 (i) 店址；
 (ii) 产品种类；
 (iii) 付款方式。

(b) 天然有限公司是一家销售健身器材的零售店，最近决定在全国各地设立直营连锁店。试简述天然有限公司的经营特征。

4. (a) (i) 比较图1与图2零售店在货品价格、付款方法、货品种类、营业时间的不同。
(ii) 试述图2零售商的经营特征。



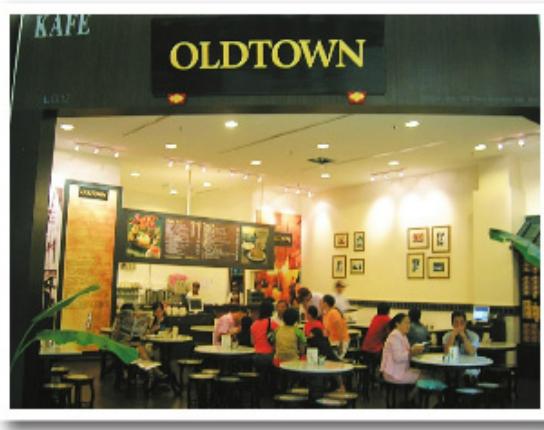
图1



图2

(b) 林先生欲从事卖书籍、杂志的小本生意。试举出一种可让林先生免掉房租的零售方式，并简述其特征。

5. (a) 图中所示是一种连锁经营方式，连锁经营对店主有什么好处？试举出三项。



(b) 王先生经营一家服装店，最近生意不太好，他打算通过提高附加价值的方式，改善业绩。试举出三项可行的方法给王先生，并说明之。

三、个案题

个案1

李同经营一家超级市场，名称为永大超级市场，设立在文利市镇，以销售食品与日常用品为主，并兼售鲜花。由于文利市镇附近有许多住宅区，去年，一家国外连锁零售商到该市镇设立霸级市场。永大超级市场的营业额便急速下跌，而且一个月比一个月差。他的儿子认为永大超级市场无法与连锁霸级市场竞争，建议父亲结束营业，转为经营网上商店。李同认为经营网上商店要面对更多挑战，太难了！为了让父亲了解网上商店的经营概念，他开始收集资料，并草拟一份报告给父亲参考。

试根据上述个案答题：

- (a) 为什么李同的儿子认为永大超级市场无法与连锁霸级市场竞争？
试说明之。
- (b) 请提供经营网上商店的两项好处给李同的儿子参考。
- (c) (i) 经营网上商店可能会面对什么挑战？试举出两项。
(ii) 这两项挑战可以解决吗？为什么？

个案2

范围：第2章生产、第3章分销——批发业、第4章分销——零售业

杜先生与杜太太有三个就读中学的孩子。杜先生继承父亲留下的杂货生意，并聘请一位员工协助销售、搬运等工作。近年，杜先生的杂货店附近陆续开了两间便利商店，使到他的顾客量开始减少，但他没有因而感到担心，而是使用创新经营方式面对挑战，重新粉刷商店，并且适当的装潢店面，使商店看起来干净、明亮、整齐，更加吸引顾客，这使到生意逐渐好转起来。现在，杜先生正筹划在邻近的新市镇开设分店，也希望通过增加采购量，来取得更便宜的进货价格。

杜太太在朋友的介绍下，加入本地一家销售净水机的公司。该公司提供杜太太产品目录及推销训练。完成训练后，杜太太将一份产品目录放在杂货店的收银台，如果顾客对产品有兴趣，她就会亲自上门示范讲解。此外，也邀请朋友和邻居参加她在家里举办的“产品分享会”以试用产品。杜太太除了赚取本身的零售利润，也可从下线的业绩赚取佣金。

试根据上述个案答题：

- (a) 杜先生是从事批发生意吗？为什么？
- (b) (i) 简述杜先生在经营过程中所体现的企业家才能。
 - (ii) 除了企业家才能之外，试举例说明杜先生所需要的其他三种生产要素。
- (c) (i) 杜太太加入的净水机公司是属于何种零售业？
 - (ii) 试解释这种零售业如何扩大销售市场。

四、专题研习

题目：国内贸易动态

目标：藉由收集、分析与运用商业资讯，培养探究与团队合作的能力，以及阅读商业资讯的兴趣。

方式：1. 每组3~5人，任选下列一个项目做报告：

- 从报章、商业杂志或互联网，收集两则与批发或零售相关的新闻或报导。然后，标出新闻或报导的重点，并注明资料来源，以及该新闻或报导对小组成员的启发或激励等。
 - 浏览一家大型零售公司的网页，了解网上零售的经营。记录要点如：货品类型、网上购物与付款的步骤、顾客服务、宣传方式等。
2. 各组根据所收集的资料，撰写一份书面报告。
 3. 各组在班上分享学习成果，并相互交流。
 4. 教师讲评。



商业档案

沃尔玛零售公司 Walmart

沃尔玛零售公司的创始人山姆·沃尔顿（Sam Walton）于1962年开设了第一家连锁商店，后来发展为连锁霸级市场。他以“天天平价”（always low prices）作为公司经营的基本原则。公司的理念是让顾客“省钱，活得更美好”（save money, live better）。于2000年，沃尔玛公司成立walmart.com以满足人们网上购物的需要。



天天平价和一般的削价有着本质的区别，它是把低价销售作为一种长期的行销策略，坚持每一种商品都要比其他商店更便宜。

沃尔玛公司的低成本策略主要依赖以下几个方面：

（1）采取仓储式经营

沃尔玛商店装修简洁，商品多采用大包装。

（2）加强与供应商的合作

由于采购量大，一般从工厂直接进货，通过电脑联网，实现信息共享，供应商可以在第一时间了解沃尔玛的销售和存货情况，及时安排生产和运输。

（3）强大的配送中心和通讯设备

沃尔玛拥有全美最大的私人卫星通讯系统及私人运输车队，所有分店的电脑和总部连接，一般分店发出订单24~48小时之内，就可以收到配送中心送来的商品。如此快捷的信息反馈和高效的存货管理，使得存货量大大降低，资金周转速度加快，成本自然降低。

（4）严格控制管理费用

沃尔玛的管理费用为公司销售额的2%，而同行业的平均水平为5%。

（5）减少广告费用

沃尔玛公司认为保持“天天平价”就是最好的广告。在零售业同行中，它的广告费用最低，但销售额最大。沃尔玛公司把为顾客提供一流的服务摆

在和“天天平价”同等重要。沃尔玛宣称：“我们争取做到每件商品都保证让你满意。如果不满意，可以一个月内退货，并拿回全部货款”。

(6) 减少中间商的数量

山姆·沃尔顿坚持“低价销售，保证满意”作为沃尔玛的经营宗旨，而要做到低价，就必须降低成本。当年刚开张的沃尔玛公司，大多数货源都来自中间人（批发商和代理商），他们要从中获得15%的佣金。山姆绕开这些中间人，直接从生产商进货，减低了货物分销成本，把货品价格压到最低。



对我的启发



5

国内贸易文件

Documents used in domestic trade



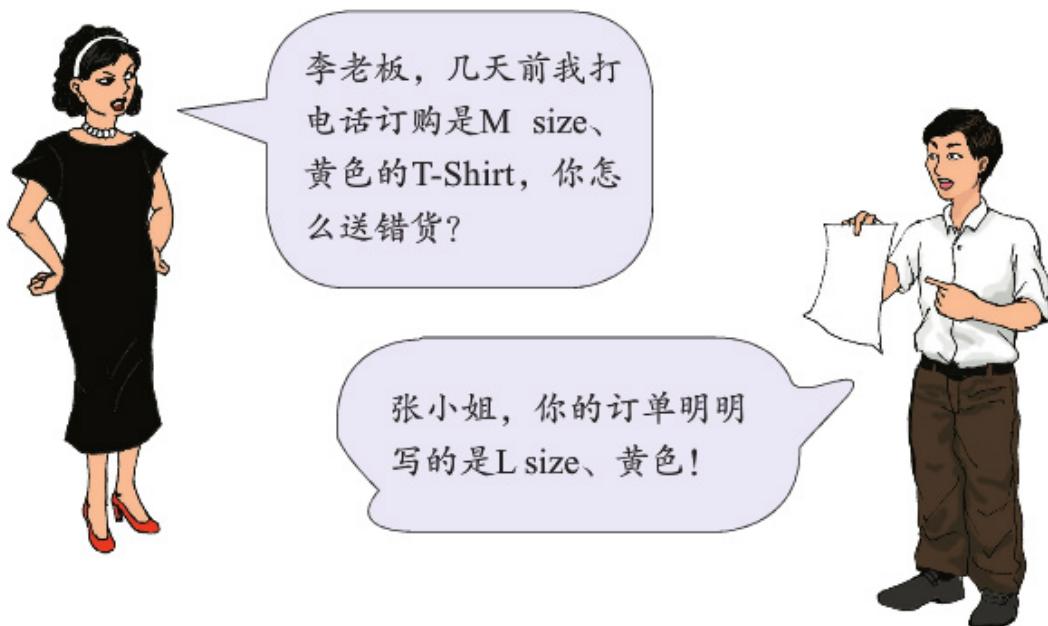
学习本章，你应能：

- 解释贸易文件的重要性。
- 写出各种贸易文件的发出者与接收者。
- 解释各种贸易文件的用途。
- 掌握贸易文件的应用。



热身活动

证据胜于争辩



1. 哪一方应负起错误产生的责任？为什么？
2. 张小姐可以起诉李先生吗？为什么？
3. 假设李老板没有收到张小姐的订单，情况又会怎样？

5.1

贸易文件的定义和类型

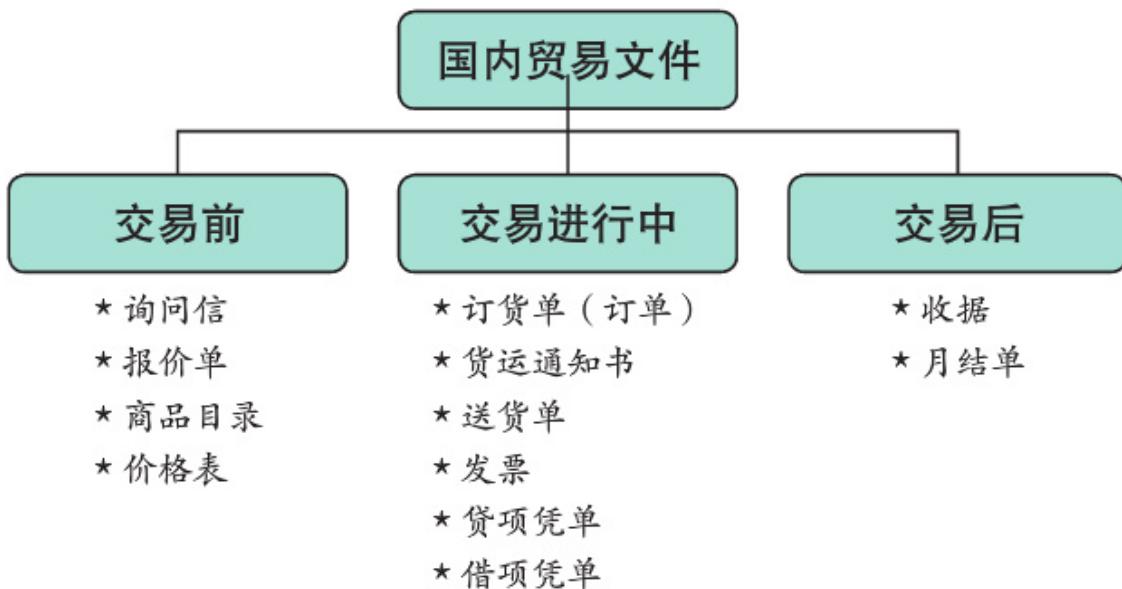
(definition and types of trade documents)

贸易文件 (trade documents) 是指买卖双方进行交易所使用的信件和单据，例如：询问信、商品目录、送货单、发票、收据等。

商人（如零售商与批发商）之间的交易经常涉及各种文件的使用；商人与消费者之间的现金交易则较少使用文件。一般上，贸易文件都有一定的

格式，只要买卖双方遵循有关的规格样式，就能确保交易顺利进行。

国内贸易常使用的文件，可区分为以下三大类：



5.2

贸易文件的重要性

(importance of trade documents)

贸易文件对买卖双方都有重大意义。一般上，买卖双方都会保留文件的正本或副本，作为：

1. 交易的记录

询问信、订单、发票、买卖合约等文件是一种书证（documentary evidence），作为了解及检查买卖交易。



根据证据法（Evidence Act , 1950），文件是一种书证，在法律上可作为证明案件事实的书面材料。

2. 记账的根据

文件内容如：日期、产品名称、单价、数量等作为记账依据的资料，以确保账目准确。

3. 保障买卖双方的权益

文件详细记载了买卖双方的交易内容与条款，例如：付款方式、交货日期、交货条件等。

4. 呈报税务的依据

商人需要保存发票、收据等贸易文件，作为报税之用。



依据1965年公司法令（Companies Act , 1965），商人需要保存贸易文件7年，以供内陆税收局等单位核查。

随着信息科技的进步，贸易文件的制作和传输，从通过人工来进行处理和邮寄，已日趋转为应用电脑软件系统、电子数据交换系统（electronic data interchange），来取代人工作业。

通过将贸易文件电子化，买卖双方之间相互传输电子化的贸易文件如：订单、发票等。这可减少人工的差错和延误，减少纸张的使用，及提高交易效率。电子贸易文件（electronic trade document）的用途及往来程序，与传统书面形式的贸易文件相同。

5.3 贸易文件的使用

(use of trade documents)

案例：

陈光亮先生是电脑软件及配件零售公司的采购经理。公司名称 YCL Computer Sdn. Bhd., 店址: 2, Jalan SS/2,47100 Petaling Jaya, Selangor。为了扩大公司的经营规模及满足顾客对产品款式的多样化需求, YCL Computer Sdn. Bhd.除了向原有供应商查询产品的报价之外, 也寻找新的供应商, 以便采购价廉物美的产品, 吸引顾客及增加利润。

YCL Computer Sdn. Bhd.发出询问信给多家供应商, 其中一家是T. Key Sdn. Bhd., 店址: No.5, Jalan Siew, 56000, Kuala Lumpur。T. Key Sdn. Bhd.提供的条件如下:

- ◆ 交货条件: 7天内交货; 运费未付 (carriage forward)
- ◆ 付款条件: 商业折扣20% (总订购量超过50个); 现金折扣5% (7天)、3% (30天)。

YCL Computer Sdn. Bhd.比较各家供应商的报价, 最后决定向T. Key Sdn. Bhd.购货。该报价的有效期限是14天内。

YCL Computer Sdn. Bhd.的职员在收货后的第二天收到T. Key Sdn. Bhd.的发票, 核查时发现多算了货款, 就打电话通知对方。

YCL Computer Sdn. Bhd.在30天内以支票付款T. Key Sdn. Bhd., 并收到对方寄来的收据。稍后收到月结单, 核查后无误。

以下为本案例所使用的各种贸易文件, 以及它们的用途、发出者及接收者等。

一、交易前使用的文件 (documents used before transaction)

1. 询问信 (letter of inquiry)

买方发出，其用途：

- (1) 查询产品的价格、付款条件、交货条件等资料；
- (2) 说明欲订购的产品数量、交货时间等；
- (3) 作为比较价格和付款条件 (terms of payment) 等之参考，买方通常会向多个供应商发出询问信。

买方的名称、地址 ➤ YCL COMPUTER SDN BHD (150873-T) 2, Jalan SS/2,47100 Petaling Jaya, Selangor. Tel: 03-7578321 Fax: 03-7578221 email:ycl@myjaring.net	
卖方的名称、地址	Sale Manager T. Key Sdn Bhd No. 5, Jalan Siew, 56000, Kuala Lumpur.	2 July 2013 ➤ 日期
交货条件	We would be grateful if you would quote the prices, Carr. Pd. for the following items: (1) Sandisk Cruzer 32GB USB Drive	付款条件、 交货日期
产品名称	(2) Epson ME101 Inkjet Printer (3) Wireless Mini Mouse	
	Please let me know the terms of payment and when to expect delivery upon confirmation of order.	
	Thank You.	
	Yours sincerely	
买方签名 ➤ <i>Tan Guan Liang</i> Tan Guan Liang (Purchasing Manager)	

表1 询问信

2. 报价单 (quotation)

卖方发出，其用途：

- (1) 回复询问信，提供买方所需要的资料；
- (2) 表示卖方愿意在某种付款条件 (terms of payment)、交货条件 (terms of delivery) 下，按某价格出售产品。

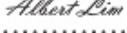
卖方的名称、地址	T. KEY SDN BHD (407754-W) No. 5, Jalan Siew, 56000, Kuala Lumpur. Tel: 03-24768954 Fax: 03-24768977	No. 3675	报价单编号												
QUOTATION															
4 July 2013															
买方的名称、地址	Purchasing Manager YCL Computer Sdn Bhd 2, Jalan SS/2, 47100 Petaling Jaya, Selangor.														
产品编码、名称、单价	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center; padding: 5px;">Code</th> <th style="text-align: center; padding: 5px;">Item / Description</th> <th style="text-align: center; padding: 5px;">Unit Price (RM)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">K1</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">Sandisk Cruzer 32GB USB Drive</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">58.00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">M5</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">Epson ME101 Inkjet Printer</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">189.00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">D2</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">Wireless Mini Mouse</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">35.00</td> </tr> </tbody> </table>			Code	Item / Description	Unit Price (RM)	K1	Sandisk Cruzer 32GB USB Drive	58.00	M5	Epson ME101 Inkjet Printer	189.00	D2	Wireless Mini Mouse	35.00
Code	Item / Description	Unit Price (RM)													
K1	Sandisk Cruzer 32GB USB Drive	58.00													
M5	Epson ME101 Inkjet Printer	189.00													
D2	Wireless Mini Mouse	35.00													
商业折扣、现金折扣、	20% trade discount for purchases of more than 50 units														
	Terms: 5% 7 days, 3% 30 days														
交货条件	Delivery: within 7 days; Carr. Fwd.														
报价单的有效期限	For acceptance within 14 days from issuing date of quotation														
卖方签名	 Albert Lim (Sale Manager)														

表2 报价单

报价单的有效期限 (validity period) 是从哪一个日期算起？

动动脑



商品目录 (catalogue) 与价格表 (price list)

商品目录与价格表可作为报价单的替代文件。

商品目录/产品目录，它作为宣传用的印刷品，主要内容：产品的名称、编号、规格、图片等。一般上商品目录没有印上产品价格，而是连同价格表寄给顾客，以避免价格变动重印商品目录。

价格表的主要内容：产品的名称、编号、规格、价格，通常会注明报价的有效期限。

交货条件 (terms of delivery)

交货条件是指卖方让买方知道是由谁负责运费。

国内贸易常用的交货条件如下：

(1) 运费付讫 (carriage paid / Carr. Pd.) 是由卖方支付运费。卖方通常在顾客大量购买下，才承担运费。

(2) 运费未付 (carriage forward / Carr. Fwd.) 是由买方支付运费。

付款条件 (terms of payment)

卖方提供给买方的付款条件，包括了货到付款/交货付现 (cash on delivery / COD) 、商业折扣 (trade discount) 及现金折扣 (cash discount) 。

资料库

由卖方提供给买方的报价，称为卖方报价 (selling offer) [最常用]。如果是买方提出价格，让卖方决定是否接受，称为买方报价 (buying offer) 。

商业折扣与现金折扣的区别：

	商业折扣	现金折扣
定义	卖方按产品的价格表或商品目录的价格，在某条件下给予买方若干百分比的折扣。	卖方为了鼓励买方立刻或在规定的期限内付款而给予的折扣。
条件	<ul style="list-style-type: none"> 购买量越多，商业折扣百分比越高。例如：购买 1000单位的产品享有10%商业折扣，超过1000单位享有15%折扣。 买方在现金折扣期限之后付款，仍享有商业折扣。 	<ul style="list-style-type: none"> 越早付款，现金折扣百分比越高。例如：买方在7天内付款享有5%的现金折扣，若30天内付款只享有3%折扣。 买方在期限之后付款，就不能享有任何现金折扣。
计算方式	<ul style="list-style-type: none"> 假设每盒文具的价格是RM40，买方购买100盒享有20%商业折扣。试计算买方购买100盒，可享有多少商业折扣。 商业折扣：$RM\ 40 \times 100 \times 20\% = RM\ 800$ 实际成交价格： $RM4,000 - RM800 = RM3,200$ 	<ul style="list-style-type: none"> 假设买方7天内支付购买文具的货款，享有5%现金折扣。试计算买方享有多少现金折扣。 现金折扣：$RM3,200 \times 5\% = RM160$ 应付账款（account payable）： $RM3,200 - RM160 = RM3,040$
账簿	账簿上不记录商业折扣，而是以实际成交价格入账。	账簿上设置折扣账户（discount account），作为记录所享有或给予的现金折扣。
对卖方的作用	<ul style="list-style-type: none"> 鼓励买方大量购买，以增加销售额，赚取更多利润。 利用折扣百分比的高低，对不同顾客、不同交易量调整售价，如此一来，就不必重印价格表，节省费用。 	<ul style="list-style-type: none"> 迅速取得现金，作为采购产品、支付债务等用途。 鼓励买方尽早付款，以减少呆账（bad debt）的损失。 减少收到部分款项的记账工作和寄发月结单等文书工作。
对买方的作用	大量订购可获得较高的折扣，进而降低进货成本，增加利润。	<ul style="list-style-type: none"> 越早支付货款，可享折扣越多，可以降低进货成本，增加利润。 如果经常按规定的期限付款，可建立良好商誉，进而享有卖方给予的其他特别优惠和服务。

二、交易进行中使用的文件 (documents during transaction)

1. 订货单 (purchase order)

或称订单，由买方发出，其用途：

- (1) 作为向卖方订购产品的书面通知；
- (2) 如果卖方接受订单，双方就达成有法律约束力的买卖协议。订单就正式成为一种书面契约。

卖方通常会以电子邮件或传真等方式通知买方收到订单。如果双方是第一次交易，卖方通常会要求买方提供银行证明信 (banker's reference) 或 (与) 商业信誉参考 (trade reference)，作为查询买方财务状况以决定是否提供赊账之参考。

- 如果供应商接受买方的订单，这份订单可视为正式的买卖合约吗？为什么？
- 假设交货期限是7天，订单的发出日期是2月2日，卖方最迟在什么时候交货？

动动脑



资料库



银行证明信是指银行应顾客（买方）的要求而提供的证明书，以便卖方了解买方的资金信誉情况。若买卖双方发生商业纠纷，银行证明信不作为呈堂供证的文件之一。

商业信誉参考是指买方向卖方提供与本身有交易往来的公司名称，以便卖方查询其商业信誉。

买方的名称、地址	YCL COMPUTER SDN BHD (150873-T) 2, Jalan SS/2,47100 Petaling Jaya, Selangor. Tel: 03-7578321 Fax: 03-7578221 email:ycl@myjaring.net	No. 234 ◀..... 编号																
PURCHASE ORDER																		
7 July 2013 ◀..... 日期																		
卖方的名称、地址	Sale Manager T. KEY Sdn Bhd No. 5, Jalan Siew, 56000, Kuala Lumpur.																	
报价单编号	Your quotation No.3675 Please supply the following:																	
产品说明	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center; padding: 5px;">Code</th> <th style="text-align: center; padding: 5px;">Item / Description</th> <th style="text-align: center; padding: 5px;">Quantity</th> <th style="text-align: center; padding: 5px;">Unit Price (RM)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">K1</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">Sandisk Cruzer 32GB USB Drive</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">12</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">58.00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">M5</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">Epson ME101 Inkjet Printer</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">10</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">189.00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">D2</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">Wireless Mini Mouse</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">30</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">35.00</td> </tr> </tbody> </table>		Code	Item / Description	Quantity	Unit Price (RM)	K1	Sandisk Cruzer 32GB USB Drive	12	58.00	M5	Epson ME101 Inkjet Printer	10	189.00	D2	Wireless Mini Mouse	30	35.00
Code	Item / Description	Quantity	Unit Price (RM)															
K1	Sandisk Cruzer 32GB USB Drive	12	58.00															
M5	Epson ME101 Inkjet Printer	10	189.00															
D2	Wireless Mini Mouse	30	35.00															
商业折扣、现金折扣	Trade Discount: 20% Terms: 5% 7 days, 3% 30 days																	
交货条件	Delivery: 7 days: Carr. Fwd.																	
Thank You. Yours faithfully																		
买方签名	<i>Tan Guan Liang</i> Tan Guan Liang (Purchasing Manager)																	

表3 订单

2. 货运通知书 (advice note)

卖方送货前发给买方，其用途：通知买方产品的种类、数量、交货日期和地点、运送方式等，让买方能及早安排产品的接收工作。

T. KEY SDN BHD (407754-W)
No. 5, Jalan Siew, 56000, Kuala Lumpur.
Tel: 03-24768954 Fax: 03-24768977

ADVICE NOTE

9 July 2013

Purchasing Manager
YCL Computer Sdn Bhd
2, Jalan SS/2, 47100
Petaling Jaya, Selangor.

Dear Sir,

We have today dispatched to you by van, Carr. Fwd., as per your order No. 234 of 7 July 2013. The following items:

Code	Item / Description	Quantity
K1	Sandisk Cruzer 32GB USB Drive	12
M5	Epson ME101 Inkjet Printer	10
D2	Wireless Mini Mouse	30

Yours faithfully

Albert Lim
.....
Albert Lim
(Sale Manager)

运输方式

表4 货运通知书

3. 送货单 (delivery note / delivery order)

卖方发出，其用途：作为送交货物的证据。买方收货人点收货物并在送货单上签名及收取正本，而卖方送货人收取副本证明已送交货物。

一般上，卖方若委托运输公司送货，运输公司会开出一式三联托运单

(consignment note)。卖方保留一份，其余二份由货车司机连同货物交给买方收货人签署，然后各保留一份表示收货和证明交货。

卖方的名称、地址	T. KEY SDN BHD (407754-W) No. 5, Jalan Siew, 56000, Kuala Lumpur. Tel: 03-24768954 Fax: 03-24768977												
	No. 5000 ◀..... 编号												
	DELIVERY NOTE												
	12 July 2013 ◀..... 日期												
买方的名称、地址	YCL Computer Sdn Bhd No. 2, Jalan SS/2, 47100 Petaling Jaya, Selangor.												
买方的订单编号	Your order No.234 Please acknowledge receipt of the following items in good order:												
产品说明	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left; padding: 2px;">Code</th> <th style="text-align: left; padding: 2px;">Item / Description</th> <th style="text-align: left; padding: 2px;">Quantity</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: left; padding: 2px;">K1</td> <td style="text-align: left; padding: 2px;">Sandisk Cruzer 32GB USB Drive</td> <td style="text-align: left; padding: 2px;">12</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left; padding: 2px;">M5</td> <td style="text-align: left; padding: 2px;">Epson ME101 Inkjet Printer</td> <td style="text-align: left; padding: 2px;">10</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left; padding: 2px;">D2</td> <td style="text-align: left; padding: 2px;">Wireless Mini Mouse</td> <td style="text-align: left; padding: 2px;">30</td> </tr> </tbody> </table> <p style="margin-left: 20px;">Received goods in good order.</p>	Code	Item / Description	Quantity	K1	Sandisk Cruzer 32GB USB Drive	12	M5	Epson ME101 Inkjet Printer	10	D2	Wireless Mini Mouse	30
Code	Item / Description	Quantity											
K1	Sandisk Cruzer 32GB USB Drive	12											
M5	Epson ME101 Inkjet Printer	10											
D2	Wireless Mini Mouse	30											
收货人签名	<i>John Tan</i> John Tan (Receiver)												
	<i>Albert Lim</i> Albert Lim (Sale Manager)												
	卖方负责人签名												

表5 送货单

4. 发票 (invoice)

卖方发出，其用途：

(1) 用在赊账交易，要求买方支付货款的凭证。在法律上，发票是买卖协议的凭证；

(2) 列明交易内容，供双方记账、税务查对之用；

发票的“保留更改错漏权” (errors and omissions excepted / E.&O.E.) 字样，表示如果发票的资料有错漏，卖方有权修改，以保护卖方的利益。卖方的修改方式是发出借项凭单 (debit note) 或贷项凭单 (credit note)，而不是直接在发票上涂改。

形式发票 (pro-forma invoice) 除了名称之外，其样式与发票相似。但是，形式发票的使用情况与发票不同。

卖方在以下情形发出形式发票：

- (1) 要求买方先付款后取货（或者有礼貌的拒绝提供赊账给买方）；
- (2) 允许买方在某一段时间内检查或测试货物，若买方决定买下货物，形式发票就作为正式的发票。不然，买方就要退还货物给卖方。

卖方的名称、地址	T. KEY SDN BHD (407754-W) No. 5, Jalan Siew, 56000, Kuala Lumpur. Tel: 03-24768954 Fax: 03-24768977																							
买方的名称、地址	INVOICE No. 3211 14 July 2013																							
订单编号	Terms: 5% 7days; 3% 30 days Our D.O. No.5000																							
产品说明、单位价格、总额	YCL Computer Sdn Bhd No. 2, Jalan SS/2, 47100 Petaling Jaya, Selangor.																							
“保留更改权”	Your order No.234 <table border="1"><thead><tr><th>Code</th><th>Item / Description</th><th>Quantity</th><th>Unit Price (RM)</th><th>Amount (RM)</th></tr></thead><tbody><tr><td>K1</td><td>Sandisk Cruzer 32GB USB Drive</td><td>12</td><td>58.00</td><td>696.00</td></tr><tr><td>M5</td><td>Epson ME101 Inkjet Printer</td><td>10</td><td>189.00</td><td>1,890.00</td></tr><tr><td>D2</td><td>Wireless Mini Mouse</td><td>31</td><td>35.00</td><td>1,085.00</td></tr></tbody></table> E.& O.E. Total 3,671.00 Less 20% Trade discount (734.20) Amount payable RM <u>2,936.80</u>				Code	Item / Description	Quantity	Unit Price (RM)	Amount (RM)	K1	Sandisk Cruzer 32GB USB Drive	12	58.00	696.00	M5	Epson ME101 Inkjet Printer	10	189.00	1,890.00	D2	Wireless Mini Mouse	31	35.00	1,085.00
Code	Item / Description	Quantity	Unit Price (RM)	Amount (RM)																				
K1	Sandisk Cruzer 32GB USB Drive	12	58.00	696.00																				
M5	Epson ME101 Inkjet Printer	10	189.00	1,890.00																				
D2	Wireless Mini Mouse	31	35.00	1,085.00																				
卖方签名	Note: 1. Cheque should be crossed A/C PAYEE ONLY and make payable to T. Key SDN BHD . Please quote our Invoice Number when payment is made. 2. Please adhere strictly to our credit terms and conditions, interest of 1% per month will be charged on all overdue accounts. 3. Goods sold are not returnable. Albert Lim (Sale Manager)																							

表6 发票

5. 借项凭单 (debit note)

卖方发出，其用途：

- (1) 修正发票上少收的货款；
- (2) 修正发票上尚未计算的费用，如包装费、货箱费、运费、保险费等。

卖方的名称、地址	T. KEY SDN BHD (407754-W) No. 5, Jalan Siew, 56000, Kuala Lumpur. Tel: 03-24768954 Fax: 03-24768977
买方的名称、地址	No. 100 DEBIT NOTE 14 July 2013
	借项凭单编号 日期
本案例，买方支付运费，发票上遗漏记此笔运费	YCL Computer Sdn Bhd No. 2, Jalan SS/2, 47100 Petaling Jaya, Selangor.
卖方签名	<i>Albert Lim</i> Albert Lim (Sale Manager)
“保留更改错漏权”	E. & O.E.

表7 借项凭单

- 为什么送货单上不会列出产品价格？
 为什么卖方收发票副本而买方收正本？
 为什么现金交易时卖方不需要发出发票？



6. 贷项凭单 (credit note)

卖方发出，其用途：

- (1) 修正发票上多收的货款；
- (2) 买方退货，如产品破损、不符合规格等；
- (3) 买方退回在发票上已计费的空箱或空瓶。

卖方的名称、地址	T. KEY SDN BHD (407754-W) No. 5, Jalan Siew, 56000, Kuala Lumpur. Tel: 03-24768954 Fax: 03-24768977														
买方的名称、地址	No. 30 CREDIT NOTE 14 July 2013 贷项凭单编号 日期														
发出贷项凭单的原因、款项。（发票多计算产品编码D2一个）	<table border="1"><thead><tr><th>Particulars</th><th>Unit Price (RM)</th><th>Amount (RM)</th></tr></thead><tbody><tr><td>30 units Wireless Mini Mouse delivered but error in calculation of 31 units RM1,085.00, 20% trade discount in Invoice No.3211</td><td>35.00</td><td>35.00</td></tr><tr><td>Less 20% trade discount</td><td></td><td>(7.00)</td></tr><tr><td></td><td></td><td><u>RM 28.00</u></td></tr></tbody></table>			Particulars	Unit Price (RM)	Amount (RM)	30 units Wireless Mini Mouse delivered but error in calculation of 31 units RM1,085.00, 20% trade discount in Invoice No.3211	35.00	35.00	Less 20% trade discount		(7.00)			<u>RM 28.00</u>
Particulars	Unit Price (RM)	Amount (RM)													
30 units Wireless Mini Mouse delivered but error in calculation of 31 units RM1,085.00, 20% trade discount in Invoice No.3211	35.00	35.00													
Less 20% trade discount		(7.00)													
		<u>RM 28.00</u>													
卖方签名	Albert Lim Albert Lim (Sale Manager)														
“保留更改错漏权”	E. & O.E.														

表8 贷项凭单

三、交易后使用的文件 (documents used after transaction)

1. 收据 (receipt)

卖方发出，其目的：

- (1) 作为收款的证据；
- (2) 若用支票付款，卖方可以不发出收据，因为支票过账被视为买方付款的证明。若是现金交易，买方一定要向卖方索取收据。

卖方的名称、地址	T. KEY SDN BHD (407754-W) No. 5, Jalan Siew, 56000, Kuala Lumpur. Tel: 03-24768954 Fax: 03-24768977
	No. 0256 收据编号
买方的名称	OFFICIAL RECEIPT Date: 29/7/2013 日期
	Received from: <u>YCL Computer Sdn Bhd</u> The sum of Ringgit Malaysia: <u>Two Thousand Eight Hundred Seventy and Cents Four Only</u> 支付款项 Being payment for: <u>Invoice No. 3211</u> 支付项目
支票款项和号码	Amount: RM2,870.04 <u>Cash / Cheque No. Public Bank 765341</u>
	<i>Albert Lim</i> 卖方签名 Albert Lim (Sale Manager)

表9 收据

YCL Computer Sdn Bhd 30天内付款，为何付款额是RM2,870.04?

动动脑



2. 月结单 (statement of account)

卖方发出，其用途：

- (1) 月底寄出，总结买方当月的所有交易；
- (2) 列出买方的欠款、付款、少收或多收的货款；
- (3) 作为提醒买方支付货款之用；
- (4) 作为买方核对账簿之用，若月结单有错误就通知卖方。

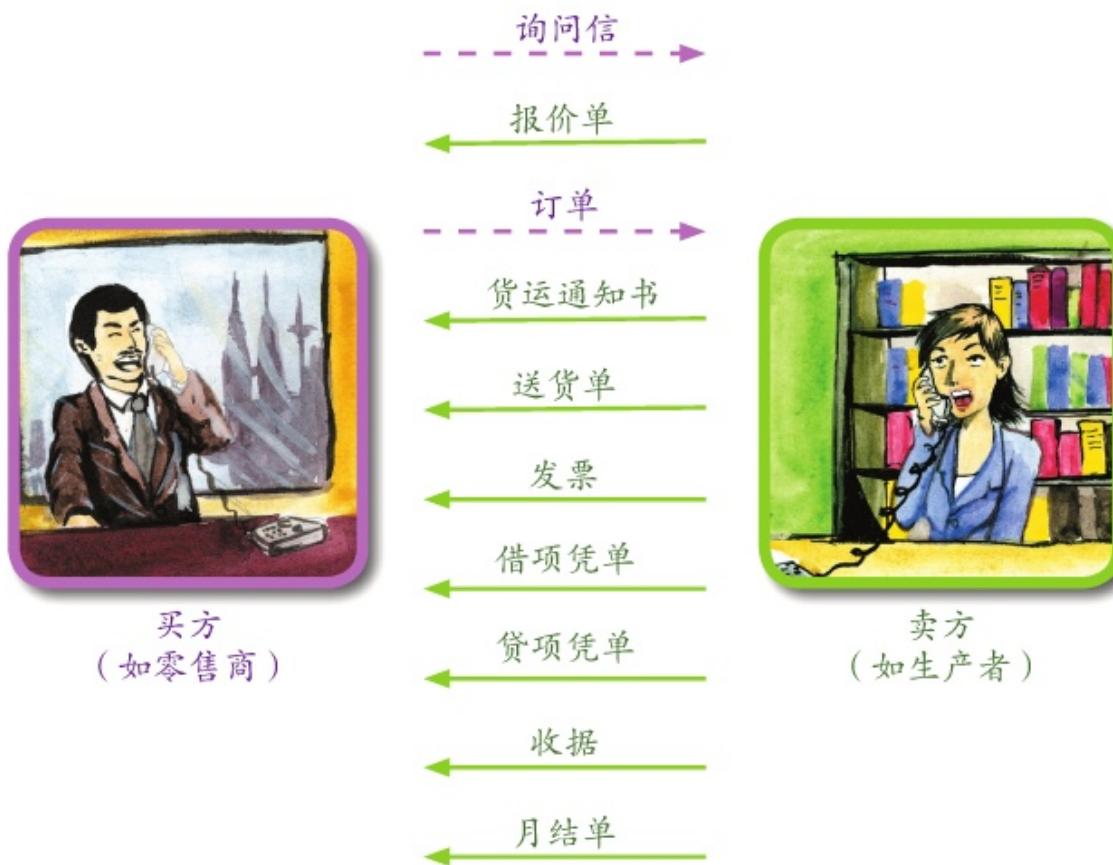
卖方的名称、地址	T. KEY SDN BHD (407754-W) No. 5, Jalan Siew, 56000, Kuala Lumpur. Tel: 03-24768954 Fax: 03-24768977																																							
买方的名称、地址	YCL Computer Sdn Bhd No. 2, Jalan SS/2, 47100 Petaling Jaya, Selangor.																																							
注明当月份的交易日期、发票编号、借项凭单编号、贷项凭单号、支票号码、现金折扣等	<table border="1"><thead><tr><th>Date</th><th>Particulars</th><th>Debit (RM)</th><th>Credit RM</th><th>Balance (RM)</th></tr></thead><tbody><tr><td>2013 July 14</td><td>Invoice No: 3211</td><td>2,936.80</td><td></td><td>2,936.80</td></tr><tr><td>July 14</td><td>Debit Note No.100</td><td>50.00</td><td></td><td>2,986.80</td></tr><tr><td>July 14</td><td>Credit Note No.30</td><td></td><td>28.00</td><td>2,958.80</td></tr><tr><td>July 25</td><td>Invoice No: 4000</td><td>500.00</td><td></td><td>3,458.80</td></tr><tr><td>July 29</td><td>Cheque No: 765341</td><td></td><td>2,870.04</td><td>588.76</td></tr><tr><td></td><td>Cash Discount</td><td></td><td>88.76</td><td>500.00</td></tr></tbody></table>					Date	Particulars	Debit (RM)	Credit RM	Balance (RM)	2013 July 14	Invoice No: 3211	2,936.80		2,936.80	July 14	Debit Note No.100	50.00		2,986.80	July 14	Credit Note No.30		28.00	2,958.80	July 25	Invoice No: 4000	500.00		3,458.80	July 29	Cheque No: 765341		2,870.04	588.76		Cash Discount		88.76	500.00
Date	Particulars	Debit (RM)	Credit RM	Balance (RM)																																				
2013 July 14	Invoice No: 3211	2,936.80		2,936.80																																				
July 14	Debit Note No.100	50.00		2,986.80																																				
July 14	Credit Note No.30		28.00	2,958.80																																				
July 25	Invoice No: 4000	500.00		3,458.80																																				
July 29	Cheque No: 765341		2,870.04	588.76																																				
	Cash Discount		88.76	500.00																																				
当月欠款	Amount due on 31/7/2013= RM500.00																																							
“保留更改错漏权”	E. & O.E.																																							

表10 月结单



温习室

1. 国内贸易文件是指买卖双方在国内进行交易所使用的信件和单据。
2. 买卖双方保留文件的正本或副本，作为交易的记录、记账的根据、保障买卖双方的权益，以及呈报税务的依据。
3. 交易前使用的文件如：询问信、报价单、商品目录、价格表。
4. 交易进行中使用的文件如：订单、货运通知书、送货单、发票、贷项凭单、借项凭单。
5. 交易后使用的文件如：收据、月结单。
6. 概念图：



自我挑战



一、选择题

1. 蔡贸易商向天发批发公司采购了一批日常用品，有关贸易文件的顺序是_____。
A 询问信→报价单→订单→发票→收据
B 报价单→订单→月结单→询问信→发票
C 订货单→托运单→发票→报价单→收据
D 托运单→商品目录→发票→收据→报价单

2. 以下哪些贸易文件是由卖方发给买方?
I 订单 II 询问信
III 贷项凭单 IV 货运通知书
A I, II B II, III
C III, IV D I, IV

3. 印刷公司的货车司机运载书籍给天河出版社，出版社的收货员在_____上签名，表示收货。
A 发票
B 送货单
C 订购单
D 报价单

4. 供应商提供商业折扣给客户的先决条件是客户要_____。
A 采购多样化的产品
B 大量购买产品
C 在期限内付款
D 用支票付款

第5、6题依据以下单据答题：

Yong Huat SDN BHD (701554-X)

3, Jalan Rambi, 47200, Petaling Jaya

Tel: 03-79570432 Fax: 03-79570555

No. 4200

INVOICE

The Proprietor
Tak Seng Sdn Bhd
27, Jalan Barat,
57400, Kuala Lumpur

25th August 2013
Terms: 5% 7days;
3% 30 days
Our D.O. No.2687

Your order no.5657

Code	Item / Description	Quantity	Unit Price (RM)	Amount (RM)
N2	Table Children	2	350.00	700.00
N4	Stationery	2	50.00	100.00
			Total	800.00
			Less 10% Trade Discount	(80.00)
			Amount payable	<u>RM720.00</u>

E.& O.E.

Lawrence Tan

Lawrence Tan
(Manager)

5. Yong Huat Sdn Bhd 提供Tak Seng Sdn Bhd现金折扣5%（7天）和3%（30天），主要是为了：
- A 降低进货成本
 - B 方便核查账款
 - C 促销滞销品
 - D 减少呆账
6. 假设Tak Seng Sdn Bhd在第三个星期付款，它应该支付多少款项？
- A RM684
 - B RM720
 - C RM778.40
 - D RM698.40

7. 发票记录产品价格RM157，而实际上该产品价格RM175。卖方应发出哪种文件纠正错误？
- A 贷项凭单
B 借项凭单
C 价格表
D 月结单
8. 试就以下情况，X与Y的贸易文件名称，分别是_____与_____。
- 买方→X→卖方→Y→买方
- | | |
|--------|-----|
| X | Y |
| A 商品目录 | 询问信 |
| B 询问信 | 订货单 |
| C 询问信 | 报价单 |
| D 订货单 | 报价单 |
9. 李先生在以下情况所使用的贸易文件顺序：
- 12/8/13 张小姐向李先生赊购电脑
19/8/13 张小姐退回两架品质差的电脑
23/8/13 李先生发现漏记运输费
- A 贷项凭单、借项凭单、发票
B 发票、贷项凭单、借项凭单
C 发票、借项凭单、贷项凭单
D 贷项凭单、发票、借项凭单
10. 下列哪一项有关“E.&O.E.”的描述是正确的？
- I 保障买方的利益
II 通常在发票上列明
III 意思是“保留更改错漏权”
IV 卖方直接在发票上修改错误
- A I, II B III, IV
C I, IV D II, III

11. 卖方发出形式发票给买方的原因有哪些?

- I 买方是新客户
 - II 买方退回瑕疵品
 - III 买方曾拖欠货款
 - IV 买方的财务状况不详
- A I , II , III
 - B II , III , IV
 - C I , II , IV
 - D I , III , IV

12. “利利器材制造商提供康乐健身中心所需要的产品资料，并且在贸易文件上注明付款条件与交货条件。”利利器材制造商发出的贸易文件是_____。

- A 订购单
- B 报价单
- C 托运单
- D 月结单

二、作答题

1. (a) 以下是一张发票：

友利贸易商 (401154-W) No.15, Jalan Satu, 56000, Kuala Lumpur. Tel: 03-24768888 Fax: 03-24769999			
编号： 10			
INVOICE			
日期： 25 Jan 2013			
Ho Fat Sdn Bhd 8, Jalan SS/2, 47100, Petaling Jaya, Selangor.	Terms: 5% 7days; 3% 30 days Our D.O. No.20		
Your P.O. No.314			
货品详情	数量	单价 (RM)	金额 (RM)
F5 Pen	20	2.00	40.00
K2 Gum	30	2.00	60.00
		总数	100.00
E.& O.E.			
货出恕不退还			
<i>Lim</i> Anna Lim (Manager)			

- (i) 写出这笔交易的买方名称。
(ii) 试解释这份贸易文件对卖方的重要性。
(iii) 假如发票金额多计，应由哪一方发出贸易文件以作修正？该份文件的名称是什么？
- (b) 为何贸易需要使用文件？

2.

TOP SDN BHD (407754-W)

No. 5, Jalan Bukit, 43000 Kajang,
Selangor Darul Ehsan
Tel: 03-87362339 Fax: 03-87362889

No. 675

10 July 2013

To: YES SDN BHD
2, Jalan SS/2, 47100
Petaling Jaya, Selangor.

Atten: Ms S.K. Lau

With the pleasure we hereby offer you our best prices as follows:

Code	Colour	Description	Unit Price (RM)
VDS-77	White	SPORT SHOES -NIKE	200.00
S3127	Blue	SWIMMING SUIT --TRIUMPH	150.00

Terms and Conditions

Validity: 14 days

Trade discount: 15%

Terms: 5% 7 days, 3% 30 days

Delivery: 7 days, Carr. Pd.

Thank You.

Yours faithfully

Jasmine

.....
Jasmine Lim
(Manager)

- (i) 试写出以上文件的名称。
- (ii) 由谁发出文件? 为什么要发出?
- (iii) 假设YES Sdn Bhd订购5双运动鞋, 4件泳衣, 只享有商业折扣, 试问总货款是多少?
- (iv) 试写出货价的有效期, 由何时始? 至何时止?

3. (a) Billgate Sdn Bhd退回一台电视给Gawa Sdn Bhd。
(i) Gawa Sdn Bhd的经理会扣减发票总额吗？为什么？
(ii) Gawa Sdn Bhd会如何处理产品的退回？
- (b) 试就下列情况，写出供应商应发出给客户的贸易文件，及有关文件的用途。
(i) 客户询问货价；
(ii) 客户支付货款；
4. 高升贸易向Champs Trading订购产品，订单内容如下：
100个乒乓球，编号125，单价RM2
50支羽毛球拍，编号130，单价RM40
20个篮球，编号154，单价RM20
商业折扣25%，现金折扣7%（14天），3%（30天）。
试根据下列情况，说明Champs Trading应发出的文件名称及有关文件的用途。
(i) Champs Trading发货时；
(ii) Champs Trading要求高升贸易支付货款。
(iii) 高升贸易退回5支有瑕疵的羽毛球拍，Champs Trading须寄发什么文件？

三、个案题

友德先生刚大学毕业，与朋友合伙设立美乐高私人有限公司，批发食品和日常用品，地点位于Sungai Buluh，公司聘请了一位簿记员李小姐和送货员王大叔。

一般上，客户通过电话、传真和电子邮件向美乐高私人有限公司查询产品的种类、价格、付款方式等交易条件。有一天，友德先生接到林先生的一份订单，订单上注明“交货日期8月3日，如果延期交货不但拒收产品，还要赔偿损失”的严格条件。由于订单不多，友德先生与合伙人商量后，决定接收此份订单，因此打电话给林先生表示愿意接受订单。

王大叔将送货单、发票随同产品运送给林先生，公司的收货员忘了验收就在送货单上签名。第二天，友德先生接到林先生的来电，投诉多算了发票的总额及部分产品有瑕疵，因而要求退换产品。为了挽回林先生对公司的信任，友德先生接受他的要求，并由李小姐发出相关文件修改错误。

林先生付款后，收到的收据漏了美乐高私人有限公司负责人的签名。这事件加深了林先生对美乐高私人有限公司服务态度的质疑。

美乐高私人有限公司第一年的业绩很不理想，公司要如何才能在同行竞争中脱颖而出，提高公司商誉和销售量。

试根据上述个案答题：

- (a) 簿记员必须要发出什么文件纠正发票上的错误？
- (b) 本案例中，最严重的问题症结在何处？若你是美乐高私人有限公司的负责人，你会采取什么方式解决问题？
- (c) 提供顾客现金折扣与商业折扣对改善美乐高私人有限公司的业绩有帮助吗？试各别说明你的理由。



法网难逃

1999年11月6日，大胜控股获得证券委员会（Securities Commission）批准上市，并于2000年6月19日，在吉隆坡股票交易所第二交易板上市。其老板甲君（被告）同时是大胜控股的三家子公司的董事经理，他被控告的其中一项控状是：1998年7月31日至1999年1月11日，身为大胜控股董事，在知情的情况下，以伪造财务状况的资料向证券委员会提呈该公司的第二次修正上市建议书，因此抵触1983年证券法令。

被告在控状中的上述日期，允许及签名批准三项假账目如下：

1. 伪造订货单，杜撰大胜控股子公司从三间公司购买价值506万5880令吉的资产，藉此形成一个假象，让人们以为大胜控股增加如此多的资产。

2. 伪造合约，让人误信大胜控股子公司从另外二间公司，购入价值1397万2000令吉橡胶园，并偿付一笔头期钱给予二家公司。事实上，那笔钱是付给另一家公司。

3. 被告以伪造订货单和海关表格，让人误信大胜控股已经出口价值821万5492令吉的家具给海外和本地客户。



（资料来源：东方日报2003年9月4日）



对我的启发



6

国内付款方式

Modes of Domestic Payment



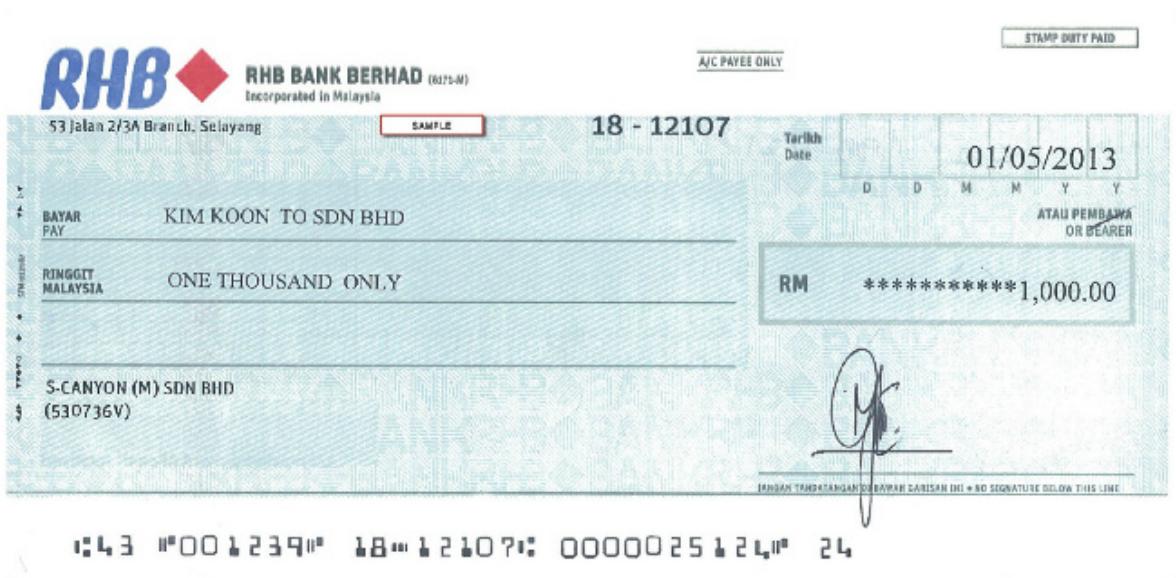
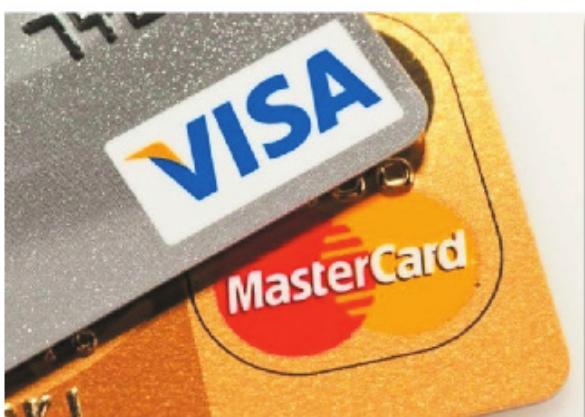
学习本章，你应能：

- 了解立即付款、预先付款与延期付款。
- 比较赊购与租购的异同。
- 解释辅币与法币。
- 了解支票的使用及签发。
- 列举银行拒付支票的原因。
- 了解票据付款、电子付款与邮政付款。
- 选择适当的付款方式。



用什么付款?

请写出下列付款工具的名称:



6.1 付款的概念 (concept of payment)

一、付款时间 (timing of payment)

付款时间可分为立即付款、预先付款及延期付款。

1. 立即付款 (instant payment)

是指买方收货时，同时付款。例如：消费者在书店买书，立即结账成为书本的拥有人。

2. 预先付款 (prepayment)

是指买方收货前先付款或消费前先付款。例如：消费者预先支付电话储值卡／预付卡，才能拨打电话；或者预先储值立即通卡（Touch and Go），以支付过路费。

3. 延期付款／延期支付 (deferred payment)

是指买方先收货后付款。公司提供顾客延期付款，会增加公司的记账工作。若顾客不付款，公司还要承担呆账的风险。然而，延期付款有助于公司增加顾客来源，以及刺激顾客的购买欲望，进而增加销售量。此外，也有利于公司与顾客建立长久的关系。

延期付款的方式，例如：赊购（credit purchase）及租购（hire purchase）。

(1) 赊购 (credit purchase)

是指买方一旦购买了产品、支付订金或与卖方签署赊购合约（credit purchase agreement），就立即成为产品的拥有人（owner）。买方可在指定的期限内，分期支付（通常是每月一次）或一次付清本金与利息。如果买方不履行付款，卖方不可取回产品，但可采取法律行动追讨欠款。例如：买方赊购洗衣机，并使用信用卡付款。站在卖方的立场，就是赊销（credit sale），属于一种实际销售（actual sale）。

(2) 租购 (hire purchase)

租购俗称分期付款 (instalment payment)。租购包含了租用与购买的概念，买方支付订金及签署租购合约 (hire purchase agreement) 后，产品的拥有人 (owner) 仍然属于出租者。买方唯有付清最后一期的款项 (或付清本金与利息) 后，才成为产品的拥有人。

买方必须按合约，在指定的期限内，分期支付（通常是每月一次）或一次付清本金和利息。当买方不履行租购合约，出租者可收回产品。例如：蓝小姐使用分期付款方式购买汽车。在租购交易上，蓝小姐缴付订金 (deposit) 给汽车代理公司 (卖方)，同时向银行申请汽车贷款。贷款批准后，银行支付货款余额给卖方而成为汽车拥有人。这时银行以卖方的角色出租汽车给蓝小姐，并与她签署租购合约；蓝小姐分期付款给银行，当付清最后一笔款项，就成为汽车的拥有人。

资料库

分期付款计算方式

例子：郑志凯购买一辆摩多车，上路价格是RM5,000，他支付订金RM1,000，余额以贷款分2年逐月支付，年利率是5%。

应付利息总额 $RM4,000 \times 2 \text{ 年} \times 5\% = RM400$

应付总额 $RM4,000 + RM400 = RM4,400$

每期的分期付款额 $RM4,400 \div (2 \text{ 年} \times 12 \text{ 月}) = RM183.33$

注：贷款额=售价-订金

应付利息总额=贷款额×贷款年限×年利率

应付总额=贷款额+应付利息总额

每期的分期付款额=应付总额÷分期付款总期数

二、付款工具与付款渠道 (payment instrument and payment channel)

付款工具日趋多样化，除了常用的现金，还有邮政公司的邮政汇票 (postal order) 和邮政汇款单 (money order)，以及以银行为付款中介的票

据付款如：支票（cheque）、银行本票（cashier's order / banker's cheque）及银行汇票（bank draft），或者电子付款如：信用卡、资金转账（fund transfer）和电汇（telegraphic transfer）等。

在付款渠道方面，买方可通过邮政公司支付款项，以及银行的柜台、自动出纳机（automated teller machine / ATM）、网络银行（internet banking）、手机银行（mobile banking）等渠道支付款项。

资料库

网络银行

或称网上银行、线上银行（online banking）、电子银行（electronic banking / e-banking）。它是商业银行等金融机构通过互联网为顾客提供账户查询、转账、网上支付等金融服务。

手机银行

商业银行等金融机构提供顾客通过手机办理账户查询、转账、付款等金融服务。

6.2 现金付款 (cash payment)

现金付款是指用钞票（banknotes）或硬币（coin）付款。我国只有马来西亚国家银行（Bank Negara Malaysia）有权发行钞票和硬币。我国钞票的货币单位，称为令吉（Ringgit）；硬币的货币单位，称为仙（Sen）。

硬币的金属价值比面值低，因此称为名目硬币（token coin）或辅币（token），适宜作为零星交易的支付。

钞票和硬币属于法定货币或称法币（legal tender），它是指法律上规定可使用的货币。钞票是“无限法定货币”，其支付数额没有受限制，商家或个人不得拒收钞票付款。硬币是“有限法定货币”，法律上规定每次可支付的最高限额，超过限额收款人可拒绝接收款项。



面额 (denomination)	支付的最高限额
50仙	不超过RM10
20仙, 10仙, 5仙, 1仙	不超过RM2

资料来源：马来西亚国家银行www.bnm.gov.my

公司与公司之间的交易较少使用现金付款，现今人们的日常消费也日渐少用现金付款，改用非现金支付方式如：转账卡、信用卡等。主要原因是要减少携带现金的麻烦与风险。

顾客使用现金付款，对公司的优点，可减低呆账或受骗的风险，以及增加现金调度安排。然而，对公司的缺点是增加计算现金的工作，以及顾客可能因为现金不足而减少购买，进而影响销售业绩。

6.3 票据付款 (bill payment)

现金付款存在携带的麻烦与风险等不便，尤其巨额交易或商家相隔两地。因此，国内交易者通常使用票据付款（如支票、银行本票、银行汇票），或电子付款（如卡式付款、信用转账和电汇）来支付款项。

6.3.1 支票 (cheque)

国内商业交易大部分都使用支票 (cheque) 付款。

如何使用银行提供的支票付款便利？首先，个人或公司必须在银行开设一个来往户口 (current account)。接着，银行就会发出一本支票簿 (cheque book)，个人或公司就可以使用支票付款。

支票是指由出票人 (drawer) 签发，委托银行在见票时，付款给收款人 (payee) 或者持票人 (bearer) 的票据。因此，支票不是现金，而是一张付款的指示。

支票的当事人 (parties) :

1. 出票人 / 发票人 (drawer)

是指在银行开设来往户口，委托银行付款的个人或公司。其也是支票的签署人。大多数公司的来往户口都指定一人以上联名签署支票，以防止挪用公款。



图1 支票簿

2. 受票银行 / 付款人 (drawee)

根据出票人签发的支票，代表出票人支付款项的银行。

3. 收款人 / 受款人 (payee)

是指支票上注明接收款项的个人或公司。



图2 支票的当事人

陈先生签发支票支付给郑小姐，陈先生与郑小姐分别是支票的哪一位当事人？

动动脑



我国银行发出的支票簿都属于划线支票（crossed cheque）。划线支票的中央或左上方的两条平行线内注明“Account Payee Only”（只存入收款人户口）字样。收款人收到划线支票不能直接兑现（encashment）（不能领取现金），必须先把划线支票存入收款人本身的银行户口，以便过账。由于必须存入户口，因此容易追查款项的下落。



图3 个人签发的支票

支票付款的优点：

1. 付款的法律凭证

在法律上已过账的支票，代表已付款的证明。出票人可凭来往户口的付款记录及银行寄来的月结单证明之。银行月结单记录了来往户口的存进与支付款项。

2. 安全性

支票注明“只存入收款人户口”（A/C Payee Only），因此具安全性。此外，每张支票的支票号码，可作为核查及通知银行停止付款之便。

3. 便利性

避免携带现金及计算现金的麻烦。另外，支票的存根提供核查便利。

支票付款的缺点：

1. 不能直接提取现金

商人收到支票，必须等到支票过账才能动用这笔钱。

2. 须确保来往户口有足够的余额

出票人签发支票必须确保来往户口有足够的存款付账，以免支票不能过账被银行罚款。

一、支票项目及签发支票 (items on a cheque and cheque issuance)

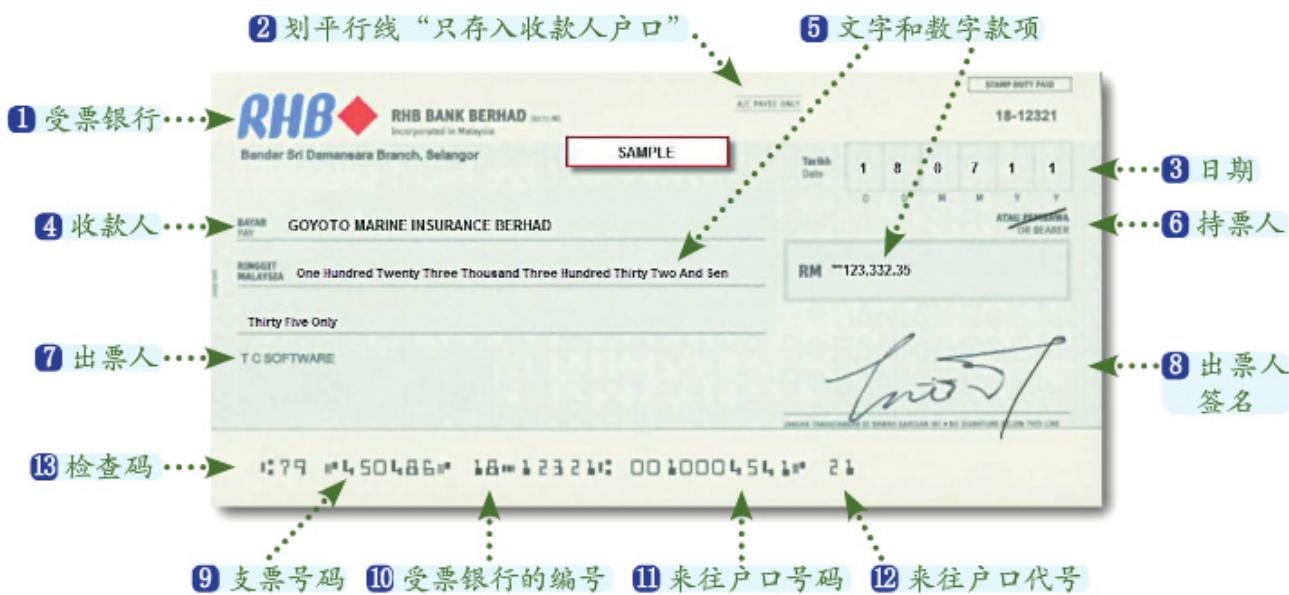


图4 支票项目

支票项目如图4，说明如下：

1. 受票银行 (drawee)

接受发票人指示付款的银行。如果发票人对支票有疑问，可向受票银行询问。

2. 划平行线并注明“只存入收款人户口”(A/C Payee Only)
表示款项只能存入收款人的户口。

3. 日期 (date)

所有支票必须填写签发的日期。支票的有效期是6个月（从签发日期算起）。如果超过6个月，受票银行将拒绝付款。如果填写的是未到的日期 (post-dated)，在这个日期之前，银行将不处理有关支票。

4. 收款人 (payee)

支票上必须填写收款人的姓名或公司名称。

5. 文字款项和数字款项 (amount in words and figures)

支付的款项必须以文字和数字书写，而且两者必须一致，否则银行将不付款。

6. 持票人 (bearer)

发票人应该划掉“持票人”字眼，以避免支票被他人冒领。

7. 出票人的名字或公司名称 (drawer's name)

通常印刷在书写款项之下的空白处。

8. 出票人的签名 (drawer's signature)

出票人必须签署支票表示准许支票过账。若没有签名，或签名的样式与开立账户时提供银行的签名样式不同，银行将不受理此支票。

9. 支票号码 (cheque number)

每张支票都有不同的号码，以方便查核。

10. 受票银行的编号 (bank code number)

不同银行及其分行都有不同的编号，以便银行利用机器辨识处理过账事宜。

11. 来往户口号码 (current account number)

出票人的来往户口号码不同，以便银行利用机器辨识处理过账事宜。

12. 来往户口代号 (internal code for current account)

不同来往户口有不同的代号，例如：“43”代表团体／协会的来往户口，“11”代表个人，“21”代表个人企业，“24”代表私人有限公司。

13. 检查码 (check digit)

随机产生的双位数字，供检查支票之用，有助于提防支票被篡改。

图4的哪些项目显示这不是一张个人发出的划线支票？

动动脑



出票人签发支票须注意事项：

- 清楚写上收款人的姓名或公司名称、日期，以及数字与文字款额一致。
- 划掉“持票人”(or bearer)字样，避免支票被人冒领。
- 签署名字。
- 确保来往户口有足够的款项付账。

动动手



请根据以下资料，签发支票：

假设你是DING MING，支付货款RM200.65给Hang Seng Bhd，签发日期是今天的上课日期。

HSBC		SAMPLE	11038	22-06057
HSBC Bank Malaysia Berhad Company No. 127778-V		SUITABLE FOR NEGOTIATION NOT PAYABLE ONLY	D	D
RAUB, PAHANG		DATE TAKWIM	N	M
PAY BAYAR	TO BE PAID BY RECEIVER	OR BEARER ALAU PEMBAWA	Y	F
RINUSI MALAYSIA		RM		
DING MING				
100 11569813# 22-06057# 0065431087# 11				

二、拒付支票 (dishonoured cheque)

银行拒绝支付支票款项的原因:

1. 出票人的来往户口存款不足，造成支票不能过账而遭银行退回给出票人的支票，称为空头支票 (bounced cheque)。
2. 支票过期。支票的有效期是从支票日期算起6个月，如果超过6个月，受票银行将拒绝付款。
3. 支票未到期。如果支票的过账日期尚未到，这张支票称为远期支票 (post-dated cheque)。银行不受理未到期的远期支票。假设陈先生在2013年10月10日签发支票，支票的填写日期是2013年11月1日，这属于一张远期支票，必须到期后方能过账。
4. 出票人已停止使用来往户口服务。
5. 出票人要求银行停止付款。
6. 出票人没有签署支票，或签署样式与开户口时提供给银行的签名单式不一致。
7. 支票没有填写日期。
8. 支票的数字与文字款额不一致，或只写其中一项。
9. 支票破损或被涂改。
10. 支票上没有填写收款人姓名。

收款人收到支票后应检查支票的哪些项目？

动动脑



三、支票的处理 (cheque processing)

银行每日收到许多来自不同银行的支票，若要各银行自行分类、整理及分发支票给受票银行，这将耗费许多人力与时间。因此，代收银行 (collecting bank) 不直接把支票交给受票银行，而是由支票清算所 (cheque clearing house) 进行票据交换的工作。

支票清算所是由马来西亚国家银行设立，专门办理商业银行之间的票据 (如支票、银行本票等) 结算事务。各商业银行在国家银行 (中央银行)

都设有一个清算户口（ clearing account ）。

我国国家银行于2009年7月1日起全面推行“支票转换系统”（ Cheque Truncation and Conversion System / CTCS ），商业银行与支票清算所之间通过传输支票的影像和数据进行支票结算，与之前交换实物支票（ physical cheque ）有所不同。

我国的支票都集中在吉隆坡结算。支票转换系统（ CTCS ）让使用者不需要支付银行处理外坡支票的佣金，并且缩短了支票的过账天数，使收款人更快收到款项。

本地与外坡支票（ local and outstanding cheque ）都在同一天结算，并在不超过二天的时间，款项就会转入收款人的银行户口。然而，吉兰丹、登嘉楼与吉打的银行周休日与其他州属不同，因此在周日存入的支票将需要额外一天的工作天过账。



图5 顾客将支票放入存支票机

资料库

我国于2008年实施“全国电子支票结算系统”（ National Electronic Cheque Information Clearing System / eSPICK ）取代之前的“全国支票映象结算系统”（ Image-based Clearing System Nationwide / SPICK ），并于2009年7月在全国全面推行。

在CTCS下，银行只接受符合“eSPICK支票设计标准和规范”的支票进行结算。从2009年9月1日起，银行就全面不接受旧设计的支票。

资料来源：马来西亚国家银行 www.bnm.gov.my

6.3.2 银行本票 (cashier's order/banker's cheque)

银行本票是指由银行发出，并由银行本身作为付款人的票据。它类似支票，不同之处是其出票人为银行。这种票据因有银行信誉担保，故风险低，收款人不用担心收不到款项。其适用范围与支票相同，只在国内使用。

顾客向银行购买银行本票并支付手续费或佣金 (commission) 、印花税 (stamp duty) 。银行将开出的银行本票交给购买者自行交给收款人。

使用银行本票的情况如下：

1. 收款人不接受现金，而付款人又没有银行来往户头及支票簿，不能签发支票。

2. 收款人不接受付款人以个人支票付款。例如：股票行不接受投资者以个人支票购买新发行的股票，要求使用银行本票付款。

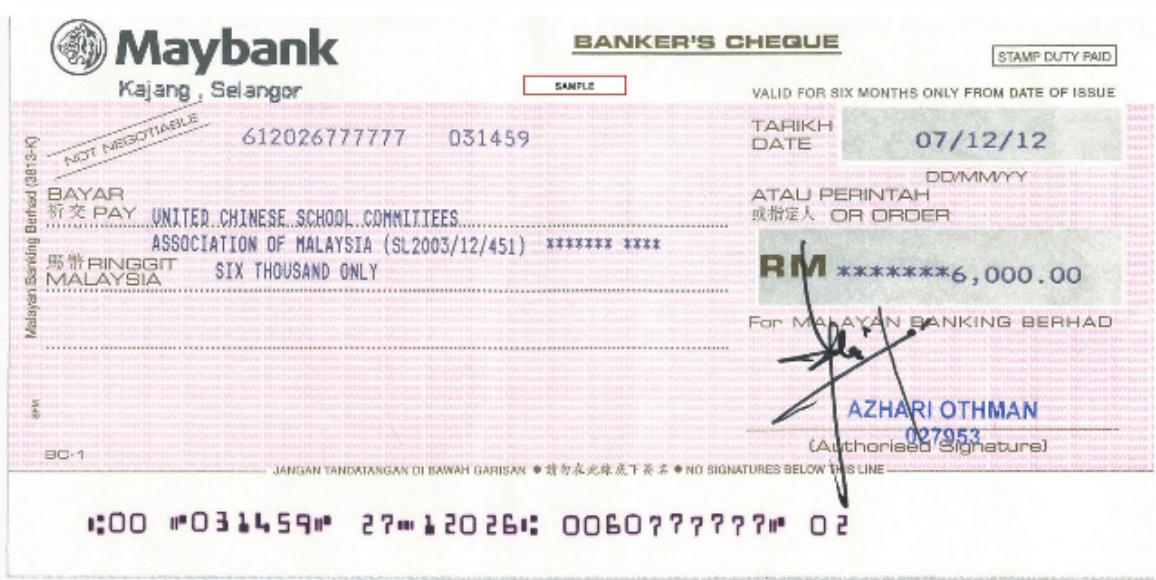


图6 银行本票

6.3.3 银行汇票 (bank draft)

银行汇票或称即期汇票 (demand draft)，是一种由银行提供的汇款服务。银行汇票是由银行发出，指示往来银行 (correspondent bank) 或分行 (branch) 代为付款的票据。由于，付款地与收款地不限于同一区或同一国家，因此可以使用银行汇票付款给国内外的收款人。

顾客向银行购买银行汇票，并支付手续费或佣金 (commission)、印花税 (stamp duty)；银行将银行汇票交给购买者 (此称汇款人) 自行交给收款人，并且通知付款地的分行或往来银行；收款人收到银行汇票，则存入本身的银行户口，以便过账。



图7 银行汇票

- 林贸易商收到供应商的发票，它可使用什么付款工具支付货款？
- 哪一种票据付款的流通面最广或最多人使用？

动动脑



6.4

电子付款

(electronic payment)

电子付款是指通过电子通讯设施或互联网进行付款的方式，它不涉及实际现金的支付。

电子付款的无纸作业方式，可提高效率、降低处理成本、快捷及全球通用，符合工商业者与消费者的利益，以及环保要求。然而，电子付款的安全性如：确保交易可靠及保密，尚待改善。



电子货币 (e-money)

是指用户预先支付款项给电子货币发行者，以获得同等金额的储值卡或虚拟货币等形式的电子货币。用户通过电子通讯设施或互联网将电子货币的金额直接转移给接受电子货币的商家，从而付清货款或债务。

一、卡式付款 (payment by card)

卡 (card) 式付款日渐取代现金付款，成为交易或购物的主要付款方式。常见的有转账卡 / 过账卡 (debit card) 、信用卡 (credit card) 及挂账卡 (charge card) 。



图8 有些商店会贴上接受卡式付款的标签

图9 使用信用卡付汽油费

卡式付款方式的使用量随着网上交易的普及化而增加。例如：顾客在网上商店购物，通过互联网以转账卡、信用卡或挂账卡付款。

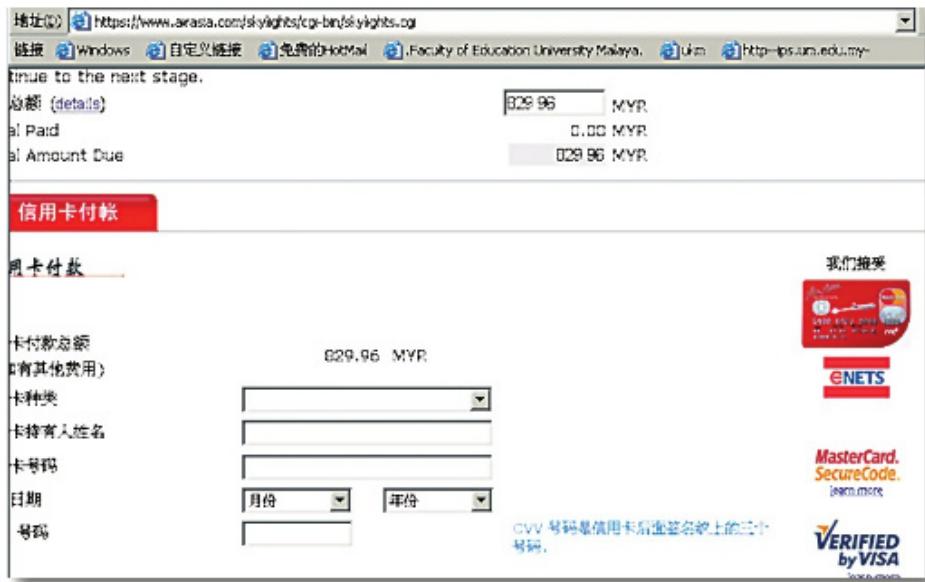


图10 通过互联网以信用卡付款

商店必须安装与银行连线的电子系统，才能提供顾客使用转账卡、信用卡与挂账卡支付货款。商店需要支付银行提供此项设备的费用或佣金。



图11 信用卡的读卡机

信用卡申请者填写申请书，并经发行者审核同意和确定赊账额(credit limit)后，发行者就寄出信用卡给申请者。发行者只提供信用卡给信誉良好的公司及有稳定收入的个人。

使用信用卡付款，必须在发票上签名，并收取发票副本作为交易的证明；卖方会把发票正本交给发行者，让发行者先垫付款项。发行者每个月寄出月结单给持卡人通知付款。



资料库

不同卡式付款的特征如下：

	转账卡／过账卡 (debit card)	信用卡 (credit card)	挂账卡 (charge card)
	转账卡／过账卡 (debit card) 	信用卡 (credit card) 	挂账卡 (charge card) 
信用消费	不能信用消费，与自动提款卡（ATM card）结合为一（一卡两用）	能信用消费。	能信用消费。
消费限额	仅限本身银行户口的余额。若货款超过余额，则不能付账。	仅限发行者，如：银行、大莱公司（Diners Club）等批准的赊账额。	依不同发行者而定。例如：大莱公司的挂账卡通常会预设赊账额，而美国运通公司（American Express）的挂账卡则无赊账额限制。
欠款	不存在欠款问题，因为货款是从本身银行户口的余额扣除，直接转入有关商店的户口。	一次付清或分次缴付欠款。若分次缴付，每月必须按发行者规定的最低款额支付欠款。欠款的利息比银行贷款高，发行者会以复利方式计算拖欠的利息。	必须每月结清全部欠款，若不能付清欠款，用户所需支付的利息将比信用卡高。相对信用卡，其仅提供短期信用消费
对商人而言	立刻收到货款。	<ul style="list-style-type: none"> 不能立刻收到货款，但是提供赊账便利，有利于促进销售及增加顾客来源。 透过信用卡或挂账卡收集商情资讯。 	

对消费人而言	<ul style="list-style-type: none"> · 省却携带现金的不便与风险。 · 户口要有足够的款项供付款。 	<ul style="list-style-type: none"> · 省却携带现金的不便与风险，并享有资金周转与理财便利。 · 易导致无节制消费，并且需要支付年费与政府服务税。（有些发行者提供有条件的免付年费优惠）
--------	--	---

资料库



威士国际组织 (Visa International Service Association)

它是一个由全球2万1千多家金融机构会员所组成的国际银行卡组织，1976年开始发行威士卡（Visa card）。

万事达国际组织 (MasterCard Worldwide)

1966年成立，总部位于美国纽约。它是由超过2万5千个金融机构会员组成的有限公司。万事达国际组织通过其会员发行万事达信用卡。

二、资金转账 (fund transfer)

资金转账是指付款人（payer）指示银行从他的户口移转款项入收款人（payee）的户口。资金转账可以是相同银行之间或不同银行之间的转账。

资金转账的方式如：

1. 第三方户口转账 (third party account transfer)

是指付款人指示银行从他的户口移转款项入同一间银行的收款人户口。

2. 跨行直接转账 (interbank GIRO transfer)

是指付款人指示银行从他的户口移转款项入不同银行的收款人户口。

3.定期支付指示 (standing order / standing instruction)

是指付款人指示银行定期支付固定的款项（如：保险费、汽车贷款等）给指定收款人的户口。

4.直接付款指示 (direct debiting instruction)

是指付款人通知银行他已授权 (authorization) 收款人从他的银行户口转账；银行收到通知后，会按照指示直接从付款人的户口转账给收款人。此付款便利适用于支付不固定的款项（如：水费、电费等），可以是不定期或定期的支付。

直接付款指示与定期支付指示的特点是银行替付款人自动转账／自动付款 (autopay)，让付款人不必为付款事宜操心及担心忘记付款。

使用定期支付指示付款，如果客户的户口余额少于支付的款项，银行会采取什么行动？

动动脑



三、电汇 (telegraphic transfer)

电汇是一种快捷的汇款方式，英文缩写为T/T。电汇是指银行替顾客汇钱给另一个地方的收款人，银行收到顾客的汇款与指示后，就通知收款地的银行把款项存进收款人的户口。其特点是快捷安全，适用于紧急汇款予另一个城市或者国外的收款人。

6.5 通过邮政公司付款

(payment through the post office)

现在多数人都通过银行缴付款项，利用邮政公司付款服务的已大大减少。马来西亚邮政公司 (Pos Malaysia Berhad) 提供的付款服务主要有邮政汇票 (postal order) 和邮政汇款单 (money order)。

一、邮政汇票 (postal order)

个人或公司不必填写申请表格就可以在邮政公司购买邮政汇票。收款人可到邮政公司兑现邮政汇票。如果邮政汇票被划上平行线（如：左上角），则必须存入银行户口，过账后才能提款。

购买邮政汇票需支付佣金给邮政公司，依据邮政汇票的面额计算佣金，适用于小额付款。面额最小为RM1，最大为RM100。



图12 邮政汇票 (马来文称Wang Pos)

马来西亚邮政公司出售与兑现英国邮政汇票 (British Postal Order)，以及可兑现新加坡与汶莱的邮政汇票。



资料库

浏览马来西亚邮政公司网址www.pos.com.my或亲自到邮政公司查询：邮政汇票的面额种类、佣金、兑现期限。



二、邮政汇款单 (money order)

个人或公司向邮政公司购买国内邮政汇款单需要填写申请表格。邮政汇款单若未划上平行线，收款人可直接到邮政公司兑现或存入在银行的户口。若划上平行线，则必须存入银行户口，过账后才能提款。

购买邮政汇款单需要支付佣金给邮政公司，依据每份邮政汇款单计算佣金。一般上用于支付较大的款额，最高付款额为RM10,000，无最小付款额限制。

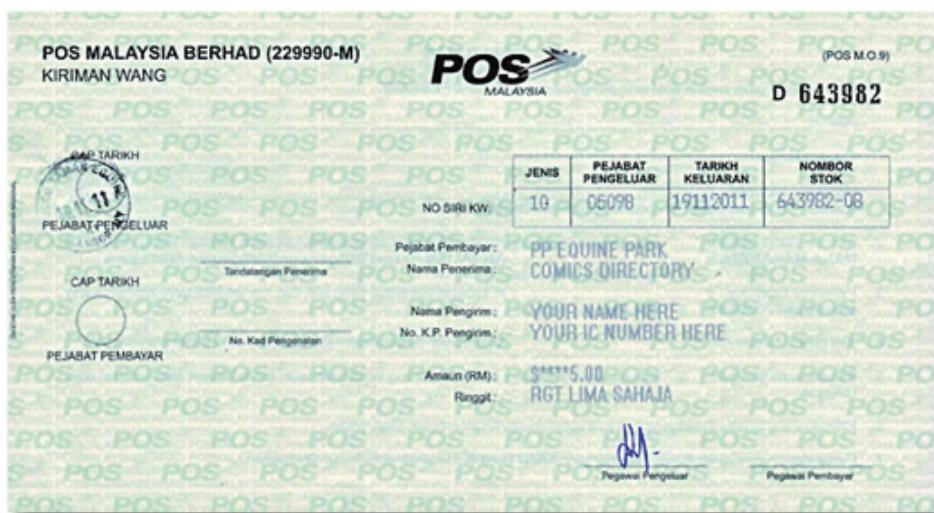


图13 邮政汇款单 (马来文称 Kiriman Wang)

动动手

浏览马来西亚邮政公司网址www.pos.com.my或亲自到邮政公司查询：

- 目前每一张国内邮政汇款单的佣金是否仍旧是RM2，以及由发出日期算起有效期限是3个月。
- 国际邮政汇款单 (international money order) 的汇款服务是否依旧仅限于21个国家。



林同学邮购一本商业杂志，书价RM9。他适合使用哪种邮政付款方式？为什么？

动动脑

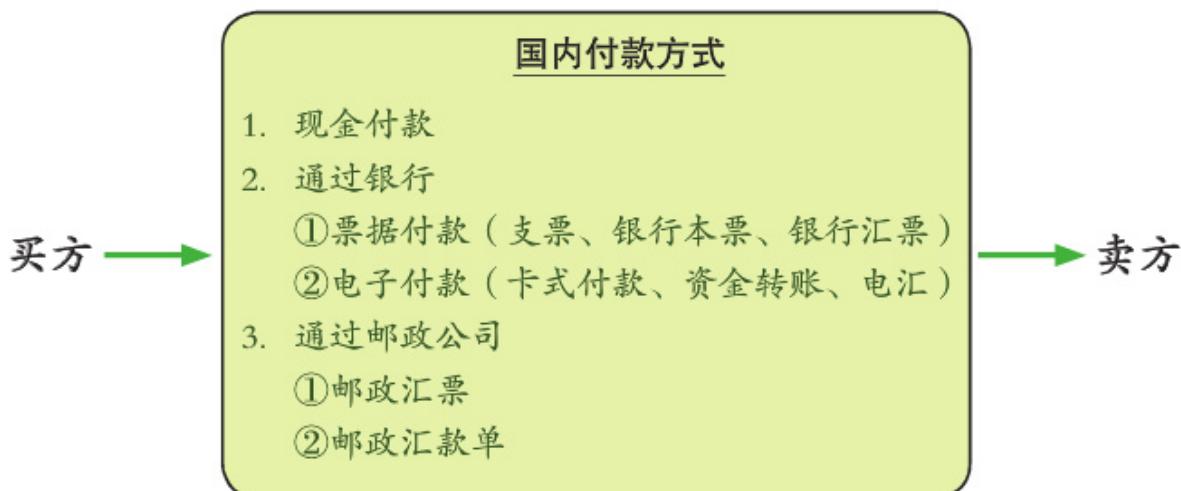




温习室

1. 赊购是指买方一旦购买了产品、支付订金或与卖方签署赊购合约，就立即成为产品的拥有人。
2. 租购俗称分期付款，包含了租用与购买的概念，买方支付订金及签署租购合约后，产品的拥有人仍然属于出租者。买方唯有付清最后一期的款项（或付清本金与利息）后，才成为产品的拥有人。
3. 在赊购与租购下，买方可选择在指定的期限内，分期支付（通常是每月一次）或者一次付清本金与利息。
4. 现金付款是指用钞票或硬币付款。
5. 支票是由出票人签发，委托银行在见票时付款给收款人或者持票人的票据。支票当事人：出票人、受票银行、收款人。
6. 银行本票是由银行发出，并由银行本身作为付款人的票据。其适用范围与支票相同。
7. 银行汇票是由银行发出，指示往来银行或分行代为付款的票据。付款地与收款地不限于同一区或同一国家。
8. 转账卡不具有信用消费便利；信用卡与挂账卡具有信用消费便利，而挂账卡的赊账额一般上不受限制。
9. 资金转账是指付款人指示银行从他的户口转账入收款人的户口。
10. 定期支付指示是指付款人指示银行定期支付固定的款项给指定的收款人户口。
11. 直接付款指示是指付款人通知银行他已授权收款人从他的银行户口转账；银行收到通知后，会按照指示直接从付款人的户口转账给收款人。
12. 电汇是指银行替付款人汇钱给收款人，银行收到付款人的汇款与指示后，就通知收款地的银行把款项存进收款人的户口。
13. 购买邮政汇票与邮政汇款单都需要支付佣金给邮政公司。前者适用于小额付款；后者适用于较大数额的付款。

14. 概念图：



一、选择题

1. 卖方一般上不太愿意提供顾客赊账，因为：

- I 不利于资金周转
- II 会减少销售量
- III 增加记账工作
- IV 承担呆账风险

- A I, II, III
- B I, II, IV
- C I, III, IV
- D II, III, IV

2. 陈生红向银行租购一辆汽车，以下何者说明是正确的？

- A 陈生红有权选择是否买下汽车
- B 陈生红支付订金就是汽车的拥有人
- C 银行不可取回汽车若陈生红不履约
- D 银行规定陈生红一次付清本金和利息

3. 尤敏丽小姐要签发支票付款给刘华平先生，她应在支票上_____。
 I 划掉“只存入收款人户口”
 II 填写支付的款项与日期
 III 注明刘华平先生的地址
 IV 签署本身的名字
 A I, II B I, III C II, IV D III, IV
4. 林小姐在国内某学院读书，她向ABC银行购买一张票据，作为支付学费之用。这张票据是_____。
 A 银行本票 B 邮政汇票 C 支票 D 电汇
5. 云斯利公司签发的支票被银行退回来，银行拒绝让支票过账的可能原因有哪些?
 I 支票未到期
 II 收款人的名字不正确
 III 没有填写收款人的身份证号码
 IV 没有删除“或持票人”的字眼
 A I, II B I, IV C II, III D III, IV
6. 洪宇航于2013年5月18日收到一张志银RM1,000的支票，签发日期是同年5月10日。以下哪项有关支票付款的叙述是正确的?
 A 洪宇航是发票人
 B 这是一张过期支票
 C 支票的有效期至2013年11月10日
 D 受票银行的来往户至少有RM1,000存款
7. 林以星向银行申请一张信用卡，作为购物及支付汽油费。下列哪项叙述是错误的?
 A 赊账额有限制
 B 可以一次或分次支付欠款
 C 银行以复利方式计算拖欠的利息
 D 若购物款项超过户头余额就不能付款

8. 郑语恩同学要支付网上英文函授课程费给在新加坡的语言学院，她可以选择使用以下哪些付款工具？
- I 支票
II 信用卡
III 银行汇票
IV 银行本票
- A I, III B I, IV C II, III D II, IV
9. 公司或机构可使用银行的定期支付指示来支付_____。
- I 租金
II 电费
III 水费
IV 报章的月费
- A I, III B I, IV C II, III D II, IV
10. 黄女士在晚上9点缴付电话费。她可使用以下哪一项付款工具？
- A 电汇
B 信用卡
C 法定货币
D 邮政汇款单

二、作答题

1. (a) 为什么商家不得拒收钞票付款，但可以拒收大笔款项的硬币付款。
试解释之。
- (b) 大明欲了解租购与赊购方式。试就“拥有权”，解释两者的不同。
2. 商家接受消费者使用信用卡、转账卡与挂账卡支付货款，让消费者不需要携带现金，以及避免现金交易带来的问题。
- (i) 商家接受消费者使用卡式付款有什么好处与问题？各举出两项。
- (ii) 除了不需要携带现金，消费者使用信用卡付款还有什么好处？

3. 试为下列各项选择恰当的付款方式，并说明其对商人的用途。

- (i) 商人甲上网订购机票；
- (ii) 商人乙要确保按期缴付保险费；
- (iii) 商人丁支付供应商RM3,000。

4. (a) 请根据以下支票答题：

- (i) 试就支票的当事人，写出LIM HANG在本张支票的身份。
- (ii) 为什么银行拒绝付款给TAN KE XIN？试说明之。
- (iii) LIM HANG要避免支票被冒领，应划掉支票中的什么字眼？



(b) 支票付款有什么优点与缺点？试各别举出两项。

三、个案题

个案1

陈先生经营一间便利商店，其顾客主要以现金付款，有时候一些老顾客要求赊账，陈先生也应允并且没有规定付款期限。

他每个月到不同的地方支付营业费用，例如：到银行支付租金给林太，以及到邮政公司支付电话费与水电费。由于店里的所有工作全由他一个人负责，有时因为忙碌或找不到人代替看店而忘了缴付上述费用。

陈先生向不同批发商购买产品，他习惯收货后以邮寄支票方式付款给供应商。有一天，有利杂货批发公司的老板打电话询问他为何过了一个月还未收到编号123发票的货款。陈先生查核支票簿的存根记录，确认已签发了支票。他想应该是遗失了，因此重开一张支票邮寄给有利杂货批发公司。

试根据上述个案答题：

- (a) 试说明提供赊账便利对陈先生的好处与坏处。
- (b) 陈先生要改善以下付款方式，请给他提供一个恰当的建议：
 - (i) 缴付营业费用；
 - (ii) 支付货款。
- (c) 陈先生应该如何处理遗失的支票？

个案2

范围：第5章国内贸易文件、第6章国内贸易付款

书林公司是一家代理中文、英文书籍和杂志的公司，公司主要把书籍与杂志售卖给本地的书店、报摊，以及新加坡、香港的书店。书林公司聘请两位会计职员，处理买卖交易的货款及保管贸易文件的正本或副本。

一般上，书林公司与客户的交货条件是由客户支付运费。若客户大量购书，才会承担运费，以及提供商业折扣。客户购买越多，商业折扣百分比越高，最高折扣可达40%。除此之外，公司也特别提供5%的折扣给经常下订单的忠诚客户。

书林公司提供客户赊账便利，赊账期限最多2个月。为了鼓励客户尽快付款，公司提供现金折扣，若顾客在7天之内支付，将会得到现金折扣5%。

人人书店于2013年4月5日向书林公司订购书籍与杂志的资料如下：

书籍或杂志	数量(本)	售卖价(RM)
理财高手, 作者: 丽林	100	30
与自己赛跑, 作者: 小黑	150	20
运动季刊	50	7
青苗月刊	200	3

书林公司支付这一笔交易的运输费, 提供人人书店享有20%的商业折扣, 以及忠诚客户折扣。书林公司会计人员于2013年4月15日收到人人书店的支票, 支票日期为2013年5月5日。

试根据上述个案答题:

- (a) 试写出书林公司提供给人人书店的交货条件之名称。
- (b) (i) 书林公司收到的支票款项是多少? (显示演算程序)
(ii) 试写出该支票可以在哪一段期间存入?
- (c) 试说明书林公司会计人员保管的贸易文件对公司有何重要。
- (d) 试说明书林公司提供商业折扣给客户的两项好处。



商业档案

从信用筹码到信用卡

信用卡1915年起源于美国。最早发行信用卡的机构并不是银行，而是一些百货商店、饮食业、娱乐业和汽油站。当时，美国的一些商店、饮食店为招徕顾客、推销产品，及扩大营业额，选择性地在某范围内，发行一种类似金属徽章的信用筹码给顾客。这开展了商店、公司、汽油站提供顾客延后付款的便利。顾客可以在这些发行信用筹码的商店及其分店赊购产品，然后按约定的日期付款。这就是信用卡的雏形。

1950年，美国商人弗兰克·麦克纳马拉在纽约招待客人用餐，突然灵光一闪，如果不需要用现金付款那该有多好。因此，麦克纳马拉产生设计一种既能够证明身份，又具有支付功能的卡片的想法。于是他与商业伙伴在纽约创立了“大莱俱乐部”，即大莱公司（Diners Club），的前身，发行了世界上第一张以塑料制成的信用消费付款卡——大莱卡，作为顾客赊购消费的凭证。

1952年，美国加利福尼亚州的富兰克林国民银行，首先发行信用卡，揭开了银行发行信用卡的序幕。1959年，美国的美州银行在加利福尼亚州发行了“美州银行卡”。此后，许多银行加入了发卡的行列。到了60年代，信用卡受到社会各界的普遍欢迎，并得到迅速发展，不仅在美国，而且在英国、日本、加拿大以及欧洲各国也盛行起来。从70年代开始，香港、台湾、新加坡、马来西亚等发展中国家和地区的银行，也开始发展信用卡业务。



对我的启发



7

仓库

Warehousing



学习目标

学习本章，你应能：

- 说明仓库对商人的功能。
- 举出不同仓库的特征。
- 比较保税仓库与一般仓库。
- 说明保税仓库对政府与商人的重要性。
- 解释库存管理与及时制度。



热身活动

如果没有仓库

如果没有仓库，五金店将面对什么困扰？



7.1 仓库的功能

(functions of warehouse)

仓库或称货仓 (warehouse) 是指储藏原料或货品的场所。由于建造仓库需要巨额资金，又要雇用员工管理和监守。因此一般商人多向仓库经营者租用仓库。

仓库是企业物流作业中不可或缺的重要环节。单纯仅是储存和保管的仓库已不能满足现代的物流需求。仓库在物流中的作用主要包括



图1 仓库内即景

了库存管理，以及可按客户要求在仓库内进行原料或货品的分类、组合、包装等，并依客户的要求送抵目的地。

仓库对商人的功能如下：

1. 确保原料或货品持续供应

仓库提供商人储存原料或货品的便利，让商人能持续生产及销售货品，以及不用担心所制造的货品无处可放。尤其是使用季节性原料的制造商，须要储存足够的原料供全年使用。例如：稻米从播种到收成需要一段时间，但是人们对米的需求是全年的。因此，需有仓库储存米，确保米的全年供应。

2. 稳定原料或货品的价格

原料或货品供过于求或供不应求的差距太大，都会造成价格剧烈下降或上升。仓库提供商人储存的便利，平衡原料或货品的供给与需求，避免价格剧烈波动，让商人赚取稳定的收入。

3. 确保原料或货品的安全

仓库建筑物坚固可避免货品日晒雨淋，并且有防火、防腐、防湿、防鼠等安全设施，减低货品的损坏。例如：冷藏库适合储存易腐烂货品，以减少货品腐烂所造成的损失，同时延长货品的销售。

4. 提供场所进行销售前的准备工作

商人可以在仓库内进行货品分量、分类、分等级、包装、贴上商标或价格等销售前工作。



图2 保鲜冷藏库



图3 在仓库内进行销售前的准备工作

5. 兼作货品展示室

商人直接把货仓当作展示货品的地方，节省了货架、装潢、运输成本等费用。



图4 宜家仓库兼作货品展示室

6. 有利于国际贸易的发展

设在港口与机场附近的仓库，提供商人存放进口与出口货品的便利。例如：商人可在保税仓库（bonded warehouse）内处理与包装应税货品（dutiable goods），并享有提取货品才支付关税的便利；若是转口货品，提取时不需要缴交关税。

7.2 仓库的类型 (types of warehouse)

从购买国内外原料来制造货品，以及销售货品到市场，这过程中厂商可能会使用到不同类型的仓库。

任何一种仓库，如果需要用来存放易腐烂或需要保持新鲜的货品，例如：鱼、肉、花、水果、蔬菜、冰淇淋等，就需要安装冷藏设备。没有冷藏库（cold storage），就难以进行易腐烂货品的交易。

依据仓库的拥有者来分类，可分为私人拥有及政府拥有的仓库。

一、私人拥有的仓库 (privately owned warehouse)

1. 制造商仓库 (manufacturer's warehouse)

是指制造商储存原料或半制成品以便持续生产，以及储存准备销售到市场的制成品之仓库。



图5 汽车制造商仓库

2. 批发商仓库 (wholesaler's warehouse)

是指批发商储存向不同制造商大批购入的货品，并且在仓库内进行货品的分级或包装，以及贴上商标或标价等工作，然后分销给零售商之仓库。

3. 零售商仓库 (retailer's warehouse)

是指大规模零售商（如霸级市场、百货公司、连锁商店）储藏向不同制造商大批购入的货品，并且在仓库内进行货品的分级、包装、贴商标、标价等工作之仓库。例如：Ikea、Tesco、Giant的仓库都属于零售商仓库。

二、政府拥有或监控的仓库

(government owned or controlled warehouse)

1. 公共仓库 (public warehouse)

政府拥有或私人拥有（但需取得政府发出的经营执照）。这类仓库主要出租给商人，储存免税货品 (non-dutiable goods) 或已缴税的货品。商人提取商品前必须先支付租金。如果商人在期限内未付租金，仓库拥有人有权把货品出售，取回应收的租金。一般设立在火车站、渔港、港口、机场或边界地区。

2. 保税仓库 (bonded warehouse)

保税仓库有两种类型，即海关仓库（customs warehouse），为政府拥有，由皇家关税局管理；及许可保税仓库（licensed bonded warehouse），为私人拥有但受皇家关税局控制与监督，拥有者必须与当局签订协定，保证不允许商人在没有缴税下，提取货品。如果违反规定，当局将采取法律行动。商人使用保税仓库必须支付一定费用与租金。

比较保税仓库与一般仓库：

项目	保税仓库	一般仓库
拥有者	政府拥有，或私人公司拥有但受皇家关税局监管。	制造商、批发商或零售商拥有，商人自行监管仓库，不受皇家关税局监管。
设立地点	设立于港口、机场或入境关口附近。	设立于方便商人使用的任何地方。
储存的货品	只供储存进口、出口与转口的未缴税的应税货品。	储存本地制造、出口与进口的免税、已缴税或准备销售的货品。
提取货品	货品经缴税并获皇家关税局批准后，才能提出仓库。	仓库拥有者可以随时从仓库提取货品。

所有进口的原料或制成品都需要先储存于保税仓库吗？

不需要缴交进口税的商品运抵港口后将储存在什么地方？

动动脑



7.3 保税仓库的重要性

(importance of bonded warehouse)

一、政府方面 (government perspective)

- 提供征收货品关税的便利，防止商人逃税。
- 协助皇家关税局监督及检查进出口货品，防止商人进口违禁品及违反进出口条规。

3. 有助于皇家关税局收集进出口货品的资料，以监控货品的进出口量。
4. 简化皇家关税局（Royal Customs Department）的行政工作，因为商人不需要缴交转口货品的进口税后又再索回。
5. 促进进口、出口、转口贸易，因为商人享有提货才缴税的延迟支付便利。

二、商人方面 (businessman perspective)

1. 提供商人储存未缴税的应税货品或原料，商人可依据本身的资金周转情况、销售量或生产计划，分批取出货，并且只在提货才缴付税款。
2. 提货才缴付关税的便利，让商人得以灵活运用资金，以及有能力不断向制造商订货。而制造商将因订货量增加而获得大量生产的规模经济效益。
3. 提供商人储存待转口的商品，并且不需要缴交关税；商人可把未缴税的货品转卖第三者，由第三者负责缴付关税。
4. 货品运抵即存入保税仓库，可以避免支付因延迟取得官方批准文件或贸易纠纷所引起的港口收费。
5. 商人可在仓库内进行货品或原料的检查、切割、分级、分装、包装或贴商标等工作，但必须要有海关人员在场监督。



图6 检查商品

7.4

库存管理的概念

(concept of inventory management)

库存管理 / 存货管理 (inventory management)，是指对企业的生产或经营过程的各种原料或货品进行管理和控制，使原料或货品的储存保持在经济合理的水平上。

库存管理经常面对的问题，一方面是原料或货品储存过多，占用大量流动资金，导致企业资金周转困难。另一方面，是库存短缺，给生产或经营造成严重损失。

及时制度 (Just In Time / JIT)，又称无库存制度 (zero stock system)，是一种生产与库存管理方式。其意思是只将所需要的原料或货品，按所需要的数量，在正好需要的时间，送到生产单位或销售点。

在生产方面，及时制度的简单原理是，生产原料只需在生产的前一刻到达生产单位，不必预先闲置在工厂的货仓。例如：戴尔电脑公司 (DELL) 收到顾客的订单，就及时通过网络联系零件供应商，供应商按照戴尔的电子订单组装电脑，公司运用及时制度的库存管理概念，使公司能及时组装与运送电脑给顾客，以及不必自备货仓储存多余的零件或制成品。

多余的库存及相应的搬运、计量、记录和质量检查等都是一种浪费人力、物力的工作。及时制度不仅可以降低库存，也可减少仓库的使用量与管理，进而降低成本。但是，如果供应商不准时运送原料或货品，商家可能面对缺货的风险。

在实际生产上，由于受到不确定供应、不确定需求和生产连续性等诸多因素的制约，企业的库存不可能为零，但是企业可以尽量逼近零库存。

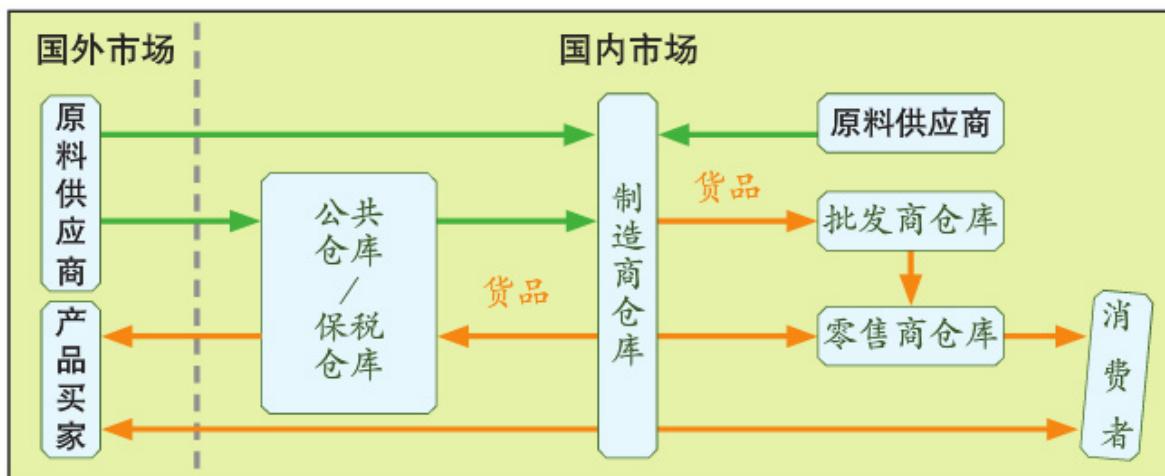
资料库

20世纪60年代，日本丰田 (Toyota) 汽车公司的副总裁大野耐一 (Taiichi Ohno) 创造了一种高质量、低库存的生产方式，称为及时制度 / 无库存制度。



温习室

- 仓库的功能包括了：确保原料或货品持续供应，稳定原料或货品的价格，确保原料或货品的安全，提供场所进行销售前的准备工作，兼作货品展示室，有利于国际贸易的发展。
- 私人拥有的仓库如：制造商仓库、批发商仓库、零售商仓库。
- 公共仓库是政府或私人拥有（取得政府发出的经营执照）的仓库。
- 保税仓库有两种类型，即海关仓库，为政府拥有，由皇家关税局管理；及许可保税仓库，为私人拥有但受皇家关税局控制与监督。
- 保税仓库对政府的重要性：防止商人逃税，监督及检查进出口货品，收集进出口货品的资料，简化皇家关税局的行政工作，促进国际贸易。
- 保税仓库对商人的重要性：储存未缴税的应税货品并在取货时才缴税；取货才缴税让商人能灵活运用资金；转卖货品由第三者缴付关税，不需缴付转口货品的税款；可避免支付因延迟取得官方批准文件或贸易纠纷所引起的港口收费；在仓库内对货品进行检查、切割、分级、分装、包装或贴商标。
- 库存管理是指对企业的生产或经营过程的各种原料或货物进行管理和控制，使它们的储存保持在经济合理的水平上。
- 及时制度是只将所需要的原料或货品，按所需要的数量，在正好需要的时间，送到生产单位或销售点。
- 概念图：



自我挑战



一、选择题

1. 仓库对工商业发展有什么重要作用?
 - A 确保消费者大量购物
 - B 提供制造产品的场所
 - C 协助贸易活动的进行
 - D 提高产品的销售量

2. 商人可把还没有缴纳关税的货物储存在_____。
 - A 批发商仓库
 - B 零售商仓库
 - C 公共仓库
 - D 保税仓库

3. 以下哪种仓库是由政府拥有，代商人保管免税或已缴税的产品?
 - A 公共仓库
 - B 保税仓库
 - C 零售商仓库
 - D 批发商仓库

4. 我国在巴生港口附近设置保税仓库，以下哪些说明与从商者有关?
 - I 分批提货
 - II 货物入库前先缴税
 - III 收集货品与原料的进出口资料
 - IV 海关人员监督下在仓库内分装货品

A I , III	B I , IV
C II , III	D II , IV

5. ABC公司生产的产品享有豁免税务奖掖。公司出售产品前，将产品储存于_____仓库。
- A 海关
 - B 制造商
 - C 零售商
 - D 许可保税
6. 以下哪项不是保税仓库对政府的重要性？
- A 防止商人逃税
 - B 促进国际贸易
 - C 商人提货才支付关税
 - D 收集进出口货品的资料
7. 一般仓库要满足现代物流的需求，应具有哪些功能？
- I 配送
 - II 分拣、包装
 - III 储存和保管
 - IV 提货才缴税
- A I, II, III
 - B I, II, IV
 - C I, III, IV
 - D II, III, IV
8. 朝阳公司采用“及时制度”进行仓库的原物料管理，这有助于公司_____。
- A 解决面对缺货的风险
 - B 稳定货品价格
 - C 开拓国际市场
 - D 降低库存

二、作答题

1. (a) 为什么仓库的设立对商业的发展很重要？试举出四项解释之。
(b) 区别保税仓库与私人拥有的零售仓库。
2. 试为下列各项选择适合的仓库，并说明其理由。
(a) 兴兴霸级市场向本地制造商大批购入产品。
(b) 商人进口一批应缴税的汽车零件。
(c) 商人进口的免税蔬菜已运抵吉隆坡国际机场。
3. 如果没有保税仓库，对政府会带来什么影响？试说明之。
4. XYZ公司经常面对多余的库存及相应的搬运、记录和质量检查等工作。试说明XYZ公司如何解决这项问题。

三、个案题

农历新年前康乐公司向中国订购了大量橘子。橘子运抵巴生港口，康乐公司在缴纳销售税前将橘子储存于仓库，并在海关人员的监督下进行橘子的抽样检查、分装、标价等销售前置工作，然后将橘子售卖给国内水果批发商及大规模零售公司。

试依据以上的个案答题：

- (a) 康乐公司、国内水果批发商，以及大规模零售公司使用的仓库，应具有什么设备以保鲜水果？
- (b) 康乐公司将橘子储存于何种仓库？试说明此仓库如何有利于康乐公司。



——仓库结合零售概念



英格瓦·坎普拉德 (Ingvar Kamprad) 1926年诞生于瑞典。他从小已展现出商业天赋，他骑着自行车向邻居销售火柴，体会到“规模经济”的好处，即以极低的价格大批购入产品，再以低价零售出去，可赚到不少利润。1943年他创办宜家家居 (Ikea) 时，还只是一个17岁小伙子。

1953年，英格瓦决定停售其它产品，专营廉价家具，宜家家居时代由此开始。初始阶段，事业并不十分顺利。英格瓦找到一家废弃的旧厂房，把它

改造成第一个宜家仓库兼产品展示室。1956年宜家家居首度试用平整包装，把家具设计成若干部件（模块）能平放盒中，让顾客自己组装。这意味着可以增加产品运送数量、减少储存空间和劳力成本。换言之，可以把产品售价降到更低，而且让顾客既省钱，又方便地把产品带回家中。1965年斯德哥尔摩（Stockholm）分店开幕，当天，人潮汹涌，却也暴露了服务人员不足的困境。因此设立仓储并让顾客自行选购的概念，亦由此而生。

“自己动手作”（Do It Yourself, DIY）贯穿宜家的各个销售环节，顾客选好产品，就到仓库取货，自己运载或请宜家公司代送。

英格瓦把宜家发展为全球最大规模的家具零售店，他把核心的经营理念归结为：“为大多数人生产他们买得起的、实用、美观而且价廉的居家用品”。



对我的启发



8

运输

Transportation



学习目标

学习本章，你应能：

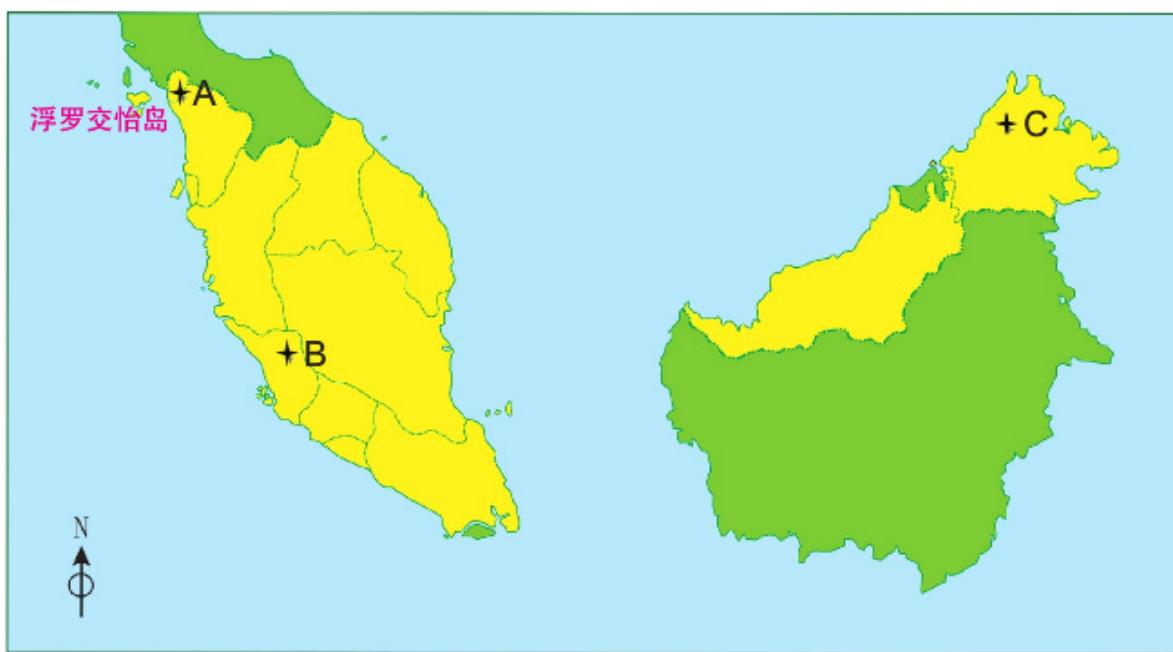
- 解释运输的重要性。
- 解释各种运输方式的特征。
- 理解快递服务在运输的角色。
- 理解货柜运输的概念。
- 说明影响选择运输方式的因素。
- 选择适合的运输方式。



热身活动

如何抵达目的地?

A、B、C三所学校的同学相约去浮罗交怡岛（Pulau Langkawi）旅行（如图示）。如何既便宜又快速抵达目的地？



8.1 运输的重要性

(importance of transportation)

当我们的衣、食、住都被满足后，人们就想到远处走走。由于单靠步行不能满足人们的欲望，于是就需要交通工具代步，使到运输与我们的日常生活密切相关。

运输 (transportation) 是指利用交通工具（或称运输工具），把物品 / 货物或人从一个地方运送到另一个地方。运输是辅助贸易之一，也是物流业 (logistic) 中的一个重要环节。现今不少运输公司提供一站式的物流服务，除了运输服务外，这些公司也提供其他服务如：存货管理、代安排购买货物的保险等。

有效率的运输服务使贸易活动得以顺利进行，促进国内外的贸易往来，以及加速商业交易全球化。运输的重要性如下：

1. 运载原料或物品

商人利用运输工具运送原料到工厂加工制造，再把制成的物品运到市场销售。

2. 促进生产专业化及大规模生产

运输把负责不同生产程序的各个生产地联系起来，使物品的制造过程不一定要集中在一间工厂、一个地方或一个国家。各地区可凭各自优越的生产条件（如廉价的土地、大量的劳动力、大量原料供应等）进行大规模生产，创造规模经济效益。

3. 扩大销售市场

有效率的运输设备，使物品能运送到国内外销售，有助于提高物品的销售量。例如：易腐烂的物品（如水果、蔬菜和肉类等）能及时运送到较远的地方销售。

4. 降低贮存费用

先进的运输设备让物品得以按预定的时间输送，减少存货、贮存空间和仓库租金等。



图1 货柜船运载物品

5. 稳定物价

完善的运输系统，可以有效调节世界各地物品的供给与需求，稳定物品的价格。

6. 方便人力资源流动

交通便利，缩短了各地的距离，方便人力资源流动以应付各地需求，同时缓和了失业问题。



图2 亚航的廉价机票促进人力资源的流动

7. 发展国家经济

运输把各生产阶段，以及生产者、中间商、消费者紧密联系起来，推展国内及国际贸易发展。

8.2 运输方式

(modes of transportation)

运输方式包括了陆路运输、水路运输、航空运输及导管运输。随着商业交易量增加，以及人们注重运输效率，促使海陆空联运作业的货柜化，以及强调快捷运送的快递服务日益重要。

一、陆路运输 (land transport)

陆路运输是最普遍的运输方式，因它能够有效的将各大小城市和地区联系起来。陆路运输包括了公路运输与铁路运输。

1. 公路运输 (road transport)

公路是运输的重要途径。高速公路更缩短了各地的距离，同时也促进

公路货运、旅游业等的发展。各类公路交通工具如：巴士、的士 / 计程车、货车、罗里 / 卡车等。近年，车辆数量快速增加，人们因而更关注公路交通发展与改善的问题。



图3 市区公路



图4 高速公路

公路运输能够提供沿门运送服务（door-to-door delivery service），包括在道路建设不够完善的偏僻山区。这将减少中途更换交通工具的不便及减低物品遗失或损毁的机率。公路运输拥有很强的伸缩性，使用者可自由安排运送路线和时间。此外，使用公路运输进行短途运送较经济与便捷。

公路上车辆多，容易发生交通阻塞和交通意外，造成运送时间受到延误。公路运输工具的运载量受制于车厢空间及陆路交通局条规，因此所能装载的物品，其体积大小、数量、重量与车速都有一定的限制。例如：重型车辆长途运载体积大或数量大的物品如木材、沙石等，由于车速慢，运载量受到限制，相较之下其运费比铁路昂贵。



图5 载汽车的罗里



陆路交通局 (Jabatan Pengangkutan Jalan / JPJ)

交通部的一个部门，专门负责我国各州的陆路交通事务。陆路交通局的职责如：发出及更新驾驶执照；征收路税（road tax）等。网址：www.jpj.gov.my

陆路公共交通委员会 (Surahanjaya Pengangkutan Awam Darat / SPAD)

负责我国公路、铁路的运输管理之政府机构，以及地铁建设的规划与前景。网址：www.spad.gov.my

动动手



了解我国的公路建设，可浏览：

- 公共工程部，网址：www.kkr.gov.my
- 南北高速公路公司（Projek Lebuhraya Utara-Selatan Bhd），
网址：www.plus.com.my
- 陆路交通局，网址：www.jpj.gov.my

2. 铁路运输 (rail transport)

铁路运输使用固定的铁路轨道，为人们提供载客与载货的服务。我国的载货火车，主要运载体积大、笨重的物品，例如：树桐、洋灰、煤、水泥及原产品等。载客火车则在各大小城市都有提供载客服务，有些也运载邮件。此外，城市还有轻快铁系统（light rail transit / LRT）、捷运（mass rapid transit / MRT）、单轨列车（monorail）、高速铁路系统（high speed rail）提供载客服务。

铁路轨道是专用的，建造成本高，建设时间较长，轨道的保养费与维修费也极庞大。

火车的宽阔车厢比车辆的运载量多，适于运载体积大、笨重的物品。此外，可按需要增减车厢。铁路运输较少面对交通阻塞与交通意外，受气候影响小。其长途运费亦比公路运输便宜。



图6 载货火车



图7 电动火车



图8 单轨列车

火车需按固定的时间表和路线行驶，故缺乏弹性及无法提供沿门运送服务，因此需要其他交通工具（如罗里）转运至目的地，这将提高物品损坏率及运送成本。

铁路运输的物品装卸次数较公路运输多，故较易发生物品损毁或丢失事故。加上速度慢又需转运，延长了运送时间，因此铁路运输不适于运载急需品。



图9 轻快铁



图10 高铁

高速铁路

高速铁路，简称“高铁”，其运送速度较普通火车更快，速度可达到每小时250公里以上。

资料库



马来亚铁道有限公司 (Keretapi Tanah Melayu Berhad / KTMB)

它的前身是铁道局（1997年8月私营化），提供载客和载货服务。

网址：www.ktmb.com.my

二、水路运输 (water transport)

水路运输可分为运河运输 (canal transport)、河流运输 (river transport) 及海洋运输 (sea transport)。运河是人工开凿的水道；河流是一种天然水道。

较为普遍的水路运输工具有：渡轮 (ferry)、邮轮 (cruise liner)、定期货船 (cargo liner)、不定期货船 (tramp)、油槽船 (liquid bulk carrier) 等。

我国的水路运输以海洋运输 (sea transport) 为主，国际贸易大部分都使用海洋运输。我国主要的港口位于雪兰莪州的巴生港口 (Port Klang) 及柔佛州的丹绒柏勒巴斯港口 (Port of Tanjung Pelepas)。

海洋运输在国际贸易扮演着举足轻重的角色，因为船舱比机舱和其他运输工具的储存空间大，加上运送承载力大，因此适合运载大批量、笨重、价值低的物品。此外，海洋运输的长途运费最便宜及没有交通阻塞的问题。



图11 油槽船

海洋运输工具的运输速度最慢，并且容易受天候影响，比如，遇上飓风将会延误运送时间，因此不适于运载紧急、易腐的物品。此外，航程长，增加物品受损坏的风险。

海洋运输的停泊地点有限，因为受港口水深及装卸搬运设备的限制。此外，必须依赖其它运输工具运送物品至港口，或从港口把物品运送至目的地，无形中增加了搬运工作与运费成本。



图12 货船停泊在码头

资料库

马来西亚国际船务有限公司

(Malaysian International Shipping Corporation Berhad / MISC)

简称马国际船务，成立于1968年，是我国国际船务的先驱。主要业务是运载液化天然气 (liquefied natural gas / LNG)，提供海洋运输服务等。

定期货船

货船的航线和航期固定，停泊在固定港口，主要载货，也载少量乘客。

不定期货船

货船的航线和航期不固定，停泊的港口依货主的需要而定。不载客，主要运载大批货物，如矿砂、木材、米等。



- 认识我国的海运部门 (Marine Department) www.marine.gov.my
- 认识我国港口的特征:
 - 巴生港口 www.pka.gov.my
 - 槟城港口 www.penangport.com.my
 - 关丹港口 www.lpktn.gov.my
 - 丹绒柏勒巴斯港口 www.ptp.com.my
 - 古晋港口 www.kpa.gov.my
 - 纳闽港口 www.llpm.com.my
 - 沙巴港口 www.lpps.sabah.gov.my

三、航空运输 (air transport)

航空运输主要是载客，但也载货。主要的运输工具有：客机、货机、直升机等。

航线不受地形限制，运载过程受到严谨的监视，且飞行平稳，物品遗失和毁损率低。此外，运送最快，但运费也较高。航空运输较适于运送体积小、重量轻、价值高、急需和易腐烂的物品。

航空运输的运载空间比火车与货船小，故不适于运载大型或笨重的物品如：木材、煤等。航行易受天候影响，加上当物品抵达机场后，必须借助其他交通工具（如货车）转运至目的地，这将增加搬运及运费成本。



图13 客机



图14 货机


资料库

马来西亚民航局 (Jabatan Penerbangan Awam)

交通部的一个部门。它的职责如下：

- 批准和发出航空运输执照；
- 控制飞机的起飞和降落；
- 提供天气预测；
- 提供安全措施；
- 提供飞行方向和航空运作技术的资料；
- 负责机场素质的提升和发展等。


资料库

马航 (MAS)

马来西亚航空公司成立于1971年4月，提供国内、国际航空载客和载货服务。网址：www.malaysiaairlines.com.my

四、导管运输 (pipeline)

或称管道运输，是一种以管道 / 导管运送货物的方式，而货物通常是液体和气体。

一般上无法提供沿门运送服务，惟自来水与煤气例外，能直接由导管运送给客户。导管运输对于运输大量的液体（如石油）或气体（如天然气）十分重要，因其具备的经济效益与方便性。

运输技术革新，现今导管运输也能运送一些固体（如煤、石灰）。例如：利用导管将麦从船上吸到港口附近的工厂或仓库以备加工。

比起其他运输方式，导管运输最适于运送液体或气体。因其故障率较低，而且不受气候影响，加上没有交通阻塞问题，可以一天24小时连续不断



图15 导管运输

的长时间运送，并减低物品遗失及损毁率。此外，长途运送的费用低，因为不需要太多的人力资源，节省劳工成本，以及不需要经常维修。

铺设导管的成本较高，例如：铺设在地面、地下或海底。大部分物品不适于用导管运送，故其使用范围不广。

8.3

快递服务在运输的角色

(roles of courier service in transportation)

快递服务提供快捷、安全的运送，适宜运送紧急或重要的信件、文件、包裹、货物至国内外。收费高，运送过程中若有损失，可向快递公司索取赔偿。

快递公司提供上门收件与送件、办理报关手续、预订舱位等服务，能省却寄件时间及尽快收到邮件。然而，收费高，增加寄件人的开销。快递服务的应用仍不够普及，一些落后的国家或地区至今仍没有此种服务。

本地快递公司如：吉运快递（GD Express）；外国快递公司如：敦豪国际快递（DHL Worldwide Express）、美国联邦快递（Federal Express）等。马来西亚邮政公司也提供国内与国际的Poslaju快递服务。



图16 快递公司的专用飞机与货车

8.4

货柜运输

(container transportation)

货柜运输 / 集装箱运输是指把货物装进货柜 / 集装箱（container），然后通过陆路、水路、航空的运输方式联合运送到目的地，是20世纪货运技术的重要发展。例



图17 货柜

如：将货物装进货柜，用货柜罗里送到货柜码头，再用货柜船运送至另一个港口，最后由货柜罗里运送到最终目的地，取得沿门运送服务（door-to-door delivery service）的效果。



图18 货柜罗里



图19 货柜码头

用货柜装运货物简化了繁琐的货物搬运及装卸过程，因为只需要将货物直接置放于货柜内即可运送。

在《国际公路运输公约》（TIR Convention）下，货柜上锁前必须先经过启运国的海关人员检查和核准，如果货柜符合《国际公路运输公约》的规定，海关就会签发一张国际公认的核准证明文件即国际公路运输证（TIR Carnet），那么已上锁的货柜途经各国不需被再次打开检查，只需在货柜运抵最终目的地时，由当地海关人员打开检查。简化海关的文件处理，这节省了船运公司（shipping company）、海关局和收货人的时间。

货柜坚固兼具储存与保护的功能，以及货柜的装卸搬运机械化及次数减少，这都有助于节省运送时间、包装、人工成本，以及降低货物损毁与遗失。此外，海陆空联运作业方式，使其能提供沿门运送服务。

货柜不适于装载所有货物，例如：石油、煤炭等。使用货柜装运货物，其过程较难求证货物损毁的责任归属陆运、海运还是空运。此外，投资资本大，因为需要购买相关的设备如：货柜起重机、叉形升降机等，而且需要训练劳工操作装卸货柜的机器。



图20 装卸货柜



货柜

是由体坚质轻和耐用的铝合金、钢等材料做成。其成本高但一般都能多次重复使用。根据国际标准组织（International Standard Organization / ISO）的规定，货柜的标准规格是宽和高都为8尺，长为20、40尺等。国际贸易中最常用的是8尺x8尺x20尺和8尺x8尺x40尺两种。

《国际公路运输公约》(Convention on International Transport of Goods Under Cover of TIR Carnets / TIR Convention)

是指为使货物尽快通过第三国到达目的地而签订的国际协定。该公约最初在1949年签订时原是作为加快欧洲公路运输的一种措施，现在该公约也适用于其他运输方式。

资料来源：[美]威廉·米勒编《国际商务词典》，上海译文出版社，1989年第469页。

《国际公路运输公约》规定，货物应附带起运国所签发的国际公路运输证，并以此作为在起运国、沿途国和目的地国的海关控管凭据。缔约国应保证以海关封志加封之后的货柜，受到任何拆撬都将清晰可见。

资料来源：欧洲经济委员会《国际公路运输手册》，联合国秘书处，2012年第9次订正本，第6—7页。

TIR英文全称：Transports Internationaux Routiers 或 International Road Transports。

动动手



- 若想对海运有更多认识，请浏览长荣海运网址：
www.evergreen-marine.com/tw/，或利用维基百科网址：
www.wikipedia.org索寻与“海运”相关的资料。
- 全班分成三组，各组报告一种国内运输方式，例如：陆路运输、水路运输和航空运输的最新发展情况。

8.5 影响选择运输方式的因素

(factors influencing the selection of transportation modes)

各种运输方式和运输工具都各有特点及使用优势；不同货物对运输方式与工具的要求也不尽相同。因此商人在选择运输方式时，需要考虑以下几个因素：

1. 货物

了解货物的特性，以便选择适合的运输。一般上，商人依据以下的项目来考虑：

货物的性质

不同性质的货物，需要使用不同的运输方式和运输工具。易腐烂的货物必须使用备有冷藏设备的运输工具载送。易碎品如：玻璃、镜子、陶器及瓷器，以搬运次数较少的运输方式为佳。适合运送原油及石油等液体货物的运输工具如：油槽罗里、油槽船、导管等。

依货物的性质在包装外贴上如：小心轻放、易碎品、小心潮湿、易燃品等字样或图样，以提醒搬运工人注意。



图21 标志图标（易碎、小心潮湿）



图22 冷藏设备货车

货物的价值

价值低廉的货物如：石砾、沙和泥，运送过程中不太需要严密的监视，可使用罗里或铁路运送。贵重轻巧的货物如：钻石或黄金，若以航空运

输就较为安全，因其运送速度快，过程亦受严密的监视，这可减少货物被偷盗或损坏的机率。

货物的体积

体积大的货物如：木材等，通常会使用铁路或海洋运输；体积小的货物可考虑用公路或航空运输。

货物的数量

货物数量少，一般上选用公路或航空运输；货物数量多且重如：煤、沙石和矿石等，适合选择承载量较大的铁路及海洋运输。

2. 运输成本

商人通常会选用最便宜的运输方式，例如：长途运送的运费以航空运输最贵，铁路及公路运输稍微便宜，而海洋运输则最为经济。另一方面，运输量也会影响成本，运输量大则有条件向运输公司议价，以享有优惠的运费。

3. 运输距离

运送距离越远，缴付的运费就越高。一般情况下，长途运送以铁路和海洋运输较便宜，而短途运送则以公路运输较快速和便宜。

4. 装卸搬运

每增加一次运送，除了会增加装卸、搬运及运费等。所以，商家通常会选择适当的运输方式以减少装卸搬运，达到减低货物损坏率或偷窃的发生。

5. 运输速度

运输工具影响运送时间，若须运送急需或易腐烂的货物，可选择航空运输，但运费较昂贵。商人通常会提早安排送货时间，以减少因紧急运送而承担较高的运费。

小王的公司位于砂拉越美里，他欲运送货物给汶莱的顾客，以下何种运输工具最适合他选用？为什么？

- 飞机、货船、货车、火车

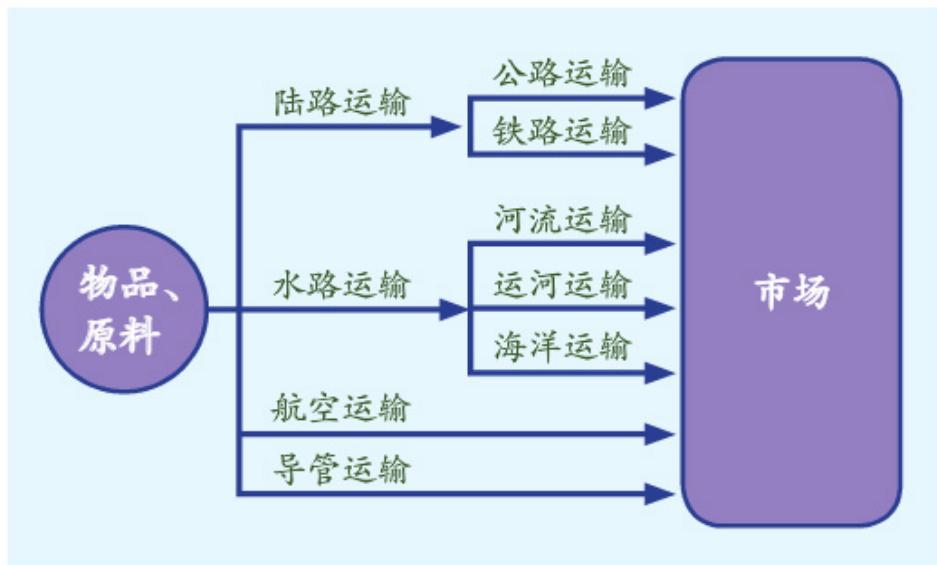
动动脑



温习室

1. 运输是指利用交通工具 / 运输工具，把物品或人从一个地方运送到另一个地方。
2. 运输的重要性：运载原料或产品、促进生产专业化及大规模生产、扩大销售市场、降低贮存费用、稳定物价、方便人力资源流动、发展国家经济。
3. 陆路运输包括了公路运输、铁路运输。公路运输是短途运输最快捷的方式，并具有沿门运送的功能；铁路运输的运载量大于公路运输，适用于长途运载大批量或价值低的货物。
4. 水路运输包括了运河运输、河流运输及海洋运输，适合用作长途运载大型、笨重和大宗的货物。
5. 航空运输适用于急需运送的贵重货物，运送最快但运费也最高。
6. 导管运输可以长时间不间断地运送，不受气候、交通阻塞或交通意外影响。
7. 快递服务提供上门收件与送件等服务，快捷、安全、收费高，适宜运送紧急或重要的物品至国内外。
8. 货柜运输是指把货物装进货柜，然后通过陆路、水路或航空运输联合运送到目的地，是20世纪货运技术的重要发展。
9. 选择运输方式要考虑多项因素，包括了货物的性质、价值、体积与数量，运输成本，运输距离，装卸搬运，运输速度。

10. 概念图：



一、选择题

1. 我国某厂商欲运送200辆电单车到欧洲销售，最适于选择哪种运输工具？
A 货机 B 邮轮 C 渡轮 D 货柜船

2. 以下哪些是航空运输的特征？
I 减低货物运送的损坏 II 能灵活安排航线
III 运送速度快 IV 运费较便宜
A I, II B I, III C II, IV D III, IV

3. 以下哪一项适于使用铁路运送？
A 从吉兰丹运送鱼虾到森美兰 B 从柔佛运载沙石到吉隆坡
C 从彭亨运送木瓜到新加坡 D 从泰国运送香米到沙巴

4. 下列哪些有关货物装运货柜化的描述是正确的?
- | | |
|---------------|-----------------|
| I 装卸工作机械化 | II 不提供沿门运送服务 |
| III 海陆空运输联合作业 | IV 容易确认产品损坏归谁负责 |
- A I, III B I, IV
C II, III D II, IV
5. 以下哪一项叙述与海洋运输有关?
- | | |
|-------------|------------|
| A 货物起卸时不会受损 | B 长途运送费用便宜 |
| C 适于运送急需品 | D 运载量小 |
6. 以下哪项有关运输方式的选择并不理想?
- | |
|-------------------|
| A 贵重及易碎品使用铁路运输 |
| B 短距离运送产品使用公路运输 |
| C 长途运送急需品使用航空运输 |
| D 运往国外的庞大产品使用海洋运输 |
7. 下列哪一项不是运输对商业的重要性?
- | | |
|-------------|-------------|
| A 连接供应商与贸易商 | B 减少人力资源的流动 |
| C 提高产品销售量 | D 减少仓储费用 |
8. 最不受恶劣天气影响的是_____运输。
- | | | | |
|------|------|------|------|
| A 公路 | B 水路 | C 导管 | D 航空 |
|------|------|------|------|
9. 下列哪项货物最适合使用货柜装运?
- | | | | |
|-------|------|------|------|
| A 天然气 | B 石油 | C 电脑 | D 木材 |
|-------|------|------|------|
10. 以下哪些情况适合使用快递服务?
- | | |
|-------------|--------------|
| I 需要上门收件与送件 | II 邮寄紧急的买卖合同 |
| III 运送贵重的商品 | IV 减少运输费 |
- A I, II, III B I, II, IV
C I, III, IV D II, III, IV

11. 哪一种运输方式具有沿门定点服务的特色?
- A 水路运输 B 航空运输
C 铁路运输 D 公路运输
12. 下列哪种运输方式在长途运送中,速度最慢又最便宜?
- A 海洋运输 B 航空运输
C 公路运输 D 铁路运输
13. 以下哪些说明与快递服务有关?
- I 收费低 II 适于寄送紧急文件
III 提供安全的运送服务 IV 收件人须到快递公司拿邮件
A I, III B I, IV
C II, III D II, IV
14. 下列哪一项不是影响选择运输方式的因素?
- A 商品性质 B 市场大小
C 货物价值 D 距离远近

二、作答题

1. (a) 试说明运输在商业发展中所扮演的角色。
(b) 试举出一个有关“商业活动需要运输服务”的例子。
2. (a) 试区别导管运输和铁路运输的运送方式。
(b) 商人在选择航空运输时应考虑什么因素?为什么?
3. (a) 简述快递服务在运送货物或文件上所扮演的角色。
(b) 为什么将货物装进货柜,有助于提高运送效率与安全?试说明之。

4. 近年来商人对航空运输的需求逐渐增加，但大部分国际贸易的货物仍使用海洋运输运送至目的地。



航空运输



海洋运输

5. 试为下列情况选择最合适的运输方式，并说明理由。

- (i) 从诗巫运送木材到古晋；
- (ii) 从南非运送钻石到香港；
- (iii) 从沙巴运送紧急文件到英国；
- (iv) 从中国运送鲜花到吉隆坡。

三、个案题

个案1

ABC公司生产电子零件，厂址设在槟城某工业区，利用货柜运送货品到美国和日本销售。今年，ABC公司派销售经理和生产经理到日本参加“电子零件展览”。回国后，销售经理与日本的几家公司联系生意，其中一家公司要求ABC公司尽快提供五种电子零件的样品。

试根据上述个案答题：

- (a) ABC公司应选择什么方式运送电子零件样品到日本？为什么？
- (b) 试说明ABC公司用货柜运送电子零件到美国的两项优点。

个案2

范围：第2章生产、第3章分销——批发业、第8章运输

洪先生毕业于农业科学研究院，是国内某大学的农业系讲师。他的做学问的态度严谨，为人和蔼可亲，深得同事与学生爱戴。在担任讲师期间，他不仅在学校研究作物改良、作物栽培与耕作、种子繁殖生产，也经常出席各单位举办的农友交流会，分享农业的最新知识与技能。农友从他的分享中获得新知，他也从农友的实务经验分享中，获益不浅。

洪先生平时喜欢阅读农业月刊，以及探讨农业企业管理的课题。因此对农业管理、市场信息等都有一定的认识。再加上学术上的收获及农友的经验分享，促使他开始思考投身于农业生产领域。

43岁那年他决定回去柔佛州，在早年购买的四英亩农业地上耕种黄梨。经过辛勤浇灌、除草、施肥等悉心照顾果树，以及谦逊地向农友请教，黄梨终于结果。黄梨成熟后，他邀朋友一起吃，大家都赞赏不已。初期产量较少，洪先生将黄梨销售给附近的水果店。过后，他联系了吉隆坡的水果批发商，扩大分销市场。

洪先生的黄梨销路非常好，短短一年的时间，他赚取丰富的利润，他认为若能增加黄梨的分销途径，获利将更高。

试根据上述个案答题：

- (a) 你认为洪先生拥有哪些企业家才能？试举出三项说明之。
- (b) 水果批发商适合使用何种运输工具运载洪先生果园里的黄梨？为什么？
- (c) 除了销售给水果批发商，请建议两项可提高黄梨销售量的配销通路，并说明你的建议。



商业档案

亚航

——人人可以飞

“Believe the Unbelievable!”

——亚航创办者、首席执行长东尼费南达斯（Tony Fernandes）的座右铭

东尼费南达斯：“拥有一家航空公司是我自幼的梦想。我于2001年，收购欠债累累的亚洲航空公司（Air Asia），简称亚航。当时，大家直嚷我是个疯子，但我认为做人应该尝试突破既定的思维框架，积极朝目标前进。”

1978年美国西南航空公司（South West Air）开创“廉价航空”概念。而东尼费南达斯在亚洲成功以低成本、低票价的模式经营航空公司，于2002年，还清亚航债务，让亚航转亏为盈，还成功上市，成为亚洲廉价航空业的领导者。东尼费南达斯致力使亚航成为一家属于大众，而不是小部分人才有能力负担得起票价的航空公司，实现“人人可以飞”的梦想。此外，也协助带动大马和东盟各国的旅游业发展，并促进东盟各国之间的贸易，以及东盟自由贸易区与中国之间的贸易发展。

东尼费南达斯经常向同事讲“费用漏洞”，一起集思广益降低成本。他对飞机的零件设备都有认识，并知道每个零件在各地区的出厂价格，以便采购价廉物美的零件。

亚航在短短三年内创造奇迹，跟其经营与成本管理有很大关系，基本策略包括使用单一机型飞机，因为同一机种让亚航能在大批采购飞机或设备下有更大的议价筹码，也能降低驾驶员和维修人员的培训成本。此外，单一机



舱布置、互联网订票、免发机票、免餐、自由入座等运作方式，也让其减少营业费用与人力成本等。

2007年1月5日，提供中短程廉价航空服务的亚航宣布与 Flying Asian-Express航空公司（简称FAX）成立“亚洲航空X”公司（Air Asia X），提供长途廉价航空服务。亚洲市场拥有38亿人口，低收入群体庞大，比欧美总人口多三倍，这直接为廉价航空公司提供庞大的顾客群。而我国政府兴建的大马廉价机场（LCCT），则有利于亚航的发展。

资料来源：2007年3月11日《亚洲眼》，2005年4月《工商世界》。



对我的启发



9

通讯 Communication



学习本章，你应能：

- 说明通讯对商业活动的重要性。
- 理解不同通讯服务的特征。
- 配合商业情境选用适宜的通讯服务。
- 说明选择通讯服务应考虑的因素。



热身活动

沟通桥梁

你到国内外旅行会选择使用哪些通讯服务与家人、朋友联络或聊天？为什么？



facebook

skype™

9.1 通讯的重要性

(importance of communication)

通讯 (communication) 是指将讯息 / 信息 / 消息 (message / information) 从一个人或地点传递到另外的人或地点。

随着科技进步，信息从口头信息如：言语交谈，文字信息如：信件，发展到结合图片、影音与动画于一体的多媒体 (multimedia) 电子信息，如：电子邮件 (email)。

信息主要通过通讯服务 / 通讯媒介传递出去：



表1 通讯服务

动手动脑

浏览通讯与多媒体部（Ministry of Communications and Multimedia），认识国内的通讯服务，网址：www.kpkk.gov.my



现代企业成功的重要因素之一，是适时、适地、快捷、安全又准确地传递与获取信息。商人通过不同的通讯服务如电话、互联网等，与交易对象联络，交换买卖信息，招揽生意，掌握市场及商品或服务的最新走势，以及消费者的喜好等。任何企业要成功，有效率的沟通是必要条件，因此通讯服务成为现代经济成长的重要催化剂。通讯对商人的重要性如下：

1. 促进商业活动发展

通讯有助于国内与国际贸易发展。买卖双方可以通过电话、传真、电子邮件、影视会议等方式，与客户或供应商洽谈生意，传递询问信、报价单、订单、送货单等贸易文件，以完成交易。

2. 拓展业务市场

通讯协助商人把产品销售到国内外市场。市场范围扩大，销售量因而增加，商人藉此取得大规模经济效益。在全球化的商业环境，商人要争取商机，需要依靠有效率的通讯服务，以便尽快交换买卖信息，不致流失顾客。



图1 商人使用互联网的通讯服务拓展市场

3. 推销产品

为产品打广告是商业活动重要的一环。商人通过不同的通讯方式把产品的信息传达给消费者，以影响和刺激消费者的消费行为，而达到销售产品的目的。例如：通过邮寄或电邮把产品目录寄给消费者，或通过电视广告宣传以刺激消费者的购买欲。有效率的通讯方式将促进产品的销售，增加商人的利润。

4. 了解顾客需求

商人与顾客之间通过通讯媒介互相交换意见。商人不仅可以了解顾客对产品的需求，也可以及时掌握他们的需求倾向。这些信息对商人日后的產品设计与生产规划起着影响作用。

5. 收取与支付货款

有效率的通讯设施促使银行与金融业运作便捷，让商人能够快速地处理货款的收取与支付。

6. 传递对内及对外的信息

公司的各部门和分行通过电话、电子邮件等通讯工具，迅速地互相传达信息，增进沟通，提高管理效能。

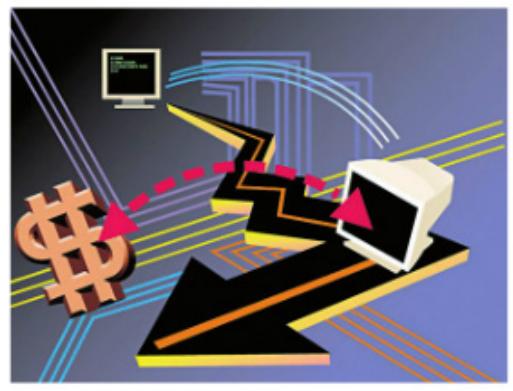


图2 通讯使货款收支更有效率



大马通讯与多媒体委员会 (Malaysian Communications and Multimedia Commission, MCMC)

愿景是建立具有全球竞争力、高效率与效能，以及能自我监管的通讯和多媒体行业的增长，以满足马来西亚的经济和社会的需求。

9.2 大众传播服务

(mass communication service)

广播电台、电视、杂志和报章是大众传播服务主要的四大传统媒体，负责把信息发送给普罗大众。

新媒体 (new media) 是指应用电脑、网络与手机等新科技，突破

地域和空间界限，把信息传播给大众，其传播信息的主要特征如：网络化（networked）、数位化（digital）、互动性（interactive）、共享（sharing）等。例如：数位杂志、电子报纸、手机短信、移动电视（mobile tv）、社交媒体（social media）（如：博客、面子书、推特、优酷）等。

国内运用新媒体的电子报纸如当大马（malaysiakini.com）。而一些传统报章也同时运用新媒体传播信息如：星洲日报的“星洲网（sinchew-i.com）”。商人利用传统媒体与新媒体相辅相成发布信息及宣传产品等，使信息传递的层面更广。例如：产业集团公司利用新媒体在面子书设立专页与传统媒体互相配合，向海内外顾客推介产业项目与活动资讯，为公司创造业绩。



图3 社交媒体

面子书 (facebook)

属于社交媒体网站。“面子书直播频道”（facebook live）主要是向面子书用户直播该公司的名人访谈、新产品发布等，并且鼓励用户与访谈嘉宾互动交流，以及对名人访谈、新产品发布会等活动发表看法。

学习任务：

1. 社交媒体对提升企业的业绩及顾客满意度有何影响？

资料库



9.3

快递服务在通讯的角色

(roles of courier service in communication)

快递服务具备快捷与安全传递信息的特征。一般上适宜用于传递紧急或重要的信件与文件。寄件人可以亲自到快递公司办理邮寄手续，或者使用快递公司提供的上门收件与送件服务。

马来西亚邮政公司提供的Poslaju服务是快递服务的一种，除了马来西亚邮政公司，我国还有其他快递公司如：Citylink Express等，提供传递信息的服务。



图4 上门收件与送件服务

9.4

邮政服务

(postal service)

邮政服务是商业活动不可或缺的通讯媒介。在马来西亚，邮政公司每天处理数以千计的商业性邮件，以及为商人提供各种各样的邮政服务，使商人不需要浪费时间、人力在邮寄事务上，而能更专注在竞争剧烈的市场中谋取发展。



图5 马来西亚邮政公司的标志

资料库

1992年，邮政局私营化，改组成马来西亚邮政公司（Pos Malaysia Berhad）。网址：www.pos.com.my。

马来西亚邮政公司提供的邮政服务，除了邮政汇票（ postal order ）、邮政汇款单（ money order ），其余主要的如下：

1. 平邮（ ordinary mail ）

普通寄信服务，邮费最便宜，递送的速度较慢，邮政公司不承担邮件遗失的责任。因此，适于寄发不紧急的邮件。邮件的种类如信件、明信片与印刷品等。商人可以通过平邮方式寄发产品目录、杂志等。



图6 平邮

2. 空邮（ airmail ）

邮件由飞机运载，邮费比平邮高，递送速度比平邮快。邮费是根据邮件的重量及邮寄距离计算。信封贴上空邮标志。



图7 空邮标志

3. 挂号邮件（ registered mail ）

确保收件人收到邮件，邮件若遗失可获得赔偿；邮费较贵，适于寄发重要的信件、证件、包裹及法律文件予国内外收件人。

如果寄件人要收到对方的收件证明，则多付双挂号（ acknowledgement receipt registered mail ）的费用；收件人收件时在双挂号卡（ AR card ）上签名，再由邮政公司将此卡寄给寄件人。

RESIT PENGEPPOSAN POSDAFTAR DALAM NEGERI	
Kepada (isi oleh pengirim):	Perkhidmatan Tambahkan SJK(C) KERT HWA (H) JALAN KAMPONG PERAK 05100 ALOR SETAR KEDAH
AR	<input type="checkbox"/> RM <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> EX <input type="checkbox"/>
PANDUAN:	
1. Isi maklumat pada Label Posdaftar dan Resit Pengeposan. 2. Tanggal Resit Pengeposan, tampil Label Posdaftar sebelum kiri hadapan sempoi. 3. Setorkan pos hanya diperlukan jika berat item melebihi 20 gm. 4. Serah item dan Resit Pengeposan kepada Petugas Kantor, dan/pun Resit Pengeposan yang dicap rami pos untuk nujukan. Nombor unik Posdaftar dicetak pada belakang Resit. SYARAT-SYARAT PERKHIDMATAN POSDAFTAR: 1. Dipas di Kantor Pos sahaja. 2. Dilarang menghantar benda-benda yang menyulih Peraturan Pos dan Undang-Undang Negara. 3. Pertanyaan/muratan hendaklah dikemukakan dalam tempoh 6 bulan dari tarikh pengeposan, menggunakan borang rami pos, disertai Resit Pengeposan bercap rami pos. 4. Maklumat lanjut Syarat-Syarat Perkhidmatan Posdaftar boleh dirujuk di Pejabat Pos berhampiran.	

图8 寄件人保留挂号邮件收条



亚庇建国中学
SEKOLAH MENENGAH KIAN KOK
KIAN KOK MIDDLE SCHOOL
P.O. Box 10965, 88810 Kota Kinabalu, Sabah, Malaysia
Tel: 088-254915, 088-216520, 088-215959 Fax: 088-240241
E-Mail: kiankok@tm.net.my http://www.kiankok.edu.my

马来西亚董教总独中工委会统一考试委员会
MICSS WORKING COMMITTEE
EXAMINATION BOARD
Bangunan Dong Jiao Zong
Lot 5, Seksyen 10, Jalan Bukit,
43000 Kajang, Selangor Darul Ehsan,
Malaysia.



图9 国内挂号邮件（红色标签），若在AR打（√）则是双挂号邮件

4. 私人邮政信箱 (post office box)

个人或机构为了方便或想要保密本身的地址，可向邮政公司租用信箱。租户可以随时到邮政公司收取寄到信箱的邮件。

马来西亚华校董事联合会总会（董总）
Persekutuan Perintisan-Persatuan Lembaga Pengurusan Sekolah China Malaysia
United Chinese School Committees' Association of Malaysia (UCCAM)
Lot 5, Sekyen 16, Jalan Baru, 43000 Kajang, Selangor D.E., Malaysia

To: 古晋中华第四中学
CHUNG HUA MIDDLE SCHOOL NO.4
P. O. BOX 1244,
93724 KUCHING,
SARAWAK.

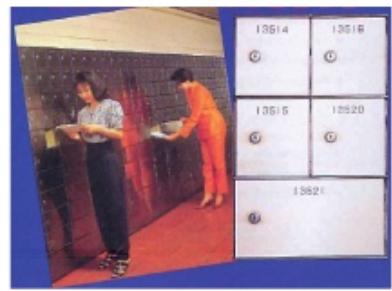


图10 信封注明信箱号码

图11 私人信箱

5. 邮资盖印机服务 (franking service)

商人除了以邮票支付平邮的邮费，也可以用邮资盖印方式付邮费。商人向邮政公司申请使用邮资盖印机，并预付邮费，就可在邮件盖上邮资，取代购买邮票与贴邮票的工作与时间。这对经常需要寄出大量信件的公司十分方便。



图12 盖印邮资 (右上角)

邮资盖印机

邮资盖印机有一个记录表，记录使用的邮费数额。一旦预付的邮费用完，就向邮政公司再缴付邮费。



资料库

6. 商业回邮服务 (business reply service)

商人预付邮资并将公司地址印刷在回邮信封或卡片上，目的是鼓励顾客回信、下订单或收集顾客对公司的商品、服务等方面的意见；收件人免付邮费及书写地址，只需要将回邮信封投入邮筒即可。



图13 商业回邮信封

7. 快邮 (post express)

寄件人必须向邮政公司购买快邮专用信封，只适用在国内邮寄信件与文件。寄件人把快邮投入黄色邮筒；邮政公司保证第二天送达某些特定的城市。



图14 快邮邮件与黄色邮筒

9.5 电讯服务

(telecommunication service)

资讯通讯科技 / 信息通讯技术 (information and communication technology / ICT) 发达，公司之间在任何时间与任何地点都可以互相联系，提高商业经营效率。

通过电脑网络与通讯卫星 (communication satellite)，商人可以在办公室以外的地方随时利用无线电子装置，如：智能手机、平板电脑 (tablet computer)，接收市场的最新信息和洽谈生意。



图15 我国的电讯塔——吉隆坡塔

通讯卫星 (communication satellite)

通讯卫星是目前与大家生活关系最密切的人造卫星。例如：电视的转播、个人的移动电话、高速网络等与通讯有关的服务。

人造卫星是由人类建造，以太空飞行运载工具如火箭、航天飞机等发射到太空中，像天然卫星如月亮一样环绕地球运行。



资料库

动手动脑

 马来西亚电讯公司，网址：www.tm.com.my。

除了马来西亚电讯公司，我国还有哪些公司提供电讯服务？



电讯服务的主要形式如：

1. 电话服务（telephone service）

商人通过固定电话（fixed-line）或手机 / 流动电话 / 移动电话（mobile phone）与客户或供应商保持联系，这种直接联系便利让商人节省宝贵的时间。

随着信息通讯技术的发展，以语音为主的流动电话，逐渐被智能手机（smartphone）取代。智能手机提供用户进行多媒体通讯，输送及接收语音、传真及影像，并可进行影视会议等。

互联网电话（internet telephone）让商人节省国际长途电话费，不仅提供语音通话，还可以传送文字、图片等资料。



图16 应用互联网电话交谈及智能手机

资料库

互联网电话

利用电脑与互联网传送语音等信息，进行电话通讯。通话者只需支付上网的费用，不需要支付电话费。



2. 传真服务 (facsimile service)

传真能够把文字和图表复制传递给接收者，接收者可以在文件上书写或批注，省却重新打字或影印的工作。



图17 传真机

3. 影视会议 (video conferencing)

或称视讯会议，它是藉多媒体电脑设备，同步互传影像、声音和图像，让处于不同地点的人可以在同一时间开会，有如聚集一室面对面开会。这项服务减少商人出差的次数，既方便又节省时间和金钱。由于其不受距离的影响，使需要经常开跨国及与来自各地的生意伙伴开会的公司极为方便。



图18 影视会议

- 为什么有了影视会议，“距离”就不再是不能出席会议的理由？
- 举出利用互联网召开会议的其他方式。



4. 互联网服务 (internet service)

商人应用互联网的通讯服务，改变或创新经营方式，带动了电子商务 (electronic commerce) 的发展。比如，银行增加网络银行与手机银行的服务；航空公司提供旅客在互联网查询航班、订购机票、处理登机证等；商人经营网上商店、电子购物中心，让顾客进行网购。

互联网改变了公司内部，以及公司与公司之间、公司与顾客之间的互动通讯方式，让商人能便捷、有效率地经营生意。尤其是电子邮件（electronic mail / e-mail）的应用，使商人可以随时收发信息（包括文字、声音和图像等），并按需要储存或列印出来。例如：商人通过电子邮件瞬间即可将广告和意见调查表等信息发送到世界各地的客户，只要客户打开电子信箱便可看到。这大大减低经营成本，同时与顾客保持密切的联系。



互联网

它是电脑通讯的延伸，由无数的电脑网络串联起来。互联网为人类提供了各种新式的通讯方式如：电子邮件、网上讨论区（online forum）、博客（blog）等。

5. 全球定位系统（global positioning system / GPS）

全球定位系统是指利用通讯卫星，让使用者能在全球范围内，进行定位导航（position location and navigation）的系统。

飞机、轮船、车辆及步行者都可利用全球定位系统进行导航。其中汽车导航系统是在全球定位系统基础上发展起来的技术，可以实现车辆跟踪和交通管理等功能。例如：商人可利用汽车导航系统，随时掌握货物的运送情形，以及记录与保留送货地点，供下次使用。



图19 GPS导航器

6. 短信息服务（short message service / SMS）

企业通过发送与接收短信息便利与顾客保持联系，达到双方沟通的目的。例如：保险公司向几万位投保者同时发送续保通知的短信息，以及向保险代理人发送活动通知信息等。旅游公司向潜在客户发送机票、酒店等促销信息。如果接收者处于未连接状态（如关闭电话），信息将在接收者再次连接时发送。

9.6

影响选择通讯服务的因素

(factors influencing the choice of communication services)

通讯服务各具特性，商人通常希望所选择的通讯服务兼具经济、快速及安全。选择时，要考虑的因素有：

1. 紧急性 (urgency)

紧急联系方式包括电话、传真和电子邮件。如果需要迅速传递文件或包裹可使用快递服务。

2. 成本 (cost)

不同通讯服务的收费有差异。如果两种方式的功能一样就选用比较便宜的。例如：电子邮件与传真都能快速递送信息，但电子邮件的费用比较低；互联网电话的收费比国际长途电话费便宜。

3. 安全性 (safety)

重要谈话内容不宜通过电话传递以免被窃听；重要文件不宜用传真方式传送因为很可能被其他人看到，保密度不高。如果需要确保对方收到信息或传送重要文件，可使用挂号、双挂号或快递服务，并在信封上加盖“保密”（confidential）字样。

4. 法律效力 (legal validity)

在法律上，文件的正本才具有法律效力。传真的文件不具有法律效力，所以商人必须采用邮寄方式或快递服务把文件正本寄送给收件人。

5. 准确度 (accuracy)

重要信息要求准确无误，最好以文字书写，通过邮寄、电子邮件、传真或快递服务传送，这些方式比用电话准确，因为电话交谈可能会错意。

6. 记录 (record)

商业文件须有文字记录。电话无法直接把对话内容转为文字记录，而以邮寄、快递服务、传真和电子邮件发出信息，双方都能保存文字记录。

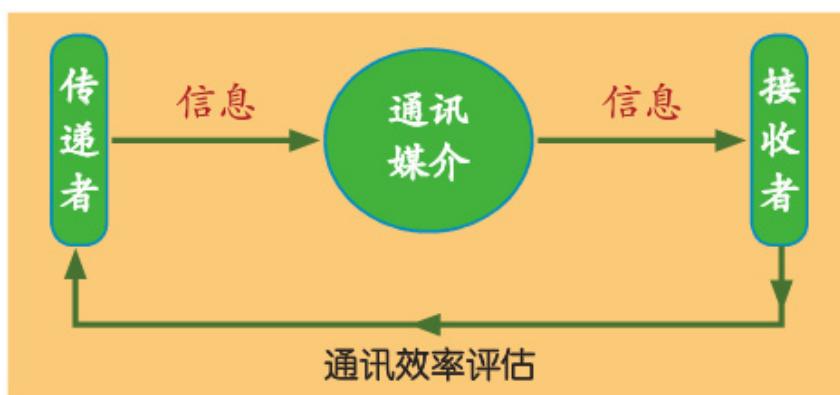
成功有限公司要在三天内把一份买卖合约交给设立在美国的保健公司。假设有两种通讯方式供选择：快递服务和传真。你认为哪种方式最适合？为什么？

动动脑



温习室

1. 通讯有助于促进商业活动发展、拓展业务市场、推销产品、了解顾客需求、收取与支付货款、传递对内与对外的信息。
2. 大众传播服务的四大传统媒体：广播电台、电视、报章、杂志。新媒体如：数位杂志、手机短信、移动电视、博客、面子书等，其主要特征：网络化、数位化、互动性、共享等，传播力突破地域和空间界限。
3. 快递服务在传递信息方面比平邮、空邮、快邮、挂号邮件服务更快速、安全，但收费也较高，适宜寄送紧急与重要的信件与文件。快递公司提供上门收件与送件服务。
4. 邮政服务：平邮、空邮、挂号邮件、私人邮政信箱、邮资盖印机服务、商业回邮服务、快邮等。
5. 电讯服务：电话服务、传真服务、影视会议、互联网服务、全球定位系统、短信息服务等。
6. 选择适合的通讯服务，要考虑的因素如：紧急性、成本、安全性、法律效力、准确度、记录。
7. 概念图：



自我挑战



一、选择题

1. “全国分公司店长向总公司报告每周业绩与库存”，下列哪项通讯的功能适用于此叙述?
A 促进商业活动发展 B 了解顾客需求
C 推销产品 D 信息互通

2. 林小凡欲用最便宜的方式投稿，最适合使用_____。
A 快邮 B 平邮 C 空邮 D 快递服务

3. 陈丽平经常要邮寄公司大量信件给客户，何种方式可省却黏贴邮票的工作?
A 平邮 B 商业回邮服务
C 私人邮政信箱 D 邮资盖印机服务

4. XYZ制造公司希望使用最快的方式把有声布娃娃样品送给国外的买家，该公司适合选用_____。
A 快递服务 B 电子邮件
C 传真服务 D 互联网电话

5. 王商人提供免付邮费的回信便利给顾客，以收集他们使用产品后的意见。下列何种方式适合王商人使用?
A 平邮 B 双挂号邮件
C 商业回邮服务 D 私人邮政信箱

6. 隆发贸易商欲寄送重要的商业文件给王律师，它适合使用_____。
A 大众传播服务 B 空邮
C 平邮 D 挂号邮件

7. 相对快邮, Poslaju服务的主要优点是_____。
I 不需要使用专用信封
II 上门收件与送件
III 邮寄正本文件
IV 邮费低
A I, II
B II, III
C III, IV
D I, IV
8. 利利公司除了应用传统媒体宣传新产品, 也基于新媒体的网络化、数位化、互动性、共享等特征, 而选用_____作宣传。
I 广播电台
II 手机短信
III 面子书
IV 电视
A I, II
B II, III
C III, IV
D I, IV
9. 银行邮寄一份高度保密的文件给顾客, 并要收到顾客签收的证明。下例何种方式最适合?
A 挂号
B 快邮
C 快递服务
D 双挂号邮件
10. 互联网的通讯服务快捷、有效率, 但保险公司依然使用平邮通知顾客更新汽车保险单。主要原因是:
A 邮费便宜
B 平邮较安全
C 通知信适合用平邮寄送
D 互联网的使用尚不普及
11. 运输公司希望掌握所有货车运送货物的路线, 以安排货车运载货物的时间。下列哪项电讯服务适宜运输公司使用?
A 影视会议
B 互联网服务
C 短信息服务
D 全球定位系统

二、作答题

1. (a) 简述通讯服务对商业发展的重要性。
(b) 通讯媒介对产品的销售会有影响吗？试说明你的想法。
2. 虽然电讯服务的种类日趋多样化，但是电话服务在商业领域依然扮演重要的角色。试举例说明电话服务对商人的重要性。
3. 试根据下列情况，写出最适合的通讯服务，并说明理由。
 - (i) 银行经常需要寄发信件给大量顾客；
 - (ii) 百货公司通知大量潜在顾客“促销活动日期”；
 - (iii) 李经理欲使用最快又便宜的方式向韩国机械制造商订购零件，有关订单需要附上零件的规格说明和设计图样。
4. 近年电讯服务越来越普及，但大部分公司仍使用邮政服务。试说明电讯服务和邮政服务可以并存的原因。
5. (a) 试简述选择通讯媒介所考虑的因素。
(b) 陈商人选用“挂号”邮寄一份重要的正本文件给供应商。你认为他选用“挂号”时，主要考虑哪些因素？试说明之。
6. 试评论“通讯服务是商业蓬勃发展的必要条件”这一观点。

三、个案题

个案1

朱先生经常到东南亚各地洽谈生意，他每到一处，就需要向吉隆坡的总部汇报业务，同时获取公司最新产品的资料。一般上，他的客户要求先看产品样本，才决定是否订货。朱先生原本计划明天离开印尼前往泰国会见客户，但因烟霾情况恶化，印尼机场迫于关闭一个星期，使他无法如期赴约。

试根据上述个案答题：

(a) 朱先生应该选用什么通讯媒介，以便完成下面两项任务：

(i) 迅速向总部汇报国外业务情况。

(ii) 从吉隆坡总部获取产品设计图样。

(b) 朱先生还可以使用哪种通讯服务，以便按原订计划跟泰国客户当面洽谈生意？并说明此服务的特征。

个案2

范围：第5章国内贸易文件、第6章国内贸易付款、第8章运输、第9章通讯

郭先生在亚庇从事汽车零件零售与批发买卖生意，公司的名称“立达汽车零件公司”。公司的客户有车辆使用者、汽车维修店、汽车零件商店和汽车零件批发店。

一般上郭先生的大客户主要通过传真下订单，而车辆使用者则亲自上门购买。大客户主要使用支票付款，车辆使用者则用现金或信用卡付款。

在客户中，汽车零件商店的订货数量最多，而汽车维修店次之。立达汽车零件公司收到客户的订单，就即刻备货及准备送货单和发票。若客户的订购量多，就交由ABC运输公司负责送货；若在紧急的情况下，小型零件则交由快递服务公司运送。

立达汽车零件公司销售的汽车零件都是由德国与日本制造。最近，郭先生发现中国制造的零件较便宜。他打算向我国的汽车零件代理商采购一些中国制造的零件试卖，但是他的朋友建议他直接向中国代理商购买零件。经深思熟虑后，立达汽车零件公司决定向我国的汽车零件代理商购买零件。

试根据上述个案答题：

(a) 除了传真，请建议一种快捷接收客户订单的通讯方式给郭先生。

试说明其对郭先生的三项好处。

(b) 简述ABC运输公司如何证明已完成成立达汽车零件公司的送货委托。

(c) 试说明大客户的主要付款方式对立达汽车零件公司的利与弊。

(d) 试举出快递服务对立达汽车零件公司带来的两项便利。

四、专题研习

课题：如何经营生意？

目标：

- 通过访问商人的创业历程与心得，了解经营生意的要点与趋势；
- 培养学生探讨、沟通、运用资源及团队合作的能力。

方式：

1. 分组进行，每组3~5人。
2. 发出访问信给两家或以上的商人，征求对方同意接受访问。
3. 访谈项目，如：
 - 如何选择地点？
 - 如何决定卖什么？
 - 如何开拓分销途径？如何销售？
 - 如何解决收不到货款的问题？（若出现此情况）
 - 如何设计企业的网页？或未来是否有计划建立公司网站？
 - 如何向供应商采购货源？如何付款给供应商？
 - 使用了哪些贸易文件？贸易文件的主要内容有什么？
 - 如何运输与储存物品？
 - 如何综合应用通讯于商业经营？
 - 面对什么难题？
4. 综合比较访谈内容，归纳此类生意的经营要点，并探讨未来的发展趋势。
5. 各组提呈一份电脑打印图文并茂的书面报告。
6. 报告附上致受访商家的访问信和感谢卡。
7. 各组在班上作口头报告，并以电脑或卡片等方式呈现重点内容。
8. 教师讲评。



Groupon综合运用社交媒体宣传



“Groupon.com”是一间B2C (business to consumer) 的团购网站 (group voucher website) 公司，创业于2008年11月美国芝加哥。公司基于人人都爱优惠券，而采用以量制价的“团购”商业模式，要求合作的商家提供优惠折扣以换取多人购买产品。大部分与Groupon合作的厂商都属于中小型企业，少部分是大公司。

Groupon为商家进行折扣促销，以餐饮、酒店旅游配套、美容按摩、健身、SPA、音乐会等服务业的商品或服务为主。一般上Groupon向商家收取30%-50%的销售佣金，商家最终收到的只有销售金额的5%-10%。

Groupon团购模式的规则是若“团购数量”没有达到商家既定要求，所有参加购买的顾客都无法获得产品，订单将会取消并退款。这种模式的本身就会促使参加购买的顾客推荐朋友一起购买。对于顾客而言，除了享有折扣，若成功推荐朋友成为新会员也可享有Groupon提供的现金回馈。

商家愿意在提供高折扣与高佣金下与Groupon合作，关键原因是Groupon团购平台协助商家（尤其是中小型商家）将宣传从传统促销活动延伸到新媒体，面向更多的顾客。

Groupon通过设定团购人数，促使用户通过twitter和facebook发动社交网以凑足购买人数。通过充分利用twitter和facebook用户资源的社交网络，吸引用户注意Groupon网站，还为商家带来大量口碑传播。

Groupon团购促销概念添加了社交媒体元素，使它大大受益于社交媒体的传播效应。除了向twitter和facebook的用户大力宣传，也采用twitter earlybird广告服务发布独家的限时优惠及活动信息等。Groupon有效综合利用通讯于商业经营，尤其是应用新媒体积累了巨大人气与口碑推高销售，从中我们可窥见通讯的商业价值。



对我的启发

中英名词对照

(注: 本名词对照按华文条目的汉语拼音字母的次序排列。)

B

霸级市场 / 量贩店

hypermarket

79

百货公司

department store

79

半制成品

semi-finished goods

28

保税仓库

bonded warehouse

162

保留更改错漏权

errors and omissions excepted

111

报价单

quotation

105

本源效用

original utility

26

便利商店

convenience store

78

大量生产

mass production

34

代理商 / 代理人 / 代理员

agent

55

贷项凭单

credit note

114

单一商店

unit shop

76

导管运输

pipeline

181

地方效用

place utility

27

电汇

telegraphic transfer

146

电子付款

electronic payment

142

电子购物中心

electronic mall

83

电子商务

electronic commerce

206

电子数据交换系统

electronic data interchange

61 / 62 / 102

C

采掘业

extractive industry

28

仓库 / 货仓

warehouse

158

产品

product

6

产权效用

ownership utility

27

超级市场

supermarket

78

钞票

banknotes

131

出票人 / 发票人

drawer

133

初级生产

primary production

28

传真服务

facsimile service

206

F

法币

legal tender

131

发票

invoice

111

分工

division of labor

34

分销

distribution

50

分销途径/配销通路
distribution channels

服务 / 劳务 <i>service</i>	7
服务效用 <i>service utility</i>	27
服务业 <i>service industry</i>	29
辅助贸易 <i>aids to trade</i>	8
辅币 <i>token</i>	131
付款条件 <i>terms of payment</i>	106
附加价值 <i>value added/added value</i>	84

G

高级生产 <i>tertiary production</i>	29
个人专业化 <i>individual specialization</i>	35
公共仓库 <i>public warehouse</i>	161
公路运输 <i>road transport</i>	174
公司专业化 <i>company specialization</i>	36
购物中心 <i>shopping center / shopping mall</i>	80

顾客服务 <i>customer service</i>	73
挂号邮件 <i>registered mail</i>	201
挂账卡 <i>charge card</i>	144
规模经济 <i>economies of scale</i>	34
国家专业化 <i>national specialization</i>	37

H

海关仓库 <i>customs warehouse</i>	162
航空运输 <i>air transport</i>	180
互联网服务 <i>internet service</i>	206
划线支票 <i>crossed cheque</i>	134
货币 <i>money</i>	4
货到付款 / 交货付现 <i>cash on delivery</i>	106
货柜运输 <i>container transportation</i>	182
货柜 / 集装箱 <i>container</i>	182
货运通知书 <i>advice note</i>	110

J

及时制度 / 无库存制度 <i>just in time / zero stock system</i>	164
价格表 <i>price list</i>	106
间接生产 <i>indirect production</i>	3
交货条件 <i>terms of delivery</i>	106
借项凭单 <i>debit note</i>	113
金融环境 <i>financial environment</i>	12
经济环境 <i>economic environment</i>	12
经商环境 <i>business environment</i>	11
拒付支票 <i>dishonoured cheque</i>	138

K

科技环境	
<i>technology environment</i>	12
应税货品	
<i>dutiable goods</i>	160 / 162
空头支票	
<i>bounced cheque</i>	138
空邮	
<i>airmail</i>	201
库存管理 / 存货管理	
<i>inventory management</i>	164
跨行直接转账	
<i>interbank GIRO transfer</i>	146
快递服务	
<i>courier service</i>	182 / 200
快邮	
<i>post express</i>	203

免税货品

non-dutiable goods

161

名目硬币

token coin

131

P

批发商	
<i>wholesaler</i>	54
批发业	
<i>wholesaling</i>	57
批发商仓库	
<i>wholesaler's warehouse</i>	161
平邮	
<i>ordinary mail</i>	201

Q

企业家才能 / 企业家精神	
<i>entrepreneurship</i>	31
清算户口	
<i>clearing account</i>	139
区域专业化	
<i>regional specialization</i>	36
全球定位系统	
<i>global positioning system</i>	207

R

人力资源	
<i>human resource</i>	30
人力资源环境	
<i>human resource environment</i>	12

M

贸易	
<i>trade</i>	8
贸易文件	
<i>trade documents</i>	100

S

商品 / 货物 / 货品 / 物品 <i>goods</i>	6
商品目录/产品目录 <i>catalogue</i>	106
商业 <i>business</i>	5
商业服务 <i>commercial service</i>	29
商业环境 <i>business environment</i>	11
商业回邮服务 <i>business reply service</i>	203
商业信誉参考 <i>trade reference</i>	108
商业折扣 <i>trade discount</i>	107
商誉 <i>goodwill</i>	107
赊购 <i>credit purchase</i>	129
生产财 / 资本财 <i>producer goods / capital goods</i>	7
生产 <i>production</i>	25
生产要素 <i>factors of production</i>	30
生产作业模式 <i>production operations model</i>	30
时间效用 <i>time utility</i>	27
市场环境 <i>market environment</i>	12
收据 <i>receipt</i>	115
收款人 / 受款人 <i>payee</i>	133
受票银行 / 付款人 <i>drawee</i>	133
售后服务 <i>after-sales service</i>	84
授权公司 <i>franchisor</i>	87

双挂号

acknowledgement receipt registered mail	201
水路运输 <i>water transport</i>	178
私人邮政信箱 <i>post office box</i>	202
送货单 <i>delivery note/delivery order</i>	110

T

特许加盟连锁 <i>franchise chain</i>	87
特许加盟店 <i>franchisee</i>	87
铁路运输 <i>rail transport</i>	176
通讯 <i>communication</i>	196
托运单 <i>consignment note</i>	110

W

网上零售 <i>internet retailing</i>	88
网上商店 <i>electronic shop / online shop</i>	82
文化与语言环境 <i>culture and language environment</i>	13
无形产品 <i>invisible product</i>	7
物物交换 <i>barter</i>	3

X

消费品		硬币	
<i>consumer goods</i>	7	<i>coin</i>	131
消费人 / 消费者		邮政汇票	
<i>consumer</i>	51	<i>postal order</i>	147
现金折扣		邮政汇款单	
<i>cash discount</i>	107	<i>money order</i>	148
效用		邮资盖印机服务	
<i>utility</i>	26	<i>franking service</i>	202
效率		有形产品	
<i>efficiency</i>	33	<i>visible product</i>	6
效能		预先付款	
<i>effectiveness</i>	33	<i>prepayment</i>	129
新媒体		远期支票	
<i>new media</i>	198	<i>post-dated cheque</i>	138
信用卡		月结单	
<i>credit card</i>	144	<i>statement of account</i>	116
形式效用		运费付讫	
<i>form utility</i>	27	<i>carriage paid</i>	106
形式发票		运费未付	
<i>pro-forma invoice</i>	112	<i>carriage forward</i>	106
许可保税仓库		运输	
<i>licensed bonded warehouse</i>	162	<i>transportation</i>	173
询问信			
<i>letter of inquiry</i>	104		

Y

延期付款 / 延期支付		政治与法律环境	
<i>deferred payment</i>	129	<i>political and legal environment</i>	13
银行证明信		支票	
<i>banker's reference</i>	108	<i>cheque</i>	132
银行本票		支票清算所	
<i>cashier's order / banker's cheque</i>	140	<i>cheque clearing house</i>	138
银行汇票/即期汇票		直接付款指示	
<i>bank draft / demand draft</i>	141	<i>direct debiting instruction</i>	146
营商环境		直接个人服务	
<i>business environment</i>	11	<i>direct personal service</i>	29
影视会议 / 视讯会议		直接生产	
<i>video conferencing</i>	206	<i>direct production</i>	3
		直销公司	
		<i>direct selling company</i>	81
		直销商	
		<i>distributor</i>	81
		直营连锁	
		<i>regular chain</i>	86

Z

制成品	
<i>finished goods</i>	28
制造商仓库	
<i>manufacturer's warehouse</i>	161
中级生产	
<i>secondary production</i>	28
中间商 / 中间人	
<i>middleman</i>	51
专卖店	
<i>specialty shop</i>	77
专业化	
<i>specialization</i>	34
资本	
<i>capital</i>	31
资本财	
<i>capital goods</i>	7
资金转账	
<i>fund transfer</i>	145
资讯通讯科技/信息通讯技术	
<i>information and communication technology</i>	204
自动贩卖机	
<i>vending machine</i>	76
自然资源	
<i>natural resource</i>	30
总代理	
<i>sole agent</i>	55
租购	
<i>hire purchase</i>	130
转换过程	
<i>transformation processing</i>	32
转账卡 / 过账卡	
<i>debit card</i>	144