

# 最新商品进货心得体会(模板8篇)

心得体会是对一段经历、学习或思考的总结和感悟。那么心得体会怎么写才恰当呢？以下是小编帮大家整理的心得体会范文，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

## 商品进货心得体会篇一

### 第一段：引言（引出话题）

商品进货是当今商业领域中重要的一环。随着市场竞争的加剧，不仅需要定期进货以满足顾客的需求，还需要具备一定的进货心得，以便选择优质的商品并合理安排进货计划。本文将就商品进货心得进行深入探讨，从商品选择、供应商选择、进货量估计、进货周期和库存管理五个方面进行论述。

### 第二段：商品选择（选择优质商品）

选择优质的商品是成功进货的基础。一方面，我们需要关注商品的质量。只有质量可靠、价格合理的商品才能获得消费者的认可。另一方面，我们还需关注市场需求。对于一些热销商品，我们可以尽量进货，以满足顾客的需求；对于一些滞销商品，则需要谨慎考虑进货量。因此，在商品进货过程中，及时关注市场动态，灵活调整进货计划，才能获得更大的盈利。

### 第三段：供应商选择（选择可靠供应商）

供应商是商品进货过程中的重要环节。选择合适的供应商能够保证商品的及时供货和质量稳定。为了选择可靠的供应商，我们可以从以下几个层面进行考虑。首先是供应商的信誉度，可以通过参考其他商家的评价和口碑来了解供应商的信誉度。其次是供应商的资质和产能，保证供应商具备稳定的生产能力，以应对市场需求的波动。最后，是与供应商的沟通和合

作，建立长期稳定的合作关系，从而确保供应链的畅通。

#### 第四段：进货量估计（合理安排进货计划）

合理地估计进货量是保持供需平衡的关键。一方面，进货量过多将导致库存积压，资金无法流动，同时还会增加运营成本；另一方面，进货量过少则容易导致供货不足，错失销售机会。对于不同的商品，我们应根据过往销售数据、季节性需求和市场预测等进行综合考虑。通过精确地估计进货量，我们能够有效控制库存水平，最大化利润。

#### 第五段：进货周期和库存管理（建立科学的进货体系）

建立科学的进货周期和库存管理，有助于提高货架周转率和降低库存风险。对于周期进货的商品，我们可以根据销售数据和市场需求，合理确定进货频率和数量。同时，对于滞销商品，要及时进行价格调整或促销活动，以避免过高的库存积压。此外，还可以采用先进的库存管理软件，对库存进行实时监控和调整，提高库存的操作效率和准确性。

结论：有效的商品进货心得是商家成功运营的重要保证。通过选择优质商品、合理选择供应商、合理估计进货量、建立科学的进货周期和库存管理，我们能够在市场竞争激烈的环境中稳健地运营，满足顾客需求，提高销售效益。因此，我们应不断总结进货心得，不断优化进货流程，以适应市场变化，提高企业竞争力。

## 商品进货心得体会篇二

乙方(零售商)：\_\_\_\_\_

根据《中华人民共和国民法典》及其他有关法律、行政法规的规定，甲、乙双方遵循平等、自愿、公平和诚实信用的原则，就商品进货购销事宜协商订立本合同。

## 一、订购商品

1、商品的种类、品名、品牌、规格、生产厂名及厂址、等级、质量标准、包装要求、计量单位及单价等详见本合同《附件》：

商品价款

名称

商标

规格

型号

生产厂家

计量单位

数量

质量要求

包装要求

单价

总价

合计人民币金额(大写)：

其他事项：

2、甲乙双方在本合同签订时，应当提供营业执照、税务登记

证等自身主体资格的证明。甲方同时提交有关商品生产、代理、批发或进口许可等有关附随文件，其购买价格有权保密，乙方不得以此拒绝接收相关文件。

3、上述商品价格已经双方确认，如因原材料价格、生产经营成本、市场供求关系等变化导致合同期内商品价格变化，要求价格变动一方应当提前15个工作日通知对方，经对方书面确认后方可调价。价格变动自确认之日起生效，适用于确认之日后的新订单。

4、乙方对本合同中所列商品特别指定原料或样式等专门条件时，需在签订本合同的同时向甲方提交指示说明书或样式说明书。

5、甲方所提供商品的外包装应当符合中华人民共和国相关法律法规的规定，用中文标明产品名称、生产厂厂名与厂址、规格、等级、采用的产品标准、质量检验合格证明、使用说明、生产日期和安全使用期或者失效期、警示标志及其它说明等。商品应当使用正规条形码，以便于pos机识别；无条形码的商品应当在《附件》其他事项中说明，同时向乙方购买内部条形码贴于商品外包装上。

6、甲方应当保证其所提供商品的质量符合本合同或订单约定的质量标准；甲方提供有关商品质量说明的，应当符合该说明的质量要求。质量要求不明确的，按照国家标准、行业标准履行；无国家标准、行业标准的，按照通常标准或者符合合同目的的特定标准履行。

## 二、委托代理人

1、甲方指派为委托代理人；乙方指派为委托代理人。

2、本合同甲乙双方委托代理人在其主管的业务环节中所签署的各种文件、单据，作为双方签订、履行合同的有效凭证。

3、双方如变更或撤换委托代理人，应当以书面形式提前7个工作日通知对方，委派和撤换委托代理人的通知书作为本合同附件。

### 三、订货

1、乙方向甲方订货，应当提前3个工作日或个工作日发出订单，双方约定的订单形式为：

(1) 传真 (2) 订货合同 (3) 其他\_\_\_\_\_

2、订单应当明确商品的名称、生产厂名和厂址、规格、计量单位、品牌、质量、产地、数量、单价、交货时间、交货地点等具体内容。

3、甲方收到订单后应当在2个工作日内对能否接受订单予以明确答复，答复形式同订单形式一致；不予答复的，视为不接受订单。如答复中对订单具体内容有修改的，乙方应当在2个工作日内表示是否接受，乙方不接受则视为订单无效；乙方不予答复的，视为接受修改的订单。

4、订单及订单答复以电子网络为传输载体的，应当发送至本合同指定的网址或电子邮箱；以传真、订货合同等书面文字为载体的，应当加盖订货单位公章或代理人签字，方为有效。

### 四、交货及验收

1、甲方应当将订单列明的商品，按照约定的时间、运输方式交付到乙方指定地点。

2、乙方应当妥善安排工作人员在到货后12小时内按照订单对商品的种类、规格、产地、数量、包装等进行初步验收，并出具收货凭证；如商品不符合本合同及订单要求的，可以拒绝接收。对于特殊情况下无法在12小时内验收完毕的，应当出

具收货待验收凭证，同时告知验收完毕的具体时间。

3、乙方对于已经验收的商品发现存在内在质量问题，应当在质量保证期内提出，无质量保证期的在收货后发现质量问题24个月内提出，否则视为商品质量符合约定。供应商知道或者应当知道所提供商品不符合约定的，不受前述提出异议时间的限制。

质量异议应当以书面形式向甲方提出，甲方应当在收到异议后的10个工作日内予以书面答复，否则视为认可。

## 五、商品促销

1、乙方可以根据企业经营战略制定商品促销计划，以加速商品的周转和销售。

2、甲方可以根据自身产品状况，有选择地参加促销活动，同时向乙方支付促销服务费用或者给予商品价格优惠。

3、双方应当就促销方式、促销期间、乙方所提供的服务内容、甲方支付的服务费用及支付办法等具体事宜，另行签订《促销服务协议》。

## 六、商品退换

1、双方在确定商品价格时，应当对商品退换、损耗问题予以充分考虑。甲方选择的退换货类型为\_\_\_\_\_：

2、在选择有条件退换货的前提下，为了保持乙方合理库存，且有利于商品周转，双方同意：

在第\_\_\_\_\_种条件时甲方同意更换商品：

(1)残、次品 (2)其他\_\_\_\_\_

在第\_\_\_\_种条件时，甲方接受乙方退货：

(1)残、次品(2)产品存在质量问题(3)其他

对于存在保质期、有效期的商品，乙方应当在保质期、有效期尚存1/3的期限内提出退换货(特殊商品另行约定)。

3、乙方退换货应当向甲方发出书面退换货通知，甲方应当于收到通知后5个工作日内或个工作日内对所退换商品进行核实并书面确认，15个工作日内或个工作日内负责更换或者收回所清退商品。逾期不答复或书面确认后未在15个工作日内或个工作日内负责更换或者收回所清退商品的，乙方有权自行处置该商品，并在对帐结算时予以扣除。

## 七、对帐与结算

1、双方确认的结算方式为\_\_\_\_：(1)扣率结算方式(2)货款和有关费用收取分开结算的方式。

2、采用第1条第(1)、(2)种方式结算的，双方应当在本合同中明确对帐及结算周期。

(1)按照商品的销售周期，甲乙双方确认的对帐周期为：每月\_\_\_\_次，具体对帐日期为每月日。对帐日前3个工作日，甲方应当按照进货、销售、退货等清单载明的数量及数额向乙方提供《商品对帐单》，乙方持相关单据进行核对，核对无误后签字确认；无故不确认的，视为认可《商品对帐单》的内容。

(2)双方确认的结算周期为：

a10日b15日c30日d45日e60日

3、如因商品种类不同，确定的对帐周期、结算周期不同，可

就具体商品的对帐周期、结算周期或者其他的对帐、结算办法另行制作本协议附件或在《附件》中列明。

4、乙方应当尽力建立顺利、便捷、无障碍的结算机制。结算期满后，甲方可持《商品对帐单》及增值税发票要求乙方足额支付货款。

5、双方确定的付款方式为：(1) 现金(2) 转账支票(3) 电汇(4) 其他\_\_\_\_\_。

## 八、知识产权的保护

甲方应当保证其所提供的商品不存在任何知识产权的瑕疵。如因甲方或其供应商侵犯第三方的专利权、商标专用权、著作权、商业秘密或其他权益产生争议，给乙方造成经济损失时，甲方应当承担全部责任并承担因此发生的各种费用。

## 九、违约责任

1、甲乙双方均应当全面履行本合同的约定，一方违约给另一方造成损失的，应当承担赔偿责任。

2、甲方未按照已经确认的订单内容发货，应当负责更换或补足；造成交货延迟的，每延迟1个工作日应当支付延迟交货金额万分之五的违约金；延迟3个工作日以上的，除支付违约金外，乙方有权取消该批次订单；累计5次迟延交货的，乙方有权解除本合同。

3、乙方未按照合同约定的期限结算的，每延迟1个工作日，应当按日支付应当结算金额万分之五的违约金；延迟30个工作日以上的，除支付违约金外，甲方有权解除合同。

4、由于甲方商品质量问题导致消费者退货或者乙方受到有关政府部门查处，甲方应当积极参与调查处理并赔偿因此给乙



方造成的全部经济损失;情节严重给乙方商誉造成严重损害的,乙方有权解除本合同。

## 十、合同的解除

1、任何一方非因对方违约提出解除本合同,均应当提前30个工作日以书面形式通知对方,合同自双方协商确定的日期解除。甲方提出解除合同的,已经支付的各种促销服务费用乙方不予返还;乙方提出解除合同的,应当按照合同实际履行期的比例向甲方退还已经收取的各种促销服务费用。

2、任何一方出现如下情形时,另一方有权无需预先告知即以书面通知的方式解除本合同,合同自通知送达之日解除。乙方提出解除合同的,已经收取的各种促销服务费用不予返还;甲方提出解除合同的,乙方应当按照合同实际履行期的比例向甲方退还已经收取的各种促销服务费用:

(1)存在本合同第九条第2、3、4款约定的严重违约行为时;

(4)未经他方同意,把本合同的权利或义务全部或部分转让给第三方的;

(5)增值税一般纳税人资格被取消时。

3、合同解除后,双方仍应当按照本合同第七条约定的方式进行对帐和结算。

## 十一、合同期限

1、本合同有效期自\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日起至\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日止,共\_\_\_年。

2、合同期满前1个月,如双方同意继续合作,应重新签订新的合同;如未签订新的合同,乙方仍然下达订单且甲方接受的,

视为原合同自动顺延。

## 十二、争议解决方式

本合同项下发生的争议，双方应当协商解决；协商不成的，按照以下第\_\_\_种方式处理：

(1) 向\_\_\_\_\_仲裁委员会申请仲裁；

(2) 向\_\_\_\_\_人民法院提起诉讼。

## 十三、促销服务费

甲乙双方可以协商约定，乙方为甲方提供的服务项目内容期限；乙方收取促销服务费的项目标准数额用途方式。

## 十四、其他

1、本合同涉及的通知，应当以书面形式确认，并在通知方通过邮局以挂号信、特快专递等形式寄达本合同约定地址或被通知方工作人员签收后，视为送达。

2、本合同附件为合同的有效组成部分，按照双方约定的解释顺序进行解释。

3、本合同的变更和补充，双方应当另行签订补充协议。

4、本合同经双方法定代表人或委托代理人签署并加盖单位公章或合同专用章后生效。

5、本合同一式份，双方各执份，具有同等法律效力。

甲方：\_\_\_\_\_ (盖章)：\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_

委托代理人： \_\_\_\_\_

身份证号： \_\_\_\_\_

电话/传真： \_\_\_\_\_

电子邮件： \_\_\_\_\_

开户银行/帐号： \_\_\_\_\_

税号： \_\_\_\_\_

乙方： \_\_\_\_\_ (盖章)： \_\_\_\_\_

法定代表人： \_\_\_\_\_

委托代理人： \_\_\_\_\_

身份证号： \_\_\_\_\_

电话/传真： \_\_\_\_\_

电子邮件： \_\_\_\_\_

开户银行/帐号： \_\_\_\_\_

税号： \_\_\_\_\_

### **商品进货心得体会篇三**

商品进货是一个商业经营中至关重要的环节，对于店铺的货源质量和销售业绩起到决定性的影响。经过自己多年的实践和总结，我深刻体会到了一些关于商品进货的心得和体会。商品进货要树立正确的供应链理念，注重筛选和合约管理，注重品质和服务，同时也需要不断学习和创新，以适应市场

的变化。本文将以这五个方面进行进一步探讨。

首先，树立正确的供应链理念至关重要。供应链涉及到货源的选择和配送的安排，直接决定了货品质量和交付的准时性。对于商品进货者来说，要注重与供应商及时沟通，了解市场需求的变化和具体要求。充分理解供应商的能力和资源，选择具备资质和口碑的供应商，以确保货源的可靠和质量的有保障。同时，在与供应商的合作中，更要注重合约的管理，明确双方权利与义务，避免出现纠纷导致货源中断的情况。只有树立正确的供应链理念，才能够有效地保障商品进货的顺畅。

其次，注重筛选和合约管理是商品进货的关键。在市场上有不同质量的货品和供应商，合理的筛选对于保证商品质量至关重要。在进行筛选时，可以参考供应商的口碑、产品质量认证和市场反馈等方面的信息，结合自己的实际需求进行选择。此外，合约的管理也是确保商品进货顺利进行的关键环节。合约可以明确双方的权益和义务，规范双方的行为，有效避免纠纷的发生。良好的合约管理可以保障供应商按时交货、货品质量达标，并提供售后服务，而进货者则按时支付货款，并提供市场支持。只有注重筛选和合约管理，才能够确保商品进货的质量和服务。

第三，注重品质和服务是商品进货的核心。品质是商品立足市场的根本，好的品质可以赢得顾客的信赖与好评，提升销售业绩。因此，在商品进货过程中，要注重产品的品质把控，采购具有良好口碑和质量认证的产品。与此同时，提供优质的售后服务也是提升商品价值和消费者满意度的重要途径。及时解决客户的问题和需求，及时提供售后支持和服务，可以增强客户黏性和复购率。注重品质和服务是商品进货的核心，也是提升竞争力和市场地位的关键。

第四，不断学习和创新是应对市场变化的必要性。市场需求和潮流在不断变化，商品进货者需要保持与市场同步的敏锐，

不断学习新的知识和技能，了解新的市场趋势和消费者需求。只有通过不断学习和创新，才能够及时应对市场变化，调整商品进货策略和产品结构，以满足消费者的需求和变化。在进行商品进货时，要紧跟时代潮流，引进新的产品和流行元素，以顺应市场需求的变化，并在激烈的竞争中取得竞争优势。

最后，对于商品进货者来说，要时刻保持良好的心态和积极的工作态度。商品进货工作不仅与供应商的合作有关，还与店铺的销售业绩和口碑有直接关系。因此，要保持积极的工作态度，认真负责地对待每一次商品进货工作，不断提高自己的专业能力和业务水平。同时，要保持良好的心态，虚心学习，敢于承担责任，勇于创新，以应对各种挑战和困难。只有以良好的心态和积极态度对待商品进货工作，才能够取得更好的成果和效果。

综上所述，商品进货是商业经营中至关重要的环节。在商品进货过程中，要树立正确的供应链理念，注重筛选和合约管理，注重品质和服务，不断学习和创新，并保持良好的心态和积极的工作态度。只有这样，才能够在激烈的市场竞争中脱颖而出，取得更好的经营效果和成就。

## 商品进货心得体会篇四

根据《中华人民共和国民法典》及其他有关法律、行政法规的规定，甲、乙双方遵循平等、自愿、公平和诚实信用的原则，就商品进货购销事宜协商订立本合同。

### 一、订购商品

1. 商品的种类、品名、品牌、规格、生产厂名及厂址、等级、质量标准、包装要求、计量单位及单价等详见本合同《附件一》。

2. 甲方在本合同签订时，应当提供营业执照、税务登记证等自身主体资格的证明，同时提交有关商品生产、代理、批发或进口许可等有关附随文件。

3. 上述商品价格已经双方确认，如因原材料价格、生产经营成本、市场供求关系等变化导致合同期内商品价格变化，要求价格变动一方应当提前 5日通知对方，经对方书面确认后 方可调价。价格变动自确认之日起生效，适用于确认之日后的新订单。

4. 乙方对本合同中所列商品特别指定原料或样式等专门条件时，需在签订本合同的同时向甲方提交指示说明书或样式说明书。

5. 甲方所提供商品的外包装应当符合中华人民共和国相关法律法规的规定，用中文标明产品名称、生产厂厂名与厂址、规格、等级、采用的产品标准、质量检验合格证明、使用说明、生产日期和安全使用期或者失效期、警示标志及其它说明等。商品应当使用正规条形码，以便于pos机识别；无条形码的商品应当在《附件一》中说明，同时向乙方购买内部条形码贴于商品外包装上。

6. 甲方应当保证其所提供商品的质量符合本合同或订单约定的质量标准；甲方提供有关商品质量说明的，应当符合该说明的质量要求。质量要求不明确的，按照国家标准、行业标准履行；无国家标准、行业标准的，按照通常标准或者符合合同目的的特定标准履行。

## 二、代理人

1. 本合同代理人在其主管的业务环节中所签署的各种文件、单据，作为双方签订、履行合同的有效凭证。

2. 双方如变更或撤换代理人，应当以书面形式提前7日通知对

方，委派和撤换代理人的通知书作为本合同附件。

### 三、订货

2. 订单应当明确商品的名称、生产厂名和厂址、规格、计量单位、品牌、质量、产地、数量、单价、交货时间、交货地点等具体内容。

3. 甲方收到订单后应当在24小时内对能否接受订单予以明确答复，答复形式同订单形式一致；不予答复的，视为不接受订单。如答复中对订单具体内容有修改的，乙方应当在24小时内表示是否接受，乙方不接受则视为订单无效；乙方不予答复的，视为接受修改的订单。

4. 订单及订单答复以电子网络为传输载体的，应当发送至本合同指定的网址或电子邮箱；以传真、订货合同等书面文字为载体的，应当加盖订货单位公章或代理人签字，方为有效。

### 四、交货及验收

1. 甲方应当将订单列明的商品，按照约定的时间、运输方式交付到乙方指定地点。

2. 商品的所有权自交付时起转移给乙方，商品毁损、灭失的风险也自交付时起由乙方承担。

3. 乙方应当妥善安排工作人员在到货后 2小时内按照订单对商品的种类、规格、产地、数量、包装等进行初步验收，并出具收货凭证；如商品不符合本合同及订单要求的，可以拒绝接收。对于特殊情况下无法在 2小时内验收完毕的，应当出具收货待验收凭证，同时告知验收完毕的具体时间。

4. 乙方对于已经验收的商品发现存在内在质量问题，应当在质量保证期内提出，无质量保证期的在收货后24个月内提出，

否则视为商品质量符合约定。供应商知道或者应当知道所提供商品不符合约定的，不受前述提出异议时间的限制。

质量异议应当以书面形式向甲方提出，甲方应当在收到异议后的日内予以书面答复，否则视为认可。

## 五、商品促销

1. 乙方可以根据企业经营战略制定商品促销计划，以加速商品的周转和销售。

2. 甲方可以根据自身产品状况，有选择地参加促销活动，同时向乙方支付促销服务费用或者给予商品价格优惠。

3. 双方应当就促销方式、促销期间、乙方所提供的服务内容、甲方支付的服务费用及支付办法等具体事宜，另行签订《促销服务协议》。

## 六、商品退换

1. 双方在确定商品价格时，应当对商品退换、损耗问题予以充分考虑。甲方选择的退换货类型为\_\_\_\_\_：

2. 在选择有条件退换货的前提下，为了保持乙方合理库存，且有利于商品周转，双方同意：

在第\_\_\_\_\_种条件时甲方同意更换商品：

(1 )残、次品 (2)滞销、过季商品 (3)其他

在第\_\_\_\_\_种条件时，甲方接受乙方退货：

(1 )残、次品 (2)滞销、过季商品 (3)其他

对于存在保质期、有效期的商品，乙方应当在保质期、有效



期尚存 3 的期限内提出退换货。

3. 乙方退换货应当向甲方发出书面退换货通知，甲方应当于收到后5日内对所退换商品进行核实并书面确认， 0日内负责更换或者收回所清退商品。逾期不答复或书面确认后未在 0 日内负责更换或者收回所清退商品的，乙方有权自行处置该商品，并在对账结算时予以扣除。

## 七、对账与结算

1. 双方确认的结算方式为：

(1 ) 预付货款 (2) 货到付款 (3) 铺货后按结算周期付款，铺货期为\_\_\_\_\_日

2. 采用第 条第 (3) 种方式结算的，双方应当在本合同中明确对账及结算周期。

(1 ) 按照商品的销售周期，甲乙双方确认的对账周期为：每月\_\_\_\_\_次，具体对账日期为每月\_\_\_\_\_日。对账日前3日，甲方应当按照进货、销售、退货等清单载明的数量及数额向乙方提供《商品对账单》，乙方持相关单据进行核对，核对无误后签字确认；无故不确认的，视为认可《商品对账单》的内容。

(2) 双方确认的结算周期为：

a 0日 b 5日 c 30日 d 45日 e 其他

3. 如因商品种类不同，确定的对账周期、结算周期不同，可就具体商品的对账周期、结算周期或者其他的对账、结算办法另行制作本协议附件或在《附件一》中列明。

5. 双方确定的付款方式为：(1 ) 现金 (2) 转账支票 (3) 电汇 (4)

## 八、知识产权的保护

甲方应当保证其所提供的商品不存在任何知识产权的瑕疵。如因甲方或其供应商侵犯第三方的专利权、商标专用权、著作权、商业秘密或其他权益产生争议，给乙方造成经济损失时，甲方应当承担全部责任并承担因此发生的各种费用。

## 九、违约责任

1. 甲乙双方均应当全面履行本合同的约定，一方违约给另一方造成损失的，应当承担赔偿责任。

2. 甲方未按照已经确认的订单内容发货，应当负责更换或补足；造成交货延迟的，每延迟 日应当支付延迟交货金额万分之五的违约金；延迟3日以上的，除支付违约金外，乙方有权取消该批次订单；累计5次延迟交货的，乙方有权解除本合同。

3. 乙方未按照合同约定的期限结算的，每延迟 日，应当按日支付应当结算金额万分之五的违约金；延迟30日以上的，除支付违约金外，甲方有权解除合同。

4. 由于甲方商品质量问题导致消费者退货或者乙方受到有关政府部门查处，甲方应当积极参与调查处理并赔偿因此给乙方造成的全部经济损失；情节严重给乙方商誉造成严重损害的，乙方有权解除本合同。

## 十、合同的解除

1. 任何一方非因对方违约提出解除本合同，均应当提前30日以书面形式通知对方，合同自双方协商确定的日期解除。因甲方违约而解除合同的，已经支付的各种促销服务费用乙方不予返还；因乙方违约而解除合同的，应当按照合同实际履行期的比例向甲方退还已经收取的各种促销服务费用。

2. 任何一方出现如下情形时，另一方有权无需预先告知即以书面通知的方式解除本合同，合同自通知送达之日解除。乙方提出解除合同的，已经收取的各种促销服务费用不予返还；甲方提出解除合同的，乙方应当按照合同实际履行期的比例向甲方退还已经收取的各种促销服务费用：

(1) 存在本合同第九条第2、3、4款约定的严重违约行为时；

(4) 未经他方同意，把本合同的权利或义务全部或部分转让给第三方的；

(5) 增值税一般纳税人资格被取消时。

3. 合同解除后，双方仍应当按照本合同第七条约定的方式进行对账和结算。

## 十一、合同期限

1. 本合同有效期自\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日起至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止，共\_\_\_\_\_年。

2. 合同期满前 个月，如双方同意继续合作，应重新签订新的合同；如未签订新的合同，乙方仍然下达订单且甲方接受的，视为原合同自动顺延 年。

## 十二、争议解决方式

本合同项下发生的争议，双方应当协商解决；协商不成的，按照以下第 种方式处理：

(1) 向\_\_\_\_\_人民法院提起诉讼；

(2) 向\_\_\_\_\_仲裁委员会申请仲裁。

## 十三、其他

1. 本合同涉及的通知，应当以书面形式确认，并在通知方通过邮局以挂号信、特快专递等形式寄达本合同约定地址或被通知方工作人员签收后，视为送达。
2. 本合同附件为合同的有效组成部分，按照双方约定的解释顺序进行解释。
3. 本合同的变更和补充，双方应当另行签订补充协议。
4. 本合同经双方法定代表人或其代理人签署并加盖单位公章或合同专用章后生效。
5. 本合同一式 份，双方各执 份，具有同等法律效力。

签约代表：\_\_\_\_\_ 签约代表：\_\_\_\_\_

电话/传真：\_\_\_\_\_ 电话/传真：\_\_\_\_\_

电子邮件：\_\_\_\_\_ 电子邮件：\_\_\_\_\_

开户银行/账号：\_\_\_\_\_ 开户银行/账号：\_\_\_\_\_

签字日期：\_\_\_\_\_ 签字日期：\_\_\_\_\_

## 商品进货心得体会篇五

商品进货是商家经营过程中至关重要的环节之一。一方面，合理进货可以保证商品的及时供应，满足顾客需求，提高销售额；另一方面，进货不慎可能导致滞销问题，造成库存积压和资金损失。因此，对于商家来说，选择合适的进货渠道、合理的进货数量以及时刻关注市场动态都是十分重要的。

第二段：寻找可靠的进货渠道

寻找可靠的进货渠道是保证商品质量和供货稳定的关键。首先，可以通过与一些知名供应商建立稳定的合作关系来确保供货。这些供应商通常有良好的声誉，并且能提供高质量的产品。其次，可以通过参加一些行业展会、供应商研讨会等途径，寻找新的供应商，并进行合作试用。最后，通过在电商平台上搜索和筛选，可以发现一些评价良好、信誉高的供应商。综合考虑供货能力、价格、质量等因素，选择合适的进货渠道。

### 第三段：合理把握进货数量

合理把握进货数量是确保供应充足但不过剩的关键。首先，要根据过去的销售数据和市场需求进行分析，了解商品的销售规律和季节性变化。其次，要考虑供应商的供货能力和速度，避免进货过多导致库存积压。最后，要做好销售预测，并定期与供应商进行沟通，及时调整进货数量，以确保销售和库存之间的平衡。

### 第四段：关注市场动态和顾客反馈

关注市场动态和顾客反馈是进货的重要环节之一。通过关注市场行情、竞争对手的动向以及顾客的需求变化，可以得知市场上的热销产品和潜在热门趋势，从而指导进货。同时，及时收集顾客的反馈和建议，了解他们对产品的喜好和需求，可以根据顾客的反馈进行进货调整，以适应市场需求的变化。

### 第五段：总结经验并不断改进

进货是一个不断学习和改进的过程。商家应该总结自己的经验教训，对进货工作中的不足和错误进行反思，并根据反馈信息进行调整。同时，可以参考一些行业杂志、市场报告等，保持对市场趋势的敏感度，以及时调整进货策略。此外，与同行业的同行进行交流与合作，分享经验、学习新知识，也是改进进货工作的有效途径。

在商品进货中，选择合适的进货渠道、把握进货数量、关注市场动态和顾客反馈，并不断总结经验和改进，是确保商品供应充足、销售顺利的关键所在。只有通过科学的方法和经验总结，才能在商业竞争中脱颖而出，在市场中不断发展壮大。

## 商品进货心得体会篇六

甲方（供应商）：

乙方（零售商）：

根据《民法典》及其他有关法律、行政法规的规定，甲、乙双方遵循平等、自愿、公平和诚实信用的原则，就商品进货代销事宜协商订立本合同。

本合同可适用于乙方总部及其在北京行政区划范围内开设的连锁门店或关联公司（拥有独立法人资格的连锁门店或关联公司就签订及履行本合同的授权书作为本合同的附件），具体包括：

### 一、代销商品

1、代销商品的种类、品名、品牌、规格、生产厂名及厂址、等级、质量标准、包装要求、计量单位及单价等详见本合同附件一《代销商品清单》。

2、甲方在本合同签订时，应当提供营业执照、税务登记证等自身主体资格的证明，同时提交有关商品生产、代理、批发、进口及专项经营等许可或证明文件。

3、上述商品价格已经双方确认，如因原材料价格、生产经营成本、市场供求关系等变化导致合同期内商品价格变化，要求价格变动一方应当提前书面通知对方，经对方书面确认后



(1) 乙方电子商务平台 (2) 电子邮件 (3) 传真 (4) 订货合同 (5) 其他2、订单应当明确商品的名称、生产厂名和厂址、规格、计量单位、品牌、质量、产地、正规条形码、数量、单价、交货时间、交货地点等具体内容。

3、甲方收到订单后如不能接受，应当在小时内予以明确答复，答复形式同订单形式一致；不予答复的，视为接受订单。如答复中对订单实质内容有修改的，乙方应当在小时内表示是否接受，乙方表示不接受则视为订单无效；乙方不予答复的，视为接受修改的订单。

4、订单及订单答复以电子网络为传输载体的，应当发送至本合同指定的网址或电子邮箱；以传真、订货合同等书面文字为载体的，应当加盖订货单位公章或代理人签字，方为有效。

#### 四、交货及验收

1、甲方应当将订单列明的商品，按照约定的时间、运输方式交付到乙方指定地点。

2、乙方应当妥善安排工作人员在到货后及时按照订单对商品的种类、规格、产地、数量、包装等进行初步验收，并出具收货凭证；如商品不符合本合同及订单要求的，可以拒绝接收。如乙方无法在到货后的小时内验收完毕的，应当向甲方出具收货待验收凭证，同时告知验收完毕的具体时间。

#### 五、商品促销

1、乙方可以根据企业经营战略制定商品促销计划，以加速商品的周转和销售。

2、甲方可以根据自身产品状况，有选择地参加促销活动，同



时向乙方支付促销服务费用或者以折扣等方式给予商品价格优惠。

3、双方应当就具体的促销方式、促销期间、乙方所提供的服务内容、甲方支付的服务费用、折扣及支付办法等具体事宜，另行签订《促销服务协议》作为本协议附件三。

## 六、商品的保管与退换

1、商品的所有权在销售至终端消费者之前归属于甲方所有，但是乙方在代销期间应当妥善保管代销商品。双方确定代销商品的合理损耗率为商品总数量的 %，乙方因保管不当造成的商品灭失、毁损的损耗率超过约定比例的，乙方应当就超出部分承担赔偿责任。

2、乙方对于已经验收的商品发现存在内在质量问题，应当在质量保证期内提出，无质量保证期的在收货后24个月内提出，否则视为商品质量符合约定。甲方知道或者应当知道所提供商品不符合约定的，不受前述提出异议时间的限制。对于存在质量问题的商品，甲方应当予以退换货。质量异议应当以书面形式向甲方提出，甲方应当在收到异议后的10日内予以书面答复，否则视为认可。

3、甲方应当允许乙方就过季商品提出退换货。但是对于存在保质期、有效期的商品，乙方应当在保质期、有效期尚存1/3以上的期限中提出。

4、乙方退换货应当向甲方发出书面退换货通知，甲方应当于收到通知后 日内对所退换商品进行核实并书面确认，日内负责更换或者收回所清退商品。逾期不答复或书面确认后未在 日内更换或者收回所清退商品的，甲方同意乙方按照□a□降价处理b□退货，乙方承担运费c□自行销毁d□其他： )方式处置该商品，因此所造成的损失由甲方承担。

## 七、对账与结算

- 1、乙方应当保证将代销商品的货款专户存储，并不得挪作他用。
- 2、代销商品的结算在商品销售至终端消费者后进行，乙方应当每\_\_\_\_\_（日/周/月）为甲方提供商品销售清单一份。
- 3、按照商品的销售周期，甲乙双方确认的具体对账日为每月\_\_\_\_\_日，乙方应当在该日的工作时间内安排工作人员同甲方业务人员进行账务核对。对账时双方应当核对的原始单据包括：商品订单、甲方出具的送货/出库单、乙方出具的入库/验收单、退换货单据以及促销费用单据。根据对账结果，乙方出具《商品对账单》（附件四）经双方代理人签字确认后作为结算依据。

## 商品进货心得体会篇七

供应商：\_\_\_\_\_

零售商：\_\_\_\_\_

### 使用说明

#### 一、适用范围

本合同适用于我市行政区域内具有商业零售性质的超市、大型超市、仓储式会员店及便利店与供应商之间就商品进货代销事宜确立的合同关系。

#### 二、词语定义

除双方另有约定外，本合同中下列词语应当具有本条所赋予

的定义：

1. 商品代销：是指零售商接受供应商的委托，代理销售商品并按照所代销商品的销售数量和金额向供应商进行结算，同时收取佣金的交易模式。
2. 零售商：是指直接面向终端消费者提供商品及相应服务的企业法人、其他组织及自然人。
3. 供应商：是指与零售商建立商品代销关系，委托零售商出售商品，并向零售商支付佣金的企业法人、其他组织及自然人。
4. 代理人：是指在本合同履行过程中，有权代表供应商或零售商处理订货、验收、入库、销售、退换货、结算等各个环节相关事宜的授权代表。
5. 订货：是指本合同有效期内，零售商按照本合同约定的原则、流程和方式，要求供应商提供约定代销商品的活动。
6. 促销服务费用：是指本合同有效期内，供应商因零售商为商品代销提供各种形式的促销服务所应当支付的费用，包括零售商以提供销售渠道、宣传服务等名义所收取的佣金之外的全部费用及供应商给予的商品价格折扣。
7. 对账：是指供应商与零售商之间就代销商品订货、入库、退货、库存、促销服务费等数量和金额进行核对的行为。
8. 对账日：是指供应商按照本合同及订单约定向零售商提供代销商品后，零售商所指定的某一类商品供应商有规律的核对账目的日期。
9. 结算：是指零售商根据对账后确定的所代销商品的售出数量、金额、促销费用等，向供应商支付货款并收取佣金的行

为。

10. 结算方式：是指供应商与零售商协商确定的有规律的结账并支付货款的各种方式。

11. 月结：是结算方式的一种，指零售商按照约定月龄期间代销供应商商品的数量、金额，间隔一定周期后进行该月龄货款结算的方式。

12. 月龄：是指供应商与零售商共同约定的按月结算中“月”的起止期限。

14. 滚动结算：是结算方式的一种，指零售商按照一定期限内代销供应商商品的数量、金额不断滚动进行结算的方式。

15. 滚动结算周期：是指零售商开始代销供应商提供商品至第一次办理结算的期限，以后的结算依此周期滚动计算。

### 三、合同文件及组成

1. 合同文件应当能够相互解释，互为说明。组成本合同的文件如下：

(1) 本合同

(2) 代销商品清单

(3) 双方代理人授权或撤换文书

(4) 促销服务协议

(5) 订单及订单确认

(6) 商品价格变动文件

(7) 商品交付或验收、入库文件

(8) 商品退换货文件

(9) 商品对账文件

(10) 商品样品及各种附随文件

(11) 其他文件

3. 上述文件形式不限于双方文字协议、通知、信函、传真等，包括零售商通过销售库存微机网络管理系统打印的各种交易、对账记录。

## 北京市商品代销合同

甲方(供应商): \_\_\_\_\_

乙方(零售商): \_\_\_\_\_

根据《中华人民共和国民法典》及其他有关法律、行政法规的规定，甲、乙双方遵循平等、自愿、公平和诚实信用的原则，就商品进货代销事宜协商订立本合同。

本合同可适用于乙方总部及其在北京行政区划范围内开设的连锁门店或关联公司(拥有独立法人资格的连锁门店或关联公司就签订及履行本合同的授权书作为本合同的附件)，具体包括：

### 一、代销商品

1. 代销商品的种类、品名、品牌、规格、生产厂名及厂址、等级、质量标准、包装要求、计量单位及单价等详见本合同附件一《代销商品清单》。

2. 甲方在本合同签订时，应当提供营业执照、税务登记证等自身主体资格的证明，同时提交有关商品生产、代理、批发、进口及专项经营等许可或证明文件。

3. 上述商品价格已经双方确认，如因原材料价格、生产经营成本、市场供求关系等变化导致合同期内商品价格变化，要求价格变动一方应当提前书面通知对方，经对方书面确认后方可调价。价格变动自双方确认的调价日期起生效，适用于该日期后的新订单。

4. 乙方对本合同中所列商品特别指定原料或样式等专门条件时，需在签订本合同的同时向甲方提交指示说明书或样式说明书。

5. 甲方所提供商品的外包装应当符合中华人民共和国相关法律法规的规定，用中文标明产品名称、生产厂厂名与厂址、规格、等级、采用的产品标准、质量检验合格证明、使用说明、生产日期和安全使用期或者失效期、警示标志及其他说明等。商品应当使用正规条形码，以便于pos机识别；无条形码的商品应当在附件一中说明，同时向乙方购买内部条形码贴于商品外包装上。

6. 甲方应当保证其所提供商品的质量符合本合同或订单约定的质量标准；甲方提供有关商品质量说明的，应当符合该说明的质量要求。质量要求不明确的，按照国家标准、行业标准履行；无国家标准、行业标准的，按照通常标准或者符合合同目的的特定标准履行。

## 二、代理人

1. 本合同代理人在其主管或被授权的业务环节中所签署的各种文件、单据，作为双方签订、履行合同的有效凭证。

2. 双方如变更或撤换代理人，应当以书面形式提前\_\_\_\_\_日通

知对方，委派和撤换代理人的通知书作为本合同附件二。

### 三、订货

1. 乙方向甲方订货，应当提前\_\_\_\_\_小时发出订单，双方约定的订单形式为：

(1)乙方电子商务平台 (2) 电子邮件 (3) 传真 (4) 订货合同 (5) 其他

2. 订单应当明确商品的名称、生产厂名和厂址、规格、计量单位、品牌、质量、产地、正规条形码、数量、单价、交货时间、交货地点等具体内容。

3. 甲方收到订单后如不能接受，应当在\_\_\_\_\_小时内予以明确答复，答复形式同订单形式一致；不予答复的，视为接受订单。如答复中对订单实质内容有修改的，乙方应当在\_\_\_\_\_小时内表示是否接受，乙方表示不接受则视为订单无效；乙方不予答复的，视为接受修改的订单。

4. 订单及订单答复以电子网络为传输载体的，应当发送至本合同指定的网址或电子邮箱；以传真、订货合同等书面文字为载体的，应当加盖订货单位公章或代理人签字，方为有效。

### 四、交货及验收

1. 甲方应当将订单列明的商品，按照约定的时间、运输方式交付到乙方指定地点。

2. 乙方应当妥善安排工作人员在到货后及时按照订单对商品的种类、规格、产地、数量、包装等进行初步验收，并出具收货凭证；如商品不符合本合同及订单要求的，可以拒绝接收。如乙方无法在到货后的\_\_\_\_\_小时内验收完毕的，应当向甲方出具收货待验收凭证，同时告知验收完毕的具体时间。

## 五、商品促销

1. 乙方可以根据企业经营战略制定商品促销计划，以加速商品的周转和销售。
2. 甲方可以根据自身产品状况，有选择地参加促销活动，同时向乙方支付促销服务费用或者以折扣等方式给予商品价格优惠。
3. 双方应当就具体的促销方式、促销期间、乙方所提供的服务内容、甲方支付的服务费用、折扣及支付办法等具体事宜，另行签订《促销服务协议》作为本协议附件三。

## 六、商品的保管与退换

1. 商品的所有权在销售至终端消费者之前归属于甲方所有，但是乙方在代销期间应当妥善保管代销商品。双方确定代销商品的合理损耗率为商品总数量的\_\_\_\_\_%，乙方因保管不当造成的商品灭失、毁损的损耗率超过约定比例的，乙方应当就超出部分承担赔偿责任。
2. 乙方对于已经验收的商品发现存在内在质量问题，应当在质量保证期内提出，无质量保证期的在收货后\_\_\_\_\_个月内提出，否则视为商品质量符合约定。甲方知道或者应当知道所提供商品不符合约定的，不受前述提出异议时间的限制。对于存在质量问题的商品，甲方应当予以退换货。

质量异议应当以书面形式向甲方提出，甲方应当在收到异议后的\_\_\_\_\_日内予以书面答复，否则视为认可。

3. 甲方应当允许乙方就过季商品提出退换货。但是对于存在保质期、有效期的商品，乙方应当在保质期、有效期尚存\_\_\_\_以上的期限中提出。



4. 乙方退换货应当向甲方发出书面退换货通知，甲方应当于收到通知后\_\_\_\_日内对所退换商品进行核实并书面确认，\_\_\_\_日内负责更换或者收回所清退商品。逾期不答复或书面确认后未在\_\_\_\_日内更换或者收回所清退商品的，甲方同意乙方按照\_\_\_\_(a.降价处理 b.退货，乙方承担运费 c.自行销毁 d.其他\_\_\_\_)方式处置该商品，因此所造成的损失由甲方承担。

## 七、对账与结算

1. 乙方应当保证将代销商品的货款专户存储，并不得挪作他用。

2. 代销商品的结算在商品销售至终端消费者后进行，乙方应当每\_\_\_\_(日/周/月)为甲方提供商品销售清单一份。

3. 按照商品的销售周期，甲乙双方确认的具体对账日为每月\_\_\_\_日，乙方应当在该日的工作时间内安排工作人员同甲方业务人员进行账务核对。对账时双方应当核对的原始单据包括：商品订单、甲方出具的送货/出库单、乙方出具的入库/验收单、退换货单据以及促销费用单据。根据对账结果，乙方出具《商品对账单》(附件四)经双方代理人签字确认后作为结算依据。

乙方逾期不予对账的，甲方可依据上述对账单据出具《商品对账单》，交乙方确认；乙方收到后\_\_\_\_日内既不确认又不提出异议的，视为认可《商品对账单》的内容。

4. 双方确认的结算方式及结算周期为：

(1) 月结\_\_\_\_日(本合同“月龄”的起始时间为□a.当月\_\_\_\_日至末日b.当月\_\_\_\_日至次月\_\_\_\_日；空白处填写的日历天数为“月结间隔周期”)

(2)滚动结算\_\_\_\_\_日(空白处填写的日历天数为“滚动结算周期”)

5.如因商品种类不同,确定的对账日、结算方式或结算周期不同,可就具体商品的对账日、结算方式及结算周期另行制作附件或在附件一中列明。

6.乙方应当尽力建立顺利、便捷、无障碍的结算机制。甲方可在约定的结算周期届满后,持《商品对账单》及相应数额增值税发票要求乙方足额支付货款。

## 八、知识产权的保护

甲方应当保证其所提供的商品不存在任何知识产权的瑕疵。如因甲方或其供应商侵犯第三方的专利权、商标专用权、著作权、商业秘密或其他权益产生争议,给乙方造成经济损失时,甲方应当承担全部责任以及因此发生的各种费用。

## 九、反对商业贿赂

甲乙双方应当坚持诚实信用、公平交易的商业原则,建立健全内部管理制度,加强对员工的管理和教育,对任何商业贿赂和其他不正当交易行为均应共同予以抵制,同时有义务向对方提供相应的信息和证据。

## 十、违约责任

1.甲乙双方均应当全面履行本合同的约定,一方违约给另一方造成损失的,应当承担赔偿责任。

2.甲方未按照已经确认的订单内容发货,应当负责更换或补足;造成交货延迟的,每延迟\_\_\_\_日应当支付延迟交货金额\_\_\_\_的违约金;延迟\_\_\_\_日以上的,除支付违约金外,乙方有权取消该批次订单;累计\_\_\_\_次延迟交货的,乙方有权

解除本合同。

3. 己方未按照合同约定的期限结算的，每延迟\_\_\_\_日，应当按日支付应当结算金额\_\_\_\_的违约金；延迟\_\_\_\_日以上的，除支付违约金外，甲方有权解除合同。

4. 由于甲方提供的商品存在质量问题导致消费者退货或者乙方受到有关政府部门查处，甲方应当积极参与调查处理并赔偿因此给乙方造成的全部经济损失；情节严重给乙方商誉造成严重损害的，乙方有权解除本合同。

5. 由于乙方保管不当造成的商品质量问题导致消费者退货或者甲方受到有关政府部门查处，乙方应当积极参与调查处理并赔偿因此给甲方造成的全部经济损失；情节严重给甲方商誉造成严重损害的，甲方有权解除本合同。

## 十一、合同的中止和解除

1. 任何一方非因对方违约提出解除本合同，均应当提前\_\_\_\_\_日以书面形式通知对方，合同自双方协商确定的日期解除。

2. 任何应当先履行本合同义务的一方，有确切证据证明对方有下列情形之一的，可以中止本合同的履行：

(1) 经营状况严重恶化；

(2) 转移财产、抽逃资金，以逃避债务；

(3) 丧失商业信誉；

(4) 有丧失或者可能丧失履行债务能力的其他情形。

一方依照上述约定中止履行的，应当及时通知对方。对方提供适当担保时，应当恢复履行。中止履行后，对方在\_\_\_\_\_日

内未恢复履行能力并且未提供适当担保的，中止履行的一方可以解除合同。

3. 任何一方出现如下情形时，另一方有权无需预先告知即以书面通知的方式解除本合同，合同自通知送达之日解除。

(1) 存在本合同第十条第2. 3. 4. 5款约定的严重违约行为时；

(3) 申请破产、进入清算程序；

(4) 未经他方同意，把本合同的权利或义务全部或部分转让给第三方的；

(5) 增值税一般纳税人资格被取消时。

#### 4. 合同解除后财、物的处理

合同解除或终止后，双方仍应当按照本合同第七条约定的方式进行对账与结算。

除代销商品的货款外，对于乙方已经收取的整个合同期内的各种促销服务费用，应当按照合同实际履行期的比例向甲方返还。乙方可留存该结算期内结算数额\_\_\_\_\_的货款作为代销商品质量保证金，自合同解除之日起\_\_\_个月内如甲方产品不存在质量问题，保证金则应当退还甲方，如存在质量问题，保证金用以抵扣乙方受到的损失。

乙方处的剩余货物在对账后由甲方在\_\_\_日内负责收回，\_\_\_日内因甲方原因不收回的，甲方同意乙方按照\_\_\_(a.降价处理 b.退货，乙方承担运费 c.自行销毁 d.其他：\_\_\_\_\_)方式处置该商品，因此所造成的损失由甲方承担。

## 十二、合同期限

1. 本合同有效期自\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日起至\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日止，共\_\_\_\_年\_\_\_\_个月。

2. 合同期满前\_\_\_\_个月，如双方同意继续合作，应重新签订新的合同；如未签订新的合同，乙方仍然下达订单且甲方接受的，视为原合同自动顺延\_\_\_\_年。

### 十三、争议解决方式

本合同项下发生的争议，双方应当协商解决；协商不成的，按照以下第\_\_\_\_种方式处理：

1. 向\_\_\_\_\_人民法院提起诉讼；

2. 向\_\_\_\_\_仲裁委员会申请仲裁。

### 十四、其他

1. 本合同涉及的通知，应当以书面形式确认，并在通知方通过邮局以挂号信、特快专递等形式寄达本合同约定地址或被通知方工作人员签收后，视为送达。

2. 本合同附件为合同的有效组成部分，按照双方约定的解释顺序进行解释。

3. 本合同的变更和补充，双方应当另行签订补充协议。

4. 本合同经双方法定代表人或其代理人签署并加盖单位公章或合同专用章后生效。

5. 本合同一式\_\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_\_份，具有同等法律效力。

法定代表人：\_\_\_\_\_法定代表人：\_\_\_\_\_

电话/传真：\_\_\_\_\_电话/传真：\_\_\_\_\_

开户银行/账号：\_\_\_\_\_开户银行/账号：\_\_\_\_\_

签字日期：\_\_\_\_年\_\_月\_\_日 签字日期：\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

## 商品进货心得体会篇八

在学习商品学之前，对“商品”的概念仅仅停留在纸面上，去超市买的，市场买的，凡是能用钱买到的都是商品。直到高中，对商品有了一个概念性的认识：商品，用于交换的劳动产品，社会发展到一定阶段的产物。到此时，才对所谓的产品有了初步的认识。

知道学习了商品学，对商品的概念有了进一步的细分，从中分出了好多更细的概念，使我的认识有了进一步的深入。

商品是经济的起点，商品学是经济学的基础，它为发展商品经济服务。从商品学的认知了解了商品学的形成与发展，以及商品学的三大学派及各派的主张，还有商品学研究的对象和任务和学习商品学的作用和意义；在商品了解与介绍中了解到了生活中常见商品的一些常识和一些商品介绍的要点，同时也要求我们要掌握一点商品介绍文案写作；在商品与环境这个环节了解到商品生产与资源问题、环境保护之间的关系，同时也了解了可持续发展和绿色发展的内涵，了解了企业的绿色战略、绿色营销，也掌握了绿色认证和绿色标志的相关知识；在商品分类管理方面了解了商品分类概念、作用、原则和方法，掌握商品分类标志的选用标准。

了解到商品目录和商品代码的概念、种类，掌握企业商品目录的制定方法和商品代码的编制方法，也了解到了条码的种类及申请以及商品的分类管理；在商品质量管理方面了解了商品质量的构成要素和商品质量特征和食品商品、纺织商品、日用工业品的质量基本要求主张以及商品学研究的对象和任

务，了解了商品质量方法和质量管理；在商品包装管理环节了解了商品包装的概念、功能及商品包装的分类和常用的包装材料 and 商品包装材料的选取，以及商品包装的要求和商品包装策略，还有商品包装的技术与商品包装的标志和商品商标的设计与申请；通过商品养护管理的学习了解到了商品的质量变化、影响商品质量变化的因素，商品的养护管理以及仓库管理的内容和流程和仓库管理制度及仓库管理作业中应注意的问题；学习了商品标准后对商品标准的分类和级别，标准的内容，标准商品制定、复审程序和商品标准化的概念、内容及意义和作用有了一定的了解；通过商品检验这一章的学习了解了商品标准的概念、分类及依据还有商品检验程序和内容和检验方法与商品品级的划分；在商品认证这一环节了解到商品监督概念、种类和形式以及商品质量监督体系。

对产品质量认证的类型和程序与我国的质量认证工作和相关质量认证申请有了一定的认识；在商品选购方面对一些常见商品基本常识和商品选购常识的认识有了进一步深入的了解；假冒伪劣充斥着市场，随时都与我们的生活发生交集，所以假冒伪劣商品识别变得格外重要，了解假冒商品和伪劣商品的区别与联系、特征和危害，掌握假冒伪劣商品的鉴别方法使我的鉴别能力有了一定程度的提高；当然，作为一名消费者，当权益受到侵害时，维护自己的合法权益是至关重要的，在消费者权益保护这一章熟悉了有关消费者权益保护法规，了解了有关消费者权益和经营者的义务以及消费者权益保护的实现途径，学习了这些，对我真是受益匪浅。

商品是一个大的范畴，所以这里面包含的知识是相当多的，在生活中几乎每天都要和商品打交道，学习了商品学，深化了我对商品的认识，以及相关其它方面的了解，对我帮助很大。