

商品品类与行业分析

SHANGPIN PINLEI YU HANGYE FENXI

策划编辑: 赵亚飞
责任编辑: 边丽新
封面设计: 刘文东



定价: 38.00元

高等职业教育商务数据分析与应用系列创新教材

商品品类与行业分析

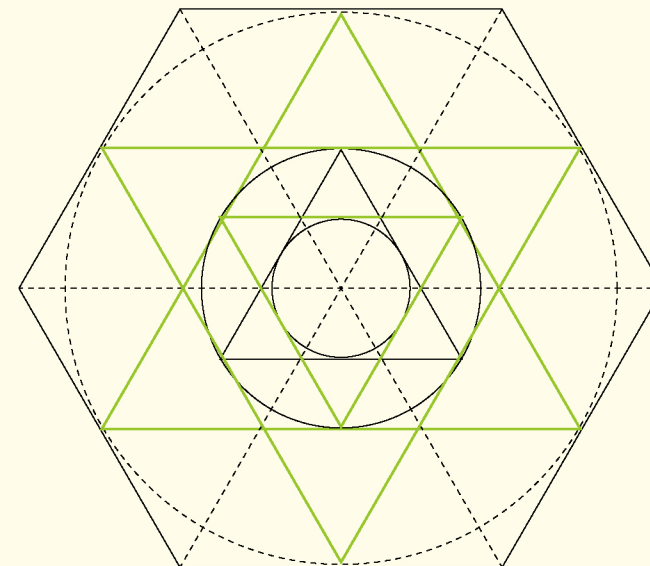
主编
李海平 李婷

北京邮电大学出版社

高等职业教育商务数据分析与应用系列创新教材

“互联网+”新形态教材

知行合一, 聚焦职业教育本质
思政融入, 培养德才兼备人才
思维导图, 精准把握知识脉络
理技结合, 数据视角认知商品



商品品类与行业分析

SHANGPIN PINLEI YU HANGYE FENXI

主编 李海平 李婷



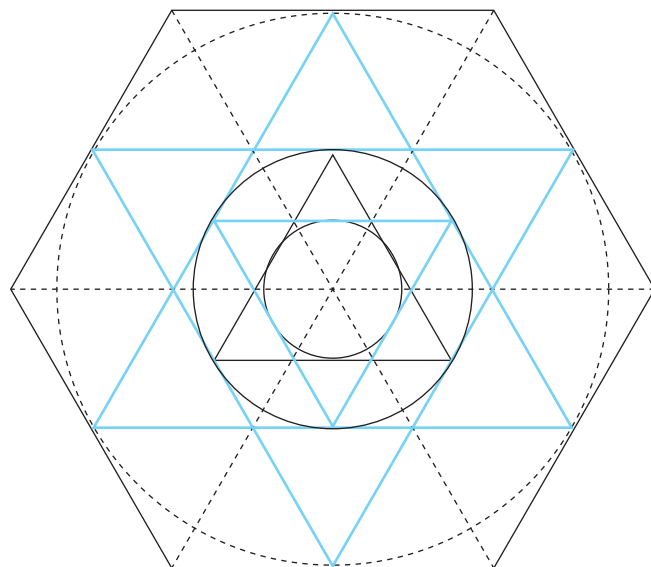
北京邮电大学出版社
www.buptpress.com



智慧学习平台

高等职业教育商务数据分析与应用系列创新教材

▶ “互联网+”新形态教材



商品品类与行业分析

SHANGPIN PINLEI YU HANGYE FENXI

主 编 李海平 李 婷

副主编 刘 瑞 雷琼莹

张 珍



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

内 容 简 介

商品品类与行业分析是一门以商品学为基础,以商品品类管理和行业分析为中心的应用学科。本书结合商品经济发展实际状况,对商品学和品类管理的内容进行深度融合,总结概括了六个项目:商品的基本认识、商品的质量管理、商品的品类与编码、商品品类分析与商品标准化、行业分析与应用、商品检验与商品包装。本书以培养高素质技能型人才为目标,力求体现其适用性和实用性。书中融入思政教育,并配套了丰富的立体化资源,充分展示了信息化教学的特点。

本书可作为高等职业教育财经商贸类专业的教材,也可作为经管培训人员的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

商品品类与行业分析 / 李海平, 李婷主编. -- 北京:北京邮电大学出版社, 2022. 6

ISBN 978-7-5635-6658-7

I. ①商… II. ①李… ②李… III. ①商品学—高等教育—教材 IV. ①F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2022)第 101983 号

策划编辑: 赵亚飞 责任编辑: 边丽新 封面设计: 刘文东

出版发行: 北京邮电大学出版社

社 址: 北京市海淀区西土城路 10 号

邮政编码: 100876

发 行 部: 电话: 010-62282185 传真: 010-62283578

E-mail: publish@bupt.edu.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 三河市众誉天成印务有限公司

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张: 10.75 插页 1

字 数: 222 千字

版 次: 2022 年 6 月第 1 版

印 次: 2022 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5635-6658-7

定 价: 38.00 元

· 如有印装质量问题,请与北京邮电大学出版社发行部联系 ·

服务电话: 400-615-1233

PREFACE 前言

国务院印发的《国家职业教育改革实施方案》(以下简称“职教20条”)指出,坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,把职业教育摆在教育改革创新和经济社会发展中更加突出的位置。“职教20条”还强调要大幅提升新时代职业教育现代化水平,为促进经济社会发展和提高国家竞争力提供优质人才资源支撑。在此背景下,我们组织了一批优秀的一线教师,悉心编写了这本《商品品类与行业分析》。

商品品类与行业分析是一门以商品学为基础,以商品品类管理和行业分析为中心的应用学科。在科学技术飞速发展的今天,新技术、新工艺、新产品不断涌现,教材也必须体现与时俱进的理念。

本书以教育部关于高等职业教育的定位及人才培养方案的要求确定内容体系,以课程思政内容为导向,以培养学生的应用能力为主线,兼顾学生的后续发展需要。本书动态地、综合地汲取了商品品类与行业分析理论发展的最新成果及相关的标准与法规;在内容上体现“繁中求精,精中求用”,强调代表性、适用性和实用性;在结构上将商品品类与行业各个方面具体化,融案例和实训练习于其中,知识点由浅入深,逐步强化。

本书具有如下特色。

(1) 注重德育。本书穿插设置了“素质目标”“职业素养小课堂”栏目,通过融入法律常识、职业素养知识等,实现培养高素质技能型人才的目标。

(2) 内容编排新颖。本书是项目任务式教材,更加贴合职业教育的本质。在每个项目中,首先给出“学习目标”,使学生对本项目内容的重难点有一个全面的认知;然后以“案例导入”引入正文,使学生带着相关问题及思考开始本项目的学习;在每个项目末尾,我们专设了“思维导图”“工作知识练习”和“工作技能训练”栏目,旨在辅助学生对本项目知识进行融会贯通并兼顾实际应用。

(3) 媒体资源丰富。本书配套了丰富的信息化教学资源,形成了立体式、网络化的教学模式,并提供了配套的线上资源,实现了线上线下融合教学。

(4) 知识脉络清晰。编者通过“思维导图”将每个项目的内容要点串联起来,完整、准确地呈现给学生,便于学生复习和查漏补缺。

本书各项目的学时分配建议如下。



教学内容	建议学时
项目一 商品的基本认识	2
项目二 商品的质量管理	4
项目三 商品的品类与编码	4
项目四 商品品类分析与商品标准化	8
项目五 行业分析与应用	8
项目六 商品检验与商品包装	6
总学时	32

本书由李海平和李婷任主编，由刘瑞、雷琼莹、张珍任副主编，张焕、高姣、刘璐参与了编写。各项目编写分工如下：项目一由张珍编写，项目二由张焕和高姣共同编写，项目三由李海平和刘璐共同编写，项目四、项目五和项目六分别由李婷、刘瑞和雷琼莹编写。本书的框架构建、目录设计与调整、统稿和定稿工作由李海平和李婷负责。此外，本书的电子教学课件由编写教材的各位老师共同制作完成。

在编写本书的过程中，我们参阅了大量文献资料，在此向相关作者表示诚挚的谢意。由于编写时间仓促，加之编者水平有限，书中难免存在疏漏和不足之处，敬请读者批评指正，以期不断完善。

编 者

2021 年 10 月

CONTENTS 目录

商品的基本认识

项目一

任务一 了解商品·····	2
一、食品商品·····	2
二、服装商品·····	7
三、日用品·····	11
■ 任务二 介绍商品 ·····	14
一、口头介绍商品·····	14
二、编写商品说明书·····	16

商品的质量管理

项目二

任务一 了解商品质量的基本知识·····	24
一、质量与商品质量的概念·····	24
二、商品质量的构成要素·····	26
三、保证和提高商品质量的意义·····	27
■ 任务二 掌握商品质量的基本要求·····	28
一、食品商品质量的基本要求·····	28
二、纺织品商品质量的基本要求·····	30
三、日用工业品商品质量的基本要求·····	31
■ 任务三 执行商品质量管理·····	32
一、商品质量管理方法·····	32
二、影响商品质量的因素·····	34

商品的品类与编码

项目三

任务一 对商品进行分类·····	39
一、商品分类的概念和意义·····	39
二、商品分类的原则·····	40
三、商品分类的基本方法·····	42
■ 任务二 明确商品分类标志与分类体系·····	61
一、商品分类标志·····	61
二、商品分类体系·····	64
■ 任务三 对商品进行编码·····	66
一、商品编码的基础知识·····	66
二、商品编码的种类与商品编码的方法·····	67



商品品类分析与商品标准化

项目四

- 任务一 分析商品品类..... 75
 - 一、商品品类概述..... 75
 - 二、品类角色..... 76
 - 三、商品品类分析的内涵..... 79
 - 四、商品品类分析的方法和意义..... 86
- 任务二 实施商品标准化..... 88
 - 一、商品标准化的定义与作用..... 88
 - 二、商品标准化的形式与效果..... 90

行业分析与应用

项目五

- 任务一 认识行业分析..... 100
 - 一、行业分析概述..... 100
 - 二、行业分析的内容..... 103
 - 三、行业分析的方法..... 111
- 任务二 做行业数据分析..... 112
 - 一、数据分析概述..... 113
 - 二、行业数据分析的主要内容..... 115

商品检验与商品包装

项目六

- 任务一 了解商品检验..... 140
 - 一、商品检验概述..... 140
 - 二、商品检验的方法..... 142
 - 三、商品抽样..... 145
- 任务二 学会商品包装..... 148
 - 一、商品包装概述..... 148
 - 二、商品包装的分类与包装材料..... 150
 - 三、商品包装的设计原则..... 154
 - 四、商品包装技法..... 157
 - 五、商品包装标志..... 160

参考文献 168

项目一 商品的基本认识

学习目标

知识目标

1. 了解食品的六种重要营养成分。
2. 了解食品商品、服装商品及日用品的类别。
3. 掌握商品口头介绍的原则及技巧。
4. 掌握商品说明书的结构及形式。

能力目标

1. 能够有技巧地介绍商品。
2. 会写商品说明书。
3. 能够胜任商超导购员的工作。

素质目标

1. 培养学生的应用能力、理论联系实际的能力以及分析解决问题的能力。
2. 通过学习商品口头介绍的知识，让学生理解学习知识不是一蹴而就的，而是一个从实践到认识再到实践的渐进的过程。
3. 要求学生写商品说明书要实事求是。

案例导入

商品说明书

人们在购买商品时发现许多商品都附有商品说明书，即使没有附说明书的商品往往在包装上也标明了注意事项。比如，一些食品包装上标明“常温条件贮藏”，一些电器上标明必须使用 220 V 电压。商品说明书记载着商品的用途、使用条件、使用方法、使用期限、使用和贮藏应注意的事项，以及商品的名称、牌号、型号等，这样消费者便可以“按图索骥”，选择自己适用的商品，在购买后再根据说明正确使用、保管和贮藏。例如，某商品说明书上标明“本品宜放于通风、阴凉处”，那么消费者就不会将该商品置于封闭、湿热的地方，以保证商品的使用寿命。

思考题：

1. 根据日常经验，你能分析出商品说明书的结构组成吗？
2. 你认为写商品说明书时需要注意些什么？



任务一 了解商品



生活处处离不开商品，商品是为了出售而生产的劳动成果，是人类社会生产力发展到一定历史阶段的产物，是用于交换的劳动产品。商品的种类繁多，这里主要介绍生活中常见的一些商品。

一、食品商品

食品是指各种供人食用或者饮用的成品和原料，以及按照传统既是食品又是中药材的物品，不包括以治疗为目的的物品。



微课
食品商品

（一）食品营养、安全与卫生

1. 食品的营养要素

食品的营养成分决定着食品的营养价值，与食品的性质和质量变化有密切关系。研究食品的营养成分是研究食品质量与储藏手段的重要内容。

自然界中的一切物质都是由化学元素组成的。目前，人类在动植物食品中发现的化学元素已有六十多种，多数是以化合物、混合物形式组成的无机物和有机物。食品的来源不同，成分的组成、数量和性质各有区别。食品中对人体有重要影响的营养成分共有六种：碳水化合物、蛋白质、脂肪、维生素、矿物质和水分。其中，碳水化合物、蛋白质和脂肪通常被称为三大营养素。

2. 食品安全

食品安全是食品卫生的充分条件，食品卫生是食品安全的必要条件。

食品安全是指食品无毒、无害，符合应当有的营养要求，对人体健康不造成任何急性、亚急性或者慢性危害。世界卫生组织将食品安全问题定义为“食物中有毒、有害物质对人体健康有影响的公共卫生问题”。

3. 食品卫生

食品卫生是预防医学的分支学科。其任务是研究食品中存在的，威胁人体健康的有害因素的种类、来源、性质、作用、含量水平和控制措施，以提高食品安全性，预防食源性疾病，保护食用者健康。

食品中可能存在的有害因素按来源可分为以下四类。

（1）食品污染物。食品污染物是指在生产、加工、储存、运输、销售等过程中混入食品中的物质，一般也包括生物性有害因素（如细菌、病毒等）和放射性核素。

（2）食品添加剂。食品添加剂多指为改善食品品质和色、香、味以及为防腐保鲜和满

足加工工艺的需要而加入食品中的人工合成物质。

(3) 食品中天然存在的有害物质,如大豆中存在的蛋白酶抑制剂。

(4) 食品加工、保藏过程中产生的有害物质,如酿酒过程中产生的甲醇、杂醇油等有害成分。

对食品中可能存在的有害因素的控制措施主要是依照法律规范、技术规范和道德规范在全社会开展食品卫生工作:政府设立机构,依法进行食品卫生监督检查;制定食品卫生标准和管理办法等;向群众和食品生产经营人员宣传食品卫生知识,自觉遵守卫生法规、卫生标准,抵制不卫生的行为。

(二) 餐饮食品

世界不同地区有不同的饮食习惯,餐饮食品种类繁多。这里主要介绍四种:中餐、西餐、日餐和韩餐。

1. 中餐

中餐即中国风味的餐食菜肴。中国是一个餐饮文化大国,长期以来受地理环境、气候物产、文化传统以及民族习俗等因素的影响,形成了东亚大陆特色餐饮类别。鲁菜、川菜、粤菜、闽菜、苏菜、浙菜、湘菜和徽菜为中国比较著名的八大菜系。

中式菜肴一般不会只有一种材料,通常还有其他伴菜或配料衬托主菜,使色、香、味俱全。例如,烹炒猪肉时会以爽脆的绿色蔬菜做伴菜,如芹菜或青椒,以衬托猪肉的色泽。中餐饮食中通常一顿饭不会只有一道菜肴,可能会做两道甚至四道菜肴,且每道菜肴都色、香、味俱全。

2. 西餐

西餐,顾名思义就是西方国家的餐食。西方是相对于东亚而言的欧洲白人世界文化圈,西餐的准确称呼应为欧洲美食或欧式餐饮。西餐的菜式料理与中国菜不同,西餐一般使用橄榄油、黄油、番茄酱、沙拉酱等调味料。西餐中不同的主食都会搭配相同的蔬菜,如番茄、西兰花等。

西餐一般以刀叉为餐具,以面包为主食,多以长形桌台为台形。西餐的主要特点是主料突出、形色美观、口味鲜美、营养丰富、供应方便等。

正宗西餐包含餐汤、前菜、主菜、餐后甜点及饮品。西餐可大致分为法式、英式、意式、俄式、美式等多种不同风格的菜。

3. 日餐

按日本人的习惯,日餐被称为“日本料理”。在日本菜系中,最早、最正统的烹调系统是“怀石料理”,距今已有四百多年的历史。

日本菜总体分为两大类:关东料理与关西料理。其中以关西料理影响为大。关东料理



以东京料理为主，关西料理以京都料理、大阪料理（也称浪花料理）为主。它们的区别主要在于：关东料理的口味重，以炸天妇罗、四喜饭最有名；关西料理口味清淡，可以吃出鲜味。

日本菜最吸引人的就是它清爽的颜色和独特的造型。日本料理讲究营养的配比，而且日本人喜吃生食，如龙虾、金枪鱼、三文鱼都是蘸芥末和调料生食的，同时可以搭配一些清酒。总体来说，日本料理口味清淡，讲究清雅、幽静的氛围。

4. 韩餐

韩餐是韩国固有的餐食。韩餐以大米为主材料，辅以汤和各种小菜。食材中蔬菜与肉均有使用，与炸食相比，多数烹饪采取水煮、焯等方法，对健康十分有益。韩餐最大的特点是发酵食品较多，其中最具代表性的要数泡菜、酱油、大酱和辣椒酱。

韩餐中的烤肉、拌饭、韩国料理等很受欢迎。烤肉是将牛肉切成薄片，用酱料腌制后烤着吃的料理。由于酱油和其他酱料不辣，一般首次尝试烤肉的人也觉得很合胃口。拌饭则是在米饭中拌入蔬菜、牛肉以及辣椒酱等，是展现韩国料理特点的传统饮食。韩定食由肉和蔬菜合理搭配而成，包含各种小菜、汤、炖菜、涮锅等丰富组合。

（三）酒类商品

酒类商品是指酒精度（乙醇含量）达到一定量的饮料。根据酒生成的物质条件和有关记载，人们早在原始社会就懂得如何用野果、蜂蜜和谷物制取酒精饮料。

酒的种类繁多，常见的分类方法有三种：按酿制工艺划分，按酒精含量划分，以及按商品大类划分。

1. 按酿制工艺划分

按酿制工艺的不同，可以将酒分为发酵酒、蒸馏酒和配制酒。

（1）发酵酒。发酵酒又称酿造酒或压榨酒，是用粮食或含糖的其他原料，经破碎、润料、蒸熟，加入酒曲、酵母或酒药，倒入池中或缸内发酵，经过滤、提取原汁原液，再经杀菌、装瓶等工序酿制成的酒，如黄酒、啤酒、果酒等。

（2）蒸馏酒。蒸馏酒是用粮食或含糖的其他原料，经粉碎、加入水润料、蒸煮糊化、摊凉、加入酒曲或酵母，拌匀后倒入发酵池、地窖或缸内，糖化发酵，出酪，拌入副料、蒸馏、接酒、入库贮存，再经调兑、过滤、装瓶等工序酿成的酒。这种酒的酒精含量比较高，刺激性较大，固形物含量较少，如白酒、白兰地、威士忌、伏特加、兰姆酒、金酒及烧酒等。

（3）配制酒。配制酒又称再制酒，是用酿造的基酒，辅以一定比例的芳香果类物质、动植物药材、天然色素、糖等食品添加剂，经调配、勾兑、陈贮、过滤或复蒸等工序酿造



而成的酒。这种酒一般度数较低，但以蒸馏酒为基酒勾兑而成的酒，其度数可能高一些，如各种露酒、保健酒、汽酒和利口酒等。

2. 按酒精含量划分

按酒精含量的不同，可以将酒分为高度酒、中度酒和低度酒。

(1) 高度酒。高度酒是指酒精含量为 40 度以上的酒。这类酒主要是蒸馏酒，如白酒、白兰地等。

(2) 中度酒。中度酒是指酒精含量为 20 ~ 40 度的酒，如配制酒、中度白酒等。

(3) 低度酒。低度酒是指酒精含量为 20 度以下的酒，包括黄酒、啤酒、葡萄酒等发酵酒，配制而成的汽酒和用发酵酒配制而成的酒品等。

3. 按商品大类划分

按商品大类的不同，可以将酒分为白酒、黄酒、啤酒、葡萄酒和果露酒。

(1) 白酒。用谷类、薯类等原料，按我国传统蒸馏工艺，经糖化、发酵、蒸馏、贮存等工序而酿成的酒，因酒无色透明而称白酒。

在历次国际评酒会上，我国的汾酒、泸州老窖、茅台酒、西凤酒都被评为名酒，被称为中国四大名酒。

(2) 黄酒。以糯米、黍米、大米、玉米等为原料，经传统糖化、发酵、压榨、煎酒等工序而酿成的酒，因其色泽黄亮，故称黄酒。

(3) 啤酒。以大麦芽为主要原料，经糖化、发酵、过滤等工序而酿成的酒，因由国外传入，按 beer 译音称为啤酒。

(4) 葡萄酒。以葡萄为原料，经破碎、发酵、过滤等工序而酿成的酒品，因原料为葡萄而被称为葡萄酒。

(5) 果露酒。果露酒又称色酒，是果酒和露酒的合称。果酒是采用各种水果为原料，经破碎、发酵、过滤等工序而酿成的酒；露酒又称混成酒、配制酒或保健酒，是以指白酒、黄酒、葡萄酒、果酒或食用酒精为基酒，辅以芳香成分、药材等配成的酒，由于古代多采用鲜花浸泡或复蒸工艺，故以露酒而称。由于统计或管理的需要，往往将果酒和露酒统称为果露酒。

(四) 茶叶商品

茶叶，俗称茶，一般包括茶树的叶子和芽，别名檟、茗、荈。茶叶的成分有几茶素、胆甾烯酮、咖啡碱、肌醇、叶酸、泛酸。茶叶制成的茶饮料是世界三大饮料之一。

茶叶源于中国，茶叶最早是被作为祭品使用的。但在春秋后期开始被人们作为菜食，而在西汉中期发展为药用，西汉后期才发展为宫廷高级饮料，西晋以后普及民间，成为普通饮料。最早人工种植茶叶的遗迹在浙江余姚的田螺山遗址，



动画
茶叶的分类及
区别



距今已有六千多年的历史。饮茶始于中国。茶叶依据品种、制作方式以及产品外形可分成六大基本类，包括绿茶、红茶、青茶、白茶、黄茶、黑茶；依据季节采制可分为春茶、夏茶、秋茶、冬茶；以各种毛茶或精制茶叶再加工形成再加工茶，包括花茶、紧压茶、萃取茶、药用保健茶、茶食品、含茶饮料等。这里主要介绍茶叶的六大基本类。

1. 绿茶

绿茶属于不发酵茶，采取茶树的新叶或芽，未经发酵，经杀青、整形、烘干等工序制而成。其中的关键在于杀青，鲜叶通过杀青使酶的活性钝化，内含的各种化学成分基本上是在没有酶影响的条件下，由热力作用进行物理化学变化，从而形成了绿茶的品质特征，保留了鲜叶的天然物质，含有茶多酚、儿茶素、叶绿素、咖啡碱、氨基酸、维生素等营养成分。常饮绿茶能防癌、降脂和减肥，对吸烟者来说也可以减轻尼古丁带来的伤害。绿化色泽和茶汤较多保存了鲜茶叶的绿色格调，因此得名“绿茶”。

绿茶的典型代表有碧螺春、西湖龙井、信阳毛尖、日照绿茶等。

绿茶是中国的主要茶类之一。中国的绿茶产地极为广泛，包括河南、贵州、江西、安徽、浙江、江苏、四川、陕西、湖南、湖北、广西、福建等。

2. 红茶

红茶属全发酵茶，是以适宜的茶树新芽叶为原料，经萎凋、揉捻、发酵、干燥等一系列工序精制而成的茶。萎凋是红茶初制的重要工艺，红茶在初制时被称为“乌茶”。

红茶在加工过程中发生以茶多酚酶促氧化为中心的化学反应，鲜叶成分变化较大，茶多酚减少90%以上，产生了茶黄素、茶红素等新成分和香气物质，具有茶红、汤红、叶红、香甜味醇的特征。红茶因其干茶冲泡后的茶汤和叶底色呈红色而得名。

红茶品种以祁门红茶最为著名，其他品种还有日照红茶、昭平红、霍红、滇红、越红、泉城红、泉城绿、苏红、川红、英红、东江楚云仙红茶等。

3. 青茶

青茶又称乌龙茶，是一种半发酵或全发酵茶，有“美容茶”之称，其品种较多，是中国独具鲜明特色的茶叶品类。青茶是经过采摘、萎凋、摇青、炒青、揉捻、烘焙等工序后制出的品质优异的茶类，茶叶中含有许多营养成分和药效成分。

青茶主要产于福建的闽北、闽南，广东及台湾。青茶的典型代表有安溪铁观音、凤凰水仙、东方美人、罗汉沉香、红水乌龙、乌龙红茶、红乌龙等。

4. 白茶

白茶属微发酵茶，是中国茶类中的特殊珍品。因成品茶多为芽头，满披白毫，如银似雪而得名。白茶的基本工艺包括萎凋、烘焙、拣剔、复火等。这种不经杀青或揉捻，只经过晒或文火干燥后加工的茶，具有外形芽毫完整、满身披毫、毫香清鲜、汤色黄绿清澈、

滋味清淡回甘的特点。白茶性清凉,具有退热降火的功效。

白茶主要产区为福建福鼎、政和、柘荣、蕉城、松溪、建阳,武汉新洲旧街,云南景谷等地。

最为人熟知的白茶是福鼎白茶,其也是我国国家地理标志产品。

5. 黄茶

黄茶属轻发酵茶类,加工工艺近似绿茶,只是在干燥过程的前或后增加了一道“闷黄”的工艺,促使其茶多酚、叶绿素等物质部分氧化。黄茶的杀青、揉捻、干燥等工序均与绿茶制法相似,其最重要的工序在于闷黄,这是形成黄茶特点的关键。

黄茶是中国特产,其按鲜叶、老嫩芽叶大小又分为黄芽茶、黄小茶和黄大茶。黄芽茶主要有君山银针、蒙顶黄芽和霍山黄芽、远安黄茶。黄小茶有沱山毛尖、平阳黄汤、雅安黄茶等。安徽皖西金寨、霍山、湖北英山和广东的大叶青则为黄大茶。

6. 黑茶

黑茶属后发酵茶,因成品茶的外观呈黑色而得名。黑茶的制茶工艺一般包括杀青、揉捻、渥堆和干燥。黑茶按地域分布可分为湖南黑茶(茯茶、千两茶、黑砖茶、三尖等)、湖北青砖茶、四川藏茶(边茶)、安徽古黟黑茶(安茶)、云南黑茶(普洱熟茶)、广西六堡茶及陕西黑茶(茯茶)。

二、服装商品

服装是衣服鞋包及装饰品等的总称。国家标准对服装的定义:缝制,穿于人体起保护和装饰作用的产品,又称衣服。

服装在人类社会发展的早期就已出现。古人将一些材料做成粗陋的“衣服”,穿在身上。人类最初的衣服多用兽皮制成,而裹身的最早“织物”是用麻和草等纤维制成的。对人类来说,服装已经是遮体、装饰的生活必需品,不仅用来穿,还是一个人身份、生活态度和个人魅力的体现。



微课
服装商品

(一) 服装的分类及特点

服装的种类很多,由于服装的基本形态、品种、用途、制作方法、原材料不同,各类服装表现出不同的风格与特色。不同的分类方法使人们平时对服装的称谓也不同。服装大致有以下几种分类方法。

1. 根据服装的基本形制分类

根据服装的基本形制,可以将服装分为体形型服装、样式型服装和混合型服装。

(1) 体形型服装。体形型服装是符合人体形状、结构的服装。这类服装一般分为上装与下装两部分。上装与人体的胸围、项颈、手臂的形态相适应;下装则符合人的腰、臀、腿的形状,以裤型、裙型为主。体形型服装的裁剪、缝制较为严谨,注重服装的轮廓造型



和主体效果。西服类多为体形型服装。

(2) 样式型服装。样式型服装以宽松、舒展的形式将衣料覆盖在人体上。这种服装不拘泥于人体的形态,较为自由、随意,裁剪与缝制工艺以简单的平面效果为主。

(3) 混合型服装。混合型服装的剪裁采用简单的平面结构,但以人体为中心,基本的形态为长方形,如中国旗袍、日本和服等。

2. 根据服装的穿着组合、用途、面料和制作工艺分类

(1) 按穿着组合分类。按不同的穿着组合,可以将服装分为整件装、套装、外套、背心、裙和裤等。

整件装是上、下两部分相连的服装,如连体服、连衣裙等。整件装因上装与下装相连,服装整体形态感强。

套装是上装与下装分开的衣着形式,有两件套、三件套、四件套等。

外套是穿在衣服最外层的服装,有大衣、风衣、雨衣、披风等。

背心是穿在上半身的无袖服装,通常短至腰、臀之间,略贴身。

裙是遮盖全身或下半身用的服装,有连衣裙、一步裙、A字裙、圆台裙等。

裤是从腰部向下至臀部后分为裤腿的衣着形式,穿着行动方便,有长裤、短裤、中裤等。

(2) 按用途分类。按不同的用途,可以将服装分为内衣和外衣两大类。内衣紧贴人体,起护体、保暖、整形的作用;外衣则由于穿着场所不同,用途各异,品种类别很多。按不同的用途,还可以将服装分为社交服、日常服、职业服、运动服、室内服、舞台服等。

(3) 按使用的面料与制作工艺分类。按使用的面料与制作工艺,可以将服装分为呢绒服装、丝绸服装、棉布服装、毛皮服装、针织服装、羽绒服装中式服装、西式服装、刺绣服装等。

3. 根据 HS 编码分类

《商品名称及编码协调制度》(the Harmonized Commodity Description and Coding System, HS)简称协调制度,它是在《海关合作理事会税则商品分类目录》(CCCN)和联合国《国际贸易标准分类》(SITC)的基础上,参酌国际间其他主要的税则、统计、运输等分类协调制度的一个多用途的国际商品分类目录。HS 编码以六位码表示其分类代号,前两位码代表章次,第三、四位码为该产品于该章的位置(按加工层次顺序排列),第一至第四位码为节,其后续接的第五、六位码称为目,前面六位码各国均一致,第六位码以后为各国根据自身需要制定的码数。服装属 HS 分类制的第十一类及第 61、62 章,第 61 章为针织或钩编制品,编号从 6101.1000 至 6101.9000 共 120 个编码,第 62 章为非针织或非钩编织服装及衣着附件,适用于除絮胎以外任何纺织物的制成品。从 6201.1100 至 6217.9000,共 155 个编码,分别按款式、性别、年龄、原材料的不同进行分类,如棉制男式羽绒大衣的 HS 编



号为 6201.1210, 棉制女式羽绒大衣的 HS 编码为 6202.1210。服装 HS 编码分类中对成衣性别的规定有具体要求, 即性别分男式、男童、女式、女童、婴儿; 左门襟在右门襟之上归男性, 反之归女性; 中性成衣归女性类别。针、梭织成衣及衣着附件的编序依照产品特性由外套类至内衣类, 针、梭织相互对应, 再次为其他产品。例如, 6203.1100 为羊毛或动物细毛制男式西服套装 (为外衣), 6207.1100 为棉制男内裤 (为内衣、编码在后)。又如, 6104.3100 为羊毛或动物细毛制针织或钩编的女式上衣, 与此相对应的 6204.3100 为羊毛或动物细毛制女式上衣。

4. 根据针织服装的生产和加工特点分类

(1) 毛针织服装。毛针织服装又有以下几种分类方法。

① 按原料成分, 可以将毛针织服装分为纯毛类 (包括毛类混纺类)、混纺类、纯化纤类 (包括化纤混纺类)、交织类。

② 按纺纱工艺, 可以将毛针织服装分为精梳类、粗梳类、花色纱毛衫。

③ 按编织机器类型, 可以将毛针织服装分为圆机产品和横机产品。

④ 按坯布组织结构, 可以将毛针织服装分为单面、四平、鱼鳞、提花、扳花、挑花、绞花等多种。

⑤ 按修饰花型, 可以将毛针织服装分为印花、绣花、贴花、扎花、珠花、盘花、拉毛、缩绒、镶皮、浮雕等。

(2) 棉针织服装。棉针织服装可以进一步按面料的生产方式和面料的组织结构进行分类。

① 按面料的生产方式, 可以将棉针织服装分为经编和纬编两大类。

② 按面料的组织结构, 可以将棉针织服装按以下分类方式分类。

经编针织面料的单梳节经编基本组织有经平组织、经缎组织、经绒组织等。但在实际生产中, 外衣或衬衫等多用双梳或多梳经编组织。双梳经编织物中用途较广的是经平绒组织、经平斜组织和经斜编链组织等。

纬编针织面料的基本组织主要有纬平针组织、罗纹组织、双罗纹组织、双反面组织等, 还有衬垫组织、集圈组织、毛圈组织、菠萝组织、纱罗组织、波纹组织、长毛绒组织、衬经衬纬组织等花色组织以及复合组织等。

5. 其他分类方法

除上述分类方法外, 还有一些服装是按性别、年龄、民族、特殊功用、服装的厚薄和衬垫材料、服装洗水效果、国家标准等分类的。

(1) 按性别分类。按性别可将服装分为男装和女装。

(2) 按年龄分类。按年龄可将服装分为婴儿服、儿童服、成年服、老年服。

(3) 按民族分类。按民族可将服装分为中国民族服装和外国民族服装, 如汉族服装、



藏族服装、墨西哥服装、印第安服装等。

(4) 按特殊功用分类。按特殊功用可将服装分为耐热的消防服和高温作业服、不透水的潜水服、高空穿着的飞行服和宇航服、高山穿着的登山服等。

(5) 按服装的厚薄和衬垫材料分类。按服装的厚薄和衬垫材料可将服装分为单衣、夹衣、棉衣、羽绒服、丝棉服等。

(6) 按服装洗水效果分类。按服装洗水效果可将服装分为石磨洗服装、漂洗服装、普洗服装、砂洗服装、酵素洗服装、雪花洗服装等。

(7) 按国家标准分类。按国家标准可将服装分为 A 类服装、B 类服装和 C 类服装。A 类是指 36 个月以下的婴幼儿服装产品的安全标准。B 类与 C 类是指儿童或成人的安全标准, 其中, B 类服装是可以直接接触皮肤的, C 类服装是不可以直接接触皮肤的。

(二) 服装面料

服装以面料制作而成, 面料就是用来制作服装的材料。服装是由款式、色彩和面料三要素组成的。作为服装三要素之一, 面料不仅可以诠释服装的风格和特性, 而且直接左右着服装的色彩、造型的表现效果。这里主要介绍常用的服装面料。

1. 棉型织物

棉型织物是由棉纱线或棉与棉型化纤混纺纱线织成的织品, 其透气性好, 吸湿性好, 穿着舒适, 是实用性强的大众化面料, 可分为纯棉制品、棉的混纺两大类。

2. 麻型织物

由麻纤维纺织而成的纯麻织物及麻与其他纤维混纺或交织的织物统称为麻型织物。麻型织物的共同特点是质地坚硬挺、粗犷硬挺、凉爽舒适、吸湿性好, 是理想的夏季服装面料。麻型织物可分为纯纺和混纺两类。

3. 丝型织物

丝型织物是纺织品中的高档品种, 主要是指以桑蚕丝、柞蚕丝、人造丝、合成纤维长丝等为主要原料的织品, 具有薄轻、柔软、滑爽、高雅、华丽、舒适的优点。

4. 毛型织物

毛型织物指的是以羊毛、兔毛、骆驼毛、毛型化纤等为主要原料制成的织品, 一般以羊毛为主, 多为高档服装的面料, 具有弹性好、抗皱、挺括、耐穿耐磨、保暖性强、舒适美观、色泽纯正等优点, 深受消费者的欢迎。

5. 纯化纤织物

化纤面料以其牢度大、弹性好、挺括、耐磨耐洗、易保管收藏而受到人们的喜爱。纯化纤织物是由纯化学纤维纺织而成的面料, 其特性由其化学纤维本身的特性决定。化学纤维可以根据不同的需要加工成一定的长度, 并按不同的工艺织成仿丝、仿棉、仿麻、弹力



仿毛、中长仿毛等织物。

6. 其他服装面料

其他服装面料包括针织服装面料、裘皮、皮革、新型面料及特种面料等。

(1) 针织服装面料。针织服装面料是由一根或若干根纱线连续地沿着纬向或经向弯曲成圈，并相互串套而成的。

(2) 裘皮。裘皮指的是带有毛的皮革，一般用于冬季防寒靴、鞋的鞋里或鞋口装饰。

(3) 皮革。皮革指的是经过鞣制加工的各种动物皮，鞣制的目的是防止皮变质。

(4) 新型面料及特种面料。新型面料及特种面料是指太空棉等。

三、日用品

日用品又名生活用品，是普通人日常使用的物品，生活必需品。这里主要介绍家用电器和化妆品。



微课
日用品

(一) 家用电器

家用电器主要指在家庭及类似场所中使用的各种电器和电子器具，又称民用电器、日用电器。

家用电器的分类方法在世界上尚未统一。但按产品的功能、用途分类较常见，大致分为八类。

(1) 制冷电器。制冷电器包括家用冰箱、冷饮机等。

(2) 空调器。空调器包括房间空调器、电扇、换气扇、冷热风器、空气去湿器、冷风机、加湿器等。

(3) 清洁电器。清洁电器包括洗衣机、干衣机、电熨斗、吸尘器、地板打蜡机、扫地机器人、净水器等。

(4) 厨房电器。厨房电器包括电灶、微波炉、电磁灶、电烤箱、电饭锅、洗碗机、电热水器、食物加工机等。

(5) 电暖器具。电暖器具包括电热毯、电热被、水热毯、电热服、空间加热器等。

(6) 整容保健电器。整容保健电器包括电动剃须刀、电吹风、整发器、超声波洗面器、电动按摩仪等。

(7) 声像电器。声像电器包括微型投影仪、电视机、收音机、录音机、录像机、摄像机、组合音响等。

(8) 其他电器。其他电器包括烟火报警器、电铃等。

(二) 化妆品

化妆品是指以涂抹、喷洒或者其他类似方法，散布于人体表面的任何部位〔如皮肤、毛发、指（趾）甲、唇齿等〕，以达到清洁、保养、美容、修饰和改变外观，或者修正人体



气味，保持良好状态为目的的化学工业品或精细化工产品。

1. 按功能分类

按功能分类，可以将化妆品分为普通化妆品（又称非特殊化妆品）和特殊类化妆品。

（1）普通化妆品。普通化妆品包括一般发用品、一般护肤品、一般彩妆品、一般指（趾）甲用品和一般芳香品。

一般发用品包括发油类、发蜡类、发乳类、发露类、发浆类。

一般护肤品包括护肤膏霜类、乳液类、油类、化妆水类、爽身类、沐浴类、眼周护肤类、面膜类、洗面类。

一般彩妆品包括粉底类、粉饼类、胭脂类、涂身彩妆类、描眉类、眼影类、眼睑类、睫毛类、眼部彩妆卸除剂类、护唇膏类、亮唇油类、普色唇膏类、唇线笔类。

一般指趾甲用品包括修护类、涂彩类、清洁漂白类。

一般芳香品包括香水类和花露水类。

（2）特殊类化妆品。育发、染发、烫发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑、防晒类化妆品是较为特殊的化妆品。

育发化妆品是指有助于毛发生长，减少脱发和断发的化妆品。

染发化妆品是指具有改变头发颜色作用的化妆品。

烫发化妆品是指具有改变头发弯曲度，并维持相对稳定作用的化妆品。

脱毛化妆品是指具有减少、消除体毛作用的化妆品。

美乳化妆品是指有助于乳房健美的化妆品。

健美化妆品是指有助于使体形健美的化妆品。

除臭化妆品是指有助于消除腋臭的化妆品。

祛斑化妆品是指用于减轻皮肤表皮色素沉着的化妆品。

防晒化妆品是指具有吸收紫外线、减轻因日晒引起皮肤损伤作用的化妆品。

2. 按使用对象分类

（1）婴儿用化妆品。婴儿皮肤娇嫩，抵抗力弱。配制婴儿用化妆品时应选用低刺激性原料，香精也要选择低刺激的优制品。

（2）少年用化妆品。少年皮肤处于发育期，皮肤状态不稳定，且极易长粉刺，因此可选用调整皮脂分泌的原料，配制弱油性化妆品。

（3）女士化妆品。女士化妆品的选用要根据皮肤情况和年龄段来考虑。一般来说，干性皮肤选择补水滋润的化妆品，油性皮肤选择清爽易透的化妆品；20岁以内的女性宜选择保护性的化妆品，20~30岁的女性宜选择具有保护和滋润双重作用的化妆品，30岁以上的女性则要选择抗衰、去皱的化妆品。

（4）男用化妆品。男性的皮肤多属于脂性皮肤，男用化妆品应选用适于脂性皮肤的原

料。剃须膏、须后液是男性专用化妆品。

(5) 孕妇化妆品。女性在孕期内,因雌激素和黄体素分泌增加,肌肤自我保护与修复的能量不足以应付日益增加的促黑素,进而引起黑色素增多,导致皮肤色素加深,此时的肌肤最惧怕紫外线及辐射,因为它们会迅速击垮肌肤的防御能力,令肌肤能量骤降,孕斑随时出现在面部,同时,衰减的肌肤能量也无法对抗由此产生的肌肤储水能力及细胞新陈代谢能力下降的威胁,进而导致缺水、干燥、出油、粉刺、痘痘、敏感甚至炎症等一系列肌肤问题。因此,孕妇要格外注意皮肤护理。

3. 按效果分类

(1) 清洁型化妆品。清洁型化妆品主要用来洗净皮肤。

(2) 护肤型化妆品。护肤型化妆品包括清洁霜、洗面奶、浴剂、洗发护发剂、剃须膏等。

(3) 基础型化妆品。化妆前,应对面部皮肤做基础处理。基础型化妆品包括各种面霜、蜜、化妆水、面膜、发乳等。

(4) 美容型化妆品。美容型化妆品主要是用于面部及头发的美化用品,包括胭脂、口红、眼影、染发剂、发型处理和固定用品等。

(5) 疗效型化妆品。疗效型化妆品是介于药品与化妆品之间的日化用品。这类化妆品包括清凉剂、除臭剂、育毛剂、除毛剂、染毛剂、驱虫剂、橄榄精华等。

4. 按用途分类

(1) 肤用化妆品。肤用化妆品是指面部及皮肤用化妆品,包括各种面霜、浴剂等。

(2) 发用化妆品。发用化妆品是指头发专用化妆品,包括洗发香波、摩丝、喷雾发胶等。

(3) 美容化妆品。美容化妆品包括面部美容产品,也包括指甲、头发等的美容产品。

(4) 特殊功能化妆品。特殊功能化妆品是指添加有特殊作用药物的化妆品。

5. 按剂型分类

(1) 液体类化妆品。液体类化妆品有洗面乳、浴液、洗发液、化妆水、香水、洁肤水、卸妆液、精华液等。

(2) 乳液类化妆品。乳液类化妆品包括蜜类、奶类、护发乳、精华乳等。

(3) 膏霜类化妆品。膏霜类化妆品包括洗发膏、遮瑕膏、焗发膏、润面霜、粉底霜、精华霜、妆前霜等。

(4) 粉类化妆品。粉类化妆品包括香粉、爽身粉、散粉、洁肤粉、蜜粉等。

(5) 块状化妆品。块状化妆品包括粉饼、腮红粉、口红、发蜡等。

(6) 油状化妆品。油状化妆品包括卸妆油、润肤油、润发油、精华油等。



任务二 介绍商品



介绍商品是一项技术、一门学问，涵盖了很多流程和方法。语言是销售必不可少的组成部分，商品介绍的语言既有口头语又有书面语。口头语指的是商品口头介绍，而书面语则指的是商品说明书的编写。

一、口头介绍商品

日常生活中推销员随处可见，各个行业的推销员都是如何给顾客推销商品的呢？需要注意一些什么呢？



微课
商品口头介绍

（一）遵循介绍商品的原则

1. 让顾客了解商品的使用效果

顾客购买商品是为了获得商品的使用价值，所以在介绍商品时，一定要充分说明该商品的使用价值，表明该商品一定能满足顾客的内在需求。也就是说，介绍商品的首要原则就是要让顾客充分了解商品的使用效果。因此，要全面了解商品的质量特性，并掌握商品质量的判断标准。

2. 让顾客了解商品的价值

商品是使用价值与价值的统一体。价值高低也会影响顾客对商品的最终选择，所以要注意让顾客了解到商品的价值。影响商品价值的因素除了与商品的性能、质地等有关外，还与生产企业的信誉和实力、商品的独特性和性价比等有关。

3. 按价格从低到高的顺序介绍商品

按价格从低到高的顺序介绍商品，可以节省想买低价商品顾客的时间，而对想买高档商品的顾客，还有再满足其需要的机会。

4. 介绍商品的注意事项

- （1）在介绍商品质量的判断标准时一定要有力，不得凭空捏造。
- （2）注意激发顾客了解商品的好奇心和兴趣。一般多采用自问自答的方式，告诉顾客选购商品的标准，并让顾客体验到商品的好处。
- （3）对顾客热情周到，及时判断他们是新顾客还是老顾客，以及他们的购买意向。

（二）按照一定的步骤介绍

在销售过程中，介绍商品需要遵循 FAB 法则。FAB 法则，即属性（feature）、作用（advantage）、益处（benefit）的法则。属性是指商品所具备的一切属性；作用是指商品的用

处和为顾客带来的帮助；益处是指商品能明显满足顾客的需求。

遵循 FAB 法则介绍商品有两个好处：一是能让顾客听懂商品介绍，二是给顾客真实可靠的感觉。下面举一个例子做简单说明。

“先生您看一下，我们这款沙发是真皮的。”真皮是沙发的属性，是一个客观现实，即 F。“先生您坐上去试试，它非常柔软。”柔软是真皮的某项作用，也就是 A。“您坐上去是不是感到非常舒服？”舒服是带给顾客的益处，即 B。将这三句话连起来，即“先生你看这个沙发是真皮的，它非常柔软，坐上去非常舒服”。其使顾客听起来会产生顺理成章的反应。

（三）先介绍缺点，再介绍优点

在介绍商品的时候，必须针对商品本身的特点及商品的缺点有技巧地向顾客解释并做推荐。虽然商品的缺点应该尽量避免触及，但如果因此造成顾客事后的抱怨，反而会使商家失去信用。所以，要在让顾客了解商品缺点的同时让顾客知道商品的优点。先介绍缺点，再介绍优点，是“负正法”的说明方式。“负正法”不是刻意隐瞒商品的缺点或者过分夸大商品的优点，而是用来抵消消费者的不满。这里有两种说法。

说法一：我们的产品质量确实很好，GBS 技术在行业内是唯一的，只不过我们的外观看起来有点保守。

说法二：虽然我们的外观有点保守，但是我们的热水器质量在行业内数一数二，GBS 技术行业唯一，性价比是最高的。

很显然，相比较说法一，说法二更容易让顾客接受。

（四）针对不同的商品采取不同的介绍方式

1. 一般日用品和食品的介绍

一般日用品和食品属于消耗品，消费者已经习惯购买，不需要仔细挑选。介绍这类商品时要从好处讲起，再讲特性，突出其优点。例如，在介绍某种打底衫时，要先说它穿起来很舒服，透气性非常好，因为它是纯棉制品。

2. 名牌产品的介绍

名牌产品经过长时间的品牌打造，都具有其独特的风格。有的是历史悠久的传统名牌产品后起之秀，有的是因为其用料精细或制作精细而著名，还有的是因为名师设计而有名。对这类商品的介绍要突出其品牌信誉、制作工艺和优良质量，必要时还可以介绍设计师的履历等，从而吸引顾客，激发顾客的购买欲望。

3. 工艺品和装饰品的介绍

工艺品和装饰品往往都风格显著、独树一帜。在介绍这些商品时要突出其风格特点和艺术价值。



4. 有特殊效能商品的介绍

介绍有特殊效能的商品,应从其成分、结构讲起,再转到其效能。例如,在介绍天然维生素 E 软胶囊时,应先介绍其成分有维生素 E、红花籽油、明胶、甘油等,再引出其具有美容、延缓衰老的效能。

5. 新产品的介绍

产品刚上新时不易被顾客了解和接受,因此营业员应积极向顾客推荐,以打开销路。例如,有的新产品是在老产品的基础上改良而成的,就要将新老产品进行比较,突出新产品的特点;有的新产品是从国外引进并加以改良的,就要把新老产品进行对比介绍,突出新产品较为人性化的特点;有的产品是全新的,就要着重介绍其特点,使顾客多了解这种新产品,让新产品逐渐进入人们的视野。

6. 滞销商品的介绍

某些商品因季节的变化、消费习惯的变化、群众生活水平的变化等滞销,也有的因商品残次、质量下降而滞销。在介绍滞销商品时,要讲明滞销的原因,这一点很关键。例如,有的是样式陈旧,但不影响使用;有的是包装缺陷,但商品质量没有任何问题;有的是商品本身有缺陷,但仍有使用价值;等等。最重要的一点是要向顾客说明滞销商品原价和现价。真诚的解释,再加上价格优惠,会比较容易打动顾客。

7. 进口商品的介绍

介绍进口商品时,应将其商标、主要部件和使用说明等译成中文,并着重介绍其商标、原产地、使用和保养方法等。

除以上几种商品的介绍外,还有关联商品、替代商品的介绍。应该根据顾客本身的选择适当合理地介绍这两种商品,千万不能将自己的意愿强加到顾客身上。

二、编写商品说明书

在没有销售导购的情形下,或是有导购但顾客想自己独立选择商品时,商品包装上的文字说明就显得非常重要了。

(一) 商品说明书的概念与作用

1. 商品说明书的概念

商品说明书是一种以说明为主要表达方式,概括介绍商品用途、性能、特征、使用和保管方法等内容的文章。商品说明书包括产品说明书、使用说明书和安装说明书等。

2. 商品说明书的作用

从消费者的角度看,商品说明书可以使消费者了解产品的性质、结构、使用方法、操作方法及保养、维修等方面的知识,从而正确使用和保养产品,有效地发挥产品的使用



微课
商品说明书的
写作



价值。

从企业的角度看,商品说明书不仅可以指导消费者,而且可以传播专业的知识,也可以理解为企业宣传的方式。

（二）商品说明书的结构

各种商品的功能和用法不同,商品说明书的写作方法自然也大有区别。但不管使用哪一种写作方法,都是为了使读者明白商品的使用方法。商品说明书必须做到有条、有序。

商品说明书一般由标题、正文、落款三部分组成。

1. 标题

常见的商品说明书的标题有以下三种。

(1) 直接以文种作标题,如“商品说明书”“产品说明书”“使用说明书”“使用指南”等。

(2) 以商品名称作标题,如“三九胃泰”“紫光扫描仪”等。

(3) 以商品名称加文种作标题,如“盖中盖口服液产品说明书”“步步高 DVD 使用说明书”等。

2. 正文

正文是商品说明书的核心部分。商品不同,需要说明的内容也不同,有的说明商品的用法,有的说明商品的功能,有的说明商品的构造,有的说明商品的成分,千差万别,各有侧重。例如,食品说明书重在说明食品的成分、使用方法及保质期;药品说明书重在说明药品的成分、基本效用及用量;电器说明书重在说明电器的使用方法和保养方法等。一般正文包含以下几个方面的内容。

(1) 产品的概况(如名称、产地、规格、发展史、制作方法等)。

(2) 产品的性能、规格、用途。

(3) 产品的安装和使用方法。

(4) 产品的保养和维修方法。

(5) 产品的附件、备件及其他需要说明的内容。

以上的内容,可以根据实际需求取舍详略和变动前后顺序。

3. 落款

落款要写明产品制造厂家的名称、地址、邮编、E-mail 地址、电话、传真及产品的批号、生产日期、优质级别等。不同的商品说明书,落款的项目有所不同,应根据实际需要落款。

（三）商品说明书的形式

常见的商品说明书的形式主要有四种。

1. 手册式说明书

这类说明书以手册的形式向用户提供从几页到几十页不等的文字说明材料,有些还带



有照片和插图，能详细而全面地提供与商品有关的信息。许多家电产品（如电视机、洗衣机、冰箱、空调等）的说明书通常是一本手册。

2. 插页式说明书

一些商品的包装盒或包装袋里会附带一页纸，纸上印着有关产品的信息。这页纸就是一份插页式说明书。药品说明书常以这种形式附在药盒里。说明书上写明了有关该药品的成分、药理作用、适应证、剂量及其他注意事项等。

3. 标签式说明书

这类说明书是指附在商品包装或直接附在商品上的纸或其他材料制成的标签。最常见的是成衣上的标签，上面标有衣物名称、面料成分、尺码、颜色和洗涤说明等。

4. 印在包装上的说明书

有些商品的文字说明直接印在外包装（如包装盒、包装罐、包装瓶等）上。许多食品和饮料的文字说明就属此类，其中包括产品名称、商标、成分、净重、贮存及保质期等。

（四）商品说明书的写作要求

1. 内容真实，情况准确

真实是编写商品说明书必须严格遵循的基本准则，也是《中华人民共和国消费者权益保护法》对商品说明书最基本的要求。唯有真实，才能提供准确、可靠的信息，才能使这种指导性、说明性文字名副其实地教人以用，才不至于对消费者产生误导。因此，写作时必须如实介绍商品情况，不虚夸，不遗漏，不隐瞒，禁止把广告宣传用语写进说明书，如“国内首创”“质量稳定可靠”等。

2. 条理清晰，特点突出

商品说明书的表述应力求清楚了，使消费者易于接受，因此写作时要注意其条理性。说明书一般不必写成首尾圆合的文章，而是采用分列式或条文式，逐条把问题说清楚就可以了。写作时要根据商品的特点确定写作的侧重点，要将该商品不同于其他同类商品的个性化特点反映出来，以加深消费者对该商品的了解。

3. 语言通俗，配以图表

商品说明书的阅读对象是广大消费者，他们的文化水平不一，因此写作时要以平实直白、通俗易懂的语言，将商品的各方面情况写清楚，避免语言晦涩难懂。尽量多使用陈述句，不用或尽量少用疑问句，以免造成误解。商品说明书的语言是纯粹的说明文字，切忌使用描写、抒情或议论等。为了简单明了，一般多采用图画、列表的方法，大大简化语言，便于消费者阅读。



动画

商品说明书写作的注意事项



人体器官买卖相关法律法规

在我国，所有买卖人体器官的行为都是违法的。法律禁止买卖人体细胞、人体组织、人体器官、遗体。人体器官等买卖合同因违法而无效，不受法律保护。《中华人民共和国刑法》对“组织出卖人体器官罪”的判刑标准：组织他人出卖人体器官的，处五年以下有期徒刑，并处罚金；情节严重的，处五年以上有期徒刑，并处罚金或者没收财产。在现实生活中，人体器官贩卖组织为了掩盖非法买卖器官的行为，常常把器官买卖合同披上器官捐赠的外衣，根据《中华人民共和国民法典》第一千零七条的规定，这种以合法形式掩盖非法目的的器官捐赠协议是无效的。

器官可以合法捐赠，根据《中华人民共和国民法典》第一千零六条的规定，合法捐赠器官必须同时满足以下条件。

（1）捐献人是完全民事行为能力人，换句话说，捐献人必须年满18周岁或者年满16周岁并以自己的劳动收入为主要生活来源，同时能够完全辨认自己的行为。

（2）捐献人必须自愿。任何组织和个人不得强迫、欺骗、利诱他人进行器官捐献。

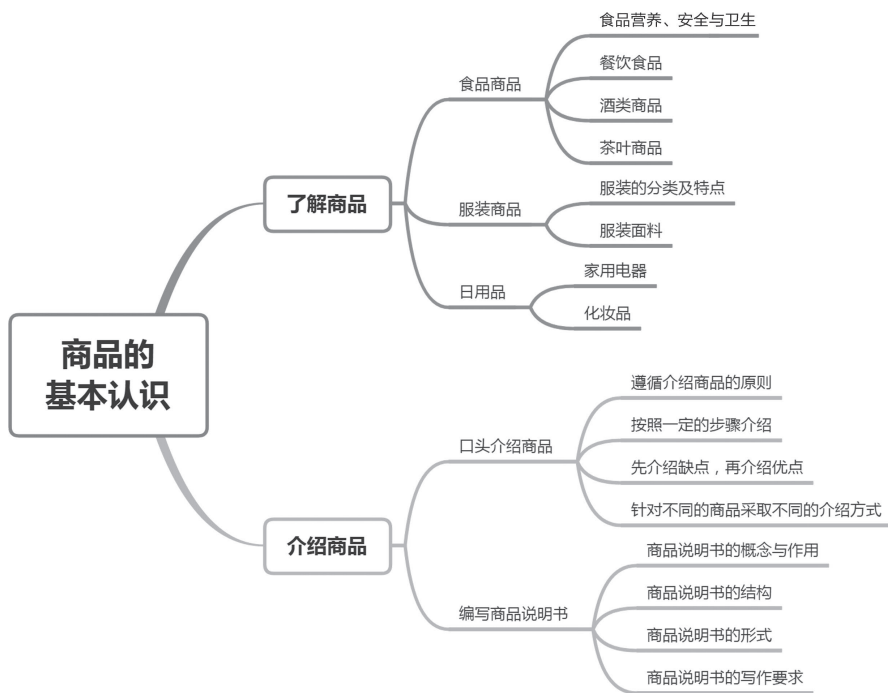
（3）捐献必须是无偿的。捐献人不能以任何形式收取报酬和费用。

（4）必须以书面或遗嘱的形式明确捐献器官的具体事宜，遗嘱捐献器官的可以是书面形式，也可以是录音、录像、口头、打印等形式。

只有同时满足上述四个条件，自然人的器官捐献行为才是有效的，才能受到法律保护。此外，自然人生前未表示不同意捐献器官的，该自然人死亡后，其配偶、成年子女、父母可以共同决定捐献，决定捐献应当采用书面形式。

资料来源：<https://www.163.com/dy/article/GMP892MH0534KOBI.html>，有删改。

讨论：人体器官如果成为商品，会导致什么后果？



一、单选题

- 商品是（ ）发展到一定历史阶段的产物。
A. 人类社会生产力 B. 工业化 C. 劳动力 D. 农业化
- 商品是用于交换的（ ）。
A. 社会产品 B. 劳动产品 C. 工业品 D. 农业品
- 高度酒指的是酒精含量为（ ）的酒。
A. 20 ~ 40 度 B. 40 度以上 C. 20 度以下 D. 75 度以上
- （ ）属于不发酵茶。
A. 绿茶 B. 红茶 C. 青茶 D. 白茶

二、多选题

- 通常被称为食品三大营养素的是（ ）。
A. 碳水化合物 B. 蛋白质 C. 脂肪 D. 维生素
- 介绍商品时需要遵循的 FAB 法则中, FAB 指的是（ ）。
A. 属性 B. 名称 C. 作用 D. 益处
- 在介绍商品时, 应（ ）。
A. 先介绍缺点 B. 后介绍缺点 C. 先介绍优点 D. 后介绍优点

4. 在介绍工艺品和装饰品时，要突出其（ ）。
- A. 品牌文化 B. 风格特点 C. 艺术价值 D. 实用价值

三、简答题

1. 简述商品说明书的结构。
2. 商品说明书有哪几种主要形式？

四、论述题

1. 在你身边找一份商品说明书，分析其属于哪一种形式，并简要分析其结构组成。
2. 试着为你了解的任何商品写一份简要的商品说明书（特别注意结构组成）。

工作技能训练

校园商品推销实习

实训目的	熟悉商品介绍的原则，掌握商品介绍的技巧
实训内容	分小组选取商品，并进行推销比赛
实训要求	建议学生选取日常用品，分组找商品进行实训
实训流程	商品选取—讨论训练—组内比赛—总结
实训作业	提交一篇口头介绍商品的实训报告，除内容介绍外，再谈谈自己的实训心得，分析口头介绍商品应该注意些什么