

高等院校立体化教学多媒体系列教程

SHANGPINXUE GAILUN

商品学概论

刘维娥 李建玲 编著



南开大学出版社

高等院校立体化教学多媒体系列教程

商品学概论

刘维娥 李建玲 编著

南开大学出版社
天津

图书在版编目(CIP)数据

商品学概论 / 刘维娥, 李建玲编著. —天津: 南开大学出版社, 2008. 9
(高等院校立体化教学多媒体系列教程)
ISBN 978-7-310-03003-3

I. 商… II. ①刘…②李… III. 商品学—高等学校—教材 IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 134571 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

*

天津泰宇印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2008 年 9 月第 1 版 2008 年 9 月第 1 次印刷

787×1092 毫米 16 开本 12.875 印张 323 千字

定价: 28.00 元(含光盘一张)

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

前 言

为了适应我国市场经济发展的需要,顺应高职高专教育培养模式的转变,我们结合多年教学活动和实践经验,编写了《商品学概论》一书。此书广泛汲取了国内外商品学研究的新成果,充分体现了高职高专教育任务驱动、工学结合的教育理念,重视学生应用能力的培养,是高职高专院校物流管理专业及其他经济管理类专业适用的理想教材。

本书深入浅出地论述了商品分类、商品包装、商品质量、商品检验、商品的特性及养护等理论与实用技术问题,从而体现了商品学的学科体系内容,同时对商品与环境保护、商品信息、商品开发等相关问题做了进一步的说明,以扩大学生的视野。本着高职高专教育融“教、学、做”为一体,强化学生能力培养的教育思想,我们在书中明确了每一单元应达到的教学目标和能力要求,安排了“相关知识”、“小案例”、“理论测试”、“实训项目”等特色栏目,以帮助学生更加全面地、深刻地学习和理解教学内容。

本书由天津城市职业学院刘维娥副教授、李建玲副教授共同主编,其中刘维娥编写第一、八单元,李建玲编写七、八单元,贾春霞编写第一、二单元,赵晨霞编写第三、四单元,刘歌春编写第五、六单元,全书由刘维娥负责统撰。本书在编写过程中参阅了大量资料,并得到了许多人士的帮助,特别是王丽雅院长的大力支持,在此一并致谢。

由于编写时间仓促,编写水平有限,书中疏漏之处,敬请批评指正。

编 者

2008年6月

目 录

第一单元 商品分类.....	1
1.1 商品分类的概念及标志	2
1.2 商品编码.....	6
1.3 商品目录与主要的商品分类体系	9
第二单元 商品包装.....	20
2.1 商品包装概述	20
2.2 商品包装材料.....	24
2.3 商品运输包装.....	26
2.4 商品销售包装.....	33
2.5 商品包装标准与安全法规	40
第三单元 商品质量与质量管理	46
3.1 商品质量的概念及构成	46
3.2 商品质量基本要求	48
3.3 影响商品质量的因素	52
3.4 商品质量管理	55
3.5 商品品级和商品质量标志	63
第四单元 商品检验和商品质量评价	70
4.1 商品检验的内容与形式	70
4.2 商品检验的依据与内容	74
4.3 商品检验的方法	83
4.4 商品质量认证和商品质量评价	89
第五单元 商品特性.....	95
5.1 食品的分类与营养卫生	95
5.2 纺织品的性能与组成	107
5.3 五金制品的特性	117
5.4 电子电器类商品的特性	124

第六单元 商品养护	137
6.1 商品养护概述	137
6.2 食品类商品的养护	140
6.3 纺织品的养护	149
6.4 五金制品的养护	154
第七单元 商品与环境	163
7.1 商品与环境概述	163
7.2 环境管理体系标准	169
7.3 绿色革命	174
第八单元 商品信息与商品开发	182
8.1 商品信息	182
8.2 商品开发	191

第一单元 商品分类

背景知识

一、商品的基本特征

商品是用来交换的劳动产品，具有使用价值和价值两个基本属性。商品是人类社会生产力发展到一定历史阶段的产物，是为了交换或出卖而生产的劳动产品。商品用来交换，必须具备两个条件，其一它必须对别人有用，即具有使用价值；其二它必须按一定比例与其他商品相交换，具有交换价值。商品的使用价值是指商品能满足人们某种需要的功能和属性，如食品可以充饥，衣服可以御寒等。商品的交换价值是价值的表现形式，是以价值为基础的，价值是指凝结在商品中的一般人类劳动。商品是使用价值和价值的统一。商品的使用价值构成了社会财富的物质内容，它体现商品自然属性，而商品价值则是社会赋予商品的社会属性，人们以价值为基础进行商品交换，实质上是进行劳动交换。商品具有不同于物品、产品的特征。

二、现代商品的整体概念

消费者购买商品，本质是购买一种需要，这种需要，不仅体现在商品消费时，而且还表现在商品购买和消费全过程。综合来说，商品不仅是使用价值和价值的统一，而且还是有形和无形服务的统一，商品能给人们带来的实际利益和心理利益部分，构成了商品整体。

现代商品的整体概念包括以下三个方面。

（一）核心部分

核心部分是指顾客购买商品时所追求的利益，是顾客真正要买的东西。因而在商品整体概念中也是最基本、最主要的部分。顾客购买某种商品，并不是为了占有或获得商品本身，而是为了获得能够满足某种需要的效用或利益。例如，人们购买食品并不是为占有它，而是要获得营养和感官满足。购买照相机，并非需要照相机本身，而是要购买记录场景的能力，即摄取画面的功能。购买轿车，是为了以车代步，节省时间和体力的消耗，解决交通不便。

“大众”等实用性轿车就是以此为标准并以低廉的价格提供给市场的；而“梅塞迪斯”轿车则是提供显示身份与地位这种非功能性的利益。可见，顾客追求的利益大致包括功能性和非功能性两种，对前者的要求是出于实际使用的需要，而对后者的要求则往往出于社会心理动机。通常，这两种需求往往交织在一起，并且非功能需求所占的比重越来越大。企业必须把目标顾客所期望的基本利益包含的一切功能和非功能的要求转化为商品特征，否则，再好的

产品对目标顾客来说都是无用的。

（二）有形附加物

也称有形商品，是指具体形态的商品体本身，是核心商品的物质载体。如果有形商品是有形的实物商品，通常表现为商品质量水平、外观特色、品牌和包装等。商品的功能必须通过具体的形式才能得以实现。企业应首先着眼于顾客购买产品时所追求的利益，以求最大限度地满足顾客需求，并从这一点出发再去寻求利益得以实现的形式，进行商品设计。

（三）无形附加物

又叫无形商品、延伸商品，是指顾客购买有形商品时所获得的附加利益和服务。如提供信贷、免费送货、安装调试、信息咨询、售后服务、质量保证以及顾客所重视的其他价值的形式。因为购买者的目的是为了某种需要，因而他希望得到与满足该项需要有关的一切。附加商品是商品差别化和竞争的主要内容。善用附加商品，既可以提高商品的市场竞争力，又可以提高顾客的满意度。

学习目的

通过本单元的学习，使学生掌握商品分类的类目、商品分类的基本方法以及商品分类的标志；认识商品编码的类型和方法以及条形码的应用；熟悉商品目录。

能力要求

1. 能够识别我国商品分类的标志以及编号；
2. 能够根据一定的商品分类方法对某类商品进行分类；
3. 能够识别常用的条形码；
4. 能够认识商品的主要分类体系。

1.1 商品分类的概念及标志

1.1.1 商品分类的概念

商品、材料、物质、现象及概念都是概括一定范围的集合总体。所谓分类就是将某集合总体根据一定的标志和特征，逐次归纳为若干范围更小，特征更趋于一致的局部集合体，直至划分为最小的单元。分类具有普遍性，它是人类社会发展的必然产物，凡是有物、有人，有一定管理职能的地方都存在分类，它是我们认识事物、区分事物的重要方法。科学的分类可以使我们的工作程序大大简化，从而进一步提高效率。

商品分类是指根据一定目的，为满足某种需要，选择适当的分类标志和特征，将商品集合总体科学地、系统地逐次划分的过程。它一般将商品集合总体划分为大类、中类、小类、品类、品种、细目等类目层次。商品大类一般根据商品生产和流通领域的大行业来划分，既要同生产行业对口，又要与流通组织相适应。商品中类、小类一般是按中、小行业或“专业”

来划分。商品品类是具有若干共同特征的多个商品品种的总称。商品品种是指具体商品的名称。商品细目是对商品规格、花色、质量等级的详尽划分，可以更具体地反映商品的特征。商品分类的类目层次及应用实例见表 1-1。

表 1-1 商品分类的类目及其应用实例

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	饮料	家用化学品
商品小类	茶叶	洗涤用品
商品品类	绿茶	肥皂
商品品种	西湖龙井	力士香皂

相关知识

商品分类的意义

商品的品种繁多，特征各异，价值不等，其性能、用途不同，而且随着科学技术的进步，商品的种类会日趋增多，因此科学的分类具有十分重大的意义：

1. 对商品进行科学分类，有助于国民经济各部门现代化管理的实施。现代化管理离不开电子计算机，电子计算机的应用离不开商品代码。商品代码是在商品分类基础上通过编码形成的，离开商品分类商品代码就无从谈起，离开商品分类和商品代码去谈现代化管理，其结果必然是杂乱无章。

2. 对商品进行科学分类，有利于推行标准化活动。通过商品的科学分类，可以使商品规格、型号、等级、计量单位、包装、标签等特征实现统一化、标准化，从而避免同一商品在不同部门由于上述特征不统一而造成管理上的困难。在国际贸易中，外贸商品分类的科学性与换汇和税收关系很大，因此，追求商品分类高度标准化、统一化，已成为各贸易伙伴国之间的共同目标。制定各种商品标准，也必须以科学而明确的商品分类为前提，只有如此，才能有的放矢地拟定各类商品的具体质量要求和质量指标。

3. 对商品进行科学分类，有利于深入研究商品的使用价值，有利于准确认识、评价商品质量。

商品种类繁多，特征、用途各异，通过对商品分类，便于了解各类商品的性能。商品经营、管理人员，都应该熟悉自己新主管的商品特性，研究商品质量变化规律，这样，才能有助于科学地保管、养护商品。对于消费者（用户）来说，如果商品分类清楚了，则能更方便地购买到更加满意的商品。

4. 对商品进行科学分类，有利于开展商品学的研究和教学工作。商品品种繁多，商品学教学时数有限，不可能对所有商品进行全部讲授，只能从各类中选出有代表性的品种，进行举一反三的教学。商品学的科学研究，也必须从个别商品特征归纳为各类商品特征，才能深入分析商品性能，研究商品质量和品种及其变化规律。可见，商品学教学和科研也必须建立在商品科学分类的基础上。

1.1.2 商品分类的基本方法

商品分类的基本方法，通常采用线分类法和面分类法。

1. 线分类法

线分类法也称为层级（层次）分类法。它是将拟分类的商品集合总体，按照选定的属性或特征作为分类标志，逐次地分成相应的若干个层级，并编排成一个有层级的逐渐展开的分类体系。在这个分类体系中，各层次所选用的分类标志可以不同，各个层级之间构成并列或从属关系。由一个层级直接区分出来的各类目，彼此称为同位类，同位类的类目之间为并列关系，既不重复，又不交叉。表 1-2 表示线分类体系中的一般表现形式。

在选用线分类方法时，一般应遵循下列基本原则：

- 1) 在线分类中，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。
- 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。
- 3) 同位类类目之间不交叉、不重复，并只对应于一个上位类。
- 4) 分类要依次进行，不应有空层或加层。

表 1-2 线分类法

分类层级	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	椅 床 桌 箱 橱柜 其它

线分类法的主要优点是：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，便于手工处理和计算机处理。但线分类法也存在着分类结构弹性差的缺点，一旦确定了分类深度和每一个层级的类目容量并固定了划分标志后，要想变动某一划分标志就比较困难。因此，使用线分类法必须考虑到有足够的后备容量。

2. 面分类法

面分类法也称平行分类法，它是将拟分类的商品集合总体，按其本身固有的属性或特征，分成相互之间没有隶属关系的面，每个面都包含各自的类目，再将每个面的类目平行组合在一起，即组成一个复合类目。

服装的分类就是按照面分类法组配的，把服装用的面料、式样和款式分成三个相互之间没有隶属关系的“面”，每个“面”又分成若干个不同范畴的独立类目，如表 1-3 所示。

使用时，将有关的类目组合起来，便成为一个实际的复合类目，如纯毛男式西服，纯丝女式衬衣。

表 1-3 面分类法

第一面	第二面	第三面
面料	式样	款式
纯毛	男式 女式	西服
纯丝		华服
纯棉		茄克
混纺		衬衣
化纤		连衣裙

选用面分类法，一般应遵循如下一些原则：

- 1) 根据需要，选择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。

面分类法的主要优点是分类体系结构弹性好，可以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。但也存在着组配结构太复杂，不便于手工处理，其容量不能充分利用的缺点。

线分类法和面分类法是商品分类的基本方法，在实际运用中，应根据管理上的需要进行选择。实践中经常采用线分类法为主面分类法为辅，二者相结合的分类方法，即线面结合分类法。如我国在编制《全国工农业产品（商品、物资）分类与代码》国家标准中，采用线分类法与面分类法相结合、以线分类法为主的综合分类方法。

1.1.3 商品分类的标志

商品分类标志是编制商品分类体系和商品目录的重要依据和基准。对商品进行分类，可供选择的标志很多，常用的分类标志有以下几种。

1. 以商品的用途作为分类标志

商品的用途与广大消费者的需要密切相关，是体现商品使用价值的重要标志，也是研究商品质量和商品品种的重要依据。按此种分类标志可把商品分为生活资料商品和生产资料商品；生活资料商品可分为食品、衣着类商品、日用品等；日用品又可分为器皿类、玩具类、洗涤用品类、化妆品类等；化妆品类还可继续划分为护肤用品、美容美发用品等。

这种分类标志便于分析和比较同一用途商品的质量和性能，从而有利于生产部门改进和提高商品质量，开发商品新品种，生产适销对路的商品，有利于消费者进行比较分析。

2. 以原材料的来源作为分类标志

商品的原材料是决定商品质量和商品品种的重要因素，由于生产所用的原材料不同，商品往往具有截然不同的性能特征。按此种分类标志可把全部商品分为植物性商品、动物性商品和矿物性商品。如纺织品可根据原材料的不同分为棉织品、毛织品、丝织品、化纤织品和

混纺织品五大类；罐头也可分为肉类罐头、禽类罐头、水产类罐头、水果类罐头、蔬菜类罐头和其他类罐头；鞋类商品可分为布鞋、皮鞋、塑料鞋、人造皮革鞋等。

这种分类标志可以使商品分类清楚，并能从本质上反映每类商品的性能、特点、使用、保管、养护等要求。它较适用于原料性商品和原料对成品质量影响较大的商品。

3. 以商品的加工方法作为分类标志

很多不同的商品，采用的原材料相同，但由于加工方法和加工工艺不同，所形成的商品的质量、特性和品种就截然不同。例如，茶叶可分为红茶、绿茶、花茶、乌龙茶、紧压茶、白茶、黄茶、速溶茶，其关键在于生产过程的发酵不同。酒则有配制酒、蒸馏酒和发酵原酒。

这种分类标志能直接说明商品质量和商品品种的特征，适用于那些可以选用多种加工方法、且质量特征受加工工艺影响较大的商品。

4. 以商品的化学成分作为分类标志

商品的化学成分可以决定商品的性能、用途、质量或储运条件，按此种分类标志可将商品分为有机商品和无机商品两大类。有机商品又可分为脂肪类商品、蛋白质类商品、纤维类商品等；无机商品又可分为金属制品和硅酸盐制品。

这种分类标志，能够更细微地分析商品特性、包装、储运、使用方法等问题，适用于化学成分对商品性能影响较大的商品。

除了以上主要分类标志之外，还可以把商品的外观形态、重量、产地、生产部门和生产季节等作为分类标志，但在实际应用中，很难选择出一种能贯穿商品分类体系始终的分类标志。因此在一个分类体系中经常采用几种分类标志，往往是每一个层级有一个适宜的分类标志。

1.2 商品编码

1.2.1 商品编码的概念

商品编码又称商品代码或商品代号。它是赋予某种商品或某类商品的代表符号，是便于人与计算机识别或处理的代表符号。商品编码是在商品分类的基础上，对各类各种商品赋予一定规律性商品代码的过程，它与商品分类密切相关，分类在前，编码在后。在实践中商品编码也称为商品分类编码。

1.2.2 商品编码的种类与方法

商品编码按其所用的符号类型可分为数字型编码、字母型编码、数字和字母型混合编码以及条码四种。

1. 数字型编码

数字型编码是用一个或若干个阿拉伯数字表示的商品代码。它具有结构简单，使用方便，易于推广，便于计算机处理的特点。

1) 顺序编码法: 它是按照商品分类目录中商品排列的先后顺序给予数字的顺序代码的编码方法。

2) 层次编码法: 它是按层次分级的对象依次进行编码的方法, 即按数列代码分成若干个层次, 使每个分类的类目按分类层次一一赋予对应的代码, 反映商品分类隶属的层次关系。

3) 平行编码法: 它是指对每一个分类面确定一定数量的码位的编码方法, 多用于平面分类体系。

4) 混合编码法: 它是层次编码和平行编码法之合成, 但代码的层次与类目的等级不完全相同的编码方法。

2. 字母型编码

它是用一个或若干个字母表示商品代码的编码方法。用字母对商品进行分类编码时, 一般按字母顺序进行编制。

3. 数字、字母混合型编码

它是采用数字和字母混合编排的商品编码方法。字母常用于表示商品的产地、性质等特征, 可放在数字前边或后边, 用于辅助数字代码。如“H1226”代表浙江产的杭罗。

4. 条码

条码也称条形码, 它是由一组规则排列的“条”、“空”符号及其对应的数字代码组成的商品标识, 是一种用光电扫描阅读设备识读并实现数据输入计算机的特殊代码。

条形码最早出现在 20 世纪 40 年代, 1969 年电子收款机的问世, 加速了条码技术在商业领域中的应用和推广。商品条码一般是印在商品包装上, 或将其制成条码标签附在商品上, 适用于通过零售渠道直接销售给最终用户的商品。另外条码技术作为数据标识和数据自动输入的一种手段, 还广泛应用于仓储管理、交通管理、金融文件管理、商业文件管理、病历管理以及各种分类技术方面。

商品条码技术具有信息采集速度快、信息采集量大、设备结构简单、可靠性高、成本低等特点, 能够大幅度地提高购物的结算速度, 提高商品进、销、调、存自动化信息管理水平, 提高企业管理效益和经济效益。下面介绍几种常用的条码的结构和应用。

1) 厂家条码

根据编码主体或编码内容对象的不同, 商品条码分为厂家条码和店内条码两种, 通常所说的商品条码是指厂家条码。厂家条码是指商品生产厂家在生产过程中直接印刷到商品包装上的条码, 不包括商品价格信息。一般采用 EAN-13 码、EAN-8 码和或 UPC-A 码和缩短码 UPC-E 码, 另外还有 ITF 码等。

①EAN 条码: EAN 条码是国际通用商品条码, 我国的通用商品条码就是这种类型。这种条码有 13 位标准码 (EAN-13 码) 和 8 位缩短码 (EAN-8 码) 两种版本, 格式参见图 1-1、1-2。



图 1-1 EAN-13 码



图 1-2 EAN-8 码

EAN 码有两种版本——标准版和缩短版。标准版表示 13 位数字，又称为 EAN-13 码，缩短版表示 8 位数字，又称为 EAN-8 码。两种条码的最后一位为校验位，由前面的 12 位或 7 位数字计算得出。EAN 码由前缀码、厂商识别码、商品项目代码和校验码组成。前缀码是国际 EAN 组织标识各会员组织的代码，我国为 690、691 和 692；厂商代码是 EAN 编码组织在 EAN 分配的前缀码的基础上分配给厂商的代码；商品项目代码由厂商自行编码；校验码用于校验代码的正确性。在编制商品项目代码时，厂商必须遵守商品编码的基本原则：对同一商品项目的商品必须编制相同的商品项目代码；对不同的商品项目必须编制不同的商品项目代码。保证商品项目与其标识代码一一对应，即一个商品项目只有一个代码，一个代码只标识一个商品项目。如听装健力宝饮料的条码为 6901010101098，其中 690 代表我国 EAN 组织，1010 代表广东健力宝公司，10109 是听装饮料的商品代码。这样的编码方式就保证了无论在何时何地，6901010101098 就唯一对应该种商品。

另外，图书和期刊作为特殊的商品也采用了 EAN-13 码表示 ISBN 和 ISSN。前缀 977 被用于期刊号 ISSN，图书号 ISBN 用 978 为前缀，我国被分配使用 7 开头的 ISBN 号，因此我国出版社出版的图书上的条码全部为 9787 开头。

②UPC 条码：UPC 条码是一种只代表数字的商品代码，有标准码（UPC-A 码）和缩短码（UPC-E 码）两种版本。

UPC 条码是在美国和加拿大推广使用的通用产品代码。UPC-A 码符号的第一位数字为编码系统字符，称为前缀号，分别以“0”标识规则包装的商品；“2”标识不规则商品重量的商品；“3”标识医药卫生商品；“4”为零售商专用；“5”标识用信用卡销售的商品；“7”标识为中国申报的 UCC 会员用；1、6、8、9 为备用码。编码系统符由美国统一代码委员会（UCC）分配给它的每个会员。中间 10 位数字为编码数字，前五位数组成的代码是制造商代码，用于标识商品生产厂家，后五位数代表此产品的代码，用于标识商品的特征或属性。最后一位数是校验码。



图 1-3 UPC-A 码

UPC-E 码是 UPC-A 码的简化型式，其编码方式是将 UPC-A 码整体压缩成短码，以方便使用，因此其编码形式须经由 UPC-A 码来转换。只有当商品体积很小，无法印刷 UPC-A 码时，才允许使用 UPC-E 码，例如香烟、胶卷、化妆品等商品。UPC-E 由 8 位数字条码符号构成，如图 1-4 所示。在 UPC-E 码中，前缀号只能取 0，即当 UCC 给企业分配的编码系统字符为“0”时，才能使用 UPC-E 码。商品信息代码由 6 位数字构成，是根据一定规则由厂商代码和商品项目代码经删除“0”后得出。最后一位校验码与 UPC-A 码的计算方法相同。



图 1-4 UPC-E 码

③ITF 条码: 又称为交叉二五条码, 是印刷条件较差, 不允许印刷 EAN-13 和 UPC-A 条码时应选用的一种条码。ITF 条码是有别于 EAN、UPC 条码的另一种形式的条码。在商品运输包装上使用的主要是由 14 位数字的字符代码组成的 ITF-14 条码。

2) 店内条码

店内条码是指在自动扫描商店内, 为便于 POS 系统对商品的自动扫描结算, 商店对没有商品条码或商品条码不能识读的商品自行编码和印制条码, 只限于在自己店内部使用的条码。店内条码的使用一般有两种情况: 一种是用于商品变量消费单元的标志, 如鲜肉、水果、蔬菜、熟食等散装商品是按基本计量单位计价, 以随机数量销售的, 其编码任务不宜由厂家承担, 只能由零售商完成。另一种适用于厂家编印条码, 但因厂家对其生产的商品未申请使用商品条码或厂家印刷的商品条码质量不高而无法识读, 为便于商店 POS 系统的扫描结算, 商店必须自己制造店内条码并将其粘贴或悬挂在商品外包装上。

目前我国商店采用的店内条码是 EAN-13 店内条码, 其代码结构与厂家条码不同。店内条码除了前缀码和校验码以外, 其中间的 10 位数字可作为商品项目代码, 用以标志商品信息, 其不同的构成可表示商品种类、净重或计算出的价格或单元的数量。

1.3 商品目录与主要的商品分类体系

1.3.1 商品目录的概念

商品目录是指以特定方式、系统记载相关商品集合总体类目、品种等方面信息的文件资料。它一般是商品名称、商品编码、商品分类体系三方面信息的有机结合, 是在商品分类和编码基础上, 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。

1.3.2 商品目录的种类

商品目录的种类很多, 按适用范围分类, 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; 按业务性质分类, 商品目录可分为外贸商品目录, 海关统计商品目录、内贸商品目录和企业商品目录等。

1. 国际商品目录

国际商品目录是指国际组织或区域性集团通过商品分类所编制的商品目录。如: 联合国编制了《国际贸易标准分类目录》等。国际商品目录是在国际范围内或区域范围内从事进出口业务, 进行商品统计和经营管理活动时应共同遵守的准则。

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制定的商品目录。如美国的《国家物资代码》和我国的 GB 7635—87《全国工农业产品(商品、物资)分类与代码》等, 就是这些国家从事经济管理各自遵守的准则。

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/T 10135—92》标准和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》等，就是这些部门共同遵守的准则。

4. 企业商品目录

企业商品目录是指本企业单位自己编制的商品目录，是本企业、单位遵守的准则。

1.3.3 几种主要的商品分类体系

由于选择的分类标志不同，商品集合体最终会形成不同的商品分类体系，商品分类体系不同，其用途明显不同。为了满足分类的目的与要求，必须建立起适用的科学的商品分类体系。

商品分类体系是指在商品分类工作中，可将任何一商品集合总体，按一定的标志逐次划分为包括大类、中类、小类、细类在内的完整的、具有内在联系的类目系统。

目前我国的商品分类体系是按照商品的适用范围及用途来划分的，与商品经营管理密切相关的主要有以下几种：

1. 国家标准商品分类体系

国家标准商品分类体系是指为适应现代化经济管理的需要，以国家标准形式对商品、产品、物资进行科学的、系统的分类所建立起来的商品分类体系。

目前世界上许多国家都建立了国家标准商品分类体系。我国于 1987 年发布实施了国家标准 GB 7635—87《全国工农业产品（商品、物资）分类与代码》，它是国民经济统一核算和国家经济信息系统的重要基础，是各部门、各地区进行计划、统计、会计等各种业务工作时必须遵循的准则和依据，是信息交流和资源共享的保证。

按 GB 7635—87 标准，我国生产的所有工农业产品（商品、物资）被分为 99 大类，1000 多个中类，7 000 多个小类，总计 360 000 多品种。在 99 个大类中有 12 个大类留空，供增补用。为便于检索，在分类体系中设置了 23 个门类，以英文字母表示其顺序。

1997 年我国开始了对 GB/T 7635—87 的修订工作。修订中，既要考虑到分类编码的科学性，方便延拓，利于使用，又要兼顾与国际通行标准的接轨和与国内现行有关标准的协调。最后选择了使用 CPC 作为新标准的编制依据，确定了该标准的主体结构等效采用 CPC 的总体原则。经过广泛征求意见，特别是各行各业 100 多位资深专家的参与，新标准终于完成总审定，于 2002 年 8 月 9 日正式发布，2003 年 4 月 1 日起实施。鉴于原国家标准 GB/T 7635—87 是我国 20 000 多项现行国家标准中，唯一一项由国务院直接批准发布的国家标准，所以新标准决定作为修订标准项目颁布，并保留原标准编号不变。该修订标准项目分为两个部分，即《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）（如表 1-4）和《全国主要产品分类与代码第 2 部分：不可运输产品》（GB/T 7635.2-2002）（如表 1-5）。

2. 行业商品分类体系

行业商品分类体系是指某行业对所生产、经营的商品（产品、物资）进行科学的系统的分类所建立起来的商品分类体系。建立行业商品分类体系，既便于本行业计划、统计和各种业务活动的开展，也有助于本行业信息交流和资源共享，提高经营管理水平。SB/T1035—92 标准就是我国原商业部以推荐性标准的形式建立起来的商品分类体系。

SB/T1035—92 标准将我国社会商业所经营的商品分为 99 大类(其中有 40 大类属收容项目), 500 多个中类, 3 000 多个小类, 共 20 000 多个品种。

表 1-4 《全国主要产品分类与代码第 1 部分: 可运输产品》(GB/T7635.1-2002) 的各大类

代码	名称	代码	名称
0 大部类	农林(牧)渔业产品; 中药	3 大部类	除金属制品、机械和设备外的其他可运输物品
01	种植业产品		
02	活的动物和动物产品	31	木(材)和木制品、软木制品、稻草、麦秆和绳索材料制品
03	森林产品和森林采伐产品	32	纸浆、纸和纸制品; 印刷品和相关物品
04	鱼和其他渔业产品	...	
06	中药	38	家具; 其他不另分类的可运箱物品
1 大部类	矿和矿物; 电力、可燃气和水	39	旧物、废弃物或残渣
11	无烟煤、烟煤和褐煤等煤; 泥炭(包括煤加工产品等)	4 大部类	金属制品、机械和设备
12	原油和天然气等	41	主要金属材料
...		42	除机械设备外的金属制品
16	其他矿物	...	
2 大部类	加工食品、饮料和烟草; 纺织品、服装和皮革制品	49	交通运输设备
21	肉、水产品、水果、蔬菜、油脂类等加工品		
22	乳制品		
...			
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		

表 1-5 《全国主要产品分类与代码第 2 部分: 不可运输产品》(GB/T 7635.2-2002) 的各部类

5 部类	无形资产; 土地; 建筑工程; 建筑物服务
6 部类	经销业服务; 住宿服务; 食品和饮料供应部分; 运输服务; 公用事业商品销售服务
7 部类	金融及有关服务、不动产服务; 出租和租赁服务
8 部类	商务和生产服务
9 部类	社区、社会和个人服务

3. 国际贸易商品分类体系

国际贸易商品分类体系是指为满足国际贸易工作要求, 对其商品集合体进行分类所建立起来的商品分类体系。建立国际贸易商品分类体系有利于国际贸易中的海关管理、征收关税、商情研究、进出口业务工作、制定贸易政策和进出口贸易管理等。在国际上目前广泛采用的国际贸易商品分类体系主要是《国际贸易标准分类目录》(简称 SITC)、《商品名称及编码协调制度》(简称 HS) 和《国际危险货物运输规则》(简称 IMDG Code)。

1) 《国际贸易标准分类目录》(SITC)

《国际贸易标准分类目录》是一种主要用于国际贸易统计的商品分类目录。联合国自 1976 年开始按照 SITC 编制国际贸易的统计资料。期间 SITC 又经多次修订, 1986 年第三次