



财经商贸类专业创新型精品教材

商品学基础

主 编 庄小将 孙大兵

北京出版集团
北京出版社

商品学 基础

SHANGPINXUE JICHU

主 编 庄小将 孙大兵

北京出版集团
北京出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

商品学基础 / 庄小将, 孙大兵主编. —北京: 北京出版社, 2023.12

ISBN 978-7-200-18426-6

I. ①商… II. ①庄… ②孙… III. 商品学 IV. ① F76

中国国家版本馆 CIP 数据核字 (2024) 第 000551 号

商品学基础

SHANGPINXUE JICHU

主 编: 庄小将 孙大兵
出 版: 北京出版集团
北 京 出 版 社
地 址: 北京北三环中路 6 号
邮 编: 100120
网 址: www.bph.com.cn
总 发 行: 北京出版集团
经 销: 新华书店
印 刷: 定州启航印刷有限公司
版 印 次: 2023 年 12 月第 1 版 2023 年 12 月第 1 次印刷
成品尺寸: 185 毫米 × 260 毫米
印 张: 14.5
字 数: 317 千字
书 号: ISBN 978-7-200-18426-6
定 价: 48.00 元

教材意见建议接收方式: 010-58572341 邮箱: jiaocai@bphg.com.cn

如有印装质量问题, 由本社负责调换

质量监督电话: 010-82685218 010-58572341 010-58572393

目 录

项目一

认识商品 / 1

任务一 商品·····	2
任务二 商品的生产、流通和消费·····	8
任务三 商品学·····	12

项目二

商品分类与商品目录 / 22

任务一 商品分类·····	24
任务二 商品分类管理·····	32
任务三 商品目录·····	35

项目三

商品代码与商品条码 / 43

任务一 商品代码·····	44
任务二 商品条码·····	47

项目四

商品质量 / 64

任务一 商品质量概述·····	65
任务二 影响商品质量的因素·····	69
任务三 商品质量的基本要求·····	74
任务四 商品质量管理相关概念和发展阶段·····	79
任务五 商品质量管理方法·····	86

项目 五

商品质量监督与质量认证 / 96

任务一	商品质量监督·····	97
任务二	商品质量认证·····	106
任务三	质量体系认证及其他认证·····	116

项目 六

商品储运与养护 / 125

任务一	商品储运概述·····	126
任务二	商品储运管理·····	132
任务三	商品储运期间的质量变化·····	139
任务四	仓库温湿度管理·····	147
任务五	商品的养护·····	151
任务六	食品的储存与保鲜·····	158

项目 七

商品检验 / 167

任务一	商品检验概述·····	168
任务二	商品检验的方法·····	173
任务三	商品抽样·····	177
任务四	假冒伪劣商品的识别·····	182

项目 八

商品包装 / 194

任务一	商品包装概述·····	196
任务二	商品包装材料·····	201
任务三	商品包装技法·····	205
任务四	常见商品包装标志·····	212

参考文献 / 224

项目二 商品分类与商品目录



» 学习要点

知识目标

- 商品分类的概念、基本方法以及分类的标志。
- 商品目录的概念和种类。

技能目标

- 能够运用所学知识对常见商品进行经营分类。
- 学会编制企业商品目录。

思政目标

结合教学内容、案例资料等，通过互动课堂、案例分析等形式，引导学生正确把握商品分类方法，同时培养学生精益求精的工匠精神、创新意识和职业判断能力。

工作情景导入

一般零售超市商品的基本种类

零售超市一般是面向广大市民，满足家庭生活需要，因此，其商品的品种大多以家用生活品为主，主要包括家用电器类，家庭五金、家庭用品类，卧具、家具类，文具、图书类，体育健身用品类，摄影器材、钟表、眼镜类，妇女儿童用品类，玩具类，服装、内衣类，食品类等。

家用电器类

家用电器类商品大致有：电锅、炖锅、电碗、铁板烧、开水机、电咖啡壶、电茶壶、电炉、烤箱、面包机、果汁机、搅拌机、烘碗机、熨斗、打蜡机、吸尘器、电热器、电扇、除湿机、对讲机、手电筒、电池、夜灯、收音机、电子表、助听器、耳机、录音机、放音机、语言学习机、音响、扩音器、喇叭、吹风机、按摩器、整修器、美容器、血压器、洗牙机、电话机、清洁器材、整理盒、音响架、麦克风、变压器、电视机、天线、冰箱、洗衣机、空调、唱片、音乐带、音乐器材及各种电器修护工具等。

家庭五金、家庭用品类

家庭五金、家庭用品类商品范围相当广泛，其主要商品有刀具、切菜板、西餐用具、调理用具、开瓶器、榨汁机、不锈钢锅、铝锅、彩色锅、快锅、瓷盘、塑料杯、逆胶盘、西餐餐具、中餐餐具、热水瓶、保温杯、冰桶、茶桶、水壶、瓷器茶壶、铝茶壶、不锈钢茶壶、玻璃壶、塑胶壶、水果盘、饼盒、不锈钢饭盒、塑胶饭盒、野餐用具、调味用品、牙签、筷子、咖啡壶、垃圾桶、水桶、物品架、物品盘、物品箱、储物盒、保鲜用品、挂钩、衣架、清洁剂、肥皂粉、洗洁巾、刷子、手套、剪刀、锁链、钉钩、工具箱、园艺用品。

妇女儿童用品类

婴儿用品主要有：套装、洋装、裤子、裙子、外套、大衣、背心、衬衫、针织衫、睡袍、睡衣裤、内裤、三角裤、内衣、婴儿礼盒、纸尿裤、尿布、肚围、睡袋、披风、肚衣、长袍、和服、满月服、四月服、婴儿床、婴儿藤床、摇床、学步车、推车、摇椅、汽车挂椅、座椅、便器、浴盆、脸盆、温度计、洋枕、指甲刀、安全别针、棉棒、粉扑、背巾、梳子、手帕、手套、帽子、鞋子、袜子、枕头、尿垫、浴巾、包巾、棉被、毛毯、睡袋、音乐铃、玩具、书籍、音乐带、乳液、婴儿油、香水、痱子粉、洗发精、消毒器具、保温奶瓶、奶粉盒、餐盘、汤匙、杯类、奶嘴、固齿器、玩具奶嘴。

产妇用品主要有：保养品、吸乳器、卫生棉、卫生裤、内衣、内裤、束裤、产妇装、裤子、裙子、外套、上衣、套装。

童装有：衬衫、背心、短裤、长裤、半长裤、吊带裤、夹克、运动衫、毛衣、套装、西装、大衣、风衣、内衣、平口裤、长袜、半筒袜、裤袜、运动鞋、凉鞋、拖鞋、社交鞋、休闲鞋、学生鞋、吊带、腰带、便帽、鸭舌帽、运动帽等。

玩具类的商品有：飞机、车、船、人物、战场、太空情景、积木、拼图板、益智玩具、电子游乐器、刀、枪、敲击乐器、管簧乐器、弦乐器、摇铃、娃娃、吊饰、布偶、玩偶、厨房家具组、水果食品组、三轮脚踏车、汽车、摇马、电动车、风筝、秋千等。

食品类

食品类的商品大致有蔬菜、水果、礼盒、礼篮、海鱼、贝类、生鱼片、鱼丸、鱼排、淡水鱼类、乌鱼子、牛肉、猪肉、猪内脏、羊肉、家禽、家禽内脏、加工调味料、酱菜、清凉食品、素食类、蛋类、菜盘、烤物、炸物、冰品、冷冻加工鱼制品、冷冻杂货、鲜奶、果汁、乳果、甜点、饮料、速食品、水果罐头、卤类罐头、佐膳调味品、甜点粉类、米、宠物食品、奶粉、婴儿食品、茶叶、人参茶、浓缩粉类、浓缩液类、国产饼干、进口饼干、巧克力、地方名产、零食类、烟酒等。

零售超市商品的合理分类，能够提高企业管理效率，方便顾客购买。如何科学地进行商品分类，关键在于要明确商品的分类目的、分类原则、分类方法、分类标志等基本问题。

任务一 商品分类



任务提出

A 同学去当地的零售超市实习，分到卖场的非食品部门，部门负责人让小 A 对该部门的商品品类的摆放和陈列给出一些自己的建议，以提高超市管理效率，方便顾客购买。A 同学立刻着手研究该部门的商品分类是否合理。



背景知识

一、商品分类的概念

(一) 商品分类的定义

商品分类是指为了一定的目的，按照一定的标志，科学地、系统地将商品集合总体分成若干不同类别的过程，也称为商品品类。分类具有普遍性，是人类认识事物、区分事物的重要方法。分类的结果，使日常事务大大简化，提高了效率。科学的商品分类是商品编码与商品目录的基础，有利于编制出各种简便实用的商品目录，以满足各方面的需要，是商品经营管理的重要工作内容之一。



案例分析 2 - 1

某小商品城商品的分类与管理

某小商品城商品类别划分为一、二、三类商品。

一类商品：易造成人身财产等质量安全问题的商品，如食品、保健品、化妆品、玩具、燃气灶具、电器等商品。

二类商品：易造成侵犯知识产权问题的商品，如服装、鞋、帽、箱包、钟表、眼镜、体育休闲用品、图书、音像等商品。

三类商品：除一、二类以外的商品，如饰品、工艺品、针棉织品、文化用品、五金工具等其他商品。

该商品城针对商品的不同类别采用不同的监督管理方法。

一类商品的主要监管方式：对商品实行严格的市场准入制度。对所有商品进行备案，实行定期、不定期的检查，发现问题及时整治。

二类商品的主要监管方式：实行品牌准入，建立商品品牌数据库，实行品牌明示制度；要求营业户提供合法经营证明与进货票据；建立维权联络机构。

三类商品的主要监管方式：鼓励营业户走品牌之路。要求营业户掌握自己所经营商品及生产企业的相关信息，便于执法部门的日常监管。

问题：分析商品分类与商品管理的关系。

提示：根据商品类别上的差异性，提出不同的管理监督方法，实行差别性的市场管理。

（二）商品分类的作用

商品分类是商品学研究的基础，也是国民经济管理现代化的先决条件。随着科学技术的进步和商品经济的不断发展，商品种类日趋增多，商品分类的作用也越来越大。

1. 科学分类是实施商品管理活动及实现管理现代化的基础

商品的种类繁多、特征多样、价值不等、用途各异，只有将其进行科学的分类，统一商品用语，商品生产到流通领域的各种计划、统计、核算、物价、运输、仓储等各项日常管理工作才能顺利进行，各类指标、统计数据和商品信息才具有可比性和实用价值。

2. 科学分类有利于开展商品研究

由于商品品种繁多，用途不同，性能及特征各异，且对包装、运输、存储的要求也各不相同，因此只有在科学分类的基础上，将众多的商品从个别商品特征归纳为每类商品特征，才能深入分析和了解商品的性质和使用性能，研究商品质量和品种及其变化规律，从而为商品质量的改造和提高，商品预测和新商品开发，商品包装、运输、保管、科学养护、检验、合理使用和质量保证提供科学依据。

3. 科学分类有助于推动标准化活动

对商品进行科学分类，可使商品的名称和类别统一化、标准化，从而可以避免同一

商品在不同部门由于名称、计量单位、计算方法、口径范围等不统一而造成困难，便于安排生产与流通。

4. 科学分类有助于消费者选购商品

在销售环节中，通过科学的商品分类和编制商品目录，能有秩序地安排市场供给以及合理地布置商场，从而便于消费者和用户选购。

(三) 商品分类的层次

可将商品集合总体划分为门类、大类、中类、小类、品类、品种和细目七个层次，还可以将商品集合分为大类、中类、小类、单品（或细目）四个层次。后者在日常生活中更为常见，现以此为例进行说明，如表 2-1 所示。

表 2-1 商品分类应用实例

商品类目名称	应用实例	
商品大类	食品	日用工业品
商品中类	乳制品	洗涤品
商品小类	牛乳粉	肥皂
商品细目	完达山全脂奶粉 400 g	力士润肤香皂 115 g

(1) 大类，是粗线条分类，体现商品生产和流通领域的行业分工，如食品、纺织品、日用工业品、医药、机械产品和石油化工产品等。大类也可依据生产来源、生产方式、处理保存方式等商品特征来划分，如五金类、化工类；食品超市的大类还可以是水产、畜产、果蔬、日配加工食品和一般食品等。

(2) 中类，类似七分类层次中的商品品类，也称为商品品目，是指具有若干共同性质或特征商品的总称，着重于以功能、用途、制造方式、方法、产地等特征来划分。例如，日配加工食品大类中包含牛奶、豆制品、冰品和冷冻食品等中类；工业制品包括玻璃制品、铝制品、塑料制品等。

(3) 小类，是对商品中类的进一步划分，体现具体的商品名称，是单品管理之前的最小单位、最细的分类。小类有时也称为商品品种或商品种类，它是按商品的性质、成分等方面的特征来划分。例如，酒类商品分为白酒、啤酒、葡萄酒、果酒等；中类牛奶中包含鲜乳、调味乳、发酵乳等小类；糖果可分为硬糖、夹心糖、奶糖、凝胶糖、巧克力糖等。

(4) 单品，也称为商品细目，是对商品品种的详尽区分，包括商品的规格、花色、等级等，是商品分类中不能进一步细分的、完整的、独立的商品品项，如 56 度五粮液、500 mL 听装哈啤冰纯、1.25 L 瓶装可口可乐等。

二、商品分类的标志

商品分类标志的选择是商品分类的基础，科学地选择分类标志是建立完善的商品分类体系和商品目录的重要依据。

（一）商品分类标志的选择原则

由于可供选择的分类标志很多，为了使商品分类能满足分类的目的和要求，并将分类对象明确区分，选择分类标志时遵循以下基本原则。

1. 明确性

选用的分类标志能满足分类的目的和要求，这是商品分类的关键。

2. 区分性

商品分类标志的含义明晰，从本质上反映商品的特性。

3. 包容性

商品分类标志建立起的分类体系必须包含规定范围内的全部商品，并为不断补充新商品留有余地，以保证商品分类的相对稳定性和连续性。

4. 唯一性

在同一类别范围内只能采用一种分类标志，不能同时采用两种或多种分类标志，且不得在不同类别中反复出现。

5. 逻辑性

在分类体系或目录中，下一层级分类标志是上一层级分类标志的合乎逻辑的继续和自然延伸。

6. 简便性

分类标志必须使商品分类在实际运用中简便易行，便于采用数字编码和运用计算机进行处理。



案例分析 2 - 2

某百货商店有三个柜组，分别是文教用品柜组、办公用品柜组和小家电柜组。各柜组经营商品如下。

文教用品柜组：学生用品、计算器、掌上电脑、保险柜、文件夹、胶条、各类笔。

办公用品柜组：乐器、电话、手机、健身器材、打印机、扫描仪。

小家电柜组：收音机、随身听、照相机、相册、胶卷、复读机、助听器、电池、豆浆机、蒸汽熨斗、加湿器。

问题：

1. 三个柜组各自经营的商品与柜组名称相符吗？
2. 这样的柜组分类会给店内管理及顾客选购商品带来不便吗？
3. 怎样分类更合理？

（二）常用商品分类的标志

1. 以用途作为商品分类的标志

商品的用途是体现商品使用价值的重要标志，也是探讨商品质量和商品品种的重要

依据。在实际工作中按商品用途分类的应用最广泛,如现行商品大类划分为食品、生产资料、日用工业品、家用电器等,就是按用途划分的。它也适用于商品品类和品种的详细划分,如胶鞋可分为劳保鞋、雨鞋、便鞋以及运动鞋等,而运动鞋又可分为足球鞋、网球鞋、乒乓球鞋等。

以商品的用途作为分类标志,便于分析比较同一商品的质量和性能,有利于生产企业改进和提高商品质量,开发新的商品品种,生产适销对路的商品;有利于商品流通企业组织商品流通和经营管理;有利于消费者按需求选购商品。但是,这种分类标志不适用于多用途的商品类别划分。

2. 以原材料作为商品分类的标志

商品的原材料是决定商品质量、使用性能和特征的重要因素。由于原材料不同,商品具备截然不同的特性和特征,并反映在商品的化学成分、性能、加工、包装、使用条件等方面。例如,食品按原料来源可划分为植物性食品、动物性食品和矿物性食品,它们的化学成分和营养价值有明显的差别。纺织品按原料不同,可分为天然纤维织物和化学纤维织物,天然纤维织物又可分为棉织品、毛织品、丝织品和麻织品,化学纤维织物可分为黏胶织品、涤纶织品等。皮鞋按原材料不同,可分为牛皮鞋、猪皮鞋、羊皮鞋、人造革皮鞋等。

以原材料作为分类标志的特点是分类清楚,能从本质上反映出每类商品的性能、特点、使用与保管要求,尤其是对原材料来源较多且性能受其影响较大的商品进行分类比较合适。但是对于由两种或两种以上不同原材料生产的商品,则不适宜采用这种分类标志,如电视机、小汽车、洗衣机等。

3. 以加工方法作为商品分类的标志

很多商品即使选用的原材料相同,因生产加工方法不同,也会赋予商品不同的质量和特性,形成截然不同的品种类别,因此,加工方法也是商品分类的重要标志。这种分类标志对那些可以选用多种加工方法制造且质量特征受工艺影响较大的商品更为适用,它能够直接说明商品质量特征和风格。例如,茶叶按生产方法不同,分为全发酵茶(红茶)、半发酵茶(乌龙茶)、不发酵茶(绿茶)和后发酵茶(黑茶)等;酒类可分为蒸馏酒、发酵酒、配制酒等;纺织品可分为机织物、针织物和无纺织物等。但对于某些商品,如热塑性塑料制品,尽管加工成型的方法不同,无论是用吹制、注射、挤出还是热挤冷压或压铸成型等方法所制得的制品,其质量和基本性能并未产生实质性差别,因此,不宜使用加工方法作为标志进行分类。

4. 以化学成分作为商品分类的标志

很多商品的性能、质量都取决于它们的化学成分,通常单一化学成分的商品极少,大多数是多种成分的混合物。构成商品的成分有主要成分和辅助成分之分,很多情况下,决定商品性质的是主要成分,分类时应以主要成分为标志。有些商品的主要成分虽然相同,但是由于含有不同的特殊成分,可形成质量、性能和用途完全不同的商品,此时,商品的特殊成分也可以作为分类标志。例如,塑料商品可按其主要成分合成树脂的

种类不同分为聚乙烯、聚丙烯、聚苯乙烯；而玻璃则按其所含的特殊化学成分分为钠玻璃、钾玻璃、铅玻璃和铝硅玻璃等；碳素钢则按含碳量的不同分为低碳钢、中碳钢、高碳钢；化肥则按其所含的特殊元素可分为氮肥、磷肥、钾肥等。

按化学成分进行商品分类，能够更深入地分析商品特性，对研究商品的加工、包装、使用以及商品在储运过程中的质量变化有重要意义。化学成分已知且对商品性能影响较大的商品易采用这种分类标志进行分类，但对于化学成分比较复杂或易发生变化以及对商品性能影响小的商品则不适宜采用这种分类标志。

除了以上常用的商品分类标志外，还有以下一些其他的分类标志。

- (1) 按商品的使用期长短，分为耐用性商品和易耗性商品。
- (2) 按市场范围，分为地方商品、内销商品和外销商品。
- (3) 按商品的加工程度，分为原料、半成品和成品等。
- (4) 按商品生产季节，分为春季商品、夏季商品、秋季商品和冬季商品。
- (5) 按商品的外形分类，如常用平板玻璃分为普通平板玻璃、磨砂玻璃、压花玻璃、夹层玻璃和钢化玻璃等。

《全国主要产品分类与代码 第1部分：可运输产品》(GB/T 7635.1—2002)中的分类依据就是按产品的产业源及产品的性质、加工工艺、用途等基本属性进行分类。五大部类分别是农林(牧)渔业，中药；矿和矿物，电力、可燃气和水；加工食品、饮料和烟草，纺织品、服装和皮革制品；除金属制品、机械和设备外的其他可运输物品；金属制品、机械和设备。

三、商品分类的基本方法

商品分类的基本方法主要有两类，即线分类法和面分类法。不同的分类方法有对应的分类体系。

(一) 线分类法及线分类体系

1. 线分类法的概念

线分类法又称层级分类法，是指将分类对象按所选定的若干分类标志，逐次地分成相应的若干层级类目，并编制成一个有层次、逐级展开的分类体系。商品经营分类通常将商品分为大类、中类、小类和细目等，就是典型的线分类法的应用。例如，家具分类的线分类层次，如表2-2所示。

表 2-2 家具线分类法结构

分类层次	类目名称
大类	家具
中类	木制家具、金属家具、塑料家具、竹藤家具
小类	床、椅、凳、桌、箱、架、橱柜、笼、其他

2. 线分类法应遵循的基本原则

- (1) 在线分类法中，由某一上位类类目划分出的下位类类目的总范围应与上位类类

目范围相同，如木质家具、金属家具、塑料家具、竹藤家具都属于家具。

(2) 当一个上位类类目划分成若干个下位类类目时，应选择一个划分标志，如中类按照制作原料划分。

(3) 同位类类目之间不交叉、不重复，并只对应于一个上位类，如木椅、木凳、木桌、木箱、木架等。

(4) 分类要依次进行，不应有空层或加层。

3. 线分类体系

按照线分类法建立起的体系即为线分类体系。

线分类体系的优点：层次性好，能较好地反映类目之间的逻辑关系；符合传统应用习惯，既适用于手工处理，又便于计算机处理。

线分类体系的缺点：存在分类结构弹性差的问题。

(二) 面分类法及面分类体系

1. 面分类法的概念

面分类法又称平行分类法，是指将所选定的分类对象的若干标志视为若干个面，每个面划分为彼此独立的若干个类目，编制成一个由若干个面构成的平行分类体系，如服装面分类法，如表 2-3 所示。面之间没有隶属关系，每个面又分成若干个类目，使用时将有关类目组配起来，便成为一个复合类目，如纯毛男式西服、化纤女式套装等。

表 2-3 服装面分类法示例

第一面 面料	第二面 式样	第三面 款式
纯棉	男式	西服
纯毛	女式	衬衫
化纤	—	套装
混纺	—	休闲服
—	—	连衣裙

2. 面分类法应遵循的基本原则

- (1) 根据需要，应将分类对象的本质属性作为分类对象的标志。
- (2) 不同类面的类目之间不能相互交叉，也不能重复出现。
- (3) 每个面有严格的固定位置。
- (4) 面的选择以及位置的确定应根据实际需要而定。

3. 面分类体系

按照面分类法建立的分类体系即为面分类体系。

面分类体系的优点：结构弹性好，可较大量地扩充新类目，不必预先确定好最后的分组，适用于计算机管理。

面分类体系的缺点：组配结构太复杂，不便于手工处理，其容量也不能充分利用；容易出现没有任何意义的商品复合类目，如混纺男式连衣裙。

在实际运用中，通常会采用综合分类法的形式。例如，我国在编制《全国工农业产品（商品、物资）分类与代码》国家标准时，采用的就是线分类法和面分类法相结合、以线分类法为主的综合分类法。首先，根据人类社会生产与分工的发展进程和我国国民经济发展的格局，按农业、轻工业、重工业的顺序，对工农业产品分类体系中的最高层（门类、大类、中类）完全采用按产业、行业组配的面分类法，使所有的产品与行业挂钩，而对以下的各层级，则按商品属性的内在联系，采用线分类法划分。《全国主要产品分类与代码》与国际标准接轨，主要采用线分类法，而在大部类、部类等高层级划分采用的还是面分类法。

互动课堂 2-1

商品分类与商品体系

在零售业态下，商品分类是打造商品体系的基础，商品体系则是商品结构的系统性汇集，商品特性决定商品分类，商品分类决定商品体系。商品体系是由零售业态性质决定的商品结构的汇集，形成自上而下逐级划分的形态。不同业态的商品体系各不相同，尽管自上而下逐级划分模式相同，但是划分的层级并不相同。发达国家大型商超甚至有划分为九级的，但较常见的为七级。

1. 生活与购物范围（门店性质）。
2. 生活领域结构（商品大类）。
3. 每一生活领域主品类构成（中分类）。
4. 生活领域中的副品类构成（小分类）。
5. 副品类构成中的品种构成（细分类）。
6. 用途或功能中的商品包装规格（品规）。
7. 单品（SKU）。

[资料来源：柳伟雄，椎名敏也. 新型药品零售业态与商品分类[J]. 中国药店，2021（6）.]

请同学们结合资料思考：

1. 什么是商品分类？
2. 如何理解发达国家大型商超商品体系七级划分的层级？
3. 如果让你为一个面积为 100 m^2 的校园便利店进行商品分类，你有哪些创新的分类方式？

任务二 商品分类管理



任务提出

小A去当地的零售超市实习，在实习的过程中如何根据一般零售超市商品的基本种类，对超市的商品进行分类管理。



背景知识

对商品进行分类，是企业管理科学化、规范化的需要。它有利于将商品分门别类地采购、配送、销售、库存、核算，以提高管理效率和经济效益。

一、超市商品分类管理

超市的商品涵盖了衣食住行各个方面，各种商品的特性不尽相同，保存条件、销售方式、运输方式、处理技术、陈列要领也各不相同。超市可以在商品分类的基础上，根据目标顾客的需要，选择并形成有特色的商品组合，体现自身的个性化经营。

（一）超市商品分类的原则

1. 大分类的原则

超市的大分类最好不要超过十个，这样比较容易管理。不过，这仍须视经营者的经营理念而定，经营者若想把事业范围扩增到很广的领域，可能就要使用比较多的大分类。大分类的原则通常依商品的特性来划分，如产品来源、生产方式、处理方式、保存方式等，类似的一大群商品集合起来作为一个大分类。例如，水产品就是一个大分类，原因是这个分类的商品来源皆与水有关，保存方式及处理方式也相近，因此可以归为一大类。

2. 中分类的原则

- (1) 依商品的功能、用途划分。
- (2) 依商品的制造方法划分。
- (3) 依商品的产地划分。

3. 小分类的原则

- (1) 依功能、用途分类。此种分类与中分类原理相同，是按功能、用途来进行更细的分类。
- (2) 依规格、包装形态分类。
- (3) 依商品的成分分类。
- (4) 以商品的口味分类。

4. 单品

单品是商品分类中不能进一步细分的、完整独立的商品品项。

(二) 超市商品管理

1. 超市商品的分类

(1) 主力商品、关联商品、补充商品。一家超市中能表现其特征的商品就是主力商品，而主力商品也是该超市销售额的主要来源。要根据主力商品配置其关联商品，又根据主力、关联商品的需要配置补充商品。

(2) 编码商品、替换商品、季节性商品及特卖商品。编码商品也称判定商品，常年销售的商品会进行编码。替换商品，将一种商品在一定期间内根据其销售情形与其他商品进行更换。季节性商品，指在特定的某个季节中销售的商品。特卖商品，指卖场折价销售的商品。

(3) 硬体商品、软体商品以及中间商品。硬体商品是规格化大量生产的商品，各种厂商生产的商品品质及设计大多没有什么差别，可让客户有选择的机会。软体商品是多功能、多用途、多样化设计、品种多而生产量少的商品，商品设计选择依据社会风尚以及顾客心理、年龄层次、偏好等。中间商品介于前述两种商品之间，是按前述两种商品基本标准而设计生产的商品。

(4) 普通商品、观赏商品、利润商品及并列商品。普通商品销售比较快，是超市业绩的主要来源，大部分都是顾客认可的商品，顾客消费欲望高。观赏商品可以让顾客赏心悦目，能引起顾客兴趣，如高价位商品、新颖商品。利润商品，即利润率高的商品。并列商品是主力商品的关联品或补充品。

2. 超市商品管理方法

超市经营的商品品种必须是目标消费者可能购买的，商品结构的宽度和深度以及商品的质量共同组成商品的结构。大型超市从食品、日用品、玩具、衣物至家电一应俱全，娱乐、餐饮、修理等服务也应有尽有，鼓励消费者一次性完成购物。超市商品管理的思路是，以单品管理为基础，在单品中强化 20% 主力商品的管理，在 20% 主力商品中强化商品群管理战略，统一整体组合的品类管理。

(1) 单品管理。单品管理是指以每一个商品品项为单位进行的管理，强调每一个单品的成本管理、销售业绩管理。单品管理是超市商品管理现代化的核心，在超市商品管理中发挥着重要作用，体现以下几个方面。

① 单品是超市商品经营的基本单位，各商品群是由一个个单品组合而成的，离开单品的商品群管理是不存在的，单品管理是商品群管理的基础。

② 单品管理能保证超市每一种商品采购、销售、库存各环节有机结合，为商品的物流、现金流、信息流的有序运作创造良好的条件。

③ 单品管理能增强超市对供应商的控制力，从而保证稳定、丰厚的利润来源。

(2) 商品群管理。商品群是商品经营分类上的一个概念，它是超市中按一定关系组合多个商品品项而形成的经营单位或经营区域。

超市商品可以从不同角度加以组合,组成不同的商品群。商品群分为主力性商品群、辅助性商品群、附属性商品群、刺激性商品群。

①主力性商品群是超市经营的重点商品,它仅占有 20% 比例,却创造了 80% 的销售业绩,是超市畅销商品,季节性和差异性明显。

②辅助性商品群是主力性商品群的补充,多为常备日用品,与主力性商品群有紧密的关联性,季节性与差异性相对不明显。

③附属性商品群是辅助性商品群的补充,购买频率与销售比例偏低。

④刺激性商品群的品类数目不多,但对超市销售的整体业绩有重要的推动作用。

超市对不同商品群采用不同的管理方式,以实现整体利益的最大化。

二、库存商品管理

(一) 库存商品分区分类储存管理的概念

库存商品分区分类储存管理是根据一定的原则将整体仓库划分为若干个区域,将仓库商品分类储存与管理。

(二) 库存商品分区分类储存管理的原则

- (1) 商品的自然属性、性能一致。
- (2) 商品的作业方法一致。
- (3) 商品的养护手段一致。
- (4) 商品的消防措施一致。

(三) 库存商品分区分类储存管理的方法

- (1) 按商品的种类与性质区分管理。
- (2) 按商品的危险性质区分管理。
- (3) 按商品的进货地区区分管理。
- (4) 按商品的仓储作业性质区分管理。
- (5) 按仓库的条件与商品的特性区分管理。

互动课堂 2-2

超市主营商品的确定——利润来源于哪些商品？

超市卖场经营众多商品,什么商品好卖,什么商品滞销,是这些超市卖场头等重要的大事。大卖场商品琳琅满目,小超市集中生活日用商品,也是几家欢喜几家愁。沃尔玛、家乐福这样的大卖场近几年频频发生从某些三、四线城市撤出的例子,社区小超市简单的生鲜果蔬也可以做得风生水起。超市的利润到底来源于哪些商品呢?

我们来看看兰州华联红星店的商品群管理策略。



兰州华联红星店位于一条很不出名的小巷中，卖场是由原长津电机厂的厂房改造成的，经营业绩远远超过附近的百盛超市、兰新超市、佳福超市。兰州华联超市的成功不仅得益于低价策略，其合理的商品群组合策略也起到了至关重要的作用。

兰州华联根据商品的功能定位，将超市经营的商品分为形象商品、销量商品和效益商品三大类。这三类商品在提升业绩、获取最大化效益目标上发挥的功能是不同的。

如果形象商品是 A、销量商品是 B、效益商品是 C 的话，B 就是超市的平均毛利，且 $B = (A + C) \div 2$ 。以销量商品为参照物，如果它的毛利是 10 个点，则形象商品的毛利加效益商品的毛利除以 2，一定是 10 个点，从而使整个卖场的利润达到 10 个点。如果形象商品的毛利是 3 个点，那么效益商品的毛利就是 17 个点。这就意味着，该降的价格一定要降。换言之，形象商品的价格一定要比竞争对手低，销量商品价格比竞争对手略低一些，效益商品价格则采取竞争对手高华联超市也高的策略，因为这部分商品是无法比较价格的，它满足的是一次性购足的需求。

价格确定后，促销方式也就确定了。华联超市对形象商品予以大力度的促销和政策上的相关支持；对于销量商品，给予较好的排面和较好的促销方式来跟进；对于效益商品，基本上不需要太多的促销，除非是推出新品时附一些赠品和搞些抽奖活动。

（资料来源：中华文本库，有改动）

请同学们结合材料思考：不论超市的规模是大还是小，根据超市周围的环境特点（如商圈特点、竞争店铺的情况以及消费者特点）销售为什么离不开商品分类体系的应用？



任务三 商品目录



任务提出

零售超市非食品部门的负责人对小 A 的商品品类的分析非常满意，他要求小 A 针对零售超市非食品部门提供一份适当的商品目录，要求该目录要便于内部查询，并可作为直邮资料，方便顾客选购和快速了解部门商品。



一、商品目录的概念

商品目录又称为商品分类目录，是指将经营管理的全部商品按一定标志进行系统分类编制而成的商品细目表。商品目录是在商品逐级分类的基础上，用表格、符号和文字全面记录商品分类体系和编排顺序的书本式工具。商品目录是商品分类的体现，只有根据商品的科学分类编制商品目录，才能使商品目录层次分明、条理清晰。

从其表现形式分析，商品目录是在商品分类和编码的基础上，用表格、文字、数码等全面记录和反映相关商品集合总体综合信息的文件；从其内容结构分析，商品目录一般是商品名称、商品代码、商品分类体系三方面信息的有机结合。建立科学的、实用的商品分类体系和商品目录是研究商品分类的主要内容和最终目的。商品目录不是一成不变的，它应随着商品生产和商品经济的发展、消费者需求的变化、地区商业企业之间经营品种的变化以及国家经济政策的调整，及时地进行相应的修订，才能发挥出其对商品经营的指导作用。

二、商品目录的种类

商品目录的种类有很多，按其适用范围，商品目录可分为国际商品目录、国家商品目录、行业（部门）商品目录、企业商品目录；按其用途，商品目录可分为生产资料商品目录和消费资料商品目录；按其管理权限，商品目录可分为一类商品目录、二类商品目录和三类商品目录；按其产销地区，商品目录可分为地产商品目录、进口商品目录、内销商品目录以及出口商品目录。下面介绍按适用范围编制的商品目录种类。

（一）国际商品目录

国际商品目录，是指由国际组织或区域性集团通过商品分类编制的商品目录。在国际上公认的并广泛采用的国际商品目录主要有：联合国编制的《国际贸易标准分类》（SITC），是国际上使用最为广泛的一种分类标准，将所有商品划分为 10 类（见表 2-4）67 章，共 262 组 1 023 个分组；海关合作理事会编制的《海关合作理事会商品分类目录》（CCCN），主要用于海关税则的商品分类；国际关税合作理事会编制的《商品名称及编码协调制度》（HS）；国际海事组织编制的《国际海运危险货物运输规则》（IMDG），是目前国际海运界在控制包装货物运输方面使用最广泛的强制性规则，将危险物品分为 9 类。

表 2-4 《国际贸易标准分类》（SITC）的 10 类商品

类别	内容	类别	内容
0	食品和活动物	5	化学品及相关产品
1	饮料及烟草	6	按原料分类的制成品
2	非食用原料（不包括燃料）	7	机械及运输设备
3	矿物燃料、润滑油及有关原料	8	杂项制品
4	动植物油脂和蜡	9	未分类的商品

(二) 国家商品目录

国家商品目录,是指由国家指定专门机构通过商品分类编制的商品目录。例如,我国国家质量监督检验检疫总局发布的《全国主要产品分类与代码》,由相对独立的两部分组成,第一部分是可运输产品(见表2-5),第二部分是不可运输产品。可运输产品代码标准是对《全国工农业产品(商品、物资)分类与代码》(GB/T 7635-1987)的修订,与国际通行产品目录协调一致,分为五大部类,共列入5万余条类目,40多万个产品品种或品类。

表 2-5 《全国主要产品分类与代码》(大部类、部类)

0 农林(牧)渔业产品; 中药			
01	种植业产品	02	活的动物和动物产品
03	森林产品和森林采伐产品	04	鱼和其他渔业产品
		06	中药
1 矿和矿物; 电力、可燃气和水			
11	无烟煤、烟煤和褐煤等煤; 泥炭	12	原油和天然气等
13	铀和钍矿	14	金属矿
15	石、砂和黏土等非金属矿及其采选品	16	其他矿物
17	电力、城市燃气、蒸汽和热水	18	水
2 加工食品、饮料和烟草; 纺织品、服装和皮革制品			
21	肉、水产品、水果、蔬菜、油脂等类加工品	22	乳制品
23	谷物碾磨加工品、淀粉和淀粉制品; 豆制品; 其他食品和食品添加剂; 加工饲料和饲料添加剂	24	饮料
25	烟草制品	26	纱、线和丝; 机织物和簇绒织物等
27	服装以外的机织、针织、钩编的纺织制品	28	针织或钩编的织物(或品); 服装及衣着附件
29	天然皮革、再生革和皮革制品及非皮革材料的同类制品; 鞋		
3 除金属制品、机械和设备外的其他可运输物品			
31	木(材)和木制品、软木制品, 稻草、麦秆和糠壳材料制品	32	纸浆、纸和纸制品; 印刷品和相关物品
33	炼焦产品; 炼油产品; 核燃料	34	基础化学品
35	其他化学产品; 化学纤维	36	橡胶和塑料制品
37	玻璃和玻璃制品及其他非金属制品	38	家具; 其他不另分类的可运输物品
39	旧物、废弃物或残渣		

续表

4 金属制品、机械和设备			
41	主要金属材料	42	除机械设备外的金属制品
43	通用机械设备及其零部件	44	专用机械设备及其零部件
45	办公、会计和计算机械	46	电气机械和器材
47	广播、电视和通信设备等电子产品	48	医疗器械；精密和光学等仪器仪表及其元件和器材，计量标准器具与标准物质；钟表
49	交通运输设备		

(三) 行业（部门）商品目录

行业（部门）商品目录，是指由行业主管部门编制的商品目录。例如，商务部编制的《流通业商品分类与代码》（见表2-6），适用于商品流通环节，以商品用途和功能为主要标志，将商品分为11~99个大类；海关总署编制的《中华人民共和国海关统计商品目录》，所列商品分为22类98章，共计8557个8位数商品编号。

表 2-6 《流通业商品分类与代码》（大类）

序号	名称	序号	名称	序号	名称
11	粮食	35	玩具	61	工艺品
12	加工食品	39	其他文化娱乐品	62	珠宝
13	生鲜食品	41	面料	63	首饰
14	饮料	42	居家家纺	69	其他工艺制品
15	酒类	43	服装	71	建筑涂装工具
19	其他食品	44	鞋和帽	72	水、电材料
21	家居用品	45	服饰用品	73	门、窗材料
22	化妆品	49	其他纺织衣着品	74	顶、墙、地面材料
23	非处方医药品	51	可穿戴用品（含钟表、眼镜）	75	涂料
24	宠物用品	52	家具	79	其他居家建材
29	其他日用品	53	箱包	81	电子书及音像制品
31	办公用品	54	生活电器	82	计算机软件
32	图书音像品	55	摄影、摄像器材及配件	83	中介信息产品
33	乐器	56	车辆及用品	84	票务及旅游产品
34	体育用品与器材	59	其他耐用消费品	89	其他信息产品
				99	其他商品

(四) 企业商品目录

企业商品目录是指由企业在兼顾国家和部门商品目录分类原则的基础上，为满足本企业工作的需要，而对本企业生产或经营的商品编制的商品目录。企业商品目录

的编制,必须符合国家和部门商品目录的分类原则,并在此基础上结合本企业的业务需要,进行适当的归并、细分和补充。例如,某超市商品分类目录,如表 2-7 所示。

表 2-7 某超市商品分类目录

大分类	中分类	小分类	大分类	中分类	小分类
1 食品	101 酒饮组	碳酸饮料	1 食品	103 冲调组	营养保健
		一般饮料			冲调食品
		乳品饮料			奶粉 / 奶调品
		香烟		104 粮油组	南北干货
		啤酒			米 / 面
		国产酒			厨房调料
		进口酒			方便面 / 粉
		烟酒年节礼盒			罐头食品
	102 生鲜组	热食		105 日配组	冷藏 / 冷冻食品
		非热食			常温干货
		生鲜海产			冷冻食品
		加工调味品			冰制品
		蔬菜			外购面包
		水果类			日配季节商品
		季节性		106 休闲组	休闲小食品
		家禽类			饼干 / 糕点
		内脏类			糖果 / 巧克力
		调味肉品			季节性休闲食品
		加工肉品			
		骨头			
2 非食品	201 家居组	家用容器	2 非食品	202 文体组	音乐 / 影视
		餐具			图书
		一次性用品			纸品
		厨房用具			文具
		炊具			礼品
		洁 / 卫浴用品			办公设备
		家庭整理用具			电脑及周边设备
		电器配件			自行车 / 配件
		工具			汽车用品
		装修用具			体育用品
		家私		203 针织组	内衣裤
		鞋类配件			袜子 / 丝袜
		园艺 / 宠物食品			纺织品

续表

大分类	中分类	小分类	大分类	中分类	小分类
2 非食品	204 儿童组	玩具	2 非食品	205 洗涤组	家用清洁用品
		婴儿用品			个人清洁用品
		内衣裤			护肤品 / 彩妆
		婴幼儿童装 (0 ~ 7 岁)			卫生、急救用品
		童装 (7 岁以上)			纸类用品
		幼 / 童鞋			
3 百货	301 家电组	大家电	3 百货	302 服装组	睡衣
		空调系列			女装
		家庭电器用品			男装
		厨房电器用品			轻便鞋
		美发用品			男鞋
		照相器材		303 综合组	女鞋
		影音设备			专柜
		通信器材			出租
		钟表 / 眼镜			形象柜

(参考来源: 根据网络资源整理)

三、企业商品目录的制定

商品目录是商业企业进行商品购销活动、实施经营计划的主要依据, 具体列明经营商品的品种、花色、规格和质量, 它包括必备商品目录与非必备商品目录。

(一) 必备商品目录

必备商品目录是指必须具备有的、保证可供出售的商品目录。必备商品目录是企业最低限度应经营的商品品种目录, 是企业管理的重点、重心, 目录中的商品是不可脱销的, 是保证企业正常经营和消费者日常固定需要的商品。

(二) 非必备商品目录

非必备商品目录的品种较多, 商品的型号、牌号、数量的规定也较灵活。

互动课堂 2-3

邱赛珍: 精益求精弘扬劳模精神、工匠精神

把花纸贴到光滑的瓷器白胎上, 看似简单, 却有不少讲究, 邱赛珍把这道工序看作是给自己的孩子穿上衣服。

47 岁的邱赛珍做这道工序已经 31 年。她是十九大代表、景德镇红叶陶瓷股份有限公司一厂彩绘车间贴花工段工段长。为防止彩瓷烧烤过程中产生“气泡”,



多年来,工友们养成了良好的作业习惯,贴花前必须把瓷器洗得干干净净,一尘不染,花纸贴上以后要反复刮抹抚平,不留一丁点儿胶水渍。贴好花纸的瓷器入窑烧制,厂里允许有 3% 的残次品,但贴花工人们坚持,在贴花这个环节,一定要 100% 合格。

邱赛珍经常对工友们说:“我们虽然只是普普通通的贴花工,但是必须精益求精,因为手底下的每一件瓷器都关乎企业的形象与声誉,无论如何都必须完美无瑕。”

“十九大报告还提出,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。”邱赛珍在车间里,总尝试着让工友们懂得并坚持,“每个人都可以用自己的双手,把老祖宗传下来的传统技艺创造性转化、创新性发展。”

虽然邱赛珍的语言朴实,工作也很普通,但是她在自己平凡的工作岗位上做出了不平凡的工作。

(资料来源:新华网,有删改)

请同学们结合资料思考:你身边有哪些像邱赛珍一样在平凡岗位上做出不平凡工作的事例?



工作训练营

一、名词解释

商品分类 线分类法 面分类法 商品目录

二、判断题

1. 商品分类是指按照一定的标志,科学地、系统地将商品集合总体分成若干不同类别。 ()
2. 科学分类是实施商品管理活动及实现管理现代化的基础。 ()
3. 商品分类标志的选择是商品分类的基础。 ()
4. 在同一类别范围内只能采用多种分类标志。 ()
5. 商品经营分类通常将商品分为大类、中类、小类和细目等。 ()
6. 国际商品目录是指由国际组织或区域性集团通过商品分类编制的商品目录。 ()

三、选择题

1. 在建立分类体系时,设置收容项目体现了()原则。
A. 整体性 B. 层次性 C. 包容性 D. 可延性

2. 在线分类体系中, 上位类与下位类之间存在()关系。
 A. 并列 B. 从属 C. 独立 D. 复合
3. 线分类法的主要缺点体现在()方面。
 A. 层次 B. 逻辑性 C. 信息容量 D. 结构弹性
4. 在同一层级范围内只能采用一种分类标志是选择标志时应遵循的()。
 A. 目的性原则 B. 唯一性原则 C. 包容性原则 D. 逻辑性原则

四、简答题

- 商品分类标志的选择原则是什么?
- 常用商品分类的标志是什么?
- 商品分类的基本方法有哪些?
- 企业商品目录如何制定?

五、实训题

1. 技能题

- (1) 常用的商品分类标志有哪些? 选择某一商品对其进行分类。
- (2) 商品目录与商品分类的关系是怎样的? 以某一商场或超市为例, 编制一份商品目录。

2. 案例分析题

超市的水果分类

蔬果类是某超市经营的生鲜食品大类之一, 该超市将蔬果类食品分为蔬菜和水果两个中类。其中水果按果实的特征分类, 有核果类、仁果类、浆果类、柑橘类、聚复果类、荔枝类、瓜类、坚果类等几大类别。

核果类特征是果实由子房发育而成, 外果皮薄, 中果皮肉质肥厚, 内果皮木质化、坚硬成核、核中有仁; 仁果类的果实由花托发育而成; 浆果类果实浆汁含量高, 果皮较薄; 柑橘类的特征是内果多呈薄膜状的瓢瓣, 瓣内多浆汁、有种子; 聚复果类是由整个花序发育形成的果实, 因此又称聚花果。

主要经营的品种有: 红富士、秦冠、国光、红星、华盛顿苹果、青苹果、青蛇果、加力苹果、智利苹果; 水晶梨、鸭梨、贡梨、新疆香梨、早酥梨、砀山梨、雪花梨、啤梨、日本丰水梨; 脐橙、鲜橙、新奇士橙、橘子、蜜橘、金橘、蜜柑、潮州柑、四会柑、沙田柚、福建蜜柚、黄皮西柚、青皮西柚、柠檬; 水蜜桃、李子、青布林、红布林、黑布林、油桃、桃驳李、西梅、樱桃、枣、柿子、石榴; 进口青提、进口红提、进口黑提、新疆葡萄、巨峰葡萄、草莓、猕猴桃; 杨梅、枇杷、杨桃、红毛丹; 荔枝、龙眼、番荔枝、榴莲、山竹、木瓜、进口香蕉、粉蕉、大蕉、国产香蕉、菠萝、国产芒果、腰芒、菲律宾芒果、象牙芒、澳洲芒、椰子、椰青、牛油果、鸡蛋果、人参果、火龙果; 有籽西瓜、无籽西瓜、黄肉西瓜、哈密瓜、网纹甜瓜、香瓜、黑美人西瓜、珍珠瓜、洋白瓜、蜜瓜等。

问题:假如你是该超市的商品管理人员, 将如何对上述水果分类?