

全国中等职业技术学校商品经营专业教材

# 商品概论

QUINGYING

中国劳动社会保障出版社



全国中等职业技术学校商品经营专业教材

# 商品概论

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

中国劳动社会保障出版社

版权所有

翻印必究

本书根据劳动和社会保障部培训就业司颁发的《商品概论教学大纲》编写，是中等职业技术学校商品经营专业的必修课教材。主要内容有：商品和商品学的概念、商品质量、商品分类、商品标准、商品检验、商品包装和商品储运与养护等。

本书也适合作为职业培训教材和职工自学用书。

本书由天津市第一商业学校郭葭编写，冯金祥审稿。

### 图书在版编目 (CIP) 数据

商品概论/郭葭著. —北京：中国劳动社会保障出版社，2001

ISBN 7-5045-3195-2

I. 商…

II. 郭…

III. 商品学 - 专业学校 - 教材

IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 027919 号

**中国劳动社会保障出版社出版发行**

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码：100029)

出版人：唐云岐

\*

煤炭工业出版社印刷厂印刷 新华书店经销

890 毫米 × 1240 毫米 32 开本 3.375 印张 103 千字

2001 年 6 月第 1 版 2001 年 6 月第 1 次印刷

印数：5000 册

定价：7.00 元

读者服务部电话：64929211

发行部电话：64911190

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

# 说 明

为适应技工学校调整专业设置、培养第三产业专业技能人才的需要，我们于1994年组织编写了商品经营、中式烹调、饭店服务三个专业的教材。这批教材的出版，对促进技工学校三产专业教学质量的提高起到了积极的作用。但是，随着时间的推移，教材的部分内容业已陈旧。2000—2001年，我们根据劳动和社会保障部培训就业司制定的商品经营、烹饪、饭店服务专业教学计划与教学大纲，组织编写（修订）了相应的中等职业技术学校教材。

在组织编写新的商品经营专业教材的过程中，充分考虑了我国经济建设、社会发展以及科技进步对劳动者素质的要求，参照了相关的国家职业标准（中级）规定的工作内容、技能要求和知识水平，使整套教材具有较强的职业针对性；注重传授知识与培养技能相结合，根据提高学生全面素质和综合职业能力的实际需要，确定教材内容，增强了教材的适用性和实践性；力求做到教材概念准确、表达清楚、循序渐进、通俗易懂，具有科学性和可读性。我们相信新的商品经营专业教材的出版，会更好地适应中等职业技术学校的教学需要，为在21世纪培养出更多的高素质技能人才发挥应有的作用。

达次教材的编写、审稿工作得到北京、天津、黑龙江、江苏、福建、河南、湖南、广东等省、市劳动保障厅（局）及有关学校的大力支持，编审人员付出了辛勤的劳动，在此一并表示衷心的感谢。

劳动和社会保障部教材办公室

2001年3月

# 目 录

|                           |        |
|---------------------------|--------|
| 第一章 绪论 .....              | ( 1 )  |
| § 1—1 商品和商品学的产生与发展 .....  | ( 1 )  |
| § 1—2 商品学研究的对象与方法 .....   | ( 5 )  |
| § 1—3 学习商品学及商品知识的意义 ..... | ( 9 )  |
| 复习思考题 .....               | ( 11 ) |
| 第二章 商品质量 .....            | ( 12 ) |
| § 2—1 商品质量的概念及其意义 .....   | ( 12 ) |
| § 2—2 商品质量的基本要求 .....     | ( 15 ) |
| § 2—3 决定和影响商品质量的因素 .....  | ( 18 ) |
| § 2—4 商品质量管理 .....        | ( 21 ) |
| 复习思考题 .....               | ( 24 ) |
| 第三章 商品分类 .....            | ( 25 ) |
| § 3—1 分类与商品分类 .....       | ( 25 ) |
| § 3—2 实际应用的商品分类 .....     | ( 29 ) |
| 复习思考题 .....               | ( 39 ) |
| 第四章 商品标准 .....            | ( 40 ) |
| § 4—1 商品标准和商品标准化 .....    | ( 40 ) |
| § 4—2 商品标准的制定 .....       | ( 45 ) |
| 复习思考题 .....               | ( 50 ) |
| 第五章 商品检验 .....            | ( 51 ) |
| § 5—1 商品检验的概念与意义 .....    | ( 51 ) |
| § 5—2 商品检验的方法 .....       | ( 53 ) |
| § 5—3 商品检验的抽样方法 .....     | ( 57 ) |
| § 5—4 商品的品级 .....         | ( 59 ) |
| § 5—5 产品质量监督与认证 .....     | ( 60 ) |

|                          |         |
|--------------------------|---------|
| 复习思考题 .....              | ( 64 )  |
| <b>第六章 商品包装</b> .....    | ( 65 )  |
| § 6—1 商品包装及其功能 .....     | ( 65 )  |
| § 6—2 商品包装种类与包装材料 .....  | ( 66 )  |
| § 6—3 包装标志与条码 .....      | ( 71 )  |
| § 6—4 商品包装标准化 .....      | ( 81 )  |
| § 6—5 商标 .....           | ( 84 )  |
| 复习思考题 .....              | ( 88 )  |
| <b>第七章 商品储运与养护</b> ..... | ( 89 )  |
| § 7—1 商品的储存 .....        | ( 89 )  |
| § 7—2 商品的运输 .....        | ( 93 )  |
| § 7—3 商品的养护 .....        | ( 97 )  |
| 复习思考题 .....              | ( 102 ) |

# 第一章

## 绪论

当今社会，琳琅满目的商品已成为衡量人民生活水平和国家繁荣昌盛的重要标志，也深刻地反映出社会经济发展的特征。

研究商品对我们洞察社会生活，把握时代脉搏具有重要意义。因此，无论是商品营业员，还是普通消费者，都应该学习、掌握一定的商品知识和商品鉴别手段，懂得科学地养护商品和使用商品，在商品交易中辨真伪、识优劣，保护自身的合法权益，争取买卖的主动权。《商品概论》作为商品知识的开篇，将首先介绍各种商品的质量要求，商品的分类，商品的标准化，以及商品检验、包装、储运与养护，为学习、掌握不同类别的商品知识奠定基础。

### § 1—1 商品和商品学的产生与发展

#### 一、商品

许多经济学家对商品都有过精辟论述。恩格斯指出：“商品首先是产品，但只有这些产品不是为自己的消费而是为他人的消费，即为社会的消费而生产时，它们才成为商品，它们通过交换而进入社会消费。”《辞海》将商品定义为：“为交换而生产的劳动产品。具有使用价值和价值二因素。为自己消费、不是为交换而生产的劳动产品不是商品。为他人生

产，但不经过交换的劳动产品，如农民向地主交纳地租的那一部分产品，也不是商品。”

综上所述，商品具有三个突出特征：其一必须是劳动产品；其二必须用于交换；其三必须能满足消费需求。而且三个特征必须同时具备，缺一不可。因此，我们可以把商品定义为：用于交换的劳动产品，具有使用价值和价值二因素。

商品的使用价值是指商品的有用性，即能满足人的某种需要的特性。它是通过商品的物质特征，如一定的材质、形状、规格、款式、用途等方面表现出来的，是商品的自然属性。商品能满足人的需要，既包括满足个人的需要，也包括满足社会的需要；既包括满足人的物质需要，也包括满足人的精神需要。

商品的使用价值是构成社会财富的物质内容，而商品的质量是构成商品使用价值的决定性因素。因此，在生产和经营活动中，必须树立质量意识，严把质量关，努力提高商品的使用价值，满足需求，增加社会财富。

商品的价值是凝结在商品中的一般人类劳动。价值凝结在商品体内，摸不着，看不见，只有通过交换，在两种商品的交换比例中才能表现出来。如 5 000 g 大米 = 500 g 牛肉，就是因为生产 5 000 g 大米和生产 500 g 牛肉所耗费的劳动相等，即价值相等，500 g 牛肉表现出了 5 000 g 大米的价值。

价值是商品的社会属性。只有劳动产品在一定的社会历史条件下表现为商品时，人类的劳动才表现为价值。因此，价值体现着商品生产者之间的关系。在商品交换过程中，商品生产者让渡出使用价值，获得价值；商品消费者（购买者）让渡出价值（货币）获得使用价值。

商品学将商品的使用价值作为自己的研究对象，从商品的功能、品质、款式、包装、储运、商标和审美等多方面，对商品的使用价值进行研究。

## 二、我国商品学的发展概况

我国是一个具有悠久历史的文明古国，商品经济曾经比较发达，为商品学的诞生奠定了物质基础。

我国商品市场的形成，大约开始于战国时期。到了汉朝已经有以长

安、洛阳、邯郸、临淄和成都为中心的大市场出现。当时经营的商品主要是本地区生产的一些生活用品，如铁器、陶器、食品和盐等，只供本地区居民消费。商品生产社会化的规模很小，商品交换的范围具有很大的局限性和割据性。

唐朝（618年—907年）是我国封建社会的鼎盛时期，也是经济繁荣兴盛的时期。当时的农业、冶炼业、烧瓷业、印刷业和其他手工业有了很大的发展。西京（西安）和东京（洛阳）两市商业已经很兴盛，成为四方财物的聚集处。广州、泉州和扬州也已成为中国对外贸易的重要商埠。到了唐朝中期，茶叶自江南传到了北方，茶作饮料，逐渐盛行。由于茶叶大多产自江、淮一带，运到京城的品种很多，堆积如山，色味各异，十分新奇。这种情况引起了一寺院名叫陆羽的人的极大兴趣，他收集了大量有关茶生产和消费方面的知识，依据所见所闻，于公元780年写出了《茶经》一书。《茶经》共分3卷10篇，论述了茶叶的形状、品质、产地、采制、烹饮方法及用具等内容。书中还对茶叶的评审，茶叶的用途以及储藏、保管等方面的知识作了专门介绍。《茶经》的出现，促进了茶的消费，也促进了茶的生产，使茶的经营成为与盐的经营并驾齐驱的大行业，因而，唐德宗统治时期茶税渐增。可以说《茶经》是世界上最早的一部专业商品学著作。

我国历代商品学著作除了《茶经》外，还有李时珍的《本草纲目》、吴中孚的《商贾便览》、王秉之的《万宝全书》等有关商品知识的研究著作；近代通过引进，还出现了盛在珣于1925年撰写的《商品学》，1932年刘冠英的《现代商品学》，1937年方嘉东著的《商品研究通论》等，都是我国近代商品学研究中的早期著作。然而，在腐朽没落的封建统治下，以及帝国主义列强对我国的侵略和掠夺，使我国沦为半封建半殖民地社会，商品经济未得到充分的发展，也阻碍了商品学的研究，使我国商品学的研究水平一度远远落后于世界水平。

新中国成立后，国民经济得到了迅速恢复和发展，人民生活水平也有了提高。商品学的教学和研究工作，在政府有关部门的支持下，取得了一系列进展。中国人民大学曾出版了《商品学总论》5个分册；黑龙江商学院出版了《日用工业品商品学》《食品商品学》《五金商品学》；各有关商业、财经院校还与商业部门共同编写了《纺织商品学》《针织

商品学》《棉花商品学》《茶叶商品学》《百货商品学》《文化用品商品学》和《五金商品学》等专业图书。这对我国商品学的研究和发展起到了积极的推动作用。

党的十一届三中全会以后，国家的中心工作转移到了社会主义现代化建设上来，特别是随着我国经济体制的转变，社会主义市场经济的发展，为商品学的科研和教学工作，创造了良好的环境。全国商品学会和地方学会、研究会先后成立，涌现出一大批热心商品学研究的理论工作者和实践者。最近几年，为适应现代化管理和教学工作的需要，有不少专业人员编写了新的《商品学概论》（北京）、《现代商品学基础》（上海）、《商品学基础》（华东地区）、《百货商品知识与养护》（山东）以及适用于电大、函授教学的各种商品学教材，使我国商品学研究和教学工作进入了一个崭新的发展时期。

### 三、国外商品学发展概况

据西方和日本文献记载，现存世界上最早的商业著作，是9至10世纪间身居大马士革的阿拉伯人阿里·阿德·迪米斯基著的《商业之美》，该书的副标题是“关于优质商品和劣质商品的鉴别方法及对商品骗子伪劣的识别指南”。由此看来，识别商品质量优劣、真伪在一千多年前就已经被商人所重视。

16世纪中期，欧洲兴起了许多新的工业部门，如造纸、火药、玻璃、制糖、军工、造船和棉织业等。从这些工业部门的规模、设备、技术及劳动组织等方面看，已经开始逐步走上资本主义的轨道。随着蒸汽机的出现和新技术的应用，自然科学理论也取得了重大突破。社会化大生产和随之而来的新的生产关系极大地促进了商品生产和商品交换。在这种条件下，德国的约翰·贝克曼（John Beck Man 1739—1811）教授，在哥丁堡大学首先开设了“工艺学和商品学”课程，并出版了《商品学导论》。由此，他被誉为商品学的创始人。

19世纪，在工业革命的推动下，创造了巨大的生产力，给资本主义的发展提供了强大的物质基础。生产社会化的规模日益扩大，商品经济完全摆脱了自然经济的束缚，得到了异常迅速的发展。人们对商品的研究不断扩大、深入，促进了商品学的发展，确立了商品学成为一门独立学科的科学地位。这门科学先后从德国传入了意大利、俄国、奥地利

和日本等国。1810年，莫斯科商学院将商品学列为必修课；1884年，东京商学院正式开设商品学课程。19世纪中叶，由于自然科学和技术的飞速发展，不少学者运用物理、化学等方面的研究成果开展了商品学的研究，把研究商品的内在质量、确定质量标准、拟定检验和鉴定方法作为商品学研究的主要内容，建立了商品学的自然科学体系，取得了显著的成果。

第二次世界大战以后，商品学的研究又有了新的发展。在西欧形成了“经济学体系”的商品学，在前苏联及东欧各国则形成了自然科学和技术科学的学派。此后，各国开设的商品学课程以自然科学和技术科学为主，又大量引进市场学的内容，以美国、日本和意大利为代表，形成了“经营商品学”这个新的理论体系。

一门学科的发展，一方面是靠学科的教育以扩展普及面，使更多的人熟悉和掌握这门学科；另一方面是靠这门学科的科学研究的深入和学科水平的提高而扩展应用面，使其对国家的建设和进步发挥作用。其中包括学术活动，因为它对沟通学术交流，促进学科教育和科学研究活动有重要作用。1976年10月8日在奥地利的萨尔茨堡成立了国际商品学会，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。从此，商品学在世界范围内建立了巩固的地位。

总之，商品学的产生是商品经济发展到一定阶段的必然产物。人类在原始社会处在刀耕火种、自给自足的自然经济条件下，劳动产品没有剩余，不存在商品生产，也没有商品交换，商品学自然不会产生。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。伴随着商品经济的产生和发展，科学文化水平的提高，逐渐形成了商品学这门科学。迄今，在国外于18世纪中叶诞生的商品学，已有200多年的历史。

## § 1—2 商品学研究的对象与方法

### 一、商品学研究的对象

商品学是研究商品使用价值及其实现的科学，是一门综合性的边缘

学科，具体说来，应包含以下三方面内容：

### 1. 商品的使用价值

商品的使用价值是由商品自身的有用性构成的，而商品的有用性是由商品的自然属性决定的。商品学研究的主要对象主要就是与商品有用性有关的自然属性。正如前面所说的，商品学主要研究与商品质量有关的属性，当然这个质量的概念不是狭义的，而是广义的。

商品质量的高低是比较同类产品使用价值大小的尺度。商品学所要研究的商品质量主要由产品自身的内在质量、流通过程中的服务质量和消费以后的质量反馈等三部分组成。

产品的内在质量涉及产品的设计、产品的组合、产品的构造、产品的外形、产品的包装、产品的功能、产品的可靠性、产品的安全性、产品的检测和标准化等内容。

商品在流通过程中的服务质量涉及质量的检测和验收、进货批量的控制、储存和运输环境对商品质量的影响、商品的包装、商品质量的防护和商品的经济性等内容。

消费以后的质量反馈涉及到消费者对商品质量的需求，消费中的服务措施，商品的挑选、维修、调换，消费者意见的调查，改进产品设计、开发新产品、开发新用途、采用新技术等等。

### 2. 实现使用价值的规律性

商品的使用价值不仅决定于商品的自然属性，还决定于社会对它的需要，即能够被人们承认和接受的程度，以及通过什么手段达到这些目的的途径。

马克思指出：“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。”产品具有可用性还不能称为商品，还必须具备满足人民群众多层次需要的社会属性，才能实现其让渡使用价值，得到商品价值的目的，才能称其为商品。因此，商品学研究的内容必然要从商品的自然属性扩展到商品的社会属性。例如，研究消费习惯、消费动机、社会需求、流通渠道、商品广告和营销策略等。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范畴。

### 3. 商品质量是商品学研究的中心

按照商品学研究对象的分析,商品的自然有用性是商品使用价值实现的物质基础,商品的社会适应性是商品使用价值实现的必要条件,而商品的自然有用性和社会适应性的综合,构成商品质量。所以,商品质量决定着商品运动的全过程,它是商品学研究的中心内容。

## 二、商品学研究的内容与方法

### 1. 商品学研究的内容

商品学主要围绕商品质量这一中心来研究商品使用价值及其实现,由此引出商品学涉及到的内容有以下几个方面。

(1) 研究商品的自然属性,诸如商品的成分、结构、外观和性能等,以阐明商品使用价值构成的物质基础、商品质量差异、质变原因与趋势。

(2) 研究原材料、工艺过程、流通过程对商品质量的决定和影响,以分析影响商品质量的各种外部因素。

(3) 研究商品分类及品种特点,以阐明商品质量的管理和新品种开发的重要性。

(4) 根据商品标准研究商品质量的鉴定方法,以便准确地监督商品质量和做好商品使用价值的评价工作。

(5) 研究商品的包装、储运、养护技术和方法,掌握商品质量在流通中的变化规律,以便提出维护商品质量的具体措施。

(6) 从加速实现商品使用价值和价值的角度研究商品的服务性,阐明商品必须在合理使用条件和使用方法下,才能达到预定的使用效果和使用寿命。

(7) 研究商品的广告、装潢、商标、信息和商品美学等,以促使商品使用价值的实现,满足人们物质与精神上的需要。

以上提出的研究课题,是随着社会生产力水平的提高,科学技术的进步,人类生活范围的扩展而不断被开发出来的。而商品使用价值领域的不断拓宽和商品质量水平的不断提高,又使其向着更加高深的层次发展。

### 2. 商品学研究的方法

任何一门以某种客观规律为研究对象的科学,都有与其相适应的一

套合乎科学的研究方法。为了揭示商品使用价值及其质量构成的理论和技术，反映商品使用价值运动的客观规律，商品学在研究过程中也具有一系列科学的研究方法。归纳起来主要有以下几种：

(1) 分析实验法 分析实验法是在实验室内，运用一定的测试仪器和设备，对商品的成分和构造进行理化鉴定的研究方法。这种研究方法由于是在实验室内进行，控制和观察都具有良好的条件，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。这种方法也称为实验室实验法。

分析实验法需要有一定的物质技术设备，投资较大，一般只在大型批发企业的商品质量研究中采用。

(2) 现场实验法 现场实验法也称人体实验法，是通过一些商品专家，或者代表性的消费者群，凭人体感官的直觉，对商品的质量作出评价的研究方法。这种研究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，但它采用起来简便易行，很多商品的质量评比，一些新产品的试用，都采用这种方法。

(3) 技术指标法 技术指标法是在科学实验基础上采用的研究方法，是对一系列同类商品，根据国内或国际生产力的发展水平，确定质量的技术指标，供生产者和消费者共同鉴定商品质量的研究方法。这种方法有利于促进产品质量的提高，但各类商品的质量指标不易掌握，因为对绝大多数商品组织共同的质量技术标准，是一项复杂而巨大的工程。

(4) 社会调查法 商品的使用价值是一种社会性的科学价值，全面考察商品的使用价值需要进行各种社会调查，特别是在商品升级换代速度较快的现代社会，这方面的调查显得更加重要。

商品质量社会调查的方法有现场观察法、调查表法、直接面谈法和定点调查统计法等。

(5) 对比分析法 对比分析法是将不同时期、不同地区、不同国家的商品资料收集积累，加以分析比较，从而找出提高商品质量、增加花色品种、扩展商品功能及新用途的一种方法。运用对比分析法，有利于经营部门正确识别商品和促进生产部门改进产品质量、实现商品的升级换代，更好地满足广大消费者的需要。

## § 1—3 学习商品学及商品知识的意义

### 一、学习商品学的意义

#### 1. 扩大经营，发展生产，满足消费

通过对商品使用价值的研究，阐明商品的有用性，明确商品的用途和使用方法，研究商品的适用范围和使用效果，从而科学地、客观地向消费者介绍。开发新的市场，为扩大经营、发展生产、满足消费服务。

#### 2. 维护消费者的利益

通过对商品内在质量和外在质量的研究，明确商品的质量标准、检验和测试方法，准确而又全面地评价、鉴定商品的质量，防止劣质产品流入市场，切实维护消费者的利益。同时评比名牌和评选优质产品，促进企业竞争，增加适销对路、物美价廉的优质产品。

#### 3. 确保流通过程中商品质量完好

通过对商品物理性能、化学性能、生物性能、结构性能等自然属性的研究，分析商品在生产和流通全过程中可能会引起质量变化的内部、外部因素；明确商品在仓储、运输中堆放、装卸、存储、养护的条件和要求，从而做到科学管理，合理控制，降低商品损耗，防止霉变或腐蚀，防止受潮或干裂，防止虫蛀或老化，防止破损或短缺，防止火灾意外事故发生等，以确保商品质量的完好和国家财产不受损失。

#### 4. 开发新产品

研究商品的用料、工艺、表面处理、包装装潢、商标设计和广告手段等在消费者中的反映，探索不同消费层次的不同需求特点。一方面指导消费，另一方面把消费者的意见反馈给生产企业，从而指导生产，改进设计，提高质量，开发新产品。

#### 5. 加强经营管理

研究商品的使用价值及其转化的规律，实现科学的分类和管理，有利于理顺流通体制，实现专业化分工和社会化协作，有利于调整产品结构和经营结构，改善宏观管理，促进商业企业向管理现代化方向发展。

#### 6. 提高商业人员的素质

商品学的研究涉及自然科学和社会科学，不论从事高层管理还是从

事中层管理；不论是业务第一线的经营人员还是后勤服务部门的管理人员，都应具有基本的商品学知识。通过商品学的学习，开展商品科技开发活动，加强商业情报信息的交流，为商业经营决策、商业企业管理现代化提供科学依据，为造就一代新的商业职工队伍创造条件。

## 二、学习商品知识的意义

### 1. 促进我国生产力水平的提高

学好商品知识可以使我们在组织商品流通的过程中，牢固树立“质量第一”的思想，充分认识商品质量是工商企业赖以生存、发展的基础，工商双方都应以质量取效益，以质量求发展，从而促进我国生产力水平的提高。

### 2. 有利于把好商品质量关

商品在运出生产企业之前，虽然经过厂方的检验，但由于某些原因，仍需要商业部门对商品质量进行严格的检验，而要把住商品质量关，必须具备商品检验知识。按产销双方签订的合同，对商品的各项质量指标进行科学的检测，正确地评定商品的等级和价格，严把质量关，杜绝劣质商品进入流通渠道，促进商品质量的提高，使国家、企业、消费者都受益。

### 3. 有利于科学地指导消费

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。随着生产的发展和人们生活水平的提高，对商品质量的要求也越来越高。人们要科学地使用商品，就要对商品性能、特点、使用方法、保藏知识等有充分的了解和认识。这就需要广大商业工作者运用商品知识向消费者进行科学的指导，正确地回答消费者提出的问题，促进商品使用价值的充分发挥和实现。

### 4. 有利于提高商业企业经营管理水平，实现管理现代化

企业管理涉及到许多方面的知识，其中也包括运用商品知识。由于不懂或缺乏商品知识，商品在储存保管过程中霉烂变质，造成国家财产损失，企业经营亏损，消费者利益受到损害的事例常有发生。如果加强商品基础知识的学习，商品损失就会减少，企业和社会的经济效益就会得到提高。随着现代化建设的发展和对企业科学管理的加强，在购销调存的各个业务环节中，在信息管理和全面质量管理中更需广泛应用商品

知识，这可以使商业工作者从自然科学和社会（经济）科学两方面去认识商品，科学地研究、分析和解决商品经营中的实际问题，提高企业的经营管理水平。

#### 5. 有利于参与国际市场的竞争

在改革开放的新形势下，我国与国际间开展商品贸易日渐频繁，不仅外贸部门扩大和发展了对外贸易，内贸各部门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商品竞争的概况，对于提高商品质量，发展国内商品经济，发展我国对外贸易都有着积极的作用。深入研究我国进出口商品的使用价值以及与商品使用价值有密切关系的问题，在保证以符合要求的商品输出国外和进口符合国内需要的商品的实践工作中，熟悉商品知识和掌握商品检验技术就显得格外重要。做好这项工作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、繁荣祖国的经济做出贡献。

### 复习思考题

1. 什么是商品？它有哪些三个突出特征？
2. 为什么说《茶经》是我国乃至世界最早的商品学著作？
3. 现代商品学产生的社会历史条件是什么？它首先产生于哪个国家？
4. 商品学研究的中心是什么？
5. 为什么商品学把商品的使用价值及其实现作为自己的研究对象？
6. 试述学习商品知识的重大意义。