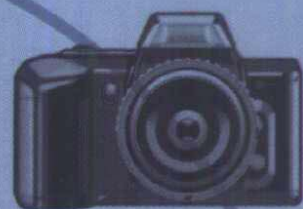
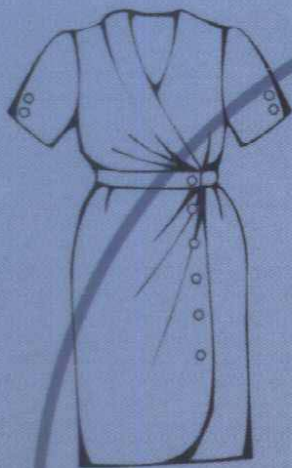


怎样编写 商品说明书



魏国辰
金海水
陈红丽

编 著

中国物资出版社

怎样编写商品说明书

魏国辰 金海水 陈红丽 编著

中国物资出版社

图书在版编目(CIP)数据

怎样编写商品说明书/魏国辰编,金海水,陈红丽编著.

-北京:中国物资出版社,2002.7

ISBN 7-5047-1826-2

I. 怎… II. ①魏…②金…③陈… III. 商品-说明书
-写作-基本知识 IV. F760

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 026486 号

中国物资出版社出版发行

网址:<http://www.clph.com.cn>

社址:北京市西城区月坛北街 25 号

电话:(010)68392746 邮编:100834

全国新华书店经销

河北香河新华印刷有限公司印刷

开本:850×1168mm 1/32 印张:10.25 字数:265 千字

2002 年 7 月第 1 版 2002 年 7 月第 1 次印刷

ISBN7-5047-1826-2/F·0657

印数:0001—3000 册

定价:19.00 元

(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

**好的商品说明书,是企业走向成功
的重要一环**

**好的商品说明书,是加强商品质量
监督管理的依据之一**

**好的商品说明书,是消费者明明白
白消费的窗口**

**认真阅读,悉心借鉴,您将拥有顺着
自己的职业阶梯快速、稳步提升的灵丹
锦囊;您将学到有关商品知识,获得最大
的使用效益和最佳的满足感,成为一名
聪明理智的消费者。**

编写说明

商品说明书是商品的重要组成部分。系统、详细、真实、规范的商品说明书是指导消费者正确使用商品的关键,是为消费者提供服务的重要环节,也是企业宣传自己、提高知名度的重要手段。然而,有一些企业在开发新商品的时候,却忽视了商品说明书这一重要配置,随心所欲地编制商品说明书。有的说明书内容不全,遗漏配件清单,无维修和保养介绍;有的说明书扩大适用范围,有夸大和虚假的宣传内容;有的说明书标注的质量与实际质量有出入;还有的说明书,技术用语过多,无安全警示和注意事项等,商品说明书“说”而不“明”的问题日益引起人们的关注。

随着全球经济一体化进程的加快,国际市场上的商品日新月异,竞争日益激烈,如想在市场中占有一席之地,聪明的企业家就不应该忽视可能使企业成功的每一个环节,商品说明书就是企业获得成功的重要一环。

商品说明书在商品的价值构成中,虽说是微不足道的一小部分,然而说明书反映的是消费者的方便、企业的整体形象;体现着企业求实、求真的态度和精神,体现着企业对消费者的责任心和真诚;决定着商品的畅销与否,决定着企业经济效益的高低。有道是,给人方便即有市

场,予人诚信则有效益。千里之堤,毁于蚁穴。本着与人方便,为己方便的出发点,作为生产者、销售者也应该“莫以善小而不为”,把说明书说明白。这样做不仅是尊重消费者的“知情权”,而且从长远看,可以无形中赢得消费者的信任,从而扩大商品的市场,在竞争激烈的市场中立于不败之地。

为使企业在编制商品说明书时有据可依,使职能部门在规范说明书内容时有条文可循,也使消费者清清楚楚、明明白白地使用商品,我们策划和编写了《怎样编写商品说明书》一书,期望通过该书的出版早日让商品说明书规范起来。

本书系统介绍了商品说明书的种类、主要内容及编写程序与步骤,阐述和探讨了商品说明书的编写方法和技巧,讲解了各类商品说明书的编制规范,注重用范文和实例进行分析。在编写上重点突出权威性、实用性、可读性、新颖性。

“一书在手,编写说明书不愁。”本书特别适合企业高级商务文员、企业管理者、消费者协会及工商管理部门的有关工作人员和有关消费者阅读,也可作为市场营销、工商管理、现代文秘、公共关系等专业师生的参考用书。

本书由魏国辰、金海水、陈红丽编著。魏国辰负责总体规划、统纂全书,并编写第1章、第2章部分、第3章、第12章;金海水参与大纲的编制,并编写第4章、第5章、第6章、第8章;陈红丽参与大纲的编制,并编写第9章、第10章、第11章;余茜编写第2章部分;彭寄军、蒿新亮编

写第 7 章;吕敬明、舒丽娜参与第 9 章编写工作;郭毅、李锦参与第 10 章编写工作;周秉顺、沈丽参与第 11 章编写工作;陈洁敏参与商品说明书范文的收集工作。在编写过程中,得到了中国物资出版社同志们的大力支持和帮助,同时,选用了一些生产企业商品说明书原件的内容,参考了国内专家、学者有关商品说明书方面的著作和文章,在此一并致以衷心的感谢。

由于经验所限,成稿时间仓促,难免有不妥之处,热忱欢迎广大读者提出宝贵的意见。

编 者

2002 年 4 月

目 录

1 导 论	(1)
1.1 为什么要编写商品说明书	(2)
1.2 商品说明书的种类和特点	(6)
1.3 商品说明书与产品规格说明、产品设计 说明书.....	(10)
1.4 什么是好的商品说明书.....	(13)
1.5 商品说明书的一般内容.....	(17)
1.6 目前商品说明书存在的主要问题.....	(21)
2 商品说明书的编写程序和步骤.....	(28)
2.1 确定编写对象,筹划编写方案	(28)
2.2 确立编写目标.....	(37)
2.3 收集编写材料.....	(40)
2.4 编制商品说明书的草稿及终稿.....	(43)
2.5 商品说明书的印制及修订.....	(46)
3 商品说明书的编写方法和技巧.....	(49)
3.1 商品说明书的编写方法.....	(49)
3.2 商品说明书写作的广告化表现手法.....	(56)
3.3 商品说明书的编写技巧.....	(60)
3.4 商品说明书的用语和修改技巧.....	(65)
4 纺织品类商品说明书编制规范.....	(71)
4.1 纺织品类商品的种类和特点.....	(71)

4.2	纺织品类商品说明书应突出的重点·····	(73)
4.3	纺织品类商品说明书实例·····	(85)
5	食品类商品说明书编制规范·····	(99)
5.1	食品类商品的种类和特点·····	(99)
5.2	食品类商品说明书应突出的重点·····	(102)
5.3	食品类商品说明书实例·····	(112)
6	家电用品类商品说明书编制规范·····	(116)
6.1	家电用品类商品的种类和特点·····	(116)
6.2	家电用品类商品说明书应突出的重点·····	(119)
6.3	家电用品类商品说明书实例·····	(126)
7	药品类商品说明书编制规范·····	(150)
7.1	药品类商品的种类及特点·····	(150)
7.2	药品类商品说明书应突出的重点·····	(154)
7.3	医药类商品说明书实例·····	(167)
8	金属材料类商品说明书编制规范·····	(181)
8.1	金属材料类商品的种类和特点·····	(181)
8.2	金属材料类商品说明书应突出的重点·····	(187)
8.3	金属材料类商品说明书实例·····	(191)
9	非金属材料类商品说明书编制规范·····	(204)
9.1	非金属材料类商品的种类和特点·····	(204)
9.2	非金属材料类商品说明书应突出的重点·····	(213)
9.3	非金属材料类商品说明书实例·····	(224)

10	非金属制品类商品说明书编制规范 ·····	(237)
10.1	非金属制品类商品的种类及特点·····	(237)
10.2	非金属制品类商品说明书应突出重点·····	(242)
10.3	非金属制品类商品说明书实例·····	(250)
11	建筑装饰装潢材料类商品说明书编制规范 ·····	(259)
11.1	建筑装饰装潢材料类商品的种类和特点·····	(259)
11.2	建筑装饰装潢材料类商品说明书 应突出的重点·····	(265)
11.3	建筑装饰装潢材料类商品说明书实例·····	(273)
12	机电类商品说明书编制规范 ·····	(283)
12.1	机电类商品的种类及特点·····	(283)
12.2	机电类商品说明书应突出重点·····	(287)
12.3	机电类商品说明书实例·····	(295)

1



随着全球经济一体化进程的加快,国际市场上的商品日新月异,竞争日益激烈,如想在市场中占有一席之地,聪明的企业家就不应该忽视可能使企业成功的每一个环节,其实商品说明书就是企业获得成功的重要一环。

商品说明书,顾名思义,就是用朴实、通俗易懂、生动形象的语言对商品的用途、规格、型号、性能、成分、使用方法、保质期限、维护保养等知识进行的说明或介绍。商品说明书又称产品说明书、商品使用说明书。不管企业生产的商品体积有多大,结构多复杂,技术含量有多高,只要编写出规范、科学、完整、通俗的说明书,给消费者一个明明白白的真面目,就可指导消费者正确合理地使用商品,促进销售。

商品说明书在商品的价值构成中,虽说是微不足道的一小部分,值不了几个钱,小事一桩。殊不知,说明书反映的是消费者的方便、企业的整体形象。商品说明书的好坏直接决定着商品的畅销与否,决定着企业经济效益的高低。有道是,给人方便即有市场,予人诚信才有效益。纵观国内外成功企业的经验,大都是对消费者十分重视,凡是与消费者相关的商品质量、规格、使用方法等问题,哪怕再小也不马虎。因为小事虽小,却能体现企业求实、求真的精神,体现对消费者的责任心和真诚。千里之堤,毁于蚁穴。本着与人方便,为己方便的出发点,作为生产者、销售者也应该“莫以善小而不为”,把说明书说明白,让不明白的人得个明白。这样做不仅是尊重

消费者的“知情权”，而且从长远看，可以在无形中赢得消费者的信任，从而扩大商品的市场，在竞争激烈的市场中立于不败之地。

1.1 为什么要编写商品说明书

商品说明书在生活中随处可见，涉及人们的衣、食、住、行、玩，与人们的工作和生活休戚相关。无论是新企业，还是老企业；无论是大企业，还是中小企业；无论是生产企业，还是流通企业，在销售商品时都必须附带商品说明书。而作为生产企业还必须对自己开发和生产的商品编制清楚、准确的商品说明书，让消费者明明白白地消费。

1.1.1 商品说明书是商品整体概念中的有机组成部分

商品是用来交换的劳动产品，是消费者和社会所获得的多种满足感的集合。从现代市场营销观点来看，任何生产经营者所创造的商品并非仅为一种具有一定成份、结构、性能的有形实体，而且还包含着一系列能够满足消费者和社会需要的物质形态要素与非物质形态要素的有机整体，这个整体包括三层意思。第一层次是核心商品，包括具体商品本身及其全部的功能特性，它是消费者需求的中心内容。消费者购买商品并不是为了占有商品的物质实体，而是通过利用商品的功能和效用来满足自己的需求，从使用商品的过程中获得一定的利益或满足感。在此，商品的成分、结构、性能、技术指标是决定核心商品功能和效用优劣的物质基础，并直接影响着商品的内在质量；第二层次是有形商品，包括销售时的实际包装以及商标、品牌、样式特点、价格、质量水平等，它是商品外在质量的重要标志。良好的有形商品能够吸引为数众多的消费者，使消费者在购买和使用商品时获得愉快、舒适的感受，并形成长期的消

费偏好;第三层次是延伸商品,包括修理和维护服务、安装、交货、质量保证、备用件供应、使用说明书和培训、广告以及其他与商品的购买和使用有关的各种服务,它是消费者的整体消费系统,对诱导消费需求、促进销售、提高市场占有率等起着重要作用。商品整体概念的三个层次是不可分割的组成部分,没有良好的延伸商品,再好的有形商品和核心商品,销售也会受阻。而商品说明书处于商品整体概念中的第三层次,同样不可缺少。如果离开了商品说明书,消费者获得的商品以及使用商品产生的多种满足感的集合就是不完整的。不完整的商品,难以赢得用户的信赖,更难参与市场竞争。所以商品说明书是商品整体概念中的一个有机组成部分,在满足消费者整体消费系统中起着必不可少的作用。企业在销售商品时,必须同时交付商品说明书,消费者才算购进了完整的商品。

1.1.2 商品说明书是“消费者”的第一任“教员”

随着社会生产力的迅速提高,经济规模的不断扩大,消费水平的不断提高,高技术、高品位、高附加值的现代化商品不断涌现。面对款式新颖、包装鲜艳、加工精良的各种商品,消费者在购买时肯定有不知所措之感。消费者不可能是精通各种商品的“万事通”,除了日常积累的商品常识外,消费者在选择、使用众多商品尤其是科技含量较高的商品时,需要依靠阅读商品说明书的内容来做指导。通过阅读商品说明书,可使消费者更好地了解商品的特点、性能,以便消除对企业商品的顾虑,从而做出正确的选择,合理使用,科学保养,摆脱安全隐患。如果没有商品说明书,消费者就不能正确使用,以致影响商品性能的发挥,严重的还会损坏商品。一些药品的使用,还关系到人们的身体健康,严重的将危及人们的生命。所以,在使用商品之前,需要有准确、详细的说明书,让消费者掌握商品使用的有关知识。可见,商品说明书是消费者了解商品的窗口,是沟通厂家、商品与消费者的桥梁和纽带,是消费者购买和使用商

品的第一任“教员”，也是传播商品知识的重要载体，其最直接的功用就是让消费者了解商品使用基本知识，教给消费者使用商品的方法、步骤以及注意事项。即给人以知，教人以做。因此，商品说明书具有独特的指导消费的作用，编写系统、详细、真实、规范的商品说明书是指导消费者正确使用商品的关键。

1.1.3 商品说明书是企业对消费者的承诺

商品说明书在某种意义上，具有约定性质。厂商在说明书中把商品的质量、性能、构成、使用方法、操作程序、维护保养、生产日期等告诉消费者，消费者根据说明进行使用或食用。从这个意义上看，商品说明书就是一种承诺，是一种责任。按照法律、法规来规范商品说明书，是企业应尽的责任。早在 1986 年，我国就颁布了《工业产品质量责任条例》，其中对商品说明书有严格的要求。1993 年实行的《中华人民共和国产品质量法》规定，产品说明书是产品质量的明示担保，是企业对产品负责任的承诺。企业有义务保证其所提供的产品质量与说明书中的内容相一致。除《中华人民共和国产品质量法》外，我国其他的法律法规如《中华人民共和国食品卫生法》、《消费者权益保护法》、《反不正当竞争法》等均对企业提供说明书这一义务进行了规定。企业应规范经营行为，自觉遵守有关规定，认真履行自己的义务，正确合理地编写说明书。否则，企业将被视为有质量违法行为而承担法律责任。

1.1.4 商品说明书是为消费者提供服务的重要环节

薄薄片纸的商品说明书看似简单，却意义重大。商品说明书编写得如何，能不能使消费者看明白，能不能真正指导消费者，反映着企业有没有把消费者的方便放在首位，反映着企业有没有真正把消费者看作“上帝”。消费者的认同是企业的发展之本，服务于消费者就等于服务于自己。现在越来越多的企业正在认识到“消费者

就是生意”这句至理名言。“明明白白”消费是每个消费者的心愿,企业如果真能满足消费者心愿,在编写说明书时多为消费者考虑,充分利用商品说明书这一特殊形式的推销员,何愁商品没有销路。有位成功企业家的经营之道里就有这样一条:“凡是说明书需要消费者读两遍才能看懂的,商品就不许出厂。”这充分说明提供清楚、准确的商品说明书,使说明书达到消费者的要求,是企业为消费者提供优质服务的重要环节,也是企业制胜的重要一环。

1.1.5 商品说明书是扩大企业知名度的重要工具

“抓住人心,就是抓住了市场。”好的商品说明书可以突出企业商品的特色,反映出企业对消费者的真诚和无微不至的关心,从而抓住消费者的心,让消费者在内心认同的条件下产生购买行为,并在购买和使用商品中获得极大的满足。与此同时,消费者还会向他的亲朋好友推荐这种商品。更多的消费者使用就会使企业开拓更大的市场,不断提高商品信誉,不断塑造企业良好的整体形象。良好的企业形象,又可以扩大企业的影响,提高公众的信赖度。可见,商品说明书在宣传企业商品、扩大企业知名度方面起着重要的作用。因此,企业在抓商品开发和商品质量的同时,应把商品说明书作为企业经营策略中的一个不容忽视的环节,从而,促进企业不断地得到发展。

1.1.6 商品说明书是一种重要的技术情报源

商品的工作原理、结构和主要技术参数,一般都在说明书中予以披露。同一技术领域或相邻领域的企业,可以从说明书中所披露的内容了解科技成果的现状并预测发展趋势、动向,作为研制新商品的借鉴和参考,或移植用于其他领域。有经验的产品开发设计人员,在设计新产品之前,都要查阅同类商品的说明书,从中产生灵感,促使创造之花绽放,突破技术难题。同时要判定自己研制的新

产品是否具有创造性、新颖性、实用性,可以用现有商品的说明书作为有力的佐证。说明书的情报价值和文献价值是不可低估的。

总之,商品说明书不仅是生产企业把商品卖出去的需要,也是消费者保护自己利益的需要。商品说明书能够有效地消除消费者对商品的顾虑,是企业展示商品的窗口,是显示商品质量保证能力的依据,也是保证消费者正确使用其商品的前提。而外文说明书是中国企业走向国门、跨入国际市场的“入场券”。所以,编写好的商品说明书,将会使企业拥有更好的名声,促进销售,使企业走向成功。

1.2 商品说明书的种类和特点

由于商品种类不同,介绍方法不同,商品说明书的种类和特点也不一样。

1.2.1 商品说明书的种类

随着琳琅满目的商品的出现,商品种类越来越多,因而商品说明书的种类也越来越多,有的商品说明书需要详细介绍商品的使用方法,有的商品说明书却需要有声有色地介绍商品来吸引消费者,还有的商品说明书只需要简单介绍。但大致可分为以下几类:

第一,按照传播方式,可把商品说明书划分为包装式、内装式和张贴式。

包装式说明书。是指直接写在商品的外包装上的说明书。其说明的文字比较简短,主要适用于一些常用的普及型商品。如食品袋上、衣服的外包装上等。这种商品说明书,既节省了费用,又美化了包装,而且还能起到广告宣传作用。

内装式说明书。是指采用附件的形式,将商品说明书专门印制,有的甚至装订成册,装在商品的包装内。一些较复杂、较贵重的

商品常采用这种类型。如机电设备、仪器仪表、电器等。

张贴式说明书。是指为了让广大消费者尽快了解新商品的用途和使用方法,把商品的说明书印制成适于张贴的形式,张贴在出售商品的柜台处,它适用于新推出的商品。张贴式说明书具有广告的宣传作用。

第二,按照商品用途的不同,可把商品说明书划分为消费类商品说明书和生产资料类商品说明书。

消费类商品说明书。主要是指对日用轻工商品、家用电器、医药等商品的说明,其目的在于向消费者介绍商品的性能、特点、成分及使用方法、维修方法,便于消费者选购和使用。对其结构、原理一般不做阐述,只简述与使用、维修有关的部分。这类商品说明书要求语言简洁准确、层次清楚、内容完整,并可用优美的笔法,生动形象地描述。

生产资料类商品说明书。主要指那些用于社会生产和再生产的工业商品的说明书。这类说明书往往技术性强,突出说明工作原理、技术数据、附加装置,必要时还附有大量的原理线路图、结构框架图、零部件机械图,以及安装、使用、维护的注意事项和示意、引导性照片等。一般篇幅较长,需要装订成册。

第三,按商品说明书的繁简程度,可把商品说明书划分为详述式和简述式两大类。

详述式说明书。介绍的商品一般技术含量较高、比较复杂或比较专业化,说明文字相应较多,大都装订成册,装入商品包装内。

简述式说明书。内容简单,篇幅短小,文字简洁,常直接印在或贴在商品上或商品包装上,如食品标签、化妆品标签等。食品标签、化妆品标签等通常被总称为商品说明标签,从广义角度来看,它是说明书的一种形式。

第四,按商品说明书的表达形式,可把商品说明书划分为文字式说明书、图表式说明书、音像式说明书。