



贸易经济系列教材

商品学

主编 刘北林 白世贞



中国人民大学出版社



贸易经济系列教材

■ **商 品 学**

主编 刘北林 白世贞



中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商品学/刘北林, 白世贞主编.

北京: 中国人民大学出版社, 2006

(21 世纪贸易经济系列教材)

ISBN 7-300-07652-1

I. 商…

II. ①刘… ②白…

III. 商品学-高等学校-教材

IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 115023 号

21 世纪贸易经济系列教材

商品学

主编 刘北林 白世贞

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北涿州星河印刷有限公司

规 格 185 mm×235 mm 16 开本

版 次 2006 年 10 月第 1 版

印 张 31 插页 1

印 次 2006 年 10 月第 1 次印刷

字 数 523 000

定 价 36.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

《21 世纪贸易经济系列教材》总序

履行交换职能的贸易和商业是存在商品货币关系社会的基本经济活动之一。从人类社会自觉地用分工获得外在和内在比较利益来组织社会生产的时候起，交换就作为分工的前提而存在了。而随着人类社会分工体系的发展和生产力水平的提高，贸易、商业几乎以几何级数的速度迅速扩张，从而使得社会经济的发展进入发达的商品经济或称市场经济阶段；商品货币关系贯彻活动始终的贸易和商业，也就成了最能体现市场经济本色的经济活动或经济领域。当今，世界上几乎任何一个具有独立经济体系的市场经济国家，其社会从业人群中，至少有 10% 是从事贸易和商业活动的。

商贸活动的发展和活跃使得研究这一领域所形成的贸易经济理论或商业经济理论必然也随之不断丰富、发展。一方面，从这一领域本身来看，贸易和商业活动总是大量地、普遍地、反复地、多样化地，以不断创新的形式展现在人们面前，人们也就必定会从中不断总结出具有普遍意义的活动方式和活动规律，这就必然会形成和不断丰富、更新贸易或商业经济理论；而贸易和商业活动自身的良性运行发展，也需要科学的理论加以指导。另一方面，从商贸活动与其他经济活动的相互关系来看，贸易和商业作为具体的交换活动，与生产、分配、消费共同构成循环往复、生生不息的社会再生产过程，不仅生产方式需要与交换方式相互匹配，消费方式需要与交换方式相互匹配，而且，更重要的是，只有生产、分配、交换、消费等社会再生产四要素动态地相互协调，人们所追求的合理的经济效率和利益才能最终真正实现。对这些问题的研究，也理所当然地成为贸易或商业经济理论的重要内容。

我国的贸易和商业经济理论，是经济学领域中最具中国特色的理论之一。其基础理论资源是马克思的社会再生产理论，研究对象主要是以商业活动为代表的商品交换活动、商品流通过程及其运动规律。新中国建立以来，作为贸易和商业

经济理论主要载体的商业经济学，从其诞生之日起就一直主导着我国商品流通理论的研究。尽管在计划经济时代（还有其他历史原因）在相当程度上几乎沦为“产品调配政策研究”，但它毕竟是那个时期唯一专门研究“商”的经济理论体系，因而，在我国市场取向的经济体制改革进程刚刚起步之时，它就因与市场经济有着天然的亲和力成为最先进入“角色”的经济学科而领了风气之先。随着经济改革的深化、市场经济体系的导入和教育领域学科专业体系的重组，贸易和商业经济理论的学术地位有所提升，理论体系也在改变、重构中空前丰满起来。这主要表现在：艰难地实现了从部门经济学向领域经济学的转变；艰辛地初步实现了从与计划经济体制相适应向与社会主义市场经济体制相适应的转变；研究范围主要由原来的商业扩展到商品货币交换范畴下的巨大空间；将改革开放实践中大量出现的新情况、新问题、新经验纳入学科视野；当代西方经济学中有益的理论观点和分析方法成为一个重要的学术资源。虽然我们现在还远不能说，具有中国特色的贸易和商业的理论体系已经成熟，但说它正在走向成熟、说它有了阶段性的成果，应当是大体符合实际的。其实，在我看来，世界上没有所谓“成熟”的，也就是成熟到永恒不变的经济理论。也许，我们永远只能做到“走向成熟”，而且，一代人有一代人“走向成熟”的内涵与外延。

作为学科的贸易经济或商业经济的存在，是贸易经济或商业经济专业人才培养的前提。这个专业所涵盖的知识体系目前并不能为我国设置的经济类其他专业所代替，也不能为改革开放中新兴的以研究企业商务活动为对象的商科各专业所代替。作为该专业学科基础的贸易或商业经济理论，有着自身的概念体系，如流通、贸易、商人、商业、零售、批发、连锁、物流、商业劳动、商业价格、商业网点、商业伦理、商业现代化等等，并已构成自己的理论体系。更应指出的是，我国是一个幅员辽阔、人口众多的发展中的大国，商品流通、商贸产业的地位及其复杂性不言而喻，因而，有一个专门的学科侧重于商品流通和商贸理论的研究，有一个专业侧重于培养我国社会主义现代化建设所需要的大批商贸人才，实在是十分必要的，这也已经为过去的实践所证明。就世界范围来看，我国这一学科的存在与专业的设置与日本等国家具有某种共性，而欧美国家则很难找到大体对口的专业设置。也正因为如此，我国这一具有特色的学科和专业设置及其相应的理论建设，已经引起了国外学术界的注意和兴趣。可以设想，与时俱进地、坚持不懈地丰富贸易经济或商业经济学科建设的理论成果，会成为我国经济学界在国际学术交流中的特色内容之一。

正是本着加强贸易经济学科建设、努力培养适应社会需要的商贸人才的理念,由全国高校贸易经济教学研究会牵头,中国人民大学、南京财经大学、哈尔滨商业大学、厦门大学、中南财经政法大学、湖南商学院、首都经济贸易大学、河北经贸大学、无锡商业职业技术学院等高校的 20 余位学者通力合作,联合攻关,花了两年多时间编写了这套力图适应新时期教学需要的贸易经济系列教材。其间,各位作者所在单位给予了大力支持,中国人民大学出版社的同志们也付出了辛勤的劳动。在此,要向所有支持和帮助这套教材编撰和出版的朋友们致以由衷的敬意。

应当说明的是,出于对学科探索的需要,对各个学校学科特长和优势的保护和尊重,也相信实践可以检验真理,全国高校贸易经济教学研究会在这套教材内容体系的梳理上,并没有提出过分严格的要求,只是在教材的先进性、适用性、规范性等方面做了集思广益的工作,提出了一些原则性建议,具体编写工作则实行主编负责制,由各位主编和作者全权处理各教材的编写工作,并对各自的内容负责。

教材出版了,真诚地期待着广大教师、学生和其他读者的批评和意见。

纪宝成

2005 年 10 月于中国人民大学

前 言

为了更好地推行素质教育，加强文理渗透，更好地培养适应市场经济需要的复合型人才，在结合多年商品学教学经验的基础上，我们编写了这本《商品学》。

本书突破了传统商品分类体系的模式，对商品的研究对象、分类、质量和检验以及包装等作了概括性的介绍，重点介绍了与人们生活密切相关的几个典型产品：塑料、橡胶、皮革与玻璃制品、洗涤用品、化妆品、服装、烟酒糖茶类商品、肉蛋果蔬类商品、乳制品与时尚饮品、谷类与豆制品、电子电器商品、生产资料商品等，对每类商品的成分、性能、质量鉴别、品种和使用要求以及生产消费等方面作了详细的介绍。本书结构严谨，内容简明，具有较强的实用性和可操作性。

本书由刘北林教授、白世贞教授担任主编，参加编写的有：霍红、刘莉、孙璐、付玮琼、曲志华和赫莉。

本书适于高等商业、财经院校的商品学、贸易经济、市场营销、企业管理、国际贸易等专业以及夜大、函授和高职高专等相关专业的教学使用。同时，还可以作为中等商业、外贸、财贸学校教师的教学参考用书。

由于编写时间仓促，书中难免疏漏，敬请读者指正，以便修订时改正，使之日臻完善。

编者

目 录

第一篇 概 论

第一章

商品与商品质量/3

第一节 商品的本质/3

一、商品的概念和特征/3

二、现代商品的整体概念/4

第二节 商品学的研究对象和任务/5

一、商品的使用价值/6

二、商品学的研究对象及其分类/7

三、商品学的研究任务/8

第三节 商品质量/9

一、商品质量的概念/9

二、商品质量的要求/10

三、影响商品质量的主要因素/12

第二章

商品分类/17

第一节 商品分类概述/17

一、商品分类及其意义/17

二、商品分类的原则/18

三、商品分类的方法/19

四、商品分类标志/21

第二节 商品编码/23

一、商品编码的含义/23

二、商品编码的作用/23

三、商品编码的原则/23

四、商品编码的种类和方法/24

第三节 商品目录和商品分类体系/27

一、商品目录/27

二、国内外主要商品分类体系和商品目录/28

第三章

商品标准及标准化/32

第一节 商品标准/32

一、商品标准的定义/32

二、商品标准的分类和分级/33

三、商品标准的基本内容/36

四、商品标准的实施/38

第二节 商品标准化/39

一、商品标准化的含义/39

二、商品标准化的方式/39

三、标准化的作用/41

第四章

商品质量管理/45

第一节 商品质量管理/45

一、商品质量管理发展阶段/45

二、全面质量管理的特点/46

三、商品质量管理的基本方法/47

第二节 商品质量认证/50

一、质量认证的概念/50

二、质量认证制度的类型/50

三、商品质量认证的基本程序/52

四、企业质量体系认证和实验室认证/52

第三节 商品质量监督/53

一、商品质量监督的概念/53

二、商品质量监督的任务/54

三、商品质量监督的原则/54

四、商品质量监督的种类/55

第二篇 日用工业品

第五章

塑料、橡胶、皮革制品/61

第一节 塑料制品/61

- 一、塑料的概念和组成/61
- 二、塑料的分类/63
- 三、主要的日用塑料制品/64
- 四、塑料制品的检验/69

第二节 橡胶制品/73

- 一、橡胶的组成及分类/73
- 二、主要的橡胶制品/81
- 三、橡胶制品的检验/87

第三节 皮革制品/91

- 一、制革原料皮/91
- 二、制革工艺/92
- 三、主要的皮革制品/96
- 四、皮革的分类与检验/97

第六章

洗涤用品/100

第一节 洗涤原理/100

- 一、洗涤去除对象污垢的特点/100
- 二、表面活性剂的基本性质/101
- 三、洗涤剂的洗涤去垢作用原理/102

第二节 肥皂/103

- 一、肥皂的原料和生产工艺/103
- 二、肥皂的品种及质量检验/105
- 三、肥皂的包装和保管/107

第三节 合成洗涤剂/108

- 一、合成洗涤剂的组成及其作用/108
- 二、合成洗涤剂的分类和品种/111
- 三、合成洗涤剂的质量检验/112

第七章

化妆品/115

第一节 化妆品的定义及作用/115

- 一、化妆品的定义及分类/115
- 二、化妆品的作用/116

第二节 化妆品的品种/117

- 一、护肤类化妆品/117
- 二、美容类化妆品/119
- 三、护发用化妆品/120
- 四、香水类/120
- 五、特殊用途化妆品/121
- 六、口腔卫生用品/123

第三节 化妆品的质量检验/124

- 一、感官检验/124
- 二、理化及微生物检验/125

第八章

玻璃、搪瓷与陶瓷制品/128

第一节 玻璃制品/128

- 一、玻璃的成分及性质/128
- 二、玻璃器皿的品种/130
- 三、玻璃的质量检验/132

第二节 搪瓷制品/134

- 一、原料及工艺/134
- 二、搪瓷制品的品种/138
- 三、搪瓷制品的质量检验/140

第三节 陶瓷制品/142

- 一、陶瓷制品的分类/142

- 二、陶瓷制品的性能/145
- 三、陶瓷制品的质量检验/147

第九章

纸制品/151

- 第一节 纸制品的原料/151
 - 一、木材纤维原料/151
 - 二、非木材纤维原料/152
 - 三、其他造纸原料/154
- 第二节 纸制品的分类及品种/156
 - 一、印刷用纸/156
 - 二、书写纸类/158
 - 三、包装纸类/159
 - 四、纸板类/163
- 第三节 纸制品的质量/163
 - 一、组成确定/163
 - 二、物理性能/164
 - 三、机械性能/166
 - 四、化学性能/167
 - 五、光学性能/169
 - 六、外观/170

第三篇 纺织品商品

第十章

纺织纤维/175

- 第一节 天然纤维/175
 - 一、棉纤维/176
 - 二、麻纤维/181
 - 三、丝纤维/182
 - 四、毛纤维/184
- 第二节 化学纤维/188

- 一、化学纤维的分类/188
- 二、化学纤维的形态尺寸/189
- 三、化学纤维的品种/190
- 第三节 新型纤维/194
 - 一、新型纺织纤维的分类/194
 - 二、绿色环保型纺织纤维/195
 - 三、仿真型差别化纤维/196
 - 四、功能性纤维/197
- 第四节 纺织纤维的鉴别/198
 - 一、纺织纤维鉴别概述/198
 - 二、纤维种类鉴别的步骤/198
 - 三、感官鉴别法鉴别纺织纤维/199
 - 四、燃烧法鉴别纺织纤维/201

第十一章

纱线及织物/207

- 第一节 纱线/207
 - 一、纱线的一般加工过程/207
 - 二、纱线的种类/209
 - 三、质量特征及评价/212
- 第二节 织物/214
 - 一、织物与织物结构/214
 - 二、织物的分类/215
 - 三、织物的量度/217
 - 四、织物的基本性能/218

第十二章

服装/222

- 第一节 服装的分类及功能/222
 - 一、服装的概念/222
 - 二、服装的功能/223
 - 三、服装的分类/224
- 第二节 服装的标准/227

- 一、材料标准/227
- 二、号型标准/228
- 三、技术标准/229
- 四、使用说明标准/230
- 五、质量标志/232

第三节 服装美的构成/234

- 一、服装造型/234
- 二、服装色彩/237
- 三、服装材料的肌理/240

第四节 服装质量/241

- 一、适应性/242
- 二、审美性/243
- 三、舒适性/244
- 四、卫生安全性/246
- 五、耐久性/248
- 六、经济性/249

第四篇 食品商品

第十三章

嗜好性食品/253

第一节 酒/253

- 一、酒的分类/253
- 二、白酒/256
- 三、啤酒/260
- 四、果酒/262
- 五、黄酒/265

第二节 茶叶/268

- 一、茶叶的主要成分及特点/269
- 二、茶叶的分类及质量特点/271
- 三、茶叶的审评/276

第三节 烟/279

- 一、烟制品的分类/280
- 二、烟制品的成分/281
- 三、烟草的质量鉴别/283

第四节 时尚饮品/285

- 一、软饮料/285
- 二、其他饮品/293

第十四章

粮油及副食品商品/297

第一节 粮油食品/297

- 一、粮油商品概述/297
- 二、稻谷和大米/303
- 三、小麦/305
- 四、玉米/308
- 五、大豆/309

第二节 肉禽及其制品/312

- 一、肉与肉制品/312
- 二、禽肉类/315
- 三、水产品/318

第三节 禽蛋制品/322

- 一、禽蛋制品的分类/322
- 二、鲜蛋/323
- 三、再制蛋/325
- 四、蛋制品/328

第四节 乳及乳制品/328

- 一、乳制品的分类及成分/329
- 二、消毒牛乳/330
- 三、乳制品/332

第五节 果蔬商品/335

- 一、果蔬的分类及化学成分/335
- 二、果蔬的质量要求/338

第六节 糖类商品/341

一、食糖/341

二、糖果/343

第五篇 电子电器商品

第十五章

电子器具/349

第一节 视听设备/349

一、电视机/349

二、高级音响/351

三、MP3/352

第二节 办公用品/356

一、电脑/356

二、打印机/358

三、复印机/362

四、扫描仪/365

五、传真机/367

第三节 通信产品/371

一、固定电话/371

二、移动电话/374

第十六章

电器器具/378

第一节 制冷器具/378

一、电冰箱/378

二、空调/382

第二节 清洁器具/385

一、洗衣机/385

二、吸尘器/389

第三节 厨房器具/391

一、电饭锅/391

二、电烤箱/393

三、微波炉/395

四、消毒柜/396

第六篇 生产资料商品

第十七章

石油燃料/403

第一节 石油/403

一、石油的元素组成和化学成分/403

二、石油的主要质量指标/405

三、石油的商品分类/407

第二节 汽油、柴油、煤油和重油/407

一、汽油/407

二、柴油/411

三、煤油/413

四、重油/414

第三节 石油燃料的储运/416

一、石油燃料的特性/416

二、石油燃料在贮运中的变质/417

三、石油燃料的养护/417

第十八章

钢材、水泥/420

第一节 钢及钢材/420

一、钢的分类/420

二、钢的热处理/422

三、钢的性能/424

四、碳素钢和合金钢/428

五、钢材/435

第二节 水泥/438

一、水泥的分类/439

二、硅酸盐水泥的生产及性质/440

三、主要水泥商品/442