



普通高等教育“十二五”规划教材

高职高专**工商管理类**精品教材系列

商品学

(第二版)

谈留芳 主编



科学出版社

普通高等教育“十二五”规划教材

高职高专工商管理类精品教材系列

商 品 学

(第二版)

谈留芳 主 编

姜玲玲 张 勤 副主编

汤 云 谢海燕

邱 华 主 审

中国科学院教材建设专家委员会推荐优秀教材

科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

本书以实物商品为基础,以商品质量为核心,较全面地阐述了商品学的研究对象和内容、商品质量、商品分类、商品特性、商品标准、商品检验、商品包装与商标、商品储运与养护及商品与环境等方面的内容。本书注意及时反映和体现商品发展的新趋势、新成就。

本书可作为高等职业院校经济管理类各专业的专业基础课程的教材,也可以作为成人教育教材,还可作为在职职工的培训和自学辅导教材。

图书在版编目(CIP)数据

商品学/谈留芳主编.—2版.—北京:科学出版社,2010

(普通高等教育“十二五”规划教材·高职高专工商管理类精品教材系列)

ISBN 978-7-03-028402-0

I. ①商… II. ①谈… III. ①商品学—高等学校:技术学校—教材
IV. ①F76

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第142372号

责任编辑:任锋娟 / 责任校对:王万红

责任印制:吕春珉 / 封面设计:东方人华平面设计部

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

双青印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2004年8月第 一 版 开本:787×1092 1/16

2010年11月第 二 版 印张:23 1/2

2011年3月第十一次印刷 字数:540 000

印数:30 501—33 500

定价:35.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈双青〉)

销售部电话 010-62134988 编辑部电话 010-62135763-8767 (VF02)

版权所有,侵权必究

举报电话:010-64030229; 010-64034315; 13501151303

第二版前言

商品学是高等职业技术教育经济贸易、市场营销、工商管理、物流管理等经济管理类专业基础课（或专业课）之一，学生学习本课程后，可以比较全面地了解和掌握商品品种、商品质量和质量管理、商品包装、商品储存和养护的基本知识，以及熟悉和掌握食品、纺织品、日用工业品、家用电器等几大类商品的主要结构、性能、质量要求等有关知识，为以后的专业学习和从事专业工作打下一定的基础。

商品学是一门综合性很强的学科，既涉及经济学、管理学、社会学等方面的知识，又涉及物理、机械、化学、生物、电子电工学等方面的有关知识，如商品的成分、结构、原理、机械性能等。在高职教育中，一般经济管理类专业的商品学理论教学学时数相对较少，且经济管理类专业所招收的大多是文科学生，他们理工科类知识基础相对薄弱。

针对以上特点，本书突出应用性，考虑学生理工科知识相对偏少的特点，以商品自然属性为主线，减少原理和成分叙述，强化商品应用性知识教育，体现“必需、够用”原则，从适用出发，强化实用性和实践能力的训练与培养。随着科技发展，新商品种类层出不穷，本书介绍了新产品知识，体现了与时俱进。

本书第一版自 2004 年出版后，受到了广大读者的厚爱，发行量已达到数万册。根据读者的提议、科学出版社的要求及有关专家的意见，编者在第一版的基础上对本书进行了较大的修改。

本书共十二章，具体的编写分工为：谈留芳（武汉船舶职业技术学院）编写了第一章、第七章、第十二章、第三章的第五节、第五章的第三～六节、第六章的第二～六节、第十章的图片编辑以及各章的案例分析；张勤（武汉船舶职业技术学院）编写了第二章、第六章的第一节、第九章；汤云（武汉商业服务职业技术学院）编写了第八章、第十一章；姜玲玲（武汉船舶职业技术学院）编写了第四章、第五章的第一节和第二节；谢海燕（湖北三峡职业技术学院）编写了第三章的第一～四节、第十章的文字部分。

本书在编写过程中得到了科学出版社相关领导和编辑的大力支持和关心，吸取了有关专业教师的许多有益意见和建议，并请武汉船舶职业技术学院的邱华副教授主审。在此对关心和支持我们工作的各位领导、同事和老师表示衷心的感谢。

由于编者的水平有限，加上时间仓促，本书中难免存在不足，欢迎广大读者提出宝贵意见和建议。

谈留芳
2010 年 10 月

第一版前言

商品学是高等职业技术教育的贸易、营销、工商管理、物流管理等经济管理类专业的基础课或专业课之一。通过学习,学生可以比较全面地了解 and 掌握商品品种、商品质量和质量管理、商品包装、商品储存和养护的基本知识和理论,熟悉和掌握食品、纺织品、日用工业品、家用电器等几大类商品的主要结构、性能、质量要求等方面的有关知识,为以后的专业学习以及从事专业工作打下一定的基础。

商品学是一门综合性很强的学科,既涉及经济学、管理学、社会学等方面的知识和内容,又涉及物理、机械、化学、生物、电子电工等方面的知识和内容,诸如商品的成分、结构、原理、机械性能等。在高职高专经济管理类专业教学中,商品学理论教学课时相对较少,所招收的学生大多数是文科学生,理工科类知识教育相对薄弱。针对这些特点,本书突出应用性,以商品自然属性为主线,减少原理和成分的叙述,强化商品应用性知识教育,体现够用原则,从适用出发强化实用性和实践能力的训练与培养。随着科技发展,新商品种类层出不穷,本书注意介绍新产品知识,体现了与时俱进的精神。

本书以实物商品为基础,以商品质量为核心,较全面地阐述了商品学研究的对象和任务、商品质量、商品分类、商品特性、商品标准、商品检验、商品包装与商标、商品储运与养护及商品与环境等方面的问题,注意及时反映商品发展的新趋势、新成就。

本书既可以作为高等职业院校经济管理类各专业的基础课程教材,也可以作为成人教育、在职职工培训和自学辅导教材。

本书共十二章,谈留芳编写了第一章、第七章、第十二章,张勤编写了第二章、第六章、第九章,汤云编写了第八章和第十一章,姜玲玲编写了第四章和第五章,谢海燕编写了第三章和第十章。

本书在编写过程中吸取了有关专业教师的许多有益意见和建议,在此表示衷心的感谢。

由于编者的水平有限,加上时间仓促,本书难免存在疏漏,欢迎广大读者提出宝贵意见和建议。

目 录

第一章 绪论.....	1
第一节 商品学的研究对象和内容.....	1
一、商品的概念.....	1
二、商品学研究对象.....	2
三、商品学研究的内容.....	3
第二节 商品学的任务和作用.....	4
一、商品学研究的任务.....	4
二、商品学的学科性质.....	5
三、商品学的作用.....	6
第三节 商品学的发展概况.....	7
一、商品学的诞生和发展.....	7
二、我国商品学发展概况.....	11
三、商品学教育现状.....	11
小结.....	12
复习思考题.....	12
案例分析 梳子的使用价值.....	12
第二章 商品质量.....	13
第一节 商品质量观.....	13
一、商品质量的概念.....	13
二、商品质量特性.....	15
三、商品质量工作的意义.....	16
第二节 商品质量的基本要求.....	17
一、适用性.....	17
二、可靠性.....	18
三、安全卫生性.....	18
四、美观性.....	18
五、经济性.....	19
六、信息性.....	19
第三节 影响商品质量的主要因素.....	19
一、生产过程中影响商品质量的因素.....	19



二、流通过程中影响商品质量的因素.....	21
三、使用过程中影响商品质量的因素.....	21
第四节 商品质量管理.....	22
一、商品质量管理概述.....	22
二、商品质量管理法规.....	24
三、商品质量管理术语.....	27
四、商品质量管理的基本内容.....	29
小结.....	31
复习思考题.....	32
实训项目.....	32
案例分析 商品质量与客户要求.....	32
第三章 商品分类.....	33
第一节 商品分类的概念和意义.....	33
一、商品分类的概念.....	33
二、商品分类的意义.....	33
第二节 商品分类的原则和方法.....	34
一、商品分类的基本原则.....	34
二、商品分类的基本方法.....	35
第三节 商品分类标志.....	36
一、选择商品分类标志的基本原则.....	36
二、常用的商品分类标志.....	36
三、商品分类体系.....	38
第四节 商品目录和商品代码.....	40
一、商品目录.....	40
二、商品代码.....	41
第五节 商品条码.....	46
一、商品条码概述.....	46
二、商品条码的种类.....	47
小结.....	56
复习思考题.....	57
实训项目.....	57
案例分析 商品分类的历史沿革.....	57
第四章 食品商品.....	60
第一节 食品商品的化学成分.....	60
一、碳水化合物.....	60

二、蛋白质	62
三、脂类	65
四、维生素	68
五、矿物质	69
六、水	71
第二节 食品商品的感官特性	72
一、食品的颜色	72
二、食品的香气	74
三、食品的滋味	75
第三节 食品商品的卫生特性	76
一、食品本身含有的有毒成分	76
二、环境对食品的化学污染	77
三、环境对食品的生物污染	82
第四节 乳及乳制品	83
一、乳的化学成分	83
二、消毒牛乳	85
三、乳制品	87
第五节 酒类	91
一、酒的分类	91
二、酿酒基本原理	92
三、白酒	93
四、啤酒	96
五、黄酒	98
六、葡萄酒和果酒	99
第六节 茶叶	101
一、茶叶的分类及质量特点	101
二、茶叶的主要化学成分与品质的关系	103
三、茶叶的采摘和加工	104
四、茶叶的保管与养护	106
第七节 饮料	108
一、软饮料	108
二、碳酸饮料	110
三、果蔬汁饮料	111
四、蛋白饮料	112
小结	113



复习思考题	113
实训项目	114
案例分析 美国近年来发生多起食品安全事故	115
第五章 工业品商品	116
第一节 工业品商品的成分	116
一、工业品商品的分类	116
二、工业品商品的成分	117
第二节 塑料制品	119
一、塑料的分类和性能	119
二、塑料制品的成型方法	121
三、热固性塑料	122
四、热塑性塑料	123
五、塑料制品的质量要求和鉴别、保管、使用方法	127
第三节 化妆品	129
一、化妆品的概念	129
二、化妆品的特点	129
三、化妆品的分类	130
四、化妆品的经济特征	131
第四节 肤用化妆品	132
一、人的皮肤类型及特点	132
二、肤用化妆品的状态	132
三、肤用化妆品的分类	133
四、肤用化妆品的质量	137
五、肤用化妆品的选用	138
第五节 发用化妆品	139
一、头发的类型及其特点	139
二、发用化妆品的分类	139
三、发用化妆品的质量	142
四、发用化妆品的选用	142
第六节 其他化妆品	143
一、美容彩妆化妆品	143
二、散香化妆品	144
三、化妆品的保管	146
小结	147

复习思考题	147
实训项目	148
案例分析 质检总局出台新规定：化妆品包装须标注所有成分	148
第六章 纺织品商品	151
第一节 纺织品商品的构成成分	151
一、天然纤维	152
二、化学纤维	152
三、纺织纤维的组成和性能	154
第二节 服装商品的特性	155
一、服装商品的特征	155
二、服装面料的鉴别	157
第三节 服装面料的基本组织及服用性能	161
一、概述	161
二、服装面料的服用和加工性能	164
第四节 其他服装材料	168
一、天然裘皮	168
二、人造毛皮	170
三、天然皮革	170
四、人造皮革	171
第五节 服装商品的分类	172
一、针织类服装	172
二、非针织类服装	174
三、服装号型	176
第六节 服装的洗涤和保养	178
一、洗涤	179
二、熨烫	180
三、保养	182
小结	184
复习思考题	185
实训项目	185
案例分析 北京市工商局对流通领域服装类商品质量监测结果公示稿	186
第七章 家用电器商品	188
第一节 家用电器的特性	188
一、家用电器商品的分类及品种	188



二、家用电器商品的质量要求.....	189
三、家用电器商品的包装、储运和销售要求.....	191
第二节 音频设备.....	192
一、收录机.....	192
二、激光唱机.....	195
三、音响组合.....	197
第三节 视频设备.....	198
一、电视机.....	198
二、家用摄录机.....	204
三、激光影碟机.....	207
四、家庭影院.....	209
第四节 制冷、空调器具.....	211
一、电冰箱.....	211
二、空调器.....	214
第五节 清洁、保健器具.....	217
一、洗衣机.....	217
二、吸尘器.....	218
小结.....	220
复习思考题.....	220
实训项目.....	220
案例分析 消费者起诉某品牌液晶电视屏幕缩水.....	221
第八章 商品标准.....	222
第一节 商品标准.....	222
一、商品标准的概念.....	222
二、商品标准的种类.....	223
第二节 商品标准的级别.....	224
一、我国商品标准.....	224
二、国际商品标准.....	229
三、商品标准内容及标准制定、修订.....	231
第三节 商品质量监督.....	235
一、商品质量监督的概念、内容和作用.....	235
二、商品质量监督的种类.....	237
三、商品质量监督体系.....	238
第四节 商品质量认证.....	239
一、商品质量认证的概念.....	239

二、商品质量认证的类型和程序.....	240
三、商品质量体系认证.....	242
四、我国的质量认证工作.....	244
小结.....	249
复习思考题.....	250
实训项目.....	250
案例分析 2007 年葡萄酒产品质量国家监督抽查结果新闻发布稿.....	250
第九章 商品检验	253
第一节 商品检验概述.....	253
一、商品检验的概念与种类.....	253
二、商品检验的形式.....	254
三、商品检验的工作程序.....	255
第二节 商品的抽样检验.....	255
一、抽样的概念.....	256
二、抽样的方法.....	256
三、抽样检验方法.....	257
四、抽样检验方案.....	258
第三节 商品质量检验的方法.....	258
一、感官检验法.....	258
二、理化检验法.....	260
第四节 商品质量的分级.....	264
一、商品分级的概念及其作用.....	264
二、商品分级的方法.....	264
小结.....	265
复习思考题.....	266
实训项目.....	266
案例分析 合同未定检验条款, 品质争议引货款纠纷.....	266
第十章 商品包装与商标	268
第一节 商品包装及其分类.....	268
一、商品包装的概念.....	268
二、商品包装的功能.....	269
三、商品包装的分类.....	270
第二节 商品包装材料.....	271
一、对商品包装材料的要求.....	271



二、常用包装材料的特点.....	272
第三节 常用包装技法.....	275
一、运输包装技法.....	275
二、销售包装技法.....	280
三、包装设计的基本原则.....	280
第四节 商品包装标识.....	281
一、使用说明.....	281
二、包装标志.....	281
第五节 商标.....	285
一、商标的概念.....	285
二、商标的作用.....	287
三、商标的分类.....	288
四、商标的设计原则.....	291
小结.....	293
复习思考题.....	293
实训项目.....	293
案例分析 小包装使葡萄酒贴近大众.....	294
第十一章 商品的储运与养护.....	297
第一节 商品的质量变化.....	297
一、商品的物理机械变化.....	297
二、商品的化学变化.....	299
三、商品的生理生化变化及其他生物引起的变化.....	301
第二节 影响商品变化的因素及其控制.....	303
一、影响商品质量变化的因素.....	303
二、温度和湿度变化规律.....	306
三、温度和湿度的控制.....	309
第三节 商品储运管理.....	311
一、商品储存管理.....	311
二、商品运输管理.....	312
第四节 商品养护技术.....	313
一、食品商品的保鲜与防腐.....	313
二、工业品商品的养护.....	317
小结.....	324
复习思考题.....	324

实训项目	324
案例分析 水果催熟“欲速则不达”	325
第十二章 商品与环境	326
第一节 商品与资源	326
一、资源的概念与分类	326
二、自然资源的特性	327
三、自然资源面临的问题及其保护	329
第二节 商品与环境	332
一、环境的概念和分类	332
二、商品与环境污染	333
三、商品环境污染的防治	334
第三节 商品生产经营的绿色理念	338
一、商品环境生命周期	338
二、企业的绿色战略	340
三、绿色营销	341
四、绿色标志	343
第四节 新商品的开发	345
一、新商品的定义和分类	345
二、新商品开发的意义和特点	347
三、新商品开发的任务及原则	349
四、新商品开发的类型及方式	351
五、新商品开发的步骤	354
小结	356
复习思考题	357
实训项目	357
案例分析 十年污染为造纸, 勇敢村民生存难	357
参考文献	359

第一章 绪 论

学习目标

了解商品学的产生和发展概况、商品学的主要研究内容和对象,熟悉商品的性质和作用,明确学习商品学的目的和意义,为学习商品学的其他内容打下基础。

第一节 商品学的研究对象和内容

商品学是研究商品使用价值的一门科学。随着商品经济的发展,商品市场越来越发达,商品越来越丰富,商品的质量、性能、品种、包装、储存和使用等有关知识在现代社会中的作用也日益重要。

一、商品的观念

商品产生在社会生产发展的一定历史阶段,是为了交换或出卖而生产的劳动产品。商品是使用价值和价值二重性的统一体。

商品有别于物品和产品,具有如下特征:商品是具有使用价值的劳动产品;商品不是供生产者自己消费的,而是为了交换,供他人和社会消费的劳动产品。商品通过交换,使其使用价值和价值得以实现;商品必须满足人和社会的需要,商品是提供给市场,用于满足人们某种欲望和需要的任何事物。

商品种类繁多、形式多样,并且随着人们的生活水平和物质需求的不断提高,新技术、新设计的不断应用,现代商品种类不断快速增加。商品可以包括实物、知识、服务、利益等,既有生产资料商品和生活资料商品等实物商品,也有科学技术商品、文化艺术商品和信息商品等无形商品。

实物商品的整体应包含核心商品、有形商品和附加商品三个层次的内容。核心商品是商品所具有的满足某种用途的功能,是消费者购买某种商品时所追求的利益。商品的功能是商品整体概念中最基本和最主要的部分;有形商品是实物商品体本身,商品体是由商品的成分、结构、外观、质量、品种、商标、包装等多种要素构成的有机整体。附加商品是消费者购买有形商品时所获得的附加利益和服务,如提供送货上门、销售后技术服务、质量保证措施、免费安装、信息咨询和某些附加利益等。



商品学研究的商品主要侧重于与人们生活密切相关的吃、穿、用等方面常用的实物商品。

二、商品学研究的对象

商品学研究的对象(即研究的客体)是商品。商品具有价值和使用价值,商品的价值属于政治经济学研究的范畴,商品的使用价值才是商品学研究的对象。

商品的使用价值是指商品满足人们某种需要的效用,即商品的有用性。例如,服装能保暖和给人以美的满足,食品能充饥和满足人体的营养需要,这些都是商品的使用价值。对于消费者和用户来说,使用价值是消费最重要的目的,因此也是消费者和用户最关心的;对于生产者和经营者来说,商品的成功交换,是商品为企业贡献经济效益的源泉。要顺利实现商品的交换,使用价值也必然成为生产者和经营者关心的核心问题。

商品具有一定的使用价值,且不同的商品具有不同的使用价值,这是由商品体本身的属性所决定的。电视机具有视听效用,这是由电视机本身的属性所决定的,而电视机的这种属性又取决于它的结构和特殊的电器元件,如电视图像的显示功能是由显像管和相关的电子元件实现的,而声音的输出是由喇叭和相应的电子元件实现的。但电视机仅仅具备音像收视性能是不能充分满足消费者需要的,还必须安全可靠,电磁辐射少,稳定性能强,有一定的使用寿命。此外,电视机外形也应美观,显示器的尺寸也需要有不同的型号,以适应不同消费者的需求。

同样,保温瓶的保温效用,也是由它本身的属性所决定的,这种属性来源于该商品体的瓶胆的特殊结构:瓶胆的原料是玻璃,分内外两层,夹层被抽成真空,很好地阻碍了热的传导和对流;夹层的玻璃表面镀有一层极薄的银,银的反光能力极强,可防止热的辐射。这样,保温瓶胆使热的传导、对流和辐射降低到极弱的程度,从而具有良好的保温性。保温瓶的这种属性与商品体的瓶胆存在极密切的关系。因此,在研究商品体时,必须从与商品使用价值相关的属性着手,来研究有关的诸方面问题。保温瓶仅仅具备极低的导热性,还不能充分满足消费者的需要,它还必须具有热稳定性、耐水性和一定的机械强度,在使用时才能坚固耐用。作为商品,它的外壳也要坚固美观。

商品种类繁多,这决定了商品使用价值属性的复杂性,这些属性归结起来包括商品的外观形状、构成成分、组成结构、物理性质、机械性质、化学性质和生物学性质等。上述不同属性的综合,反映了商品使用价值的高低,是衡量商品使用价值的尺度。为此,在商品学中必须通过这些自然属性研究商品的使用价值。

人们对商品的需求多种多样,这决定了对商品体研究的广泛性。不仅要研究每个商品体的使用价值,还要研究各种不同类别商品体的使用价值。仍以保温瓶为例,不仅要研究每个保温瓶的使用价值或质量是否合格,还要研究保温瓶这类商品的使用价值,构成商品品种是否适用。对于商品整体,不仅要研究用的商品的使用价值,还要研究吃的、穿的及其他商品的使用价值。这就是说,既要全面研究商品的个体使用价值,又要全面

研究商品的群体使用价值。

研究商品使用价值是为了满足市场需要和消费需求。要使商品使用价值最终发挥出来,必须经历使用价值的转化过程。首先在流通领域实现商品使用价值的交换,最后在消费领域实现商品使用价值的消费。如果商品交换因个体使用价值低劣或群体使用价值不当没有实现,那么商品使用价值的消费也无法实现。只有商品使用价值的消费最终得以实现,商品的使用价值才算真正发挥作用。因此,商品学对商品使用价值的研究更强调使用价值的实现。

三、商品学研究的内容

商品学研究的内容是由商品学研究的对象所决定的。前面通过对商品学研究对象——使用价值的探讨,知道商品学研究的内容离不开商品质量和商品品种。

商品质量是指商品属性满足消费者和用户需求的程度,说明商品满足人们需求的深度。如保温瓶的保温效用的衡量指标,按口径和容量大小有不同规定:普通5号小口保温瓶在 $(20\pm 5)^{\circ}\text{C}$ 室温下灌入 $(99\pm 1)^{\circ}\text{C}$ 的水,经24h后测水温不低于 69°C 。这是对这种保温瓶保温效用程度的要求,是商品使用价值的纵向体现,反映了商品的个体使用价值。

商品品种是指具有某种共同属性和特征的商品群体,说明商品满足人们需求的广度。普通保温瓶保温效用再好,只能盛装沸水、热水,却不能自动出水,更不能用于固体冷藏。为此,研制出气压式保温瓶、电动气压式保温瓶和大口保温瓶,乃至不同容积、不同用途的多种保温瓶,以更好地满足人们的多种需要,这是商品使用价值的横向体现,反映的是商品群体的使用价值。

商品质量和商品品种是商品使用价值在质和量上的不同表现形式,它们之间既有各自不同的内涵,又存在着密切的关系。研究商品质量离不开商品品种,商品质量是具体商品品种的质量;研究商品品种也离不开商品质量,商品质量不同往往会形成新的商品品种。因此,商品学研究的中心内容,客观上必然是商品质量和商品品种。

商品质量研究的是商品使用价值在质上的表现形式。商品质量这个侧面所研究的内容,主要包括商品质量的内涵,对商品质量的要求,商品的成分、结构和性质,商品的质量等级和质量水平,影响商品质量的因素,衡量商品质量的准则,商品质量的检验与评定,商品的保养与维护,以及商品与资源、环境的关系等。

商品品种研究的是商品使用价值在量上的表现形式,商品品种这个侧面所研究的内容,主要包括商品名词术语、商品规格、商品型式、商品类别划分、商品分类体系、商品品种类别、商品品种结构及商品品种发展规律等。

商品种类繁多,既有物质形态的有形商品,又有知识形态、劳务形态的无形商品。我国商品学研究的是物质形态的有形商品。仅从有形商品的整体概念看,它不仅包括商