



职业技术·职业资格培训教材

JICHU ZHISHI

# 商品营业员

## 基础知识

SHANGPIN  
YINGYEYUAN  
JICHU ZHISHI

劳动和社会保障部教材办公室 组织编写  
上海市职业培训指导中心

JICHU ZHISHI



中国劳动社会保障出版社

1+X

职业技术·职业资格培训教材

张健 (X) 目录附录

400% 环颈出洞到会经院院中 (京北一)

JICHU ZHISHI

林建川 林建川 林建川 林建川 林建川

5-1014-2402-1/2021

F 718/151

林建川 林建川 林建川 林建川 林建川

中国版本图书馆(CIP)数据核字(2004)第023444号

# 商品营业员

## 基础知识



主 编 姜卫星

审 稿 费采宝

JICHU ZHISHI

中国劳动社会保障出版社

北京

天津

44817243-010

天津



中国劳动社会保障出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

商品营业员基础知识/龚卫星主编. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2004  
职业技术·职业资格培训教材

ISBN 7-5045-4461-2

I. 商… II. 龚… III. 商业—服务人员—技术培训—教材 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第022844 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

\*

新华书店经销

北京太容彩色印刷有限公司印刷 北京密云青云装订厂装订

787毫米×1092毫米 16开本 21印张 453千字

2004年6月第1版 2005年7月第2次印刷

印数: 2000册

定价: 30.00元

读者服务部电话: 010-64929211

发行部电话: 010-64911190

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话: 010-64911344

## 内 容 简 介

本教材由劳动和社会保障部教材办公室、上海市职业培训指导中心依据上海 1+X 职业技能鉴定考核细目——商品营业员（初级、中级、高级）基础知识组织编写。本教材从强化培养操作技能，掌握一门实用技术的角度出发，较好地体现了本职业当前最新的实用知识，对于提高商品营业员的工作素质，掌握商品营业员工作的核心内容与技巧有直接的帮助和指导作用。

本教材包括商品营业员（初级、中级、高级）三部分基础知识内容：初级部分包括：商业基础知识、商业道德与消费者权益、售货服务知识、商场业务知识、商场管理知识；中级部分包括：售货艺术、商业企业经营管理、商业法规知识、商业应用文；高级部分包括：市场调研与经营决策、国际贸易实务知识、商业企业经济活动分析、商务谈判知识、商务法规知识、商业公共关系知识。

为便于读者掌握本教材的重点内容，在每单元后附有模拟测试题及答案，并附有级别知识考核模拟试卷及答案，用于检验、巩固所学知识。

本教材作为商品营业员职业技能培训与鉴定考核教材，也可供全国中等职业学校学生学习、掌握先进商品营业员知识，或进行岗位培训、就业培训使用。

# 前言

职业资格证书制度的推行,对广大劳动者系统地学习相关职业的知识和技能,提高就业能力、工作能力和职业转换能力有着重要的作用和意义,也为企业合理用工以及劳动者自主择业提供了依据。

随着我国科技进步、产业结构调整以及市场经济的不断发展,特别是加入世界贸易组织以后,各种新兴职业不断涌现,传统职业的知识和技术也愈来愈多地融进当代新知识、新技术、新工艺的内容。为适应新形势的发展,优化劳动力素质,上海市劳动和社会保障局在提升职业标准、完善技能鉴定方面做了积极的探索和尝试,推出了1+X的鉴定考核细目和题库。1+X中的1代表国家职业标准和鉴定题库,X是为适应上海市经济发展的需要,对职业标准和题库进行的提升,包括增加了职业标准未覆盖的职业,也包括对传统职业的知识 and 技能要求的提高。

上海市职业标准的提升和1+X的鉴定模式,得到了国家劳动和社会保障部领导的肯定。为配合上海市开展的1+X鉴定考核与培训的需要,劳动和社会保障部教材办公室、上海市职业培训指导中心联合组织有关方面的专家、技术人员共同编写了职业技术·职业资格培训系列教材。

职业技术·职业资格培训教材严格按照1+X鉴定考核细目进行编写,教材内容充分反映了当前从事职业活动所需要的最新核心知识与技能,较好地体现了科学性、先进性与超前性。聘请编写1+X鉴定考核细目的专家,以及相关行业的专家参与教材的编审工作,保证了教材与鉴定考核细目和题库的紧密衔接。

职业技术·职业资格培训教材突出了适应职业技能培训的特色,按等级、分模块单元的编写模式,使学员通过学习与培训,不仅能够有助于通过鉴定考核,而且能够有针对性地系统学习,真正掌握本职业的实用技术与操作技能,从而实现我会做什么,而不只是我懂什么。每个模块单元所附模拟测试

题和答案用于检验学习效果,教材后附本级别的知识考核模拟试卷,使受培训者巩固提高所学知识 with 技能。

本教材虽结合上海市对职业标准的提升而开发,适用于上海市职业培训和职业资格鉴定考核,同时,也可为全国其他省市开展新职业、新技术职业培训和鉴定考核提供借鉴或参考。

新教材的编写是一项探索性工作,由于时间紧迫,不足之处在所难免,欢迎各使用单位及个人对教材提出宝贵意见和建议,以便教材修订时补充更正。

劳动和社会保障部教材办公室  
上海市职业培训指导中心

# 目 录

## 第一部分 初级商品营业员基础知识

|                              |        |
|------------------------------|--------|
| <b>第一单元 商业基础知识</b> .....     | ( 1 )  |
| 第一节 商业的产生与发展 .....           | ( 1 )  |
| 第二节 商业的作用与职能 .....           | ( 3 )  |
| 模拟测试题 .....                  | ( 7 )  |
| 模拟测试题答案 .....                | ( 10 ) |
| <b>第二单元 商业道德与消费者权益</b> ..... | ( 11 ) |
| 第一节 社会主义商业道德概述 .....         | ( 11 ) |
| 第二节 商品营业员职业道德规范 .....        | ( 13 ) |
| 第三节 消费者权益保护法知识 .....         | ( 14 ) |
| 模拟测试题 .....                  | ( 19 ) |
| 模拟测试题答案 .....                | ( 21 ) |
| <b>第三单元 售货服务知识</b> .....     | ( 22 ) |
| 第一节 售货程序 .....               | ( 22 ) |
| 第二节 售货服务规范 .....             | ( 25 ) |
| 模拟测试题 .....                  | ( 27 ) |
| 模拟测试题答案 .....                | ( 29 ) |
| <b>第四单元 商场业务知识</b> .....     | ( 30 ) |
| 第一节 商品购进 .....               | ( 30 ) |
| 第二节 商品验收 .....               | ( 31 ) |
| 第三节 商品保管 .....               | ( 32 ) |
| 第四节 商品销售 .....               | ( 34 ) |
| 第五节 商品变价 .....               | ( 36 ) |
| 第六节 商品盘点 .....               | ( 37 ) |

## 目 录

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| 第七节 商品损益                | (38)  |
| 第八节 超市的收银与理货            | (40)  |
| 模拟测试题                   | (48)  |
| 模拟测试题答案                 | (50)  |
| <b>第五单元 商场管理知识</b>      | (51)  |
| 第一节 商场服务管理              | (51)  |
| 第二节 商场业务管理基础知识          | (54)  |
| 第三节 商场柜组核算知识            | (57)  |
| 第四节 物价管理知识              | (58)  |
| 模拟测试题                   | (61)  |
| 模拟测试题答案                 | (62)  |
| 初级商品营业员基础知识考核模拟试卷       | (63)  |
| 初级商品营业员基础知识考核模拟试卷答案     | (68)  |
| <b>第二部分 中级商品营业员基础知识</b> |       |
| <b>第六单元 售货艺术</b>        | (69)  |
| 第一节 售货艺术概述              | (69)  |
| 第二节 消费者的购买心理            | (76)  |
| 第三节 售货服务                | (84)  |
| 第四节 售货服务中的投诉处理          | (88)  |
| 第五节 售货推销技巧的类型           | (92)  |
| 模拟测试题                   | (97)  |
| 模拟测试题答案                 | (100) |
| <b>第七单元 商业企业经营管理</b>    | (101) |
| 第一节 商业企业经营基础知识          | (101) |
| 第二节 小型商业企业经营过程管理        | (104) |
| 模拟测试题                   | (123) |
| 模拟测试题答案                 | (125) |
| <b>第八单元 商业法规知识</b>      | (127) |
| 第一节 商业企业登记注册的法规知识       | (127) |
| 第二节 商业企业相关的商标法知识        | (129) |
| 第三节 反不正当竞争法知识           | (132) |
| 第四节 产品质量法知识             | (135) |



|                         |       |
|-------------------------|-------|
| 第五节 食品卫生法知识             | (137) |
| 模拟测试题                   | (139) |
| 模拟测试题答案                 | (141) |
| <b>第九单元 商业应用文</b>       | (142) |
| 第一节 商业应用文的概述            | (142) |
| 第二节 商业行政公文类应用文          | (143) |
| 第三节 商业事务类应用文            | (145) |
| 第四节 商业业务类应用文            | (150) |
| 第五节 商业信息类应用文            | (153) |
| 模拟测试题                   | (155) |
| 模拟测试题答案                 | (157) |
| 中级商品营业员基础知识考核模拟试卷       | (158) |
| 中级商品营业员基础知识考核模拟试卷答案     | (163) |
| <b>第三部分 高级商品营业员基础知识</b> |       |
| <b>第十单元 市场调研与经营决策</b>   | (165) |
| 第一节 商业信息                | (165) |
| 第二节 市场调查                | (168) |
| 第三节 市场预测                | (172) |
| 第四节 经营决策                | (175) |
| 模拟测试题                   | (178) |
| 模拟测试题答案                 | (181) |
| <b>第十一单元 国际贸易实务知识</b>   | (182) |
| 第一节 国际贸易基础知识            | (182) |
| 第二节 国际贸易合同标的            | (184) |
| 第三节 贸易术语与价格条款           | (189) |
| 第四节 国际贸易货物的运输           | (194) |
| 第五节 国际贸易货物的保险           | (196) |
| 第六节 国际贸易货款的收付           | (202) |
| 模拟测试题                   | (210) |
| 模拟测试题答案                 | (213) |
| <b>第十二单元 商业企业经济活动分析</b> | (215) |
| 第一节 商业企业经济活动分析的概述       | (215) |

## 目 录

|                       |       |
|-----------------------|-------|
| 第二节 商业企业经济活动分析的方法     | (218) |
| 第三节 商品流转分析            | (223) |
| 第四节 商业企业资金分析          | (228) |
| 第五节 商业企业利润分析          | (237) |
| 第六节 商业企业经济活动分析报告      | (248) |
| 模拟测试题                 | (249) |
| 模拟测试题答案               | (251) |
| <b>第十三单元 商务谈判知识</b>   | (252) |
| 第一节 商务谈判概述            | (252) |
| 第二节 商务谈判的过程           | (254) |
| 模拟测试题                 | (271) |
| 模拟测试题答案               | (273) |
| <b>第十四单元 商务法规知识</b>   | (274) |
| 第一节 商业企业相关的广告法知识      | (274) |
| 第二节 商业企业相关的合同法知识      | (276) |
| 第三节 商业企业相关的价格法知识      | (283) |
| 第四节 商业企业相关的票据法知识      | (285) |
| 第五节 商业企业相关的税法知识       | (290) |
| 第六节 商业企业相关的经济仲裁法规知识   | (296) |
| 模拟测试题                 | (298) |
| 模拟测试题答案               | (299) |
| <b>第十五单元 商业公共关系知识</b> | (300) |
| 第一节 公共关系的基本理论         | (300) |
| 第二节 商业企业公关工作的内容和技巧    | (306) |
| 第三节 商业企业的识别系统         | (310) |
| 模拟测试题                 | (315) |
| 模拟测试题答案               | (317) |
| 高级商品营业员基础知识考核模拟试卷     | (318) |
| 高级商品营业员基础知识考核模拟试卷答案   | (323) |

# 第一部分 初级商品营业员基础知识

## 第一单元 商业基础知识

### 第一节 商业的产生与发展

#### 一、商业的产生与发展

##### 1. 商业是商品交换发展的产物

从社会经济发展史来看,商业不是从来就有的,它是以商品生产和商品交换的存在和发展为前提的,没有商品生产和商品交换,就没有商业。商品交换是不同劳动产品的相互交换,在交换过程中,交换的双方都是一方面让渡自己的商品,另一方面占有别人的商品。商品交换存在于第一次社会大分工以后的各个社会形态之中,因此,商业是一个历史范畴,是商品交换发展到一定历史阶段的产物。

##### 2. 商业产生的条件

商品交换的产生必须具备两个基本条件:一是社会大分工,二是生产资料和劳动产品归不同所有者占有。商业是商品交换的发达形式,所以商品交换产生的两个基本条件,同样也是商业产生的两个基本条件。

(1) 社会大分工。有了社会大分工,彼此之间进行商品交换具有必然性。原始社会母

系氏族公社繁荣时期农牧业的社会大分工,产生了物物交换。父系氏族公社时期农业与手工业的社会大分工,发展了简单商品的交换,出现了以交换为目的的生产,即商品生产。在这种商品交换活动与商品生产活动相互矛盾、日益发展的情况下,便发生了第三次社会大分工,它创造了一个不从事生产而只从事商品交换的社会集团——商人。

(2) 生产资料和劳动产品归不同所有者占有。父系氏族公社末期,生产资料和劳动产品不再归公共所有,部落或氏族首领利用自己掌管生产和剩余产品交换的权力,逐渐把公共财产作为私有财产来支配。于是,原始社会解体,家庭私有制出现,奴隶制国家诞生,它们为商业的产生奠定了阶级基础。这样,生产资料和劳动产品归不同私有者占有,他们不可能无偿地占有对方的产品,只有通过商品交换才能获得。

## 二、商业的概念及商品流通形式

商业是商品交换的发达形式,是专门从事商品流通活动的独立经济部门。当前,它随着大市场的不断形成,其内涵和外延日益扩展,正成为大商业,进行大流通,为繁荣社会主义市场经济发挥着重要作用。商品流通的含义和任务就是通过以货币为媒介的商品买卖,实现商品从生产领域到消费领域的转移,是商品所有者全部交换关系的总和。商品流通包括简单商品流通和发达商品流通。

### 1. 简单商品流通

简单商品流通的形式是商品转化为货币、货币转化为商品,即  $W-G-W$ 。由于货币出现,原来的物物交换变为以货币为媒介的交换,交换过程分裂为互相对立、互相补充的两个阶段:商品转化为货币,商品—货币 ( $W-G$ ); 货币转化为商品,货币—商品 ( $G-W$ )。同时,形成商品所有者的两种相对独立的行为:一种是卖,一种是买。这两种行为的统一,就是为买而卖。交换过程以卖开始,以买结束,为买而卖,先卖后买,买的目的是为了直接满足某种消费需要,为了不同的使用价值的获得,为了自己的消费需要。

### 2. 发达商品流通

发达商品流通的形式是货币转化为商品、商品转化为货币,即  $G-W-G$ 。它是由简单商品流通发展而成的,在商品生产者自己进行商品交换的基础上,插入了商人,使商品流通成为  $G-W-G$  的形式。发达商品流通的两个阶段:货币转化为商品,货币—商品 ( $G-W$ ); 商品转化为货币,商品—货币 ( $W-G$ )。同时,形成商人作为中间媒介者的两种行为:一种是买,一种是卖,这两种行为的统一是为卖而买,先买后卖。交换过程以买开始,以卖结束,卖的目的是为了取得更多的交换价值,使原来的货币增值。商人为购买商品暂时垫支货币,通过商品的出售,货币又重新回到商人手里,但这时的货币额  $G$ ,应加上增值额,这样商人才能成为独立的经营者,以营利为目的,从而为社会经济活动中起中间媒介作用并推动经济发展。所以,  $G-W-G$  的流通形式实际上应表述为  $G-W-G'$ 。

### 3. 简单商品流通和发达商品流通的异同

商业作为发达的商品流通形式 ( $G-W-G'$ ) 同简单商品流通形式 ( $W-G-W$ ) 相比较,两者既有共同点,又存在着差别。

(1) 简单商品流通和发达商品流通的共同点。两者都是买和卖相互对立阶段的统一；在流通的每一阶段都是以货币为媒介的商品交换，即商品和货币相互对立。在两种流通形式的全过程中基本都涉及三个当事人参加，也就是买者、卖者、又买又卖者，在这三个当事人中，只有既买又卖的人，才是整个流通循环过程的承担者。

(2) 简单商品流通和发达商品流通形式的区别

1) 两种流通形式所包含的买和卖对立阶段的次序不同。简单商品流通形式是先卖后买，发达商品流通形式是先买后卖。

2) 两种流通形式的出发点和归宿点不同。在简单商品流通形式中，商品是过程的出发点和归宿，货币是中介。在发达商品流通形式中，货币是过程的出发点和归宿，商品是中介。

3) 两种流通形式的最终目的不同。在简单商品流通形式中，商品所有者出卖商品，是为了购买他所需要的另一种商品，所以，这种流通的最终目的是为了取得一定的使用价值，是为买而卖。在发达商品流通形式中，商人买进商品，是为了再把它卖出去，商人为购买商品所支付的货币，只是暂时的垫支，通过商品出卖，货币又重新回到商人手里，是为卖而买，是为了取得更多的交换价值，为了使原来的垫支货币增值。

## 第二节 商业的作用与职能

### 一、商业在社会再生产中的地位

社会再生产过程是由生产、分配、交换和消费四个环节构成的。在这四个环节中生产表现为起点，消费表现为终点，分配和交换表现为中间环节。其中生产是最基本的决定因素。因此，生产决定着交换、分配和消费。而交换、分配和消费并不是消极被动的因素，它们也同时能动地反作用于生产，促进或抑制生产的发展。特别是交换，在市场经济条件下不仅直接影响生产，而且还通过对分配与消费的影响间接反作用于生产的整个过程。交换与生产、分配、消费之间的关系表现为：

1. 交换与生产的关系

(1) 生产决定交换。表现为：

1) 生产的社会分工是商品交换产生和发展的基础。

2) 生产为交换提供物质对象。

3) 生产方式的性质决定交换的性质。

4) 生产发展的规模和结构决定商品交换的深度和广度。交换的深度是指人们对商品交换的依赖程度，交换的广度是指商品交换的范围。

(2) 交换对生产起反作用，并在一定条件下对生产的发展起决定性的作用。表现为：

1. 商品交换是商品生产存在和发展的必要条件。
2. 商品交换促进社会分工的发展。
3. 商品交换对商品生产有引导作用。
4. 交换的规模和速度制约生产的规模和速度。

## 2. 交换与消费的关系

交换与消费的关系。消费是社会存在和发展的基础条件和最终追求,交换是联结生产和消费的中间环节。因此,交换与消费之间存在互相依赖、互相制约、互为条件的关系。

- (1) 消费对交换的制约作用
  1. 消费直接引起交换。
  2. 消费决定交换的目的。
  3. 消费制约交换的规模和结构。
  4. 消费方式影响交换方式。
- (2) 交换对消费的制约作用
  1. 交换是实现消费需求的条件。
  2. 交换制约消费结构。
  3. 交换制约消费形式与方法。
  4. 交换制约消费效益,消费效益包括时间效益与经济效益。

## 3. 交换与分配的关系

交换与分配的关系是:分配的数量和结构制约交换的数量和结构,国民收入的分配和再分配制约着交换的规模和结构。交换关系制约分配关系的实现、深度和广度,交换关系起到了再分配的作用。

## 二、商业在国民经济中的作用

### 1. 缩短商品的流通时间,加速商品转化为货币的过程

(1) 缩短商品流通时间,有利于社会劳动时间的节约。商业经济活动,一方面为生产部门组织和提供原材料,另一方面又为生产部门收购和销售、推销商品,并在产销信息反馈、调节商品余缺等方面为生产服务。

(2) 加速商品货币转化,有利于维持和扩大社会再生产。商业凭借其专门化的经营条件、完善的经营环节,及直接面向消费和联结生产的经营措施,在实现  $G-W-G'$ ,投入货币并不断增值的利益驱动下,一方面商业自身要求尽快实现商品一货币形态的变化,另一方面商业又使生产部门的商品提早转化为货币,从而加快了整个社会再生产的循环。

### 2. 提高社会资金的使用效率,加快资金周转速度

(1) 商业的独立存在可以节省生产资金,提高社会资金的使用效率,也就相对节省了生产部门的资金占用,提高了生产自有资金的使用效率。

(2) 商业的独立存在,可以运用商业优势,加快资金周转速度。商业的独立存在,可以运用集中组织商品流通的优势,为许多生产单位的产供销经济活动服务。



3. 商业的独立存在,有利于调节生产和消费之间的客观矛盾,提高劳动生产率。

(1) 商业的独立存在,可以适应产销发展需要,起到沟通调节作用。

(2) 商业的独立存在,可以促进社会分工,提高劳动生产率。

### 三、商业的社会职能

商业的社会职能是指商业在社会经济活动中的职责和功能,其独立化的社会职能客观地、普遍地存在于并体现在组织和策划商品流通运行之中,主要有以下基本内容:

#### 1. 媒介职能

商业媒介职能也称交换职能,它是商业最原始、最本质、最基本的职能。商业通过组织商品流通过程,最终实现商品与货币的统一,它为生产耗费得到补偿,为扩大再生产提供条件,保证社会再生产的不断进行。商业媒介职能通过商业行为反映在两个方面:

(1) 促进商品从生产领域向消费领域转移的职能。商业组织商品流通的第一次交换职能,是以商业资本为媒介,帮助生产部门初步实现生产领域的产品向商品和货币转化,又使商业独立经营具有了存在和发展的物质基础。

(2) 实现商业为生产和消费服务的职能。商业的第二次交换职能,是以促销活动的手段,通过为卖而买的商业活动完成组织商品流通的全过程,又使商业通过商品和货币转换的销售活动,收回商业垫付的资本并使之增值,从而不断实现为生产和消费服务的职能。

#### 2. 调节职能

(1) 调节商品产销之间矛盾的职能。现实的产销双方在时间、空间上,总是客观存在着一定的距离和间隔,商业通过实现分配(物质转移)职能加以调节。商业调节职能,使产销矛盾得到缓解协调,商品流通有序运动,达到社会再生产的目的。

(2) 连接商品产销之间供求统一的职能。商业调节职能是履行实体分配和连接供求两方面内容的统一。调节职能通过一系列商业行为而实现。诸如:商业通过市场评价、商品调整、信息交流、签订合同和完善的交易手段等行为,为连接供求关系发挥调节和统一职能。使生产和消费在要求上、时空上的矛盾不断趋于一致。

#### 3. 融资职能

(1) 企业间的信用融资。主要是商业部门为取得商品所有权所采取的先付或后付资金的方式。所谓信用,就是指借贷资本的运动形式。商业在企业间进行资金融通,如独立批发商向中小零售商赊销,有利于扩大营销。销售代理商向制造商预付货款,有利于巩固货源,促进生产。

(2) 消费者信用融资。消费者信用融资的形式,最初由零售商的赊销开始,逐步发展到分期付款和信用卡等形式。其中,信用卡是一种现代化的赊销方式,消费者利用信用卡购物,定期汇结购买总金额,由银行转账支付。

#### 4. 风险职能

(1) 承担自身应负的风险。诸如决策风险、经营管理失误、物资储运损失、融资信用风险等,这些来自自身因素的商业风险,商业必须独立地承担。

(2) 承担市场因素引起的风险。诸如价格波动、供求变化等风险。一般来说,商业要承担组织商品流通中的各种风险,商业风险分为静态风险(流通中主观上的失误和商品变质、损坏、丢失等)和动态风险(如市场经营环境变化等)。

#### 5. 传递市场信息职能

商业部门的商品销售网点遍布全国各地的城市和乡村,每日每时都同广大消费者直接打交道,什么商品畅销,什么商品滞销,什么商品脱销,什么商品积压,什么商品利大,什么商品利小或无利可图,哪个地区商品供过于求,哪个地区商品供不应求,哪个企业的商品物美价廉,哪个企业的商品质次价高,哪里出现了新商品,哪种新商品能变成流行款式,哪种老商品将被取代,所有这些市场商品销售动态和消费者的意见要求,商业工作人员都能最先了解到。因而,商业部门、商业企业还承担着向经济管理部门和生产经营单位及时传递市场信息的职能。

### 四、商业构成

#### 1. 零售业态结构

(1) 百货店。商品结构为种类齐全、少批量、多毛利;采取定价销售;商店规模大;目标顾客为中高档消费者和追求时尚的年轻人。

(2) 超级市场。采取自选销售方式,出入口分设;商品构成以购买率高的日用商品为主,目标顾客以居民为主。

(3) 大型综合超市。以销售大众化的日用商品为主,采取自选销售方式和连锁销售方式,商品构成以衣食为主,重视企业的品牌开发。选址一般在城乡结合处、住宅区、交通要道处。

(4) 便利店。满足顾客便利性需求为主的零售业态。以开架自选为主,营业时间长,商圈范围小,商品价格高于一般零售业态。

(5) 专业店。指经营某一大类商品为主。采取定价与开架销售,商品结构体现为专业性、品种丰富,可选择的余地大,经营有自己的特色,一般为高利润。

(6) 专卖店。专门经营或授权经营制造商品品牌和中间商品品牌的零售业态。商品以企业品牌为主,销售体现为量少、优质、高毛利。

(7) 购物中心。指企业有计划地开发、拥有、管理运营的各类业态、服务设施的集合体。一般服务功能齐全,集零售、餐饮、娱乐为一体,目标顾客以流动顾客为主。

(8) 仓储商店。是指一种经营中低档大众化商品,并实现销储一体化、以提供有限服务和低价格商品为主要特征、采取自选方式销售的零售业态。

(9) 家居中心。指提供与改善、建设家居环境有关的装饰、装修等用品、日常杂品、技术及服务为主的,采取自选方式销售的零售业态。作为经营策略,发挥了廉价商店的低价销售和超级市场的开架自选销售等优势。

#### 2. 商业行业结构

商业行业结构是指商业内部各种经营对象之间的构成和比例关系。



(1) 国际上划分商业的类型与含义。按照国际惯例划分,商业行业可分为买卖商、辅助商、第三商、第四商四大类。

(2) 我国商业行业是由商业、饮食业、服务业、修理业构成的,而每一行业内部又有其结构。其中商业又分为批发与零售行业。

1) 批发结构。指批发商业企业的类型、数量的比例及其分布状况。批发商业的类别:一是产地批发,通常是商品流通的起点,处于生产企业与其他商业企业的中介地位;二是口岸批发,设在沿海口岸,处于国际和国内市场之间的中介地位;三是中转批发,处于批发流通的中间环节,主要任务是对商品从集中到分散,从分散到集中,起到集中和分散的作用;四是销地批发,批发的终端环节,直接联系零售企业,任务是将购入的商品直接供给生产企业或零售企业,或批量出售给消费者个人;五是中央批发和地方批发,主要是指近年来出现的经营大宗农副产品和搞活农副产品流通的批发市场。

2) 零售结构。指各种零售商业网点之间以及大中小型商店之间的比例关系。零售商业的职能:一是实现职能,指最终实现商品的价值和使用价值;二是服务功能,为现实或者是潜在的购买者提供各种服务;三是协调职能,零售作为最终销售环节,起到了协调生产与消费的职能;四是信息职能,零售企业直接面向消费者,能灵敏地反映消费者需求和市场各方面的变化,并通过向生产者和批发企业反馈信息起到引导生产、保障商品顺利流通的作用。

## 模拟测试题

### 一、判断题(下列判断正确的请打“√”,错误的打“×”)

1. 商业是商品交换的发达形式,是专门从事商品流通的独立经济部门。 ( )
2. 直接以消费为目的的生产是商品生产。 ( )
3. 社会分工是商品生产和商品交换的重要条件。 ( )
4. 商品生产和商品交换产生的基本条件是社会分工和私有制。 ( )
5. 人类社会的第一次大分工,即手工业与农业的分离。 ( )
6. 直接以交换为目的的生产是商品交换。 ( )
7. 简单商品流通形式是先卖后买,发达商品流通形式是先买后卖。 ( )
8. 在发达商品流通形式中,商品所有者出卖商品,是为了购买他所需要的另一种商品,最终目的是为了取得一定的使用价值,是为卖而买。 ( )
9. 社会再生产过程是由生产、分配、交换和消费四个环节构成的。 ( )
10. 交换与生产的关系:生产决定交换,交换对生产起反作用。 ( )
11. 商业企业只具有交换职能,而不具有融资职能。 ( )
12. 商业传递市场信息职能也称媒介职能,它是商业最原始、最本质、最基本的职能。 ( )