

华东地区大学出版社优秀教材

高等教育经济管理类专业系列教材

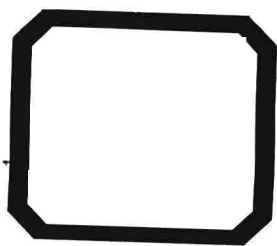
SHANGPIN LILUN YU SHIWU

商品理论与实务

潘绍来 主编



東南大學 出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS



高等教育经济管理类专业教材

——荣获华东地区大学出版社优秀教材奖

商品理论与实务

主 编 潘绍来

参 编 (按姓氏笔画排序)

纪正广 芮正茂

徐 敏 景 诚

东南大学出版社

• 南京 •

内 容 提 要

本书针对高等院校营销、经贸、管理类专业的学生未来涉及的职业岗位,将全篇分为商品认知、商品技术管理、商品监督管理和商品消费4大模块。第一模块商品认知有走近商品学、了解与介绍商品、商品与资源和环境共3章,对应于商品导购员业务训练;第二模块商品技术管理有商品的分类管理、商品包装管理、商品养护管理共3章,对应于商品理货员、商品包装工与仓库保管员业务训练;第三模块商品监督管理有商品质量管理体系、商品标准与标准化工作、商品检验共3章,对应于质量管理员与质检员业务训练;第四模块商品消费,按衣、食、住、行、日用和生产发展用商品的顺序共7章,涉及各类常用商品消费时所需关注的质量特性与购买知识以及伪劣商品查处与消费者权益保护,对应于商品采购员以及学生未来的消费者角色的需要。

本书编写突出实用性和操作性,理论阐述以“必需、够用”为度,注重商品管理与质量分析能力的训练和培养。通过学习,能明显改变高职营销、经贸、管理类专业学生自然科学知识偏少的现状,有效提高商品经营与管理能力,为其从事工商企业管理、商品经营流转提供了必备的商品理论和岗位技能。

本书可作为本科及高职高专营销、经贸、管理类专业教材,也可供工商企业经营管理人员工作实践指导用书,还可作为消费者选好用好商品和指导个人消费的生活指南。

图书在版编目(CIP)数据

商品理论与实务 / 潘绍来主编. —南京:东南大学出版社,2012.1

ISBN 978-7-5641-3244-6

I. ①商… II. ①潘… III. ①商品学—高等教育—教材 IV. ①F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 273438 号

东南大学出版社出版发行

(南京市四牌楼2号 邮编 210096)

出版人:江建中

全国各地新华书店经销 丹阳兴华印刷厂印刷

开本:787 mm×1 092 mm 1/16 印张:20.25 字数:520 千字

2004年7月第1版 2012年1月第2版第5次印刷

ISBN 978-7-5641-3244-6

印数:24 001—28 001 册 定价:37.00 元

(凡因印装质量问题,可直接向读者服务部调换。电话:025-83792328)

前言

商品是市场经济的细胞和缩影,也是社会经营活动的基本对象。在我国市场经济秩序不断完善的今天,“质量是市场竞争的焦点”已成为人们的共识,消费个性化、市场专门化、产品细分化导致商品的多样化。市场经济越发达,市场竞争越激烈,商品在经济活动中的作用就明显。如何面对严酷的竞争,持续地开发、生产和提供适用的商品,提高服务水准,是每一个生产经营企业的重要课题。对消费者来讲,面对严峻的质量形势和尚不规范的企业经营行为,消费者需要强化自我保护的意识与能力,不仅要具备商品的基本理论和鉴别商品质量优劣的本领,同时还要学会运用商品质量法规维护自身的权益,争取交易的主动权。这一切,都对社会每一个成员的商品理论与实务提出了全新的要求。

长期以来,应用型本科及高职高专营销、经贸、管理类专业学生的知识技能体系偏软、提升商品的经营业务能力一直未能找到有效的抓手。传统的商品学教材又因学科性太强、与学生未来职业偏离较大等问题难以适用。尽管本教材开发团队在2004年就已开发出版了适用于的《商品学》教材,并将内容体系划分为商品学基础、商品学实务两大版块,近八年来的使用实践中也受到了全国部分院校和广大读者的热忱欢迎,并成为华东地区大学出版社的优秀教材之一,7次加印仍生机犹在,但这还是难以适应近几年来如火如荼的课程改革需要。尤其是本教材开发团队成员多年来各自奋战在国家示范职业院校建设项目的教学改革一线,催使了重新编写一部融教改成果的、全新教材的愿望。为此,本教材在留有原《商品学》特色的基础上,基于营销、经贸、管理类专业学生未来涉及的职业岗位,如商品导购员、商品理货员、商品包装工、仓库保管员、质量管理员、质检员、商品采购员以及学生的消费者角色,结合企业经营业务能力职业标准,大胆地对各项内容进行了整合和序化,以期成为一本适用性更强的教材。

本书的特色在于:一是动态地、综合地汲取了商品理论发展的最新成果,包括新近颁发的相关商品标准与法规;二是编写内容力求体现“繁中求精,精中求用”,理论上坚持必需、够用原则,取材上强调代表性、适用性和实用性;三是结构上将商品经营业务能力各个方面具体化,融项目训练于其中,并由浅入深以利于逐步深入学习;四是为便于学习和及时消化,每章后配备了思考与练习题、训练项目和建议阅读的文献。由于篇幅限制,本书只选择衣、食、住、行、日用和生产发展用的主要商品进行介绍分析,希望能起到举一反三的作用;同时,有的章节内容以“*”号标出,意为各学校可根据各自情况进行选学。

本书由南通纺织职业技术学院潘绍来主编。参加编写的有南京交通职业技术学院纪正广(第6章)、江苏农林职业技术学院芮正茂(第5章)、江苏经贸职业技术学院徐敏(第3、7、8章)、南京金肯职业技术学院景诚(第9章)、南通纺织职业技术学院潘绍来(第1、2、4、10、11、12、13、14、15、16章)。

本书编写和修订过程中,吸收和引用了有关专家、学者的著述或研究成果,在此表示深深的谢意!本课程开发团队多年来得到东南大学出版社的关心、指导和大力支持,借此也表示衷心的感谢。限于水平,书中难免有不妥和错误之处,敬请各位专家同仁和广大读者不吝赐教。联系邮箱:psl@nttec.edu.cn。

编者
2012年1月

序

高等职业教育是整个高等教育体系中的一个重要组成部分。近几年来,我国高等职业教育进入了高速发展时期,其中经济管理类专业学生占有相当大的比例。面对当前难以预测的技术人才市场变化的严峻形势,造就大批具有技能且适应企业当前需要的生产和管理第一线岗位的合格人才,是人才市场与时代的需要。

为培养出适应社会需求的毕业生,高等职业教育再也不能模仿、步趋本科教育的方式。要探索适合高等职业教育特点的教育方式,就要真正贯彻高等职业教育的要求,即“基础理论适度够用、加强实践环节、突出职业技能教育的方针”。为此,有计划、有组织地进行高等职业教育经济管理类专业的课程改革和教材建设工作已成为当务之急。

本次教材编写的特点是:面向高等职业教育系统的实际情况,按需施教,讲究实效;既保持理论体系的系统性和方法的科学性,更注重教材的实用性和针对性;理论部分为实用而设、为实用而教;强调以实例为引导、以实训为手段、以实际技能为目标;深入浅出,简明扼要。为了做好教材编写工作,还要求各教材编写组组织具有高等职业教育经验的老师参加教材编写的研讨,集思广益,博采众长。

经过多方的努力,高等职业教育经济管理类专业教材已正式出版发行。这是在几十所高等职业院校积极参与下,上百位具有高等职业教育教学经验的老师共同努力高效率工作的结果。

值此出版之际,我们谨向所有支持过本套教材出版的各校领导、教务部门同志和广大编写教师表示诚挚的谢意。

本次教材建设,只是我们在高等职业教育经济管理类专业教材建设上走出的第一步。我们将继续努力,跟踪教材的使用效果,不断发现新的问题;同时也希望广大教师和读者不吝赐教和批评指正。目前我们已根据新的形势变化与发展要求对教材陆续进行了修订,期望它能在几番磨炼中,成为一套真正适用于高等职业教育的优秀教材。

宁宣熙

2012年1月

目 录

模块一 商品认知

1 走近商品学	(1)
1.1 商品学的发展概况	(1)
1.1.1 国外商品学的发展	(1)
1.1.2 我国商品学的发展	(2)
1.2 商品学的研究对象、内容和任务	(2)
1.2.1 商品学的研究对象	(2)
1.2.2 商品学的研究内容	(3)
1.2.3 商品学的任务	(4)
1.3 学习商品学的意义和方法	(4)
1.3.1 学习商品学的重要意义	(4)
1.3.2 学习商品学的方法	(5)
思考与练习题	(5)
实训项目	(5)
2 了解与介绍商品	(7)
2.1 商品及其本质	(7)
2.1.1 商品的含义	(7)
2.1.2 商品的使用价值	(8)
2.1.3 现代商品的整体概念	(8)
2.2 商品质量的表征与基本要求	(10)
2.2.1 商品质量的概念	(10)
2.2.2 现代商品质量观	(10)
2.2.3 保证和提高商品质量的意义	(11)
2.2.4 商品质量的基本要求	(12)
2.3 影响商品质量的因素	(14)
2.3.1 生产过程中影响商品质量的因素	(14)
2.3.2 流通过程中影响商品质量的因素	(16)
2.3.3 使用过程中影响商品质量的因素	(17)
* 2.4 商品美	(17)
2.4.1 商品美与商品质量	(17)
2.4.2 商品美的一般规律	(17)
2.4.3 商品美的表现形式	(18)

2.5 介绍商品	(19)
2.5.1 商品使用说明书的识读与编写	(19)
2.5.2 介绍商品的一般原则	(21)
思考与练习题	(21)
实训项目	(22)
3 商品与资源和环境	(23)
3.1 商品与资源保护	(23)
3.1.1 资源及分类	(23)
3.1.2 商品生产和消费对资源的影响	(24)
3.1.3 资源的保护	(25)
3.2 商品与环境保护	(26)
3.2.1 商品与人和环境	(26)
3.2.2 商品与环境污染	(27)
3.2.3 防治商品的环境污染	(28)
思考与练习题	(31)
实训项目	(32)

模块二 商品技术管理

4 商品的分类管理	(33)
4.1 商品分类与分类标志	(33)
4.1.1 商品分类及其意义	(33)
4.1.2 商品分类的原则	(35)
4.1.3 商品分类的标志	(35)
4.1.4 服务商品的分类	(37)
4.2 商品目录与商品分类体系	(38)
4.2.1 商品目录	(38)
4.2.2 商品代码的编制	(39)
4.2.3 商品分类体系	(39)
4.3 商品条码	(44)
4.3.1 商品条码技术的特点	(44)
4.3.2 商品条码的产生与发展	(45)
4.3.3 使用商品条码的益处	(47)
4.3.4 商品条码的形式与种类	(48)
4.3.5 商品条码的结构特征	(51)
4.3.6 条码的使用与管理	(53)
* 4.3.7 图书代码和期刊代码	(54)
思考与练习题	(55)
实训项目	(56)

5 商品包装管理	(57)
5.1 商品包装概述	(57)
5.1.1 商品包装的概念	(57)
5.1.2 商品包装的功能	(57)
5.1.3 商品包装的分类	(58)
5.1.4 商品包装材料	(59)
5.2 商品包装的主要技法	(61)
5.2.1 销售包装技术	(61)
5.2.2 运输包装技术	(62)
* 5.3 商品包装设计	(64)
5.3.1 商品包装设计的概念	(64)
5.3.2 商品包装的结构设计	(64)
5.3.3 商品包装的装潢设计	(64)
5.4 商品包装标志	(66)
5.4.1 商品包装标志识读	(66)
5.4.2 商标设计与注册	(69)
思考与练习题	(72)
实训项目	(73)
6 商品养护管理	(74)
6.1 商品的质量变化	(74)
6.1.1 商品质量变化的形式	(74)
6.1.2 影响商品质量变化的因素	(77)
6.2 商品的仓储管理	(79)
6.2.1 商品储存的原则与方式	(79)
6.2.2 商品仓储的场所	(80)
6.2.3 商品储存的管理	(81)
6.3 商品的养护技术	(84)
6.3.1 工业品商品的养护	(84)
6.3.2 食品的储存与保鲜	(86)
思考与练习题	(90)
实训项目	(90)

模块三 商品监督管理

7 商品质量监督管理体系	(91)
7.1 商品质量管理	(91)
7.1.1 商品质量管理概述	(91)
7.1.2 商品质量法规	(92)
7.1.3 建立健全商品质量管理体系	(93)

7.2	商品质量监督	(94)
7.2.1	商品质量监督的概念和意义	(94)
7.2.2	商品质量监督的种类和形式	(95)
7.2.3	商品质量监督的管理体制	(96)
	思考与练习题	(97)
	实训项目	(97)
8	商品标准与标准化工作	(98)
8.1	商品标准	(98)
8.1.1	商品标准概述	(98)
8.1.2	商品标准的分级与代码	(100)
8.1.3	商品标准的制定与复审	(102)
8.2	商品标准化	(104)
8.2.1	商品标准化的含义和作用	(104)
8.2.2	商品标准化的形式	(105)
8.3	商品质量认证	(106)
8.3.1	商品质量认证的概念和意义	(106)
8.3.2	商品质量认证的发展状况	(108)
8.3.3	商品质量认证标志	(109)
8.3.4	商品质量认证的实施	(111)
	思考与练习题	(113)
	实训项目	(113)
9	商品检验	(114)
9.1	商品检验概述	(114)
9.1.1	商品检验的概念与内容	(114)
9.1.2	商品检验的形式与分类	(115)
9.1.3	商品检验的方法	(117)
9.2	进出口商品检验与检疫	(119)
9.2.1	进出口商品检验的重要性	(119)
9.2.2	进出口商品检验工作程序	(122)
9.2.3	进出口动植物检疫	(123)
	思考与练习题	(125)
	实训项目	(125)

模块四 商品消费

10	纺织商品的选购	(126)
10.1	纺织纤维	(126)
10.1.1	纺织纤维的分类	(126)
10.1.2	纺织纤维的常用性能指标	(127)

10.1.3	天然纤维	(128)
10.1.4	化学纤维	(133)
10.1.5	纺织纤维的鉴别方法	(136)
10.2	纱线	(139)
10.2.1	纱线的种类与主要品种	(139)
10.2.2	纱线的制造工业	(142)
10.2.3	纱线的质量评定	(144)
10.3	织物面料	(145)
10.3.1	织物的组织结构	(145)
10.3.2	织物的织造与染整加工	(148)
10.3.3	纺织品面料的质量	(151)
10.3.4	棉织物	(152)
10.3.5	呢绒	(154)
10.3.6	丝绸	(156)
10.3.7	针织品与其他织品	(158)
10.4	服装	(162)
10.4.1	服装的分类	(163)
10.4.2	服装材料与制作	(164)
10.4.3	服装的质量	(165)
10.4.4	服装的号型系列应用	(167)
10.4.5	纺织品的经营与消费趋势	(169)
	思考与练习题	(170)
	实训项目	(170)
11	食品的选购	(172)
11.1	食品的分类	(172)
11.1.1	按食品的来源分类	(172)
11.1.2	按食品在膳食中所占的比重分类	(172)
11.1.3	按食品的加工程度分类	(173)
11.2	食品的营养成分	(173)
11.2.1	碳水化合物	(173)
11.2.2	蛋白质	(176)
11.2.3	脂类	(178)
11.2.4	维生素	(179)
11.2.5	矿物质	(181)
11.2.6	水	(182)
11.3	主要食品的选购	(184)
11.3.1	蔬菜与果品	(184)
11.3.2	肉禽蛋及其制品	(189)

11.3.3	水产品与其加工制品	(192)
11.3.4	粮油及其加工制品	(194)
11.3.5	酒类	(200)
11.3.6	卷烟	(207)
11.3.7	茶叶	(209)
11.3.8	调味品	(211)
11.4	食品的消费趋向	(214)
11.4.1	食品消费的一般趋向	(214)
11.4.2	食品污染及其防治	(215)
11.4.3	绿色食品	(218)
11.4.4	新潮食品	(220)
	思考与练习题	(222)
	实训项目	(222)
12	日用工业品的选购	(223)
12.1	塑料制品	(223)
12.1.1	塑料的组成与分类	(223)
12.1.2	塑料的代表性品种与制品	(225)
12.1.3	塑料制品的质量要求	(229)
12.1.4	塑料的鉴别	(230)
12.2	陶瓷与搪瓷制品	(231)
12.2.1	陶瓷制品	(231)
12.2.2	搪瓷制品	(232)
12.3	玻璃制品	(233)
12.3.1	玻璃的成分	(233)
12.3.2	玻璃的制造工艺	(234)
12.3.3	玻璃的性质	(235)
12.3.4	玻璃制品的分类与用途	(235)
12.3.5	玻璃制品的质量要求	(236)
12.4	日用化学商品	(237)
12.4.1	肥皂	(237)
12.4.2	合成洗涤剂	(238)
12.4.3	牙膏	(240)
12.4.4	化妆品	(241)
12.5	纸张	(243)
12.5.1	纸张的分类	(243)
12.5.2	纸张的原料与制造	(243)
12.5.3	纸张及制品的常见品种	(245)
12.5.4	纸张的质量要求	(246)

12.6	皮革制品	(247)
12.6.1	皮革的原料皮	(247)
12.6.2	皮革的制作工艺	(249)
12.6.3	皮革的分类与质量要求	(249)
12.6.4	常用皮革制品	(250)
	思考与练习题	(251)
	实训项目	(251)
13	家用电器、汽车与手机的选购	(253)
13.1	家用电器的分类及质量要求	(253)
13.1.1	家用电器的分类	(253)
13.1.2	家用电器的质量要求	(254)
13.1.3	电视机	(255)
13.1.4	家用电冰箱	(257)
13.1.5	家用空气调节器	(259)
13.1.6	家庭办公用电器	(260)
13.2	家用汽车	(263)
13.2.1	家用汽车的种类	(263)
13.2.2	家用汽车选购要领	(265)
13.3	手机	(267)
13.3.1	手机的种类	(267)
13.3.2	手机的选购要领	(269)
	思考与练习题	(271)
	实训项目	(271)
14	金属材料及其制品的选购	(272)
14.1	金属材料的分类与性能	(272)
14.1.1	金属材料的分类	(272)
14.1.2	金属材料的性能	(273)
14.2	主要金属材料及其制品	(274)
14.2.1	生铁、铁合金及铸铁	(274)
14.2.2	钢及钢材制品	(275)
14.2.3	工业上常用的有色金属	(276)
14.3	日用金属制品的质量特性	(278)
14.3.1	铝制器皿	(278)
14.3.2	不锈钢制品	(278)
* 14.4	几种典型的机械零件	(279)
14.4.1	机器、机构与零件	(279)
14.4.2	常用的机械零件	(281)
	思考与练习题	(286)

实训项目	(286)
*15 其他生产与生活资料商品的选购	(287)
15.1 农业生产资料	(287)
15.1.1 化肥	(287)
15.1.2 农药	(289)
15.1.3 农业机械	(291)
15.1.4 农用塑料	(292)
15.2 能源商品	(294)
15.2.1 石油及其产品	(294)
15.2.2 煤炭	(296)
思考与练习题	(298)
实训项目	(298)
16 伪劣商品查处与消费者权益保护	(299)
16.1 伪劣商品与识别	(299)
16.1.1 伪劣商品的概念与特征	(299)
16.1.2 伪劣商品的识别	(300)
16.2 伪劣商品的查处	(302)
16.2.1 伪劣商品的查处机构	(302)
16.2.2 伪劣商品的打击与防范	(303)
16.3 消费者权益保护	(305)
16.3.1 消费者的权益	(305)
16.3.2 消费者权益的保护组织	(306)
16.3.3 保护消费者权益的实施	(307)
思考与练习题	(309)
实训项目	(309)
参考文献	(310)

模块一 商品认知

【学习目标】 对商品学形成初步的认识,建立起学好本课程的兴趣和信心;掌握商品质量的基本要求,能清晰地向顾客介绍典型商品,掌握商品生产与社会经济发展、自然资源保护和环境保护的关系。

1 走近商品学

【学习要点】

- ◎了解商品学的产生与发展历程;
- ◎了解商品学的研究对象、内容与任务;
- ◎明确学习本课程的目的与方法,解决“学什么”和“如何学”等问题。

1.1 商品学的发展概况

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。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的时代,对商品的形成和交换的研究也逐步加深,并逐渐产生了商品学这门学科。

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,商品学也不例外。商品学成为一门独立的学科,在国外和国内有着不同的发展历程。

1.1.1 国外商品学的发展

国外商品学的发展,大体上可划分为商品知识汇集、商品学诞生和商品学发展三个时期。从目前的历史考证来看,世界上第一本包含有商品学内容的书籍是阿拉伯人编著的《商业之美》(1175年出版)。到18世纪,德国的手工业发展迅速,大量进口原材料再加工成出口工业品,从而对商品学的知识提出了较高的要求。很多院校开设商品学的课程。商品学一词就是来自德文的Warenkunde,译成英文是Commodity Science。1793年到1800年,德国的自然史学家与经济学家约翰·贝克曼教授编著出版了《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、工艺学方面的知识;第二册主要是叙述商品的产地、性能、用途、质量规格、分类、包装、鉴定、保管和主要市场等。由于该书创立了商品学的学科体系,明确了商品学的研究内容,贝克曼被誉为商品学的创始人。目前人们认为商品学产生于

18 世纪末,即是以该书的出版时间为依据的。

商品学自 19 世纪初相继传入欧洲和亚洲各国,并得到迅速发展,产生了两个研究方向:一个是从自然科学和技术科学角度研究商品使用价值,研究的中心内容是商品质量,称为技术论商品学;另一个是从社会科学、经济学角度,特别是从市场营销和消费需求方面研究与商品适销品种和经营质量相关的问题,称为经济论商品学。

随着现代科技和经济的高速发展,商品的“商”和“品”两重性受到人们的重视。人们感到,真正的商品学应该由研究“商”为主的经济论商品学与研究“品”为主的技术论商品学融合而成。于是,20 世纪 80 年代,世界商品学开始进入技术型与经济型相互交融的现代商品学时代,即围绕商品—人—环境系统,从技术、经济、社会诸多方面,运用自然科学、技术科学与社会科学相关的原理和方法,综合研究商品与市场需求,商品与资源合理利用,商品与环境保护,商品质量控制、评价与监督,商品包装与商标、标识,商品文化与美学,商品消费与消费者保护等技术与经济问题。

1.1.2 我国商品学的发展

中国商品学的发展,经历了一个漫长的过程。在古代,随着商品生产的发展,商品交换的不断扩大,出现了商人和市场。商人为了招揽生意和辨别货物真伪,将散落的关于商品的知识逐步汇集成书。春秋时期的《禽经》、唐朝的《茶经》、宋朝的《荔枝谱》以及明朝的《本草纲目》等,都记载着与商品生产加工与经营有关的知识。其中,公元 767 年陆羽所著的《茶经》,可称为世界上最早的一部商品学著作。该书详细论述了茶叶的形状、品质、产地、种植、采制及烹茶方法,进而深入讨论了茶叶品质的评审、用途及保管方法等。

到了近代,由于海外贸易频繁,市场竞争日趋激烈,经营手段随之复杂,客观上需要一批熟悉商品产地、性能与检验的专业人员,清朝末年有人主张创立商学来研究商品交易之道,一些学校在商业课程上列有商品学。新中国成立后,随着国民经济的发展,商品学也得到蓬勃发展。高等财经院校的企业管理、市场营销、对外贸易和贸易经济等专业均开设了商品学课程。部分院校设有商品学系或商品学专业,并编写出版了多种商品学教材。1995 年,中国商品学学会成立,标志着我国商品学已经进入一个崭新的发展时期。

1.2 商品学的研究对象、内容和任务

1.2.1 商品学的研究对象

商品学是研究商品使用价值及其实现的应用科学。商品学属于自然科学的技术科学,同时又属于社会科学的经济科学,它与物理学、化学、材料学、机械加工和其他生产工艺学、企业管理、经营学、市场学、资源与环境、经济学、美学、行为科学、法学等各种学科有着密切的内在联系,是一门自然科学和社会科学相互渗透、相互交叉、跨学科的综合性的应用性科学。

商品学之所以要研究商品使用价值及其实现的规律,因为对消费者、用户来说,商品的使用价值如何是他们最关心的;而对生产者或经营者来说,最关心的是商品的交换,使企业取得经济效益,要顺利实现商品的交换,他们也必须关心商品的使用价值,顺利地将使用价值让渡给消费者。其次,商品使用价值的运动历程,与社会的生产、分配、消费都有关联,从

而可以进一步研究商品—人—环境等相互关系。再者,商品的使用价值的具体体现是商品的质量,质量的好坏,成为衡量商品优劣和实际效用高低的标志,是衡量商品价值大小的尺度。

1.2.2 商品学的研究内容

如前所述,商品学的研究对象是商品的使用价值,而商品使用价值的具体体现为商品质量和品种。因此,商品的质量和品种就成为商品学研究的中心内容。如果把品种问题理解为质量问题的一部分,也可以说,商品学研究的中心内容就是商品质量。

商品质量和商品品种是商品使用价值在质和量上的不同表现形式,包含着商品使用价值内涵纵横两方面的问题,它们之间既有各自不同的内涵,又存在密切的关系。在研究商品使用价值的质的方面,其内容主要包括:对商品质量的要求、商品成分、结构与性质、商品质量检验与评定、商品质量维护与保养以及商品与资源、环境的关系等。在研究商品使用价值的量的方面,其主要内容包括:商品名称、规格、商品分类、商品品种结构与商品开发等。

商品学在研究商品质量时,把质量及与质量相关的各种问题作为基本内容,主要围绕以下具体内容来进行:

- (1) 研究形成商品质量的基础——商品成分、结构、性能等属性。
- (2) 研究形成和影响商品质量的诸种因素——原材料、生产工艺及流通领域各个环节的影响等。
- (3) 研究管理、监督和评价商品质量的诸种手段——商品分类、商品检验及商品标准和标准化等。
- (4) 研究维护商品质量的理论和技术措施——商品包装、运输、仓储、养护的理论和方法。
- (5) 研究促进商品使用价值实现的有效手段——商品开发、商品信息等。
- (6) 研究与商品自然属性相关的社会因素——商品销售与售后服务、商品美、商品法令法规等。

归纳起来,商品学研究的基本内容与商品质量的关系如图 1.1 所示。

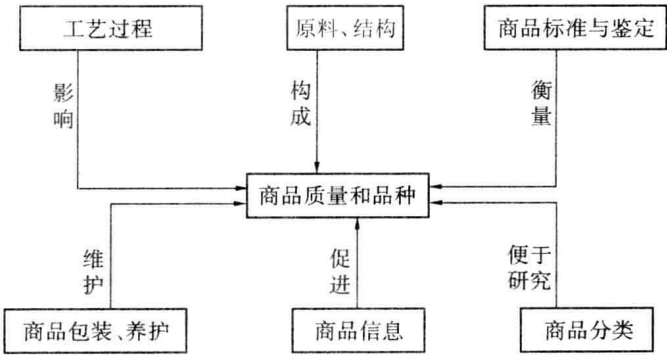


图 1.1 商品学研究的基本内容与商品质量的关系

1.2.3 商品学的任务

商品学围绕商品质量这一中心内容来研究商品的使用价值。由此,围绕使用价值要开展以下几方面的工作:

1) 指导商品使用价值的形成

商品学通过商品资源和商品市场的调查与预测、商品需求分析和材料、外观、构造等商品开发信息的研究,为生产企业提供商品质量需求和品种需求信息,指导企业生产适应市场需要的商品。

2) 评价商品使用价值的优劣

商品学通过商品检验与鉴定、技术监督与管理等手段,保证商品品种和质量符合规定的标准或合同要求,杜绝假冒伪劣商品进入流通领域,维护正常的市场竞争秩序,保证买卖双方的合法权益,创造公正、平等的商品交换环境。

3) 维护商品使用价值的安全

商品学通过确定适宜的商品包装、保管、运输条件和方法,防止已经形成的商品使用价值受到损失,减少流通领域商品质量的不良变化,达到降低商品损耗,保证流通商品安全的目的。

4) 促进商品使用价值的实现

商品学通过合理的储藏与运输,充分发挥生产与消费联系的作用。一方面通过商品信息和广告等促销手段宣传商品、推销商品,另一方面大力普及商品知识,使广大消费者认识商品、了解商品,促进商品市场交换的完成,实现商品使用价值的转移和让渡。

5) 监督商品使用价值的效用

商品学通过全面阐明商品的有用性,分析商品体的特征和特性,开展对商品使用方法和使用条件的研究,为商品开发和升级换代进行理论研究和实践指导,并在消费者权益受到商品质量问题的侵害时维护消费者的利益。

综上所述,商品学的任务,在于阐明和解决商品流通中的质量及其变化规律,维护商品在流通中的使用价值,保证商品使用价值的实现,积极研究和开发新产品。

1.3 学习商品学的意义和方法

1.3.1 学习商品学的重要意义

商品学是随着商品经济和科学技术的发展而发展起来的。在国外,一名成功的工商企业家必须具有市场学、销售学和商品学的知识;在国内,随着市场经济的进一步发展,也有人称商品学是与经济学、管理学并驾齐驱的企业经营活动的三大科学支柱之一。企业经营管理工作者不懂得商品基础与实务,就好比医生不懂药品一样。学好商品基础与实务,对提高企业素质,更好地为满足广大人民群众日益增长的物质和文化的的需求服务有着极为重要的意义。

1) 学习商品基础与实务,为企业的生产经营服务

企业生产经营中的进货、加工、销货、调拨、储存等一切业务活动,都是以商品为中心,围绕着商品的运动而进行的。不同商品有不同的用途;同一商品也有多种用途;商品种类繁多