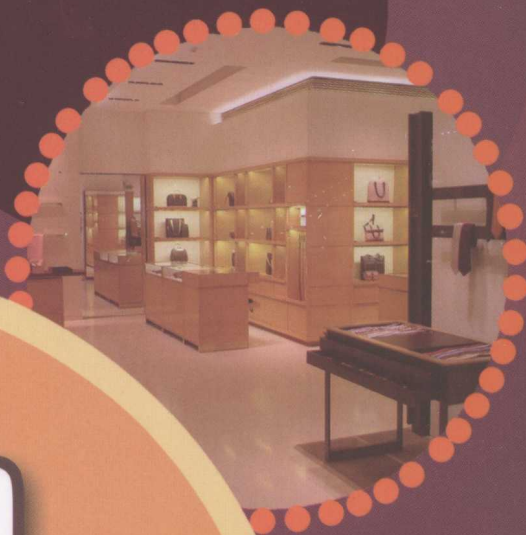




职业技术·职业资格培训教材

劳动和社会保障部教材办公室
上海市职业培训研究发展中心 组织编写

(初级)



商品 营业员



中国劳动社会保障出版社



职业技术·职业资格培训教材

商品营业员

(初级)

主编 肖昭延
编者 王仲鹏 宋小香
程新六 卞正林
主审 胡淼淼



图书在版编目(CIP)数据

商品营业员：初级/肖昭延主编. —北京：中国劳动社会保障出版社，2008

职业技术·职业资格培训教材

ISBN 978-7-5045-6829-8

I. 商… II. 肖… III. 商业服务-技术培训-教材 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 037201 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

*

北京市艺辉印刷有限公司印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 12 印张 241 千字

2008 年 4 月第 1 版 2008 年 4 月第 1 次印刷

定价：22.00 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：010-64954652

内 容 简 介

本教材由劳动和社会保障部教材办公室、上海市职业培训研究发展中心依据上海 1+X 职业技能鉴定考核细目——商品营业员（国家职业资格五级）组织编写。教材强化培养操作技能，采用模块化编写。按照细目对本职业和本级别的要求，并着重体现了本职业当前最新的实用知识与操作技术。对掌握初级商品营业员的核心知识与技能，进而取得相应职业资格证书有直接的帮助和指导作用。

教材分为七个单元，主要内容包括：商业基础知识，商业道德与消费者权益保护，售货操作，售货服务，商品展示，商品购进、验收与保管，以及商品销售中心环节。为便于读者掌握本教材的重点内容，每一单元后附有单元测试题及答案，全书后附有理论知识综合习题及答案和实践操作综合习题，用于检验和巩固所学知识与技能。

本教材可作为商品营业员（国家职业资格五级）职业技能培训与鉴定考核教材，也可供全国中、高等职业院校相关专业师生，以及本职业从业人员参加岗位培训、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、上海市职业培训研究发展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。每个模块单元所附单元测试题和答



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和技能考核模拟试卷，使受培训者巩固提高所学知识与技能。

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
上海市职业培训研究发展中心

目 录

● 第1单元 商业基础知识

- 1.1 商业的产生与发展 3
- 1.2 商业的地位、作用和职能 5
- 单元测试题 10
- 单元测试题答案 12

● 第2单元 商业道德与消费者权益保护

- 2.1 社会主义商业道德概述 15
- 2.2 商业营业员职业道德规范 18
- 2.3 消费者权益保护法知识 21
- 2.4 部分商品维修、更换、退货的规定 26
- 单元测试题 28
- 单元测试题答案 31

● 第3单元 售货操作

- 3.1 售货前的准备 35
- 3.2 售货计量、结算用具知识 37
- 3.3 货币知识 46
- 单元测试题 60
- 单元测试题答案 64

● 第4单元 售货服务

- 4.1 售货服务规范 67

4.2 商品拿放与包装	82
4.3 商店服务管理	94
4.4 物价管理知识	97
单元测试题	101
单元测试题答案	103

● 第5单元 商品展示

5.1 商品知识	107
5.2 展示演示商品	119
单元测试题	122
单元测试题答案	124

● 第6单元 商品购进、验收与保管

6.1 商品购进	127
6.2 商品验收	133
6.3 商品保管	139
单元测试题	145
单元测试题答案	147

● 第7单元 商品销售中心环节

7.1 商品销售	151
7.2 商品变价	154
7.3 商品盘点	155
7.4 商品损益	159



单元测试题	162
单元测试题答案	164
理论知识综合习题 (一)	165
理论知识综合习题 (二)	170
理论知识综合习题 (一) 答案	175
理论知识综合习题 (二) 答案	176
实践操作综合习题	177



第 1 单元

商业基础知识

- 1.1 商业的产生与发展 /3
- 1.2 商业的地位、作用和职能 /5



引 导 语

商业是一个历史范畴，是人类社会经济发展到一定阶段的产物。商品生产和商品交换是商业产生的基础，社会分工和所有制是商品生产和商品交换产生的基本条件，因此也是商业产生和存在的基本条件。

随着社会经济的不断进步和发展，不同历史阶段商业的地位和作用不断发展和变化。在社会主义市场经济条件下，为了满足人民群众不断增长的物质和文化生活需要，必须大力发展商品生产和商品交换。商业也只有进一步发展和完善，才能充分发挥它在社会主义现代化建设中的重要作用。

本单元主要介绍商业产生与发展的基础知识以及社会主义商业的地位、作用与职能。

学 习 要 点

- **熟悉**
商业的概念，包括商业的产生与发展的过程
- **掌握**
商业的地位和作用与职能
- **熟练掌握**
商业产生的条件、商品流通的形式

1.1 商业的产生与发展

商业并不是从开始有人类就出现的,而是在人类社会发展到一定阶段后才出现的产物。

1.1.1 商业的产生条件与发展

商业是一个历史范畴,是人类社会经济发展到一定阶段的产物。同时,商业也是一个经济范畴,它与商品生产、商品交换的产生与发展存在着紧密的联系。商业是随着社会不断地进步和生产力的不断发展而发展的。

1. 商业产生的条件

商业是由一定的基础条件持续不断地作用而催生的。这些基础条件是以生产力的发展为前提的。商业产生的标志是商品交换的出现。没有商品生产和商品交换,就没有商业。商品交换的存在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。

(1) 社会大分工。考查商业产生的条件,首先是生产力的发展与社会分工。随着人类社会生产力的发展,必然带来社会的分工。商品生产和商品交换的发展促进了社会分工的扩大,社会分工的扩大又为商品生产和商品交换创造了发展条件。

人类社会历史上发生过三次社会大分工:人类社会历史上第一次大分工是农业与畜牧业分离。第一次社会大分工以后,社会生产力水平得到很大提高,生产产品出现了剩余,人类社会最初的商品交换就产生了。人类社会第二次大分工是农业与手工业分离。随着社会生产力的提高,手工业发展了起来,出现了以直接交换为目的的生产,即商品生产。人类社会第三次大分工是生产与交换的分离。由于出现了为交换而生产的经济行为和经济行业,商品生产和商品交换日益发展,它创造了一个不从事生产,专门为商品交换作媒介的阶层——商人。第三次社会大分工是人类社会进入文明时代所特有的、有决定意义的重要分工。

商品生产是指直接以交换为目的的生产,劳动产品不是为生产者自己消费,而是主要为了交换。商品交换是不同劳动产品的相互交换,是商品的全面转手和自由让渡。在商品交换过程中,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。人类社会最初出现的商品交换是生产者之间直接进行的物物交换。随着商品交换在数量、范围上的不断扩大,出现了一种以赢利为目的,专门从事买卖活动的行业——商业。商业是商品交换的发达形式,是所有商品交换产生的基本条件。

(2) 生产资料和劳动产品归不同所有者占有。人类劳动的社会分工,产生了人们相互交换劳动产品的需要,但劳动产品和商品有本质的区别,劳动产品只有在归不同所有者占有的情况下,才具备了作为商品的条件,即私有制条件下,不同产品所有者才能产生商品交换关系。从历史发展来看,家庭私有制出现、原始社会的解体、奴隶社会和封建社会的



更替，为商业产生和发展创造了基本条件。

2. 商业的发展

商业产生后，经历了奴隶社会、封建社会，并得到了不同程度的发展。到了资本主义社会，商品交换关系开始渗透到一切领域。资本主义商业的发展，达到了私有制条件下前所未有的高峰。

我国大约在商朝就产生了商业。商业的出现既反映了商朝社会经济成熟的成熟情况，同时也促进了商朝社会生产力的发展。

我国实行的是社会主义市场经济。我国商业以公有制为主体、多种经济成分并存。在国家宏观调控和市场的引导下，商业以满足人民群众不断增长的物质和文化生活需要为经营目的，这与其他社会形态的商业有着根本的区别。在市场经济条件下，商业企业在追求和实现经营目的的同时，通过加快商品流通，满足需要，服务于社会，在推进社会经济发展中取得一定的利润。随着社会主义市场经济的不断发展，大市场正在逐步形成并日趋完善，无论是市场的内涵还是其外延，都在日益扩展，正表现出大商业、大流通的格局，商业的竞争也不断升级，这对商业企业的经营管理提出了很高的要求。社会主义商业企业职工是主人，企业内部实行民主管理制度，由职工直接参加管理，通过发挥职工群众的集体智慧，社会主义商业在社会主义市场经济中发挥出了积极的主导作用，为繁荣社会主义市场经济起到了重要的推动作用。

1.1.2 商业的概念及商品流通形式

1. 商业的概念

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。由此可见，商业是企业的一种类别，它不从事生产，独立于生产之外，其基本职能是专门从事商品交换。商业的经济活动，就是买进商品，再把它卖出去，在生产者和消费者之间成为商品交换的媒介。

2. 商品流通形式

商品流通就是指以货币为媒介，通过买卖实现商品从生产领域到消费领域的转移过程，是商品交换关系的总和。从整个商品交换的发展历史来看，由于承担交换的主体和交易的方式不同，大致采取了三种形式：

(1) 简单商品交换 ($W-W'$)。简单商品交换出现在人类社会最初的商品交换中。它之所以简单，是采用了一种直接的以—种商品换另一种商品 ($W-W'$) 的交换形式。通过这种直接的一物对另一物的交换，双方在让渡自己商品的同时取得对方的商品，这种交换的目的仅仅是出于满足自己的需要。

(2) 简单商品流通 ($W-G-W'$)。简单商品流通是在长期的物与物交换的基础上发展起来的。随着商品生产的发展，商品交换的量也发生了变化，直接的物物交换形式常常会受到时间、空间的限制，已不能满足交换发展的需要，需要一种用于交换的中间媒介。

于是,经过商品交换的不断实践,在交换中出现了一种固定地充当一般等价物的特殊商品——货币。

正是由于特殊商品——货币的出现,商品交换开始演变为商品—货币—商品($W-G-W'$)的形式。这种新形式的特点是为了买而卖,表现为商品所有者先将自己的商品换成货币,然后再用货币换回自己需要的商品。由于有一般等价物参与了交换,使得商品交换的速度和规模有了增长,这种以货币为媒介的商品交换,称之为简单商品流通。

(3) 发达商品流通($G-W-G'$)。发达的商品流通形式是货币—商品—货币($G-W-G'$),即货币转化为商品,商品再转化为货币。它是由简单商品流通发展而成的,在商品生产者进行商品交换的基础上,加入了商人,使商品流通成为 $G-W-G'$ 的形式。商人为购买商品暂时垫付货币,通过商品的出售,货币又重新回到商人手里,但这时取回的货币数量已多于起初预付的货币,因而,它的特点是为了卖而买。这种在简单商品流通基础上发展起来的以商业为媒介的商品流通称为发达商品流通。

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,同简单商品流通相比较,两者既有共同点,又存在着本质上的区别。

(1) 简单商品流通和发达商品流通的共同点

- 1) 它们都是以货币为媒介的商品交换,存在着商品与货币两个基本要素。
- 2) 它们都是买和卖两个相互对立阶段的统一,由 $W-G$ 和 $G-W$ 两个独立的活动所构成。
- 3) 它们都基本涉及三个当事人,即买者、卖者和既买又卖者,三个当事人参加,组成了统一循环的商品流通全过程。

(2) 简单商品流通和发达商品流通的区别

- 1) 两种流通形式所包含的买和卖这两个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不同。在简单商品流通形式中,商品是过程的出发和归宿,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,是为了购得所需要的另一种商品,是为买而卖。在发达商品流通形式中,商人买进商品,是为了把同一商品再卖出去,是为卖而买,是为了取得一定的利润,使原来为购买商品而垫支的货币增值,取得更多的交换价值。

1.2 商业的地位、作用和职能

社会主义商业与其他社会形态下的商业有着根本的区别,这就在于社会主义商业经营的目的是为满足人民日益增长的物质和文化需求。社会主义商业的实践表明,正是由于社会主义商业在社会经济发展中的地位、作用与职能的确定,商业在推动商品和物质的流

通，满足市场需要，引导生产、指导消费等方面发挥了极其重要的作用。

1.2.1 商业的地位

社会主义商业在推动社会经济发展中具有重要地位。社会再生产是促进社会经济发展的一个重要方面，生产、分配、交换、消费四个环节循环往复运动构成了社会再生产的一个完整的过程。在这个社会再生产过程中，起点在生产，终点在消费，而交换则作为中间环节连接起点和终点，在社会再生产的循环往复运动中起着重要的流通作用。在社会主义市场经济条件下，作为承担商品交换任务的商业以市场为导向，正在加速大流通的建设，已成为连接工业和农业、城市和农村、地区和地区以及国民经济各部门的桥梁和纽带。

1.2.2 商业的作用

社会主义商业在社会再生产过程中的重要地位决定了它在社会经济发展中具有以下重要作用：

1. 为生产又好又快的发展发挥流通作用

重点表现为：

- (1) 承担必需的生产资料流通工作。
- (2) 承担消费商品流通工作。
- (3) 反馈市场需求信息，引导和促进生产。

2. 满足人们日益增长的物质和文化生活的需要

重点表现为：

- (1) 在满足各方面需要的同时，将劳动者在社会分配中得到的货币收入转化为现实的消费品。
- (2) 影响和指导消费。通过引领消费，满足潜在需要。

3. 为经济发展提供积累资金

重点表现为：

- (1) 在实现商品流通中为国家提供积累资金。
- (2) 安排就业。商业是劳动密集型产业，安排就业是商业在经济社会发展中起到的又一个重要作用。

1.2.3 商业的社会职能

商业的社会职能是由商品流通在社会再生产中所处的中介地位和调节作用所决定的，是商业行业区别于其他经济行业社会职能的一个重要标志。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、普遍地存在和体现在组织和策划商品流通运行之中，具有媒介职能、调节职能、融资职能、风险职能。

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。

(2) 实现商业为生产和消费服务的职能。

2. 调节职能

商业调节职能也称统一职能。商业调节职能通过商业行为反映在两个方面:

(1) 调节商品产销在时间、空间上矛盾的职能。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,商业通过实体分配(物质转移)职能来加以调节。

(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实现。

商业所具有的媒介和调节职能,既是商业自产生起到当代最基本、最首要的职能,也是商业作为中介服务于产销、有利于社会经济发展所特有的职能。

3. 融资职能

现代社会经济的重要特征之一,就是经济活动的货币化和信用化。商业在组织商品流通中,为取得商品所有权,从事独立化的经营活动,在履行媒介和调节职能的同时,必然派生出融资职能。在现实经济活动中,商业的融资职能反映在两个方面:

(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,就是指借用资金的运动形式,如赊销、票据支付、预付等商业信用。

(2) 消费者的信用融资。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。

总之,商业在现代化经济发展中,融资职能既是商业媒介、调节职能所派生的,也是现代社会进步和市场经济发展的必然要求。

4. 风险职能

风险职能是商业媒介、调节基本职能所派生的又一重要辅助职能。商业风险职能就是商业行为中必须承担的各种风险,即市场风险。风险职能主要表现在两个方面:

(1) 承担自身应负的风险。如决策风险等。

(2) 承担市场因素引起的风险。如价格波动、供求变化等风险。

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)。商业要对各种主观的、社会的、经济的、自然的因素所带来的损失、亏损或失去的预期利益独立承担风险,只有这样,商业才能存在于国民经济各行业并不断发展。

1.2.4 商业的组织形式

商业的社会职能,具体是由商业的组织形式在组织商品流通中表现出来的。商业组织形式是由特定商业经营单位为达到特定目的和任务组成的经营形式。商业组织形式有多种划分方式,从商品流通的角度可将商业分为批发商业、零售商业、商业物流三大类。



1. 批发商业

批发商业是指购进商品，为了出售供生产加工或商业转卖的商业组织形式。它是商品流通的起点。

批发商业负责把社会产品从生产领域纳入流通领域，从产地运到销地，支持零售商安排好市场供应，它是组织工农业之间、城乡之间、地区之间商品流通的枢纽。

2. 零售商业

零售商业是指商品或服务直接出售给最终生活性消费者的商业组织形式。它是商品流通的终点。

零售商业把买进商品卖给消费者，即从事向城乡居民、社会集团、生产企业和个人出售生产资料和消费资料的业务活动。使商业资金在 $G-W-G'$ 的循环中得以完成，最终实现商品价值，直接满足人民日益增长的物质文化需要。

3. 商业物流

商业物流是指商品实体的运动，是商品使用价值的流通（商品价值的流通即商品所有权的转移称商流）。在商品流通中，商流和物流可以有分有合地进行。商业物流是商品流通的中介和桥梁，它是商业经营活动得以顺利进行的必要条件。

批发商业、零售商业和商业物流在商品流通中处于不同的地位，担负着不同的任务，构成了商业经营业务活动的全过程。

1.2.5 现代零售商业的业态

近几年，由于大规模零售组织的出现，加上零售方式的不断变化，人们逐渐习惯于按业态来划分零售商的类型。所谓业态，是指按经营方式或销售方式划分的零售业类别。按业态区分的零售组织主要有以下这些形态：

1. 百货商店

百货商店是指在一个大建筑物内，根据不同商品部门设销售区，开展各自的进货、管理、运营的零售业态。百货商店一般是大型零售商店，它同时经营多条商品线，主要有时装、化妆品、家用电器、家具、文化用品、体育器材等。百货商店的主要目标消费者是中、高收入阶层和年轻人，其中女性消费者占绝大多数。

2. 超级市场

超级市场是指采取自选销售方式、以销售生鲜商品和食品及向消费者提供日常必需品为主要目的的零售业态。它一般开设在居民聚集区、交通要道、商业区，采取开架销售、自我服务、统一结算的售货方式。超级市场的目标消费者是普通家庭，向他们提供一次购齐的便利。

3. 大型综合超市

大型综合超市是指采取自选销售方式，以销售大众化实用品为主，并将超级市场和折扣商店的经营优势合为一体的，满足消费者一次性购全所需商品的零售业态。它一般选址