

蒋有光·主编

外贸 商品学

WAIMAO SHANGPINXUE

合肥工业大学出版社

蒋有光·主编

外贸商品学

WAIMAO SHANGPINXUE

合肥工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

外贸商品学/蒋有光主编. —合肥:合肥工业大学出版社,2010.4
ISBN 978-7-5650-0179-6

I. 外… II. 蒋… III. 对外贸易—商品学—教材 IV. F746

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 061818 号

外 贸 商 品 学

主 编	蒋有光	责任编辑	疏利民	特约编辑	张择瑞
出 版	合肥工业大学出版社	版 次	2010年4月第1版		
地 址	合肥市屯溪路193号	印 次	2010年4月第1次印刷		
邮 编	230009	开 本	787毫米×1092毫米 1/16		
电 话	总编室:0551—2903038	印 张	13.5		
	发行部:0551—2903198	字 数	322千字		
网 址	www.hfutpress.com.cn	印 刷	安徽江淮印务有限责任公司		
E-mail	press@hfutpress.com.cn	发 行	全国新华书店		

ISBN 978-7-5650-0179-6

定价:25.00元

如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社发行部联系调换。

内容简介

外贸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。本书内容包括:绪论、商品品质、商品成分、商品检验、商品储存、商品包装、日用化工商品、塑料及皮革商品、纺织及服装商品、食品商品等。与商品学专业同类型书籍相比,本书具有内容较充实、全面的特点。它不仅从进出口贸易的角度研究商品的品质、成分、检验、储存、包装,而且还详细介绍了主要商品的特性。全书强调基础理论与实际应用相联系,力求理论性、科学性和实用性相结合。

本书既可作为大学本科、高职高专及成人教育相关专业的教材,也可作为全国外贸、商业等部门从事商品营销工作者的业务参考书和岗位培训教材,以及相关理论工作者的参考读物。

本书课件请与作者联系:jyg1959@163.com

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 外贸商品学的任务和研究方法	(1)
第二节 商品质量	(4)
第三节 商品标准	(7)
第四节 商品分类	(10)
第五节 商品质量法规与质量监督	(15)
第二章 商品品质	(18)
第一节 商品品质的概念	(18)
第二节 进出口商品应具备的品质要求	(19)
第三节 影响进出口商品品质的主要因素	(20)
第四节 国际贸易中表示商品品质的方法	(23)
第三章 商品成分	(30)
第一节 研究商品成分的意义	(30)
第二节 商品的化学成分和结构	(32)
第三节 商品的性质	(36)
第四章 商品检验	(45)
第一节 我国商品检验概况	(45)
第二节 商品检验的方法	(49)
第三节 商品检验的内容	(56)
第四节 商品的分级	(59)
第五章 商品储存	(62)
第一节 商品的储存条件及场所	(63)
第二节 普通商品的储存	(65)

第三节 食品商品储存	(67)
第四节 鲜活食品储存	(71)
第五节 危险品的储存	(75)
第六章 商品包装	(78)
第一节 包装的定义、功能及分类	(78)
第二节 包装材料	(83)
第三节 运输包装容器的选用	(86)
第四节 销售包装容器的选用	(89)
第七章 日用化工商品	(95)
第一节 洗涤用品	(95)
第二节 化妆品	(104)
第八章 塑料及皮革商品	(112)
第一节 塑料制品的组成与分类	(112)
第二节 几种主要塑料	(116)
第三节 塑料品种简易鉴别方法	(124)
第四节 天然革	(126)
第五节 人造革和再生革	(136)
第六节 皮鞋	(138)
第九章 纺织及服装商品	(146)
第一节 纺织纤维	(146)
第二节 织物的形成	(159)
第三节 织物品种	(165)
第四节 服装概述	(168)
第五节 服装美构成	(171)
第六节 服装质量	(172)
第十章 食品商品	(175)
第一节 粮食与油脂	(175)
第二节 乳及乳制品	(179)
第三节 酒类商品	(184)
第四节 茶叶	(199)

第一章

绪 论

学习要点

- (1) 研究商品学的目的和意义。
- (2) 商品学研究对象、内容、任务和方法。
- (3) 商品质量概念的发展过程、广义的商品质量、狭义的商品质量、商品质量的六大要求以及影响商品质量的因素。
- (4) 商品标准、标准化的含义、商品标准的类别、商品标准化的原则。
- (5) 商品分类的概念、意义、原则，商品的分类体系、常用的商品分类依据及商品目录的概念、种类，商品编码的定义、原则和类型。
- (6) 商品质量法规的概念、种类，商品质量监督的种类和商品质量认证的定义及实施过程。

第一节 外贸商品学的任务和研究方法

一、外贸商品学的任务

外贸商品学的任务是由其研究对象和内容决定的，即从外贸商品学的研究对象出发，以商品质量为中心，在全面阐明与商品使用价值有关的商品质量的基础上，找出影响质量变化的各种内外因素及规律，探求提高商品质量和开发新产品的途径，促进企业的现代化管理，以利于发展商品生产、扩大经营、满足消费。为此，外贸商品学的任务是主要解决下列几个专题：

(一) 为发展生产、扩大经营、开发市场创造条件

通过分析、探索商品的成分、结构、工艺流程，来改进生产技术；明确商品的用途和使用要求，发掘商品的多种用途和使用方法，扩大商品的使用范围，延长商品的使用周期；根据商品的属性特点向消费者科学地、客观地介绍商品，从而为发展生产、扩大经营、开发新的市场创造条件。

(二) 准确评价商品质量，维护国家和消费者利益

通过对商品使用价值的分析和综合，明确商品的质量标准、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,切实维护国家和消费者利益。同时促使企业增产适销对路、物美价廉的优质产品。

(三) 实现对商品的科学分类管理,促进企业现代化管理水平的提高

在研究商品使用价值及其转化规律的基础上,科学地选择商品分类标志,正确地确定分类方法,努力实现科学的分类和管理,促进专业化分工和社会化协作,以利于调整产品结构、经营结构,改善宏观管理,促进企业向管理现代化方向发展。

(四) 研究改进商品包装、贮运的方法,努力降低商品损耗

通过对这些与商品质量相关内容的研究,掌握不同商品在生产和流通过程中可能引起质变的各种因素,根据商品本身的特性确定适宜的包装,进行合理的贮存与运输,以利于保护商品质量,降低商品损耗和避免商品损坏。

(五) 培养专业人才,提高职工素质

外贸商品学是人们从事企业经济活动中一门必修的基础学科。通过对其学习和研究,将能使从事经营管理的人员获得必备的商品知识与理论,为造就一代具有一定科学知识和管理能力的管理者和高素质的职工队伍奠定基础。

二、外贸商品学的研究方法

研究方法是揭示研究对象的手段,任何一门以某种客观规律为研究对象的科学,都有一套与之相适应的科学研究方法。由于商品的使用价值是商品的自然有用性和社会适用性的统一,因此,外贸商品学的研究方法是根据不同的课题,采取不同的形式进行的,归纳起来主要有:社会调查法、现场实验法、分析实验法、技术指标法、对比分析法等。

(一) 社会调查法

商品的使用价值是一种社会性的使用价值,全面考察商品使用价值需要进行各种社会调查,特别是在商品不断升级换代、新产品层出不穷的现代社会里,这方面的调查显得更加实际和重要,并具有双向沟通的重要作用。在实际调查中既可以将商品信息传递给消费者,又可以将消费者的意见和要求反馈给生产者。社会调查法主要有:现场调查法、调查表法(问卷法)、直接面谈法、定点统计调查法等。

(二) 现场实验法

就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,通过产品的试用、试穿等,对商品的质量及其与商品质量有关的方面做出评价的研究方法。这种方法的正确程度受参加实验者的技术水平和人为因素的影响,但采用起来简便易行,适用于很多商品的质量评定。

(三) 分析实验法

这是一种在实验室内或在一定实验场所,运用一定的实验仪器和设备,对商品的成分、构造、性能等进行理化鉴定的方法。这种实验方法大多在实验室内或要求条件下进行,控制和观察都有良好的条件,所得的结论正确可靠,是分析商品成分、鉴定商品质量、研制新产品的常用方法。

（四）技术指标法

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

（五）对比分析法

是将不同时期、不同地区、不同国家的某种商品资料或样品进行搜集积累，加以比较分析，从而找出提高商品质量、增加花色品种、扩展商品功能的新途径。运用对比分析法，有利于经营部门正确识别商品，防止伪劣商品进入市场；促进生产部门增加品种，改进产品质量，实现商品的升级换代，更好地满足广大消费者的需要。

三、学习外贸商品学的意义

外贸商品学是以商品的使用价值为研究对象的应用技术科学，它的出现有力地推动了商品经济的进一步发展，成为指导生产经营企业的科学管理和人们进行合理消费与科学生活所不可缺少的知识，特别是随着我国社会主义市场经济的不断完善，劳动产品的品种、数量不断增加，伴之消费者对商品选择性的增强，商品市场由卖方市场转向买方市场，生产经营者为了使自己的生产或销售的商品占有一定的市场份额，竞争会越来越激烈。在这种环境中，作为生产经营者、企业管理者，就需要更好地把握商品生产的发展和市场变化的趋势，适时地调整产品结构，不断地改进和提高产品质量，以不失时机地生产和供给适合人们需要的商品。因此，生产经营者在学好有关管理知识的同时，还要学好商品知识，使理论与生产实践紧密结合，创造出受人们喜爱的品种新、质量好、价格廉的商品，才能在市场竞争中占据有利地位，才能使企业更好地生存和发展，从而也才能保障国家、企业和消费者的利益。

（一）学好外贸商品学，有利于促进生产力的发展和商品质量的提高

当前，我国社会主义现代化建设的重点是以经济建设为中心。经济建设又是以经济效益为中心，而经济效益的实现，需要商品质量来保证，就应以商品质量为中心。在我国已形成的买方市场的大环境中，消费者购买商品的选择性越来越强，因此商品的整体质量必须适应各层次的消费需要，就是说，商品质量要以消费需求为中心，从而通过对消费者的满足实现企业盈利的目的。外贸商品学作为一门应用技术科学，学好它可以使我们在组织商品生产和流通工作中，遵循“质量第一”的基本方针，充分认识商品质量工作是生产、经营企业赖以生存、发展的基础，坚持质量和效益相统一。

（二）学好外贸商品学，有利于提高企业竞争能力，发展国内外贸易

当前我国与国际间的商品贸易活动频繁，不仅专门从事外贸事务的部门扩大和发展了对外贸易的领域、商品品种、数量和层次，生产经营企业也根据需要直接参与了国际间的贸易活动。因此，在国际贸易竞争日趋激烈的今天，了解和把握国际贸易中对商品质量的要求和国际竞争重点的转移概况，对提高人们的商品质量意识和发展国内商品经济及进一步发展对外贸易都有着积极作用。为此，就应在学习外贸商品学的基础上，深入研究我国进出口商品的使用价值以及与商品使用有密切关系的问题，在保证以符合要求的商品输出国外和进口符合国内需要商品的实践工作中，熟悉商品知识、掌握商品检验技术显得格外重要。这项工作做好了可以为提高我国的国际信誉、增加外汇收入、促进国内生产和科学

技术的发展,繁荣我国的经济作出贡献。

(三) 学好外贸商品学,有利于促进生产经营管理水平的提高

一切科学理论都是实践经验的结晶,反过来理论又能更好地指导各项实践活动使其循着科学的轨迹发展。生产经营企业的生产管理和业务实践活动,都离不开科学理论的指导和符合客观实际策略的实施,这就要求商品生产者和经营者必须对商品的产销情况、工艺流程、品质特征、适销范围、规格品种、质量标准、包装条件以及养护措施、使用寿命等加以熟悉和掌握,才能在工作实践中敢于花大气力去开发新的适销对路的商品,优化产品结构,制定合理的价格,实行全面质量管理,实施正确的生产经营决策,为创造良好的社会效益和经济效益开创新路。

(四) 学好外贸商品学,能够正确地把好商品质量关,维护消费者利益

为消费者服务,维护消费者利益,是社会主义企业的基本宗旨。人们要科学地使用商品,迫切要求对商品的性质、特点、使用方法、保藏知识等给予科学的说明和解释,需要广大商品经营者运用外贸商品学的知识,向消费者进行科学的宣传、指导,正确地回答消费者提出的问题,从而使外贸商品学成为人们生活的良师益友,促进商品使用价值的充分发挥和实现。同时,应该看到,在商品经济条件下,由于利益的驱动及某些企业和个人法制观念的淡薄,在一定的社会环境中,假冒伪劣商品随时可能进入市场,这就要求商品流通企业对商品质量进行严格的检验,把好商品质量关。而要达到把好质量关的目的,没有相当的商品知识和检验技能是很难办到的。通过对外贸商品学的学习和实践训练,就可以对商品的各项质量指标进行科学的鉴定,正确地评价商品的等级和价格,防止和杜绝伪劣商品进入流通渠道,同时促进商品质量的提高,保护企业和消费者利益。

第二节 商品质量

一、商品质量的概念

(一) 商品质量概念的发展阶段

(1) 在商品生产尚不发达、商品销售供不应求的社会经济条件下,商品质量观的主体内容是商品的基本性能和寿命,主要强调商品的内在质量,如衣着的保暖、耐穿,食物的热量,日用工业品的坚固、耐用等基本内容。

(2) 随着商品生产和经济的发展,商品由供不应求转变为供大于求,人们也不再满足于基本的物质需要,而有了更高层次的需求——文化精神的需要,包括商品的内在质量(如商品的实用性、寿命、安全和卫生等)、商品的外观质量(如商品的外观形态、质地、色彩、气味、手感、表面斑点和包装等)、商品的社会质量(如商品是否违反社会公德、是否污染社会环境、是否浪费能源或资源等)以及经济质量(如商品是否有较好的性能价格比、商品在使用或消费中的使用和维护成本等)。

(二) 商品质量的内涵

1. 商品质量的概念

商品质量就是衡量商品使用价值的尺度,它体现了商品所具有的特征和特性满足用户

全面需求的程度。

其中“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，如空调的制冷、制热性能，保温瓶的保温性能等。

2. 商品质量的分类

商品质量可分为广义商品质量与狭义商品质量，广义商品质量是指商品满足明确和隐含需要的能力的特性和特征的总和，而狭义的商品质量仅指商品满足明确和隐含需要的能力的特性的总和，因此广义的商品质量包括狭义的商品质量和商品品种两方面的内容。

二、商品质量的要求

商品质量的要求主要包括 6 个方面：

（一）适用性

即有用性。它是商品为满足一定的用途（或使用目的）所必须具备的各种性能或功能。不同的商品，因其使用目的不同，其适用性也具有不同的内容。

（二）安全卫生性

安全卫生性是指对商品在生产、流通，尤其是在使用过程中保证人身安全与健康以及环境不受污染、不造成公害的要求，这是评价商品质量的一个重要指标。商品都应具有保障使用者人身安全与健康的质量特性。例如，食品应不含有毒物质，必须符合卫生要求；家用电器必须有良好的绝缘性和防护装置，以免造成使用者触电。

商品的安全卫生性除包括对商品使用者的安全卫生保障外，按照现代观念考虑，还应包括不给第三者的人身安全、健康，即社会和人类的生存环境造成危害，如空气污染、水源污染、噪声、辐射、废弃物污染等现代社会问题。在现代社会中，有关安全卫生的社会要求正愈来愈受到人们的重视，环境保护问题已成为当今社会的一大主题。

还应该特别强调的是环境保护问题。

（三）审美性

审美性是商品能够满足人们审美需要的属性。

随着社会的进步和商品生产的极大发展，人们已不再仅仅满足于物质需求，而是对商品有了较高的精神要求。现代社会中，人们不仅要求商品要实用，而且还要求商品能给人以美的享受，体现人们的自身价值，这就要求商品要有物质方面的实用价值与精神方面的审美价值的高度统一，要求商品既实用又美观。

商品的审美属性主要表现在商品的形态、色泽、质地、结构、气味、味道和品种多样化等方面。商品的审美性已成为提高商品竞争能力的重要手段之一。

（四）寿命和可靠性

寿命指的是商品的耐用程度。不同的商品其寿命的表示方法和内容也可能不一样。有些商品，它们的寿命主要是指储存寿命，即在规定条件下使用性能不失效的储存总时间，例如，食品的保质期、医药商品和化妆品的有效期等。对于大多数工业品商品，其寿命是指使用寿命，即该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，它体现了商品能按规定用途正常工作的时间性的质量特性，如电灯泡的连续照明时间、电池的连续

放电时间等。

可靠性是商品在规定条件下和规定时间内，完成规定功能的能力。它是与商品在使用过程中的稳定性和无故障性联系在一起的质量特性，是评价机电类商品质量的主要指标之一。

要求商品坚固耐用、寿命长是消费者的普遍愿望，这也是商品质量的一个重要方面。

（五）经济性

就是常说的“物美价廉”。除此以外，商品质量的经济性要求还包括商品价格与使用费用的最佳匹配，即优质与低成本（价格）和低使用维护费的统一。

（六）信息性

信息性是指应为消费者提供的关于商品的有用信息，主要包括：商品名称、用途、规格、型号、重量、原材料或成分；生产厂名、厂址、生产日期、保质期或有效期；商标、质量检验标志、生产许可证、卫生许可证；储存条件；安装使用、维护方法和注意事项；安全警告；售后服务内容等。这些信息的提供有利于消费者了解商品、比较选购、正确使用、合理维护和安全储存商品，并能使消费者在其权益受到侵害时，进行自我保护。

三、影响商品质量的因素

（一）生产过程中影响商品质量的因素

生产过程是影响商品质量的根本因素。

1. 产品开发设计

设计合理、质量高，才有可能生产出高质量的商品，如果产品在设计时存在某些本质性质量缺陷，就不可能生产出高质量的商品。

2. 原材料

原材料是构成商品的物质基础，其质量是决定商品质量的重要因素。不同原材料生产出的商品，在性能、质量、品种上就会不同，这主要是由不同原材料在成分、性质、结构等方面的差异引起的。

3. 生产工艺

商品的有用性及外形、宏观结构等，都是在生产过程中形成的，因此生产工艺对商品质量同样具有决定性作用。同样的原材料在不同的工艺路线下可形成不同质量的商品品种。

4. 质量控制

质量控制是指从原材料到制成品整个制造过程的质量控制，包括原材料质量控制、设备和工具的质量控制、工艺条件和工作质量控制等。

5. 商品包装与检验

商品包装可以减少和防止外界因素对商品内在质量的影响，并能装饰、美化商品，以便于商品的储运、销售和使用，甚至还可以增加商品的价值。

（二）流通过程中影响商品质量的因素

流通过程是指商品离开生产过程进入消费过程前的整个过程。这个过程包括商品的运输、贮藏保管和销售等环节，在这些环节中同样存在着影响商品质量的各种因素，这些因素的作用使得商品质量不断降低。

（三）消费（使用）过程中影响商品质量的因素

商品在消费（使用）过程中的种种情况，如商品的使用范围和条件、商品的使用方法以及维护保养，甚至商品使用后的废弃处理等都影响着商品质量。

第三节 商品标准

一、商品标准

（一）商品标准的定义

标准是对重复性事物和概念所作的统一规定。它以科学、技术和实践经验的综合成果为基础，经有关方面协商一致，由主管机构批准，以特定形式发布，作为共同遵守的准则和依据。

（二）商品标准的种类

（1）按形式划分：文件标准（即用文字形式对商品质量各方面加以明确的规定）和实物标准（即双方协商，以实物样本作为交易和验收的依据、商品的封样）。

（2）按严格程度划分：正式标准、试样标准。

（3）按性质划分：技术标准、经济标准、管理标准。

（4）按对象分：产品标准、工作标准、方法标准、基础标准。

（5）按层次划分：国际标准、区域标准、国家标准、专业标准、地方标准、企业标准。

（6）国外商品标准分为：国际标准、国家标准、协会标准、企业标准。

（7）我国商品标准分为：国际标准、国家标准、协会标准、企业标准。

（三）商品标准的内容

基本内容：

（1）概述部分：这部分包括封面、目录、标准名称、引言。

（2）技术内容部分：这部分规定商品的质量指标和不同等级商品的基本要求，规定抽样方法、试验方法，以及商品的标志、包装、运输、储存条件等。

（3）附录补充部分：附录分补充件和参考件。补充件与标准条文具有同等效力，是对标准技术特性的补充；参考件是参考性的内容。

二、标准化与标准化管理

（一）标准化的概念

在经济、技术、科学及管理等社会实践中，对重复性事物和概念通过制定、发布和实施标准，达到统一，以获得最佳秩序和社会效益。

（二）标准化的作用

（1）标准化是完善现代企业制度的重要手段。

（2）标准化是推动技术引进和设备进口的技术基础。

- (3) 标准化有利于发展国际贸易。
- (4) 标准化是实现科学管理和现代化管理的理论基础。
- (5) 标准化是社会化大生产的前提。

(三) 标准化的管理

“统一管理，分工负责”的原则。

“统一管理”是指国务院标准化行政主管部门统一管理全国标准化工作，即组织贯彻国家有关标准化工作的法律、行政法规、方针、政策；组织制定全国标准化工作规划、计划；组织制定、批准、发布国家标准；指导国务院有关行政主管部门和省、自治区、直辖市人民政府标准化行政主管部门的标准化工作，协调和处理有关标准化工作问题；组织实施标准；对标准的实施情况进行监督检查；统一管理全国的产品认证工作，统一负责对有关国际标准化组织的业务联系。

“分工负责”是在统一管理下，国务院有关行政主管部门分工管理本部门、本行业的标准化工作，即贯彻国家标准化工作的法律、法规、规章、方针、政策，并制定在本部门、本行业实施的具体办法；制定本部门、本行业的标准化规划、计划；承担国家下达的草拟国家标准的任务，组织制定、批准、发布行业标准；指导省、自治区、直辖市有关行政主管部门的标准化工作；组织本部门、本行业实施标准；对标准的实施情况进行监督、检查；经国务院标准化行政主管部门授权，分工管理本行业的产品质量认证工作。

三、国际标准化组织机构

(一) 国际标准化组织 (ISO)

1. 名称

中文：国际标准化组织。

英文：International Organization for Standardization (ISO)

2. 成立时间及过程

国际标准化组织的前身是国家标准化协会国际联合会和联合国标准协调委员会。1946年10月，25个国家标准化机构的代表在伦敦召开大会，决定成立新的国际标准化机构，定名为ISO。大会起草了ISO的第一个章程和议事规则，并认可通过了该章程草案。1947年2月23日，国际标准化组织正式成立。

3. 宗旨

在全世界促进标准化及有关活动的发展，以便于国际物资交流和服务，并扩大知识、科学、技术和经济领域中的合作。

4. 性质及总部地址

国际标准化组织是世界上最大的国际标准化机构，是非政府性国际组织，每个国家只能有一个团体被接纳为成员。ISO总部设在瑞士日内瓦。

5. 规模（初建时的会员和现有会员数量）

国际标准化组织有25个始创成员国：奥地利、澳大利亚、比利时、巴西、加拿大、智利、中国、丹麦、芬兰、法国、匈牙利、印度、以色列、意大利、墨西哥、荷兰、新西兰、挪威、波兰、俄罗斯、南非、瑞典、瑞士、英国、美国。目前，ISO共有成员团体

148 个, 其中正式成员 97 个, 通讯成员 36 个, 注册会员 15 个。

6. 组织机构及其下设机构

全体大会是 ISO 的最高权力机构, 其组织机构还包括理事会、政策制定委员会、技术管理局、中央秘书局、标准物质委员会。国际标准化组织下设 225 个技术委员会 (TC), 目前仍在工作的有 188; 600 多个分技术委员会 (SC); 2000 多个工作组 (WG)。

7. 组织的工作语言、主要活动和出版物

(1) 工作语言: 英语、法语、俄语。俄罗斯联邦成员团体将承担所有俄语与其他语言的互译工作。

(2) 主要活动: 制定和出版 ISO 国际标准, 采取措施以便在世界范围内实施; 协调全球的标准化工作; 组织各成员和各技术委员会进行技术交流; 与其他国际组织进行合作, 共同研究有关标准化问题。

(3) 主要出版物: 《ISO 国际标准》、《ISO 技术报告》、《ISO 标准目录》、《ISO 通报》、《ISO 年刊》、《ISO 联络机构》、《国际标准关键词索引》。

8. 我国加入 ISO 的情况

中国是 ISO 始创成员国之一, 也是最初的 5 个常任理事国之一。由于中华民国政府未按章交纳会费, 1950 年被 ISO 停止会籍。1978 年 9 月中国以中国标准化协会名义参加 ISO, 1985 年改由中国国家标准局参加, 1989 年又改由中国国家技术监督局参加。2001 年机构改革后, 国家标准委代表中国组织参加该组织的活动。

9. 我国在组织中的任职情况

1985 年原国家标准局局长当选为该组织执行局成员, 1988—1992 年原国家技术监督局派员担任该组织技术局成员, 2001 年国家标准委温珊珊担任技术局成员。

10. 台湾、香港、澳门是否为该组织成员

香港是 ISO 通讯成员。原国家技术监督局已同意澳门成为 ISO 通讯成员, 但澳门还未加入。台湾不是 ISO 成员。

二、国际电工委员会 (IEC)

1. 简介

IEC 成立于 1906 年, 是世界上最早的国际性电工标准化机构, 总部设在日内瓦。1947 年 ISO 成立后, IEC 曾作为电工部门并入 ISO, 但在技术上、财务上仍保持其独立性。根据 1976 年 ISO 与 IEC 的新协议, 两组织都是法律上独立的组织, IEC 负责有关电工、电子领域的国际标准化工作, 其他领域则由 ISO 负责。IEC 的宗旨是促进电工、电子领域中标准化及有关方面问题的国际合作, 增进相互了解。工作领域包括了电力、电子、电信和原子能方面的电工技术。现已制定国际电工标准 3000 多个。

2. 组织情况

IEC 的最高权力机构是理事会。目前有 53 个成员国, 称为 IEC 国家委员会, 每个国家只能有一个机构作为其成员。每个成员国都是理事会成员, 理事会会议一年一次, 称为 IEC 年会, 轮流在各个成员国召开。执行委员会处理理事会交办的事项。

IEC 的技术工作由执委会 (CA) 负责。执委会为了提高工作效率, 分为 A、B、C 三个组, 分别在不同领域同时处理标准制订工作中的协调问题。IEC 目前有 104 个技术委员

会、143 个分技术委员会。我国于 1957 年成为 IEC 的执委会成员。

3. 与通信有关的技术委员会

IEC 与通信有关的技术委员会主要有：TC1 名词术语；TC3 文件编制和图形号；TC12 无线电通信；TC46 通信和信号传输用电缆、电线、波导、RF 连接器和附件；CISPR 无线电干扰特别委员会；TC77 电器设备（包括网络）之间的电磁兼容性；TC92 音频、视频和类似电子设备的安全；TC100 音频、视频和多媒体系统与设备；TC102 用于移动业务和卫星通信系统设备；TC103 无线电通信的发射设备；JTC1/SC25 信息技术设备的互联；JTC1/SC6 系统之间的信息交换与通信。

IEC 对于电磁兼容方面的国际标准化活动有着特殊重要的作用。承担研究工作的主要是电磁兼容咨询委员会（ACEC）、无线电干扰特别委员会（CISPR）和 TC77。随着电子技术的飞速发展，IEC 拟在电磁兼容方面开展认证工作。

4. IEC 与 ISO

IEC 与 ISO 的共同之处：它们使用共同的技术工作导则，遵循共同的工作程序。在信息技术方面 ISO 与 IEC 成立了联合技术委员会（JTC1）负责制定信息技术领域中的国际标准，秘书处由美国标准学会（ANSI）担任，它是 ISO、IEC 最大的技术委员会，其工作量几乎是 ISO、IEC 的 1/3，发布的国际标准数量也是 ISO、IEC 的 1/3，且更新很快。该委员会经 ISO、IEC 理事会授权，使用特殊的标准制定程序，因此标准制定周期短，出标准快，但标准的寿命也短，有的发布后，过了几个月又马上开始修订。这主要是信息技术迅速发展造成的。该委员会下设 20 多个分委员会，其制定的最有名的 OSI（开放系统互联）标准，成为各计算机网络之间进行接口的权威技术，为信息技术的发展奠定了基础。IEC 与 ISO 使用共同的情报中心，为各国及国际组织提供标准化信息服务，相互之间的关系越来越密切。

IEC 与 ISO 最大的区别是工作模式的不同。ISO 的工作模式是分散型的，技术工作主要由各国承担的技术委员会秘书处管理。ISO 中央秘书处负责协商，只有到了国际标准草案（DIS）阶段 ISO 才予以介入。而 IEC 采取集中管理模式，即所有的文件从一开始就由 IEC 中央办公室负责管理。

第四节 商品分类

一、商品分类与分类体系

（一）商品分类

1. 商品分类的目的

为了适应生产、流通、消费和科研的需要，根据商品的特征，有目的地、科学地、系统地将商品划分为不同的类别。

2. 商品分类的层次

可以将商品划分为不同的大类、中类、小类、品种乃至规格、品级、花色等细目。

3. 商品分类的意义

（1）商品分类有助于国民经济各部门的各项管理的实施。

(2) 商品分类有助于商业经营管理。

(3) 商品分类有利于实现商品现代化管理。

(4) 商品分类有利于了解商品特性。

(5) 商品分类有利于商品学的教学工作和开展商品研究工作。

4. 商品分类的基本原则

在商品分类时应遵循以下原则：

(1) 必须明确要分类的商品所包括的范围。

(2) 商品分类要从有利于商品生产、销售、经营习惯出发，最大限度地方便消费者的需要，并保持商品在分类上的科学性。

(3) 以商品的基本特征为基础，选择适当的分类依据，从本质上显示出各类商品之间的明显区别，保证分类清楚。

(4) 商品分类后的每一种品种，只能出现在一个类别里，或每个下级单位只能出现在一个上级单位里。

(5) 在某一商品类别中，不能同时采用两种或多种分类标准进行分类。商品分类要以系统工程的原理为根据，分类体现出目的性、层次性，使分类结构合理。

(二) 商品分类体系

1. 基本分类体系

这种分类体系是把各种商品在使用时的状态加以抽象化。例如按其主要用途和消费状态作为基本依据进行分类，也就是按商品用途分类：

(1) 生活资料用品，可分为住宅商品、燃料商品、日用商品、衣着商品、食品商品。

(2) 生产资料商品，可分为工业生产资料商品和农业生产资料商品。

2. 应用分类体系

此分类体系是以商品的某些共性为依据进行分类的，适用于商业部门对某些商品的分类。

按商品某些共性分类有：

(1) 按原材料来源分：植物性商品、动物性商品、矿物性商品等。

(2) 按产业分：畜产品、林产品、水产品、矿产品、工业产品等。

(3) 按用途分：食品、衣料品、住宅商品、产业用品、家庭用商品等。

(4) 按市场性分：地方商品、外地商品、外贸商品、民族贸易商品等。

(5) 按使用时间分：耐用商品、消耗商品等。

(6) 按需要程度分：必需品、奢侈品等。

(7) 按行业经营分：服装、鞋帽等。

(8) 按储运分：化工危险品、土产品、果品等。

3. 国际贸易商品分类体系

目前，由有关国际组织主持编制、发布和实施，具有相当高的科学性和完整性，在国际上公认并广泛采用的国际商品分类体系有如下三个：

(1) 海关合作理事会分类目录（简称 CCCN）：此分类目录在 1959 年正式实施，在 1965 年、1972 年、1978 年分别进行了三次系统修订，主要适用于海关税则的商品分类。目前有 150 多个国家和地区采用此分类体系编制本国的海关税则。