



管理商品学

张晓文 编著



东高等教育出版社

管理商品学

张晓文 编著

广东高等教育出版社

一九八九年·广州

管
理
商
品
学

编 著 张晓文
责任编辑 刘依平 邱亿通
责任出版 蔡杰生
出 版 广东高等教育出版社
经 销 广东省新华书店
印 刷 广东省农垦印刷厂

ISBN 7—5361—0243—7/F·20

1989年5月第1版第1次印刷

开本787×1092 1/32 印张9.8 字数212千

印数3000册

定价: 1.75元

版
权
所
有
·
翻
印
必
究

前 言

赵紫阳同志在党的十三大会议上所作的报告中，全面地、系统地论证了当今中国社会主义现代化建设面临的一些重大问题。包括一些理论观点，如关于建设社会主义必须根据本国国情的观点；关于社会主义初级阶段的根本任务是发展生产力；关于社会主义经济是有计划的商品经济的观点；关于改革是社会主义发展的重要动力，对外开放是实现社会主义现代化的必要条件的观点等。其中，还明确指出：“深化改革的每一项措施，归根到底，都要有利于提高社会经济效益。当前影响经济效益的一个突出问题，是不少企业产品质量低劣。必须认识，一个国家产品质量的好坏，从一个侧面反映了全民族的素质。各部门、各企业和全体社会成员，都要为不断提高我国产品质量而努力”。

当前，随着商品生产和商品经济的发展，随着经济体制改革的深入，对外开放的广度和深度的扩大，人们普遍关心进入流通领域的商品质量，是否能更好地满足消费者需要。由此，各部门、各企业和全体社会成员，有必要并必然思考与探讨有关理论与知识，如：什么是产品质量？为什么要重视产品质量？生产部门、商业、外贸、旅游、饮食服务业等行业以及有关部门怎样才能对商品质量把关？社会上怎样监督商品质量？国内外管理质量的先进经验是什么？影响商品品质

6074/4

量的因素究竟有哪些方面？……。作为各个层次的管理者，对当前市场上时有出现商品质量的各种问题，怎么去看待？怎么去解决？

《管理商品学》一书，旨在适应新形势下商品经济发展的需要以及实际工作中提高生产和经营管理水平的需要而编写的。它是一本以商品质量为主线，从管理的角度分析，与生产领域相联系，以流通领域为基点，以为消费领域服务为着眼点，研究商品使用价值实现的综合性的应用科学。

在当前的经济体制改革中，国家对企业的管理逐步转向以间接管理为主。新的经济运行机制，总体上来说应当是“国家调节市场，市场引导企业”的机制。国家运用经济手段、法律手段和必要的行政手段，调节市场供求关系，创造适宜的经济和社会环境，以此引导企业正确地进行经营决策。而生产与经营的企业，随着企业自主权的扩大，企业管理水平的高低对企业经营效果的影响愈加显得重要，甚至直接影响企业的发展和生存。在实行厂长（经理）负责制，完善企业内部各种经济责任制的同时，加强质量责任制与质量管理，成为整个生产经营管理、企业管理科学化的重要内容。各层次的管理者要跟上改革的步伐，迅速地掌握现代管理的有关基本理论与知识以适应新形势的需要。其中，也应包括《管理商品学》的内容。

该学科是伴随商品生产与商品经营的发展而产生和发展的，是商品经济的产物。以商品质量为核心内容，促进流通领域中商品使用价值得以实现，促进商品市场发展与经营管理水平提高，进一步为用户与消费者服务。应该看到，社会主义市场经济体系的建立和培育，商品的范围在扩大，商品的使

用价值和价值的实现有着更新的内容；社会主义初级阶段，商品使用价值实现的特点以及影响因素也有所拓展，在对外开放中，国外先进的科学技术与科学管理的引进与借鉴，以及结合我国国情使理论与实际相结合的实际经验，使学科的研究对象也逐步得到充实。

本书在传统商品学的基础上，探求向经济——技术学派靠拢。鉴于多年来，在高等学校商业经济、商学、管理、外经贸等专业的教学实践中的体会以及学生毕业后社会实践的信息反馈，根据上述专业的培养对象以及工作性质，考虑文科经济类专业的学生高中科目的分类与基础不同，有几方面值得考虑的：

一是从管理专业培养对象考虑，不同于商品学专业，也不同于商品检验专业、商品养护专业。应着重掌握基本理论、基本知识。

二是从管理专业的文科类基础考虑，尽量使有关的自然学科、技术学科知识与经济学科、管理学科紧密结合。前者内容及深度应予控制。

三是从管理专业的今后工作性质考虑，学科的内容不仅包括影响商品质量的自然属性问题，还包括影响商品质量的经济因素和社会属性问题。在当前“对外开放，对内搞活”的新形势下，尤其是在国际市场上，商品质量的社会属性显得更为重要。

四是从管理流通领域商品质量这个基点考虑，虽然商品自然属性是商品质量高低、质量变化的决定因素，但是，环境因素在一定条件下是可以起决定作用的。流通领域中对已形成的商品自然属性是不能随意改变的，更主要体现“以防为

主”，把好商品质量关，抓好环境因素更为现实。

为此，本书在体系上作了调整，内容上作了补充与适当删改，同时兼顾商业、外贸、企业管理、旅游经济管理等专业特点的需要阐述与分析。并适用于各部门、各企业管理者与职工教育或作自学进修用书。

由于时间仓促，加之编者水平有限，且学术上还有待探讨和深入研究，本书仅作为改革中的探索，难免有不当之处，敬请同行专家、学者和各位读者批评指正。

编 者

1988年8月

目 录

上 篇

第一章 商品质量与使用价值的提出.....	(1)
第一节 商品质量有关的基础理论.....	(1)
第二节 管理商品学研究的对象与任务.....	(7)
第二章 商品质量的学 科纵横谈	(14)
第一节 我国商品学发展历史.....	(14)
第二节 国外商品学发展简史.....	(19)
第三节 商品学学派与发展特点.....	(21)
第三章 商品质量的基本 要求.....	(23)
第一节 商品质量的涵义.....	(23)
第二节 重视商品质量的意义何在.....	(28)
第三节 商品质量的基本要求.....	(38)
第四章 商品质量的管理.....	(45)
第一节 质量管理的引入.....	(45)
第二节 质量管理有关的几个概念.....	(47)
第三节 质量管理的发展阶段.....	(48)
第四节 全面质量管理的特点与内容.....	(50)
第五节 产品质量责任与质量保证.....	(56)
第六节 全面质量管理在流通领域的推行.....	(58)
第五章 商品质量与商品的分 类.....	(65)
第一节 商品分类及其重要性.....	(65)
第二节 商品分类的原则与标志.....	(69)

第三节	商品分类与商品目录·····	(76)
第四节	商品贸易分类与商品编号·····	(80)
第五节	商品其他分类介绍·····	(84)
第六节	商品分类与商品编号实例·····	(85)
第六章	商品质量的标准与标准化·····	(96)
第一节	商品标准与标准化的基本概念·····	(96)
第二节	商品标准与标准化的作用·····	(102)
第三节	商品标准的制订与基本内容·····	(110)
第四节	商品标准的种类·····	(116)
第五节	商品标准化发展概况·····	(124)
第七章	商品质量的鉴定与质量监督·····	(129)
第一节	商品鉴定的作用·····	(129)
第二节	商品质量检验机构的建立与发展·····	(132)
第三节	商品质量的监督管理·····	(134)
第四节	商品鉴定方法·····	(142)
第八章	商品质量的维护·····	(162)
第一节	商品养护工作的地位和作用·····	(162)
第二节	商品在储存期间的质量变化·····	(166)
第三节	仓储商品的温湿度管理·····	(172)
第四节	若干商品质变的防治方法·····	(186)
第九章	商品质量的实例介绍·····	(195)
第一节	茶叶质量分析·····	(195)
第二节	塑料质量分析·····	(202)
第三节	针纺织品的质量分析·····	(205)

下 篇

第十章	影响商品质量的基本因素·····	(217)
第一节	商品的内在因素与商品质量·····	(217)

第二节 商品的技术因素与商品质量.....	(245)
第十一章 影响商品质量的环境因素.....	(248)
第一节 商品包装与商品质量.....	(249)
第二节 商品运输与商品质量.....	(263)
第三节 商品储存与商品质量.....	(268)
第四节 环境污染与商品质量.....	(277)
第十二章 影响商品质量的经济因素.....	(279)
第一节 价格管理与商品质量.....	(279)
第二节 市场管理与商品质量.....	(283)
第三节 外贸经营管理与商品质量.....	(287)
第十三章 影响商品质量的其它因素.....	(291)
第一节 商品美学与商品质量.....	(291)
第二节 消费心理与商品质量.....	(293)
第三节 广告管理与商品质量.....	(298)

第一章 商品质量与使用价值的提出

第一节 商品质量有关的基础理论

一、关于商品及其二重性的理论

商品是用来进行交换的劳动产品。具体来说，商品就是在一定社会生产力的发展水平上，由各自不同的生产资料占有者或使用者所生产的，为了满足某种需要，而进行交换的劳动产品。

商品的产生必须具备两个条件：一是社会分工，这是产生商品的前提；二是生产资料和劳动产品属于不同所有者。商品必须是用来交换的劳动产品，不是劳动产品的不能成为商品，但是劳动产品如果不用来交换，也不能成为商品。

商品具有使用价值和价值两个因素。商品的使用价值是指商品能满足人们某种需要的属性，它是商品的自然属性。商品的价值，是指商品所包含的一定数量的社会劳动，是无差别的、一般的人类劳动，即抽象劳动的凝结，是商品的社会属性。商品的使用价值和价值互相依存。没有使用价值的东西，不可能有价值；没有价值的东西，即不是劳动的产品，也不能成为商品。

产品转化为商品，必须同时具备满足消费需要与通过不同所有者相互让渡自己产品而形成的交换两个方面。这区别于自然经济的产品主要为了自给自足；也区别于产品经济的产品不需要通过等价交换，只需要一个统一计划直接确定生

产和分配。随着商品生产与商品经济的发展，当交换成为现实，为了交换而生产的产品才成其为商品。商品伴随商品生产与商品经济的存在、发展而存在、发展。

商品的使用价值与一般物的使用价值既相同又相异。马克思说：“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。”（《马克思恩格斯全集》第23卷第54页）可见，商品的使用价值与一般物的使用价值其共同之处是：都具有能够满足人们某种需要的自然属性（即包括商品的成分、结构、外形、化学性质、物理性质、生物学性质等）。但不能说凡是具有能够满足人们某种需要的自然属性的使用价值，都可以算是商品的使用价值。因此，其不同之处在于，商品的使用价值是指的为别人生产的社会性的使用价值。必须通过商品交换的流通过程，使商品使用价值与价值得以实现。

因此，作为流通领域中的商品使用价值的实现，不只是具有一般的自然属性就行了，还必须具有特殊的社会属性，诸如不同社会需求等方面的适应性。随着商品经济的发展，人们看到一方面，商品如果由于自然属性影响商品使用价值，即满足人们某种需要的效用降低、使用寿命缩短或变质以致完全失去有用性。这种由商品体的自然属性所限制的商品使用价值及其价值不能得到实现；另一方面，由于不适应人们的消费水平、消费结构、消费心理、风俗习惯等，乃至国别、性别、审美观点、流行性等需要，同样的商品，同样的自然属性，同样的使用寿命，同样的使用价值，但就是滞销、积压、降价处理或报

废。由此，商品的使用价值由于不能满足社会消费需要，得不到社会的承认，同样使商品使用价值及其价值不能得到实现。

上述说明，商品的使用价值是社会性的使用价值，不仅具有一般物的有用性，还要具有社会有用性。商品的使用价值只有当商品的自然属性与社会属性都能满足消费需要时，在交换中得到承认和证明。商品的使用价值随时代的变迁、科学技术的进步、商品经济的发展而转化。必须历史地、动态地、发展地去研究它的实现。

二、关于商品流通的理论

商品流通是以货币为媒介的商品交换过程。“每个商品的形态变化系列所形成的循环，同其他商品的循环不可分割地交错在一起。这全部过程就表现为商品流通”。（《马克思恩格斯全集》第23卷第131页）商品流通的条件是商品作为交换价值来生产，即不是作为直接的使用价值，而是作为以交换价值为媒介的使用价值来生产。通过和借助于转让和让渡而实行占有，是基本的前提。商品积压、滞销、报废，从社会角度看，并没有从流通领域进入消费领域，产品没有转让出去对别人成为产品。因而违反了商品流通条件，没有实现商品的使用价值。

商品流通和商品的物理运动（即商品的空间转移）不能等同起来。商品的物理运动要伴随商品流通，但商品流通并不总是引起商品的物理运动。例如，存在仓库、货场的商品，可能经过经营者多次转手买卖，从流通过程的形态变化来说，几经商品——货币——商品的循环过程，但商品仍停留在仓库、货场里，没有发生商品的物理运动。商品流通与商品物理运动不能划等号的这种情况，是商品流通过程固有的

属性。现在，商品还有一些情况，如商品房，商品流通过程完成了，但房屋并未发生物理运动。上述说明，商品流通过程商品价值与商品的使用价值可能同时实现；也有的会因其商品流通的固有属性而可能发生虚假现象；由于投机活动和“倒爷”致使商品价值实现，而商品的使用价值还未实现。

社会主义商品流通的基本特征是：商品的使用价值和价值的矛盾，使用价值是矛盾的主导方面；公有生产者和私有生产者的矛盾，公有生产者是矛盾的主导方面；商品流通的计划性与盲目性的矛盾，计划性是矛盾的主导方面。要实现商品交换，就必须发展流通，使商品四通八达，货畅其流，促进生产，满足消费者的需要。我国商业体制在当前的改革中发生了重大变化，多种经营方式、多种流通渠道和减少经营环节的商品流通新格局正在形成，更有利于商品的使用价值及其价值的实现。

三、关于社会主义有计划的商品经济理论

商品经济使社会生产的发展获得新的内在动力和外在压力；商品经济的发展，促进了社会分工和专业化的发展；商品经济的发展，可以打破地区界限，促进物资交流和市场的扩大。商品经济的发展给人们带来了新的生活，唤起新的需要，新的需要又反作用于生产，促使生产规模扩大，品种增多，质量提高。在商品经济中，商品生产者必然围绕着降低消耗，提高产品质量和推销产品互相展开竞争。正是这种竞争，迫使每个商品生产者不得不尽力采用先进的技术设备，改善经营管理，提高劳动的熟练程度和强度，并经常研究市场的供应情况，尽力争取做到使自己的产品优质、低耗、适销对路、供应及时。通过竞争，推动商品经济的进步，推动社会

生产力的发展。

我国正处在社会主义初级阶段，生产力的水平很低，且发展很不平衡，还存在全民所有制和集体所有制的形式，个体劳动者所有制和其他私有经济成分在一个相当长的时期内还将存在，必须按等价交换的原则进行交换等。社会主义商品经济还必须进一步发展。社会主义商品经济的特点，是以公有制为基础的，是实行按劳分配原则的，是有计划有控制的。社会主义商品经济具有商品经济和计划经济两种属性。计划与市场的作用范围都是覆盖全社会的。新的经济运行机制，总体上来说应当是“国家调节市场，市场引导企业”的机制。国家运用经济手段、法律手段和必要的行政手段，调节市场供求关系，创造适宜的经济和社会环境，以此引导企业正确地进行经营决策。

我国现阶段的基本矛盾是人民日益增长的物质文化需要同落后的社会生产力之间的矛盾。必须根据我们的国情，大力发展社会生产力，逐步改善人民的物质文化生活。要根据党的十三大会议精神，在发展农业生产和增加农副产品供应的同时，大力增加日用工业消费品的生产，特别是增加优质名牌产品和市场紧俏商品的生产。商业部门要积极组织好市场供应，发挥国营商业在平抑物价中的作用。同时，要完善行政法规，加强对市场和社会商业的管理和监督，严厉打击假冒、伪造行为，有效地维护市场秩序，保障消费者的合法权益。在对外贸易中，必须根据国际市场的需要和我国的优势，积极发展具有竞争力、见效快、效益高的出口产业和产品，大力提高出口商品的质量，合理安排出口商品结构，多方位地开拓国际市场，以争取出口贸易较快地增长。进口的重点要放在引进

先进技术和关键设备上。凡是适宜于国内生产的重大设备和
其它产品,要努力提高产品质量和性能,做到立足于国内。

研究商品的使用价值等方面及其决定使用价值的两种属性,都离不开国情,在学习国外先进经验的同时,不能照抄照搬。如在探讨和分析商品质量提高的途径时,应考虑生产力发展水平、消费习惯、资源、设备等诸多方面的不同,才能脚踏实地地推进我国现代化建设和改革事业。

四、关于现代管理的理论

管理和技术是推动经济发展的两个车轮。现代管理科学研究的重点是管理现代化。现代管理科学研究的内容涉及的专业领域有:管理科学、经济科学、自然科学、技术科学、系统论以及其他有关理论及学科等,具有高度综合性。随着经济改革的深入,企业管理水平的高低对企业经营效果的影响愈来愈显得重要,甚至直接影响到企业的发展和生存。现代社会的发展,要求每一个卓有成效的管理者不仅具有企业家的魄力,更应具备经济家的头脑和预言家的眼光,为此,企业管理人员,必须迅速掌握现代管理知识以适应需要已显得非常重要。商品从生产领域到流通领域直至到达消费领域的全过程,都要求各部门、各企业、各层次的管理者带领自己的下属,从系统和全局考虑抓好质量管理。

从社会主义生产的目的要求以及国际市场的需求考虑,现代管理者,必须在商品质量的提高,品种花色多样及适销对路等方面给予重视,在维护商品质量等方面多下功夫。为此,应用一些现代管理方法,如全面质量管理、目标管理、价值工程、市场预测等。此外,对社会上出现的商品假冒伪造的恶劣行为,也必须借助质量管理及其行政、经济、法律手

段严格的管理和监督。从系统工程的角度,必须实行跨部门、跨行业、跨地区的全面质量管理。管理商品学,在学科领域内,探讨商品使用价值的实现,也必须联系上述有关的基础理论加以联系和分析,以助于认识本学科的规律性。

第二节 管理商品学研究的对象与任务

一、管理商品学研究的对象

管理商品学是以商品质量为中心内容,从管理的角度来研究商品的使用价值实现的一门新型的、涉及自然学科和社会学科领域的综合性边缘学科。它是随着商品经济的发展而发展的,研究的客体是“商品”。管理商品学与其它经济学科,如政治经济学、商业经济学、市场学等都要探讨和涉及到“商品”问题,但探讨的角度是不同的。管理商品学的实质在于:

其一、商品的使用价值是本学科研究的对象。是研究商品使用价值实现的科学。马克思指出:“商品的使用价值供给一种专门学问的材料,那就是商品学”。(马克思《资本论》第1卷第6页)管理商品学侧重于从管理的角度来研究商品的使用价值。而商品的价值是政治经济学及其有关的部门经济学科着重研究的对象。

其二、管理商品学是从商品体出发,以商品质量为中心内容来研究商品使用价值及其实现的。全书从纵向与横向围绕商品质量来研究商品质量与商品使用价值的关系及其各种影响因素,进而探讨商品使用价值的实现。

其三、商品的使用价值是天然有用性与社会有用性的结合。商品的使用价值是社会的使用价值,不仅应具有一般的自