

◎主编 黄



最新全国中职教育
通用·实用规划教材

商品知识

适用专业 商品经营 市场营销



成都时代出版社



最新全国中职教育
规划教材

培养态度 · 训练技能

商品知识

适用专业 商品经营 市场营销

主 编 黄 静

成都时代出版社

图书在版编目(CIP)数据

商品知识/黄静主编. —成都: 成都时代出版社, 2007.9

(最新全国中职教育适用·实用规划教材)

ISBN 978-7-80705-557-0

I. 商… II. 黄… III. 商品-基本知识-专业学校-教材 IV. F76

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第135687号

(最新全国中职教育适用·实用规划教材)

商品知识 Shangping Zhishi

黄静 主编

责任编辑 曾绍东

封面设计 王凯丽

责任校对 陈德玉

监 印 莫晓涛

出 版 成都时代出版社

发 行 成都时代出版社发行部

印 刷 四川大自然印刷有限公司

版 次 2007年8月第1版

印 次 2007年8月第1次印刷

规 格 185mm×260mm 1/16

印 张 12.5

字 数 280千字

定 价 16.80元

ISBN978-7-80705-557-0

电话: (028) 86619530 86613762 (编辑部) 86615250 (发行部)

<http://www.chengdusd.com>

前 言

掌握必要的商品知识,是实施商品经营、从事商品销售的前提。商品是个动态的概念,在不同的时期、不同的条件下,人们对商品的内在质量和外在形式的要求不尽相同。比如,随着技术的进步,汽车的尾气排放合格标准越来越严格,电子产品的材料选择越来越需要关注环境成本,食品的生产流程控制越来越科学……基于不断更新的商品质量体系的规范,商品知识具有明显的时代性。本教材是对现阶段最新商品知识的系统性梳理,致力于使中等职业教育更具针对性和时代感。

在教材的编写过程中,我们着重强调“知识的实用性”,致力于学生的技能培养,使其具有识别商品内包装、外包装标志及标记的能力,具有使用不同方法鉴别常用商品质量的能力等等。其具体特点有:

1. 在内容编写方面,我们采取“理论+实用”的模式安排教材结构。第一至三章是商品的理论性知识,主要是对基于商品学的基础概念和理论进行深入浅出的讲解,包括商品分类与编码、商品质量及商品包装;第四至八章是商品理论知识的实用化,主要讲解生活中常见商品类别的编码、成分、性质、质量及质量鉴定等等。

2. 在学生技能培养方面,我们主要通过每章的“模拟训练”和“实作课堂”来实现。其中,“模拟训练”是本章重点知识的课堂训练内容,突出一个“点”;“实作课堂”需要在课堂外完成,重在考查本章知识所传达的综合素质,突出一个“面”。

在教材的编写过程中,为了博采众长,我们参阅了国内外的许多有关论著,引用了其中不少精辟的观点和见解。这些论著已在教材后面的《主要参考文献书目》中列出,在此我们向这些论著的作者表示衷心的感谢。由于编者水平所限,书中难免有不足之处,在此恳请各位专家和读者不吝赐教。

编 者

2007年6月

目 录

第一章 商品分类与编码	1
第一节 商品分类的常用标志	2
一、商品分类原则	2
二、商品分类标志	3
第二节 商品目录	7
一、商品分类体系	7
二、商品目录概况	8
第三节 商品编码	9
一、商品编码的原则	9
二、商品编码的种类	9
三、商品条形码	12
第四节 【模拟训练】超市商品陈列	17
第五节 【实作课堂】辨别商品真伪	18
 第二章 商品质量	19
第一节 影响商品质量的因素	20
一、原材料	20
二、生产过程	21
三、流通过程	21
四、使用过程	22
第二节 商品质量管理	22
一、商品质量管理的缘由	22
二、商品质量管理的特点	24
三、商品质量管理的内容	25
第三节 商品标准	28
一、按商品标准的表达形式分类	28
二、按商品标准的约束程度分类	29
三、按商品标准的使用范围分类	29
第四节 商品质量认证	34
一、认识商品质量认证	35
二、我国的商品质量认证	37
第五节 【模拟训练】咨询与购买商品	38
第六节 【实作课堂】企业商品质量认证	39

第三章 商品包装	41
第一节 商品包装的功能	42
一、保护商品	42
二、便于流通	43
三、传递信息	43
四、卫生与复用功能	43
五、提高商品附加值	43
第二节 商品包装的分类	44
一、运输包装	44
二、销售包装	47
第三节 商品包装标志	49
一、运输包装收发货标志	49
二、包装储运图示标志	50
三、危险货物包装标志	52
第四节 商品包装的技巧	55
一、防震包装	56
二、防锈包装	56
三、防潮包装	56
四、防霉包装	56
五、充气包装	56
六、真空包装	57
第五节 商标	57
一、商标的特征	57
二、商标的作用	60
第六节 【模拟训练】包装商品	62
第七节 【实作课堂】商标演变与企业发展	63
第四章 服装鞋帽	65
第一节 服装	66
一、服装材料	66
二、服装型号与规格	71
三、服装质量鉴别	72
四、服装的洗涤和养护	75
第二节 鞋	78
一、材料及制作工艺	79
二、鞋号和规格	81
三、鞋的分类	82
四、鞋的选购和保养	83
第三节 帽	85

一、帽的型号	85
二、帽的分类	86
三、帽的保养	86
第四节 【模拟训练】鉴别羽绒服质量	87
第五节 【实作课堂】服饰搭配选购	89
第五章 食品	90
第一节 食品安全	91
一、食品安全的基本内容	91
二、食品生产许可证制度	93
第二节 绿色食品	95
一、绿色食品简介	95
二、绿色食品标准	96
三、绿色食品的管理	99
第三节 几类常见食品分类、鉴定及储存	99
一、冷冻食品	99
二、休闲食品	102
三、乳制品	103
四、饮料	104
五、茶叶	110
第四节 【模拟训练】分辨茶叶种类及鉴定	113
第五节 【实作课堂】参观绿色食品企业	114
第六章 日用百货	115
第一节 金属制品	116
一、铝制品	116
二、不锈钢制品	119
第二节 塑料制品	122
一、塑料的特点	122
二、塑料制品的质量识别	123
三、塑料制品的选用	124
第三节 玻璃器皿	126
一、玻璃的特点	126
二、玻璃器皿的种类	127
第四节 洗护用品	128
一、肥皂	128
二、合成洗涤剂	129
三、牙膏	132
四、化妆品	133

第五节	【模拟训练】各类日用品特点分析	137
第六节	【实作课堂】洗护用品性能分析	138
第七章	文体用品	139
第一节	文化用品	140
一、	纸	140
二、	笔	142
三、	墨水	145
四、	电脑	145
五、	传真机	147
六、	复印机	148
七、	打印机	150
八、	扫描仪	152
第二节	体育用品	153
一、	球类	154
二、	健身器材	156
第三节	【模拟训练】体育用品标志设计	158
第四节	【实作训练】复印店开业筹划	159
第八章	家用电器	160
第一节	黑色家电	161
一、	电视机	161
二、	组合音响	165
第二节	白色家电	167
一、	洗衣机	167
二、	电冰箱	171
三、	空调	174
第三节	小家电	179
一、	电熨斗	179
二、	电吹风	180
三、	电风扇	181
四、	电饭锅	182
五、	电磁炉	184
六、	微波炉	185
第四节	【模拟训练】家电产品发展分析	187
第五节	【实作课堂】家电市场调查	188
	主要参考书目	190

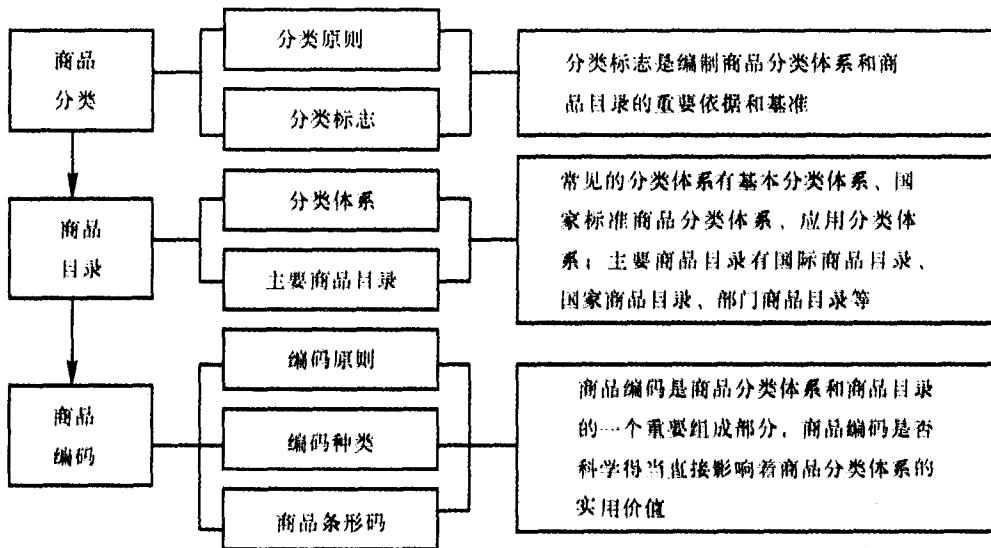
第一章 商品分类与编码

【本章提示】

随着科学技术的进步及商品经济的不断发展，商品种类日趋增多。相应地，人们要想在形形色色的商品的海洋中准确地找到自己所需要的商品，也就变得越来越困难。因此，商品分类的重要性便愈加地突显。简单地说，商品分类就是依据一定的标准，将所有商品进行分门别类式的管理。

商品分类是商品经济管理和经营管理的一种手段，只有将商品进行科学的分类，才能保证商品生产、流通和经营管理的顺利进行。商品分类的科学性，需要借助商品编码这样的辅助工具。标准化的商品编码，会有助于提高商品分类体系的涵盖性和科学性。

我们可以从以下几个方面来认识和学习商品分类的基础性知识：



第一节 商品分类的常用标志

学习重点:

1. 商品的概念;
2. 商品分类的原则;
3. 常用的商品分类标志。

无论是在街边小店还是大型商场超市中,我们总能看到柜台里、货架上摆放着的形形色色的物品,我们通常称其为商品。简单地作一下归纳,可以发现商品具有以下几种特性:

其一,商品都是由人生产出来的。商品中凝结着生产者的心血,是劳动的产物。

其二,有用性。即商品总要通过满足人们的某种需求来体现自己的价值。比如,文具店中待售的钢笔(合格产品)能供书写,可以用来签字或是做会议记录、课堂笔记等等。

其三,交换性。事实上,大家生活中所使用的另一个概念——产品同样具有上述两种特性,那么是不是就可以简单地把产品等同于商品呢?显然不是,因为商品还具有交换性,即商品是用来出售的。比如同是钢笔,文具店中的待售钢笔就是商品;而大家用来写作业的钢笔就属于产品的范畴,你可以说它是某某公司的产品,但却不能说它是某某公

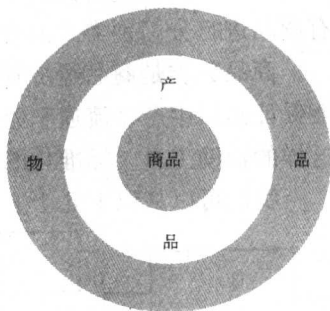


图 1-1 物品、商品间的关系

司的商品。区分商品与产品的最佳办法就是考量该物品是否处于流通(销售)领域。如果是,即为商品;如果不是,即为产品。物品、产品、商品间是一种包涵关系,见图 1-1。

据统计,目前在市场上流通的商品数量在 30 万种以上。由于商品种类繁多,造成商品信息的交流和分享不可避免地困难重重。而通过对商品的科学分类,则可以有效地回避这种障碍,从而在一定程度上促进企业生产,方便商品流通,并且有助于提高商品管理的水平。

根据特定的目的或需要,选择适当的分类标志或特征,将商品集合总体科学地、系统地逐次划分为不同的大类、中类、小类、品类或目、品种,乃至规格、品级、花色等细目的过程,就是本节的核心内容——商品分类。在对商品进行科学分类的时候,需要掌握一定的分类原则及常用的一些标志,使商品分类能够更好地满足特定需要。

一、商品分类原则

商品分类原则,顾名思义,就是在进行商品分类时,所有遵循的操作规则。它是建立科学商品分类体系的重要依据与基础。掌握好商品分类原则,对指导我们进行科学的

商品分类将起重要的作用。



要点提示：商品分类的作用

- 有利于确切地掌握商品的生产和销售情况，为商品管理创造条件；
- 有利于实现现代化管理，建立统一的经济信息自动化系统，提供信息交流的共同语言，促进经贸活动的开展；
- 有利于在一定范围内使商品名称统一标准化，便于安排生产和流通，从而便于消费者选购。

（一）目的明确

不同国家、不同历史阶段甚至不同行业，商品集合体所包括的范围都不相同。因此，在对商品进行分类时，首先要了解商品集合体的具体范围，以明确商品分类的适用对象；其次，由于商品分类体系的多样性，每一种商品分类体系只有根据特定的分类目的来制定，才能科学、适用。目的明确是实现商品科学分类的基本前提。

（二）科学适用

由于商品自身的多样性和复杂性，为了保证分类清楚、切实可行以达到预期的目的，就需要在选择分类标志的时候，能够着眼于充分满足生产、流通及消费需要的分类方法，保证商品分类起到具体的作用。科学适用是实现商品科学分类的基本保证。

（三）综合协调

商品分类既要与国家政策和相关标准协调一致，又要充分考虑生产、流通及消费的需要。因此，在对商品进行分类时，应该尽最大努力综合考虑国家、企业及消费者三方的利益，协调处理，选择适当的分类标志，以满足各方面的实际需要。

二、商品分类标志

商品分类标志，简单地说，就是商品分类时所依据的分类标准。比如，要把某班学生分成不同的群体，如果根据籍贯来分，那么洛阳籍学生有 15 人；如果根据性别来分，那么男生有 26 人；如果根据数学成绩的好坏来分，那么保证能考及格的学生大概有 31 人……显然，当分类标准改变时，学生的类别归属也要随着改变。同样，对于商品分类而言也是如此，即商品分类标志决定着商品的类别归属，是编制商品分类体系和商品目录的重要依据和基本标准。在日常生活中，通常用到的商品分类标志主要有以下几种。

（一）用途

用途体现着商品的有用性，这是从消费需求的角度来进行商品分类的一种标志。比如，假设某超市将一个烧水的铝制水壶按照其用途归入“厨具类”，那么顾客就会很容

易地根据自身的消费需要,在琳琅满目的货架中找到它;但是,如果该超市仅仅根据商品的材料来进行分类陈列,那么同属于铝制品的商品就会包括很多用途各异的商品,如铝质电脑机箱、铝合金门窗等等,毫无疑问,如此归类摆放会大大增加消费者的购物时间;并且,消费者可能仅仅是需要一个水壶,而不一定是铝制水壶,因此,当他好不容易找到铝制水壶却不满意时,那么他就得接着到铁制品中找铁制水壶,到搪瓷制品中找搪瓷水壶等等。

● 案例 1-1

家乐福作为全球 500 强企业之一,在商品品种和陈列上都有其独到之处。琳琅满目的商品往往让顾客看花了眼,为了让顾客能迅速地挑选到自己需要的产品,家乐福在货架通道上对各个大类商品都设有醒目的标志,如食品、日用品、文化用品、化妆品等。当顾客到达自己需要购买的某一类产品的地方时,比如化妆品,又会发现各货柜上会有更详细的分类标志,如护肤用化妆品、美容化妆品、美发用化妆品等。这样使顾客在挑选商品的时候一目了然,方便购物。

从案例 1-1 可以看出,家乐福按照商品用途来陈列商品的方式,一方面节约了消费者选购商品的时间,另一方面也最大限度地发挥了超市的客流量能力。以用途为标志的分类方法便于比较同一用途商品的性能,有利于消费者购物时对比选购,也有利于商业部门搞好商品的经营管理,但对多用途商品,则不宜采用这种分类标志。

(二) 原材料

通常我们把服装类商品分为棉织品、毛织品、麻织品、丝织品、化纤织品等,这主要是按照商品的原材料来区分的。商品原材料是决定商品质量、使用性能、特征的重要因素之一。比如,



话题讨论

观察周围同学所穿的衣服,询问他们在日常生活中是否注意根据衣服的不同质地来进行洗涤或熨烫。

由于服装之间的化学成分、性能特点、适用季节、保养要求甚至经济价值等各方面都存在明显的差别,如果在日常洗涤上,对其原材料成分没有详细的了解,可能造成衣服间串色等等。

以原材料作为商品分类标志,不仅分类清楚,而且还能从本质上反映出每类商品的性能、特点、使用及保管要求,特别是对原材料来源较多、对质量和性能有较大影响的商品比较适用。但是对于电视机、照相机、洗衣机等工业品,由于其加工程度不同,而且商品的特征与原材料关系不大,则不宜采用此种分类标志进行分类。

(三) 加工制造方法

很多商品即使采用了同样的原材料,但由于加工方法或制造工艺的不同,也会造成

商品不同的质量和特征，从而形成不同的品种类别。

● 案例 1-2

目前市面上所销售的茶叶，我们比较熟悉的种类主要有红茶、绿茶、青茶等。实际上，这种分类是按照茶叶在生产过程中发酵程度的不同而制定的，见下表：

茶名	学名	制作工序	特点
红茶	发酵茶	茶树芽叶经萎凋、揉捻、发酵和干燥等初制工序制成毛茶后，再经精制而成	成品茶的干茶颜色乌黑或红褐，汤色及叶底均呈红色
绿茶	不发酵茶	茶树芽叶经萎凋、揉捻、干燥等初制工序制成毛茶后，再经精制而成	干茶颜色灰绿、乌绿或青翠碧绿，汤色及叶底呈绿色
青茶	半发酵茶	茶树芽叶经萎凋、做青、炒青、揉捻、干燥等初制工序制成	既有绿茶之清芬，又有红茶之醇厚

由于加工制造方法不同，不同种类的茶叶具有各自的特征。通过此种分类方式，消费者对于产品特点的把握会一目了然，很容易就能选择到自己喜爱的产品。

当然，除了按生产工艺对茶叶进行分类外，还有其它的分类标志，比如：以季节分类，有春茶、夏茶和秋茶三种；按生产环境分类，有平地茶和高山茶两种。但是，大家在生活中最为常用的标志，还是按生产工艺来对茶叶进行分类。

采用加工制作方法的标志进行商品分类，对于那些可以选用多种加工方法来生产或制造的，而且质量和特征受工艺影响较大的商品相当适用，它能直接表明商品质量的特征。

（四）外观

商品的外观形态包括形状、颜色和表面结构等几方面。许多商品的外观能直接反映出商品的质量，而且往往也是决定商品品种和用途的重要因素。这种分类方法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，如钢材依形态可分为型钢、钢板和钢管等，消费者通过外观就能直接看出产品的特点和用途。

（五）性质

许多商品的性质与商品的品质特征、用途以及储运要求等有密切关系，商品的性质可以作为判断商品品质优劣的质量指标。因此根据商品的具体特征，将商品的性质作为分类标志，同样可以对商品进行恰当的分类。比如小麦按粒质软硬可以分为硬小麦和软小麦。硬小麦的麦粒含有较多的蛋白质、面团韧性强，是磨制强力面粉的良好原料；软小麦质地松软、淀粉含量高，适合制作饼干、糕点等。

（六）生产季节

以生产季节作为商品分类的标志，概念清楚，形象直观，特征具体，通俗易懂，更

能被一般的消费者所接受。某些农产品和畜产品由于生产季节的不同,品质区别较大,这类产品一般需要按照生产季节的不同进行分类。如羊毛按生产季节可分为春毛、秋毛和伏毛(夏季剪取);茶叶按鲜叶采摘季节分为春茶、夏茶和秋茶。应特别注意的是,此种分类标志一般不适用于工业产品。

(七) 产地

由于生产地区自然气候条件的差异,原料质量、培育方式的不同,某些同类商品往往都会具有不同的品质特征。因此,产地也往往作为某些商品的分类标志。

● 案例1-3

咖啡、茶叶、可乐是世界性的三大饮料,咖啡以其特点的多样性正受到越来越多人欢迎。由于咖啡生产受气候条件、土壤等影响较大,人们在选择咖啡时,一般就能以其产地作为区分咖啡特点的标志。如哥伦比亚咖啡:营养十分丰富,高均衡度,具有坚果味;巴西咖啡:大多为低酸度咖啡,口感柔滑;肯尼亚咖啡:芳香,浓郁,带有水果风味,口感丰富完美;哥斯达黎加咖啡:风味极佳,光滑,酸性强,档次高,具有诱人的香味。

不同产地的咖啡特点截然不同。从案例1-3可以看出,按商品的产地进行分类,能反映出不同产地同类商品的特点或质量,尤其适用于农副产品和土特产品的分类,此种分类标志与按生产季节分类标志一样,一般也不适用于工业产品。

【随堂练习】

(一) 谈谈你对商品和产品的认识,并说说二者的联系。

(二) 归纳总结日常主要商品分类标志的适用范围。

(三) 某中型商场三楼有四个柜组,分别是:电讯器材柜组、文教用品柜组、现代办公用品柜组和小家电柜组。四个柜组经营的商品品种如下表所示:

柜组名称	经营商品
电讯器材	彩电、VCD、DVD、家庭影院、话筒、背投、音箱、组合音箱
文教用品	学生用品、计算器、电脑、办公用品、保险柜、文件柜
现代办公用品	体育用品、乐器、钢琴、电话、手机、健身器材、按摩器
小家电	收录机、收音机、随身听、照相机、照相器材、相册、胶卷、复读机、助听器、电线、电池

从表中可知,该商场4个柜组各自经营的商品都有与柜组名称不符的地方,其实质是商品分类的不科学,由此给店内管理和顾客选购商品都带来不便。

试将各柜组所经营的商品品种进行调整,可以增设柜组,也可以改变现有的柜组名称。

第二节 商品目录

学习重点：

1. 主要的商品分类体系；
2. 商品目录的基本定义。

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。通过对商品的逐级分类，形成不同的分类体系，再用表格和文字的形式进行记录，就形成了商品目录。建立起科学的商品分类体系以及编制商品目录，可以满足教学研究或者实际生活中的不同需要。如百货商场根据各个楼层商品的不同所编制的商品名录，实际上就是通过对商品用途进行简单的分类而建立的商品目录。

一、商品分类体系

商品分类体系是在商品分类工作中，先确定一个主要标志，将商品分成大类，然后再依不同情况，选择适宜的标志将商品依次划分为中类、小类以至细目，从而形成的相互联系、相互制约的整体。



要点提示：商品的分类体系建立的原则

- 科学性：分类体系符合客观要求，制定统一严密的科学分类原则
- 系统性：将选定的分类对象，以其基本属性按照所规定的归类原则和一定的排列顺序予以系统化
- 兼容性：分类体系与其他分类体系之间要保持协调，相关商品分类体系之间相互衔接和协调
- 可延性：在建立商品分类体系时，应留有足够空位，为补充新商品留余地，以避免由于新商品的出现导致分类体系推倒重来
- 适用性：分类结构要紧密，一目了然，便于实际应用

我国目前采用的商品分类体系主要包括基本分类体系、国家标准分类体系和应用分类体系三大类，详见表 1-1。

● 表 1-1 主要的商品分类

分类体系	分类依据	作用	实例
基本分类体系	按照商品的基本使用价值，即商品的用途	组织生产和消费水平的宏观调控	生活资料商品（供衣、食、住、行、用等的商品）和生产资料商品（工业生产资料商品、农业生产资料商品）两类

续 表

国家标准商品分类体系	便于进行国民经济计划、统计以及会计业务等各项活动的开展	便于建立现代化的、统一的商品信息系统,提高经济管理水平	1987年颁布了国家标准 GB7634-87《全国工农业产品(商品、物资)分类与代码》
应用分类体系	根据商品的某些共性加以分类	为满足使用者的需要进行分类	如《商品名称及编码协调制度》和《国际危险货物运输规则》

二、商品目录概况

科学的商品分类是编制商品目录的基础,只有根据科学的商品分类编制的商品目录,才能使各种各样的商品分类眉目清晰,有利于对商品进行科学化和现代化的管理。

商品目录是按照一定的商品分类目的和方法,把全部有关商品按统一的标志进行定组分类后列成的商品名称一览表。商品目录是在商品逐级分类的基础上,用表格、符号和文字全面记录商品分类体系和编排顺序的书本式工具。

商品目录的种类很多,如外贸商品目录、海关统计商品目录、食品商品目录、纺织品商品目录等等。如果按使用范围来划分,可以分成国际商品目录、国家商品目录、部门或行业商品目录、企业或单位自用商品目录等,见表1-2。

● 表 1-2 -----主要商品目录简介-----

名称	简介	实例
国际商品目录	国际组织或地区性集团编制	联合国编制的《国际贸易标准分类目录》
国家商品目录	国家指定专门机构制定	中国《GB7635-87》
部门商品目录	本行业主管部门编制	对外经济贸易部《对外贸易进出口业务统一商品目录》
企业、单位商品目录	本企业单位自己编制	《清华紫光数码产品商品目录》
必备商品目录	商业企业备有的最低限度商品品种目录	《沃尔玛食品采购必备商品目录》

商品目录不是一成不变的,它应随着生产的发展、消费者需求及企业经营品种的变化,及时进行相应的修订,才能发挥它对企业经营的指导作用。

【随堂练习】

- (一) 商品分类体系应遵循哪些具体原则?
- (二) 商品目录的主要种类有哪些?

第三节 商品编码

学习重点:

1. 商品编码的定义及原则;
2. 商品编码的种类;
3. 商品条形码的特点及主要商品条形码。

当今世界上很多国家都建立了统一的商品分类编码系统,通过计算机进行科学的管理,生产、流通、消费等各个环节可以共享编码系统的数据库,从而有效地避免了各环节的重复和浪费,提高了物流效率,加速了资金周转,有助于取得显著的经济效益。那么,究竟什么是商品编码呢?商品编码又称商品代码或商品代号、货号,是指以某种代表符号表示某种或某类商品,符号可以是字母、数字和特殊标记及其组合。

标准合理化的商品编码,可以提高商品分类体系的概括性、科学性,有利于商品分类体系的通用化、标准化,为利用计算机对商品信息流和物流进行现代化管理奠定了基础。

一、商品编码的原则

商品科学分类为编码的合理性提供了前提条件,但是编码是否科学得当将直接影响商品分类体系的实用价值。因此,为保证商品编码的标准化,建立统一的商品分类编码系统,在商品编码时,应当遵循一定的原则,见表1-3。

● 表 1-3 商品编码主要原则

原则	内容
唯一性	一一对应,一个编码只能对应一个对象——即商品或商品类别
简明性	商品编码要简单、易记、易校验
系统性	商品编码要清楚反映出分类体系和分类目录内部固有的逻辑关系
扩容性	编码结构中应留有足够的备用码,适应新类目的增加和旧类目删减需要
稳定性	商品编码要在一定时期内保持稳定,不能轻易变更
协调性	编码应与国家商品分类编码和国际通用商品编码相协调

二、商品编码的种类

目前,商品编码可以按照不同的分类标志,分成各种不同的类型。生活中常见的商品编码种类有:

(一) 按照编码的用途分类

通常,商品编码往往会基于一定的目的性。不同的商品编码,能够帮助消费者或经