



用于国家职业技能鉴定
国家职业资格培训教程

YONGYU GUOJIA ZHIYE JINENG JIANDING • GUOJIA ZHIYE ZIGE PEIXUN JIAOCHENG

鉴定估价师

(基础知识)

中国就业培训技术指导中心
中国旧货业协会 组织编写

 中国劳动社会保障出版社



用于国家职业技能鉴定
国家职业资格培训教程

YONGYU GUOJIA ZHIYE JINENG JIANDING • GUOJIA ZHIYE ZIGE PEIXUN JIAOCHENG

鉴定估价师

(基础知识)

编审委员会

主 任	刘 康					
副主任	陈李翔	宋 建	杨殿宗			
委 员	王晓君	许 波	陈素红	廉 旭	柳 晓	
	陈 蕾	王 萍	刘浚年	师宝华	梁美钧	
	王凌云	徐 鹏	陈 煜	覃业竣	张德民	
	段东炎					

本书编审人员

主 编	覃业竣					
副主编	王 晖	段东炎				
编 者	蔺 哲	薄香芳	任志红	杨殿宗	常大磊	
主 审	张德民					
审 稿	陈 煜	梁美钧				



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

鉴定估价师：基础知识/中国就业培训技术指导中心 中国旧货业协会组织编写. —北京：
中国劳动社会保障出版社，2006

国家职业资格培训教程

ISBN 7-5045-5788-9

I. 鉴… II. 中… III. ①鉴定-经济师-技术培训-教材②价格-评估-经济师-技术培训-教材 IV. F726.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 087417 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码：100029)

出版人：张梦欣

*

世界知识印刷厂印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 8.5 印张 133 千字

2006 年 9 月第 1 版 2006 年 9 月第 1 次印刷

定价：16.00 元

读者服务部电话：010-64929211

发行部电话：010-64927085

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话：010-64911344

前 言

为推动鉴定估价师职业培训和职业技能鉴定工作的开展，在鉴定估价师从业人员中推行国家职业资格证书制度，中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准——鉴定估价师》（以下简称《标准》）制定工作的基础上，委托中国旧货业协会组织参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家，编写了《国家职业资格培训教程——鉴定估价师》（以下简称《教程》）。

《教程》紧贴《标准》，内容上，力求体现“以职业活动为导向，以职业能力为核心”的指导思想，突出职业培训特色；结构上，针对鉴定估价师职业活动的领域，按照模块化的方式，分级别进行编写。《教程》的基础知识部分内容涵盖《标准》的“基本要求”；技能部分的章对应于《标准》的“职业功能”，节对应于《标准》的“工作内容”，节中阐述的内容对应于《标准》的“技能要求”和“相关知识”。

本书在编写过程中得到了山西财经大学、中国家用电器研究院等单位的大力支持和协助，在此一并表示衷心的感谢。

《国家职业资格培训教程——鉴定估价师（基础知识）》适用于对鉴定估价师各个等级的基础知识的培训，是职业技能鉴定的推荐辅导用书。

由于时间仓促，不足之处在所难免，欢迎读者提出宝贵意见和建议。

中国就业培训技术指导中心
中国旧货业协会

目 录

CONTENTS 《国家职业资格培训教程》

第一章 商品的基本知识	(1)
第一节 商品的特征和整体构成	(1)
第二节 商品质量	(3)
第三节 商品的原材料	(6)
第二章 商品分类及特征	(11)
第一节 商品分类	(11)
第二节 商品编码	(17)
第三节 商品目录	(26)
第三章 商品标准化与质量认证知识	(31)
第一节 商品标准化的概念和作用	(31)
第二节 商品标准的分类与分级	(33)
第三节 商品标准的制定原则和基本内容	(37)
第四节 商品标准化发展概况	(40)
第五节 商品质量认证	(43)
第四章 商品包装与商标知识	(54)
第一节 商品包装及其作用	(54)
第二节 商品包装的基本特性及要求	(56)
第三节 商品包装种类	(57)
第四节 商品包装标签与标志	(61)
第五节 商品包装标准化	(66)

第六节 商标知识	(68)
第五章 商品流通的基本知识	(78)
第一节 商品流通的含义和职能	(78)
第二节 商品流通的规模与结构	(80)
第三节 商品流通的市场体系	(83)
第四节 商品流通主体	(87)
第五节 商品流通经营方式	(90)
第六章 职业道德基本知识	(95)
第一节 职业道德的概论	(95)
第二节 旧货行业的职业道德与规范	(97)
第七章 相关法律、法规知识	(104)
第一节 劳动法的相关知识	(104)
第二节 治安管理的相关知识	(109)
第三节 环境保护相关法律法规	(114)
第四节 旧货流通法规的相关知识	(119)

第一节 商品的特征和整体构成

一、商品的特征

“商品”是用于交换的劳动产品，具有以下特征：

1. 商品的实质是“特殊有用物品”

商品首先是“物”，这是由客观世界的物质性所决定的。在自然界中，“物品”是众多繁杂的，既有自然物，也有通过人类劳动转化为自然物的改造物、加工品，通过人脑活动创造的精神产品以及一些特殊物品等。这些物品，从人类对其需要的程度可分为有用物品、无用物品、有害物品。商品不是泛指一切物品，也并非指所有的有用物品，而是由多种要素限定的“特殊有用物品”。

2. “注入劳动”是商品的来源要素

劳动是商品产生的手段，而一切非劳动品，或采用非法手段获得的“有用物品”，不管它具备商品构成的其他要素有多少和程度如何，人们都会从共同的道德准则出发，通过有关政策、法律法规等予以否定。

3. “交换”是产品跃变为商品的关键要素

物品的转移转让，可有多种方式。赠送、剥夺以及计划经济中的无

偿调拨和经济上的贪污、受贿等方式所造成的物品转移转让,从本质上说都不是“商品”,只有“交换”,才是产品跃变成商品的唯一合理方式。

4. “被社会承认”是商品的社会制约要素

从人类全局的利益出发,对于有益于满足人类生存和生活需求的一切有用物品,人类社会制定相应的政策、法律法规和措施,予以提倡和鼓励,否则,将禁止和打击。对商品的承认与否则因社会形态、政治制度、民族习俗、宗教信仰等情况的不同而异。

5. “被市场接纳”是商品的经济制约要素

市场是商品进行交换的场所,不同市场必然会对商品发生不同的作用或影响。特别是现代,在人类经济活动不断深化而逐步形成统一世界市场和社会生活逐渐市场化的情况下,市场对商品的制约作用更为明显。如市场对商品在数量、质量方面的制约以及地区性市场、经济发达程度不同的市场、某些特殊市场等方面对商品的制约等。

综上所述,商品是注入了劳动,用于交换和被社会承认、被市场所接纳的特殊有用的物品。

社会在发展,科技在进步,商品品种在丰富,新的商品层出不穷。广义的商品概念,既包括物质商品,如生产资料商品和生活资料商品,也包括知识商品,如科学技术商品、文化艺术商品、信息商品等。本教材侧重于对办公用品及电子通讯器材商品的介绍。

二、现代商品的整体构成

商品不仅能够带给人们实际利益,同时还可以带给人们附加利益。现代商品的整体构成主要包括以下三个部分。

1. 核心部分

核心部分即商品所具有的满足某种用途的功能,它是消费者购买某种商品时所追求的目标。消费者购买某种商品并非是为了拥有该商品的实体,而是为了获得满足自身某种需要的效用和利益。如洗衣机的核心利益体现在它能让消费者方便、省力、省时地清洗衣物。商品的有用性是以商品的功能为基础的。商品功能是商品达到用途要求所必须具备的能力,这种能力是由商品性质所决定的,它也是商品整个概念中最基本和最主要的部分。

2. 形式部分

商品的核心功能需要依附一定的实体来实现。商品的实体是由商品的成分、结构、外观、包装、商标、标识等多种要素构成的有机体，它们是商品的客观存在形式。形式部分是商品的具体形态，是商品的外在形式。

3. 延伸部分

商品的延伸部分是指人们在购买商品时所获得的附加利益和服务。例如，商品信息咨询、提供信贷、送货上门与免费安装调试服务、售后保证与维修服务、退货退赔服务承诺、一定时间内的优惠折扣、附加财产保险等，它们都是商品的延伸部分。合理地开发和利用商品的延伸部分，能更好地满足消费者的需要，而且有利于同类商品生产经营企业在激烈竞争中提高竞争力。

第二节 商品质量

一、商品质量的内涵

质量概念的内涵，随着科学技术的进步、生产力的发展和市场竞争的日益激烈在不断地拓展、深化和完善。因而，人们的质量观念也在不断地更新，可大致划分为三个阶段：符合性质量——适用性质量——满意度质量。这也反映在国际标准对质量的定义上：

ISO 8401：1986 年对质量的定义是：产品或者服务满足规定或潜在需要的特征和特性的总和。

ISO 9000：1994 年对质量的定义是：反映实体满足明确和隐含需要能力的特性总和。

GB/T 19000—ISO 9000：2000 年对“质量”一词定义为：一组固有特性满足要求的程度。

GB/T 19000—ISO 9000 对“质量”定义的理解要点如下：

1. 关于“固有特性”

“固有”就是指某事或某物中本来就有的，尤其是那种永久的特性。其反义是“赋予”。

“特性”指可区分的特征。可以有各种类别的特性，如物理特性（力学性能、电性能或化学性能），感官特性（气味、手感、噪声、色彩），行为特性（礼貌、诚实、正直），时间特性（准时性、可靠性、可用性），人体功效特性（生理特性、人身安全特性），功能特性（飞机的最高速度）。

（1）特性可以是固有的或被赋予的。有的产品只有一种类别的固有特性，如化学试剂只有化学性能；有的产品可能有多种类别的固有特性，如电视机物理特性中的电性能、环境适应性能、安全性，感官特性中的音色、色彩，时间特性中的可靠性等。

（2）赋予特性不是固有特性，它是产品完成后因不同的要求而对产品所增加的特性，如产品的价格、硬件产品的供货时间和运输要求、售后服务要求等特性。

（3）不同产品的固有特性与赋予特性是不同的，某些产品的赋予特性可能是另一些产品的固有特性，例如，供货时间及运输方式对硬件产品而言，属于赋予特性；但对运输服务而言，就属于固有特性。

2. 关于“要求”

（1）要求指“明示的、通常隐含的或必须履行的需求或期望”。

“明示的”可以理解为是规定的要求，如在文件中阐明的要求或顾客明确提出的要求。

“通常隐含的”是指组织、顾客和其他相关方的惯例或一般做法，所考虑的需求或期望是不言而喻的。例如，银行对客户存款的保密性、化妆品对皮肤的保护性等。一般情况下，顾客或相关方的文件（标准）中不会对此类要求给出明确的规定，供方应根据自身产品的用途和特性进行识别，并作出规定。

“必须履行的”是指法律法规的要求及强制性标准的要求。

（2）要求可以由不同的相关方提出，不同的相关方对同一产品的要求可能是不同的。例如，对汽车来说，驾乘者要求美观、舒适、轻便、省油；而社会要求对环境不产生污染。供方在确定产品要求时，应兼顾各相关方的要求。

（3）要求可以是多方面的，当需要特指时，可以采用修饰词来表示，如产品要求、质量管理体系要求、顾客要求等。

从这个定义中可以理解到：质量的内涵由一组固有的特性组成，并

且这些固有特性是以满足顾客及其他相关方所要求的能力加以表征。

质量必须以顾客的要求为始点，以顾客和相关方的满意为终点。质量只有被顾客认知才有意义，只有顾客和相关方接受才能实现价值。企业必须在整个设计、开发、制造和服务等质量形成全过程中了解顾客需求、听取顾客和相关方意见，以达到顾客和相关方满意。商品质量也是如此，它是取决于商品用途有关的属性参数的综合，具有针对性、相对性和可变性，其核心是满足消费需求。

二、商品质量特性

质量特性：(Characteristic for Quality) 是一种属性，它帮助识别和区分各种实体，并且这种属性能加以描述和度量，以便和要求比较来确定合格或不合格。

不论是简单的日用品，还是复杂的电器，也不论是吃穿用品，还是住行用品，要使其满足消费，均应具备四个方面的基本特性，即功能特性、生理学特性、美学特性、经济学特性。

1. 功能特性

功能特性是指综合用户需要，经过开发设计、生产、加工，而使产品达到规定的功能，是与产品使用直接有关的适合用途和满足消费要求的能力。比如办公用品的功能特性表现为满足人们办公需要。商品种类繁多，不同种类的商品，功能特性不同，即便同一种类，用途有别，功能特性也有差异。如玻璃，窗玻璃洁白透明、化学玻璃耐酸耐碱、光学玻璃光发射强、玻璃镜影像真实、哈哈镜影像扭曲分别为各自的功能特性。功能特性还应包括商品的可靠性、耐用性及能满足人们多方面需要的能力等。

2. 生理学特性

生理学特性是指从人体生理卫生及安全的角度所要求商品必须具备的性能。国外一些资料文献上称其为人类工程学特性。

商品在储存和使用过程中，首先要保证安全卫生，不致病、不致命，无危险、无危害。家用电器、玩具、纺织品、服装、家具等日用消费品，如果在生产领域，由于所选原材料、产品设计、生产工艺、设备等不符合要求，就可能造成触电、着火，造成经济损失，甚至造成人身伤害事故。一些塑料制品、橡胶制品都是易燃的，特别是纺织品，每年因

此而引起的火灾和死亡事故很多。

另外，商品在使用（食用）过程中不可避免地与人体接触或进入人体，因而，卫生性差对人体同样有害。比如有色玻璃、塑料、搪瓷、陶瓷制品，在生产过程中会加进一些危害人身健康的金属氧化物。

3. 美学特性

美学特性是指商品在其实用价值前提下，能够很大限度地满足人们审美欲求的性能。

人类要生存，求发展，就有多种多样的需要，审美是人类多种需要中的一种，随着物质文化生活水平的不断提高，人们审美的需要更突出、更迫切了。

我国正处在飞速发展的时代，人们的精神生活丰富多彩；社会主义的市场经济的建立与完善，入世后市场竞争的日趋激烈，这些都对商品设计者和生产者提出了越来越高的审美要求。应当从使用功能出发，最大可能地设计和生产出满足人们审美、使用要求，经济美观的新型商品。

4. 经济学特性

经济学特性是指满足消费者对商品寿命周期费用要求的能力。商品的经济学特性不仅要看制造成本，还要看商品寿命期总成本，其中包括在流通和使用过程中由个人和社会所承担的损失，如商品的流通费用、使用过程中能源的消耗与养护维修费用等。尽管商品具有良好的性能，但如果造价、流通费、维修费用等昂贵，也是不能普及的，这也不应当成为我们追求的目标。

第三节 商品的原材料

商品的原料是构成商品使用价值的物质基础，也是商品自然属性的基本方面。研究商品原料的来源、组成、结构特征，可以使我们从本质上更加深刻地认识商品、研究商品，从而更好地为商品流通服务。

一、商品原料的分类

构成商品的原料种类繁多，但就其来源看，主要分两大类，即天然

原料和人工合成原料。

1. 天然原料

天然原料是指自然界天然存在的产物。按其在自然界存在的形式，可将其分为两类。

(1) 有生命物质提供的原料

有生命物质提供的原料，包括动物性原料和植物性原料。动物性原料主要是指由畜、禽、水产类提供的毛、皮、肉、骨和生丝等，用动物性原料可制作服装、鞋、帽、乐器、各类加工食品等；植物性原料主要是粮食、棉花、木材、油料作物、麻类、草类（包括中草药）以及各种植物的根、茎、叶、花、果、种子和纤维，用植物性原料可制作家具、纸张、服装、各类食品、药品等。

(2) 无生命物质提供的原料

无生命的物质提供的原料，包括各种矿产以及从矿产资源中精炼出的各种金属、氧化物、无机盐类，如金、银、铜、铁、锡、铅等及其氧化物，包括硅酸盐制品用的主要原料二氧化硅，搪瓷制品用的各种氧化物、盐类，陶瓷制品用的陶土等。

2. 合成原料

合成原料是指通过化学方法人工合成的原料，根据其分子组成为有机合成原料和无机合成原料。

(1) 有机合成原料

有机合成原料种类很多，大多以煤、天然气和石油经处理、加工后制得。如煤经干馏可制得煤焦油和焦炭，煤焦油是生产染料的基本原料，焦炭可制成碳化钙，碳化钙可制成乙炔，乙炔是生产塑料制品和橡胶制品的主要原料。天然气经加工，石油经裂解后加工，均可成为合成塑料、合成纤维和合成橡胶的原料。

以有机物为组成成分的商品，其结构复杂，种类繁多，熔点低，易燃，难溶于水而易溶于有机溶剂，反应速度比较慢，副反应多。以有机合成原料制成的商品，常见的有肥皂、各种洗涤用品、农药、化肥、涂料、塑料制品、橡胶制品、纺织品、服装等。

(2) 无机合成原料

无机合成原料是指将矿物性原料经高温熔制后所获得的熔融物，如玻璃、玻璃纤维、瓷釉、无机染料等。

以无机合成原料制成的商品，常见的有搪瓷、玻璃、化肥、金属制品和某些化工类商品。以无机物为组成成分的商品，结构较为简单、熔点高、不容易燃烧、易溶于水、反应速度快，一般在酸、碱作用下易发生化学反应，显示出特殊的化学性质，甚至会发生质的变化。

人工合成的商品原料的获得，是以生产力和科学技术发展水平为基础的。随着社会生产力的发展，科学技术水平的提高，将会有更多的合成材料用于商品生产，造福于人类。其实一种商品的原料构成在多数情况下并不是单一的，而是多种元素的复合。

二、商品原料的化学成分

构成商品原料的化学成分有无机成分和有机成分两类：

1. 无机成分

无机成分即无机物，它是指除碳酸盐类和碳的氧化物之外的所有的不含碳化合物的混合物。常见的有：水、灰分、氧化物、盐类以及金属单质等。

（1）水

水是构成商品原料的重要物质，原料中的水有三种存在形式：结合水、半结合水和自由水。水的存在对商品质量影响很大，一般情况下，商品都有其正常的水分含量，低于或高于这一含量，都会影响商品的品质。此外，商品中的水分对商品的保管、储存性能有较大的影响，含水量较高的商品，储存性能较差。

（2）矿物质（灰分）

经高温（550~600℃）煅烧后，不挥发物称为矿物质，是构成商品原料的又一类重要的无机物。经过商品生产过程之后，绝大部分矿物质被保留下来，在一些商品中是构成商品使用价值的重要成分，如硅酸盐制品、食品等；而在另一些商品中，矿物质以杂质形式存在，对这些商品的质量有一定的影响。

（3）氧化物

通常将含氧的无机化合物统称为氧化物。氧化物在商品的无机原料中大量存在，如硅酸盐制品的原料中就含有大量的氧化物。经过生产过程之后，相当一部分氧化物发生变化，也有一部分氧化物以原有状态存在。氧化物的存在，对商品的物理、化学性质有较大的影响。

(4) 金属

金属是生产金属制品的原料。常见的金属有铁、铜、铝、锌、锡、银、金以及合金（一种金属与其他金属或非金属熔合而成的混合物）。金属是商品生产的次生原料，它可以通过金属矿产（金属氧化物）冶炼而获得，是冶金工业的产品，同时又是金属制品的原料。在金属制商品中，金属大多以单质存在，属商品的有效成分，其含量的高低决定商品的物理、化学性质和使用性能。

2. 有机成分

有机成分是指以碳、氢两种元素为主体的化合物及其衍生物。如各种烃、酸、醇、糖、蛋白质、脂肪、维生素等。

(1) 烃类

烃类即碳氢化合物，是商品的基础原料，广泛存在于石油、天然气等矿产中。根据其碳—碳键的不同有烷、烯、炔之分。碳—碳键均为单键时称为烷烃；有双键时称为烯烃；有叁键时为炔烃。烯、炔烃存在有不饱和键（双键、叁键），可在一定的温度压力、催化剂作用下发生聚合反应，生成高分子化合物。高分子化合物经一系列工艺处理后，可作为塑料工业、橡胶工业、纺织工业的重要原料。此外，以烃类为原料还可以生产多种化工商品。

(2) 醇

直链烃碳上的氢原子被羟基（—OH）取代的产物称为醇。根据分子中羟基的数目可分为一元醇、二元醇和多元醇。也可根据碳链上键的饱和情况分为饱和醇和不饱和醇。醇可以通过化学方法制得，也可以通过微生物发酵而制得，如酒精发酵。醇是重要的商品原料，其中乙醇（酒精）是酒的主要成分。甘油（丙三醇）广泛地用于化学工业、食品工业、烟草工业、医药工业和军事工业，是一种重要的商品原料。

(3) 有机酸

分子结构中存在有羧基（—COOH）的物质称为酸。通常在食品商品的原料中含有多种酸，如草酸、琥珀酸、酒石酸、苹果酸、柠檬酸、乙酸、碳酸等。这些酸的存在形式有两种，即游离态和结合态。有机酸在蔬菜、水果中含量较高，是构成菜、果风味的重要物质。在动物体内有少量的磷酸以化合态形式存在。

(4) 碳水化合物

含有多个羟基的醛或酮称为碳水化合物。碳水化合物是自然界光合作用的产物，广泛存在于植物性原料中，在部分动物性原料中也存在。碳水化合物在商品原料中的种类、存在形式是多样的，如食品原料中淀粉、食糖，棉纤维中的纤维素，木材的主要成分等均属碳水化合物。

（5）蛋白质

蛋白质属天然大分子物质，广泛地存在于自然界各种生物体内，是构成生物体的重要成分。食品商品原料中的蛋白质，是重要的营养成分，对人体具有特殊的生理意义。此外，在纺织品，日用工业品动物性原料中，也含有大量的蛋白质，如毛纤维、蚕丝、皮革等。在商品加工生产、储运过程中，蛋白质会发生变化，这些变化对商品的质量是不利的。

（6）脂肪及脂肪酸

在动物体内以及植物的种仁中大量存在，是食品商品的重要原料，具有重要的营养价值，同时也是日用化学工业品的重要原料。

第一节 商品分类

商品的分类首先要根据一定的目的进行，应满足商品的科研、教学、生产、贸易、管理等的需要；再选择适当的分类标志和特征，将商品集合总体科学地、系统地分为大类、中类、小类、品类、品种、细目直至最小单元。

一、商品分类的意义

商品分类是指为满足商品生产、流通、消费和科学研究的需要，选择恰当的分类标志，将商品总体科学地、系统地逐级划分为各级分类的集合（大类、品目、细目）直至最小单元的过程。

在我国，一般将商品分成门类、大类、小类、品种、规格、花色、款式、等级等类别。

商品大类：能体现商品生产和流通领域的行业分工，既要同生产行业对口，又要与流通组织相适应，如百货、纺织、食品、五金、化工、文化用品等大类。

商品品目：是指具有若干共同性质商品的总称，包括若干商品品种，如化纤织品、塑料制品等。