

建筑面积的利用情况来看，

1. 办公面积所占比重偏高。如以各自的营业面积为100计算，则隆福大厦为63；百货大楼为57.9；友谊商店为44；东安市场为33；西单商场为30；长安商场为11。

2. 店内仓库面积所占比重也普遍偏高。仍以各自的营业面积为100计算，则东安市场为60；隆福大厦为56；友谊商店为52；百货大楼为40；西单商场为37；长安商场为19。

3. 用在诸如更衣休息室、内部食堂、辅助设施等其他方面的建筑面积，所占比重也是较高的。如果仍以各自的营业面积为100计算，其他面积所占的比重，友谊商店为63；西单商场为51；长安商场为50；东安市场为37；隆福大厦为29；百货大楼为20。

由此可见，除长安商场以外，其办公面积、店内仓库面积与其他面积三者之和，均超过其营业面积。这种“三高一低”（即：办公面积、店内仓库面积和其他面积的比重偏高，营业面积的比重偏低）的情况表明，只要依据商事与商务活动不同特点的需要，依据各自的具体情况，改变现有建筑面积的使用状况，扩大营业面积的潜力是不小的。

三、科学区分商事与商务，合理利用建筑面积

繁华地段，寸土寸金，是商事活动的宝地，多被商务活动占用，实在可惜。合理使用建筑面积，增加商事活动场所则将会直接带来商业经济效益的提高。如以1988年至1990年三年的年均商品销售额为基数计算，每平方米营业面积全年实现的商品销售额，东安市场为4.1万元；西单商场为3万元；友谊商店为2.8万元；王府井百货大楼为2.7万元；隆福大厦为1.9万元。由此不难看出，位居黄金地段的大型零售商业企业，由于其建筑面积没能合理利用所带来的营业损失该有多大。当然，这种损失的原因可能是多方面的。但由于在认识上商事与商务不分，在实践上缺乏科学区分商事、商务的意识，没能从商事、商务的不同特点出发安排商业活动，当是一个很重要的原因。改革开放至今，市场经济逐渐深入人心，大型商业企业在深化改革中，是应依照商事与商务的不同特点，采取一些相应地措施的时候了。应依据各自的具体情况：

1. 尽可能地改办公面积为营业面积。这样，通过“拆庙、迁神”，压缩企业中的行政管理人，增加营业人员，使营业人员劳动效率（商品销售额与同期营业人员数之比）与全员劳动效率（商品销售额与同期全体职工人数之比）之差，尽可能缩小，从而提高整个企业的劳动效率。甚至可以设立营业人员劳动效率与全员劳动效率之差的指标，来衡量大型商业零售企业经营管理水平状况，以便达到精简、效能、充实一线，提高管理人员素质，提高经济效益之目的。

2. 将属于商务活动的办公用房改迁到土地级差收入较低的异地办公。或者尽可能地压缩店内仓库，更有效地利用店外仓库的面积。通过核算对比，对属于商务活动的办公用房与店内外仓库面积的利用，进行合理选择。

3. 在改建、扩建、重建或新建黄金地段的大型零售商店时，要充分考虑商事与商务活动的不同特点，尽可能地扩大商事活动面积，提高营业面积占建筑面积的比重。不再重走营业面积比重过低的老路。

4. 如繁华地段是步行街，商事、商务活动地方分开，不仅可以增加商事活动的面积，提高经济效益；还将给商务活动的往来人员，带来诸多地方的便利。如果商务活动能集中在距银行、税务、客商聚居的写字楼附近的地方，则会给彼此的商务活动带来无形的受益。

四、在商务活动中注重提高劳动效率

在商务活动中，劳动效率的高低至关重要。如果每一位商务人员都尽心尽力地办好每一笔商务业务，则整个企业的商务工作就会做得有声有色，生机勃勃，为此：

1. 要稳定商务人员队伍。任何一位精明的商业企业管理人员，都清楚的知道，一位有经验的的业务员，可以说他满身是关系，满脑是信息。他仰仗这些关系和信息，去承办一笔业务，不但信用度高，而且办事效率也高。如果是一位新手，可能他有很高的热情和很大的积极性，但真正办起事来，常常是事倍功半。可是一位新的营业员，只要他具备最基本的素质，全凭这股热情和积极性，通常也会把生意做得满不错。所以，如果说培养一位商事人员较为容易的话，那么，培养一位商务人员，就变得很难了。商务工作的这一特点，直接要求商务人员的队伍越稳定越好。商务人员队伍的稳定，就会带来企业间相互关系的稳定，就会带来企业与相关部门、机构关系的稳定，就会带来本企业经营渠道的稳定。在变化万千的市场经济中，能稳定这种商务关系是难能可贵的。

2. 要提高商务人员素质。所谓“商务极博”，就博在商务活动要求的商务人员的博学多才上。当然不可能要求每一位商务人员都具有渊博的学识，但起码应是本业务领域的通士，或者是这方面的专家。达到这一目标的途径是很多的，但关键的一环是企业领导的重视和培养。

3. 要提高商务劳动效率。商务活动的独立性较强，调动商务人员的主动性和积极性，显得尤为为重要。就一般情况而言，如能使其活动的目标是清楚的，这一目标经过努力又是定能够达到，而为达到这一目标所付出的劳动又不是无效的。在此情况下，一般都是会有积极性和主动性的。商务人员积极性、主动性的提高，必然会带来商务劳动效率的提高，从而为整个商事活动打下良好的基础。

五、在商事活动中注重提高经济效益

商事极繁，集中地体现在商事活动最终环节的商品销售中。如果不是自选商场或全敞开售货等现代销售方式，而是“一手钱，一手货”这种传统的商品销售，则商事极繁这个概念，表述得是很准确的。只要营业人员不怕商事活动的繁琐、繁杂，能够做到“百问不厌，百拿不厌”，一般都会取悦于顾客。在商品适销对路的前提下，往往都会成交的。当然，加上其他方面的服务就会更好。但如果是有偿服务，而服务收费不管是直接的还是间接的，若是费用过高，超过不同消费层次的承受能力，反会影响商品销售，此可当别论。商事活动，因其服务对象的流动性，受地域环境影响较大和要求服务场所宽敞等特点。所以，在商事活动中应把商品销售的提高，经济效益的增加放在首位。

1. 在既定营业面积的基础上，尽可能地商品展示给顾客。以唤醒“睡眠状态的购买”，激发潜在需求，增加商品销售。

2. 采取多种形式，实行“顾客固定化”策略，把流动顾客尽可能的“固定”下来，使其变成“回头客”，和本店的“义务宣传客”。

3. 在优质服务上下功夫。尤其是在“经济服务化”的发展趋势中，在商品同质的条件下，谁的服务好，谁就会赢得顾客。

(作者系中国人民大学贸易经济系教授)