

商品学概论

张 安 张鸿祥 龙成涛 编著



中国财政经济出版社

商 品 学 概 论

张 安 张 鸿 祥 龙 成 涛 编 著

中国财政经济出版社

(京) 新登字 038 号

商品学概论

张 安 张鸿祥 龙成涛 编著

*

中国财经出版社出版发行

(北京东城大佛寺东街8号)

武汉第二印刷厂印刷

*

787×1092毫米 32开 7.5印张 161千字

1993年12月第1版 1993年12月武汉第1次印刷

印数：1—10 100册 定价：5.00元

ISBN 7—5005—2427—7/F·2301

编写说明

本书是为适应中等财经类学校的教学需要，根据新修订的《商品学概论》教学大纲编写的。本书既可作为商业中等专业学校有关专业基础课教材，也可作为职工中专、职业学校和技工学校教学用书，并可供广大商业工作者学习参考。

本书在编写过程中，吸收了我国社会主义建设和改革开放所取得的科技新成果，努力将商品学学科同发展社会主义市场经济的需要结合起来，力求在科学性和适用性等方面有些新意，以适应新形势下商品学教学的需要。

本书由张安、张鸿祥、龙成涛编写。其中：第二、七、八、九章由张安编写；第三、四、十一章由张鸿祥编写；第一、五、十章由龙成涛编写；第六章由张鸿祥、龙成涛合作编写。全书由张安总纂。

在编写过程中，黄本培同志为本书提出了许多宝贵的修改意见，并认真审校全稿，在此表示谢意。

编者

1993年12月

目 录

第一章 商品学史概述	(1)
第一节 商品学发展概况	(1)
第二节 商品学研究的对象和任务	(6)
第二章 商品质量	(13)
第一节 商品质量的概念及意义	(13)
第二节 决定和影响商品质量的因素	(26)
第三节 伪劣商品的识别与根绝	(30)
第三章 商品分类	(42)
第一节 商品分类的概念	(42)
第二节 商品编号	(47)
第四章 食品商品的化学成分	(50)
第一节 蛋白质	(50)
第二节 糖类	(54)
第三节 脂肪	(58)
第四节 维生素	(63)
第五节 其他化学成分	(65)
第五章 纺织品商品的化学成分	(71)
第一节 高分子化合物的基本知识	(71)
第二节 天然纤维	(80)
第三节 化学纤维	(92)

第六章 日用工业品商品的化学成分	(99)
第一节 常见金属材料的化学成分及性能	(99)
第二节 玻璃制品的化学成分	(104)
第三节 肥皂的化学成分	(108)
第四节 合成洗涤剂的化学成分	(113)
第五节 橡胶制品的化学成分	(118)
第六节 塑料制品的化学成分	(126)
第七章 商品标准	(138)
第一节 商品标准的概念及基本内容	(138)
第二节 商品标准化	(142)
第三节 商品标准的分级	(146)
第八章 商品鉴定	(151)
第一节 商品鉴定与商品检验的意义	(151)
第二节 商品质量检验的方法	(152)
第三节 商品分级与商品质量标志	(155)
第九章 商品包装	(162)
第一节 商品包装的含义及作用	(162)
第二节 商品包装的种类、用途及特点	(165)
第三节 商品包装的标志	(177)
第十章 商品美学质量评价	(184)
第一节 商品美学质量的内容和形式	(184)
第二节 商品美学质量的评价原则和评价方法	(191)
第十一章 商品贮存和养护	(198)
第一节 商品贮存的意义和原则	(198)
第二节 商品贮存的方式	(201)
第三节 商品养护	(204)

第四节	贮存商品的质量变化.....	(206)
第五节	食品的贮藏.....	(215)
第六节	工业品商品的养护方法.....	(219)
第七节	仓库温湿度管理.....	(224)

第一章 商品学史概述

一、商品学的起源

商品学是研究商品使用价值的，它是伴随商业的兴起和商业教育事业的发展而形成的一门独立学科。商品学的发展经历了三个阶段：一是商品知识汇集阶段的商品学，或称为以描述商品特性为特征的商品学；二是商品检验阶段的商品学，或称为以分析商品内在性质为特征的商品学；三是商品评价阶段的商品学，或称为以分析商品整体特性为特征的商品学，即现代商品学。商品学作为一门成熟的、完整的和独立的学科，到现在才不过百余年的历史。人类在原始社会的后期，由于人类能够熟练地使用工具，社会生产力因此得到较大的发展，社会制度由原始社会的公有制逐渐转变为私有制。手工业和畜牧业相继从农业中分离出来，出现了明显的社会分工和社会职业。不少人生产的劳动产品不只是供自己消费，而有一部分用于交换。以后，商业又从社会劳动中分离出来，出现了以交换劳动产品为职业的商人。人们在商品交换的过程中，为了实现公平交易，避免上当、吃亏和受损，首先遇到的问题就是要了解和熟悉彼此的商品，做到知己知彼，才能寻求到不同商品交换的正确比

例。而在货币出现以后，才能寻求到商品的合理价格。正是由于商品生产和商品交换的出现，促使人们研究商品知识，于是作为一门学科——商品学由此起源。

处于起源阶段的商品学其学科特点是：根据人们商品交换的需要，研究商品的特性和功能，了解商品生产加工的过程，以便掌握商品在交换中合理的比例价格。

商品学的起源阶段经历了相当长的历史时期，在这段历史时期内，不少人致力于学术研究，编纂了许多商品学著作。例如，我国唐代号称茶圣的陆羽，于公元780年所著的《茶经》，被后人认为是一部茶叶商品的专著。其主要内容包括：茶叶的生物学特性及其生长的地理条件，茶叶的产地和茶叶品质的比较，茶叶的生产加工和品尝知识，茶叶的功能和储存知识等。我国清代的江西商人吴中孚于1796年著有《商贾便览》；1890年王秉元又编著了《万宝全书》。在国外，9—10世纪的阿拉伯商人贾第米斯奇编著的《商业之美》一书，被认为是现存世界上最早的商业书籍。此后，当时欧洲商业中心的意大利各城市商人，也相继编著了许多商品知识书籍，其中颇有影响的代表作是卡多鲁基编写的《十全商人之商业》。1756年，莱比锡大学教授卡尔·鲁德维奇撰写了《公开商人大全》，这是一部由著名学者撰著的较为详尽的商品知识书籍。

二、近代商品学发展概况

随着封建社会的解体和资本主义制度的建立，商品生产进一步发展，商品交换日趋频繁且交换规模逐渐增大。因此，商人在商业贸易过程中，除了需要懂得商品知识以外，还需要具有鉴别商品真伪即商品检验的知识。这就是近代商品学

形成与发展的社会商品来源丰富，提出需要的竞争和竞争从新
黄前近代商品学发源地在欧洲，特别是德国。其杰出的代表
人物是 18 世纪德国经济学教授与自然历史学家约翰·贝克
曼。由于当时德国的经济还比较落后，经常需要从经济比较
发达的英国和法国购进大量的商品。为了鉴别这些商品的性
能和品质，德国商业界，十分重视商品的研究，特别注重商
品的检验和鉴定。1780 年在商业界热烈而迫切的要求下，约
翰·贝克曼在德国的哥丁堡大学首次开设了商品学课程。
1793 年，他又编著了《商品学导论》一书。此后，其他各国
也不断涌现出商品学的学者，许多国家的高等院校也开始开
设商品学的课程。逐渐地建立了近代商品学。

近代商品学的形成和发展主要是在 18 和 19 世纪。20 世
纪后，受世界科学技术发展的影响，商品学发展成为以分析
商品整体特性为特征的现代商品学。

在商品学的发展过程中，由于受各国政治、经济制度的
影响，社会意识形态和价值观念的支配，对商品学研究的内
容，彼此之间存在明显差异，体现在学科的指导思想和研究
侧重点的各不相同。到 20 世纪中期，商品学逐渐形成三大学
派，即技术学派、经济学派和融合学派。

技术学派认为，商品学是纯属自然科学研究范畴的一门
科学。这一学派的主要代表国家包括中国、前苏联以及原东
欧各国。这一学派主要研究商品的使用价值，探讨商品的质
量及其变化规律。他们研究的内容包括商品质量综合评估，商
品的分类、检验、包装、储存和养护等。近年来，又增加了
商品的质量管理、新产品的计划和预测等新的研究内容。

经济学派认为，商品学应该是经济学研究范畴内的一门
科学。这一学派的主要代表国家是日本和西欧各国。这一学

派从经济竞争的需要出发，着重研究与商品销售有关的经济管理、市场学、广告学、产品设计、商品包装装潢以及消费情报、商品流通合理化等内容。这一学派的培养目标不是实际的商业工作者，而是较高层次的经济工作者。

融合学派认为，“商品学既不单纯是属于研究物质的自然科学，也不单纯是研究经济的社会科学，而是这两者融合起来的一门科学”（《商品学读本》日本·水野良象）。这一观点在世界上已得到越来越多人的共识，并且近几年来，我国和原苏联及东欧各国的一些商品学学者也开始持这一学派的观点。

不难看出，技术学派、经济学派以及融合学派三者之间，既存在着共性，也存在着各自的个性。它们的共性是：三种学派所研究的客体相同，都是商品。它们的个性是从不同的侧面研究商品的运动。如有的侧重研究商品的质量运动，即通常所说的商品学表现出来的微观性。如研究商品的成分、结构和性能；影响商品质量的各种因素；商品的检验和综合评定等。而有的侧重研究商品的经济活动，即通常所说的商品学表现出来的宏观性。如研究商品成本和价格分析；商品分类和标准；商品经营与需求预测等。

值得指出的是，商品学尽管分为三大学派，但目前各学派之间的学术交流和相互交往十分频繁，并且存在着三大派系相互融合的趋势。

三、我国商品学的发展概况

我国的近代史，是一部由封建社会沦为半封建半殖民地社会以及中国人民前仆后继推翻三座大山的悲壮历史。

我国的商品学就是在这样的历史背景下，在帝国主义和

封建主义统治的夹缝中艰难地生存和发展起来的。不少仁人学士不顾处境艰辛，条件简陋，潜心研究，著书立说。他们为我国商品学学科的建设与发展倾注了自己的全部心血。其中吴中孚著的《商贾便览》、王秉元著的《万宝全书》、盛在垞编纂的《商品学》以及刘冠英编著的《现代商品学》在当时均具有较高的学术价值。

1902年，我国开始了学校式的商业教育，商品学第一次引进课堂，并作为一门独立的学科在我国诞生。到1936年，暨南大学、津沽大学和沪江大学等一些高等学校相继开设了商品学课程。

新中国的成立使商品学教育得到很大的发展，1950年以后，在全国高等财经、商业以及外贸类院校开设了商品学课程，中国人民大学还开设了商品学研究生班。1954年以后，商业、供销类的中等专业学校开始开设商品学课程。1956年以后，商业部在部分高等院校建立了商品学系和商品学专业，与之配套的各种商品学教材也相继问世。至此，我国商品学的发展已具一定规模。

十年动乱曾使我国商品科学的发展遭到了很大破坏，直到党的十一届三中全会以后，商品学才又重新走上了正常发展的道路。在高等财经院校、商业院校等大中专学校恢复了商品学专业和商品学课程，同时还结合经济发展的需要，设置了商品养护、商品检验和包装等专业。目前，在我国有关高等院校均成立有商品学教研室。有的学校还设置有商品学研究机构，建立有商品学科技中心，不少学校还担负有培养商品学硕士研究生的任务。此外，商品学知识的普及工作也得到了大力发展。

近年来，国内商品学界广泛开展了商品学学术交流活动。

1983年天津市商品学会宣告成立，这是我国第一个群众性的商品学学术团体。此后，西安、黑龙江、内蒙、上海、河南等省（区）、市商品学会也相继成立，并于1985年8月，成立了天津、西安、黑龙江、内蒙古商品学学会联合会。1988年中国人民大学成立了商品科学研究所，并主办有学术刊物《商品学教学与研究》。这一切都标志着我国商品学教学进入了一个暂新的发展时期。

第二节 商品学研究的对象和任务

一、商品学研究的对象

商品学研究的对象是商品的使用价值。商品学是从商品使用价值实现的角度，着重探讨流通领域中的商品质量，及其变化规律的一门综合性的边缘科学。

商品是用于交换的劳动产品，凝聚在商品体上的人类劳动二重属性，使商品具有价值和使用价值这二重性。商品的价值体现了人类社会一定历史发展阶段的生产关系，表现为商品的社会属性，属于政治经济学研究的范畴，而不属于商品学研究的范畴；商品的使用价值主要表现为商品的自然属性。尽管商品的使用价值，在商品流通和消费过程中，也反映一定的人与人之间的关系，即表现出一定程度的社会性，但它并不能反映生产关系。人们在对商品的纯物质消费过程中，仅凭自身的感觉器官是识别不出该商品是由何种生产关系生产出来的。可见，商品的使用价值主要反映商品的物质功能即通常所说的有用性及与消费者之间的关系。商品的使用价值是商品学研究的对象，正如马克思所指出的：“商品的使用

价值为商品学这门学科提供材料。”(《马克思恩格斯全集》第23卷)。因此，商品学是研究商品使用价值的一门科学。

二、商品的二重性

商品二重性又叫商品二因素，即商品体所固有的使用价值和价值这两种基本属性。商品的二重性是由劳动的二重性产生的：抽象劳动形成商品的价值，具体劳动创造商品的使用价值。商品的价值和使用价值两者既统一又矛盾：作为商品，必须具有使用价值，才能满足消费者和社会的某种需要，如腐烂的畜肉和断了丝的灯泡就不能成其为商品。因为它们已失去了使用价值；作为商品，又必须具有价值，即其中凝结了人的劳动，如自来水是商品，它凝结了人的劳动，而江、河、湖、海里的水不是商品，它们没有凝结人的劳动。使用价值是价值的物质承担者，对人们有使用价值的劳动产品，才能成为交换对象，凝结在其中的社会劳动才能形成价值。这就是二者统一的一面。二者相互矛盾的一面，表现在商品的买卖过程中。在私有制和生产无政府状态条件下，供需经常脱节，滞销商品尽管有使用价值，但不能实现它的价值。紧俏商品却可以得到比它实际价值高得多的价值。这种矛盾在生产私有制的条件下，只能通过市场价值规律自发地缓慢地调节，而在社会主义商品生产中，除了发挥市场调节机制的功能外，还可以通过国家的计划调节手段来调节。

三、商品使用价值和商品自然属性的关系

商品的使用价值是由商品体的自然属性形成的。商品的自然属性包括商品的外形、结构、化学成分、商品的化学性质、物理机械性质以及生物学性质和其他种种自然性质。商

品的使用价值常常是受上述自然属性的共同影响。一般说来，商品体有多少种自然属性，就有多少种使用价值。例如煤、石油等，它们的成分复杂，在不同的条件下能发生多种物理和化学变化，所以它们的使用价值就多，除了用作燃料外，还可以制成为数众多的化工产品，在许多工业部门都有着广泛的用途。

商品使用价值和商品的自然属性的关系，还表现在不同的自然属性能产生不同的使用价值。例如，商品的成分不同，其用途就可能截然不同，含有营养成分的商品可供食用，不含营养成分的商品就不可食用。

人们从商品的使用价值和自然属性的关系上获得了有益的启示：若能改善商品的某些属性，也就能改善商品的使用价值，生产出更多的优质商品。例如，应用生物科学技术培养出优良品种的农副产品，使之含有更多的适合人们需要的营养成分；应用冶金技术改进金属内部结构和改变其成分，生产出性能良好的各种合金。或者在商品的宏观结构上略加改进，其使用价值便会大大提高。变速自行车的问世就属于此例。

四、商品学的任务

任何一门学科的产生和发展，都必定依附于某一社会形态或经济形态，或者说，任何一门学科都是一定社会历史阶段的产物，它总是背负着一定的历史任务来到人类社会。从这个意义上说，我国现阶段商品学的根本任务，就是为发展经济，保障供给服务。具体说，商品学的理论和实践都是为了促进商品生产，发展商品流通，繁荣城乡经济，满足人民日益增长的物质文化生活的需要。为此，商品学必须以商品

质量为中心,全面深入地研究商品的使用价值及其变化规律。这一工作可以表述为三个方面:一是研究商品使用价值的产生和形成,这就要求商品学研究商品的生产、商品结构和商品的成分、商品质量和影响商品质量的因素。二是研究商品使用价值的保护,主要是研究商品的运输、包装、储存和养护。三是研究商品使用价值的评估,包括研究商品的分类、商品标准、商品的鉴定和检验。

在社会主义市场经济条件下,商品学肩负着历史重任,商品学工作者应通过自己的努力工作,建立起完整的、系统的、科学的商品学体系,使之在发展社会主义商品经济中发挥更大的作用。

五、商品学内容改革的方向

由于历史的原因,在近代商品学史上我国处于无足轻重的地位。新中国成立后,在党和政府的关怀下,商品学有了较大发展,但由于底子薄,基础差,与世界水平仍然有较大的距离。此外,我国商品学沿袭的是原苏联和东欧各国的模式,受高度计划经济的影响很深,与当前的社会主义市场经济存在许多不相适应的地方。这就要求我们在商品学的研究内容上尽快加以改革,增加与社会主义市场经济相适应的新内容,给这一学科注入新鲜血液。

根据当前商品学界的研讨情况,商品学内容的改革主要可以归纳为以下几个方面:

(一) 对商品使用价值的深入理解

过去对商品使用价值的研究,主要是从物质的角度和以静态的观点去研究,偏重从商品的个体和消费者的个人角度去研究。这种研究有较大的局限性。在社会商品经济较为发

达的今天，我们应从社会关系的角度和以动态的观点来研究商品的使用价值，这是因为从社会的角度看，商品是群体，消费者也是群体，并且商品总是在运动中实现和发挥它的使用价值。从这个意义上说，商品的使用价值是社会的使用价值，不应狭隘地理解为仅是提供给消费者某个人的使用价值。

（二）关于商品学研究的中心内容

以往，商品学仅把商品的质量作为研究的中心内容，但长期的商业实践证明，这种认识是片面的。日本的一位企业家曾提出：“质量和品种是工厂生存的条件”，这一新思维得到商品学界的重视。从商品的社会效应看质量和品种的关系，质量是纵的，品种是横的，穿插在商品发展中。商品竞争，特别是国际市场的竞争，都是质量和品种的竞争，缺一不可。我国四川榨菜，其质量盛名于国内外，过去单一的坛装品种，收利甚微。出口到香港、日本等地，人家改用瓶装、听装和袋装等小包装品种，从中大获其利。山西杏花村汾酒，是国际名牌产品，过去一色的玻璃瓶装，竞争不力，卖不出好价钱。后改为六个包装品种，竞争力大大提高，以瓷瓶新包装为例，价格提高到原来的3—5倍，大大增加了国家的外汇收入。由此可见，商品学研究的中心内容应该转向于质量和品种，这是商品经济发展的需要，也是商品学发展的趋势。

（三）关于商品的属性

传统的商品学教科书中，所谓商品的属性仅限于化学的、物理的和生物学的属性。随着商品竞争的日益加剧，人们逐渐认识到这种理解的局限性。著名经济学家、诺贝尔奖金获得者阿罗曾提出了商品的时间属性和空间属性。这一见解在商品学发展过程中被实践检验是正确的，因而逐渐受到人们的重视。不少学者认为商品的时间属性和空间属性具备一种