

高职教育创新系列教材

商品学概论



主 编 苏艳芳
副主编 杨 洁 刘 军

SHANGPINXUE
GAILUN

 中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

高职教育创新系列教材

商品学概论

主 编 苏艳芳

副主编 杨 洁 刘 军

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商品学概论 / 苏艳芳主编. —北京: 中国财富出版社, 2014. 6

(高职教育创新系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 5157 - 7

I. ①商… II. ①苏… III. ①商品学—高等职业教育—教材 IV. ①F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 057210 号

策划编辑 寇俊玲

责任编辑 杨银旗 张 娟

责任印制 何崇杭

责任校对 梁 凡

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼

电 话 010 - 52227568 (发行部)

010 - 68589540 (读者服务部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 5157 - 7 / F · 2127

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 14.75

字 数 265 千字

邮政编码 100070

010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 52227588 转 305 (质检部)

版 次 2014 年 6 月第 1 版

印 次 2014 年 6 月第 1 次印刷

定 价 34.00 元



前 言

随着世界经济的迅速发展和人民生活水平的提高,商品学知识在现代营销、物流运作及国际贸易等领域中的作用日趋重要。在经济全球化的环境下,企业必须掌握商品的属性和特征以及消费者对商品的真正需要,方能有效增强企业竞争力。

编者依照教育部有关高职高专教育的定位以及人才培养方案的要求,结合商品学研究领域的最新进展,在充分考虑学生实际需求的基础上编写了本教材。本教材力求以职业能力标准为依据,以工作过程为导向来创新编写模式。将职业标准与基于商品相关的工作过程相结合来进行工作任务的划分,通过任务驱动,让学生了解工作流程、工作方法和技能,掌握相应的知识目标和技能目标。

希望通过本书的学习,学生可以初步掌握商品学的基础理论和基本技能,为学好各门专业课以及从事经营管理工作奠定基础。

本教材具有以下特点:

内容精选。在教材内容的组织上,遵循“实用为主,够用为度,以应用为目的”的原则,结合教学要求对内容进行了精选。扩充“实务”与“练习”,增加了医药商品学的相关内容,尤其适合医药营销方向的人士选用。

案例丰富。本教材在每个模块中均配有与内容相关的案例,通过这些案例的学习,学生可以更好的掌握每章的知识点。

理论与实践的结合。本书的编者是来自于职业教育一线的具有丰富教学经验的教师,因此本书能在紧扣商品学理论知识的同时,注重实践技能的传授和演练,让读者边学边练,学以致用。

本教材由苏艳芳担任主编,制定了编写大纲,负责全书的总体设计。杨洁编写了模块一、模块二、模块四,刘军编写了模块三、模块六、模块七,张宣编写模块五。

本教材在编写过程中,博采众家之长,参阅了相关专家、学者的论著,引



用了不少精辟的观点和见解，并得到了中国财富出版社的大力支持，在此一并表示衷心的感谢！

商品学是一门涉及面广、实践性强的综合性课程，由于编者水平有限，书中疏漏与不妥之处在所难免，敬请有关专家和读者批评指正。

编 者

2014年5月

目 录

上篇 商品基础知识

模块一 走进商品	(3)
任务一 了解商品与商品学的基本理论	(4)
一、商品的概念和构成	(4)
二、商品学研究对象和内容	(5)
三、商品学的产生与发展	(6)
任务二 了解商品、资源和环境的关系	(7)
一、商品、资源与环境	(8)
二、绿色产品的设计、生产与包装	(10)
模块二 商品分类	(22)
任务一 了解商品分类的概念、作用与原则	(24)
一、商品分类的含义	(24)
二、商品分类的作用	(26)
三、商品分类的原则	(27)
任务二 掌握商品分类的标志和方法	(27)
一、商品分类的标志	(27)
二、商品分类的方法	(31)
任务三 了解商品编码和目录	(32)
一、商品代码及其类型	(33)
二、商品编码	(34)
三、商品目录	(40)



任务四	认识商品条码	(41)
一、商品条码概述	(41)	
二、常用的商品条码的分类	(44)	
模块三	商品成分、结构和性质	(56)
任务一	食品商品	(57)
一、食品的营养成分	(57)	
二、食品商品的卫生与食品安全	(66)	
任务二	纺织品商品	(71)
一、纺织品概述	(71)	
二、纺织品的构成成分	(71)	
三、纺织品的质量及使用	(73)	
任务三	日用工业品	(77)
一、塑料的概念、组成、代表制品	(77)	
二、洗涤用品	(83)	
三、玻璃制品	(90)	
四、日用陶瓷制品	(91)	
任务四	医药商品	(91)
一、医药商品的概念、分类和特性	(91)	
二、药品	(93)	
三、医疗器械	(100)	
四、保健品	(101)	
五、其他医药商品	(102)	

下篇 商品质量

模块四	商品质量与商品标准	(109)
任务一	了解商品质量的基本要求	(110)
一、质量与商品质量的概念与构成	(110)	
二、商品质量的特性	(112)	
三、常见商品质量的基本要求	(113)	



任务二 了解影响商品质量的主要因素	(117)
一、生产过程中影响商品质量的因素	(118)
二、流通过程中影响商品质量的因素	(119)
三、使用过程中影响商品质量的因素	(119)
任务三 熟悉商品质量管理	(120)
一、商品质量管理的概念	(120)
二、商品质量管理的发展	(120)
三、全面质量管理的 PDCA 循环法	(124)
任务四 熟悉商品标准的概念和分级	(126)
一、商品标准的概念与构成	(126)
二、商品标准的分类	(130)
三、商品标准分级	(132)
模块五 商品检验	(144)
任务一 了解商品检验的基本内容	(145)
一、商品检验的含义、目的与任务	(145)
二、商品检验的分类	(145)
三、商品检验的依据与内容	(148)
任务二 熟悉商品检验的程序和基本方法	(153)
一、商品检验的程序	(153)
二、商品检验的方法	(153)
任务三 熟悉商品品级和商品分级	(162)
一、商品品级的概念	(162)
二、商品分级	(163)
模块六 商品包装	(170)
任务一 了解商品包装的重要性	(171)
一、商品包装的概念与功能	(171)
二、商品包装的分类	(174)
任务二 熟悉商品包装材料和技法	(176)
一、商品包装的要求	(178)



二、常用商品包装材料	(179)
三、商品包装的主要技法	(181)
任务三 熟悉商品包装设计及其商品包装标识	(186)
一、商品包装设计	(186)
二、商品包装标识	(188)
模块七 商品储存与养护	(204)
任务一 了解商品储存的功能和要求	(204)
一、商品储存概述	(204)
二、商品储存期间的质量变化	(206)
三、商品储存管理	(210)
任务二 掌握商品养护的常用方法	(216)
一、商品养护概述	(216)
二、商品养护措施	(217)
参考文献	(224)

上 篇

商品基础知识





模块一 走进商品



学习任务

1. 掌握商品的概念
2. 理解商品的基本属性
3. 了解商品学的产生与发展
4. 树立商品生产经营的绿色理念



情景案例

去寺庙推销梳子

有四个营销员接受任务，到庙里推销梳子，第一个营销员空手而回，说到了庙里，和尚说没头发不需要梳子，所以一把都没有卖掉。第二个营销员回来了，卖了十多把，他介绍经验说，我告诉和尚，头要经常梳梳，不仅止痒，还可活络血脉，有益健康。念经念累了，梳梳头，头脑清醒。这样就卖掉了十多把。第三个营销员卖了百十把。他说，我到庙里去，跟老和尚说，您看这些香客多虔诚呀，在那里烧香磕头，磕了几个头起来头发就乱了，香灰也落在他们头上。您在庙的前堂放一些梳子，他们磕完头可以梳梳头，会感到这个庙关心香客，下次还会再来。这样一来就卖掉百十把。第四个营销员说卖掉好几千把，而且还有订货。他说我到庙里跟老和尚说，庙里经常接受人家的捐赠，得有回报给人家，买梳子送给他们是最便宜的礼品。您在梳子上写上庙的名字，再写上三个字“积善梳”，说可以保佑对方，这样可以作为礼品储备在那里，谁来了就送，保证庙里香火更旺。这一下就卖掉好几千把。



思考题：

1. 人们对商品的需求包括哪些方面？
2. 商品由哪几部分构成？

案例点评：

人们对商品的需求是多方面的，推销产品要在商品的使用价值上做文章。

任务一 了解商品与商品学的基本理论

一、商品的概念和构成

1. 商品的概念

商品是指用来交换、能满足人们某种需求的劳动产品，具有使用价值和价值两个基本属性。商品有广义和狭义之分：

广义的商品是指通过市场交换，能够满足人们某种需求（物质或精神需求）的所有形态（包括知识、劳务、资金、实务等形态）的劳动产品，如金融商品、服务商品等。

狭义的商品是指通过市场交换能够满足人们某种需求的物质形态的劳动产品，如文具、家具、服装等。如无特殊说明，本书所讲的商品均指狭义的商品。

2. 商品的构成

随着人们消费需求的不断发展，商品的概念也在不断变换着内涵。具体来讲，现代商品整体概念包含核心商品、形式商品和延伸商品。

（1）核心商品。即商品所具有的满足某种用途的功能，是消费者真正要购买的服务和利益。例如，消费者购买面包，是因为它能满足胃口，能给人提供营养，核心部分表达的是商品的实质，是商品构成中最基本、最主要的内容。

（2）形式商品。即商品的具体形态，主要包括商品的成分、结构、外观、质量、商标、品牌、标识、包装等。它是商品的外在形式，也是商品使用价值形成的客观物质基础。

（3）延伸商品。是人们在购买商品时所获得的附加利益的服务，如商品信息咨询、送货上门、免费安装调试、免费保养、提供信贷、售后保证与维修服务。善于开发和利用商品的延伸部分，不仅有利于满足消费者的综合需要，



使消费者称心如意地购买商品,而且有利于企业在同类商品生产经营激烈的市场竞争中立于不败之地。

二、商品学研究对象和内容

1. 商品学研究对象

商品学是一门以自然科学为主,将社会科学、经济学融合起来的一门应用性学科,是研究商品使用价值及变化规律的科学。

商品的使用价值是指商品对其消费(使用)者的有用性或效用,是商品本身能满足人们的某种需要的属性所形成的(如粮食可充饥,衣服可御寒,钢铁可制造器械等)。它取决于商品本身的外形、结构、成分、性质、包装等。它构成了使用价值的物质基础,同时又是交换价值的物质承担者。丧失使用价值的商品,其交换价值亦必随之消失,商品亦失去进入流通领域的资格。

商品价值是指凝结在商品中的一般人类劳动。一切商品都是劳动产品,都包含一定的人类劳动。如果把劳动的具体形态撇开,一切商品都包含一般的无差别的人类劳动,即抽象劳动。价值是商品的内在因素,是交换价值的基础,交换价值是价值的表现形式。人们互相交换商品体现着互相交换劳动的经济关系。价值体现着商品生产者之间相互交换劳动的关系,因此价值是商品社会属性的体现。

商品体有多少种自然属性,就可能有多少种使用价值。例如,煤既可做燃料,又是极具价值的化工原料。商品的自然属性不同,它们的使用价值也不同。例如,羽绒服可以御寒,食品可以充饥。在不同的社会经济条件下,同一种商品也会出现不同的使用价值。例如,绿色在中国象征着生命,而在西欧葬礼时用绿色树叶铺地,所以忌用绿色地毯。再如,高档服装既可用于一般的遮体御寒,又可以用于美化人体、弥补自身的某些体形缺陷,还可以用来显示穿用者的身份和地位。

2. 商品学的研究内容

商品学研究商品的使用价值,不仅仅是研究商品是否具有使用价值,而重要的是研究商品使用价值的高低。商品质量是衡量商品使用价值高低的尺度,因此,商品质量就成为商品学研究的中心内容。主要包括以下内容:

(1) 商品属性。商品属性包括商品的自然属性和社会属性。商品的自然属性是指商品的成分、结构和性质。商品的社会属性主要有商品装潢、商品广告、



消费心理、市场等。它们是构成商品使用价值高低的主要因素，因此，商品属性构成了商品质量。

(2) 商品的原材料和生产工艺。商品的原材料是构成商品的物质基础，在其他条件相同的情况下，原材料的质量直接决定着商品的质量，商品的各种有用性是在生产过程中形成和固定下来的，生产工艺在一定条件下对商品质量起着决定作用。因此，商品的原材料和生产工艺决定和影响了商品质量。

(3) 商品分类。商品的种类繁多、特征多样、价值不等、用途各异，它们对包装、运输、储存的要求也各不相同，只有将商品进行科学的分类，从生产到流通领域的计划、统计、核算、税收、物价、采购、运输、养护、销售等各项管理工作才能顺利进行，统计数据才具有实用价值，使商品的名称、类别统一化、标准化。

(4) 商品代码。商品代码是商品分类体系和商品目录的一个重要组成部分，是进行商品科学分类的一种手段，而商品科学分类又是合理编码的前提。因此，商品分类与信息编码是正确区分和管理不同类别的商品质量的前提。

(5) 商品标准。商品标准是对商品的质量以及与质量相关的各个方面所做的统一规定，它是从事工农业生产的一种共同技术依据，也是部门之间交接验收商品的共同准则，是衡量商品质量优劣等级的依据。

(6) 商品检验。商品检验是根据商品标准规定的各项质量指标对商品进行的检验工作，这是评价与保证商品质量的依据。

(7) 商品包装。商品包装是商品与商品生产的一个重要组成部分，商品包装本身具有价值和使用价值。

(8) 商品养护。商品主要是指在储运过程中对商品进行的保养和维护。由于商品只能在一定的时间内和一定的条件下，保持其质量的稳定性，在运输和储存过程中商品会发生这样或那样的变化，因此，商品包装与商品养护保护与实现了商品质量。

三、商品学的产生与发展

1. 商品学的产生

商品学最早产生于德国。18世纪德国人约翰·贝克曼教授于1780年在德国格廷根大学首先开设了商品学课程，并于1793—1800年出版了《商品学导论》。因此约翰·贝克曼教授被称为商品学的创始人，他所创立的商品学被誉为



“贝克曼商品学”。

19 世纪中叶,由于自然科学和技术的飞速发展,不少学者运用物理、化学等方面的研究成果,开展了对商品学的研究,把研究商品的内在质量、确定质量标准、拟定检验和鉴定方法等作为商品学研究的主要内容,在建立商品学的自然科学体系方面取得了显著成果。

2. 商品学发展阶段

19 世纪以来德国古典商品学相继传入意大利、俄国、日本、中国及西欧和东欧的一些国家,使商品学得到迅速发展,商品学教育和研究也不断深入广泛。第二次世界大战以后,商品学的研究又有了新的发展,在西欧形成了“经济学体系”的商品学;在苏联及东欧各国则形成了自然科学和技术科学的学派。此后,以美国、日本、意大利为代表,又形成了“经营商品学”这个新的理论体系。

随着现代科技和经济的高速发展,商品的“商”和“品”的两重性日益受到人们的重视。人们感到,真正的商品学应该由以研究“商”为主的经济型商品学与以研究“品”为主的技术型商品学融合而成。于是从 20 世纪 80 年代起,世界商品学开始步入技术型与经济型相互交融的现代商品学时代。

现代商品学围绕“商品—人—环境”系统,从技术、经济、社会、环境等多方面,运用自然科学、技术科学与社会科学相关的原理和方法,综合研究商品与市场需求,商品与资源合理利用,商品与环境保护,商品开发与高新技术,商品质量控制、质量保证、质量评价及质量监督,商品分类与品种,商品标准与法规,商品包装与商标、标志,商品形象与广告,商品文化与美学,商品消费与消费者保护等技术与经济问题。

任务二 了解商品、资源和环境的关系



情景案例

商品的废弃物对环境的影响

塑料袋、塑料包装、快餐饭盒、塑料杯瓶以及电器内包装等难以分解,填



埋后可能污染地下水、破坏水质, 焚烧会产生有害气体。

纽扣电池、充电电池和干电池等含有汞、镉、铅等有毒重金属, 以及酸、碱等对环境有害的物质。

剩饭与垃圾或快餐盒放在一起会导致细菌大量滋生, 产生有毒气体和沼气, 可能引起垃圾爆炸。

建筑、家庭装修后废弃的油漆和颜料是易燃品, 含有污染环境的有机溶剂。去油、除垢、光洁地面、清洗地毯、通管道等用的化学药剂含有大量有机溶剂或大自然难降解的石油化工产品, 具有腐蚀性; 含氯元素(如漂白剂、地板洗剂等), 对人体有毒。

杀虫剂中约有 50% 含致癌物质, 有些会损害动物肝脏。

综上所述, 废弃商品如果不进行合理地回收利用, 不但会造成资源的浪费, 还会对环境造成严重的污染。这是目前全世界人民正在关注的重要问题。

思考题:

商品与资源、环境有着密切的关系, 那么, 如何减少资源的浪费以及商品对环境的影响呢?

一、商品、资源与环境

随着商品生产和消费规模的不断扩大, 自然资源危机和环境污染问题越来越严重。合理地利用资源, 降低原材料消耗, 减少商品生产和消费对环境的污染, 已成为评价商品质量和发展商品品种要考虑的重要因素。

(一) 资源与环境

资源通常人们所说的资源与环境是指自然资源与自然环境。两者相比较, 后者的范围要更广一些, 凡是非人类创造的全部外部世界称为自然环境或自然界。

1. 自然资源

自然资源是一个非常广泛的概念, 是指人类能够以任何方式利用的、自然存在的物质与能量, 如气候、生物、水、土地和矿产等, 可分为可再生与不可再生资源。

(1) 可再生资源。这类资源可以反复利用, 如水资源、太阳能、风能、地热资源等。

(2) 不可再生资源。这类资源是在地球演化过程中的不同时期形成的, 数