



高等职业教育“十二五”规划教材

SHANGPINXUE
XIANGMUHUA JIAOCHENG

商品学 项目化教程

朱琳娜 主编



中国轻工业出版社

高等职业教育“十二五”规划教材

商品学项目化教程

主 编 朱琳娜
副主编 李小娜 林小芳 严玉薇
参 编 王海船 陆春晖 蒋淑华 陆 剑 卢玉萍



中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商品学项目化教程/朱琳娜主编. —北京: 中国轻工业出版社,
2012.9

高等职业教育“十二五”规划教材

ISBN 978-7-5019-8820-4

I. ①商… II. ①朱… III. ①商品学—高等职业教育—教
材 IV. ①F76

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第131049号

责任编辑: 张文佳

策划编辑: 张文佳

责任终审: 劳国强

封面设计: 锋尚设计

版式设计: 王超男

责任校对: 晋洁

责任监印: 吴京一

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街6号, 邮编: 100740)

印刷: 北京君升印刷有限公司

经销: 各地新华书店

版次: 2012年9月第1版第1次印刷

开本: 787 × 1092 1/16 印张: 17

字数: 430千字

书号: ISBN 978-7-5019-8820-4 定价: 35.00元

邮购电话: 010-65241695 传真: 65128352

发行电话: 010-85119835 85119793 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

110680J2X101ZBW

前言

P R E F A C E

商品学是一门融多学科知识为一体的学科。目前,这门课程作为基础课在许多专业中开设,如物流管理,市场营销,国际贸易,工商管理等,占有举足轻重的地位。本教材打破传统教材重理论、轻实践的特点,在突出专业性特征的同时,本着高等职业教育人才培养要求,不仅体现了商品学的理论知识,还重点突出了各专业所需的基础性技能,按照职业资格证书、各专业岗位需求,以培养高职技能型人才为目标,组织编排该教材的内容。

本教材将着力突出以下几方面的特色:

(1) 体系新颖。打破原有教材章节固定式结构,改用项目式,学生学习过程变被动为主动,采用情景—认知—实践—提高认知的思路途径,更贴近高等职业教育,更具“系统性”。

(2) 方法新颖。全书根据职业需求设置不同项目,由具体案例引入任务,以任务为牵引,围绕其进行启发式教学,更具“实用性”。

(3) 内容新颖。内容设置上在原有知识基础上,按照各专业需求及职业资格证书的考取需要,根据岗位需求增加了学习目标,突出所需知识与能力;并附有技能训练,进一步消化技能;安排有考核标准,使学生在无教师监督下即可自查已掌握知识的多少,更具“技能性”。

(4) 使用新颖。本书内容完整,结构清晰,既可作为高职院校教师教学使用,又可成为学生的自学教材,同时也可作为社会相关工作人员参考用书,更具“全面性”。

特别说明:目前,市面上相关教材众多,各个层次的教材琳琅满目。许多高职院校选用的教材多为普通本科教材或是本科“压缩式”教材,这就很难与高职院校的人才培养目标相吻合。因此,本书在编写过程中特别注意强调:实用性、技能性和可操作性。

本书由朱琳娜担任主编,并负责书稿的设计和统稿、定稿。设置上包括:引导案例、案例分析、学习目标、典型知识、技能训练、考核标准、总结、热点讨论与练习题九部分,充分体现项目式教学的优势。全书的写作分工如下:朱琳娜编写项目二;李小娜编写项目七;朱琳娜、李小娜合作编写项目十、项目十一的任务一、任务二;严玉薇编写项目十一的任务三、任务四、任务五;林小芳编写项目三、项目五;王海船编写项目四;陆春晖编写项目一、项目六、项目八;蒋淑华编写项目十二;陆剑负责编写项目十三;卢玉萍编写项目九;附录由朱琳娜整理。

在教材编写的过程中,参考和引用了大量的图书和网站资料,编者已尽己所能在参考文献中列出,在此对各文献的原作者及提供文献的各类媒体和网站致以诚挚的谢意,若有疏漏,在此表示歉意。由于编者水平有限,书中的不足之出在所难免,恳请广大读者批评和指正,并将意见及时反馈给我们,以便我们及时改进。

编者

2012年6月

项目一 商品学的研究对象与内容	1
任务一 如何理解商品?	2
任务二 各专业对商品学掌握的需求程度如何?	4
任务三 如何理解商品学的研究对象与内容?	5
任务四 商品学的发展前景怎么样?	8
项目二 建立商品分类体系, 编制商品分类目录	12
任务一 商品分类的方法和标志分别是什么?	12
任务二 如何理解商品目录与商品代码?	17
项目三 构建商品质量体系	25
任务一 商品质量的基本要求有哪些?	26
任务二 如何全面分析影响商品质量的因素?	29
任务三 如何进行商品质量管理?	33
项目四 商品标准与标准化的认识	40
任务一 商品标准有哪些种类?	40
任务二 商品标准有哪些级别?	43
任务三 商品标准化有哪些形式?	48
任务四 如何理解商品标准化的作用?	50
项目五 商品的检验	54
任务一 如何理解流通商品的检验?	54
任务二 如何理解进出口商品检验与检疫?	59
任务三 如何理解零售商品的检验?	63
项目六 商品的包装	70
任务一 如何理解销售商品的包装?	71

任务二 如何理解流通商品的包装？	75
项目七 分析商品变化特点，养护商品	87
任务一 如何理解物流过程中的商品养护？	87
任务二 如何理解国贸过程中的商品养护？	93
任务三 如何理解营销过程中的商品养护？	99
项目八 商品资源与环境关系调查	104
任务一 商品资源的问题有哪些？	104
任务二 如何理解商品与环境的和谐？	108
任务三 如何在低碳经济下进行商品管理？	111
项目九 商品的开发	119
任务一 新商品开发的步骤有哪些？	119
任务二 新商品开发的意义是什么？	123
项目十 日用工业商品的认识	127
任务一 如何认识塑料？	128
任务二 如何认识橡胶？	136
任务三 如何认识皮革？	141
任务四 如何认识玻璃与陶瓷制品？	146
任务五 如何认识日用化学商品？	151
任务六 各行业中日用工业品特点有哪些？	158
项目十一 纺织商品的认识	165
任务一 如何认识纺织纤维？	166
任务二 如何认识纱线？	173
任务三 如何认识织物？	178
任务四 如何认识服装？	186
任务五 各行业纺织品特点有哪些？	191
项目十二 食品商品的认识	197
任务一 如何进行食品营养要素分析？	198
任务二 如何认识粮油商品？	200
任务三 如何认识肉、禽蛋、水产品？	204

任务四	如何认识酒类?	208
任务五	如何认识茶叶?	213
任务六	如何认识软饮料?	217
任务七	如何认识乳制品?	220
任务八	如何认识卷烟?	223
任务九	各行业食品特点有哪些?	226
项目十三	家用电子电器商品的认识	233
任务一	如何认识电子类商品?	233
任务二	如何认识电器类商品?	242
任务三	各行业电子电器商品特点有哪些?	247
附录	报关员职业资格考试中的商品编码知识	256
参考文献		262

引导案例

2010年1月23日上午，在青岛举行的海尔集团科技大会上，海尔发布了世界上首台“物联网冰箱”。海尔因此成为全球第一个，也是唯一推出“物联网冰箱”的世界品牌。

与目前市场上的普通冰箱相比，海尔“物联网冰箱”是世界冰箱史上一款里程碑式的革命性产品。它不仅可以储存食物，而且可以通过与网络连接，实现冰箱与冰箱里的食品进行对话的功能。譬如，它知晓储存其中的食物的保质期、食物特征、产地等信息，并会及时将信息反馈给消费者，让消费者对冰箱里的食品做出必要的反应。同时，海尔“物联网冰箱”还能与超市相连，让消费者足不出户就知道超市货架上的商品信息，其次还能够根据主人放入及取出冰箱内食物的习惯，制定合理的膳食方案，给消费者提供健康、营养的生活方案，并因此给消费者的生活带来全新的享受与体验。

此外，海尔“物联网冰箱”还是一个独立的娱乐中心。据海尔“物联网冰箱”的欧洲设计师弗朗西斯科介绍，这款冰箱还带有网络可视电话功能、浏览资讯、播放视频等多项生活与娱乐功能，让原本属于生活电器的冰箱成为一个娱乐中心。

资料来源：新浪财经

案例分析

此案例是有关新型商品的一则案例，从案例中我们可以发现：为适应不断变化的市场需求，更好地满足现实和潜在的消费需求，企业需要不断地开发出新产品。案例中所涉及的商品是冰箱种类中一种特殊的新品种，它不仅具备传统意义上冰箱的使用价值——冷藏冷冻食品，延长食品保存期限，还赋予了冰箱新的使用价值——生活与娱乐功能。

随着商品的日益丰富，商品学显示了旺盛的生命力，不断新出的产品，不断附加新型科技的产品，都是商品学研究对象。通过对商品价值和使用价值规律的研究，培养学生综合运用自然科学和经济、管理等多方面的基础知识，分析和解决流通领域中商品管理和经营问题的能力，为学好专业课及今后从事商品经营工作，进一步研究和掌握商品质量奠定扎实的基础。

学习目标

通过本任务的学习,正确理解商品的概念与特征以及商品的两重属性,准确把握商品整体概念中的核心产品、形式产品和附加产品三个层次。

典型知识

一、商品的概念

什么是商品?商品是商品学研究的基础,在学习商品学之前,我们首先要弄清楚商品的概念。

在马克思主义政治经济学中,商品的定义是“用于交换的劳动产品”,随着经济的发展,许多自然资源以及非劳动产品也进入交换领域,因此现代经济学家在原定义的基础上对商品定义进行了扩展与外延,得出了广义的商品定义,即“商品是用于交换的使用价值”,其中特别强调“必须通过交换,实现使用价值的转移才叫商品”。

根据上述分析可知,商品是人类社会生产力发展到一定阶段的产物。商品是用来交换的劳动产品,具有使用价值和价值两重属性。商品是使用价值和价值的统一体,而商品能够满足人们某种需要的属性是商品的使用价值,凝结在商品中的无差别的人类劳动就是商品的价值。

二、商品的整体概念

商品的整体概念是随着人们消费观念的改变而逐步改变的。消费者购买商品,本质是购买一种需要,这种需要不仅体现在商品消费时,还表现在商品购买的全过程中。商品应当是有形物质属性和无形消费利益的组合体和最佳统一方式。商品能给人们带来的实际利益和心理利益部分,构成了商品的整体概念。商品的整体可分为三个层次,即核心商品、形式商品和附加商品。

1. 核心商品

核心商品也称实质商品,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,因而在商品整体概念中也是最基本、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。如买自行车是为了代步,买汉堡是为了充饥,买化妆品是希望美丽、体现气质、增加魅力等。

2. 形式商品

形式商品是核心商品借以实现的形式,即向市场提供的实体和服务的形象。如果形式商品是实体物品,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得以实现。商品的形式特征主要指质量、款式、特色、包装。如冰箱,形式商品不仅指冰箱的制冷功能,还包括它的质量、造

型、颜色、容量等。

3. 附加商品

附加商品是顾客购买形式商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、安装、售后服务等。附加商品的概念来源于对市场需要的深入认识，因为购买者的目的是为了**满足某种需要**，因而他们希望得到与满足该项需要有关的一切。

表1-1所示为几类商品的三个层次。

表1-1 几类商品的三个层次			
商品	核心商品	形式商品	附加商品
钢、铁	建筑用、制造用	钢号（成分）、质量、品牌	使用指导、送货、培训
设备	加工零件	型号、质量、品牌、包装	使用指导、送货、培训
电视	视觉满足、听觉满足	质量、型号	服务、保修
服装	保暖	质量、款式	免费干洗
食品	充饥、营养	营养含量、包装	制作方法
药	治病、保健	成分、服用方法	服用说明、服药后表现
金融产品	收益、保值增值	保单、存单、卡	售前咨询、售后服务

三、商品的特征

商品的有用性是其使用价值的基础，商品的**各种自然属性**又是形成商品有用性的物质基础。因此，与一般劳动产品相比，商品具有以下特征。

1. 商品是能够满足人们某种需要，具有使用价值的劳动产品

作为商品，首先必须是劳动产品。换句话说，如果不是劳动产品就不能成为商品。比如，自然界中的空气、阳光等，虽然是人类生活所必需，但**这些都不是劳动产品**，所以它们不能叫做商品。而没有使用价值的劳动产品，如废品、掺假产品等，也不能算作商品。

2. 商品是供别人或社会消费，而不是供生产者或经营者自己消费的劳动产品

马克思指出：“一个物可以有**用**，而且是人类劳动产品，但不是商品。谁用自己的产品来满足自己的需要，他生产的就只是使用价值，而不是商品。要生产商品，他不仅要生产使用价值，而且要为别人生产使用价值，即生产社会的使用价值。”对他人或社会有用，没有用就不会发生交换，有用才能发生交换。

3. 商品是必须通过交换才能达到别人手中的劳动产品

作为商品，还必须要用于交换。商品总是与交换分不开的。也就是说，如果不是用来交换，即使是劳动产品，也不能叫商品。比如在古代，传统的男耕女织式的家庭生产，种出来的粮食和织出来的布，尽管都是劳动产品，但只是供家庭成员自己使用，并不是用来与**他人交换**的，因而也不是商品。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）支配。

任务二 各专业对商品学掌握的需求程度如何?

学习目标

通过本任务的学习,了解各专业对商品学掌握的需求程度。

典型知识

一、商品学课程性质

商品学是一门以自然科学为主,将社会科学、经济学融合起来的一门应用性学科,是研究商品使用价值及变化规律的科学。因此,商品学是以自然科学为主,又与其他经济科学、社会科学相互渗透的交叉性学科。

商品学是高职院校经济管理类专业,如国际贸易、物流管理、市场营销等专业的必修课。根据不同职业岗位的工作过程,从学习、工作、行动的整体性出发,通过对商品理论知识的分析,强化工作过程系统化的学习过程,培养学生具备商品分类与品种开发、商品经营管理、商品检验、质量控制及质量监督与认证等方面的知识和必需的职业技能。

二、商品学与国际贸易专业之间的关系

商品学课程是国际贸易专业课程体系的基本组成部分。通过商品学基础知识的学习,能够增加、拓展学生关于国际贸易中各大类商品的相关知识,掌握商品学及商品使用价值的理论和实务,提高学生在国际贸易中经营商品与管理商品的能力,使学生了解商品的组成和性能,掌握国际市场对商品的品质要求、包装要求、标准要求和质量认证,熟悉进出口商品检验、国际贸易商品分类与编码的理论与方法,学会运用商品学基本理论分析和解决商品质量问题,为今后从事经贸类工作和社会实践奠定较为扎实的基础。

三、商品学与物流管理专业之间的关系

商品学课程是物流管理专业课程体系的必要组成部分,对物流管理专业学习能够发挥较强的理论指导作用,其基础知识和技能的学习有助于物流管理专业技能的掌握,因此,商品学课程的教学需要强调基础知识的理论体系的掌握和基本技能运用能力的培养。高职物流管理专业培养的是具有一定物流管理知识,能够熟练掌握各项物流功能操作的高等技术应用性专门人才,学生就业主要集中在物流企业、配送中心等业务部门中的基层操作、基层管理、工商企业内部物流的基层作业和管理等岗位,因此,掌握商品特点与商品养护等基础知识对有效进行储运工作都起着重要作用。商品学的教学应用围绕高职物流管理专业人才培养目标来定位,集中考虑职业岗位能力要求,突出职业化、技能化特点,在基础理论必需、够用的基础上,重点增强实际操作技能、提高职业素质,切实起到对专业能力培养的支撑作用,使学生掌握的商品学知识和技能能够满足职业岗位的实际需要,并适当兼顾学生的后续发展需要。

四、商品学与市场营销专业之间的关系

商品学课程是市场营销专业基础课程之一,对市场营销有着重要的研究意义,是市场营销工作开展的基本前提,其研究价值存在于营销过程中的各个环节,尤其在现今全球经济统一化的大背景下,商品学知识更是在市场营销工作中起着承接的重要作用。了解商品学知识,能为市场营销工作形成正确的使用价值导向。通过商品资源和市场的调查预测、商品的进出口管理与质量监督管理、商品的环境管理、制定商品标准及政策法规、商品发展规划提供决策的科学依据;为企业提供商品基本质量要求,指导商品质量改进和新商品开发,提高经营管理素质,保证市场商品物美价廉,适销对路。不掌握商品学知识,很难清楚营销商品本身使用价值的目的,容易盲目出错,例如做食品营销,若没有对某一食品的保质期、存储方式、外包加工做深入了解,会造成一系列的销售工作问题,小则损失部分利益,大则会造成长期性战略错误。

任务三 如何理解商品学的研究对象与内容?

学习目标

掌握商品学的使用价值和价值,会分析实际商品,熟悉商品学的研究任务和方法,掌握现代商品学的重要作用。

典型知识

一、商品学的研究对象

商品学是以商品质量为中心内容来研究商品使用价值及变化规律的科学,其他内容都是其核心内容的展开与延伸。具体而言,商品学是一门自然科学、技术科学与人文社会科学相融合的交叉型应用学科,主要侧重于流通、消费领域的商品(以生活资料商品为主)使用价值的研究。

商品的价值范畴,如商品价值的形成和实现等问题,是由政治经济学、经济学等来研究的。商品的使用价值是商品学研究的范畴,是指商品对其消费(使用)者的有用性或效用,是商品本身能满足人们的某种需要的属性所形成的(如粮食可充饥、衣服可御寒、钢铁可制造器械等)。它取决于商品本身的外形、结构、成分、性质、包装等,它构成了使用价值的物质基础,同时又是交换价值的物质承担者。丧失使用价值的商品,其交换价值亦必随之消失,商品亦失去进入流通领域的资格。马克思指出:“使用价值表示物和人之间的自然关系,实际上表示为人而存在。”人在环境中生存,需要“物”(商品);满足需要的“物”是在市场交换过程中获取的“物”(商品)。正是由于环境因素和市场条件,使物被人创造,人又占有或使用物,不断循环,对扩大商品流通与扩大再生产起着积极的推动作用。在我国社会主义市场经济中,商品使用价值与生产、分配、交换、消费紧

密相连,因而,商品学的研究将使用价值纳入社会经济关系的范畴。

二、商品学的研究内容

商品学的研究内容是由商品学的研究对象所决定的,根据商品学的研究对象,其研究内容以商品为基础,研究商品在整个生命周期中的质量(固有质量、市场附加质量、形象质量)及其构成要素(技术、经济、社会、环境要求等)计量、检测、控制与管理活动。

以商品属性不断满足商品交换和消费需要以及其他社会需要为主线,商品学的研究内容具体包括与商品质量及与商品品种有关的内容。

1. 与商品质量有关的内容

商品质量及其影响;商品质量管理与质量监督;商品标准与标准化;商品检验;商品包装与标识;品牌与商标管理;商品储运与养护。

2. 与商品品种有关的内容

商品分类与编码;商品的成分、结构与性质;新商品开发;信息与商品预测;商品与资源、环境等。

商品学针对上述问题的研究来分析和阐明商品的有用性,拟定商品的质量指标和检验方法,以便能正确而全面地鉴定商品的质量。简而言之,影响商品使用价值转移、实现商品价值的因素都是商品学研究的内容。商品学还得研究与商品质量有关的自然属性,研究影响商品本质的属性,在我国社会主义制度下,商品学是为促进生产、为社会主义现代化经营管理和满足人民日益增长的物质文化生活需要服务的。

三、商品学的研究任务

商品学研究的总任务是反馈商品信息,促进生产企业生产消费者需要的商品,维护流通领域商品的使用价值,指导消费,促进使用价值的实现,推动市场经济的发展,具体研究任务主要有以下几个方面。

1. 指导商品使用价值的形成

通过对商品资源和市场需求进行广泛的市场调查、市场预测,通过商品用料、工艺、表面处理、包装装饰、商标广告的研究以及在消费者中的反映,探索不同消费层次的需求特点,在核心商品、形式商品、附加商品三个方面指导生产企业进行产品和服务质量的改进和新产品开发,以商品的需求研究等手段,为有关部门实施商品结构调整、商品科学分类,商品的进出口管理与质量监督管理,商品的环境管理,制定商品标准及政策法规、商品发展规划提供决策的科学依据;为企业提供商品基本质量要求,指导商品质量改进和新商品开发,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

商品质量是决定商品使用价值高低的基本因素,是决定商品竞争力强弱、销路、价格的基本条件。所以,它是商品学研究商品使用价值的中心内容。通过对商品使用价值的分析和综合,明确商品的质量指标、检验和识别方法,能全面准确地评价、鉴定商品的质量,杜绝伪劣产品流入市场,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,切实维护消费者的利益,创造公平、平等的商品交换环境。

3. 防止商品使用价值的降低

分析和研究与商品质量有关的各种因素,提出适宜的商品包装、储运,保证商品质量,努力降低商品损耗。

4. 促进商品使用价值的实现

通过大力普及商品知识和消费知识,使消费者认识和了解商品,学会科学地选购和使用商品,掌握正确的消费方式和方法,由此促进商品使用价值的实现。

5. 研究商品使用价值的再生

通过对商品废弃物与包装废弃物处置、回收和再生政策、法规、运行机制、低成本加工技术等问题,推动资源节约、再生和生活废物减量,保护环境的绿色行动。

四、商品学的研究方法

商品学的研究方法包括科学实验法、现场实验法、技术指标法、社会调查法、对比分析法和系统分析比较法几种。

1. 科学实验法

科学实验法是指在实验室内或一定试验场,运用一定测试仪器和设备,对商品的成分、构造、性能等进行理化分析、鉴定的研究方法。

2. 现场实验法

现场实验法是通过一些商品专家,或有代表性的消费者群,凭人体感官的直觉,对商品质量及其商品有关的其他方面做出评价的研究方法。

3. 技术指标法

技术指标法是一种在分析实验的基础上,对一系列同类产品,根据国内或国际生产力发展水平,确定质量技术指标,以供生产者和消费者共同鉴定商品质量的方法。

4. 社会调查法

社会调查法是研究性学习专题研究中常用的基本研究方法,它综合运用历史研究法、观察研究法等方法以及谈话、问卷、个案研究、测验或实验等科学方式,对有关社会现象进行有计划的、周密的、系统的了解,并对调查搜集到的大量资料进行分析、综合、比较、归纳,借以发现存在的社会问题,探索有关规律的研究方法。

5. 对比分析法

将商品资料收集积累,加以比较,找出提高商品质量、增加花色品种、扩展商品功能的新途径,运用对比分析法,改进产品质量,升级换代,满足需要。

6. 系统分析比较法

系统分析比较法是指把要解决的问题作为一个系统,商品的研究需要考虑到商品与环境、商品与人、商品与国民经济的关系,是一项复杂的系统工程,对系统要素进行综合分析,找出解决问题的可行方案的咨询方法。单从一个方面或几个方面来研究,有时难免有偏差,只有把商品作为一个小系统,在社会这个大系统中加以分析、研究和考察,才能得出全面、公正的结论。

任务四 商品学的发展前景怎么样?

学习目标

了解我国商品学的发展历程,准确把握我国商品学的未来发展趋势。

典型知识

一、我国商品学的萌芽时期

商品学来源于商品生产与商品交换的实践。任何一门学科的诞生都是前人经验的总结,都是在一定的科学文化、社会发展的条件下创造出来的。人类社会在原始的刀耕火种、自给自足的自然经济条件下,没有商品生产,也没有商品交换,当然也不会产生商品学。随着生产力的发展,劳动产品自给有余,人类社会才进入了商品和货币时代,才逐渐产生商品学这门科学。

我国是一个具有悠久历史的文明古国,商品经济曾经一度比较发达,相应地,对商品知识的研究,也有相当长的历史。早在春秋战国时期,中国市场就已经形成,也开始了对于商品的初步探索,如春秋时代师旷所著的《禽经》,晋朝戴凯之所著的《竹谱》。到了汉朝,以长安(今西安)、洛阳、邯郸、成都等城市为中心的较大的市场相继出现,并有了一定规模的发展,当时生产和交换的商品主要有铁器、陶器、食盐等,只供本地区居民消费,商品生产的社会化的规模很小,商品交换的范围具有很大的局限性。

到了唐朝(公元618—907年),我国处于封建社会经济繁荣兴盛时代,农业、手工业、纺织业、冶炼业、采矿业、造船业、印刷业等都有了很大发展,西京(西安)、东京(洛阳)两地的商业已相当繁盛,成为四方财物的集散之地;广州、泉州、扬州等地已成为中国对外贸易的重要商埠。当时市场上交易的主要商品有金、银、铜、铁、茶、盐、粮、马、棉布、珍珠等,这些商品的生产与交换是商品学起源的客观物质基础。特别是唐朝中期,茶叶自江南传到了北方,茶作为饮料,逐渐盛行。各地为迎合僧人、市民饮茶的需要,开设了不少店铺,煎茶出卖,行人付钱即可饮用,极为方便。由于茶叶大多产自江淮一带,每到茶叶的产销旺季,大量运到京城的茶叶品种规格很多,堆积如山,色味各异,十分新奇。这一情况引起了陆羽的极大兴趣,他收集了大量有关茶的生产和消费方面的知识,依据所见所闻,于公元767年写出了《茶经》一书。《茶经》共分三卷十篇,论述了茶叶的形状、品质、产地、采制、烹饮方法及用具。书中还对茶叶的种植、加工、品质、评审、饮用和保管等方面的知识作了专门介绍。《茶经》的问世促进了茶叶的消费,也促进了茶叶的生产。因此,中国茶之所以闻名于世,与《茶经》的传播有着密切的关系,可以说它是世界上最早的一部专业商品学著作。

到了宋朝蔡襄所著的《荔枝谱》,韩彦直所著的《桔录》以及明朝李时珍所著的《本草纲目》等书先后都对有关的商品知识做了介绍。其中,李时珍的《本草纲目》五册共五十二卷,这是一部最早、最完备的医药类商品学专著。

二、商品学的创立与发展时期

虽然我国商业的历史十分悠久,可惜在封建社会,统治者对商业大都采取抑制政策,阻滞了我国商品经济的发展,这种状况也影响了商品知识的研究,使这一方面的研究处于零星分散状态,长期未能形成完整、科学的学科体系。

今天,商品学作为研究商品使用价值的独立学科,其理论体系正在不断完善,各类商品学书籍汇集大量的商品知识,对经商人员起到了指导作用,对商品经济的发展做出了重要贡献。1902年废除科举制之后,我国开始“学校式”商业教育,当时把商品学列为一门必修课,并相继出版了很多商品学教科书。如1908年出版的《新译商品学》(李漱译自日本《商品学》);1932年,刘冠英在北平中国学院讲授商品学课程,并编著和出版了体系较为完善、内容较为全面的《现代商品学》;1936年后,广州暨南大学、天津津沽大学、上海沪江大学等高等院校相继开设商品学课程,重点培养商品检验技术人才;1937年方嘉东撰写了《商品研究通论》。

新中国成立后,我国商品学教育与研究发展迅速。从1950年开始,高等财经、商业院校先后设立了商品学教研室,贸易、经济、供销等相关专业均开设了商品学课程;接着,中国人民大学开始招收商品学研究生,邀请有关专家来校讲学,为我国高等财经院校培养了一批商品学专业教师,编写了《商品学总论》等五个分册。正因如此,1956年后,黑龙江商学院和上海财经学院创建了商品学系,分别设立了食品学、日用工业品商品学、纺织品商品学、五金机械商品学等专业,黑龙江商学院编写了《日用工业品商品学》、《食品商品学》、《五金商品学》;大连商学院创办了化工商品、日工商品、生产资料等商品学专业,为商业部门培养了一大批商品学专门人才。20世纪60年代初,原商业部系统还召开了全国商品学学术研讨会,此后,京、津、沪等大城市的一些大型商业企业出版了定期的商品知识刊物,这对我国商品学的研究与发展,起到了积极的推动作用。

20世纪80年代,各省市商品学会相继成立并逐年召开学术研讨会及商品学联合年会;1992年8月由中国人民大学举办“商品学教学与理论发展研讨班”暨第五届全国商品学学术讨论会时,中国商品学会筹备组成立,宣布此后每两年举办一届全国性商品学学术讨论会,至2010年1月在黑龙江哈尔滨市以主题“大流通环境下商品学新发展”的学术论坛召开,已历经13届,2011年7月,中国商品学会在中国人民大学成功举办第14届学术论坛暨中韩商品学交流会议。

三、商品学的发展前景

商品学作为一门接近实际的应用科学,虽然主要是从微观角度进行研究,但它的内容上连生产、下接消费,中间环节与许多部门密切相关,关系到各行各业和千家万户。社会主义市场经济生产的目的是为了满足人民群众日益增长的物质、文化生活需要,这些需要是通过个人消费品的分配实现的,现阶段按劳分配采取货币工资的形式,由劳动者持货币到商店里选购自己需要的消费品。这样,劳动者的消费需要能否得到满足,既取决于货币收入的多少,又取决于在市场上能否买到称心如意的商品。所以,商品不是孤立的商品个体本身,而是有目的的劳动创造的,用于满足市场上消费者某种需求和利益的有形实体和无形服务的总体,它既是使用价值和价值的统一,又是有形实体和无形服务的统一,是

一个整体的概念。为此，我们应该从我国实际出发，系统总结我国商品学发展历史经验，广泛吸收国外商品学研究成果和相关学科的成果，深入开展商品学研究与学术交流，不断完善商品学的理论体系，更新和拓宽商品学的内容，创立符合实际需要、具有中国特色的商品学，站在市场这个角度上从整体研究，创建和完善具有中国特色的社会主义商品学体系。

技能训练

以小组为单位，结合所学专业知 识，选择一些日常生活中经常购买的商品，分析哪些商品更加重视商品整体概念中的附加产品部分？并将结果以小组进行汇报。

考核标准

考核标准	分值	实际得分
对于商品整体概念理解深刻	20	
能准确地掌握商品附加部分	30	
语言组织的逻辑性和流畅性	20	
结果整理、汇报	30	
总计	100	

总结与回顾

本项目重点介绍了如下内容：商品是用来交换的劳动产品，具有使用价值和价值两个基本属性。商品的整体是由核心部分、形式部分和延伸部分构成的。

商品学的学习对市场营销、国际贸易、物流管理等专业的学习都有着非常重要的作用，是各专业的必修基础课程之一。

商品学研究对象是商品的使用价值，研究内容包括：商品分类与编码的原则、方法及应用；国际和国内商品分类与编码体系的比较，商品条码技术和电子标签技术；商品的质量要求、质量管理、质量认证、质量体系及质量体系认证；商品检验和商品标准；商品包装和装潢；商品储运和养护。

商品学经历了萌芽与创立发展时期，当今商品学受到了国内外学者的高度重视，我国应该有效吸取历史经验，建设符合我国国情的商品体系。

热点讨论

淘宝网一年查处338万件假货1.4万家店受处罚

国内最大的网上商城淘宝网正试图管好这个鱼龙混杂的购物市场，该网站2010年3月8日和瑞士军刀、阿迪达斯、爱普生、优衣库和李宁等20多家厂商共同“打假”。淘宝网2010年全年与品牌商协同打假共8210起，打击在淘宝网出现的假货接近338万件。

经过数年的耕耘和积累，以淘宝网为代表的网站开辟出庞大的网络购物市场。与此同时，假货在网络上流行并吸引了固定的消费人群，但淘宝很不希望假货成为中国“网购”的代名词，该网站从2008年