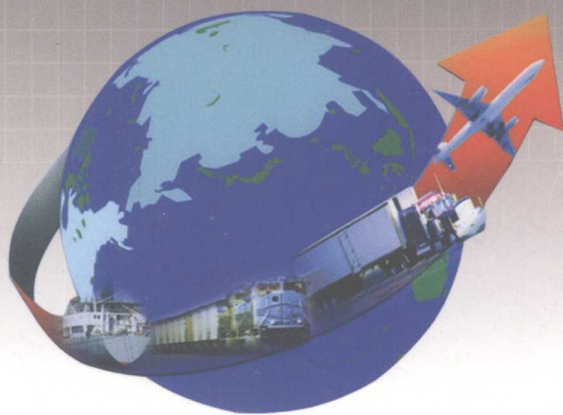




教育部职业教育与成人教育司推荐教材
高等职业教育现代物流规划教材

商品学概论

Commodity Science



主编 马三生



武汉理工大学出版社
Wuhan University of Technology Press

教育部职业教育与成人教育同推荐材料
高等职业教育现代物流规划教材

商品学概论

主 编 马三生

副主编 勾殿红 宋小平

主 审 赵春荣

武汉理工大学出版社

武汉

内 容 提 要

本书是“高等职业教育现代物流规划教材”之一。

本书以实物商品为基础,以商品质量为核心,以商品自然属性为主线,较全面地阐述了商品学的研究对象和任务、商品品种、商品分类与编码、商品质量与质量管理、商品包装、商品储存与养护、商品检验、食品类商品、服装类商品、日用工业品商品、家用电器商品及商品、资源和环境等方面的问题,注意及时反映商品发展的新趋势、新成就。

本书既可作为高等职业院校校国际贸易、市场营销、工商企业管理、物流管理等经济管理类专业的课程教材,也可作为成人教育、在职职工培训和自学辅导的材料。

图书在版编目(CIP)数据

商品学概论/马三生主编. —武汉:武汉理工大学出版社,2008.8

高等职业教育现代物流规划教材

ISBN 978-7-5629-2688-7

I. 商… II. 马… III. 商品学-高等学校:技术学校-教材 IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 092485 号

出版发行:武汉理工大学出版社(武汉市洪山区珞狮路 122 号 邮政编码:430070)

<http://www.techbook.com.cn> 理工图书网

经 销 者:各地新华书店

印 刷 者:荆州市鸿盛印务有限公司

开 本:787×960 1/16

印 张:22.5

字 数:446 千字

版 次:2008 年 8 月第 1 版

印 次:2008 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1—3000 册

定 价:36.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请向出版社发行部调换。本社购书热线电话:(027)87397097 87394412

凡使用本教材的老师,可拨打(027)87385610 索取电子教案光盘或邮件包。

E-mail:quswwutp@163.com wutp2005@126.com

前 言

商品学概论是高等职业技术教育的国际贸易、市场营销、工商企业管理、物流管理等经济管理类专业专业的专业课。学生学习本书以后,可以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。

商品学概论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,所招收的大多数是文科学生,理工科知识相对薄弱。针对这些特点,本书突出应用性,以商品自然属性为主线,理论以“必需、够用”为度,紧紧围绕商品质量和商品品种这一中心内容,从应用出发,理论联系实际,避免不必要的理论探讨和阐述,强化了实用性和实践能力的训练与培养。

本书注意知识的科学性和先进性。吸收了商品质量、商品品种、商品条码、保护资源及保护环境等方面的实践经验和新的研究成果,反映了国内外当代商品学学科的新成就。

本书由秦皇岛职业技术学院马三生主编,辽宁盘锦职业技术学院勾殿红、湖南对外经济贸易职业学院宋小平为副主编,秦皇岛职业技术学院王秀荣、番禺职业技术学院万莉、江苏海事职业技术学院王鹏参加了本书的编写工作。本书具体编写分工为:马三生负责编写第1、4章,勾殿红负责编写第2、5章,宋小平负责编写第3、7章,王秀荣负责编写第6、12章,万莉负责编写第8、9章,王鹏负责编写第10、11章。本教材特请秦皇岛职业技术学院赵春荣教授主审。

本书在编写过程中吸收和引用了有关专家、学者的部分研究成果,在此表示衷心的感谢。

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

编 者

2008年5月

目 录

1 绪论	(1)
1.1 商品的概念及构成	(2)
1.1.1 商品的概念	(2)
1.1.2 商品的属性	(2)
1.1.3 现代商品的整体构成	(3)
1.2 商品学的研究对象和内容	(3)
1.2.1 商品学的研究对象	(3)
1.2.2 商品学的研究内容	(4)
1.2.3 商品学的学科性质	(5)
1.3 商品学的研究任务和方法	(6)
1.3.1 商品学的研究任务	(6)
1.3.2 商品学的作用	(7)
1.3.3 商品学的研究方法	(8)
1.4 商品学的发展概况	(9)
1.4.1 国外商品学的发展概况	(9)
1.4.2 我国商品学发展简史	(12)
知识归纳	(13)
习题与思考题	(13)
2 商品分类与编码	(14)
2.1 商品分类的原则和方法	(15)
2.1.1 商品分类及其作用	(15)
2.1.2 商品分类的作用	(16)
2.1.3 商品分类的基本原则	(17)
2.1.4 商品分类的基本方法	(17)
2.2 商品分类标志	(19)
2.2.1 选择商品分类标志的基本原则	(19)
2.2.2 商品分类的主要标志	(20)

2.3 商品分类体系	(21)
2.3.1 商品分类体系的概念	(21)
2.3.2 建立商品分类体系的基本原则	(21)
2.3.3 主要的商品分类体系	(22)
2.4 商品目录和商品代码	(23)
2.4.1 商品目录	(23)
2.4.2 商品代码	(24)
2.5 商品条码	(28)
2.5.1 商品条码概述	(28)
2.5.2 商品条码在中国的商品标志系统及结构	(33)
2.5.3 商品条码的具体应用	(35)
知识归纳	(40)
实训题	(41)
习题与思考题	(41)
3 商品品种	(42)
3.1 商品品种概述	(43)
3.1.1 商品品种的概念	(43)
3.1.2 研究商品品种的意义	(44)
3.2 商品品种名称	(45)
3.2.1 商品名称的概念	(45)
3.2.2 商品命名的原则	(46)
3.2.3 商品品种名称及其构成	(47)
3.3 商品品种类别及其发展规律	(49)
3.3.1 商品品种类别	(49)
3.3.2 商品品种发展规律	(51)
3.4 商品品种结构及其优化	(53)
3.4.1 商品品种结构的概念	(53)
3.4.2 商品品种结构优化的原则	(54)
3.4.3 商业企业商品品种结构优化	(55)
知识归纳	(58)
实训题	(58)
习题与思考题	(58)

4 商品质量与质量管理	(59)
4.1 商品质量的概念及其构成.....	(60)
4.1.1 商品质量的概念.....	(60)
4.1.2 商品质量的构成.....	(61)
4.2 商品质量的基本要求.....	(62)
4.2.1 对食品质量的基本要求.....	(62)
4.2.2 对日用工业品质量的基本要求.....	(64)
4.2.3 对纺织品商品质量的基本要求.....	(65)
4.3 影响商品质量的因素.....	(66)
4.3.1 人的因素.....	(66)
4.3.2 生产过程中影响商品质量的因素.....	(68)
4.3.3 流通过程中影响商品质量的因素.....	(70)
4.3.4 使用过程中影响商品质量的因素.....	(70)
4.4 商品质量管理.....	(71)
4.4.1 商品质量管理的相关术语及概念.....	(71)
4.4.2 商品质量管理的基本内容.....	(74)
4.4.3 商品质量管理发展概况.....	(76)
4.4.4 商品质量管理的常用方法.....	(77)
知识归纳	(82)
实训题	(82)
习题与思考题	(82)
5 商品包装	(83)
5.1 商品包装及其分类.....	(84)
5.1.1 包装的概念.....	(84)
5.1.2 商品包装的功能.....	(84)
5.1.3 商品包装的分类.....	(86)
5.2 商品包装材料.....	(89)
5.2.1 商品包装材料应具备的性能.....	(89)
5.2.2 主要包装材料的特点与应用.....	(91)
5.3 常用包装技法.....	(95)
5.3.1 一般包装技法.....	(95)
5.3.2 运输包装技法.....	(96)

5.3.3 销售包装技法	(98)
5.3.4 包装设计原则	(100)
5.4 商品包装标志	(103)
5.4.1 运输包装标志	(103)
5.4.2 销售包装标志	(113)
知识归纳	(116)
实训题	(116)
习题与思考题	(116)
6 商品的储存与养护	(117)
6.1 商品储存概述	(118)
6.1.1 商品储存的含义	(118)
6.1.2 仓库建筑概述	(119)
6.2 商品储存中的损耗与变质	(122)
6.2.1 食品储存中的质变	(123)
6.2.2 工业品商品储存中的质变	(126)
6.3 储存商品的养护技术	(128)
6.3.1 食品商品的防腐与保鲜	(128)
6.3.2 工业品商品的养护	(134)
6.4 商品储存中的管理	(148)
6.4.1 商品的入库管理	(148)
6.4.2 商品的在库管理	(149)
6.4.3 商品的出库管理	(151)
知识归纳	(153)
实训题	(153)
习题与思考题	(153)
7 商品检验	(154)
7.1 商品检验概述	(155)
7.1.1 商品检验的概念	(155)
7.1.2 商品检验的目的与任务	(155)
7.1.3 商品检验的种类	(156)
7.1.4 商品检验的内容	(158)
7.1.5 商品检验的意义	(159)

7.2 商品检验的基本要求及方式	(160)
7.2.1 内销商品检验	(160)
7.2.2 进出口商品检验	(161)
7.3 商品抽样	(164)
7.3.1 抽样的概念	(164)
7.3.2 抽样的方法	(166)
7.4 商品检验的基本方法	(167)
7.4.1 感官检验法	(168)
7.4.2 理化检验法	(169)
7.5 商品品级	(171)
7.5.1 商品品级的概念	(171)
7.5.2 商品分级的方法	(172)
7.6 商品质量监督	(174)
7.6.1 商品质量监督的概念	(174)
7.6.2 商品质量监督的种类	(174)
7.6.3 商品质量监督的形式	(175)
7.6.4 我国商品质量监督管理模式	(175)
知识归纳	(176)
实训题	(176)
习题与思考题	(176)
8 食品类商品	(177)
8.1 食品的分类与营养卫生	(178)
8.1.1 食品及其分类	(178)
8.1.2 食品的营养卫生	(179)
8.2 糖酒类商品	(185)
8.2.1 糖类商品的品质特征及储藏	(185)
8.2.2 酒类商品的分类、品种及质量鉴别	(187)
8.3 茶叶和水果类商品	(197)
8.3.1 茶叶的分类、品种及质量评审	(197)
8.3.2 水果的品质特征和选购、食用	(202)
知识归纳	(205)
习题与思考题	(206)

9 服装类商品	(207)
9.1 服装材料	(208)
9.1.1 纺织纤维的分类和性质	(208)
9.1.2 纺织品的形成	(219)
9.1.3 服装面料	(234)
9.1.4 服装辅料	(237)
9.2 服装商品	(238)
9.2.1 服装的分类、品种及性能特点	(238)
9.2.2 服装的质量要求及鉴别	(241)
9.2.3 服装的选购及熨烫	(244)
知识归纳	(247)
实训题	(247)
习题与思考题	(247)
10 日用工业品商品	(248)
10.1 日化类商品	(249)
10.1.1 洗涤用品	(249)
10.1.2 化妆用品	(260)
10.1.3 塑料制品	(264)
10.2 皮革类商品	(272)
10.2.1 天然皮革的种类和特点	(272)
10.2.2 皮革的外观特征与质量要求	(273)
10.2.3 皮革制品	(275)
10.3 照相器材类商品	(278)
10.3.1 照相机	(278)
10.3.2 感光材料	(284)
知识归纳	(285)
习题与思考题	(285)
11 家用电器商品	(286)
11.1 家用电器的分类和基础知识	(287)
11.1.1 家用电器的分类、品种及特点	(287)
11.1.2 家用电器基础知识	(289)



11.2 电子类家用电器·····	(298)
11.2.1 组合音响·····	(298)
11.2.2 彩色电视机·····	(303)
11.3 电器类家用电器·····	(311)
11.3.1 电冰箱·····	(311)
11.3.2 空调器·····	(316)
11.3.3 洗衣机·····	(319)
知识归纳·····	(323)
习题与思考题·····	(324)
12 商品、资源和环境 ·····	(325)
12.1 商品、资源及其保护 ·····	(326)
12.1.1 资源的概念与分类·····	(326)
12.1.2 自然资源的特性·····	(328)
12.1.3 商品生产和消费带来的资源问题·····	(330)
12.2 商品、环境及其保护 ·····	(332)
12.2.1 环境的概念和分类·····	(332)
12.2.2 商品与环境污染·····	(333)
12.2.3 商品环境污染的防治·····	(334)
12.3 绿色革命·····	(339)
12.3.1 商品环境生命周期·····	(339)
12.3.2 企业的绿色战略·····	(340)
12.3.3 绿色营销·····	(341)
12.3.4 绿色标志·····	(344)
知识归纳·····	(346)
实训题·····	(346)
习题与思考题·····	(347)
参考文献 ·····	(348)

学习目标 ▼

通过本章学习,明确商品学的研究对象与内容,掌握商品学的研究方法,能按照商品构成的原理,对日常商品进行分解。本章是本课程学习的基础。

关键词汇 ▼

商品(Commodity)

商品的使用价值(The Use Value of Commodity)

科学实验法(Scientific Experiment)

现场实验法(Field Test)

引导案例 ▼

第十四届国际商品学会中国论坛开幕

两年一度的国际商品学界最高级学术论坛——第十四届国际商品学会中国论坛于2004年8月25日在北京人民大会堂拉开帷幕。

本届论坛以“聚焦新世纪—商品、贸易、环境”为主题。会议的主要研讨内容有:商品的新材料、新工艺、新技术、新产品;商品的质量与服务;经济全球化及我国加入WTO后的商品贸易问题;绿色商品、清洁生产及环境保护与可持续发展等问题。

会议还开展了国际推荐商品活动,把中国名优商品推向世界。本届论坛成为国际商品学界及其相关领域的一次盛会,为我国国民经济的发展做出了贡献。

这一报道表明,商品学的研究与国民经济的发展、环境保护和可持续发展等问题密切相关。

1.1 商品的概念及构成

1.1.1 商品的概念

商品是用来交换的劳动产品,有使用价值和价值两个基本属性。

凡是商品必须是劳动产品,不是劳动产品的不能成为商品,劳动产品如不用于交换,也不能成为商品。随着社会经济的不断发展,人们认识到商品已从物质形态的劳动产品,发展到能够满足人们社会消费需要的所有形态。商品可分为很多种类,如图 1-1 所示。

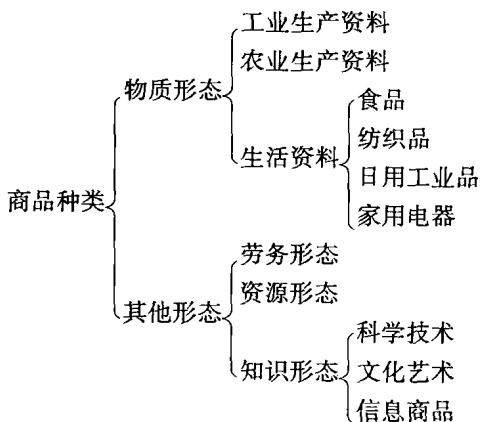


图 1-1 商品种类

综上所述,作为特殊劳动产品的商品具有以下基本特征:

- (1)商品是具有使用价值的劳动产品;
- (2)商品是供他人消费(即社会消费)的劳动产品;
- (3)商品是必须通过交换才能到达他人手中的劳动产品。

1.1.2 商品的属性

商品能满足人们的哪种社会消费需要,或者说对人们有什么用途,归根结底取决于商品自身的属性。商品的属性是多方面的,可概括为自然属性和社会属性两方面。

商品的自然属性包括:商品的成分、结构、形态和化学性质、物理学性质(力学、电学、热学、光学、声学等性质)、生物学性质、生态学性质等。

商品的社会属性包括:商品的经济属性、文化属性(民族、宗教、审美、道德等属性)、政治属性和其他社会属性。

正是由于商品不同属性的组合,才使商品能够满足人们不同的消费需要。一般来说,在形成商品的使用价值或有用性时,起直接和主导作用的是商品的自然属性,它是商品社会属性存在的前提和基础。

1.1.3 现代商品的整体构成

消费者购买商品,本质上是购买一种需要。这不仅体现在商品消费时,而且还表现在商品购买和消费的全过程。综合来说,商品不仅是使用价值和价值的统一,还是有形体和无形体的统一。商品能给人们带来的实际利益和心理利益构成了商品整体。因此,商品的整体可以看成由核心部分、形式部分和延伸部分组成。

1.1.3.1 核心部分

核心部分,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。如消费者购买苹果,是因为它能满足胃口,能给人体提供营养;买洗衣机是为了洗衣服。核心部分表达的商品实质,是商品构成中最基本和最主要的部分。

1.1.3.2 形式部分

形式部分是商品的具体形态,主要包括商品的成分、结构、外观、质量、商标、品牌、使用说明书、标志、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。

1.1.3.3 延伸部分

延伸部分,即人们在购买商品时所获得的附加利益和服务,如商品信息咨询、送货上门、免费安装调试、免费培训、提供信贷、售后保证与维修服务、退换退赔承诺等。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,而且能够使消费者购买到称心如意的商品,而且有利于在激烈的市场竞争中立于不败之地。

1.2 商品学的研究对象和内容

1.2.1 商品学的研究对象

商品学是研究商品的科学,着重从商品的使用价值和价值两方面来研究商品。因此,商品学是研究商品使用价值及其变化规律的科学。

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。商品的使用

价值是由商品体的属性决定的,它离开商品体就不存在了。因此,商品学必须从商品体的属性来研究商品的使用价值。另一方面,因为商品的使用价值是满足他人和社会的使用价值,所以在研究商品使用价值时,还要研究商品体满足人和社会需要方面的特性。从这个意义上说,商品的使用价值实际上反映了商品属性与人们社会需要之间的满足关系。

具体来说,商品的使用价值是指商品的有用性,也就是满足人和社会的需要性。研究商品的使用价值,不仅要研究商品的成分、结构、外形、化学性质、生物学性质和物理学性质,还要研究商品的流行性、时代感、地区性、民族性和经济性等社会经济文化属性,以及它是如何满足人和社会在商品方面的物质需要和精神需要。

商品体有多少种自然属性,就可能有多少种使用价值。例如,煤既可作燃料,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,羽绒衣可御寒,食品可以充饥。在不同的社会经济条件下,同一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。再如对贫困型消费者来说,能使其吃饱穿暖、坚固耐用的商品使用价值最大;而对富裕型消费者来说,舒适、美观、体现个性风度的商品更具有使用价值。同一种商品在由同一消费者消费时,也可以有多种使用价值。例如,高档服装可用于一般的遮体御寒;也可用于美化人体,弥补某些体形缺陷;还可用来显示穿着者的身份和地位。

特别值得指出的是,商品的使用价值是随着科学技术的发展和人们经验的不断丰富而陆续被发现的。商品的使用价值是一个动态的、综合性的概念。准确而全面地理解商品的使用价值,运用商品的使用价值学说指导商品的生产、经营和消费,对发展我国社会主义市场经济,具有重大的现实意义。商品自然属性的相对稳定和商品社会经济属性的相对变化,决定着我们的商品生产、经营者要不断地调整商品结构,一切从市场出发,从消费者需求出发,注意开发适销对路的商品,使企业主观上追求利润和客观上生产、经营具有社会使用价值的商品两者有机地结合成一体。

1.2.2 商品学的研究内容

商品学是研究商品使用价值的科学。我们常用商品质量来表示商品的有用程度,反映商品满足社会需要的程度。由此可以看出,商品质量是商品使用价值的集中反映,商品使用价值的大小是用商品质量来衡量的。因此,商品质量是商品学研究的中心内容。

商品学研究的具体内容是与商品质量密切相关的问题,包括商品的成分、结构、性质、生产工艺、工作原理、功能用途、品种分类、质量要求、检验评价、使用维

护等。

商品学研究内容还包括商品与人、商品与时代、商品与环境等诸多方面的问题。在环境保护备受关注的今天,商品学的研究重点已从着重研究环境对商品的污染,发展为同时研究环境对商品及商品对环境的污染。在研究商品对环境的污染时,既要研究商品对社会环境的污染,以防商品对人们身心的损害,也要研究商品对自然环境的污染和对生态环境的破坏等问题;既要研究商品的清洁生产技术,也要研究商品流通和消费过程中的环保问题。在研究和评价商品时,商品学已把商品的环境效应作为一项重要的研究内容。

任何事物都是不断发展的,商品学研究的内容也是随着社会生产力水平的提高、科学技术的进步、人类生活范围的扩大和消费需求的变化而不断拓展的。商品使用价值领域的不断拓宽,商品质量水平的不断提高,商品品种类型的不断增多,必然会使商品学的研究内容向更高的层次发展,以便能更加适应市场经济发展的需要。

1.2.3 商品学的学科性质

任何一门学科都有自己独特的研究对象,但并不是与其他学科没有关系。学科与学科之间的联系,既是学科发展的前提,又是学科发展的必然结果。我们知道,从商品学的研究对象和内容来看,商品学与许多学科的理论知识有着密切的联系,这一点也决定了商品学这门学科所涉及的理论知识具有广泛性这一特点。

研究商品的成分、结构和性质,要以化学、物理学、动物学、植物学和微生物学等学科的基础理论和基本知识,以及研究这些学科的基本方法为基础。

研究商品质量评定,对其评定依据的研究离不开对各种商品的质量特性的掌握,这就需要计量学和标准化等学科的理论知识。对评定方法的研究,离不开物理学、分析化学和微生物学等学科的基础理论知识。

研究影响商品质量的因素,涉及的学科领域更加广泛。例如,对工业品商品的生产影响因素的研究,离不开材料科学和生产工艺等学科的理论知识;对农产品商品的生产影响因素的研究,需要植物栽培学、动物饲养学等学科的理论知识。

研究商品包装,除研究商品成分、结构和性质外,还要研究商品包装材料的性质、包装容器的结构和特点,以及包装的一些防护措施,这些都需要物理学、化学和材料科学的理论知识。

研究商品质量的保养和维护,既要研究在外界因素影响下商品质量变化的形式及其规律,又要研究商品成分、结构和性质的变化等内在因素,还要研究影响质量变化的各种外界因素,这同样需要物理学、化学、气象学、微生物学、昆虫

学等学科的理论知识。

研究商品分类、商品品种类别及其构成,以及品种发展规律,需要分类学、统计学等学科的理论知识。研究商品名称、型号和系列,对其进行科学规范,需要标准化、数学等学科的理论知识。

此外,在研究商品质量和品种的过程中,还需要市场学、经济学、管理学、广告学、心理学、美学和地理学等学科中有关的理论知识。

综上所述,研究商品的使用价值不仅需要自然科学理论知识,还需要社会科学理论知识。因此说,商品学既是一门边缘学科,又是一门综合性较强的应用技术学科。

1.3 商品学的研究任务和方法

商品学不仅有独特的研究对象和内容,也有独特的研究任务、方法,具有其他学科不可替代的地位与作用。研究商品学的任务、方法和作用,不仅有利于进一步明确本学科的研究方向和目标,还有利于进一步理解学习本课程的目的和意义。

1.3.1 商品学的研究任务

商品学是以商品质量和商品品种为研究的中心内容,以商品的使用价值为研究对象的一门学科。它的研究任务是站在商品流通的角度,通过为商品流通服务,促进工农业生产乃至整个国民经济的发展,指导社会对商品使用价值的消费。商品学的研究任务如下:

(1) 阐述商品的有用性和适用性

商品的有用性和适用性是构成商品使用价值的最基本条件,离开了对商品有用性和适用性的研究,就无从谈及商品的使用价值。只有对商品有用性和适用性进行全面的阐述,才能发现和明确商品的用途和使用方法,从而扩大商品的使用范围。

(2) 为评价商品质量奠定基础

商品质量是企业的生命,又与消费者的切身利益紧密相关。通过分析商品成分、结构和性质,探讨与研究商品质量特性、检验商品质量的方法及方法的选择,可以更好地为制定、修订商品质量标准和商品检验标准提供依据,从而为评价商品质量奠定良好的基础。

(3) 分析商品的质量变化规律

商品质量虽然是在生产过程中形成的,但也处于动态变化之中。由于商品