

GOU XIAO YUAN

SHI YONG SHOU CE

裴正隆 主编

销售员实用手

册

购销员实用手册

裘正隆 主编

上海科学技术出版社出版

(上海瑞金二路 450 号)

新华书店上海发行所发行 无锡县人民印刷厂印刷

开本 787×1092 1/32 印张 15 字数 330,000

1991年4月第1版 1991年4月第1次印刷

印数: 1—10,000

ISBN 7-5323-2345-5/F·74

定价: 5.25 元

主 编: 裘正隆
副主 编: 吴满庆
编 委: 裘正隆 吴满庆 王 瑜 鲍迪富
周天敏

编写人员

(按姓氏笔画顺序排列)

王 瑜	王 佐	毛志滨	厉益志
朱传声	张建伟	张丽华	张樟云
陈军雄	陈承榕	应承业	吴善庭
吴维东	吴满庆	杜月芳	劳锡安
周天敏	潘志辉	庞阿土	郑玉林
骆 坚	胡嘉鑫	徐世元	徐鹤时
徐益民	裘正隆	鲍迪富	廖 瑾
薛小红			

前 言

随着社会主义商品生产和商品流通的发展,众多的国营、集体、家庭和个体工商户等纷纷进入市场领域,形成了相互竞争的局面。同时,供销合作社企业为适应体制改革和商品经济发展的需要,从更好地为农村市场服务出发,也逐步开拓和扩大了业务经营范围。在这种情况下,供销社企业的购销等业务人员(特别是一大批新手),亟需掌握较为现时和系统的经营知识和商品知识,以胜任本职工作。为此,由《浙江供销合作报》社组织了一批从事商业工作多年,具有丰富实践经验和理论知识的同志,编写了这本《购销员实用手册》。

《购销员实用手册》全书共分七章。第一章主要介绍了商品在流通过程中如何签订购销合同、核算价格、做好运输工作等方面的知识;第二至第七章着重介绍了农副产品、生活资料、农业生产资料等类中有一定代表性的 150 来种商品的性能特征、产销情况、检验标准、包装储运等方面的知识。此书内容实际,实用性强,可作为购销业务人员的一部常备书。但由于我们水平所限,书中也难免有失当之处,切望读者批评指正。

《购销员实用手册》一书在编写、出版过程中,承蒙诸多行家和上海科学技术出版社的鼎力协助,谨表深切谢意!

裘 正 隆

1990 年 10 月

目 录

第一章 商品经营知识

一、商品购销合同·····	1
二、商品价格核算·····	8
三、商品运输·····	14

第二章 农副产品类商品知识

一、经济产品·····	34
棉花·····	34
黄麻和红麻·····	40
大麻·····	47
苧麻·····	51
茶叶·····	55
二、山林产品·····	80
毛竹·····	80
毛篙竹·····	84
毛料·····	88
木炭·····	91
三、食用菌·····	107
香菇·····	107
黑木耳·····	109
四、干鲜果菜·····	115
红枣·····	115
乌枣·····	118
山核桃·····	121
桑蚕茧·····	60
丝绵·····	68
晒晾烟·····	70
烤烟·····	74
生漆·····	95
棕片·····	102
纸花蔑·····	105
蘑菇·····	113
桂圆·····	123
荔枝干·····	125
黄花菜·····	128

笋干.....	131	核桃.....	145
花椒.....	134	苹果.....	148
榨菜.....	136	梨.....	154
柑橘.....	140	香蕉.....	160
五、畜禽副产品.....	164		
绵羊毛.....	164	山羊板皮.....	186
兔毛.....	169	水貂皮.....	190
羽毛.....	173	黄鼠狼皮.....	192
牛皮.....	177	猪鬃.....	195
绵羊皮.....	180	肠衣.....	197
小湖羊皮.....	185		
六、油脂油料.....	201		
花生油.....	201	菜子油.....	206
茶子油.....	203	芝麻油.....	210
棉子油.....	204		
七、杂粮.....	213		
大麦.....	213	绿豆.....	229
小麦.....	217	赤豆.....	232
蚕豆.....	222	白扁豆.....	234
玉米.....	225	大豆.....	236
八、中药材.....	241		
浙贝.....	241	人参.....	252
白朮.....	242	白芷.....	256
白芍.....	243	百合.....	257
元胡.....	245	山茱萸.....	258
玄参.....	246	番红花.....	259
麦冬.....	248	百部.....	261
菊花.....	249	山药.....	262
郁金.....	251	三七.....	264

牛黄·····	265	半夏·····	273
厚朴·····	267	红花·····	275
杜仲·····	269	吴茱萸·····	276
西洋参·····	270	川贝母·····	277
茯苓·····	272	天麻·····	279

第三章 食品类商品知识

一、肉食禽蛋·····	281		
生猪·····	281	香肠·····	296
鲜、冻猪肉·····	285	家禽·····	298
咸肉·····	289	鲜蛋·····	301
火腿·····	291	咸蛋·····	303
肉松·····	294	彩蛋·····	304
二、糖、烟、酒、罐头·····	306		
红糖·····	306	啤酒·····	322
白糖·····	309	罐头·····	325
卷烟·····	312	奶粉·····	330
黄酒·····	317	蜂蜜·····	333
白酒·····	320		

第四章 百货杂品类商品知识

一、日用百货·····	338		
皮鞋·····	338	保温瓶·····	353
胶面胶鞋·····	341	手表·····	354
牙膏·····	343	缝纫机·····	358
压力锅·····	346	搪瓷口杯·····	361
合成洗衣粉·····	347	铝锅与铝茶壶·····	363
搪瓷面盆·····	349	手电筒·····	365
肥皂·····	351	纸张·····	366

二、日用杂品.....	368
灯心草席.....	368
苇席.....	374
土纸.....	377

第五章 家电交电类商品知识

一、家用电器.....	381
电视机.....	381
收音机.....	386
录音机.....	391
录像机.....	395
电冰箱.....	401
洗衣机.....	405
电风扇.....	409
二、五金交电.....	413
万用表.....	413
电度表.....	417
自行车.....	420

第六章 化工类商品知识

油漆.....	426
汽油.....	429
石蜡.....	432
煤油.....	434
轻柴油.....	436

第七章 农业生产资料类商品知识

一、化学肥料.....	439
尿素.....	439
过磷酸钙.....	441
氯化钾.....	443
复混肥料.....	445
二、化学农药类.....	447
除草醚.....	447
多菌灵.....	449
甲基托布津.....	451
硫酸铜.....	453
井冈霉素.....	454
速灭威.....	456
杀虫双.....	458
甲胺磷.....	460
敌敌畏.....	462
敌百虫.....	464
绿麦隆.....	466
草甘膦.....	467

第一章 商品经营知识

一、商品购销合同

商品购销合同,是经济合同的一种形式,也是从事商品购销活动的重要手段,已在商品流通领域中得到广泛的应用和推行。

(一)购销合同的概念及作用

所谓商品购销合同,是法人之间为了实现商品流通过程中一定的经济目的,明确商品购销活动中相互权利义务关系的协议。这里也包括在法律和政策允许的范围内,变更或终止已经确立的权利义务关系。所以,商品购销合同具有下列法律特征:

第一,商品购销合同的主体是法人。这是我国经济合同法赋予法人以经济合同主体的资格,受到法律保护。

第二,商品购销合同,是双方的法律行为,合同一经签订,在双方之间就产生了法律上的权利和义务关系,任何一方不执行,就要承担一定的法律责任。

第三,商品购销合同是为了实现一定的经济目的而达成的协议,它最终表现为一定的物质利益。任何法人都有自己的物质利益,法人发生的这种利益关系,其目的不是为了满足自身的需要,而是为了满足社会生产和消费的需要。

从商业经济横向联系看,商品购销活动和业务往来是比

较普遍的，其主要购销活动是在工商、商商与农商几个方面：工商产销合同，是商业部门从工业部门进货，反映着工商产销的经济关系；商业内部购销合同，是商业部门各个环节的商品购销活动，也应以合同关系形式出现；农商购销合同，是商业部门与农业生产单位(或个体生产者)之间的一种农副产品购销关系。

上述各种商品购销的法律关系，是通过购销合同来实现的。所以，商品购销合同的作用，主要表现在：

第一，有利于实现国民经济计划。商品流通是国民经济的组成部分，要实现国民经济计划，需要许多条件的密切配合，其中包括推行购销合同制。它既是国家编制计划的依据，又是实现计划的重要手段，同时可对计划起补充、检验和调整的作用。

第二，有利于促进生产，满足消费。社会主义的生产目的，是为了满足人民日益增长的物质和文化生活需要，而购销合同是实现社会生产和消费需要的有效手段。比如，通过商业与农业之间签订农产品购销合同，就可以指导农民根据国家 and 市场需要，生产日益丰富的农副产品，满足工业生产和人民生活需要。通过商业与轻工业之间签订工业品购销合同，就可以促使工厂生产市场适销的轻工业品，增加有效供给，满足人民需要。

第三，有利于促进企业改善经营管理，加强经济核算，提高经济效益。通过彼此之间签订购销合同，把双方的权利义务固定下来，直接关系到企业利益和职工利益，这对促使企业以加强经营责任制为核心的全面管理，努力完成合同任务，讲求经济效益，加强资金、成本和利润核算，节约费用，减少浪费等都起着重要的作用。

(二)购销合同的主要内容

商品购销合同（包括供应、采购、预购、购销结合及协作、调剂等合同）的主要条款，《经济合同法》第 17 条作了原则性规定：

1. 产品数量

按国家和上级主管部门批准的计划签订；没有国家和主管部门批准计划的，由供需双方协商签订。产品数量的计量方法，按国家的规定或主管部门的规定执行；没有国家和主管部门规定的，按供需双方商定的方法执行。

2. 产品的质量和包装质量

凡有国家标准或专业标准的，按国家标准和专业标准签订；无国家标准和专业标准的，按主管部门标准签订；当事人有特殊要求的，由双方协商签订。

供方必须对产品的质量和包装质量负责，提供据以验收的必要的技术资料或实样。

产品质量的验收、检疫方法，根据国务院批准的有关规定执行，没有规定的由当事人双方协商确定。

3. 产品的价格

按照各级物价主管部门规定的价格（包括国家订价、浮动价）签订。政策上允许议价的，价格由当事人协商议定。

执行国家订价的，在合同规定交付期限内国家价格调整时，按交付时的价格计价。逾期交货的，遇价格上涨时，按原价格执行；价格下降时，按新价格执行。逾期提货或者逾期付款的，遇价格上涨时，按新价格执行；价格下降时，按原价格执行。执行浮动价、议价的，按合同规定的价格执行。

4. 交（提）货期限

要按照合同规定履行，任何一方要求提前或延期交（提）

货,应在事先达成协议,并按协议执行。

按有关条例规定,工矿产品购销合同的主要内容,应包括:

(1) 产品的名称(注明牌号或商标)、品种、型号、规格、等级、花色。

(2) 产品的技术标准(含质量要求)。

(3) 产品的数量和计量单位。

(4) 产品的包装标准和包装物的供应与回收。

(5) 产品的交货单位、交货方法、运输方式、到货地点(包括专用线、码头)。

(6) 接(提)货单位或接(提)货人。

(7) 交(提)货期限。

(8) 验收的方法。

(9) 产品的价格。

(10) 结算方式、开户银行、帐户名称、帐号、结算单位。

(11) 违约责任。

(12) 当事人协商同意的其他事项。

农副产品购销合同的主要内容,应包括:

(1) 产品名称,必须准确。如使用地区性习惯名称时,当事人双方应取得一致意见。

(2) 产品的数量和计量单位,必须明确规定,不得使用含混不清的计量概念。有些产品在签订购销合同时,应根据有关部门的规定或实际情况确定超欠幅度、合理损耗和正负尾差。

(3) 产品的品种、规格、质量,必须具体规定。对某些干、鲜、活产品,应规定检验、检疫办法。

(4) 产品的包装标准和包装物的供应与回收办法。

(5) 产品的价格。

(6) 交(提)货期限和地点, 应按产品生产周期、收获季节、交接能力明确规定。

(7) 交(提)货方式, 一般有送货、取货、代运、义运等方式, 由当事人双方议定。

(8) 交货日期。

(9) 货款结算时间和办法。

(10) 产品验收地点和验收办法。

(11) 违约责任。

(12) 当事人协商同意的其他条款。

(三)购销合同的履行、变更和解除

当事人双方依法就商品购销合同的主要条款经过协商一致, 购销合同就成立, 具有法律约束力, 当事人必须全面履行合同规定的义务, 任何一方不得擅自变更或解除合同, 以维护合同的严肃性。根据《经济合同法》第 38 条对履行中违反购销合同的责任, 作如下规定:

供方的责任:

(1) 产品的品种、规格、数量、质量和包装质量不符合合同规定, 或未按合同规定日期交货, 应偿付违约金、赔偿金。

(2) 产品错发到货地点或接货单位(人), 除按合同规定负责运到规定的到货地点或接货单位(人)外, 并承担因此而多付的运杂费; 如果造成逾期交货, 应偿付逾期交货的违约金。

需方的责任:

(1) 中途退货应偿付违约金、赔偿金。

(2) 未按合同规定日期付款或提货, 应偿付违约金。

(3) 错填或临时变更到货地点, 承担由此而多支出的费用。

商品购销合同的变更和解除。当购销合同生效后，由于客观情况发生变化，原订合同与新情况不相适应时，就需要对合同的内容进行修改、补充，甚至解除合同。合同的变更，是指合同内容的变更，也就是合同条款的更改。比如，标的数量的增加或减少；履行期限的推迟或提前；履行地点的变化等。合同的解除，是合同在尚未履行或尚未全部履行的情况下，终止合同的效力。

根据《经济合同法》第 27 条规定，凡发生下列情况之一者，允许变更或解除合同：

(1) 当事人双方经过协商同意，并且不因此损害国家利益和影响国家计划的执行；

(2) 订立经济合同所依据的国家计划被修改或取消；

(3) 当事人一方由于关闭、停产、转产而确实无法履行合同；

(4) 由于人力不可抗拒或由于一方当事人虽无过失但无法防止的外因，致使合同无法履行；

(5) 由于一方违约，使合同履行成为不必要。

当事人一方因故需要变更合同的某些条款或解除合同关系时，应采取书面形式（包括文书、电报等），及时通知对方，对方应在 15 天内作出答复，逾期不答复视为默认。因变更或解除合同使一方遭受损失的，除依法可以免除责任的外，应由责任方负责赔偿。

当事人一方发生合并、分立时，由变更后的当事人承担或分别承担履行合同的义务和享受应有的权利。

(四) 签订、履行合同应注意的事项

签订商品购销合同，必须持慎重态度，条款清楚，责任分明，以保证合同的履行，维护商业信誉，减少经济损失。各地

经验证明,在签订和履行购销合同中,应注意下列事项:

第一,缔约双方必须具有法人资格。凡具备法人条件的单位,可以签订商品购销合同;不符合法人条件的,可凭法人委托书,以法人的名义与他人签订购销合同。非法定代表无权授委托书,并不得以法人名义签订合同。

第二,订立购销合同,必须贯彻平等互利、协商一致、等价有偿的原则,任何一方不得把自己的意志强加给对方。

第三,订立购销合同,必须遵守国家的法律,必须符合国家政策 and 计划的要求。任何单位和个人不得利用合同,进行违法活动。

第四,签订购销合同,必须事先了解对方的资信和履行能力。对资信不清或初次订约的合同文本要经过公(鉴)证。

第五,购销合同文本条款内容,必须符合《工矿产品购销合同条例》和《农副产品购销合同条例》的有关规定,做到条款内容具体,用词准确,经济责任明确。

第六,货款结算,应按人民银行有关规定办理,不得任意支付预付款,以免造成经济损失。应按照合同规定的质量标准严格验收,验收合格后,才可以付款。

第七,当事人双方依法就购销合同的主要条款经过协商一致,由当事人的法定代表或者凭法定代表授权证明的经办人签字(盖章),并加盖单位公章和合同专用章,合同即可生效。如当事人一方提出要求鉴证或公证的,可到合同签订地或供方所在地的工商行政管理部门或公证机关进行鉴(公)证。

第八,变更或解除购销合同的通知或协议,应当采取书面形式(包括文书、电报)。新的协议未达成以前,原购销合同仍然有效。

第九,购销合同发生纠纷时,当事人应及时协商解决。协商不成时,可以向上级主管部门申请调解或者可向国家规定合同管理机关申请调解或仲裁,也可以直接向人民法院起诉。

第十,各级业务主管部门和工商行政管理部门,应对有关经济合同进行监督检查,建立必要的管理制度。

二、商品价格核算

(一)商品价格的观念

商品价格是商品价值的货币表现。商品价值则是凝聚在商品中的一般的、无差别的人类劳动。商品价值量的高低大小是由包含在商品中的劳动量决定的。生产商品所消耗的社会必要劳动时间愈多,则包含在商品中的价值量就愈大,商品价格就愈高。决定商品价格高低除商品中的价值量外,还受市场供求情况、货币价值、国家政策等因素的影响和制约。

(二)商品价格的计算

1. 商品比价

商品比价是指同一市场上和同一时间内,一种商品与另一种商品的价格比例。商品比价大致可分为三类:工农业品比价,农产品比价,工业品比价。

2. 商品差价

商品差价是指同一种商品在流通过程中,由于购销环节、购销地区、购销时间和商品质量不同,而形成的不同价格之间的差额。商品差价主要有 5 种:

(1) 购销差价:商品购销差价是收购价格和销售价格之间的差额。购销差价占收购价格的百分比即为购销差率,计算公式是:

$$\text{购销差率}(\%) = \frac{\text{销售价格} - \text{收购价格}}{\text{收购价格}} \times 100$$

工业品中的购销差价一般称为进销差，它是工业品出厂价格和批发价格之间的差额。进销差价占出厂价的百分比称进销差率，进销差价占批发价的百分比，人们习惯上称销进差率。其计算公式是：

$$\text{进销差率}(\%) = \frac{\text{批发价格} - \text{出厂价格}}{\text{出厂价格}} \times 100$$

$$\text{销进差率}(\%) = \frac{\text{批发价格} - \text{出厂价格}}{\text{批发价格}} \times 100$$

(2) 批零差价：批零差价是指商品的批发价格和零售价格之间的差额。批零差价占批发价的百分比称批零差率，批零差价占零售价的百分比习惯上称之为倒扣批零差率。其计算公式是：

$$\text{批零差率}(\%) = \frac{\text{零售价} - \text{批发价}}{\text{批发价}} \times 100$$

$$\text{倒扣批零差率}(\%) = \frac{\text{零售价} - \text{批发价}}{\text{零售价}} \times 100$$

(3) 地区差价：地区差价是指同一时间、同一商品在不同地区价格之间的差额。地区差价主要由运输费用构成。地区差价占批发价格的百分比即为地区差率。其计算公式是：

$$\text{地区差率}(\%) = \frac{\text{地区差价}}{\text{批发价格}} \times 100$$

(4) 季节差价：季节差价是指同一商品在同一市场和不同季节内，收购价格(或批发价格或零售价格)之间的差额。季节差价占各种价格的百分比称为季节差率。例如收购季节差率的计算公式是：