



高职高专“十一五”规划教材



SHANGPINXUE JICHU

商品学基础

傅凯 主编



化学工业出版社



高职高专“十一五”规划教材

商品学基础

傅凯 主编



化学工业出版社

·北京·

本书以商品使用价值为基础,以商品质量为中心,详细介绍了商品分类与编码、商品自然属性、商品质量与品种、商品标准化与质量认证、商品检验、商品包装、商品养护、副食品、纺织品、日用工业品、商品与环境等常见商品的商品学理论知识和实践性内容。全书共分十二章,在内容安排上以“必需、够用”为度,突出应用性,便于学习,体现了理论知识与实践能力的有机结合。

本书理论内容具有较强的实用性,实践内容具有较强的可操作性,既适合作为高职高专经济管理类专业教材或参考用书,也适合作为成人教育和企事业单位从事经营管理工作的在职人员的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

商品学基础/傅凯主编. —北京:化学工业出版社,
2010.8
高职高专“十一五”规划教材
ISBN 978-7-122-08850-5

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 111789 号

责任编辑:蔡洪伟 陈有华
责任校对:吴 静

文字编辑:李 曦
装帧设计:尹琳琳

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)
印 装:北京市白帆印务有限公司
787mm×1092mm 1/16 印张 15 $\frac{1}{4}$ 字数 399 千字 2010 年 8 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:28.00 元

版权所有 违者必究

高职高专商检技术专业“十一五”规划教材 建设单位

(按汉语拼音排列)

北京联合大学师范学院
常州工程职业技术学院
成都市工业学校
重庆化工职工大学
福建交通职业技术学院
广东科贸职业学院
广西工业职业技术学院
河南质量工程职业学院
湖北大学知行学院
黄河水利职业技术学院
江苏经贸职业技术学院
济宁职业技术学院
辽宁农业职业技术学院
柳州师范高等专科学校
湄洲湾职业技术学院
南京化工职业技术学院
萍乡高等专科学校
青岛职业技术学院
山东理工职业学院
唐山师范学院
天津渤海职业技术学院
潍坊教育学院
厦门海洋职业技术学院
扬州工业职业技术学院
漳州职业技术学院

高职高专商检技术专业“十一五”规划教材 建设委员会

(按姓名汉语拼音排列)

主 任	李斯杰				
副主任	丛建国	戴延寿	韩志刚	郎红旗	杨振秀
委 员	丛建国	戴延寿	丁敬敏	傅高升	郭 永
	韩志刚	蒋锦标	孔宪思	赖国新	郎红旗
	李斯杰	李小华	林流动	刘庆文	吕海金
	穆华荣	荣联清	王建梅	魏怀生	吴云辉
	熊 维	薛立军	杨登想	杨振秀	杨芝萍
	尹庆民	余奇飞	张 荣	张晓东	

高职高专商检技术专业“十一五”规划教材 编审委员会

(按姓名汉语拼音排列)

主 任	韩志刚	杨振秀			
副主任	丁敬敏	刘庆文	荣联清	荣瑞芬	魏怀生 杨芝萍
委 员	曹国庆	陈少东	陈 微	丁敬敏	傅 凯
	高剑平	高 申	韩志刚	黄德聪	黄艳杰
	姜招峰	赖国新	黎 铭	李京东	刘冬莲
	刘丽红	刘庆文	牛天贵	荣联清	荣瑞芬
	孙玉泉	王建梅	王丽红	王一凡	魏怀生
	吴京平	谢建华	徐景峰	杨学敏	杨振秀
	杨芝萍	叶 磊	余奇飞	曾 咪	张彩华
	张 辉	张良军	张玉廷	赵 武	钟 彤

前 言

商品学基础是我国高职高专经济管理类专业基础课或专业主干课之一。通过本课程的学习,学生可以初步掌握商品学的基础理论、基本知识和基本技能,为学好后续各门专业课以及从事具体经营管理工作奠定基础。

本书共分十二章。第一章商品学概述,主要阐述了商品的概念与构成、商品学的研究对象、研究内容与研究任务;第二章商品分类,主要阐述了商品分类的原则和方法、常用的商品分类标志、商品编码的方法以及条码的有关知识;第三章商品的成分、结构与性质,阐述了商品成分、结构和性质三者之间的关系,并着重对商品的各種性质进行了介绍;第四章商品质量与商品品种,阐述了质量与品种对于商品使用价值的重要意义,并主要介绍了商品质量的基本要求与影响商品质量的各种因素;第五章商品标准化,主要阐述了商品标准化的重要意义、我国商品标准的分类及常见的质量认证标志;第六章商品检验,主要阐述了商品检验的基本方法及在抽样检验中的具体要求和实施步骤;第七章商品包装,主要阐述了常用的包装材料和包装技术,并对包括商标在内的各种商品包装标志进行了介绍;第八章商品养护,主要阐述了在储运过程中维护商品质量的常用技术方法,并对仓库温湿度变化的基本规律和控制措施进行了介绍;第九章副食品商品知识,重点介绍了茶叶、酒、烟等商品的种类、成分与工艺、质量鉴别等知识;第十章纺织品商品知识,阐述了从纺织纤维到服装的形成过程,重点介绍了纺织纤维的主要品种及鉴别方法;第十一章日用工业品商品知识,主要阐述了玻璃制品、日化商品、塑料制品等商品的性质与特点、成分与工艺、品种鉴别等知识;第十二章商品与环境,阐述了商品与环境的关系,并对环境管理体系认证进行了系统的介绍。

根据高等职业教育的人才培养要求,本书理论上以“必需、够用”为度,减少不必要的理论探讨和阐述,注重内容的科学性、先进性和实用性。本书的每一章均附有复习思考题,利用各种题型的相应练习加宽知识点的覆盖面,达到强化训练的目的,使学生扎实地掌握所学知识。同时在每一章均设计了案例分析或实践训练,以适应教学中对学生分析能力和实践能力培养的要求。

本书由山东理工职业学院傅凯担任主编,由济宁职业技术学院翟洁萍、柳州师范高等专科学校邓小明担任副主编。具体编写分工如下:第一章、第五章、第十二章由翟洁萍编写;第二章、第六章由郭松林(萍乡高等专科学校)编写;第四章由牛序芹(山东理工职业学院)编写;第三章、第七章由邓小明编写;第八章、第九章、第十章、第十一章由傅凯编写。全书由傅凯总纂,由山东理工职业学院阮美菊主审。

由于编者学识所限,加之编写时间有限,书中难免有不当和错误之处,敬请读者不吝赐教和批评指正。

编者

2010年6月

目 录

第一章 商品学概述	1
第一节 商品概述	1
一、商品的概念	1
二、商品的构成	2
三、商品的属性	2
第二节 商品学的产生与发展	3
一、商品学的产生	3
二、商品学的发展	3
第三节 商品学的研究对象、内容与任务	5
一、商品学的研究对象	5
二、商品学研究的基本内容	5
三、商品学研究的任务	7
四、商品学研究方法	7
复习思考题	8
案例分析	8
第二章 商品分类	10
第一节 商品分类概述	10
一、商品分类的概念	10
二、商品分类的作用	11
第二节 商品分类的原则和方法	12
一、商品分类的基本原则	12
二、商品分类的方法	12
三、商品分类标志	14
第三节 商品编码	15
一、商品编码的基本原则	16
二、商品编码方法	16
三、中国商品分类代码	17
第四节 商品条码	19
一、商品条码概述	19
二、商品条码的结构	21
复习思考题	25
实践训练	26
第三章 商品的成分、结构和性质	27
第一节 商品的成分	27

一、食品的化学成分	27
二、纺织品的化学成分	31
三、日用工业品的化学成分	32
第二节 商品的结构	34
一、固体商品的宏观结构	34
二、固体商品的微观结构	36
三、固体商品的内部结构	36
第三节 商品的性质	37
一、商品的化学性质	37
二、商品的物理性质	38
三、商品的机械性质	41
四、商品的生物学性质	43
复习思考题	45
实践训练	46
第四章 商品质量与商品品种	47
第一节 现代商品质量观	47
一、商品质量的概念	47
二、提高商品质量的意义	48
第二节 商品质量的基本要求	49
一、对食品质量的基本要求	49
二、对纺织品质量的基本要求	51
三、对日用工业品质量的基本要求	52
四、对家用电器质量的基本要求	53
五、对商品的总质量要求	54
第三节 影响商品质量的因素	55
一、生产过程中影响商品质量的因素	55
二、流通过程中影响商品质量的因素	56
三、使用过程中影响商品质量的因素	57
第四节 商品品种	57
一、商品品种的概念	57
二、商品使用价值与商品品种和质量	58
三、商品品种分类	59
四、商品品种策略	59
复习思考题	60
案例分析	61
第五章 商品标准化	63
第一节 商品标准化概述	63
一、商品标准的概念及作用	63
二、商品标准化的内容	64
第二节 商品标准	68
一、商品标准的分类	68
二、商品标准的分级	69

三、商品标准的基本内容	73
第三节 商品质量认证	74
一、商品质量认证的内容	74
二、质量体系认证及其他体系认证	78
三、商品质量认证标志	80
复习思考题	87
案例分析	87
第六章 商品检验	89
第一节 商品检验概述	89
一、商品检验的概念	89
二、商品检验的作用	92
三、商品检验的种类	93
四、商品检验的程序	95
第二节 商品的抽样与抽样检验	96
一、抽样的概念	96
二、随机抽样技术	97
三、抽样检验方法	99
四、抽样检验方案	99
第三节 商品质量检验的方法	101
一、感官检验法	101
二、理化检验法	103
三、试验性使用检验法	105
第四节 商品分级	105
一、商品分级的概念	105
二、商品分级方法	105
复习思考题	106
实践训练	107
第七章 商品的包装	109
第一节 商品包装概述	109
一、商品包装的概念	109
二、商品包装的基本功能	110
三、商品包装的分类	110
四、商品包装的原则	111
第二节 商品包装材料与包装技术	112
一、包装材料的性能要求	112
二、主要包装材料的特点与应用	113
三、商品包装技术	115
第三节 商品包装标志	118
一、销售包装标志	118
二、运输包装标志	120
第四节 商标	128
一、商标概述	128

二、商标的分类·····	130
三、商标的注册·····	134
复习思考题·····	135
案例分析·····	136
实践训练·····	137
第八章 商品养护 ·····	138
第一节 商品的质量变化·····	138
一、商品质量变化的类型·····	138
二、影响商品质量变化的因素·····	142
三、商品的质量管理·····	143
第二节 保护储运商品质量的技术方法·····	145
一、防霉腐方法·····	145
二、防治害虫的方法·····	147
三、防鼠与灭鼠的方法·····	148
四、防腐蚀方法·····	149
五、防老化方法·····	149
第三节 商品储存环境的控制和调节·····	150
一、温、湿度的基本知识·····	150
二、仓库温、湿度的控制与调节·····	151
复习思考题·····	155
实践训练·····	156
第九章 副食品商品知识 ·····	157
第一节 茶叶·····	157
一、茶叶的化学成分及对人体的作用·····	157
二、茶叶的种类·····	158
三、茶叶的感官质量鉴别·····	160
四、茶叶的特性与保管·····	161
第二节 酒类·····	162
一、酿酒的原理·····	162
二、酒的分类·····	162
三、白酒·····	163
四、啤酒·····	167
五、葡萄酒·····	169
六、黄酒·····	170
七、洋酒·····	171
第三节 烟草制品·····	172
一、烟草的种类及分布·····	172
二、烟丝的化学成分·····	174
三、卷烟的真伪鉴别·····	175
复习思考题·····	176
实践训练·····	177

第十章 纺织品商品知识	179
第一节 纺织纤维	179
一、天然纤维	179
二、化学纤维	182
三、纺织纤维的鉴别	184
第二节 纱线	185
一、纱线的形成	185
二、纱线细度的表示方法	186
三、纱线的质量	187
第三节 纺织品	188
一、纺织品的形成	188
二、纺织品的质量	189
第四节 服装	191
一、服装的概念	191
二、中国服装的历史	192
三、服装的功能	192
四、服装的分类	192
五、服装设计	193
六、服装穿着常识	195
复习思考题	196
实践训练	197
第十一章 日用工业品商品知识	199
第一节 玻璃制品	199
一、玻璃的化学成分	199
二、玻璃的性质	200
三、玻璃的原料与生产工艺	201
四、玻璃的品种	202
第二节 日用化工商品	203
一、肥皂	203
二、洗衣粉	206
三、牙膏	208
四、化妆品	210
第三节 塑料	214
一、塑料的分类	214
二、塑料的原料与加工方法	215
三、塑料的主要品种	216
四、常用塑料制品的鉴别	218
复习思考题	219
实践训练	220
第十二章 商品与环境	222
第一节 商品对环境的污染及防治	222
一、环境和环境污染	222

二、商品对环境的污染·····	223
三、商品对环境污染的防治措施·····	224
第二节 环境管理体系认证·····	225
一、环境管理体系认证的概念·····	225
二、ISO 14000 环境管理体系·····	226
三、环境管理体系认证的作用·····	227
第三节 商品生命周期环境管理·····	227
一、生命周期环境管理·····	227
二、环境标志·····	228
三、生命周期评价·····	229
复习思考题·····	230
案例分析·····	230
参考文献·····	232

第一章 商品学概述

学习目标

- ① 了解商品不同于一般物品、产品的特征。
- ② 掌握商品的概念及构成。
- ③ 熟悉商品学的研究对象和研究内容，明确商品学的研究任务。

商品学与社会生产和人们的物质生活息息相关，学好商品学知识，对于发展经济贸易、开发消费市场、评价商品质量、维护国家和消费者利益及促进企业现代化管理等具有重要的现实意义。正确理解商品的概念、构成和商品学的研究内容、任务及发展概况，对学好商品学具有重要的意义。

第一节 商品概述

一、商品的概念

随着科学技术的快速发展，社会的不断进步，消费者需求特征的日趋个性化，市场竞争程度的加深加广，商品的内涵和外延也在不断扩大。

（一）商品的产生

在社会分工之前，人类劳动分工简单、效率低下，产品的生产只是用来满足生产者自己的需要。随着人类劳动技能和劳动工具的发展，产品在满足自身需要的基础上出现了剩余，于是，人们把剩余的劳动产品与其他人剩余的劳动产品进行交换，商品由此而产生。商品的大量产生与交换，是以社会分工和所有权不同为前提条件的。因为社会分工，才提出了进行交换的要求，也才有了进行交换的可能；因为生产资料和劳动产品属于不同的所有者，才发生了交换行为，由此，人类社会进入了商品经济时代。

（二）商品的概念

小问题

我们在日常生活中会接触到很多物品，商场以及超市货架上琳琅满目的货物让我们应接不暇。但大家有没有仔细思考过，我们周围所接触到的下列物品是不是商品？为什么？

- ①空气；②河流里的水；③劣质电器；④自用的农产品；⑤库存积压产品；⑥服务。

商品是特殊的劳动产品，它具有以下 4 个特征。

1. 商品必须是劳动产品

未经劳动加工的天然物不能称之为商品，比如空气、河流里的水，它们不属于劳动产品，因此不能称之为商品。

2. 商品要能够满足人们的某种需要

也就是说商品要具有使用价值，不能满足人们消费需要的，甚至危害人体健康和财产安全的产品不能称之为商品。比如劣质电器和假药，它们虽然是劳动产品，但是不能够满足人们的消费需要，所以不能叫商品。

3. 商品是供别人消费的

供自己消费的劳动产品不是商品，比如农民留下自用的那部分农副产品，就不能算作商品。

4. 商品必须要通过交换

使用价值是通过交换体现出来的，商品对于其生产者来说没有直接的使用价值，只有通过交换到达别人手中才能实现其使用价值。所以，库存积压卖不出去的产品，也不能称之为商品。

由以上 4 个特点，可以得出商品的概念。商品就是为了交换而生产的能够满足人们消费需要的劳动产品。

商品包括有形商品和无形商品两类。有形商品，也就是传统的商品，是指物质形态的劳动产品；无形商品，如服务行业提供的服务、科技工作者的科技成果、各种有偿信息，是非物质形态的劳动产品。

二、商品的构成

消费者购买商品，本质上是购买一种需要，这种需要不仅体现在商品消费时，而且还表现在商品购买和消费全过程中。因此，完整的商品是由核心部分、有形部分和无形部分三部分组成，如表 1-1 所示。

表 1-1 商品的整体构成

核心部分	有形部分	无形部分
商品功能 购买者追求的利益	质量	售后服务
	品种	质量保证
	外观	安装调试
	标志	广告宣传
	包装	提供信贷
	商标	免费送货
	成分	奖励
	结构	信息咨询

1. 核心部分

核心部分是指消费者购买某种商品时所追求的利益，是顾客真正要买的东西，因而在商品整体构成中也是最基本、最主要的部分。消费者购买某种商品，并不是为了占有或获得商品本身，而是为了获得能满足某种需要的效用或利益。

2. 有形部分

有形部分是核心部分借以实现的形式，即向市场提供的实体和服务的形象。如果有形部分是实体品，则它在市场上通常表现为商品质量水平、外观特色、式样、品牌名称和包装等。商品的基本效用必须通过某些具体的形式才能得以体现。

3. 无形部分

无形部分是顾客购买有形产品时所获得的全部附加服务和利益，包括提供信贷、免费送货、质量保证、安装、售后服务等。美国学者西奥多·莱维特曾经指出：“新的竞争不是发生在各个公司的工厂生产什么产品，而是发生在其产品能提供何种附加利益（如包装、服务、广告、顾客咨询、融资、送货、仓储及具有其他价值的形式）”，因此善于开发和利用商品的无形部分，对于消费者和生产经营企业来说都具有重要意义。

三、商品的属性

商品的属性是多方面的，可概括划分为自然属性和社会属性。商品的自然属性包括商品的

成分、结构、形态和化学性质、物理性质（力学、电学、热学、光学、声学等性质）、生物学性质等。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）、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。

第二节 商品学的产生与发展

一、商品学的产生

商品学是基于商品的生产和发展的需要而产生的，是随着商品经济的发展和商人经商的迫切需要而逐渐形成的一门独立科学。

随着人类社会的不断进步，生产力逐步发展，科学文化水平逐步提高，商品经济和商业贸易也随之繁荣起来。特别是进入资本主义时期，生产力发展较快，高效率的机器大工业生产导致了大量剩余产品的出现，商品竞争也就日益激烈。与此同时，人们在长期的实践活动中，不断地丰富着自己的商品知识。加之其他各门科学的进一步发展，为商品学的产生奠定了坚实的理论基础，在实践的基础上，再经过许多理论工作者的总结和提高，逐步形成了这样一门具有独立科学体系的学科——商品学。可以说商品学的产生离不开商业实践活动，它是商业实践活动的产物，同时它又随着商品社会的发展而不断地完善和充实。

小知识

1976年8月6日，国际商品学会在奥地利的萨尔茨堡成立，以德文缩写IGWT为会徽标志，会刊为《商品论坛——科学与实践》，活动中心设在维也纳经济大学。国际商品学会成立以前，国际上的商品学术活动分为两部分：前苏联、东欧各国等实行计划经济国家为一部分；日本、西欧各国等实行市场经济国家为另一部分。国际商品学会的成立，实现了国际商品学学术交流活动一体化，对商品学的学科建设和发展起到了重要的推动作用。国际商品学会自1978年以来已经在世界范围内举办了16届国际商品学学术研讨会，其中第十届和第十四届国际商品学学术研讨会分别于1995年8月和2004年8月在中国的北京举行，会议主题分别为：市场经济下现代商品学的发展和聚焦新世纪——商品、贸易、环境。

二、商品学的发展

商品学的发展在不同历史时期以及不同的国家有着不同的发展阶段。因为不同的历史时期，生产力和科学文化水平不一样，不同的国家存在不同的政治制度和经济体制，这些都直接或间接地影响着商品学的发展。

1. 国外商品学的发展

国外商品学的发展相对于我国商品学来说比较早也比较快，商品学在16世纪的欧洲开始萌芽。16世纪中叶，随着欧洲工业的发展和新技术的应用，社会化大生产和生产关系的变革极大地促进了商品经济的发展。为了进口原料和出口工业制成品，商人们急需系统地了解有关商品的知识，在这个背景下，对于商业的研究不断向商品研究方向拓展。这个时期的著作有意大利药剂师普那裴特的《生药学》、法国人沙瓦利的《完美商人》等。

1780年，德国经济学教授、自然历史学家约翰·贝克曼在哥廷根大学创建了经济学与商

业科学教研室，首先开设商品学课程，并出版了《商品学导论》一书。该书分为两册，第一册主要是商品生产技术方法、工艺学等方面的知识，第二册主要叙述商品的产地、性能用途、质量规格、分类、包装、保管、主要市场等。贝克曼的理论明确了商品学研究范围，建立了商品学的学科体系，受到了社会科学界的广泛欢迎，他在西方被称为商品学创始人，他所创立的商品学体系被誉为“贝克曼商品学”。随后商品学相继传入意大利、德国、日本、中国以及西欧和东欧的一些国家，使商品学得到迅速发展。1810年，俄国莫斯科商学院将商品学列为必修课；1884年，日本东京商学院也正式开设了商品学课程。

第二次世界大战之后，商品学产生了两个研究方向：一个是把经济观点和方法引进到商品学研究中，研究商品的经营质量以及商品与人、商品与环境的经济论商品学；另一个是从自然科学和技术科学角度研究商品的使用价值的技术论商品学。从20世纪80年代起，商品学步入了经济型和技术型相互融合的时代，即现代商品学时代。现代商品学是一门包括自然科学和社会科学在内的，多学科交叉的技术经济应用科学。

2. 我国商品学的发展

我国商品学的研究开始得很早，但没有形成体系。据有关史料记载，东晋戴凯的《竹谱》、唐代陆羽的《茶经》、北宋蔡襄的《荔枝谱》以及明代李时珍的《本草纲目》等书籍，都对有关的商品知识作了介绍。尤其是陆羽的《茶经》，总结概括了茶叶的质量、审评、饮用方法和保管等知识，这是我国第一部关于茶叶商品学著作，它比欧洲人奉为商品学之祖的《生药学》要早700多年。

清朝末期，开始有人主张设立商学来研究商品交易之道。在废除科举制度之后，我国学校式商品教育开始，在当时商品学被列为商业学堂课程的必修课，由此可见，我国商业学校教育的初期，就已把商品学作为培养商业人才的一门必修课程。自此，我国的商品学教育伴随着商业教育逐步普及和发展。

新中国成立后，我国国民经济得以恢复和发展，从1950年开始在高等财经院校设立对外贸易、贸易经济和合作经济等专业，并开设了商品学教程。20世纪60年代初，我国有关商品学的专业书籍相继出版，特别是1961年9月在哈尔滨召开了全国首届商品学学术讨论会，这在我国商品学发展史上是一个重要的里程碑。中国商品学会于1994年4月正式成立，并加入国际商品学会，把我国商品学的学科建设和教学与科研推向了一个新的高度。中国商品学会的主要任务是：积极开展商品科学研究，促进我国商品科学的发展，开展国内外学术交流活动；推动商品学教育工作，开展相关的培训普及活动；面向经济建设，开展商品学应用研究，进行商品指导与咨询、商品质量诊断分析，指导新产品开发等工作；参与商品质量监督管理与认证等。

小知识：《茶经》介绍

陆羽，名疾，字鸿渐、季疵，号桑苎翁、竟陵子，唐代复州竟陵人（今湖北天门）。幼年托身佛寺，好学用功，学识渊博，诗文亦佳，且为人清高，淡泊功名。公元760年为避安史之乱，陆羽隐居浙江苕溪（今浙江湖州）。其间在其亲自调查和实践的基础上，认真总结、悉心研究了前人和当时茶叶的生产经验，完成创始之作《茶经》。因此被尊为茶神和茶仙。《茶经》分三卷十节，约7000字。

上卷3节：

一之源，讲茶的起源、形状、功用、名称、品质；

二之具，谈采茶制茶的用具，如采茶篮、蒸茶灶、焙茶棚等；

三之造，论述茶的种类和采制方法。

中卷 1 节：

四之器，叙述煮茶、饮茶的器皿，即 24 种饮茶用具，如风炉、茶釜、纸囊、木碾、茶碗等。

下卷 6 节：

五之煮，讲烹茶的方法和各地水质的品第；

六之饮，讲饮茶的风俗，即陈述唐代以前的饮茶历史；

七之事，叙述古今有关茶的故事、产地和药效等；

八之出，将唐代全国茶区的分布归纳为山南（荆州之南）、浙南、浙西、剑南、浙东、黔中、江西、岭南八区，并谈各地所产茶叶的优劣；

九之略，分析采茶、制茶用具可依当时环境，省略某些用具；

十之图，教人用绢素写茶经，陈诸座隅，目击而存。

《茶经》系统地总结了当时的茶叶采制和饮用经验，全面论述了有关茶叶起源、生产、饮用等方面的内容，传播了茶业科学知识，促进了茶叶生产的发展，开中国茶道的先河。《茶经》是中国古代最完备的茶书，除茶法外，凡与茶有关的各种内容，都有叙述。以后茶书皆本于此。

第三节 商品学的研究对象、内容与任务

一、商品学的研究对象

商品学是研究商品使用价值及其变化规律的应用学科，即商品学研究的对象是商品的使用价值。

一切商品都具有价值和使用价值。商品的价值是指凝结在商品中的一般人类劳动，它是由政治经济学研究的。而商品的使用价值是指商品对其消费者的有用性或效用，它为商品学这门学科提供材料。人们购买和消费某种商品，并不是为了获得商品本身的物质形态，而是为了得到它的功能和效用。使用价值是一切商品都具有的属性，任何物品要想成为商品都必须具有可供人类使用的价值；反之，毫无使用价值的物品是不会成为商品的。

商品的使用价值是由商品体本身的属性所形成的。马克思指出“物的有用性使物成为使用价值。但这种有用性不是悬在空中的。它决定于商品体的属性，离开了商品体就不存在。”商品的属性构成了使用价值的物质基础。研究商品的使用价值就必须从商品有用性的相关属性着手，来研究有关的理论和技术。

二、商品学研究的基本内容

商品学的研究对象决定了商品学的研究内容。商品学是研究商品使用价值的一门科学。商品质量和商品品种是商品使用价值的基础，因此商品学是围绕商品质量和商品品种这两个中心内容来进行研究的。整体来说，商品学研究的一般内容有商品的成分、结构、性质、生产工艺、工作原理、功能用途、分类品种、质量要求、检验评价、使用维护等。另外，商品学研究内容还包括商品与人、商品与时代、商品与环境的关系等。

如图 1-1 所示，本书研究商品学的内容主要如下。

（一）商品分类与编码

商品分类与编码主要研究分类与编码的原则、方法及应用，国际和国内商品分类与编码体