

1+X

职业技术·职业资格培训教材

CHAOJI SHICHANGLEI

商品 营业员

超级市场类

CHAOJI SHICHANGLEI

SHANGPIN
YINGYEYUAN
CHAOJI SHICHANGLEI

劳动和社会保障部教材办公室
上海市职业培训指导中心 组织编写

CHAOJI SHICHANGLEI



中国劳动社会保障出版社

职业技术·职业资格培训教材

CHAOJI SHICHANGLEI

商品 营业员

超级市场类

CHAOJI SHICHANGLEI

SHANGPIN
YINGYEYUAN
CHAOJI SHICHANGLEI

主 编 陶 勇 周季硕

审 稿 李明朗

CHAOJI SHICHANGLEI



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

商品营业员：超级市场类/陶勇，周丰硕主编，—北京：中国劳动社会保障出版社，2004

职业技术·职业资格培训教材

ISBN 7 - 5045 - 4484 - 1

I . 商… II . ①陶… ②周… III . 超级市场 - 商业服务 - 技术培训 - 教材 IV . F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 034480 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

*

新华书店经销

北京乾沅印刷有限公司印刷 北京京顺印刷有限公司装订

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 18 印张 388 千字

2004 年 6 月第 1 版 2004 年 6 月第 1 次印刷

印数：3200 册

定价：27.00 元

读者服务部电话：010 - 64929211

发行部电话：010 - 64911190

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话：010 - 64911344

内 容 简 介

本书由劳动和社会保障部教材办公室、上海市职业培训指导中心依据上海 1+X 职业技能鉴定细目——商品营业员（超级市场类）组织编写。本书从强化培养操作技能，掌握一门实用技术的角度出发，较好地体现了本职业当前最新的实用知识与操作技术，对于提高从业人员基本素质，掌握商品营业员（超级市场类）的核心知识与技能有直接的帮助和指导作用。

本书包括商品营业员（超级市场类）初级和中级两个等级的内容。第一单元至第六单元为初级内容，主要包括：超级市场概述、商品知识、收银、理货、盘点和礼仪服务等；第七单元至第十六单元为中级内容，主要包括：价格管理、计量管理、“5S”管理、超市布局、商场计算机系统应用、超市门店管理及考核、营销管理常识、相关法律法规和消费心理学常识等。为便于读者掌握本教材的重点内容，教材每单元附有单元测试题及答案，全书附有知识考核模拟试卷和技能考核模拟试卷及答案。

本书可作为商品营业员（超级市场类）职业技能培训与鉴定考核教材，也可供全国中等职业学校学生学习、掌握商品营业员（超级市场类）知识与技能，或进行岗位培训、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、上海市职业培训指导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。每个模块单元所附模拟测试

前 言

题和答案用于检验学习效果，教材后附本级别的知识模拟试卷和技能模拟试卷，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。

本教材在编写过程中，得到了上海农工商超市进修学院校长李明朗同志的大力支持和严格把关，在此表示衷心的感谢。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
上海市职业培训指导中心

目 录

第一单元 概述	(1)
第一节 超级市场的诞生	(1)
第二节 超级市场的基本概念	(2)
第三节 超级市场与传统零售业态的区别	(3)
单元测试题	(6)
单元测试题答案	(7)
第二单元 商品知识	(9)
第一节 食品标签知识	(9)
第二节 生鲜食品知识	(14)
第三节 杂货类商品知识	(34)
第四节 洗涤类商品知识	(35)
第五节 化妆品知识	(36)
第六节 纺织品知识	(37)
单元测试题	(38)
单元测试题答案	(39)
第三单元 收银	(41)
第一节 人民币知识	(41)
第二节 票据、电子货币基本知识	(50)
第三节 计算机及收款机知识	(57)
第四节 商品与条形码	(60)
第五节 收银员专业技能	(61)
第六节 商业电子收款机上机操作	(69)
单元测试题	(91)
单元测试题答案	(92)
第四单元 理货	(94)
第一节 理货员工作规范	(94)

目 录

第二节 商品陈列的特性和原则·····	(97)
单元测试题·····	(106)
单元测试题答案·····	(107)
第五单元 盘点 ·····	(109)
第一节 盘点作业的意义·····	(109)
第二节 盘点作业的具体操作·····	(110)
单元测试题·····	(114)
单元测试题答案·····	(116)
第六单元 服务礼仪 ·····	(118)
第一节 服务质量·····	(118)
第二节 规范服务行为, 提高服务技巧·····	(121)
单元测试题·····	(127)
单元测试题答案·····	(128)
第七单元 物价管理 ·····	(129)
第一节 物价管理基础知识·····	(129)
第二节 物价权限分工·····	(130)
第三节 明码标价·····	(131)
第四节 连锁经营的定价策略·····	(132)
第五节 超市门店核算的组成与计算公式·····	(137)
单元测试题·····	(139)
单元测试题答案·····	(139)
第八单元 计量管理 ·····	(141)
第一节 计量和计量方法·····	(141)
第二节 计量管理职责范围·····	(142)
第三节 计量器具管理规范·····	(143)
单元测试题·····	(145)
单元测试题答案·····	(145)
第九单元 冷柜保养及电子秤使用 ·····	(147)
第一节 冷柜制冷系统·····	(147)
第二节 冷柜正确使用及保养常识·····	(149)
第三节 电子秤简介·····	(152)
第四节 电子秤的日常操作·····	(158)
第五节 称重码·····	(162)

单元测试题·····	(163)
单元测试题答案·····	(163)
第十单元 “5S” 管理 ·····	(165)
第一节 实施内容和方法·····	(165)
第二节 实施标准·····	(168)
第三节 查核制度·····	(174)
单元测试题·····	(175)
单元测试题答案·····	(175)
第十一单元 超市卖场布局 ·····	(177)
第一节 布局基础·····	(177)
第二节 通道的诱导作用·····	(180)
第三节 布局陈列技巧·····	(184)
单元测试题·····	(188)
单元测试题答案·····	(188)
第十二单元 商场计算机管理系统应用 ·····	(190)
第一节 商业自动化概述·····	(190)
第二节 网络基本知识·····	(194)
第三节 系统内商品的基本知识·····	(195)
单元测试题·····	(197)
单元测试题答案·····	(197)
第十三单元 超市门店管理及考核 ·····	(199)
第一节 超市门店管理员的职责·····	(199)
第二节 管理员应具备的素质与条件·····	(201)
第三节 超市连锁门店的经营管理·····	(202)
第四节 有效的销售·····	(203)
第五节 顾客服务与管理·····	(207)
第六节 人事管理与领导统帅·····	(209)
第七节 员工教育训练的实施·····	(210)
单元测试题·····	(212)
单元测试题答案·····	(212)
第十四单元 营销管理常识 ·····	(214)
第一节 市场营销的理念·····	(214)
第二节 营销基础·····	(215)

目 录

第三节 营销定位策略·····	(217)
第四节 产品及价格营销策略·····	(222)
第五节 促销策略·····	(223)
第六节 服务营销·····	(225)
单元测试题·····	(227)
单元测试题答案·····	(228)
第十五单元 相关法律法规 ·····	(231)
第一节 保护消费者权益的有关法律法规·····	(231)
第二节 消费者权益保护法·····	(232)
第三节 维权与诉讼·····	(241)
第四节 当前价格欺诈十种表现形式·····	(243)
单元测试题·····	(245)
单元测试题答案·····	(245)
第十六单元 消费心理学常识 ·····	(247)
第一节 消费者与消费心理学·····	(247)
第二节 消费者的需要和动机·····	(249)
第三节 消费者的购买行为·····	(252)
第四节 价格与价格心理·····	(253)
第五节 购买冲突的心理分析·····	(254)
单元测试题·····	(256)
单元测试题答案·····	(257)
知识考核模拟试卷(一)·····	(259)
知识考核模拟试卷(二)·····	(262)
知识考核模拟试卷(一)答案·····	(265)
知识考核模拟试卷(二)答案·····	(267)
技能考核模拟试卷(一)·····	(269)
技能考核模拟试卷(二)·····	(273)

第一单元 概 述

超级市场诞生于 20 世纪 30 年代，迄今已有 70 多年历史了，如今它正以超常规的发展速度逐渐取代传统百货商店在零售业中的霸主地位。我国的超级市场已经过了初创期，目前正处在高速扩张期的阶段。

第一节 超级市场的诞生

一、商业零售史上第一次革命

1852 年法国巴黎“廉价商店”是世界上第一家百货商店，它拥有专职营业员，价格统一，实行分级管理。

二、商业零售史上第二次革命

1859 年美国纽约“大西洋与太平洋茶号”是世界上第一家连锁商店，它拥有多家店铺，初步形成货源统一、成本低廉、经营规范的特点。

三、商业零售史上第三次革命

1930 年 8 月美国纽约长岛“金库仑联合商店”是世界上第一家超级市场，它的创办者美国人迈克尔·库仑被尊称为“超市之父”。当时正发生着全球性经济危机，美国国民生产总值下降了 50% 左右，失业率达 25%，食品销售额暴跌了 30 亿美元。迈克尔·库仑凭着全新的零售理念，取得了意想不到的巨大成功，到 1932 年已成功开设了 8 家超级市场，提出的 9% 的零售利润率影响尤其深远。

亚洲最早开设超级市场的是日本。第二次世界大战战败后，日本国内经济面临崩溃，作为美国的托管国，它首先引入了超级市场这一新型零售业态，比欧洲各国时间还早（法国 1948 年、英国 1956 年才开始出现超级市场）。日本超市起步早，发展更是迅猛。日本商业专家由岛义博曾评价说：“日本 100 年百货发展不及 20 年超市。”这一切源于日本人的敬业精神、危机意识，以及复制能力和吃苦能力。目前日本的大超市公司有伊藤洋华堂、大荣、西友等，但创新能力的缺乏使日本难成世界超市业霸主。

香港在 20 世纪 60 年代后期开始出现超市，是我国最早开设超市的地区。1970 年英资牛奶集团组建惠康超市，大量并吞中、小型超市，20 世纪 90 年代初达到 240 家超市门店，拥有 5 000 名员工，市场占有率为 40%。1973 年全球华人首富李嘉诚的“和记黄埔集团”成立百佳超市，目前有 186 家店，员工 6 000 名，市场占有率为 30%。屈臣氏、华润等小公司分占市场的 30%。

上海是中国内地最早开设超级市场的城市，20 世纪 70 年代末，以“自选商场”命名的副食品行业首次以超市的方式进行了探索性经营，因可供商品缺乏和高失窃率而夭折。20 世纪 80 年代中期，天山菜场、陕北菜场、杨浦环球百货等传统零售企业再次改制“自选商场”，至 1985 年发展到 20 家店，但终因缺乏管理经验、规模小而相继失败。1991 年 9 月联华超市（800 m² 面积，3 000 品种数）的成立，标志着上海超市业正式起步。1993 年华联超市成立，更是表明上海超市业发展步入快车道。相对而言，内地超市起步较缓慢，1995 年深圳成立万佳超市后，江苏苏果、南通文峰、武汉中商等超市才相继出现。

超级市场在中国的发展速度是全世界最快的，1999 年中国十大零售企业中，超级市场占了五席。不少大型商业集团、跨国公司也纷纷进入中国开拓市场，1996 年我国第一家中外合资的超市——法国家乐福超级市场开业，此后在较短时期内，德国麦德龙、泰国易初莲花、韩国易买得、美国沃尔玛、荷兰万客隆等多家大型商业集团跨国公司也相继登陆中国。

第二节 超级市场的基本概念

一、定义

超级市场是以实行自助服务和集中式一次性付款销售方式，满足消费者对基本生活用品一次性购足的需要，并普遍运用大工业的分工机理，实行对零售经营过程和工艺过程专业化和现代化的改造，普遍实行连锁经营方式的零售业态。

超级市场作为一种现代的流通组织，采用规模化经营和薄利多销的价格特征来加速库存商品的周转。在欧美等发达国家，超级市场的销售额已占到整个社会商品零售总额的 70% ~ 80%。

二、特征

1. 购物的廉价性

超级市场从诞生之日起,就以其商品的低廉价格给顾客最直接的利益。

2. 购物的舒适性

超级市场除了为顾客创造了良好的购物设施条件外,其自助式的销售方式使消费者从紧逼式推销的压力中解放出来,在挑选商品的自由性和自主性方面给予了消费者最大的满足。

3. 购物的便捷性

由于超级市场在结算方式上实行一次性集中结算,使顾客节省了单品结算时间;又因为超级市场能一次性满足消费者购齐日常生活用品的需要,也就节省了消费者选择商店、选择商品和来回往返的时间。

第三节 超级市场与传统零售业态的区别

根据我国内贸行业主管部门的规定,我国零售业态具体分为:百货店、超级市场、大型综合超市、便利店、专业店、专卖店、购物中心、仓储商店和家居中心等九种类别。

一、百货店

百货店是指在一个大型建筑物内,根据不同商品类型设置销售区,开展各自的进货、管理、运营的零售业态。百货店业态的特点主要有:

1. 采取柜台销售与自选(开架)销售相结合的方式。
2. 商品结构种类齐全、少批量、高毛利,以经营服装、服饰、衣料、家庭用品为主。
3. 采取定价销售,可以退货;有导购、餐饮、娱乐场所等服务项目和设施。
4. 选址在城市繁华区、交通要道。
5. 商圈范围大,一般以流动人口为主要销售对象。
6. 商店规模大,营业面积在 5 000 m² 以上。
7. 商店设施豪华,店堂布置典雅、明快。
8. 目标顾客为中高档消费者和追求时尚的年轻人。

二、超级市场

超级市场是指采取自选销售方式,以销售生鲜食品、商品和向顾客提供日常必需品为主要目的的零售业态。超级市场业态特点主要有:

1. 采取自选销售方式,出入口分设,结算在出口的收银机处统一进行。
2. 商品构成以购买频率高的商品为主,经营的商品以肉类、禽蛋、水果、水产品、冷冻食品、副食调料、粮油及其制品、奶及奶制品、熟食品以及日用必需品为主。

3. 营业时间每天在 11 h 左右；可采取连锁经营方式；有一定的停车场地。
4. 选址在居民区、交通要道、商业区。
5. 商圈范围较窄，以居民为主要销售对象。
6. 商店营业面积在 500 m² 以上。
7. 目标顾客以居民为主。

三、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，满足顾客一次性购全需要的零售业态。大型综合超市业态特点主要有：

1. 采取自选销售方式和连锁经营方式。
2. 商品构成为衣、食、用品齐全，重视本企业的品牌开发。
3. 设有与商店营业面积相适应的停车场。
4. 目标顾客为购物频率高的居民。
5. 商圈范围较大。
6. 商店营业面积一般在 2 500 m² 以上。
7. 选址在城乡结合部、住宅区、交通要道。

四、便利店（方便店）

便利店是指以满足顾客便利性需求为主要目的的零售业态。便利店业态特点主要有：

1. 以开架自选为主，结算在进口（或出口）的收银机处统一进行，可采取连锁经营方式。
2. 结构特点明显，有即时消费性、小容量、应急性等特点。
3. 营业时间长，一般每天在 16 h 以上，甚至 24 h，终年无休日。
4. 选址在居民住宅区、主要干线公路边以及车站、医院、娱乐场所、机关、企事业单位所在地。
5. 商圈范围较窄，一般设定在居民步行 5~7 min 可到达的范围内。
6. 营业面积在 100 m² 左右，营业面积利用率高。
7. 店内清洁，布局明快，货架丰满。
8. 目标顾客主要为居民和年轻人。80% 的顾客为有目的的购买。
9. 实行信息化，开展单品管理。
10. 商品价格略高于一般零售业态的商店或超市。

五、专业店

专业店是指经营某一大类商品为主，并且具备有丰富专业知识的销售人员和提供适当售后服务的零售业态。专业店业态特点主要有：

1. 定价销售和开架面售，可开展连锁经营。
2. 结构体现专业性、深度性。品种丰富，可供选择余地大，以某类商品为主。经营

的商品具有自己的特色，一般为高利润，可以退货。

3. 从业人员需具备丰富的专业知识。
4. 选址多样化。多数店设在繁华商业区、商业街，或百货店、购物中心内。
5. 商圈范围不定。
6. 营业面积根据主营商品特点而定。
7. 目标顾客多为流动顾客。主要满足消费者对某类商品的选择性需求。

六、专卖店

专卖店是指专门经营或被授权经营制造商品品牌和中间商品品牌的零售业态。专卖店的业态特点主要有：

1. 采取定价销售和开架面售，可开展连锁经营。
2. 商品结构以企业品牌为主，销售体现量少、质优、高毛利。
3. 注重品牌声誉，从业人员必须具备丰富的专业知识，并提供专业性销售服务。
4. 选址在繁华商业区、商业街，或百货店、购物中心内。
5. 商圈范围不定。
6. 营业面积根据经营商品的特点而定。商店的陈列、照明、包装、广告较为讲究。
7. 目标顾客以中青年为主。

七、购物中心

购物中心是指企业有计划地开发、拥有、管理运营的各类零售业态、服务设施的集合体。购物中心业态特点主要有：

1. 由主营运商有计划地开设，实行商业型公司管理，中心内设商店管理委员会，共同开展广告宣传等活动，实行统一管理。
2. 内部结构由百货店或超级市场（作为核心店）以及各类专业店、专卖店等零售业态和餐饮、娱乐设施构成。
3. 服务功能齐全，集零售、餐饮、娱乐为一体。根据营业面积，设立相应规模的停车场。
4. 选址为中心商业区或城乡结合部的交通要道。
5. 商圈根据不同经营规模、经营商品而定。
6. 设施豪华、店堂典雅、宽敞明亮，实行卖场租赁制。
7. 目标顾客以流动顾客为主。
8. 根据选址和商圈不同，购物中心可分为近邻型、社区型、区域型、超区域型等种类。

八、仓储商店

仓储商店是指在大型综合超市经营的商品基础上，筛选大众化实用品销售，并实行储销一体，以提供有限服务和低价格商品为主要特征，采取自选方式销售的零售业态。仓储商店业态特点主要有：

1. 选址在公路边、交通要道或利用闲置设施。
2. 主要的商圈人口为5万~7万人。
3. 商店营业面积大,一般在4 000 m²以上。部分商品部门采取租赁制,把无店名的专业连锁卖场和供应商引进店内经营。
4. 商品构成以新开发上市的商品为主力商品,自有品牌占相当部分,主要是面向广大的工薪阶层。
5. 实行低价格策略,全部商品每天都以较低价格销售。
6. 在商品策略上,经营同其他零售业态能进行价格比较的,知名度和普及率都较高的商品或价格一般为大众所熟知的商品。
7. 商店设施简单化。
8. 把超市开发的销售技术和管理理论、仓储商店的价格影响力、大型综合超市商品供应计划的方法及选址理论等融为一体,灵活运用。
9. 可实行连锁经营。
10. 设有一定规模的停车场。

九、家居中心

家居中心是指以销售与建设、改善家庭居住环境有关的装修、装饰用品和日用杂品,提供技术及服务为目的,采取自选方式销售的零售业态。家居中心业态特点主要有:

1. 选址在城乡结合部、交通要道或消费者自有房产比率较高的地区。
2. 商品构成以房屋修缮和室内装修用品、装饰品、园艺品、宠物食品、室内外用品、洗涤剂 and 纸类杂品等为主。
3. 在经营策略上,发挥了廉价商店的低价格销售和超级市场的开架自选销售等优势。
4. 提供一站式购足和一条龙服务。
5. 可采取连锁经营方式。
6. 有一定规模的停车场。

单元测试题

(一) 填空题(请将正确的答案填在横线空白处)

1. 超级市场选址一般考虑在居民区、商业区及_____。
2. 便利店营业时间一般在_____ h。
3. 便利店的顾客是居民、_____、单身汉。

(二) 判断题(下列判断正确的请打“√”,错误的打“×”)

1. 便利店目标顾客是小朋友、年轻人和单身汉。 ()
2. 大型综合超市的目标顾客是购物频率高的居民。 ()
3. 超市实行一次性集中结算,使顾客节省了单品结算时间。 ()

4. 超市从诞生起就以其商品低廉的价格给顾客最直接的利益。 ()
5. 1852 年法国巴黎“廉价商店”是世界上第一家百货商店。 ()

(三) 单项选择题 (下列每题有 4 个选项, 其中只有 1 个是正确的, 请将其代号填在横线空白处)

1. 1859 年_____第一家连锁商店是“大西洋与太平洋茶号”。
A. 日本 B. 英国 C. 美国 D. 法国
2. 世界上第一家超级市场创办于_____。
A. 1930 年 8 月 B. 1932 年 10 月 C. 1948 年 5 月 D. 1954 年 10 月
3. 亚洲最早开设超市的国家是_____。
A. 香港 B. 中国 C. 日本 D. 法国

(四) 多项选择题 (下列每题中的多个选项中, 至少有 2 个是正确的, 请将其代号填在横线空白处)

1. 超级市场的商品构成主要有_____。
A. 日用百货 B. 生鲜食品 C. 家具 D. 一般食品
2. 我国零售业态包括_____。
A. 百货店 B. 大型综合超市 C. 便利店 D. 仓储商店

(五) 简答题

1. 超级市场的基本定义是什么?
2. 超级市场的特征是什么?
3. 什么是大型综合超市?
4. 超级市场是怎样的零售业态?

单元测试题答案

(一) 填空题

1. 交通要道 2. 16 3. 年轻人

(二) 判断题

1. × 2. √ 3. √ 4. √ 5. √

(三) 单项选择题

1. C 2. A 3. C

(四) 多项选择题

1. ABD 2. ABCD

(五) 简答题

1. 答: 超级市场是以实行自助服务和集中式一次性付款销售方式, 满足消费者对基本生活用品一次性购足的需要, 并普遍运用大工业的分工机理, 实行对零售经营过程和工