



高职高专物流管理类十二五规划教材

商品养护

CONSERVATION OF
COMMODITY

主编 伍瑛 黄建



湖南大学出版社



高职高专物流管理类十二五规划教材

商品养护

CONSERVATION OF COMMODITY

主 编 伍 瑛 黄 建

副主编 曾玉湘

参 编 张小桃



湖南大学出版社

内 容 简 介

本书是高职高专物流管理类专业的教科书,共九个模块,包括商品质量变化的形式及其影响因素、食品商品养护、轻纺商品养护、高分子商品养护、金属商品养护、机电商品养护、日化商品养护、医药商品养护、危险化学品养护。每个模块均设置了拓展提升、思考练习和实训项目。在培养学生专业能力的同时,也培养学生的方法能力、社会能力和行动能力。

本书理论知识适度,结构体系清晰,具有很强的实用性和可操作性,适合作为高职高专物流管理类专业学生学习的教材,也可作为物流企业员工培训的教材或教学参考书。

图书在版编目(CIP)数据

商品养护/伍瑛,黄建主编. —长沙:湖南大学出版社,2012.12

ISBN 978-7-5667-0273-9

I. ①商… II. ①伍… ②黄… III. ①商品养护—高等职业教育—教材 IV. ①F760.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第255194号

商品养护

SHANGPIN YANGHU

主 编:伍 瑛 黄 建

责任编辑:祝世英

责任印制:陈 燕

印 装:衡阳顺地印务有限公司

开 本:787×1092 16开 印张:17.25 字数:399千

版 次:2012年12月第1版 印次:2012年12月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5667-0273-9/F·318

定 价:34.00元

出 版 人:雷 鸣

出版发行:湖南大学出版社

社 址:湖南·长沙·岳麓山 邮 编:410082

电 话:0731-88822559(发行部),88821343(编辑室),88821006(出版部)

传 真:0731-88649312(发行部),88822264(总编室)

网 址:<http://www.hnupress.com> 电子邮箱:presszhusy@hnu.edu.cn

版权所有,盗版必究

湖南大学版图书凡有印装差错,请与发行部联系



前言

前言

商品养护是指商品从离开生产领域而未进入消费领域之前这段时间的保养与维护工作，商品养护的基本任务，是根据商品数量多少、发生质量变化速度、危害程度、季节变化，按轻重缓急分别研究制定相应的技术措施，使货物质量不变，以求最大限度地避免和减少商品损失，降低保管损耗。可见，做好商品养护工作，是保证物流质量、提高消费者满意度的必要条件之一。

虽然商品养护对于提高物流服务质量非常重要，但在多年的教学实践中我们却发现，学生学习这门课程的兴趣并不大，其原因就是教学过程中重视对商品质量变化的原理分析，却忽视了商品养护操作技能的训练。为此，我们以工作过程为导向，对商品养护的教材体系进行了重构。以不同种类商品的养护为划分依据，将全书分为九个模块，即商品质量变化的形式及其影响因素、食品商品养护、轻纺商品养护、高分子商品养护、金属商品养护、机电商品养护、日化商品养护、医药商品养护、危险化学品养护。为了强化对知识的理解和掌握，培养职业技能，每个模块在正文前面强调了学习目标，在完成对正文的初步学习之后，设置了拓展提升板块、思考与练习板块、实训板块。

本教材的特色在于，在模块一学习商品分类方法及质量变化的原因和商品养护的一般方法之后，再根据商品的不同种类分为八大模块，培养具体商品的养护技能。通过设计拓展提升、思考与练习、实训板块，在培养学生专业能力的同时，还培养学生的学习能力、社会能力、行动能力，并最终以实际行动能力为学习效果的评价标准。这种设计，符合职业教育为社会培养高等级技术应用型人才的要求，也符合人们由简单到复杂、由低级到高级的认知规律，遵循了从初学者、有能力者、熟练者的职业成长规律。

本书由伍瑛、黄建担任主编，曾玉湘担任副主编。各模块的编写分工为：湖南现代物流职业技术学院的伍瑛编写模块一和模块二，湖南现代物流职业技术学院的曾玉湘编写模块三至模块五，湖南工业职业技术学院的黄建编写模块六至模块八，湖南现代物流职业技术学院的张小桃编写模块九。

在编写本书的过程中，我们参考了大量同行专家的有关著作、教材及案例，同时也得到了一批企业管理人员的帮助，他们为教材的编写工作提供了大量的资料，如湖南省新一佳商业投资有限公司长沙配送中心龚洁女士、湖南佳惠百货有限公司总部配送中心

张发军女士、湖南南岭民用爆破器材有限公司彭建军先生、上海热风时尚连锁管理机构刘倩女士等，在此一并表示感谢！

虽然我们为教材的编写倾注了大量的时间和精力，但由于新生事物层出不穷，以及自身的水平也有限，因而书中难免会有错误及不妥之处，欢迎同行及广大读者提出宝贵意见。

编 者

2012 年 11 月

CONTENTS 目次

模块一 商品质量变化的形式及其影响因素	
任务一 商品与商品分类	2
任务二 商品质量变化的形式	13
任务三 商品质量变化的影响因素	16
任务四 商品养护的常用方法	24
拓展提升	34
思考与练习	38
实训	39
模块二 食品商品养护	
任务一 食品的基本知识	42
任务二 食品储存期间的质量变化	44
任务三 食品保管与养护技术	48
任务四 食品保管与养护技术应用	56
拓展提升	81
思考与练习	82
实训	83
模块三 轻纺商品养护	
任务一 轻纺商品基本知识	86
任务二 轻纺商品储存期间的质量变化	93
任务三 轻纺商品的保管与养护技术	96
拓展提升	103
思考与练习	111
实训	112
模块四 高分子商品养护	
任务一 高分子商品基本知识	116

任务二 高分子商品储存期间的质量变化	118
任务三 高分子商品的保管与养护技术	124
拓展提升	133
思考与练习	138
实训	139

模块五 金属商品养护

任务一 金属商品基本知识	142
任务二 金属商品储存期间的质量变化	144
任务三 金属商品的保管与养护技术	150
拓展提升	160
思考与练习	164
实训	164

模块六 机电商品养护

任务一 机电产品基本知识	168
任务二 机电产品在储存中的质量变化	169
任务三 机电产品的养护技术	172
任务四 常见机电产品的养护	175
拓展提升	182
思考与练习	185
实训	185

模块七 日化商品养护

第一节 日化商品基本知识	188
任务二 日化商品储存期间的质量变化	194
任务三 日化商品的保管与养护技术	199
拓展提升	203
思考与练习	206
实训	206

模块八 医药商品养护

任务一 医药商品基本知识	210
任务二 影响药品质量的因素	215
任务三 医药商品的保管与养护技术	219
任务四 医药商品保管与养护技术应用	221
拓展提升	228
思考与练习	230
实训	231

模块九 危险化学品养护

任务一 危险化学品基本知识	234
任务二 危险化学品的分类及其危险特性	239
任务三 危险化学品的保管与养护技术	249
拓展提升	259
思考与练习	265
实训	266
 参考文献	 268

模块一

商品质量变化的形式及其影响因素

学习目标

- 掌握商品分类知识，培养分类的能力；
- 掌握商品编码知识，培养商品编码的能力；
- 掌握商品质量变化的影响因素和变化形式；
- 培养语言表达能力、沟通协调能力和合作能力；
- 培养发现问题、分析问题、解决问题的能力。

任务一 商品与商品分类

任务二 商品质量变化的形式

任务三 商品质量变化的影响因素

任务四 商品养护的常用方法

- ◆ 拓展提升
- ◆ 思考与练习
- ◆ 实训

任务一

商品与商品分类

一、商品概述

商品是用于交换或以交换为目的而生产的对他人或对社会有用的劳动产品。一个物品要想成为商品必须满足三个条件：必须是劳动产品，必须是用于交换的或以交换为目的而生产的，必须对他人或对社会有用。

(一) 商品的属性

商品能够满足人们的哪些需要，或者说对人们有什么用途，取决于商品的属性。商品属性包括基本属性和其他属性。

1. 商品的基本属性

商品的基本属性包括商品的自然属性和社会属性。商品的自然属性是商品形成后本身所固有的属性，如商品的化学成分、物理性质等；商品的社会属性是人们赋予商品的社会意义，如政治、经济、文化属性等。在商品使用价值形成和使用过程中，商品的自然属性起着直接和主导作用，它是商品社会属性存在的前提和基础。

2. 商品的其他属性

商品的其他属性包括商品的固定属性和变化属性。商品的固定属性指某种商品相对不变的属性，如商品编码、商品名称、生产厂家等，一般情况下，这些属性不发生变化。商品的变化属性指商品在经营过程中会发生变化的属性，如商品价格、商品批次、商品数量、进货人员、供货单位、所属库房、商品库存位置、商品陈列位置、商品进货费用、商品建议零售价格、竞争对手商品售价等。

(二) 商品的整体概念

商品的概念是随着人们消费观念的不同而不断改变的。根据马斯洛的需要层次理论，人们的需要分为五个层次，即生理需要、安全需要、社交需要、尊重需要和自我实现的需要，这五个层次的需要是由低到高逐步发展的。体现这些需要的消费当然也会有不同的要求，这便形成了人们不同的消费观念。随着人们需要层次的不断发展和消费观念的不断更新，商品的概念也就不断地变换着内涵。商品的整体概念包括三个层次，即核心商品、形式商品、延伸商品（见图 1-1）。

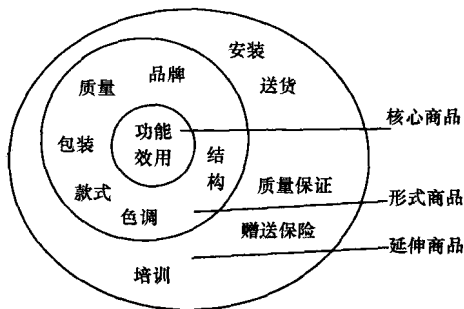


图 1-1 商品整体概念的三个层次

1. 核心商品

核心商品指商品所具有的满足人们某种消费需求的功能和效用，这也是消费者购买

商品所追求的核心利益。例如，消费者购买冰箱是为了满足存放食物的需要。

2. 形式商品

形式商品指商品的具体形态，是核心商品部分所依附的物质载体，包括商品成分、结构、质量、商标、品牌、包装、款式、色调等，是产品使用价值形成的客观物质基础。

3. 延伸商品

延伸商品指消费者在购买和使用商品时获得的各种附加利益的总和，包括咨询服务、送货上门、免费安装调试、免费培训、维修服务等。

二、商品的分类

商品分类是指为了达到一定的目的，将一定范围内的商品集合按照一定的分类标志或属性特征逐次归纳成若干个范围更小的局部集合体，直到划分成最小单元集合体的过程。

（一）商品分类的基本原则

为使商品的分类科学合理，更好地满足各方面的需要，商品分类需遵循六大基本原则。

1. 适用性原则

分类方法要科学，结果要清楚适用，便于手工和现代化手段进行操作。

2. 系统性原则

分类时，要以选定的商品属性或特征为依据，将商品总体按一定的排列顺序予以系统化，并形成合理的科学分类系统。

3. 可扩性原则

虽然商品分类体系应保持相对稳定性，但由于科学技术不断进步，新商品不断涌现，因而编制的分类体系要为不断补充的新商品留有余地。

4. 协调性原则

商品分类要与国家政策和相关标准协调一致，又要与原有的商品分类保持连续性和可转换性，以便进行历史资料对比。

5. 唯一性原则

要求保证每种商品只出现在一个类别里，不得重复出现。

6. 综合性原则

商品分类应满足国家总政策、总规划的要求，同时又满足生产、流通及消费的需要。因此，商品分类应结合各行业、各企业及消费者的实际，满足各方面的需要。

（二）商品分类的基本方法

商品分类的基本方法有线分类法和面分类法两种。

1. 线分类法

线分类法又称层级分类法，是指将商品总体按所选定的属性或特性，逐层分成相应的若干个层级类目，并排列成一个有层次的、逐级展开的分类体系的分类方法。其表现形式为大类、中类、小类和细类等。大类是体现商品生产和流通领域的行业分工，如五



金类、化工类、食品类、水产类等；中类也称商品品类，是体现具有若干共同性质或特征商品的总称，如食品类商品又可分为蔬菜和水果、肉和肉制品、乳和乳制品、蛋和蛋制品等；小类又称商品品种，是对中类商品的进一步划分，体现具体的商品名称，如酒类商品分为白酒、啤酒、葡萄酒、果酒等；商品细类是对商品品种的详尽区分，包括商品的规格、花色、等级等，更具体地体现商品的特征，如 52° 豪华五粮液。

线分类法体系中，各层级所选用的分类标志可以相同，也可以不同，但每个层级只能选择一个分类标志。各层级之间构成并列或隶属关系，由一个层级划分出来的各类目，彼此称为同位类。一个类目相对于它直接划分出来的下一层级的类目而言，称为上位类；由上位类直接划分出来的下一层的类目，相对于上位类而言称为下位类。同位类的类目之间存在着并列关系，既不重复，也不交叉；上位类与下位类之间存在着隶属关系。线分类法是一种传统的分类方法，在国内商品生产、流通领域和国际贸易中广泛使用。

线分类法的优点是具有很好的层次性，能正确反映类目之间的逻辑关系，既符合手工处理信息的习惯，又便于计算机对信息的处理。

线分类法的缺点是结构弹性差，一旦确定了分类深度和每一层级的类目容量并固定了划分标志后，要想变动就比较困难。因此，使用线分类法必须考虑到是否有足够的后备容量。

2. 面分类法

面分类法选择多个互相并列、彼此之间没有隶属关系的标志（面），对商品集合总体进行分类的方法，又称平行分类法。如把服装用的面料、款式、穿着用途分为三个互相之间没有隶属关系的“面”，每个“面”又分成若干个类目。使用时，将有关类目组配起来。如纯毛男式西装，纯棉女式连衣裙等。

面分类法的优点主要表现在分类结构具有较大柔性。分类体系中任何一个面内类目的改变，不会影响其他的面，而且便于添加新的面或删除原有的面。此外，面分类法有较强的适用性，可实现按任何面的信息进行检索。

面分类法的缺点主要表现在不能充分利用容量。因为在实践中许多可组配的类目无实用价值，传统上无使用的习惯，难以手工处理信息。

（三）商品的分类标志

商品的分类标志是编制商品分类体系和商品目录的重要依据。商品分类可选择的标志很多，按其适用程度可分为普遍适用分类标志和局部适用分类标志两大类。普遍适用分类标志是指所有商品种类共有的特征、性质、功能，如商品的物理形态、产地、用途或使用方法的等，适用于商品大类、中类的划分。局部适用分类标志是指部分商品共有的特征，也称特殊分类标志，如化学组成、包装形式、保藏方法等，这些标志概念清楚、特征具体、容易区分，适用于商品的品种和细类的划分。常用的商品分类标志有如下八种。

1. 商品用途

以商品用途作为分类标志，不仅适合对商品的大类划分，也适合对商品类别、品种的进一步细分。采用这一标志，可将商品集合总体划分为生产资料和生活资料两大类。



生活资料又可以分为食品、日用工业品等类别，日用工业品商品可继续细分为器皿类、洗涤用品类、化妆品类、文化用品类等。现实中按商品用途划分的许多类目名称，如食品、纺织品、医药品、家庭用品、玩具、文化用品、交通工具、机械等，都已成为固定下来的专用词汇。以商品用途作为分类标志，既便于对同一用途商品质量进行分析和比较，有利于生产企业改进和提高商品质量，开发新的商品品种，又便于商品经营者对商品的经营管理和消费者对商品的选购。但这种分类标志不适合于多种用途商品类别的划分。

2. 商品原材料

商品的原材料是决定商品质量的重要因素。生产所用的原材料不同，商品往往具有不同的性能特征。按商品的原材料分类，能从本质上反映出各类商品的性能特征及对不同类别商品在使用、保管、包装和养护方面的不同要求。这种分类标志适用于原材料来源较多，且对成品的质量和品种影响较大的商品，但对于由多种原材料所制成的商品不适用。

3. 商品生产方法

商品的生产方法是决定商品质量和品种的重要因素。许多商品选用的原材料完全相同，由于生产方法不同，制成商品的性能特征也有很大差异，从而形成不同的品种类别。如茶叶按生产方法不同，分为红茶、绿茶、黑茶和乌龙茶，其关键在于生产过程中的发酵不同。红茶和黑茶经过全发酵加工，绿茶不经过发酵加工，乌龙茶经过半发酵加工。采用生产方法标志进行分类，能直接说明商品质量和商品特征，特别适用于那些可以选用多种生产方法制作的商品。但那些虽然生产方法不同，但其质量并未产生实质性区别的商品不宜采用。

4. 商品产地

商品的产地与商品的质量和特色密切相关，某些商品由于生产地区自然条件的差异，往往具有不同的品质特征。如工夫茶习惯上以产地命名，分为祁红、滇红、闽红、川红、宁红等。按商品的产地分类，能反映出不同产地同类商品的质量，尤其适用于农副产品和土特产品，但不适用于一般工业产品。

5. 商品化学成分

商品的化学成分是形成商品质量和性能、影响商品质量变化的最基本因素。在很多情况下，商品的主要化学成分可以决定其性能、用途、质量、储运条件，对这类商品进行分类时应以主要化学成分作为分类标志。而有些商品的主要化学成分虽然相似，但所含有的特殊成分却会影响商品质量、特征、用途，对这些商品进行分类时，应以特殊成分作为分类标志。如玻璃的主要成分是二氧化硅，却可以根据其所含特殊成分分为钠玻璃、钾玻璃、铝玻璃、硼玻璃和铝硅玻璃等。按商品的化学成分分类，便于研究某类商品的特征及其贮存和使用方法。这种分类方法适用于化学成分对商品性能影响较大的商品。但对那些化学成分复杂且对商品性能影响不大的商品不适合采用这种分类标志。

6. 商品加工程度

商品的加工程度可以体现商品的加工精度，是决定商品质量和商品品种的重要因素。总的来看可将全部商品分为原料、半成品、成品。许多商品都采用这种分类标志进

行分类,如大米按加工程度分为糙米和白米,植物油脂按加工程度分为毛油、脱色油、半精炼油和精炼油。按商品的加工程度进行分类,对于研究商品质量和商品新品种有重要意义。这种分类方法适用于加工过程对其有明显影响的商品,而在加工过程中对其没有明显影响的商品,一般不宜采用。

7. 商品外观形态

商品的外观形态也是决定商品品种和用途的重要因素,如大米依形态可以分为长粒米、圆粒米和中粒米,钢材依形态可以分为型钢、钢板和钢管等。按商品外观形态分类,可以反映出各类商品在质量特征、性能和用途等方面的差异。这种分类方法一般适用于商品形态与商品质量特征、性能、用途等密切相关的商品,否则没有必要采用。

8. 商品生产季节

某些农产品和畜产品由于生产季节不同,质量会变得有所不同。对于这些商品来说,生产季节可以反映出该商品质量上的差别。如羊毛按生产季节分为春毛、秋毛和伏毛,茶叶按鲜叶采摘季节分为春茶、夏茶、秋茶。按商品的生产季节分类,一般只适用于生产季节与质量密切相关的农产品和畜产品,而其他商品,特别是工业产品一般不适用。

(四) 商品分类体系

自从对商品进行分类研究以来,先后出现过许多商品分类体系,目前我国常用的商品分类体系可概括为基本分类体系、国家标准商品分类体系、应用性分类体系三大体系。

1. 基本分类体系

基本分类体系是将商品的基本使用价值即商品的用途作为分类标志,将商品分为生活资料商品(供衣、食、住、行、用等的商品)和生产资料商品(如工业生产资料商品、农业生产资料商品)两大类。在此基础上再进行细分,即构成基本分类体系。例如,生产资料商品按商品性质和经营形式不同可分为原料类、机电类、木材类、机械类、燃料类等大类,在这个大类下,燃料类又可细分为石油、煤炭等中类,依次类推。基本分类体系对于组织生产和消费水平的宏观调控具有重要作用。

2. 国家标准商品分类体系

建立国家标准商品分类体系的主要目的是为了便于进行GDP统计以及会计业务等各项活动的开展,便于实行商品分类编码标准化,并建立统一的商品信息系统,提高经营管理水平。20世纪80年代初,我国制定了《全国工农业产品(商品、物资)分类与代码》国家标准(GB/T7635—1987),在国民经济核算、产品统计、物资储备方面发挥了重要的作用。但随着我国市场化程度不断提高,这一标准已很难满足我国市场经济和社会发展的需要,因而1997年开始对其进行修订,并于2002年8月9日正式发布了《全国主要产品分类与代码第1部分:可运输产品》(GB/T7635.1—2002)和《全国主要产品分类与代码第2部分:不可运输产品》(GB/T7635.2—2002)。

3. 应用性分类体系

应用性分类体系是以实用性为原则,为满足使用者的需要进行分类所形成的分类体系。这种分类体系是从处理商品方便角度出发的,没有统一的分类标志,而是根据商品的某些共性加以分类,可以适应不同分类目的的需要,是一种实用性很强的分类体系。



如国际关税合作理事会组织制定的《商品名称及编码协调制度》(简称 HS, 见表 1-1)。

表 1-1 《商品名称与编码协调制度》(HS) 的类、章两级目录及其名称示例

第 1 类	活动物、动物产品
	活动物
	肉及食用杂碎
	
	第 5 章 其他动物产品
第 2 类	植物产品
	活树及其他活植物、鳞茎、根及类似品, 插花及装饰用簇叶
	
	第 14 章 编结用植物材料, 其他植物产品
第 3 类	动植物油、脂及分解产品, 精制的食用油脂, 动植物蜡
	第 15 章 动植物油、脂及分解产品, 精制的食用油脂, 动植物蜡
第 4 类	食品、饮料、酒及醋, 烟草及烟草代用品的制品
	第 16 章 肉、鱼、甲壳动物、软体动物、其他水生无脊动物及其制品
	第 17 章 糖及糖果制品
	
	第 24 章 烟草及烟草代用品的制品
第 5 类	矿产品
	第 25 章 盐、硫黄、泥土及石料, 石膏料、石灰及水泥
	第 26 章 矿砂、矿渣及矿灰
	第 27 章 矿物燃料、矿物油及蒸馏产品, 沥青物质、矿物质
第 6 类	化学工业及其相关工业的产品
	第 28 章 无机化学品, 贵金属、稀土金属、放射性元素及其同位素的有机及无机化合物
	
	第 38 章 杂项化学产品
第 7 类	塑料及其制品, 橡胶及其制品
	第 39 章 塑料及其制品
	第 40 章 橡胶及其制品
第 8 类	生皮、皮革、毛皮制品, 旅行用品、手提包及类似容器, 动物肠线制品
	第 41 章 生皮(毛皮除外)及皮革
	第 42 章 皮革制品, 鞍具及挽具、旅行用品、毛提包及类似容器, 动物肠线制品
	第 43 章 毛皮、人造毛皮及其制品
第 9 类	木及木制品, 木炭, 软木及软木制品, 稻草、秸秆或其他编织材料制品, 篮筐及柳条编织品
	第 44 章 木及木制品、木炭
	第 45 章 软木及软木制品
	第 46 章 稻草、秸秆、针茅或其他编结材料制品, 篮筐及柳条编织品

续表

第 10 类	木浆及其他纤维素浆，回收纸或纸、纸板及其制品
第 47 章	木浆及其他纤维状纤维素浆，回收纸或纸板
第 48 章	纸或纸板、纸浆、纸或纸板制品
第 49 章	书籍、报纸、印刷图画及其他印刷品、设计图纸
第 11 类	纺织原料及纺织制品
第 50 章	蚕丝
.....	
第 63 章	其他纺织制成品，成套物品，旧衣着及旧纺织品
第 12 类	鞋、帽、伞、杖及其他零件，已加工的羽毛及其制品，人造花
第 64 章	鞋、靴、护腿和类似品及其零件
第 65 章	帽类及其零件
第 66 章	雨伞、手杖、鞭子及其零件
第 67 章	已加工的羽毛、羽绒及其制品，人造花
第 13 类	石料、石膏、水泥、石棉、云母及类似材料的制品，陶瓷产品，玻璃及其制品
第 68 章	石料、石膏、水泥、石棉、云母及类似材料的制品
第 69 章	陶瓷产品
第 70 章	玻璃及其制品
第 14 类	天然或养殖珍珠、宝石或半宝石、贵金属及其制品，仿首饰、硬币
第 71 章	天然或养殖珍珠、宝石或半宝石、贵金属及其制品，仿首饰、硬币
第 15 类	贱金属及其制品
第 72 章	钢铁
.....	
第 83 章	贱金属杂项制品
第 16 类	机器、机械器具、电器设备及其零件、录音机及放声机、电视图像、声音的录制和重放设备及零件、附件
第 17 类	车辆、航空器、船舶及有关运输设备
第 18 类	光学、照相、电影、计量、检验、医疗或外科用仪器及设备，精密仪器及设备，钟表、乐器，以及上述物品的零件
第 19 类	武器、弹药及其零件、附件
第 20 类	杂项制品
第 21 类	艺术品、收藏品及古物
第 22 类	特殊交易及未分类商品
第 98 章	特殊交易及未分类商品
第 99 章	(统计目录)(无标题)

注：第 22 类是专为统计需要而设立的。



（五）商品目录

商品目录是指国家或行业（部门）所经营管理商品的全部商品品种明细表。商品目录是商品分类的具体表现，没有商品分类，就无法编制商品目录。只有在科学进行商品分类的基础上编制的商品目录，才能使商品品种清单系列化、条理化，才有助于管理工作科学化。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、企业或单位商品目录四类。

1. 国际商品目录

国际商品目录是指国际组织或地区性集团通过商品分类编制的商品目录。目前，国际上公认和广泛采用的商品分类目录主要有国际关税合作理事会组织制定的《商品名称与编码协调制度》、联合国统计署组织编制的《国际贸易标准分类》（简称 SITC）和欧洲共同体制定的《欧洲共同体对外贸易统计商品目录》。国际商品目录是在国际范围或区域范围内从事进出口业务、进行统计和经营管理应共同遵守的准则。

2. 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。如美国的《联邦物资编目系统》（FCS）、日本的《商品分类编码》和我国《全国主要产品分类与代码》（GB/T7635—2002），就是各自国家从事经济管理应遵守的准则。

3. 行业（部门）商品目录

行业（部门）商品目录是指由本行业主管部门编制的商品目录。如原商业部编制的 SB/T10135—1992 标准，对外经济贸易部编制的《对外贸易进出口业务统一商品目录》，进出口商品检验局编制的《商检机构初稿检验的进出口商品种类表》等。

4. 企业或单位商品目录

企业或单位商品目录指由企业或单位自己编制的商品目录，是本企业或本单位共同遵守的准则。

三、商品代码

（一）商品代码概述

商品代码是指为了便于对商品进行识别、存储和处理，用一个或一组有规律排列的符号、代码来表示商品的分类信息或标志信息，具有分类、标志和便于信息交换的功能。

商品分类信息是指商品代码能够说明商品在分类体系中的位置。商品标志信息是指商品代码只起到唯一标志商品的作用，与某一个体商品具有一一对应关系，不具有其他意义。因此按照代码所表示的信息内容，商品代码可以进一步区分为商品分类代码和商品标志代码两类。《商品名称与编码协调制度》（HS）采用的是商品分类代码，国际通用的 EAN/UCC—13 代码、EAN/UCC—8 代码等，则属于商品标志代码。

目前，商品代码的种类按其所用符号类型主要有字母型代码、数字型代码、混合型代码、条形码四种。商品分类编码中普遍采用的是数字型代码和条形码。

（二）商品代码的编制

商品代码的编制，是根据一定的规则赋予某种商品相应商品代码的业务活动。商品