

徐敏群 主编

营业员业务知识 与售货技能

YING YE YUAN YE WU ZHI SHI
YU SHOU HUO JI NENG

初 级



编写说明

根据劳动部、国内贸易部联合颁发的《中华人民共和国职业技能鉴定规范》，总结近几年商品营业员的职业技能考核工作经验，宁波市财贸职工职业技能培训考核中心受宁波市劳动局委托，在广泛征求基层商业企业意见的基础上，组织长期在教学第一线任教的教师编写了《营业员业务知识与销售技能（初级）》。

本书力求通俗易懂，实用新颖，对初级商品营业员应具备的基础理论知识、专业商品知识和实际操作技能等三方面的知识进行分篇撰写。既符合《职业技能鉴定规范》的标准，也与营业员整体服务素质倡导的内容一致。本书为宁波市商品营业员职业技能培训指定教材，也可以作为各类职校、技校等中等职业技术学校的专业教材和营业员岗前培训教材，还可以作为广大商业企业职工自学用书。

本书由宁波商校高级讲师张百章任主审，宁波商校讲师徐盈群任主编，庄朝霞任副主编。参加本书编写的有：徐盈群（第一、二、三、四章），王其中（第六、七、八、九章），庄朝霞（第五、十、十一章）。全书由徐盈群负责总纂。

本书编写过程中，得到了上海财贸人才培训中心、宁波市教委的大力支持与协作，在此谨表感谢！

由于编写水平有限，书中难免有疏漏之处，敬请广大读者不吝赐教，以便于修订，使之日臻完善。

编 者

1998年4月

目 录

第一篇 营业员基础业务知识

第一章 社会主义市场经济中的商业	(1)
第一节 社会主义商业的建立和发展.....	(1)
第二节 社会主义商业的地位和作用.....	(5)
第三节 零售商业的特点和任务	(13)
第四节 零售商业的发展趋势	(18)
第二章 柜组业务知识	(26)
第一节 商品购进业务	(26)
第二节 商品验收和保管业务	(31)
第三节 商品销售业务	(35)
第四节 商品变价、盘点和损溢	(44)
第三章 柜台服务知识	(54)
第一节 售货服务程序	(54)
第二节 柜台服务规范	(75)
第三节 售货服务技巧	(92)
第四节 开架售货服务规则	(103)
第五节 顾客抱怨的处理	(109)
第四章 商业职业道德与法规	(121)
第一节 商业职业道德概述	(121)
第二节 营业员职业道德规范	(123)
第三节 维护消费者的合法权益	(130)
第五章 柜组核算	(139)

第一节	柜组核算的概念和意义	(139)
第二节	柜组核算的方法	(164)

第二篇 营业员专业商品知识

第六章	商品质量	(172)
第一节	商品质量的概念	(172)
第二节	商品的质量要求	(174)
第三节	影响商品质量的因素	(178)
第七章	商品标准和商品鉴定	(181)
第一节	商品标准	(181)
第二节	商品鉴定	(188)
第八章	商品分类、包装和养护	(198)
第一节	商品分类	(198)
第二节	商品包装	(205)
第三节	商品储存与养护	(213)
第九章	大类商品基本知识	(241)
第一节	食品营养与卫生	(241)
第二节	日用工业品的基本性质	(257)
第三节	纺织纤维和服装基本知识	(269)
第四节	家电商品基本知识	(292)

第三篇 商品营业员售货技能

第十章	售货操作技术	(299)
第一节	商品的拿、放技术和要求	(299)
第二节	商品展示的技术要求和技巧	(303)
第三节	商品的称量、丈量技术	(312)
第四节	商品的包装和捆扎技术	(329)
第五节	柜台商品陈列	(366)

第六节	开票和点钞技术·····	(379)
第十一章	珠算技术·····	(391)
第一节	珠算概述·····	(391)
第二节	珠算的加减乘除·····	(397)
参考书目	·····	(411)

第一篇 营业员基础业务知识

当今市场瞬息万变，竞争日益激烈。营业员不仅要有优良的服务态度、高超的服务技巧，而且要熟知柜台日常业务，深谙经营之道。本篇将追溯零售商业的过去，展望未来的发展趋势，围绕柜台业务、服务规范技巧、职业道德与法规、柜组核算等营业员必备的基础理论展开介绍。

第一章 社会主义市场经济中的商业

第一节 社会主义商业的建立和发展

一、商业的产生

一提到商业，人们就会想起那些五彩缤纷的商店，这是商业的一种具体表现。可是，商业是什么时候产生的呢？简单地说，商业是人类社会第三次社会大分工的产物。

（一）社会分工和劳动产品归不同的所有者占有是商业产生的前提条件

在原始社会，氏族部落使用简单、粗糙的石器，从事渔猎、采集。劳动所得，只能勉强维持生存，没有剩余的产品，以后由于工具的改进和劳动经验的积累，生产力水平有了提高，人们也开始了有目的的驯养和种植。由此，产生了人类历史上第一次社会大分工，即畜牧业与农业的分离。第一次社会大分工，使劳动生产力有

了很大的提高。劳动产品除了维持自身的生存需要之外，开始有了剩余，出现了商品交换的最初形式即物物交换。

随着农牧业发展的需要，从事编织、冶炼、建筑等生产工具制作的手工业迅速发展起来，并且日益专业化。由此产生了人类历史上第二次社会大分工，即手工业与农业、畜牧业的分离，并出现了直接以交换为目的的生产，即商品生产。生产力水平继续得以提高，部落首领在经常的交换中开始把交换所得当成自己的私有财产，于是私有制产生，原始部落的所有制逐渐瓦解，并使整个社会的商品交换有了进一步的发展。随着商品交换在品种、数量方面的扩大和增加，原始的以物易物的物物交换形式由于受到时间和空间等方面的限制，给商品生产者带来了许多不便。商品生产者希望把自己的劳动产品先换成一种经常用来交换而又为大家普遍愿意接受的商品，然后以此去换取自己所需要的其他商品。于是，便从商品中分离出一种特殊的商品，固定地充当一般等价物，这种特殊商品就是货币。货币的产生，使原来以物易物、买卖结合的行为分解为在时间和空间上分离的卖（商品——货币）和买（货币——商品）两种行为，即由直接的物物交换发展成为简单的商品流通。

在简单商品流通条件下，最初出卖商品的活动主要是由生产者自己承担的。后来，随着商品生产的发展，商品数量不断增多，交换范围日益扩大，商品生产者若要自己进行商品的出售活动，就必须耗费大量的时间，使得用于生产商品的时间相对减少。一些生产者开始把商品委托给别人代销，力图减少甚至摆脱亲自到市场上出售商品的活动。由于接受他人委托可以获取贱买贵卖的价差，于是，有些代销者便放弃生产，专门从事商品的买卖活动。这样社会上就出现了专门从事商品交换活动的经济行业，即商业；出现了不从事生产而只从事交换的人，即商人。由此产生了人类历史上的第三次社会大分工，即特殊的商人阶层的形成。由于商人的出现，也使原来以货币为媒介的简单商品流通发展成为以商人为媒介的发达

商品流通。

综上所述，劳动产品采取商品交换的形式必须具备以下两个前提条件：第一，社会分工；第二，劳动产品归不同的所有者占有。商业作为商品交换的发达形式，商品交换产生的两个前提条件，也是商业产生和存在必须具备的基本条件。

（二）商业是商品交换的发达形式，是专门从事商品交换的部门

商品交换，即不同商品生产者之间的产品互换，从其发展的历史过程看，经历了物物交换、简单商品流通和发达商品流通三种形式。商品交换的任意一种形式，均属商品经济的范畴，都以社会分工和商品生产为基础，由卖者和买者的买卖活动构成。这些是共同的，但它们之间又有本质上的区别。区别点主要表现在以下几方面：

1. 商品交换形式上的区别

首先，出发点和归宿点不同。物物交换，以商品为出发点，以直接换取对方的商品为归宿，表现为商品——商品；简单商品流通，以商品为出发点，货币为媒介，以间接换取对方的商品为归宿，表现为商品——货币——商品；发达商品流通，以货币为出发点，商品为媒介，以取得货币为归宿，表现为货币——商品——货币。其次，买卖活动的特点不同。物物交换是买和卖同时进行的活动，而简单商品流通和发达商品流通是买和卖分离的活动；而且，简单商品流通是先卖后买，发达商品流通是先买后卖。

2. 商品交换目的的区别

物物交换，交换双方在让渡自己商品的同时取得对方的商品，目的都在于获取使用价值，通过交换满足自己的需要；简单商品流通，生产者只是为买而卖，目的也是为了取得不同质的使用价值，满足自己的消费需要；发达商品流通，商人媒介商品交换，是为卖而买，其直接目的不仅是要收回原先投入的货币，而且要获取增大

了货币，即货币增值，通过卖出商品得到盈利。

3. 体现的经济关系的区别

物物交换仅仅体现了生产者与生产者之间直接的经济关系；简单商品流通则反映了生产者与生产者、生产者与消费者之间的直接经济关系；发达的商品流通由于商人的介入，切断了生产者和消费者之间的直接经济关系，体现了生产者、经营者和消费者之间多重的、复杂的经济关系。

从以上区别点我们可以深入地看到，商业作为商品交换的发达形式，其根本目的是通过货币的运动最终取得货币的增值。作为一个专门从事商品交换的部门，商业是商品生产者与商品消费者之间的纽带。

二、我国社会主义商业的建立和发展

商业产生之后，经历了奴隶社会、封建社会、资本主义社会，这是一般的发展过程。然而，我国在经历了 2000 多年的封建社会后，从 19 世纪中期开始由于帝国主义的侵略，被沦为半封建半殖民地的社会，以蒋、宋、孔、陈四大家族为首的官僚买办阶级垄断了中国商业，并压制、摧残民族商业资本，使当时的我国商业带有明显的半殖民地半封建社会的经济特点。1921 年中国共产党成立，领导中国人民开始了新民主主义革命。为了巩固和发展革命根据地，粉碎敌人的经济封锁，中国共产党早在井冈山闹革命时期，就创办了“公卖处”，建立了最早的公营商业——对外贸易局和粮食调剂局，创立了不少消费合作社。这些革命根据地的公营商业和合作社商业，保证了革命战争的物资需要，也为社会主义建设积累了经验。1949 年，新中国成立后，国家通过没收官僚资本主义商业，改造民族资本主义商业，在革命根据地公营商业的基础上，建立了以生产资料公有制为基础的社会主义国营商业，并使之不断发展和壮大，成为全国市场的领导力量。同时在广大农村，兴办了劳动群众集体所有制的供销合作社商业，成为国营商业的有力助手。国营

商业和合作社商业的形成是我国社会主义商业建立的标志。

我国社会主义商业建立以来直到十一届三中全会，受前苏联经济模式的影响，在商业管理体制中形成了高度集中，统一管理，权、责、利相脱节，政企合一的运行机制；在商品流通体制中形成了以“固定作价、固定供应区域、固定供应对象”为特征的三固定模式。使庞大的行政性管理机构成为商业的主体，并对企业的人、财、物、购、销、存、运等商业活动进行直接管理，采用以“统”和“包”为主的经销方式等，严重制约了商业的发展，挫伤了经营者的经营积极性。

十一届三中全会以后，经济体制改革全面推行，商业的改革与发展收到了明显的效果。传统的集权管理被承包经营责任制所取代，开始推行产权明晰、责任明确、政企分开、管理科学的现代企业制度。传统的以“三固定”为特征的单一流通体系，被多种所有制商业并存、多条流通渠道并用、多种经营方式和少环节的“三多一少”的开放式流通模式所取代。市场形成了多种经济形式共同进入相互竞争的格局，商业形成了多种适应市场的灵活经营方式，单一的流通渠道被多渠道、宽渠道代替，从而搞活了商品流通，繁荣了市场。

第二节 社会主义商业的地位和作用

一、社会主义商业的地位

社会主义市场经济体制的确立，使市场成为社会资源配置的中心，商业在国民经济中的地位也显得更为重要。研究商业在国民经济中的重要地位，实际上必须先研究交换在社会再生产中的地位。

（一）交换是社会再生产的中介

马克思关于社会再生产的基本原理告诉我们，社会再生产过程是由生产、分配、交换、消费这四个环节组成的，它们既相互联

系，又各有不同。生产，创造出适合需要的产品；分配，依照社会规律把产品分配；交换，依照个人需要把已经分配的产品再分配；最后，在消费中，产品脱离这种社会运动，直接变成个人需要的产品。所以，在整个社会再生产过程中，生产是起决定作用的环节，没有生产就没有消费，分配和交换也无从谈起；但生产的目的是为了消费。在商品经济条件下，社会生产的绝大部分产品都不可能直接进入消费，需要经过分配和交换，才能最终到达消费者手里，所以生产是起点，消费是终点，交换“是生产以及由生产决定的分配一方和消费一方之间的媒介要素”，它是社会再生产的中介。

通过分析交换与生产、分配、消费之间的相互关系可以深入理解交换在社会再生产中的中介地位。

1. 交换与生产的关系

生产决定交换，交换对生产有反作用，并在一定条件下对生产的发展起着决定性作用。

(1) 生产决定交换。具体表现为：

①生产的社会分工，是商品交换产生和发展的前提。由于生产的社会分工，出现了生产的单一性和需要的多样性之间的矛盾，为此各生产者之间必然产生相互交换产品的客观要求。并且，分工越细，交换就越频繁，交换的数量也越大，交换就越加重要。

②生产方式的性质决定了交换的性质。这具体表现为：一是生产资料所有制性质决定商品交换的所有制性质；生产资料所有制的多样性，决定交换所有制的多样性。二是有什么样的生产形式，就有什么样的交换形式；生产形式的多样性决定交换形式的多样性。

③社会生产力的发展水平决定着交换的方式和方法。商业从物物交换发展到商品流通，从简单商品流通发展到发达的商品流通，这些都是社会生产力发展的结果。与此同时，从传统的简单的买卖形式和方法发展到现今的超级市场销售、自动售货机销售、邮购、电视购物、分期付款等多种交易方式和方法，也都是社会生产力的

发展的结果。

④生产发展规模的结构决定了交换的广度和深度。交换的广度是指交换所涉及的范围，包括进入交换的商品种类的数量，以及交换地域范围的大小。生产规模越大、生产结构越加适应国内和国际市场的需要。进入交换的商品品种必然就越多，数量就越大，交换的地域范围就会从狭小的地区市场扩展到全国乃至世界市场。交换的深度是指社会经济生活对交换的依赖程度。生产越发展，商品化、社会化程度越高，人们的生活消费和生产消费就越要通过交换去解决。

(2) 交换对生产的反作用，在一定条件下体现为对生产有决定作用。具体表现为：

①商品交换是商品生产存在和发展的必要条件。这首先是因为，在商品经济条件下，没有交换就无法实现生产为满足消费的根本目标。其次是因为，社会再生产过程是商品生产和商品交换的统一体，没有商品交换，则商品的价值无法实现，不仅扩大再生产不可能实现，就连简单再生产也难以维持。再次还因为，商品生产只有通过交换，才能补偿其劳动消耗，再生产所需的各种生产要素才能从市场上不断取得，生产连续、顺畅地进行才得以实现。

②商品交换促进社会分工的发展。社会分工促进生产效率的提高，但分工使生产者相互分离，只有通过交换才能实现相互间的合作与协调。社会分工越细，专业化程度就越高，生产者之间的相互依赖程度就越大，因此就越需要通过商品交换实现彼此间的协作。从这方面看，商品交换又是社会分工不断发展的前提条件。

③商品交换对商品生产有引导作用。在市场经济中，商品交换最重要的组织者商业企业直接与消费者接触，最了解消费需求的现实状况及变化趋向。它通过对市场行情的充分了解与传播，起到指导生产的重要作用，促使生产按照消费需求的各方面具体要求，有针对性地进行生产，使生产适应市场变化，以满足消费者的物质和

文化需要。

④交换的规模和速度制约生产的规模和速度。交换范围扩大，产品就有了更广阔的销路，这就刺激、带动生产规模的扩大。商品流通的时间越少，交换的速度越快，则生产就会越顺利，生产的速度就越快，生产所创造出的物质财富就越多。

2. 交换与消费的关系

(1) 消费对交换的制约作用。具体表现为：

①消费直接引起交换。因为，没有对生产资料和对生活资料的消费需求，就没有交换存在的必要性。在商品经济中，消费为交换提供了对商品的现实的多方面需求，从而消费成为交换存在的前提条件。

②消费决定交换的目的。消费不仅是生产的目的，也是交换的最终目的。虽然从现象上看，从事商品交换的工商业的直接目的不是消费，而是通过交换实现商品价值，取得盈利。但是，唯有如此，工商业与从事工商业的人才有能力去满足自身对商品的多方面的消费需要，工商业才能够存在和发展。从这方面看交换的目的就是消费的目的。另外，从价值实现方面看，交换如果不直接为消费者服务，即不服从其消费的目的，则商品价值就无法实现。因此，无论是从主观还是客观上看，交换最终是由消费的目的决定。

③消费制约交换的规模和结构。交换的规模受商品供给者和消费需求两方面的制约。在一定的生活条件下，消费水平和发展速度决定交换的总量与发展速度。即消费水平越高，交换规模越大，消费增长越快，交换的发展也越快。同样，消费的结构也决定交换的结构和物质内容。所谓消费结构是指一定时期内社会对生产资料和生活资料消费需求的种类和构成。商品交换只有满足这一要求，才能顺利实现，即让渡商品使用价值，实现商品价值。

④消费方式影响交换方式。消费方式是指人们消费的形式。消费方式的变化反映着社会经济条件的变化。如我国消费形式可划分

为两种，即公共消费形式和个人消费形式。前者是指满足人们的公共需要，如公共交通、医疗卫生、文化娱乐等；后者是指满足人们的个人需要。当消费方式发生变化时，在客观上需要交换方式相应变化，才能使生产、交换与消费构成有机的整体。

(2) 交换对消费的制约作用。具体表现为：

①交换是实现消费需要的条件。在商品经济中，只有通过商品交换，生产过程中所创造的物质财富才得以最终实现。这一方面可以保障生产的顺利进行，另一方面劳动者才能得到货币收入，进而用于购买各种消费品。总之，只有经过交换，商品价值才能实现，无论生产消费还是生活消费才能得以满足。交换组织得越好，消费需要就越能够得以及时满足。从这个意义上说，交换是实现消费的重要条件。

②交换制约消费结构。交换是制约消费结构的重要因素之一。交换结构包括商品结构和组织结构。其中组织结构由商业网点结构、空间结构、规模结构等构成。交换的商品结构合理与否，直接关系到消费需求的满足程度；而交换的组织结构从交换方式、时间与空间等方面制约消费需求的实现程度。另外，通过商品比价的变化，交换可以调节社会购买力的投向，起到刺激或抑制具体商品消费的作用，从而推动消费结构的变化。

③交换制约消费方式与方法，交换促使自给性消费向商品性消费转化，起到扩大交换的内容与范围的作用。交换为消费提供必要的手段，提高消费质量。交换可以促进消费方法的改进，因为交换使消费者得到新产品、新的消费知识，提高消费者的素质和能力。

④交换制约消费效益。消费效益包括时间效益和经济效益两方面内容。首先，交换制约消费的时间效益，使消费者及时并用尽量少的时间购买到商品，起到节约消费者时间的作用。其次，交换制约消费的劳动耗费，交换为消费提供便利高效的产品，可节约消费领域的劳动耗费，为社会节约财富。最后，交换通过传播商品知

识，提供售后服务，可提高消费质量，延长商品使用时间。

3. 交换与分配的关系

交换与分配都是社会再生产的中间环节，两者存在着相互制约、相互影响的关系。

(1) 分配对交换的制约作用。具体表现为：

①分配的数量和结构制约交换的数量和结构。社会总产品是否用于市场供应以及用于交换的商品量与产品总量的比例，直接受到分配状况的制约。一是农副产品的自留量的分配比例，制约市场商品可供量；二是产品的市场与非市场供应的比例，包括军需、储备、救灾等物资所占的比重，也影响用于交换的数量和结构；三是产品在生产和消费领域的分配状况，同样制约交换的规模和结构。

②国民收入的分配和再分配制约着交换的规模和结构。国民收入经过生产领域的初次分配，形成广大生产者的原始收入，从而制约交换的基本规模。经过税收、价格、利率等再分配手段，对原始的分配进行调节，引起货币收入在国家与个人之间，农村劳动者和城镇居民之间，以及企业、地区、部门之间的再分配，从而制约交换的规模和结构。

(2) 交换对分配的制约作用。具体表现为：

①交换关系制约分配的实现。在商品经济条件下，分配最终要经过交换才能切实实现，使积累基金转化为生产资料，使消费基金转化为生活资料。如果交换不能正常进行，这种转化就难以顺利进行，分配也就不可能实现既定的比例关系。

②交换制约分配的深度和广度。有三层含义。首先，生产创造的新价值要依靠交换来实现，从而使分配成为可能；其次，为保证生产过程在交换领域中继续进行而追加的新价值，扩大了分配的数量和比例；再次，交换通过费用的节约，为国家增加积累，扩大分配的规模。

③交换起到再分配的作用。在交换过程中通过价格的调整和波

动，增加或减少参与交换双方的收入，起到国民收入再分配的作用。

（二）商业是国民经济的桥梁和纽带

商业是专门从事商品交换的经济部门。商业在国民经济中的地位，是由交换在社会再生产中的地位决定的。交换作为社会再生产的中介，联结着生产与消费，这就决定了商业在国民经济中的地位。具体表现为媒介生产与消费之间、工业与农业之间、城市与农村之间的经济联系。

社会主义商业在国民经济中的桥梁地位是十分重要的，它直接影响着国民经济的正常发展。根据马克思主义的再生产理论，社会生产分为两大部类：第一部类是生产资料的生产，它为物质生产提供原料、材料、设备、工具等；第二部类是消费资料的生产，它为人们生活提供生存和享受所需要的一切生活消费品。社会生产的两大部类之间必须保持紧密的联系和一定的比例关系，这是社会再生产顺利进行的条件。在商品经济条件下，这种联系必须借助于商品交换来实现。这样，就形成了生产资料的商品流通和消费资料的商品流通。商业通过组织这两大类商品流通，来加强社会生产两大部类之间和两大部类内部的经济联系，从而保证社会再生产的顺利进行和国民经济的正常发展。

二、社会主义商业的作用

（一）商业的基本职能

商业是商品交换的主要承担者，在市场经济条件下作为国民经济的一个重要部门，执行着特定的基本职能，即媒介商品交换，实现商品的价值和使用价值。市场经济是通过发达的商品交换去实现生产目的的。交换规模的大小，发展速度的高低，以及交换的深度与广度直接关系到生产目的能否实现。商业媒介商品交换是通过商品的二次交换来具体实现的。第一次交换是进行商品采购，即以货币资金为媒介，推动商品由生产领域向流通领域转移，从而使生产

部门实现从商品到货币的转化，为再生产创造前提条件，同时也为商业活动创造了物质基础。第二次交换是进行商品销售，变商品为货币，即收回垫付的资金，并使资金增值。这表现为商品从流通领域向消费领域的转移，从而完成交换的全过程。商业就是不断地通过买卖商品、组织商品流通，源源不断地将生产领域生产出的产品经过交换环节，输送到消费领域，使生产领域创造的价值得以实现，使消费领域产生的多样化需求得以满足，保证社会再生产过程不断周而复始地顺利进行。

（二）社会主义商业的作用

1. 促进工农业生产发展

工业和农业是两大物质生产部分，对国民经济的发展起着基础性的决定作用。而工农业生产的顺利发展又与商业密切联系在一起。这是因为，首先，社会主义商业通过购销活动，实现工农业生产所创造的新价值，并使得生产中的劳动耗费及时得到价值补偿，为生产的不断扩大创造有利条件；其次，为工农业生产提供生产资料，以满足生产的各种需要，这也是扩大再生产不可缺少的前提条件；再次，为工农业生产提供信息，发挥引导生产以适应消费需要的作用。

2. 满足人民生活需要

社会主义的生产关系决定了其生产的基本目的是满足人民日益增长的物质和文化生活的需要。在市场经济条件下，这种消费需要的满足是通过商业活动来实现的。商业是联接生产与消费的纽带，商业活动的好坏直接关系到社会主义生产目的的实现程度。因此，社会主义商业通过购、销、存、运等业务活动，及时、合理地把种类齐全、品质优良、适合消费者需要的生活消费品供应给广大群众；同时为他们提供完备的服务，以促进人民生活水平的不断提高，从而调动人民群众的劳动积极性。这对于国民经济的顺利发展无疑有重要作用。