

# 商 品 学

SHANGPINXUE

刘增田 主 编

钟绵章 付淑文 范伟军 副主编

白世贞 主 审



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高等院校市场营销类规划教材

# 商 品 学

主 编 刘增田

副主编 钟绵章 付淑文 范伟军

主 审 白世贞



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

## 内 容 简 介

本书是高等职业院校市场营销、连锁经营管理、国际贸易、贸易经济等专业的“商品学”课程教材。全书共九章,分为概论和分论两大部分。概论部分中对商品学的研究对象、商品质量、商品标准、商品检验、商品分类、商品包装、商品的基本性质等商品学基础知识做了概括性的介绍。分论部分中重点介绍了与人们生活关系密切的重点商品,如酒、茶叶、乳制品、皮革制品、洗涤用品、化妆品、玻璃制品、陶瓷制品、塑料制品、纺织品、服装等,对每类商品的品种、化学组成、性能特点、质量指标、品质检验、使用、储存保管等内容做了较为系统的介绍。本书结构严谨,内容准确、简明,特别注重对学生专业技能的培养,具有非常强的实用性。

### 图书在版编目(CIP)数据

商品学/刘增田主编. —北京:北京大学出版社,2010.8

(21世纪全国高等院校市场营销类规划教材)

ISBN 978-7-301-16565-2

I. 商… II. 刘… III. 商品学—高等学校—教材 IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 000500 号

书 名: 商品学

著作责任者: 刘增田 主编

策 划 编 辑: 傅 莉

责 任 编 辑: 邱 懿

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-16565-2/F·241

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765126 出版部 62754962

网 址: <http://www.pup.cn>

电 子 信 箱: [zyjy@pup.cn](mailto:zyjy@pup.cn)

印 刷 者: 北京飞达印刷有限责任公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米×980 毫米 16 开本 23.25 印张 450 千字

2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 46.00 元

---

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: (010)62752024 电子信箱: [fd@pup.pku.edu.cn](mailto:fd@pup.pku.edu.cn)

# 前 言

本书是 21 世纪全国高等院校市场营销类规划教材之一，是根据教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》（教育部 2006 年第 16 号文件）的文件精神，在借鉴了全国高职高专商品学课程教学改革经验的基础上，为了更好地满足高等职业院校市场营销、连锁经营管理、物流管理、国际贸易、贸易经济等专业的教学需要，并结合编者二十多年的商品学教学、实践经验，组织编写了本书。

本书体例新颖，结构合理，对商品学的研究对象、商品质量、商品标准、商品检验、商品分类、商品包装、商品的基本性质等商品学基础知识做了概括性的介绍，重点介绍了与人们生活关系密切的酒、茶叶、乳制品、皮革制品、洗涤用品、化妆品、玻璃制品、陶瓷制品、塑料制品、纺织品、服装、大件耐用电器等商品，对每类商品的品种、化学组成、性能特点、质量要求、品质检验、使用、储存保管等知识做了较为系统的介绍。该书中所选录的商品除了是与人们生活关系密切的大宗商品之外，还是学生毕业后开展自主创业经营的优选商品，从我院市场营销专业毕业生的自主创业情况看，许多同学在茶叶、皮革制品、针纺织品经营中取得了较大的成功。

本书取材新颖，一方面收录了近几年在商品开发、生产活动中诞生的最新技术和成果，如新型纺织纤维、特种陶瓷等；另一方面在编写过程中查阅了大量商品标准，修订了过往教材中不尽合理的商品的质量指标及要求，使商品质量要求与现行标准保持一致，并根据现行标准规范了商品名称和商品分类。

本书特别注重对学生实践技能的培养，对诸如目的、意义之类的内容做了大幅度的删减，着重强调对商品类别的划分、品种花色的辨认、质量检验、选购方法等实用性知识的介绍，例如：在茶叶部分，重点介绍了茶叶的分类及品种、茶叶质量评定的方法和茶叶的储存与保管。

本书由山东经贸职业学院刘增田老师主编，参加编写的人员还有山东经贸职业学院钟绵章老师，日照职业技术学院付淑文、范伟军老师。刘增田老师编写了第一—八章，钟绵章老师编写了第九章，付淑文老师参与了第一章的编写工作，范伟军老师参与了第三章的编写工作。全书由刘增田老师负责统稿。

本书由中国商品学学会常务理事兼副秘书长、商品学省级（黑龙江省）本科重点专业





带头人、哈尔滨商业大学物流学院院长白世贞教授审稿，白世贞教授认真审阅了本书的全部稿件，并提出了许多宝贵意见，特此感谢。我们在编写过程中参考了大量的文献资料，对各位作者给予的帮助，在此一并感谢。

由于水平所限，时间也比较仓促，书中不妥之处在所难免，敬请读者斧正。

编 者

2010年6月

# 目 录

|                       |      |
|-----------------------|------|
| 第一章 商品学概论 .....       | (1)  |
| 第一节 商品学研究对象和任务 .....  | (1)  |
| 一、商品 .....            | (1)  |
| 二、商品学研究对象 .....       | (3)  |
| 三、商品学研究任务 .....       | (3)  |
| 第二节 商品质量 .....        | (4)  |
| 一、商品质量的概念 .....       | (4)  |
| 二、对商品质量的基本要求 .....    | (5)  |
| 三、影响商品质量的因素 .....     | (10) |
| 第三节 商品标准 .....        | (12) |
| 一、标准及商品标准的含义 .....    | (12) |
| 二、标准的分类 .....         | (13) |
| 三、商品标准的分级和编号 .....    | (14) |
| 四、商品标准的基本内容 .....     | (19) |
| 第四节 商品检验 .....        | (22) |
| 一、商品检验的含义 .....       | (22) |
| 二、商品检验的类型 .....       | (22) |
| 三、商品检验的抽样方法 .....     | (23) |
| 四、商品检验的方法 .....       | (25) |
| 五、商品质量认证 .....        | (35) |
| 第五节 商品分类 .....        | (42) |
| 一、商品分类的概念、原则及意义 ..... | (42) |
| 二、商品分类的标志 .....       | (44) |
| 三、商品分类的方法 .....       | (46) |
| 四、商品代码 .....          | (47) |
| 五、商品分类目录 .....        | (51) |



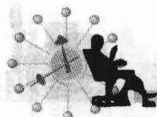
|                        |       |
|------------------------|-------|
| 第六节 商品包装 .....         | (55)  |
| 一、商品包装概念及作用 .....      | (55)  |
| 二、商品包装的种类 .....        | (56)  |
| 三、商品包装标志 .....         | (61)  |
| 第七节 食品的营养成分与食品卫生 ..... | (66)  |
| 一、食品的营养成分 .....        | (66)  |
| 二、食品中的有毒有害物质 .....     | (81)  |
| 第二章 副食品商品 .....        | (90)  |
| 第一节 酒 .....            | (90)  |
| 一、酒的分类 .....           | (90)  |
| 二、白酒 .....             | (92)  |
| 三、啤酒 .....             | (96)  |
| 四、葡萄酒 .....            | (99)  |
| 五、黄酒 .....             | (101) |
| 第二节 茶叶 .....           | (103) |
| 一、茶叶的主要化学组成 .....      | (103) |
| 二、茶叶的生产 .....          | (105) |
| 三、茶叶的分类 .....          | (109) |
| 四、茶叶的质量评定 .....        | (116) |
| 五、茶叶的储存和保管 .....       | (120) |
| 第三节 乳及乳制品 .....        | (121) |
| 一、乳的化学组成 .....         | (121) |
| 二、乳制品的分类 .....         | (123) |
| 三、灭菌牛乳 .....           | (124) |
| 四、乳粉(奶粉) .....         | (125) |
| 五、其他乳制品 .....          | (127) |
| 第三章 皮革制品 .....         | (131) |
| 第一节 皮革的原料与生产 .....     | (131) |
| 一、皮革的含义 .....          | (131) |
| 二、制革原料皮 .....          | (132) |
| 三、皮革的生产 .....          | (135) |
| 第二节 成品革 .....          | (140) |

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| 一、成品革的分类 .....            | (140) |
| 二、四大成品革的外观特征 .....        | (143) |
| 三、成品革的外观疵点 .....          | (144) |
| 第三节 皮鞋 .....              | (146) |
| 一、皮鞋的分类 .....             | (146) |
| 二、鞋号 .....                | (147) |
| 三、皮鞋的结构 .....             | (148) |
| 四、皮鞋的选购 .....             | (149) |
| 五、天然皮革与人造革、合成革的简易鉴别 ..... | (150) |
| 第四章 日用化学商品 .....          | (153) |
| 第一节 肥皂 .....              | (153) |
| 一、皂的概念及使用特点 .....         | (153) |
| 二、皂的原料与生产 .....           | (154) |
| 三、皂的品种及质量要求 .....         | (157) |
| 第二节 合成洗涤剂 .....           | (161) |
| 一、洗涤剂的去污原理 .....          | (162) |
| 二、合成洗涤剂的分类 .....          | (162) |
| 三、洗衣粉 .....               | (165) |
| 第三节 化妆品 .....             | (167) |
| 一、化妆品的分类 .....            | (168) |
| 二、化妆品的主要品种 .....          | (170) |
| 第四节 牙膏 .....              | (179) |
| 一、牙膏的分类 .....             | (179) |
| 二、牙膏的原料 .....             | (181) |
| 三、牙膏的质量要求 .....           | (183) |
| 第五章 玻璃、陶瓷制品 .....         | (187) |
| 第一节 玻璃制品 .....            | (187) |
| 一、玻璃的分类 .....             | (187) |
| 二、玻璃的性质 .....             | (191) |
| 三、玻璃的原料 .....             | (192) |
| 四、玻璃制品的生产 .....           | (193) |
| 五、日用保温容器 .....            | (199) |



|                         |       |
|-------------------------|-------|
| 六、玻璃器皿 .....            | (202) |
| 第二节 陶瓷制品 .....          | (203) |
| 一、陶瓷制品的分类 .....         | (204) |
| 二、日用陶瓷的主要品种 .....       | (207) |
| 三、陶瓷制品的选购 .....         | (212) |
| 第六章 塑料制品 .....          | (215) |
| 第一节 塑料概述 .....          | (215) |
| 一、塑料及塑料的基本特点 .....      | (215) |
| 二、塑料的化学组成 .....         | (217) |
| 三、塑料的分类 .....           | (219) |
| 四、塑料的用途 .....           | (220) |
| 第二节 日常生活中常用的合成树脂 .....  | (221) |
| 一、聚乙烯(PE) .....         | (221) |
| 二、聚氯乙烯(PVC) .....       | (223) |
| 三、聚丙烯(PP) .....         | (225) |
| 四、聚苯乙烯(PS)及改性聚苯乙烯 ..... | (226) |
| 五、聚甲基丙烯酸甲酯(PMMA) .....  | (228) |
| 六、聚酯树脂 .....            | (228) |
| 七、聚碳酸酯(PC) .....        | (230) |
| 八、聚酰胺(PA) .....         | (230) |
| 九、聚氨酯树脂(PU) .....       | (231) |
| 十、酚醛树脂(PF) .....        | (232) |
| 十一、氨基树脂 .....           | (233) |
| 第三节 塑料制品及检验 .....       | (234) |
| 一、塑料制品 .....            | (234) |
| 二、塑料的品种鉴别 .....         | (241) |
| 第七章 纺织纤维 .....          | (246) |
| 第一节 纺织纤维的分类 .....       | (246) |
| 一、纺织纤维的分类 .....         | (246) |
| 二、新型纺织纤维 .....          | (247) |
| 第二节 棉纤维 .....           | (251) |
| 一、棉纤维的种类 .....          | (251) |

|                     |       |
|---------------------|-------|
| 二、棉纤维的形成和结构 .....   | (252) |
| 三、棉纤维的性质 .....      | (253) |
| 四、棉纤维的质量指标 .....    | (254) |
| 第三节 麻纤维 .....       | (257) |
| 一、麻纤维的种类 .....      | (257) |
| 二、麻纤维的性质 .....      | (258) |
| 第四节 天然丝纤维 .....     | (259) |
| 一、天然丝纤维的种类 .....    | (259) |
| 二、桑蚕丝 .....         | (260) |
| 第五节 毛纤维 .....       | (262) |
| 一、毛纤维的种类 .....      | (262) |
| 二、绵羊毛 .....         | (264) |
| 第六节 化学纤维 .....      | (270) |
| 一、化学纤维的分类 .....     | (270) |
| 二、化学纤维的主要品种 .....   | (272) |
| 第七节 纺织纤维的品种鉴别 ..... | (277) |
| 一、感官鉴别 .....        | (278) |
| 二、燃烧鉴别 .....        | (279) |
| 三、显微镜鉴别 .....       | (281) |
| 四、化学溶解鉴别 .....      | (281) |
| 五、着色鉴别 .....        | (282) |
| 第八章 纱线、织物与服装 .....  | (285) |
| 第一节 纱线 .....        | (285) |
| 一、纱线的生产 .....       | (285) |
| 二、纱线的分类 .....       | (288) |
| 三、纱线的质量指标 .....     | (290) |
| 第二节 织物 .....        | (292) |
| 一、织物与织物组织 .....     | (292) |
| 二、织物的分类 .....       | (294) |
| 三、棉织物 .....         | (296) |
| 四、毛织物 .....         | (296) |
| 五、丝织物 .....         | (298) |



|                          |       |
|--------------------------|-------|
| 六、织物的性质及品质评价指标 .....     | (303) |
| 第三节 服装 .....             | (308) |
| 一、服装及服装的功能 .....         | (308) |
| 二、服装的分类 .....            | (309) |
| 三、服装号型 .....             | (311) |
| 四、服装的使用说明 .....          | (314) |
| 五、服装质量及安全认证 .....        | (318) |
| 六、西服质量要求 .....           | (321) |
| 七、服装的选购 .....            | (325) |
| 第九章 家用电器 .....           | (329) |
| 第一节 电视机 .....            | (329) |
| 一、电视基础知识 .....           | (329) |
| 二、彩色电视机的基本结构与工作原理 .....  | (331) |
| 三、彩色电视机的选购 .....         | (331) |
| 四、电视机的使用和维护 .....        | (332) |
| 五、新型电视机 .....            | (333) |
| 第二节 电冰箱 .....            | (336) |
| 一、电冰箱的分类 .....           | (336) |
| 二、电机压缩式电冰箱的结构与工作原理 ..... | (337) |
| 三、电冰箱的选购和使用 .....        | (339) |
| 第三节 空调器 .....            | (342) |
| 一、空调器的分类 .....           | (342) |
| 二、空调器基本结构与工作原理 .....     | (343) |
| 三、空调器的选购和使用 .....        | (344) |
| 第四节 微波炉 .....            | (346) |
| 一、微波炉的分类 .....           | (346) |
| 二、微波炉的结构与工作原理 .....      | (347) |
| 三、微波炉的选购和使用 .....        | (351) |
| 第五节 洗衣机 .....            | (353) |
| 一、洗衣机洗衣原理 .....          | (353) |
| 二、洗衣机的分类 .....           | (354) |
| 三、洗衣机的选购和使用 .....        | (356) |
| 参考文献 .....               | (360) |

# 第一章 商品学概论



通过本章的学习，读者应该了解商品学研究的内容；了解对日用工业品、食品、纺织品质量的基本要求和影响商品质量的因素；掌握商品标准是如何分级的，编号是如何规定的，商品标准的内容有哪些；了解商品检验的抽样方法，掌握商品检验的基本方法；了解商品质量认证的基本知识；掌握商品分类的标志和方法，掌握商品条码的相关知识；了解商品包装的种类，掌握商品的包装标志；了解食品中的营养成分和有毒有害物质，能提出合理膳食的建议。

## 第一节 商品学研究的对象和任务

### 一、商品

#### （一）商品的概念与特征

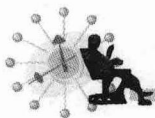
商品是指用来交换，并能满足人们某种需要的劳动产品。商品是人类社会生产力发展到一定历史阶段的产物。商品具有使用价值和价值两重属性，是使用价值和价值的统一体。与一般劳动产品相比，商品具有如下特征。

（1）商品是具有使用价值的劳动产品。某些天然物品，如空气、河水等，虽然具有使用价值，但不是劳动产品，所以不能称之为商品。没有使用价值的劳动产品，如废品、伪劣产品等，也不能算作商品。

（2）商品是供他人或社会消费，而不是供生产者或经营者自己消费的劳动产品。所以，自产自用的劳动产品，如农民留下自用的口粮、种子等，也不是商品。

（3）商品是为交换而生产的劳动产品。商品是必须通过交换活动，才能到达别人手中





的劳动产品。对商品生产者来说,商品只是交换价值的物质承担者,没有直接的使用价值,否则就不会把它拿到市场上去销售。而要交换就必须进入市场,并且受市场规律(如价值规律、供求规律、竞争规律)的支配。

在商品经济高度发展的现代社会中,绝大多数的工农业生产活动中使用的生产资料 and 人们日常生活中使用的生活资料大都属于商品范畴。随着人类社会的不断发展和进步,商品的范畴和形态也在逐渐扩大,只要是通过市场交换,能够满足人们某种需要的所有形态(如:知识、服务、资金、实物等)的劳动产品都是商品。随着现代社会的高度商品化和技术进步的加速,商品的发展呈现出知识化、软件化、服务化等趋势和特点。商品已不满足于“需求”与“经济”相结合的形式,开始向“技术”与“文化”相结合的方向发展。

在我国,商品学学科中所研究的商品仍侧重于物质形态的商品,如一般的生活资料商品和生产资料商品。

## (二) 现代商品的整体概念

现代商品的整体概念包含如下三方面的内容。

### 1. 核心商品

核心商品是商品所具有的能够满足特定用途的功能主体。比如,电冰箱是一个具有制冷功能,能够冷冻、冷藏食品,在一定期限范围内能够防止食品腐败,具有保鲜功能,由制冷系统、控制系统、箱体系统组合而成的功能实体。

核心商品首先是人们通过带有目的性的有效的劳动投入(如市场调查、规划设计、加工生产等)创造出来的产物。

商品是通过功能来满足使用者需要的。功能是商品能够满足人们需要的各种特征与特性。商品具备哪些功能,是由商品体的化学组成、形态结构等决定的。商品的有用性是以商品功能为基础的,因此,核心商品是商品整体概念中最基本和最主要的部分。

### 2. 有形附加物

商品的有形附加物包括商品包装、装潢、商标及品牌、专利、质量标志、商品使用说明标签或标志、检验合格证、使用说明书、维修卡(保修单)、购货发票等。它们是满足商品的流通(运输、装卸、储存、销售等)、使用、环境保护等需要所不可缺少的。其中,包装、商标等本身也是商品,它们既有使用价值,也有价值。

### 3. 无形附加物

商品的无形附加物是指人们购买有形商品时所获得的各种服务和附加利益。例如:卖方提供消费信贷、送货上门、售后保修服务、免费安装调试服务及有关财产保险等。善于

开发和利用合法的商品无形附加物,不仅有利于充分满足消费者的综合需要,为消费者提供更多的实际利益,也有利于提高企业形象,使企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。

## 二、商品学研究的对象

商品学是研究商品使用价值及变化规律的一门自然科学。

商品学作为一门独立的科学,有它特定的研究对象和范畴。从广泛意义上讲,商品学研究的对象就是商品,但商品具有价值和使用价值两种属性,商品的价值早已属于政治经济学的研究对象和范畴,商品学的研究对象主要是商品的使用价值。由于商品的使用价值主要是通过商品的自然属性体现出来,所以对商品使用价值的研究多采用自然科学的方法来实现。

随着社会的发展和进步,人们的需要更加丰富多彩,对商品使用价值的要求也在不断改变和提高,因而促进新产品的开发、满足动态发展的市场需求,也是商品学的研究主题。

商品的使用价值体现在商品本身的自然属性和商品的某些社会属性(如商品美学、流行性等)两个方面。商品的自然属性构成了商品使用价值的物质基础,是商品使用价值形成和实现的重要依据和必要条件。商品的社会属性(除商品价值之外)构成了使用价值的社会基础,是社会需要和市场交换需要必不可少的组成部分,也是商品使用价值实现的必要条件。

商品学研究的商品的自然属性主要包括:商品的功能、性能特点、原料及化学组成、结构、商品质量及质量变化、商品分类、使用方法、储存养护方法,包装方法等。

商品学研究的商品的社会属性(除商品价值之外)主要包括:商品对社会的适应性、时代性、文化性、流行性、民族性、区域性,可持续发展性等。

## 三、商品学研究的任务

从商品学的发展历史来看,商品学产生于商品交换的实践,反过来又为发展生产、促进商品流通和保护消费者利益服务。所以,商品学研究的任务可以概括为:促进生产企业生产使用价值更高的商品;维护流通领域中商品的使用价值;指导消费促进商品使用价值的实现;推动市场经济的发展和进步。具体任务如下。

### 1. 指导商品使用价值的形成

通过商品资源和商品需求的研究,为政府部门实施商品(产品)结构调整、商品科学分类、商品的进出口管理、商品质量监督与管理、商品的环境管理等制定商品标准、政策法规、商品发展规划等提供科学的决策依据;指导企业向市场提供能够满足商品质量要求和使用功能的商品,指导商品质量改进、功能改善和新产品的开发,提高经营管理素质,



保证市场商品物美价廉、适销对路。

#### 2. 评价商品使用价值的高低

通过商品检验与鉴定手段,保证商品质量符合规定的标准或合同,维护正常的市场竞争秩序,保护买卖双方的合法权益,创造公平、公正的商品交换环境。

#### 3. 防止商品使用价值的降低

通过确定适宜的商品包装、运输、保管的条件和方法,防止商品质量发生不良变化而造成损失。

#### 4. 促进商品使用价值的实现

通过普及商品知识,使消费者认识和了解商品,学会科学地选购、使用商品,掌握正确的消费方式和方法,促进商品使用价值的实现。

## 第二节 商品质量

### 一、商品质量的概念

商品质量是指商品满足规定或潜在要求(或需要)的特征和特性的总和。这里,“规定”是指有关国际组织、国家及有关部门制定的相关法律法规、质量标准或买卖双方的合同要求等方面的人为界定;“潜在要求(或需要)”是指人们(社会)对商品的适用性、安全性、卫生性、耐久性、维修性、有效性、审美性、经济性、信息性等方面的人为期望;“特征”是指用来区分同类商品不同品种的特别显著的标志,如电风扇的落地式、壁挂式、台式、吊式的区分标志;“特性”是指不同类别商品所特有的性质,即品质特性,例如:羽绒服的保暖性能,空调器的制冷(制热)效能等。

商品质量是衡量商品使用价值高低的尺度,如果一件商品的质量好,其使用价值肯定高,否则,其使用价值是低的。例如一辆自行车,在正常使用条件下,如果能使用很长时间(假设为10年),我们说其使用价值很高,质量肯定很好,如果在正常使用条件下,这辆自行车仅用了几个月,就没法再使用了,那么这辆自行车的质量肯定是低劣的。当然,这辆自行车使用价值的高低体现在这辆自行车所包含的各项自然属性中,比如:构成这辆自行车的轮胎的耐磨强度很高,内胎的透气度很小,电镀件的耐腐蚀性很好,车架、车圈等受力构件的抗张强度、抗弯强度、抗冲击强度等力学指标均能满足要求,整车的组装性又很好,那么这辆自行车的使用价值肯定是高的。也就是说,这辆自行车的质量是通过自行车的各项自然属性体现出来的,这些自然属性的总和即构成了这辆自行车的质量。

随着社会的发展和进步,商品质量的含义也在不断的拓展变化中。在商品生产尚不发达、商品供不应求的社会经济条件下,人们的物质需求呈主导地位,此时人们的商品质量观的主体内容是商品的基本性能和寿命,更强调商品的内在质量,例如:衣着的保暖性、耐用性,日用工业品的有用性、坚固耐用等。随着社会经济的发展,人们生活水平的不断提高,人们已不再满足于最基本的物质需要,而产生了更高层次的文化、精神、社会公德等方面的需要,人们除了注重商品的实用性、寿命、安全和卫生等之外,越来越重视商品的美学特性、服用性、健康卫生性、商品的环境友好特性等。

## 二、对商品质量的基本要求

对商品质量的要求是依据商品的用途、性能特点、使用方法等提出的,一方面,不同的消费者,由于消费目的的不同,对商品质量有着不同的要求;另一方面,政府相关部门为维护市场秩序,保护市场参与各方的利益,尤其是消费者的利益,对绝大多数商品均制定了具体的质量要求(商品标准),这些对某种商品的具体质量要求,在商品学分论部分中会具体研究。在此,要讨论的是对用途相近的一类商品的基本质量要求。

### (一) 对日用工业品商品质量的基本要求

日用工业品商品是指人们日常生活中使用的工业产品。它和人们日常生活的关系非常密切,人们刷牙使用的牙膏,喝水使用的各种水杯,吃饭使用的各式餐具均属于该类商品。该类商品的用途极其广泛,品种也很多,通常根据生产原料不同分为:玻璃制品、陶瓷制品、金属制品、日用化学制品、塑料制品、皮革制品等若干类别。该类商品不仅要求能满足人们某种使用上的需要,而且,还起着美化生活的作用。对日用工业品来讲,应满足如下五个方面的基本要求。

#### 1. 适用性

适用性即商品的有用性,是指商品满足其主要用途所必须具备的性能。它是构成日用工业品使用价值的基本条件。例如:保温瓶必须具备保温性能;电视接收机必须能够清晰地还原发射端发送的图像和声音信号,满足收视、收听的要求。一件日用工业品如果丧失了适用性将失去存在价值。

#### 2. 坚固耐用性

坚固耐用性是指日用工业品在储存和使用过程中,抵抗各种外界因素对其破坏的性能。它反映了日用工业品耐用的程度和使用寿命。日用工业品应该具有良好的坚固耐用性,一方面保护了消费者的利益,另一方面节约了社会资源,使商品生产和消费活动尽可



能地做到对环境友好。对于不同类别的日用工业品，其坚固耐用性的表示方法是有所不同的，例如：家用电器的坚固耐用性通常用使用寿命来衡量，使用寿命是指商品在规定的使用条件下，保持正常使用性能的工作总时间；对于化妆品等商品，其坚固耐用性通常用储存寿命（保质期）来衡量，储存寿命是指在规定条件下使用性能不失效的储存总时间；对于在力作用下使用的商品，通常用商品的力学指标来衡量其坚固耐用性，例如：皮鞋通常用大底的耐磨强度和抗弯强度、鞋帮的抗弯强度和抗张强度、鞋底与鞋帮之间的剥离强度等指标衡量其坚固耐用性。日用工业品的坚固耐用性是衡量商品使用价值的标志之一，也是评价商品质量的重要依据。

### 3. 安全、卫生性

日用工业品在流通、使用过程中必须保障经营者和消费者的安全和人身健康。安全性是衡量家用电器类商品质量的重要指标，例如：微波炉、电烤箱、洗衣机、热水器等家用电器，必须有良好的绝缘强度和自动安全防护装置，以保证使用者的人身安全。卫生性是衡量日用化学商品、塑料制品、日用陶瓷等商品质量的重要指标，例如：牙膏、香皂、化妆品等商品，其生产使用的添加剂必须符合国家有关卫生安全标准规定；陶瓷餐具中的重金属含量不能超出国家相关标准中的规定含量。

### 4. 环境友好性

环境友好性又称低公害性。是指商品在生产、流通、消费、废弃或回收等环节中，应最大限度降低其对环境的不良影响。随着人们对环境保护意识的不断加强，环境友好性越来越得到人们的重视，目前，许多国家在制定（修订）商品标准时，已将环境友好性评价指标纳入到商品质量评价体系中，人们也在努力开发环境友好型商品。对于不符合低公害要求的商品，无论其使用价值多大，应限制其使用，如：提倡使用布袋代替塑料方便袋，以减少对环境的“白色污染”。当前，生态环境日趋恶化，环境保护应得到高度重视，日用工业品商品的低公害应成为商品基本质量要求的一个重要方面。

### 5. 外观与结构的合理性

日用工业品的外观包括两方面的内容，一方面指商品的外观斑点、缺陷等；另一方面是指商品表面的色彩、款式、花色、造型等。日用工业品的外观斑点、缺陷不仅严重破坏了商品的美观，而且有些斑点、缺陷还直接影响商品的适用性和坚固耐用性。商品具有精美的外观，会明显提高商品的艺术性、装饰性、时尚性，在商品经营活动中，由于商品的外观造型不够时尚，式样不够新颖，花纹图案不够美观，即使它们的适用性和耐用性都很好，也很难受到消费者的欢迎。

日用工业品的结构包括其外形结构和内部结构两个方面，主要是指其外观造型、体积