

项目二 商品分类体系

学习要点

- 商品分类的概念、意义以及分类的标志。
- 商品分类和商品编码的方法。
- 商品条码的分类、应用及结构。
- 商品目录的概念和种类。

技能目标

- 能够运用所学知识对常见商品进行经营分类。
- 学会运用商品条码进行商务管理。
- 学会编制企业商品目录。

工作情景导入

超市主营商品的确定——利润来源于哪些商品？

超市卖场经营众多商品，什么商品好卖，什么商品滞销，是这些超市卖场头等重要的大事。大卖场商品琳琅满目，小超市集中生活日用商品，也是几家欢喜几家愁。沃尔玛、家乐福这样的大卖场近几年频频发生从某些三四线城市撤出的例子，社区小超市简单的生鲜果蔬也可以做得风生水起。超市的利润到底来源于哪些商品呢？

通常超市为了保证整体利润最大化，对于所经营的商品进行分类后采取不同的管理方式。比较常用的方法是商品群管理法，即根据各种商品在卖场销售业绩中所起的作用不同分为主力商品群、辅助性商品群、附属性商品群和刺激性商品群。

(1) 主力商品群是超市经营的重点商品，它在商品结构中仅有 20% 的比例，却创造整个卖场 80% 的销售业绩，是超市的畅销商品，季节性和差异性明显。强化管理，保证这 20% 的商品发挥主力商品应有的作用，是超市公司商品管理的重中之重。

(2) 辅助性商品群是主力商品群的补充，多为常备日用品，常与主力商品群有较强的关联性，季节性与差异性相对不明显。

(3) 附属性商品群是辅助性商品群的补充，购买频率和销售比重偏低，与主力商品群关系不紧密，通常是顾客在卖场临时做出的购买决定。

(4) 刺激性商品群是一些品目不多，但对推动卖场整体销售效果意义重要的商品群，主要是有可能成为主力商品的新开发商品，通常以主题促销方式陈列在卖场进口端头货架。

我们来看看兰州华联红星店的商品群管理策略。

兰州华联红星店位于一条很不出名的小巷中，卖场是由原长津电机厂的厂房改造成的，经营业绩远远超过附近的百盛超市、兰新超市、佳福超市。兰州华联超市的成功不仅得益

于低价策略，其合理的商品群组合策略也起到了至关重要的作用。

兰州华联根据商品的功能定位，将超市经营的商品分为形象商品、销量商品和效益商品三大类。这三类商品在提升业绩、获取最大化效益目标上发挥的功能是不同的。

如果形象商品是 A，销量商品是 B，效益商品是 C 的话，B 就是超市的平均毛利，且 $B=(A+C)/2$ 。就以销量商品作为参照物，如果它的毛利是 10 个点，则形象商品的毛利加效益商品的毛利除以 2，一定是 10 个点，从而使整个卖场的利润达到 10 个点。如果形象商品的毛利是 3 个点，那么效益商品的毛利就是 17 个点。这就意味着，该降的价格一定要降。换言之，形象商品的价格一定要比竞争对手低，销量商品价格比竞争对手略低一些，效益商品价格则采取竞争对手高华联超市也高的策略，因为这部分商品是无法比较价格的，它满足的是一次性购足的需求。

价格确定后，促销方式也就确定了。华联超市对形象商品予以大力度的促销和政策上的相关支持；对于销量商品，给予较好的排面和较好的促销方式来跟进；对于效益商品，基本上不需要太多的促销，除非是推出新品时附一些赠品和搞些抽奖活动。

(资料来源：中华文本库，www.chinadmd.com)

引发的思考：不论超市的规模是大还是小，根据超市周围的环境特点(如商圈特点、竞争店的情况以及消费者特点)确定好主营商品的范围，基本利润才可能得以保障，而这些都离不开商品分类体系的应用。

任务一 商品分类

任务提出

小 A 去当地的连锁商贸公司的卖场实习，分到卖场的非食品部门，部门负责人让小 A 对该部门的商品品类的摆放和陈列给出一些自己的建议，以便能够更好地吸引顾客驻留并增加客单价。小 A 立刻开始着手研究该部门的商品品类。

背景知识

一、商品分类的概念和意义

1. 商品分类的概念

商品分类是指为了一定的目的，按照一定的标志，科学地、系统地将商品集合总体分成若干不同类别的过程，也称为商品品类。分类具有普遍性，是人类认识事物、区分事物的重要方法。分类的结果，使日常事务大大简化，提高了效率。对商品进行科学系统的分类，最终编制出各种简便实用的商品目录，以满足各方面需要，是商品经营管理的重要工作内容之一。

一般将商品集合总体划分为门类、大类、中类、小类、品类、品种和细目七个层次(见表 2-1)。

表 2-1 商品分类应用实例

商品类目名称	应用实例	
商品门类	消费品	消费品
商品大类	食品	日用工业品
商品中类	乳制品	洗化用品
商品小类	乳粉	化妆品
商品品类	牛乳粉	护肤品
商品品种	全脂奶粉	乳液
商品细目	400g 完达山全脂奶粉	欧莱雅保湿乳液 150ml

(1) 商品门类。是按国民经济行业共性对商品进行总的分类,如消费品门类。

(2) 商品大类。一般根据生产和流通中的行业来划分,如食品、纺织品、日用工业品、医药、机械产品和石油化工产品等。

(3) 商品中类。是若干具有共同性质或特征的商品总称,其各自包括若干商品品种,如塑料制品、针棉织品等。

(4) 商品小类。是根据商品的某些特点和性质进一步划分,如针棉织品又分为针织内衣类、针织外衣类等。

(5) 商品品类。又称商品品目,是指具有若干共同性质或特征的商品种类的总称,如绿茶包括烘青绿茶、炒青绿茶、晒青绿茶;工业制品包括玻璃制品、铝制品、塑料制品等。

(6) 商品品种或种类。是指商品的具体名称,它是按商品的性质、成分等方面的特征来划分的,如洗发水可分为去屑洗发水、维生素洗发水、润亮洗发水等;糖果可分为硬糖、夹心糖果、奶糖、凝胶糖、巧克力糖等。

(7) 商品细目。是对商品品种的详细区分,是商品分类的最小单元,包括商品的花色、规格、质量等级(或品级)等,如 550ml 娃哈哈纯净水、12° 长城牌白葡萄酒。

另有一种划分方法,是将商品集合分为大类、中类、小类、单品或细目四个层次。

(1) 大类。是粗线条分类,体现商品生产和流通领域的行业分工,主要依据生产来源或方式、处理保存方式等商品特征来划分,如五金类、化工类、食品类;食品超市的大类有水产、畜产、果蔬、日配加工食品和一般食品等。

(2) 中类(商品品类)。是指具有若干共同性质或特征商品的总称,着重于以功能、用途、制造方式、方法、产地等特征来划分。例如,日配加工食品大类中包含牛奶、豆制品、冰品和冷冻食品等中类。

(3) 小类(商品品种)。是对商品中类的进一步划分,体现具体的商品名称,是单品管理之前的最小单位、最细的分类。例如,酒类商品分为白酒、啤酒、葡萄酒、果酒等;中类牛奶中包含鲜乳、调味乳、发酵乳等小类。

(4) 单品(商品细目)。是对商品品种的详尽区分,包括商品的规格、花色、等级等,是

商品分类中不能进一步细分的、完整的、独立的商品品项,如 60° 宽口交杯牌五粮液, 355ml 听装可乐, 1.25L 瓶装可乐等。

2. 商品分类的意义

(1) 商品分类为国民经济各部门、各企业实施各项管理活动奠定了科学的基础。

(2) 商品分类有利于推行标准化活动,为建立统一的经济信息自动化系统提供信息交流的共同语言。

(3) 商品分类有利于开展商品研究和教学工作,便于掌握每类商品的共同特征,深入分析商品的质量变化规律,为提高商品质量和合理使用、储存和运输商品创造条件。

(4) 商品分类有利于现代化的商品管理工作,便于掌握商品生产和销售状况,为商品管理业务创造条件,使商品的业务、计划、统计、核算等工作顺利进行。

(5) 商品分类便于消费者和用户选购商品。

(6) 科学的商品分类是商品编码与商品目录的基础,有利于编制的商品目录有条理,层次分明。

二、商品分类的标志

1. 选择商品分类标志的基本原则

(1) 目的性。必须明确分类的目的和要求,这是商品分类的关键。

(2) 包容性。能划分规定范围内所有的商品,并为不断补充新商品留有余地。

(3) 区分性。必须从本质上把不同类别的商品明显地区分开,以保证分类清楚。

(4) 唯一性。在同一类别范围内只能采用一种分类标志,分类后的每个商品品种只能出现在一个类别里。

(5) 逻辑性。不同商品类目间或并列、或互相隶属的逻辑关系清晰明了。

(6) 简便性。必须使商品分类在实际运用中具有简便易行性。

2. 常用商品分类的标志

1) 以用途作为商品分类的标志

商品的用途是体现商品使用价值的重要标志,也是探讨商品质量和商品品种的重要依据。按商品用途分类在实际工作中应用最广泛,如现行商品大类划分为食品、生产资料、日用工业品、家用电器等,就是按用途划分的。它也适用于商品品类和品种的详细划分,如胶鞋可分为劳保鞋、雨鞋、便鞋以及运动鞋等,而运动鞋又可分为足球鞋、网球鞋、乒乓球鞋等。

以商品的用途作为分类标志,便于分析比较同一商品的质量和性能,有利于生产企业改进和提高商品质量,开发新的商品品种,生产适销对路的商品;有利于商品流通企业组织商品流通和经营管理;有利于消费者按需求选购商品。但是,这种分类标志不适用于多用途的商品类别划分。

2) 以原材料作为商品分类的标志

商品的原材料是决定商品质量、使用性能和特征的重要因素。由于原材料不同,可使商品具备截然不同的特性和特征,并反映在商品的化学成分、性能、加工、包装、使用条件等方面。例如,食品按原料来源可划分为植物性食品、动物性食品和矿物性食品,它们的化学成分和营养价值有明显的差别。纺织品按原料不同,可分为天然纤维织物和化学纤维织物,天然纤维织物又可分为棉织品、毛织品、丝织品和麻织品,化学纤维织物可分为粘胶织品、涤纶织品等。皮鞋按原材料不同,可分为牛皮鞋、猪皮鞋、羊皮鞋、人造革皮鞋等。

以原材料作为分类标志的特点是分类清楚,能从本质上反映出每类商品的性能、特点、使用与保管要求,尤其是对原材料来源较多且性能受其影响较大的商品进行分类比较合适。但是对于由两种或两种以上不同原材料生产的商品,则不适宜采用这种分类标志,如电视机、小汽车、洗衣机等。

3) 以加工方法作为商品分类的标志

很多商品即使选用的原材料相同,生产加工方法不同,也会赋予商品不同的质量和特性,形成截然不同的品种类别,因此,加工方法也是商品分类的重要标志。这种分类标志对那些可以选用多种加工方法制造且质量特征受工艺影响较大的商品更为适用,它能够直接说明商品质量特征和风格。例如,茶叶按生产方法不同,分为全发酵茶(红茶)、半发酵茶(乌龙茶)、不发酵茶(绿茶)和后发酵茶(黑茶)等;酒类可分为蒸馏酒、发酵酒、配制酒等;纺织品可分为机织物、针织物和无纺织物等。但对于某些商品,如热塑性塑料制品,尽管加工成型方法不同,无论是用吹制、注射、挤出还是热挤冷压或压铸成型等方法所制得的制品,其质量和基本性能并未产生实质性差别,因此,就不宜使用加工方法为标志进行分类。

4) 以化学成分作为商品分类的标志

很多商品的性能、质量都取决于它们的化学成分,通常单一化学成分的商品极少,大多数是多种成分的混合物。构成商品的成分有主要成分和辅助成分之分,很多情况下,决定商品性质的是主要成分,分类时应以主要成分为标志。有些商品的主要成分虽然相同,但是由于含有不同的特殊成分,可形成质量、性能和用途完全不同的商品,此时,商品的特殊成分也可以作为分类标志。例如,塑料商品可按其主要成分合成树脂的种类不同分为聚乙烯、聚丙烯、聚苯乙烯;而玻璃则按其所含的特殊化学成分分为钠玻璃、钾玻璃、铅玻璃和铝硅玻璃等;碳素钢则按含碳量的不同,分为低碳钢、中碳钢、高碳钢;化肥则按其所含的特殊元素可分为氮肥、磷肥、钾肥等。

按化学成分进行商品分类,能够更深入地分析商品特性,对研究商品的加工、包装、使用以及商品在储运过程中的质量变化有重要意义。化学成分已知且对商品性能影响较大的商品易采用这种分类标志进行分类,但对于化学成分比较复杂或易发生变化以及对商品性能影响小的商品则不适宜采用这种分类标志。

除了以上常用的商品分类标志外,还有以下一些其他的分类标志。

(1) 按商品的使用期长短,分为耐用性商品和易耗性商品。

- (2) 按市场范围,分为地方商品、内销商品和外销商品。
- (3) 按商品的加工程度,分为原料、半成品和成品等。
- (4) 按商品生产季节,分为春季商品、夏季商品、秋季商品和冬季商品。
- (5) 按商品的外形分类,如常用平板玻璃分为普通平板玻璃、磨砂玻璃、压花玻璃、夹层玻璃和钢化玻璃等。

三、商品分类的基本方法

商品分类的基本方法主要有两类,即线分类法和面分类法。不同的分类方法有对应的分类体系。

1. 线分类法及线分类体系

1) 线分类法概念

线分类法又称层级分类法,是指将分类对象按所选定的若干分类标志,逐次地分成相应的若干层级类目,并编制成一个有层次、逐级展开的分类体系。例如,商品经营分类通常将商品分为大类、中类、小类和细目等,就是典型的线分类法的应用。

例如,国家标准 GB 7635—1987《全国工农业产品(商品、物资)分类与代码》“家具分类”(见表 2-2)就是线分类。

表 2-2 家具线分类法结构

分类层次	类目名称
大类	家具
中类	木制家具、金属家具、塑料家具、竹藤家具
小类	床、椅、凳、桌、箱、架、橱柜、笼、其他

注:GB/T 7635—1987《全国工农业产品(商品、物资)分类与代码》已被 GB/T 7635—2002《全国工农业产品(商品、物资)分类与代码》替代。

2) 线分类法应遵循的基本原则

(1) 在线分类法中,由某一上位类类目划分出的下位类类目的总范围应与上位类类目范围相同,如木质家具、金属家具、塑料家具、竹藤家具都属于家具。

(2) 当一个上位类类目划分成若干个下位类类目时,应选择一个划分标志,如中类按照制作原料划分。

(3) 同位类类目之间不交叉、不重复,并只对应于一个上位类,如木椅、木凳、木桌、木箱、木架等。

(4) 分类要依次进行,不应有空层或加层。

3) 线分类体系

按照线分类法所建立起的体系即为线分类体系。

线分类体系的优点:层次性好,能较好地反映类目之间的逻辑关系;符合传统应用习

惯,既适合于手工处理,又便于计算机处理。

线分类体系的缺点:存在分类结构弹性差的问题。

2. 面分类法及面分类体系

1) 面分类法概念

面分类法又称平行分类法,是指将所选定的分类对象的若干标志视为若干个面,每个面划分为彼此独立的若干个类目,编制成一个由若干个面构成的平行分类体系,如服装面分类法(见表 2-3)。面之间没有隶属关系,每个面又分成若干个类目,使用时将有关类目组配起来,便成为一个复合类目,如纯毛男式西装、化纤女式套装等。

表 2-3 服装面分类法示例

第一面 面料	第二面 式样	第三面 款式
纯棉	男式	西服
纯毛	女式	衬衫
化纤	—	套装
混纺	—	休闲服
—	—	连衣裙

2) 面分类法应遵循的基本原则

- (1) 根据需要,应将分类对象的本质属性作为分类对象的标志。
- (2) 不同类面的类目之间不能相互交叉,也不能重复出现。
- (3) 每个面有严格的固定位置。
- (4) 面的选择以及位置的确定应根据实际需要而定。

3) 面分类体系

按照面分类法所建立的分类体系即为面分类体系。

面分类体系的优点:结构弹性好,可较大量地扩充新类目,不必预先确定好最后的分组,适用于计算机管理。

面分类体系的缺点:组配结构太复杂,不便于手工处理,其容量也不能充分利用;容易出现没有任何意义的商品复合类目,如混纺男式连衣裙。

在实际运用中,通常会采用综合分类法的形式,例如,我国在编制《全国工农业产品(商品、物资)分类与代码》国家标准时,采用的就是线分类法和面分类法相结合、以线分类法为主的综合分类法。首先,根据人类社会生产与分工的发展进程和我国国民经济发展的格局,按农业、轻工业、重工业的顺序,对工农业产品分类体系中的最高层(门类、大类、中类)完全采用按产业、行业组配的面分类法,使所有的产品与行业挂钩,而对以下的各层级,则按商品属性的内在联系,采用线分类法划分。

任务二 商品编码

任务提出

小 A 在了解商品品类的时候发现一个问题，这么多的商品就算分类了，该怎样快速查询和找到某个商品呢？正好王组长在扫描商品进行货架整理，小 A 就把自己的疑问向王组长说了，王组长笑了笑，用扫描设备扫了一下商品条码，一些信息一下子就出来了。小 A 恍然大悟，原来这个问题就是商品条码解决的呀，于是他开始研究怎样运用商品条码和编码进行商品管理。

背景知识

一、商品编码的概念与商品代码的种类

1. 商品编码的概念

商品编码是指用一组有序的代表符号来标志分类体系中不同类目商品的过程。编码中所使用的标志性的代表符号即称商品代码，它是便于人或计算机识别与处理的代表符号。商品代码可以区分不同产地、不同原料、不同色泽和不同型号的商品品种。

商品分类和编码是分别进行的，商品分类在先，编码在后。商品的科学分类为编码的合理性创造了前提条件，但是编码是否科学也会直接影响商品分类体系的实用价值。一个好的商品分类体系如果没有一套运用方便的代码，就会给组织商品信息、运用商品信息、商品流通合理化以及经济管理现代化带来困难和麻烦。

2. 商品编码的作用

- (1) 商品编码使名目繁多的商品便于记忆。
- (2) 商品编码有利于商品分类体系的通用化、标准化。
- (3) 商品编码为建立统一的商品产供销和储运信息系统创造了条件。
- (4) 商品编码为运用计算机网络进行商流、物流的现代化科学管理创造了条件。

3. 商品代码的种类

商品代码按其所用符号类型的不同，可分为数字型代码、字母型代码、数字-字母混合型代码三种。目前使用最为普遍的是数字型代码。

1) 数字型代码

数字型代码，是用阿拉伯数字对商品进行编码形成的代码符号。其特点是，结构简单，使用方便，便于计算机处理。运用数字型代码进行商品编码的方法主要有以下几种。

(1) 顺序编码法。按商品类目在分类体系中的先后顺序，依次给予顺序代码，称为顺序编码法。通常为了满足信息处理的要求，多采用等长码，即每个代码标志的数列长度(位置)

完全一致。顺序编码法简单,易于管理,但代码本身没有给出任何有关编码对象的其他信息,通常用于容量不大的编码对象集合体。编码时,可以留有“空号”(后备码),以便随时增加类目。

(2) 层次编码法。是按商品类目在分类体系中的层级顺序,依次赋予对应的代码的编码方法。这种编码方法经常用于线分类体系。由于分类对象是按层级归类的,所以赋予类目代码时,也是按层级依次进行,分成若干个层次,使每个分类类目按分类层级,一一赋予对应的代码。国家标准《全国工农业产品(商品、物资)分类与代码》采用了层次编码法,整个编码结构分为四个层级,由8位数字代码组成,其中第1位、2位数字为第一个层级,代表大类;第3位、4位数字为第二个层级,代表中类;第5位、6位数字为第三个层级,代表小类;第7位、8位数字为第四个层级,代表细目。层次编码法的优点是逻辑性较强,能明确地反映出分类编码对象的特征及其相互关系,便于机器汇总数据;缺点是结构弹性较差,为延长其使用寿命,往往要用延长代码长度的办法,预先留出相当数量的备用号,从而出现代码的冗余,所以这种编码方法最适用于编码对象变化不大的情况。

(3) 平行编码法。多用于面分类体系,每一个分类面,确定一定数量的码位。平行编码法的优点是编码结构有较好的弹性,可以比较简单地增加分类面的数目,必要时还可更换个别的面,可用全部代码,也可用部分代码;其缺点是代码过长,冗余度大,不便于计算机管理。平行编码法也用于线分类体系中,同一层级的不同类目,相互之间是并列的关系,可用平行编码的方法顺序给出数字代码。

(4) 混合编码法。是层次编码法和平行编码法的合成,代码的层次与类目的等级不完全相适应。当把分类对象的各种属性或特征分列出来后,其某些属性或特征用层次编码法表示,其余的属性或特征则用平行编码法表示。这种编码方法吸取了两者的优点,效果往往较理想。《全国工农业产品(商品、物资)分类与代码》实际采用的就是混合编码法,在同一级别中,按平行编码法给出代码,将不同级别中的代码按对应商品类目间固有的逻辑关系组配。

2) 字母型代码

字母型代码,是用一个或者若干个字母(可以是英文字母、拉丁字母、希腊字母等)表示分类对象的代码。按字母顺序对商品进行分类编码,一般用大写字母表示商品大类,用小写字母表示其他类目。字母型代码便于记忆,人们有使用习惯,可提供便于人们识别的信息,但不便于机器处理信息,特别是当分类对象数目较多时,常常会出现重复现象。因此,字母型代码常用于分类对象较少的情况,在商品分类编码中很少使用。

3) 数字-字母混合型代码

数字-字母混合型代码,是由数字和字母混合组成的代码,字母常用于表示商品的产地、性质等特征,可放在数字前边或后边,用于辅助数字代码。例如,H1226代表浙江产的杭罗;C8112表示涤粘中长纤维色布。数字-字母混合型代码兼有数字型代码和字母型代码的优点,结构严密,具有良好的直观性和表达性,同时又有使用上的习惯。但是,由于代码组成形式复杂,给计算机输入带来不便,录入效率低,错码率高,因此,在商品分类编码

中并不常使用这种数字-字母混合型代码，少数国家在标准分类时采用混合代码。

二、商品条码

1. 商品条码的概念

商品条码是由一组粗细不同、黑白(或彩色)相间的条、空及对应字符按规则组合起来，用以表示一定信息的商品标志。这些信息包括静态的品名、规格、数量、生产厂商等信息；还可能有批号、流水线、生产日期、保质期、发运地点、到达地点、收货单位、运单号等动态信息。商品条码是可以利用光电扫描设备识读并实现数据输入计算机的特殊代码，也称为条形码或商品标志代码。

条码技术涉及两种类型的编码方式：一种是条码的编码方式，另一种是条码符号的编码方式。条码的编码规则规定了由数字、字母或其他字符组成的条码序列的结构，而条码符号的编制规则规定了不同的编码制度中条、空的编制规则及其二进制的逻辑表示设置。因此，商品条码与普通商品代码是不同的，所蕴含的商品信息也大相径庭，所以不能以普通编码方法获得。有一种划分方法，将普通商品代码归为商品分类代码(即狭义的商品代码)，与商品标志代码一起归于商品代码(即广义的商品代码)之列。

商品条码的编码遵循唯一性原则，以保证商品条形码在全世界范围内不重复，即一个商品项目只能有一个代码，或者说一个代码只能标志一种商品项目。不同规格、不同包装、不同品种、不同价格、不同颜色的商品只能使用不同的商品代码。

2. 商品条码的应用范围

商品条码主要用于对零售商品、非零售商品的统一标志。零售商品是指在零售端 POS(Point of Sales)系统扫描结算的商品。非零售商品是指不经过 POS 系统扫描结算的用于配送、仓储或批发等环节的商品，包括单个包装的非零售商品和含有多个包装等级的非零售商品。前者是指独立包装但又不适合通过零售端 POS 系统扫描结算的商品，如独立包装的冰箱、洗衣机等。后者是指需要标志的货物内含有多个包装等级，如装有 24 条香烟的一整箱烟或装有六箱烟的托盘等。

POS 系统是一个商业销售点实时系统，该系统以条形码为手段，以计算机为中心，实现对商店的进、销、存的管理，快速反馈进、销、存各个环节的信息，为经营决策者提供信息。条码技术已经被广泛地应用于仓储管理、交通管理、金融文件管理、商业文件管理、病历管理、血库血液管理以及各种分类技术方面。条码技术作为数据标志和数据自动输入的一种手段，已渗透到计算机管理的各个领域。

3. 商品条码的发展历史

条码技术诞生于 20 世纪 40 年代，实际应用开始于 60 年代，70 年代逐渐形成规模。美国乔·伍德兰德(Joe Wood Land)和贝尼·西尔佛(Beny Silver)两位工程师开始研究用条码表示食品项目以及相应的自动识别设备，并于 1949 年获得了美国专利。20 年后，乔·伍德兰

德作为 IBM 公司的工程师成为北美地区的统一代码——UPC(Universal Product Code)代码的奠基人。1970 年,美国超级市场 AdHoc 委员会制定了通用商品代码——UPC 代码,此后许多团体也提出了各种条码符号方案。1973 年,美国统一代码委员会(Uniform Code Council, UCC)建立了 UPC 商品条码应用系统。同年,宣布了 UPC 条码标准。食品杂货业把 UPC 商品条码作为该行业的通用商品标志,为条码技术在商业流通销售领域里的广泛应用起到了积极的推动作用。

1977 年,欧洲物品编码协会在 UPC-A 商品条码的基础上,开发出与之兼容的欧洲物品编码系统(European Article Numbering System),简称 EAN 系统,并签署了欧洲物品编码协议备忘录,正式成立了欧洲物品编码协会,简称 EAN 组织。直到 1981 年,由于 EAN 组织已发展成为一个国际性组织,改称为“国际物品编码协会”,简称 EAN International。1988 年,成立了中国物品编码中心,负责统一组织、协调、管理我国的条码工作。1991 年,我国加入国际物品编码协会(EAN),为全面开展我国条码工作创造了先决条件,同年,上海一食品店应用条码的 POS 系统正式投入运行,这是我国自行研制拥有自主知识产权的商业 POS 系统。

20 世纪 80 年代以来,人们围绕如何提高条码符号的信息密度,开展了多项研究工作。信息密度是描述条码符号的一个重要参数,即单位长度中可能编写的字母数。影响信息密度的主要因素是条空结构和窄元素的宽度。EAN-128 条码和 93 条码就是人们为提高密度而进行的成功尝试。随着条码技术的发展和条码的码制种类的不断增多,条码的标准化显得越来越重要。为此,美国曾先后制定了军用标准,交叉 25 条码、39 条码和 Coda Bar 条码等 ANSI 标准。同时,一些行业也开始建立行业标准。例如,1983 年汽车工业行动小组(AIAG)选用 39 条码作为行业标准;1984 年医疗保健业条码委员会采用 39 条码作为其行业标准;1990 年,条码印刷质量美国国家标准 ANSI X3.182 颁布。与此同时,相应的自动识别设备和印制技术也得到了长足的发展,与条码相关的学术、管理机构组织的学术活动也在蓬勃发展。

【案例分析 2-1】

超市管理中的条码技术应用

1. 超市中的商品流通

超市中的商品流通包括收货、入库、点仓、出库、查价、销售和盘点等,具体操作如下。

(1) 收货:收货部员工手持无线手提终端(通过无线网与主机连接的无线手提终端上已有此次要收的货品名称、数量、货号等资料),通过扫描货物自带的条码,确认货号,再输入此货物的数量,无线手提终端上便可马上显示此货物是否符合订单的要求。如果符合,便把货物送到入库步骤。

(2) 入库和出库:入库和出库其实是仓库部门重复以上的步骤,增加这一步只是为了方便管理,落实各部门的责任,也可防止有些货物收货后需直接进入商场而不入库所产生的混乱。

(3) 点仓：点仓是仓库部门最重要、也是最必要的一道工序。仓库部员工手持无线手提终端(通过无线网与主机连接的无线手提终端上已经有各货品的货号、摆放位置、具体数量等资料)扫描货品的条码，确认货号，确认数量。所有的数据都会通过无线网实时性地传送到主机上。

(4) 查价：查价是超市的一项烦琐的任务。因为货品经常会有特价或调整的时候，也容易发生混乱，所以售货员手持无线手提终端，腰挂小型条码打印机，按照无线手提终端上的主机数据检查货品的变动情况，对应变而还没变的货品，马上通过无线手提终端连接小型条码打印机打印更改后的全新条码标签，并贴于货架或货品上。

(5) 销售：销售是超市的命脉，主要是通过 POS 系统对产品条码的识别来体现等价交换。注意，条码标签一定要质量好的，一是方便售货员的扫描，提高效率；二是防止顾客把低价标签贴在高价货品上结账造成的损失。

(6) 盘点：盘点是超市收集数据的重要手段，也是超市必不可少的工作。以前的盘点，必须暂停营业来进行手工清点，期间对生意的影响及对公司形象的影响之大无可估量。直到现在，还有的超市是利用非营业时间，要求员工加班加点地进行盘点，这只是小型超市的管理模式，也不适合长期使用，而且盘点周期长，效率低。作为世界级大型超市的代表，其盘点方式已进行必要的完善，主要分抽盘和整盘两部分。抽盘是指每天的抽样盘点，每天分几次，计算机主机将随意指令售货员到几号货架、清点什么货品。售货员只需手拿无线手提终端，按照通过无线网传输过来的主机指令，到相应的货架，扫描指定商品的条码，确认商品后对其进行清点，然后把资料通过无线手提终端传输至主机，主机再进行数据分析。整盘顾名思义就是整店盘点，是一种定期的盘点，超市分成若干区域，分别由不同的售货员负责，也是通过无线手提终端得到主机上的指令，按指定的路线、指定的顺序清点货品，然后不断地把清点资料传输回主机，盘点期间根本不影响超市的正常运作。因为平时做的抽盘和定期的整盘加上所有的工作都是实时性地和主机进行数据交换，所以，主机上资料的准确性十分高，整个超市的运作也一目了然。

2. 客户的管理

使用条码对客户进行管理主要应用在会员制超市中，主要的流程如下：新的客户要到会员制超市购物，必须先到客户服务中心填好入会表格，服务中心马上通过 NBS 条码影像制卡系统为客户照相，并在 8 秒钟之内把条码影像会员卡发到客户手上。卡上有客户的彩色照片、会员编号、编号条码、入会时间、类别、单位等资料。客户凭卡进入超市选购货物，在结账时必须出示此会员卡，收款员通过扫描卡上的条码确认会员身份，并把会员的购货信息储存到会员资料库，方便以后使用。会员制超市使用条码卡进行管理的主要优点在于：低成本、高效率、资料准确。

3. 供应商管理

使用条码对供应商进行管理，主要是要求供应商的供应货物必须有条码，以便进行货物的追踪服务。供应商必须把条码的内容含义清晰地反映给超市，超市才能逐渐通过货品的条码进行订货。

4. 员工的管理

使用条码对员工进行管理,主要是应用在行政管理上。作为超市,能将超市已有的设备运用到行政管理上实是明智之举。超市将会用已有的NBS条码影像制卡系统为每个员工制出一张员工卡,卡上有员工的彩色照片、员工号、姓名、部门、ID条码及各项特有标记。员工每天必须在工作时间内佩戴员工卡,并使用员工卡上的条码配合考勤系统做考勤记录,而员工的支薪、领料和资料校对等需要身份证明的部门,都配上条码扫描器,通过扫描员工卡上的ID条码来确定员工的身份。

条码作为一种信息载体,已普遍应用在生活中,作为现代的大型超市,充分利用条码技术进行管理,势在必行,再配合先进的计算机技术及自动识别技术,定会提高超市的管理层次,使超市的行政架构得以精简,减少工作强度及人力,清晰货品的进、销、存和流向等资料,对稳定超市的季节性变化至关重要,而产品资料的实时性收集,更会加快超市的运作频率,精确超市的各项数据报告。

(资料来源:百度文库, <http://wenku.baidu.com>)

问题:进行全面的超市管理为什么要懂得充分利用先进的条码技术?

4. 商品条码读取信息的优点

(1) 操作简单易行,准确度高。键盘录入数据的误码率为三千分之一;利用光学字符识别技术,误码率约为万分之一;而采用条码扫描录入方式,误码率为三百万分之一,首读率可达98%以上。

(2) 信息采集速度快。普通计算机的键盘录入速度是200字符/分钟,而利用条码扫描录入信息的速度是键盘录入的20倍。

(3) 灵活实用。条码符号作为一种识别手段可以单独使用,也可以和有关设备组成识别系统实现自动化识别,还可以和其他控制设备联系起来实现整个系统的自动化管理。在没有自动识别设备时,也可以实现手工键盘输入。

(4) 商品条码实现了高效的销售管理,降低了商品流通成本,进而增加了企业效益。商品条码可以有效防止假冒,保护消费者的利益。

5. 商品条码的分类

商品条码根据其编码主体的不同,可分为厂家条码和商店条码两类。

1) 厂家条码

厂家条码是指生产厂家在生产过程中直接印制到商品包装上的条形码。常用的厂家条码有:国际物品条码(EAN条码)、通用产品条码(UPC条码)、25条码、39条码、库德巴条码、128条码等。零售商品条码主要使用EAN条码和UPC条码(见图2-1),非零售商品常用ITF-14条码(交叉25条码)、UCC/EAN-128条码等。

(1) EAN条码即国际物品条码,是国际物品编码协会推出的一种国际通用的商品条码。常见的有EAN-13条码(13位标准条码)和EAN-8条码(8位缩短条码)。在我国,零售商品条码的主要类型为EAN-13条码。



图 2-1 常见的 EAN 条码和 UPC 条码

(2) UPC 条码即通用产品条码, 广泛应用于北美市场, 也称为北美通用商品条码。出口到美国和加拿大的商品, 包装上必须印有 UPC 条码。UPC 条码和 EAN 条码相互兼容, UPC 条码有标准版(UPC-A, 12 位数字组成, 也称为 UPC-12 条码)和缩短版(UPC-E, 8 位数字组成, 也称为 UPC-8 条码)。

2) 商店条码

商店条码是指零售商编制的代码, 只能用于商店内部的自动化管理系统, 也称为店内码。对于商店内一些鲜肉、蔬菜、水果、熟食等随机称重销售或自行分装出售的商品, 商店可以自行编制店内条码。另外, 因生产厂家对其生产的商品未申请使用商品条码或其印刷的商品条码不能识读, 商店也可以自己制作店内码将其粘贴或悬挂在商品外包装上。我国采用的店内码是 EAN 推荐的 EAN-13(标准版)店内码, 其结构与 EAN/UPC-13 条码不同。前缀码只有一位, 即专供零售商编码使用的“2”。商品项目代码共 11 位, 用以标志商品信息, 可表示商品类型、净重、计算出的价格等。校验码的计算与 EAN/UPC-13 条码相同。

6. EAN-13 条码结构

EAN-13 条码由 13 位数字码及其对应的条码符号组成, 它既可用于商品的销售包装, 也可用于商品的运输包装。

1) 条码符号结构

EAN-13 的条码符号结构由左侧空白区、起始符、左侧数据符、中间分隔符、右侧数据符、校验符、终止符、右侧空白区及供人识别字符组成(见图 2-2)。

(1) 左侧空白区。左侧空白区位于条码符号最左侧与空的反射率相同的区域, 最小宽度为 11 个模块宽。

(2) 起始符。起始符位于左侧空白区的右侧, 表示信息开始的特殊符号, 由 3 个模块组成。

(3) 左侧数据符。左侧数据符位于起始符右侧, 表示 6 位数字信息的一组条码字符, 由 42 个模块组成。

(4) 中间分隔符。中间分隔符位于左侧数据符的右侧, 是平分条码字符的特殊符号, 由 5 个模块组成。



图 2-2 EAN-13 条码符号结构

(5) 右侧数据符。右侧数据符位于中间分隔符的右侧，表示 5 位数字信息，由 35 个模块组成。

(6) 校验符。校验符位于右侧数据符的右侧，表示校验码的条码字符，由 7 个模块组成。

(7) 终止符。终止符位于条码符号校验符的右侧，表示信息结束的特殊符号，由 3 个模块组成。

(8) 右侧空白区。右侧空白区位于条码符号最右侧的与空的反射率相同的区域，最小宽度为 7 个模块宽。为保护右侧空白区的宽度，可在条码符号右下角加“>”符号。

(9) 供人识读字符。供人识读字符位于条码符号的下方，是与条码字符相对应的供人识别的 13 位数字，最左边一位称前置码，印制在条码符号起始符的左侧。供人识读字符的字符顶部和条码底部的最小距离为 0.5 个模块宽。

2) 条码数字结构

条码的 13 位数字由四部分构成，分别是前缀码(前置码、国家代码)、厂商代码(厂商识别代码、企业代码)、商品代码(商品项目代码)和校验码。

(1) 前缀码。前缀码是用来标志国家或地区的代码，由 2 位或 3 位数字组成。它只表示商品条码的注册地，不表示产品的产地，如表 2-4 所示。例如，台湾产的 ZA 的前缀码是 45，是指该商品的条码注册地是日本。赋码权在国际物品编码协会，如 00~09 代表美国、加拿大，49 代表日本，690~695 代表中国大陆(694、695 暂未启用)，471 代表中国台湾地区，489 代表中国香港特区(见表 2-4)。另外，图书和期刊作为特殊的商品也采用了 EAN-13 表示 ISBN 和 ISSN。前缀 977 被用于期刊号 ISSN，图书号 ISBN 用 978、979 为前缀。我国被分配使用 7 开头的 ISBN 号，因此，我国出版社出版的图书上的条码全部为 9787 开头。

(2) 厂商代码。厂商代码是由各个国家或地区的物品编码组织进行分配的代码。我国的厂商代码是中国物品编码中心按照国家标准的规定，在 EAN 分配的前缀码的基础上增加 4 位或 5 位数编制的，用于对厂商的唯一标志。例如，某内衣有限公司是南方一家以生产、销售品牌内衣为主的服装企业，1999 年成立之初，公司高层便开始实施信息标准化工作，并积极探讨如何应用商品条码加强产品销售管理，经过积极准备，2001 年 11 月 2 日公司获准成为中国商品条码系统成员，厂商代码 692 86172，后又陆续获准增加厂商代码 693 43000、

690 2623。

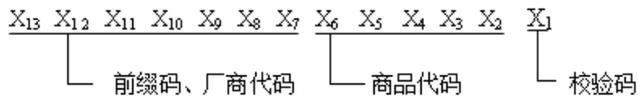
表 2-4 部分国家(地区)条码的前缀码

前缀码	国家(地区)	前缀码	国家(地区)
00~13	美国、加拿大	690~695	中国
30~37	法国	489	中国香港
45、49	日本	471	中国台湾
400~440	德国	958	中国澳门
50	英国	750	墨西哥
73	瑞典	880	韩国
76	瑞士	885	泰国
80~83	意大利	888	新加坡
93	澳大利亚	955	马来西亚

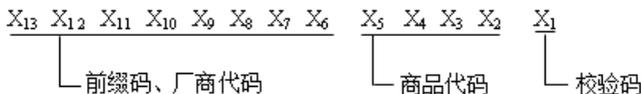
(3) 商品代码。商品代码是用来标志商品的代码，赋码权由产品生产企业自己行使，由 5 位或 4 位数字组成。

(4) 校验码。校验码是最后 1 位数字，用于计算机自动检验整个代码录入是否正确，其数值是根据前 12 位数按国际物品编码委员会规定的方法计算得出的。我国采用的校验码参见 GB 12904—2003 商品条码规定。

对于我国商品条码而言，当前缀码为 690、691 时，EAN-13 条码的数字结构如图 2-3(a)所示；当前缀码为 692、693 时，EAN-13 条码的数字结构如图 2-3(b)所示。



(a) EAN-13 条码的数字结构一



(b) EAN-13 条码的数字结构二

图 2-3 EAN-13 条码的数字结构

〔案例分析 2-2〕

商品标志代码的编码示例

假设分配给某企业的厂商识别代码为 690 1234，且表 2-5 给出了该企业部分商品标志代码的编码方案。根据表 2-5 所示可知。

(1) 不同的商品品种应编制不同的商品项目代码。例如，清凉油与风油精是不同的商品品种，所以其商品项目代码不同。

(2) 即使是同一企业生产的同一品种的商品,如果商标不同,也应编制不同的商品项目代码。例如,天坛牌风油精与龙虎牌风油精,二者商标不同,所以应编制不同的商品项目代码。

(3) 商标相同、品种相同,如果剂型不同,商品项目代码也应不同。例如,天坛牌清凉油,其搽剂与吸剂的商品项目代码不同。

(4) 品种、商标、剂型都相同的商品,如果商品规格或包装规格不同,也应编制不同的商品项目代码。例如,天坛牌清凉油棕色固体搽剂中,3.5g/盒与19g/盒、3.5g/盒与3.5g/袋,其商品项目代码各不相同;ROYAL BALM™清凉油,18.4g/瓶的运动型棕色强力装与关节型原始白色装的商品项目代码也不相同。

(5) 对于组合包装的商品,如龙虎牌家友组合,也应分配一个独立的商品项目代码。如果其包装内的风油精与清凉鼻舒也有单卖的产品,则风油精、清凉鼻舒以及二者组合包装后的产品应分别编制不同的商品项目代码。

表 2-5 某企业商品标识代码编制示例

产品种类	商 标	剂型、规格与包装			商品标识代码	
清凉油	天坛牌	搽剂	固体	棕色	3.5g/盒	6901234 00000 9
					3.5g/袋	6901234 00001 6
					19g/盒	6901234 00002 3
			白色	19g/盒	6901234 00003 0	
			液体	3ml/瓶		6901234 00004 7
		8ml/瓶		6901234 00005 4		
		18ml/瓶		6901234 00006 1		
		吸剂(清凉油鼻舒)			1.2g/支	6901234 00007 8
		龙虎牌	黄色	3.0g/盒		
	10g/盒			6901234 00009 2		
	白色		10g/盒			6901234 00010 8
			18.4g/瓶			6901234 00011 5
	棕色		10g/盒			6901234 00012 2
			18.4g/瓶			6901234 00013 9
	吸剂(清凉油鼻舒)			1.2g/支	6901234 00014 6	
	ROYAL BALM™	运动型棕色强力装			18.4g/瓶	6901234 00015 3
		关节型原始白色装			18.4g/瓶	6901234 00016 0
风油精	龙虎牌	8ml/瓶			6901234 00017 7	
		3ml/瓶			6901234 00018 8	
家友(组合包装)	龙虎牌	风油精 1ml/瓶, 清凉鼻舒 0.5g/支			6901234 00019 1	

(资料来源:中国物品编码中心网站, <http://www.ancc.org.cn>)

思考:企业如何编制商品标志代码?

任务三 商品目录

任务提出

非食品部门的负责人对小 A 的商品品类的分析非常满意,让小 A 拿出一份适当的商品目录给他,要求方便内部查询和作为直邮资料方便顾客选购并使其了解部门的商品。

背景知识

一、商品目录的概念

商品目录,又称为商品分类目录,是指将经营管理的全部商品,按一定标志进行系统分类编制而成的商品细目表。商品目录是在商品逐级分类的基础上,用表格、符号和文字全面记录商品分类体系和编排顺序的书本式工具。商品目录是商品分类的体现,只有根据商品的科学分类编制商品目录,才能使商品目录层次分明、条理清晰。科学、系统、实用的商品目录是实现商品管理现代化、科学化的前提,有助于商品的生产、经营和管理活动。

从其表现形式分析,商品目录是在商品分类和编码的基础上,用表格、文字、数码等全面记录和反映相关商品集合总体综合信息的文件;从其内容结构分析,商品目录一般是商品名称、商品代码、商品分类体系三方面信息的有机结合。建立科学的、实用的商品分类体系和商品目录是研究商品分类的主要内容和最终目的。目前,主要根据科学的需要(如教学与研究)和实践的需要(如商品生产、流通、销售、贸易的统计和计划、商品信息交流、物流管理等)来建立商品分类体系或编制商品目录,并按照提出的不同目的和要求来确定商品类目的划分原则。商品分类体系必须具有科学性、系统性、可延性、实用性和兼容性。

商品目录不是一成不变的,它应随着商品生产和商品经济的发展、消费者需求的变化、地区商业企业之间经营品种的变化以及国家经济政策的调整,及时地进行相应的修订,才能发挥出其对商品经营的指导作用。

二、商品目录的种类

商品目录的种类有很多,按其适用范围,商品目录可分为国际商品目录、国家商品目录、行业(部门)商品目录、企业商品目录;按其业务性质,商品目录可分为外贸商品目录、海关统计商品目录、内贸商品目录和企业商品目录等;按其用途,商品目录可分为生产资料商品目录和消费资料商品目录;按其管理权限,商品目录可分为一类商品目录、二类商品目录和三类商品目录;按其产销地区,商品目录可分为地产商品目录、进口商品目录、内销商品目录以及出口商品目录。下面介绍按适用范围编制的商品目录种类。

1. 国际商品目录

国际商品目录,是指由国际组织或区域性集团通过商品分类所编制的商品目录。在国际上公认的并广泛采用的国际商品目录和商品分类体系主要有:①联合国编制的《国际贸易标准分类目录》(SITC),是国际上使用最为广泛的一种分类标准,该目录将所有商品划分为10类(见表2-6)67章,共261组1033个分组,采用4位数字编码;②海关合作理事会编制的《海关合作理事会商品分类目录》(ICCN),主要用于海关税则的商品分类;③国际关税合作理事会编制的《商品分类及编码协调制度》(HS),它是在SITC和ICCN的基础上,协调国际上多种主要的商品目录而制定的一部多用途的国际贸易商品目录,是最新的、系统的和最多用途的国际贸易商品目录和商品分类体系,将国际贸易商品分为21类97章,1241节5000多个6位数字商品编码;④国际海事组织编制的《国际海上危险货物运输规则》(IMDG),主要用于海上危险货物的国际化管理,将危险货物划分为爆炸品、压缩液化或加压溶解的气体、易燃液体、易燃固体或物质等9个大类,2500多种。

表 2-6 《国际贸易标准分类目录》(SITC)的 10 类商品

类 别	内 容	类 别	内 容
0	食品及主要供食用的活动物	5	化学品及有关产品
1	饮料及烟类	6	主要按原料分类的制成品
2	燃料以外的非食用原料	7	机械及运输设备
3	矿物燃料、润滑油及有关原料	8	杂项制品
4	动物油脂及蜡	9	未列明的其他制品

2. 国家商品目录

国家商品目录,是指由国家指定专门机构通过商品分类所编制的商品目录。例如,我国由国务院批准的、国家标准局发布的《全国工农业产品(商品、物资)分类与代码》(见表2-7),它是我国国民经济各部门、各地区进行从事经济管理工作时必须一致遵守的全国性统一的商品目录和商品分类体系。该分类体系把我国生产的全部工农业产品(商品、物资)划分为99个大类(其中有12大类留空,供增补用),1000多个中类,7000多个小类,总计36万多个品种。为便于检索,该体系在大类前设置了以英文字母表示顺序的“门类”。

表 2-7 《全国工农业产品(商品、物资)分类与代码》(门类及大类)

A 农、林、牧、渔业产品			
01	农业产品	04	渔业产品
02	营林产品	05	观赏植物
03	人工饲养动物和捕猎的野生动物及其产品	06	其他农、林、牧、渔业产品
B 矿产品及竹、木采伐产品			
07	煤、石油和天然气	10	非金属矿采选产品
08	黑色金属矿采选产品	11	木、竹采伐产品
09	有色金属矿采选产品		

续表

C 电力、蒸汽供热量、煤气(天然气除外)和水			
12	电力、蒸汽供热量、煤气(天然气除外)和水		
D 加工食品、饮料、烟草加工品和饲料			
13	加工食品	15	烟草加工品
14	饮料	16	饲料
E 纺织品、针织品、服装及其缝纫品, 鞋帽、皮革、毛皮及其制品			
17	纺织用纤维加工品	20	服装及其他缝纫品
18	纺织品	21	鞋帽
19	针织品	22	皮革、毛皮及其制品
F 木材、竹、藤、棕、草制品及家具			
23	木材、竹、藤、棕、草制品	24	家具
G 纸浆、纸和纸制品, 印刷品, 文教体育用品			
25	纸浆、纸和纸制品	27	文教体育用品
26	印刷品		
H 石油制品、焦炭及煤制品			
28	石油制品	29	焦炭及煤制品
J 化工产品			
30	无机化学品	35	信息用化学品
31	化学肥料	36	化学试剂
32	化学农药	37	日用化工品
33	有机化学品及涂、颜、染料、催化剂、助剂、添加剂和黏合剂	38	其他化工产品
34	高分子聚合物		
K 医药			
39	化学原料药	42	中成药
40	化学药制剂	43	畜用药
41	中药材	44	生物制品
L 橡胶制品和塑料制品			
45	橡胶制品	46	塑料制品
M 建筑材料及其他非金属矿物制品			
47	建筑材料及其他非金属矿物制品		
N 黑色金属冶炼及其压延产品			
48	钢铁冶炼产品	50	其他黑色金属冶炼及其压延产品
49	钢材		
P 有色金属冶炼及其压延产品			
51	有色金属冶炼产品	52	有色金属压延加工产品

Q 金属制品			
53	金属结构及其构件	56	建筑用金属制品
54	工具	57	搪瓷制品及日用金属制品
55	金属丝及其制品	58	其他金属制品
R 普通机械			
59	锅炉及原动设备	64	农、林、牧、渔业机械
60	金属加工机械	65	建筑工程机械和钻探机械
61	通用设备	66	医疗器械
62	铸锻件及通用零部件	67	其他机械产品
63	工业专用设备		
S 交通运输设备			
68	铁路运输设备	70	船舶及其辅机、飞行器
69	公路运输设备及工矿车辆		
T 电器机械及器材			
71	电机	74	家用电器
72	输变电设备	75	其他电器装置和设备
73	电工器材		
U 电子产品及通信设备			
76	雷达和无线电导航设备	79	电子计算机及其外部设备
77	通信设备	80	电子元件
78	广播电视设备	81	电子器件
V 仪器仪表、计量标准器具及量具、衡器			
82	仪器仪表	83	计量标准器具及量具、衡器
W 工艺美术品、古玩及收藏品			
84	工艺美术品	85	古玩及收藏品
X 废旧物资			
86	废旧物资		
Z 其他产品(商品、物资)			
87	其他产品(商品、物资)		

3. 行业(部门)商品目录

行业(部门)商品目录,是指由行业主管部门编制的商品目录。例如,商务部编制发布的《商业行业商品分类与代码》(见表 2-8),将商业行业经营的商品分为 61 个大类,400 多个中类;原对外经济贸易部编制的《对外贸易进出口业务统一商品目录》,主要是根据商品的属性和用途对我国进出口商品进行的科学分类和编码;海关总署编制的《中华人民共和国海关进出口税则》和《中华人民共和国海关统计商品目录》,所列商品分为 22 类 98 章(其

中 77 章空缺, 以备将来增补用), 共计 7600 多个 8 位数商品编号。这些商品目录, 是该部门从中央到基层共同遵守的准则。

表 2-8 《商业行业商品分类与代码》(大类)

序号	名称	序号	名称	序号	名称
1	粮食	21	儿童玩具	41	西药
2	植物油脂、油料	22	日用百货	42	医疗器械
3	食用家畜、畜肉及其制品	23	日用杂品	43	化学试剂
4	食用禽肉、蛋及其制品	24	家具	44	中药材
5	水产品	25	机制纸及纸制品	45	中成药
6	糖及糖果	26	文教办公用品	46	棉、麻、烟草
7	糕点、罐头	27	照相器材	47	土产品
8	烟	28	体育及文娱用品	48	畜产品
9	饮料	29	印刷品	49	化学肥料
10	干鲜果品	30	建筑用金属制品及卫生器材	50	化学农药
11	干鲜菜及调味品	31	五金工具	51	饲料
12	纺织品	32	机械配件	52	其他农业生产资料
13	针织品	33	五金杂品	53	工艺美术及古玩珍品(一)
14	服装	34	交通器材	54	工艺美术及古玩珍品(二)
15	鞋帽	35	电工器材	55	工艺美术及古玩珍品(三)
16	日用化工品	36	电信器材及电子元件器材	56	工艺美术及古玩珍品(四)
17	保温瓶、杯及日用玻璃制品	37	电子音像器材及家用电器	57	废旧物品
18	日用陶瓷制品及金属制品	38	化工原料	58	机电产品
19	钟表及眼镜	39	染料、涂料、颜料	59	原材料
20	日用塑料及人造革制品	40	煤炭及石油制品	60	辅助材料
				61	其他商品

4. 企业商品目录

企业商品目录是指由企业在兼顾国家和部门商品目录分类原则的基础上, 为充分满足本企业工作的需要, 而对本企业生产或经营的商品所编制的商品目录。企业商品目录的编制, 必须符合国家和部门商品目录的分类原则, 并在此基础上结合本企业的业务需要, 进行适当的归并、细分和补充。例如, 营业柜组商品经营目录、仓库保管商品经营目录等, 都具有分类类别少、对品种划分更详细的特点, 如某超市商品分类目录, 如表 2-9 所示。

表 2-9 某超市商品分类目录

大分类	中分类	小分类	大分类	中分类	小分类				
食品 1	101 酒饮组	碳酸饮料	食品 1	105 日配组	冷藏/冷冻食品				
		一般饮料			常温干货				
		乳品饮料			冷冻食品				
		香烟			冰制品				
		啤酒			外购面包				
		国产酒			日配季节商品				
		进口酒							
		烟酒年节礼盒							
	102 冲调组	点心罐头		食品 1	106 生鲜组	热食			
		冲调食品				非热食			
		奶粉/调品				生鲜海产			
		营养保健				加工调味品			
	103 休闲组	饼干/糕点			食品 1	106 生鲜组	蔬菜		
		糖果/巧克力					水果类		
		休闲小食品					季节性		
		季节性休闲食品					家禽类		
	104 粮油组	米/粉					食品 1	106 生鲜组	内脏类
		厨房调料							调味肉品
		冲泡包面/粉							加工肉品
		罐头食品							骨头
南北干货									
非食品 2	201 洗涤组	家用清洁用品	非食品 2	203 文体组	音乐/影视				
		个人清洁用品			图书				
		护肤品、彩妆、头饰			纸品				
		卫生、急救用品			文具				
		纸类用品			礼品				
	202 家居组	家用容器			非食品 2	203 文体组	办公设备		
		餐具					电脑及周边设备		
		一次性用品					自行车/配件		
		厨房用具					汽车用品		
		炊具					体育用品		
		洁/卫浴用品		204 儿童组			玩具		
		家庭整理用具					婴儿用品		
		电器配件					内衣裤		
		工具					婴幼儿童装(0~7岁)		

续表

大分类	中分类	小分类	大分类	中分类	小分类
非食品 2	202 家居组	装修用具	非食品 2	204 儿童组	童装(7 岁以上)
		家私			幼/童鞋
		鞋类配件		205 针织组	内衣裤
		园艺/宠物食品			袜子/丝袜
					纺织品
百货 3	301 家电组	大家电	百货 3	302 服装组	睡衣
		空调系列			女装
		家庭电器用品			男装
		厨房电器用品			轻便鞋
		美发用品			男鞋
		照相器材			女鞋
		影音设备		303 综合组	专柜
		通信器材			出租
		钟表/眼镜			形象柜
赠品 4	401 食品组 赠品	酒饮组赠品	赠品 4	402 非食品组 赠品	家居组赠品
		冲调组赠品			文体组赠品
		休闲组赠品			儿童组赠品
		粮油组赠品			针织组赠品
		日配组赠品		403 百货组 赠品	家电组赠品
		生鲜组赠品			服装组赠品
	402 非食品组 赠品	洗涤组赠品	综合组赠品		

(参考来源: 百度文库, <http://wenku.baidu.com>)

思考: 香烟属于酒饮组吗? 点心罐头属于冲调组吗? 头饰属于洗涤组吗? 园艺宠物食品属于家居组吗? 为什么该超市要这样归类? 表 2-9 中还有相似情况吗? 请找出来, 如果你是该超市店长, 你会怎么调整分类?

提示: 这是某超市的商品分类, 会根据本企业的业务需要进行适当的归并、细分和补充, 有些类项单独看划归并不合理, 但单列又没有必要, 于是就近放在相关组内了。例如, 香烟类别不多, 单独成组又太小, 烟酒常一块提及, 放在酒饮组也便于顾客习惯购物。如果香烟类别非常丰富, 也是可以单独成“香烟组”或者“烟酒组”。

工作过程总结

(1) 商品分类是指为了一定的目的, 按照一定的标志, 科学地、系统地将商品集合总体分成若干不同类别的过程。分类的结果, 使日常事务大大简化, 提高效率。对商品进行科

学系统的分类,最终编制出各种简便实用的商品目录,以满足各方面的需要,是商品经营管理的重要工作之一。一般将商品集合总体划分为门类、大类、中类、小类、品类、品种、细目七个层次;或者将商品集合分为大类、中类、小类、单品或细目四个层次。

(2) 选择商品分类标志的基本原则包括目的性、包容性、区分性、唯一性、逻辑性、简便性等。常用的商品分类标志有商品的用途、原材料、商品的加工方法、商品的化学成分,此外还可以按商品的使用期长短、市场范围、商品的加工程度、商品生产季节、商品的外形等分类。

(3) 商品分类的基本方法有线分类法和面分类法两种。线分类法的优点:层次性好,能较好地反映类目之间的逻辑关系;符合传统应用习惯,既适合于手工处理,又便于计算机处理。线分类法的缺点:分类结构弹性差。面分类法的优点:结构弹性好,可较大量地扩充新类目,不必预先确定好最后的分组,适用于计算机管理。面分类法的缺点:组配结构太复杂,不便于手工处理,其容量也不能充分利用;容易出现没有任何意义的商品复合类目。在实际运用中,通常会采用综合分类法的形式。

(4) 商品编码是指用一组有序的代表符号来标志分类体系中不同类目商品的过程。编码中所使用的标志性的代表符号即称商品代码,是便于人或计算机识别与处理的代表符号。商品代码可以区别不同产地、不同原料、不同色泽、不同型号的商品品种。商品分类和编码是分别进行的,商品分类在先,编码在后。商品代码按其所用符号类型的不同,可分为数字型代码、字母型代码、数字-字母混合型代码三种。目前使用最为普遍的是数字型代码。

(5) 商品条码是由一组粗细不同、黑白(或彩色)相间的条、空及对应字符按规则组合起来,用以表示一定信息的商品标志。它是可以利用光电扫描设备识读并实现数据输入计算机的特殊代码,也称为条形码或商品标志代码。商品条码主要用于对零售商品、非零售商品的统一标志。零售商品条码主要使用 EAN 码和 UPC 码,非零售商品常用 ITF-14 条码(交叉 25 条码)、UCC/EAN-128 条码等。

(6) 商品目录,又称为商品分类目录,是指将经营管理的全部商品,按一定标志进行系统分类编制而成的商品细目表。商品目录是在商品逐级分类的基础上,用表格、符号和文字全面记录商品分类体系和编排顺序的书本式工具。从其内容结构分析,商品目录一般是商品名称、商品代码、商品分类体系三方面信息的有机结合。按其适用范围、商品目录可分为国际商品目录、国家商品目录、行业(部门)商品目录和企业商品目录。

工作训练营

一、名词解释

商品分类	线分类法	面分类法	商品目录
商品代码	商品条码	POS 系统	

二、判断题

1. 分类代码必须保证每一个编码对象有三个商品代码。 ()
2. 《全国工农业产品(商品、物资)分类与代码》采用的是层次编码法。 ()
3. 条码技术的准确度是键盘的 1000 倍。 ()
4. 在 EAN 系统中, 前缀码为“2”的条形码用于生产厂家的商品。 ()
5. 国际通用商品条码是 UPC 条码。 ()
6. 商品分类就是将商品质量分为优等品、一等品或用甲乙丙来表示。 ()
7. EAN 条码一定是由 13 位数字码及其对应的条码符号组成的。 ()
8. 层次性好是面分类法最突出的优点。 ()
9. 商品分类与商品编码的关系是编码在前。 ()

三、选择题

1. 在建立分类体系时, 设置收容项目是体现了()原则。
A. 整体性 B. 层次性 C. 包容性 D. 可延性
2. 在线分类体系中, 上位类与下位类之间存在()关系。
A. 并列 B. 从属 C. 独立 D. 复合
3. 线分类法的主要缺点体现在()方面。
A. 层次 B. 逻辑性 C. 信息容量 D. 结构弹性
4. 在同一层级范围内只能采用一种分类标志是选择标志时应遵循的()。
A. 目的性原则 B. 唯一性原则 C. 包容性原则 D. 逻辑性原则
5. 下列商品分类代码中设有细目类的是()。
A. 01111 B. 01123 C. 01122 • 012 D. 01131
6. 中国物品编码中心研制的全球统一标志系统称为()系统。
A. UPC B. EAN C. ANCC D. POS
7. EAN-13 中前缀码代表()。
A. 商品的产地 B. 商品条码的注册地 C. 商品项目 D. 国家或地区代码
8. 在 EAN-13 条码中, 中国物品编码中心的前缀码是()。
A. 460 B. 590 C. 690 D. 880
9. 在图书代码 9787040218503 中, 当出版社号是 04021 时, 书序号是()。
A. 8503 B. 850 C. 218 D. 185
10. 商品目录按其适用范围, 可分为()。
A. 国际商品目录 B. 国家商品目录 C. 行业商品目录 D. 企业商品目录

四、实训题

1. 技能题

- (1) 常用的商品分类标志有哪些? 选择某一商品对其进行分类。
- (2) 商品目录与商品分类的关系是怎样的? 以某一商场或超市为例, 编制一份商品目录。

2. 案例分析题

某百货商店有三个柜组，分别是文教用品柜组、办公用品柜组和小家电柜组。各柜组经营商品如下。

文教用品柜组：学生用品、计算器、掌上电脑、保险柜、文件夹、胶条、各类笔。

办公用品柜组：乐器、电话、手机、健身器材、打印机、扫描仪。

小家电柜组：收音机、随身听、照相机、相册、胶卷、复读机、助听器、电池、豆浆机、蒸汽熨斗、加湿器。

分析：

- (1) 三个柜组各自经营的商品与柜组名称相符吗？
- (2) 这样的柜组会给店内管理及顾客选购商品带来不便吗？
- (3) 怎样分类更合理？