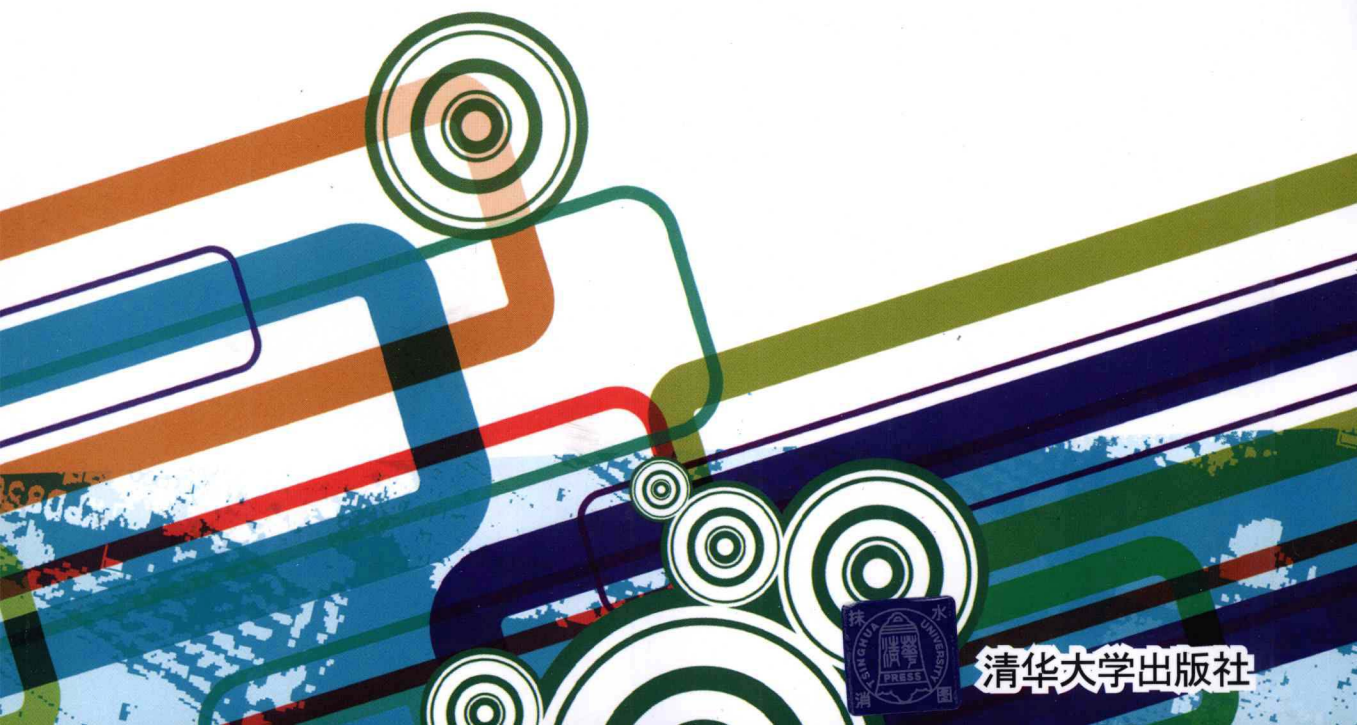


21世纪高职高专规划教材 物流管理系列

# 商品学概论

李凤燕 主编  
高文华 李为民 副主编



清华大学出版社

21世纪高职高专规划教材 物流管理系列

# 商品学概论

李凤燕 主编

高文华 李为民 副主编

清华大学出版社  
北京

## 内 容 简 介

本书共分9章,主要包括:商品学概述、商品质量管理与商品质量认证、商品分类与商品编码、商品标准与标准化、商品检验、商品储存与养护、商品包装、主要商品的特性及鉴别选购、商品与环境等内容。与传统的《商品学》相比,本书在内容方面增加了近年来新兴商品的特性及选购知识;在形式方面为适应高职学生特点从注重理论教学转为更多利用案例教学;在资料方面尽可能更丰富、更准确、更新颖;在“教、学、做”一体化方面,增加了与学习内容密切相关的实训内容。

本书有机融合了“物流管理学”、“仓储管理”、“全面质量管理”和“条码技术”等相关学科知识,在讲解理论的同时,配以相应的案例和图表,每章后安排复习思考题和实训题。

本书可作为高等职业院校物流管理专业的教材,也可供企业管理人员、营销管理人员、物流管理人员和消费者个人学习和研究使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

## 图书在版编目(CIP)数据

商品学概论/李凤燕主编. —北京:清华大学出版社,2009.7

21世纪高职高专规划教材. 物流管理系列

ISBN 978-7-302-20226-4

I. 商… II. 李… III. 商品学—高等学校:技术学校—教材 IV. F76

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第079855号

责任编辑:霍岩岩

责任校对:李梅

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈:010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 装 者:三河市春园印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:10.5 字 数:237千字

版 次:2009年7月第1版 印 次:2009年7月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:18.00元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:027476-01

本书结合教育部关于高职教育的定位及人才培养方案的要求确定课程体系,以培养学生的应用能力为主线,兼顾学生的后续发展需要。在基本理论与基础知识的选择上以“必需、够用”为度,强化理论学习与实际应用的结合,有机融合了“物流管理学”、“仓储管理”、“全面质量管理”和“条码技术”等相关学科知识,深入浅出,图文并茂,具有高职教育的课程特色。

本教材在编写过程中,注重借鉴国内外同行的最新科研成果和实践经验,有一定探索性和前瞻性,并与高职教育及教学改革的要求相结合,以强化课程的科学性和先进性,使学生能够较好地适应物流管理专业的实践需要。

和同类教材相比,本书有如下特点。

**1. 突出地表现知识性与趣味性结合、系统性与生动性结合,实现教材内容和编写形式的创新**

本书每章以“开篇案例”引入正文,使学生带着相关问题及思考开始每一章内容的学习。每章配有复习思考题和实训题,进一步深化所学知识并兼顾实际应用。同时设置资料链接,实现教材内容与编写形式的创新。

**2. 内容更丰富,资料更新颖、更准确、更符合时代要求**

本书有机融合了“物流管理学”、“仓储管理”、“全面质量管理”和“条码技术”等相关学科知识,既包含了商品学研究的传统内容,又新增了电子产品的特性及鉴别选购、家用轿车的特性及鉴别选购、商品房的特性及鉴别选购等内容。案例资料大多采用2006年到2008年的新资料,符合时代要求。

**3. 课程体系设计合理**

本书结合专业特点及社会发展实际需要,对教学内容与环节进行了整合与重组,课程体系设计更加合理,突出学生应用能力的培养。

本书可作为高等职业院校物流管理专业的教材,也可供企业管理人员、营销管理人员、物流管理人员和消费者个人学习和研究使用。编写分工如下:第1、2章由高文华编写,第3、4章由李为民编写,第5~9章由李凤燕编写。



## 商品学概论

在这里特别感谢再度合作并一直以来支持我完成本书编写工作的清华大学出版社职教分社,感谢与我共同完成编写工作的好友高文华和李为民。由于时间和水平所限,书中难免有不足之处,望读者斧正。

李凤燕

2009年3月

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| <b>第1章 商品学概述</b> .....         | 1  |
| 1.1 商品的概念及基本属性 .....           | 2  |
| 1.1.1 商品的概念 .....              | 2  |
| 1.1.2 商品的基本属性 .....            | 2  |
| 1.2 商品学的产生和发展 .....            | 3  |
| 1.2.1 商品学的产生和发展 .....          | 3  |
| 1.2.2 我国商品学的发展 .....           | 4  |
| 1.3 商品学的研究内容 .....             | 5  |
| 1.3.1 商品学的研究对象 .....           | 5  |
| 1.3.2 商品学的研究任务 .....           | 6  |
| 1.3.3 商品学的研究方法 .....           | 6  |
| 1.3.4 商品学与物流管理的关系 .....        | 7  |
| 复习思考题 .....                    | 9  |
| 实训题 .....                      | 10 |
| <b>第2章 商品质量管理与商品质量认证</b> ..... | 11 |
| 2.1 商品质量概述 .....               | 12 |
| 2.1.1 商品质量的概念 .....            | 12 |
| 2.1.2 商品质量的基本要求 .....          | 12 |
| 2.2 影响商品质量的因素 .....            | 18 |
| 2.2.1 原材料对商品质量的影响 .....        | 18 |
| 2.2.2 生产工艺对商品质量的影响 .....       | 18 |
| 2.2.3 流通过程对商品质量的影响 .....       | 19 |
| 2.2.4 使用过程对商品质量的影响 .....       | 19 |
| 2.3 商品质量管理 .....               | 19 |
| 2.3.1 商品质量管理的发展阶段 .....        | 19 |

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| 2.3.2 商品质量管理的常用方法 .....    | 20        |
| 2.4 商品质量认证 .....           | 22        |
| 2.4.1 商品质量认证及其种类 .....     | 22        |
| 2.4.2 商品质量认证制度的发展 .....    | 22        |
| 2.4.3 商品质量认证标志及程序 .....    | 23        |
| 复习思考题 .....                | 25        |
| 实训题 .....                  | 26        |
| <b>第3章 商品分类与商品编码 .....</b> | <b>27</b> |
| 3.1 商品分类概述 .....           | 28        |
| 3.1.1 商品分类的概念 .....        | 28        |
| 3.1.2 商品分类的作用 .....        | 28        |
| 3.1.3 商品分类的原则 .....        | 29        |
| 3.2 商品分类标志及商品分类方法 .....    | 29        |
| 3.2.1 商品分类标志 .....         | 29        |
| 3.2.2 商品分类体系和商品分类方法 .....  | 31        |
| 3.3 商品目录 .....             | 34        |
| 3.4 商品编码 .....             | 35        |
| 3.4.1 商品编码的概念和原则 .....     | 35        |
| 3.4.2 商品编码的分类 .....        | 35        |
| 3.4.3 商品编码的方法 .....        | 36        |
| 3.4.4 条码 .....             | 36        |
| 复习思考题 .....                | 39        |
| 实训题 .....                  | 40        |
| <b>第4章 商品标准与标准化 .....</b>  | <b>41</b> |
| 4.1 商品标准概述 .....           | 42        |
| 4.1.1 商品标准的概念 .....        | 42        |
| 4.1.2 商品标准的作用 .....        | 43        |
| 4.1.3 商品标准的种类 .....        | 43        |
| 4.1.4 商品标准的内容 .....        | 45        |
| 4.2 商品标准化 .....            | 47        |
| 4.2.1 商品标准化的概念 .....       | 47        |
| 4.2.2 标准化机构 .....          | 48        |
| 4.2.3 标准化在物流过程中的意义 .....   | 51        |
| 复习思考题 .....                | 53        |
| 实训题 .....                  | 54        |



|                               |    |
|-------------------------------|----|
| <b>第5章 商品检验</b> .....         | 55 |
| 5.1 商品检验概述 .....              | 56 |
| 5.1.1 商品检验的概念 .....           | 56 |
| 5.1.2 商品检验的种类 .....           | 56 |
| 5.1.3 商品检验的内容 .....           | 57 |
| 5.2 商品检验的方法 .....             | 60 |
| 5.2.1 感官检验法 .....             | 60 |
| 5.2.2 理化检验法 .....             | 62 |
| 5.3 商品抽样 .....                | 63 |
| 5.3.1 商品抽样的概念和要求 .....        | 63 |
| 5.3.2 商品抽样的方法 .....           | 64 |
| 5.4 商品质量评价与管理 .....           | 66 |
| 5.4.1 商品品级的概念 .....           | 66 |
| 5.4.2 商品品级的划分方法 .....         | 66 |
| 5.4.3 商品质量标志 .....            | 66 |
| 复习思考题 .....                   | 68 |
| 实训题 .....                     | 69 |
| <b>第6章 商品储存与养护</b> .....      | 70 |
| 6.1 商品储存概述 .....              | 71 |
| 6.1.1 商品储存的概念 .....           | 71 |
| 6.1.2 商品储存的作用 .....           | 72 |
| 6.1.3 商品储存的原则 .....           | 72 |
| 6.1.4 商品储存的种类 .....           | 73 |
| 6.2 商品质量变化及其影响因素 .....        | 73 |
| 6.2.1 商品的物理机械变化 .....         | 74 |
| 6.2.2 商品的化学变化 .....           | 75 |
| 6.2.3 商品的生理生化变化及生物引起的变化 ..... | 76 |
| 6.3 常见的商品养护技术 .....           | 77 |
| 6.3.1 商品防霉防腐技术 .....          | 77 |
| 6.3.2 商品防锈蚀技术 .....           | 80 |
| 6.3.3 商品防虫害技术 .....           | 80 |
| 6.3.4 商品防老化技术 .....           | 81 |
| 复习思考题 .....                   | 83 |
| 实训题 .....                     | 84 |





|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第7章 商品包装 .....            | 85  |
| 7.1 商品包装概述 .....          | 86  |
| 7.1.1 商品包装的概念和特性 .....    | 86  |
| 7.1.2 商品包装的功能 .....       | 87  |
| 7.2 商品包装的分类 .....         | 88  |
| 7.3 商品包装材料 .....          | 89  |
| 7.4 商品包装技法 .....          | 91  |
| 7.4.1 商品销售包装技法 .....      | 91  |
| 7.4.2 商品运输包装技法 .....      | 93  |
| 复习思考题 .....               | 95  |
| 实训题 .....                 | 96  |
| 第8章 主要商品的特性及鉴别选购 .....    | 97  |
| 8.1 食品类商品的特性及鉴别选购 .....   | 98  |
| 8.1.1 酒的特性及鉴别选购 .....     | 98  |
| 8.1.2 茶的特性及鉴别选购 .....     | 104 |
| 8.1.3 咖啡的特性及鉴别选购 .....    | 108 |
| 8.1.4 植物油的特性及鉴别选购 .....   | 109 |
| 8.1.5 水果的特性及鉴别选购 .....    | 109 |
| 8.1.6 蔬菜的特性及鉴别选购 .....    | 110 |
| 8.2 服装类商品的特性及鉴别选购 .....   | 111 |
| 8.2.1 棉的特性及鉴别选购 .....     | 111 |
| 8.2.2 麻的特性及鉴别选购 .....     | 111 |
| 8.2.3 丝绸的特性及鉴别选购 .....    | 111 |
| 8.2.4 羊毛的特性及鉴别选购 .....    | 112 |
| 8.2.5 化学纤维的特性及鉴别选购 .....  | 112 |
| 8.2.6 皮革的特性及鉴别选购 .....    | 112 |
| 8.3 日用工业品商品的特性及鉴别选购 ..... | 113 |
| 8.3.1 塑料制品的特性及鉴别选购 .....  | 114 |
| 8.3.2 玻璃制品的特性及鉴别选购 .....  | 114 |
| 8.3.3 合成洗涤剂的特性及鉴别选购 ..... | 115 |
| 8.4 电子类产品的特性及鉴别选购 .....   | 116 |
| 8.4.1 U 盘的特性及鉴别选购 .....   | 116 |
| 8.4.2 手机的特性及鉴别选购 .....    | 118 |
| 8.4.3 数码相机的特性及鉴别选购 .....  | 118 |
| 8.4.4 笔记本电脑的特性及鉴别选购 ..... | 119 |
| 8.5 家用轿车的特性及鉴别选购 .....    | 121 |

|                                  |            |
|----------------------------------|------------|
| 8.6 商品房的特性及鉴别选购 .....            | 122        |
| 复习思考题 .....                      | 123        |
| 实训题 .....                        | 125        |
| <b>第9章 商品与环境 .....</b>           | <b>126</b> |
| 9.1 商品生产与可持续发展 .....             | 127        |
| 9.1.1 环境概述 .....                 | 127        |
| 9.1.2 商品生产导致环境污染 .....           | 128        |
| 9.1.3 可持续发展战略 .....              | 134        |
| 9.2 商品生产与资源开发 .....              | 135        |
| 9.2.1 资源概述 .....                 | 135        |
| 9.2.2 商品生产导致资源短缺 .....           | 136        |
| 9.2.3 资源的开发和利用 .....             | 139        |
| 复习思考题 .....                      | 140        |
| 实训题 .....                        | 141        |
| <b>附录一 中华人民共和国产品质量法 .....</b>    | <b>142</b> |
| <b>附录二 中华人民共和国进出口商品检验法 .....</b> | <b>150</b> |
| <b>附录三 中华人民共和国行业标准代号 .....</b>   | <b>154</b> |
| <b>参考文献 .....</b>                | <b>156</b> |

## 商品学概述

### 本章学习目标:

1. 掌握商品的概念和属性。
2. 了解商品学的产生和发展过程。
3. 明确商品学的研究对象、研究任务和研究方法。
4. 能利用商品使用价值理论进行实用分析。



### 开篇案例

#### 中国羊绒业如何应对生态挑战

中国的沙尘暴源自内蒙古草场,过度放牧是主要成因。中国是全球羊绒原料第一生产大国,每年出产约1万吨,占世界总产量的80%。中国产的羊绒质量在全球最好。主要出口市场为日本、欧盟等国家和中国香港。国际羊绒驼绒制造商协会主席卡尔·斯皮尔豪斯先生特别指出,羊绒不只是商品,更是一种宝贵资源,要保护。商务部部长助理傅自应强调:羊绒原料产量有限,属于稀缺资源,加上中国近年来正在大力推行退耕还林的政策,山羊养殖规模也会因此受到限制。我国要处理好羊绒行业发展与环境保护的关系,通过国际合作不断增加羊绒制品的科技含量,使有限资源创造更大的价值。国家首席兽医师兼农业部兽医局局长贾幼陵说:“目前,北方草原平均产草量较20世纪60年代初下降了1/3~2/3。由于草原退化,草原生产能力不断下降,又加剧了草畜矛盾,形成了一个恶性循环。因此,在发展山羊和其他家畜生产的同时,既要加快草原建设,又要以草定畜,实现草畜平衡。”因此,必须要调整农业产业政策:①实施良种工程,提高绒山羊品种质量,增加产绒量,稳定发展绒山羊;②实施舍饲圈养,协调与环境的关系,实现羊绒产业的可持续发展;③加强绒山羊品种资源保护,保持我国羊绒产业的优势;④积极推进羊绒产业化发展,增强羊绒产业发展的后劲。

关于如何解决绒山羊对草地造成破坏的问题,贾幼陵认为:“草原被破坏并不是山羊的错,问题的根源是山羊的草料不够,只有在这种情况下,它才会去刨草根、啃树皮。所以,要将草原承包到户,使山羊的数量不再持续增加,有了足够的草料,它就不会对草原造成破坏。关键是要合理饲养。”

内蒙古农业大学环境生态学院教授贾玉山指出:“合理利用天然草原,推行科学合理的放牧制度,是今后一个时期恢复改善草原环境,增加草原畜载能力的一项重要措施。”但是,现在舍饲圈养的数量只占总数的 1/5,主要原因是,没有足够的饲料、设备、人员,政策不配套。自古以来牧民习惯了游牧生活而不会圈养,在这方面还要加强引导和教育,加大投入的力度。他表示:“草原不会丧失,现在生态环境改善的速度比前几年已明显加快。”

(资料来源:雷金艺.人民日报(海外版)第八版,2005年4月30日)

## 1.1 商品的概念及基本属性

### 1.1.1 商品的概念

当我们提到商品的时候,首先想到的就是各种各样的在市场上交换的产品,如电脑、洗衣机、面包、水果等,这些都是商品。那么怎样定义商品呢?简单地说,商品就是用来交换的劳动产品。商品是为交换而生产的,即商品以进入流通领域为特征。商品之所以可以用来交换,是因为商品的有用性,如电脑可以搜集资料,洗衣机可以清洗衣物,面包可以充饥,水果可以补充人体必需的营养等。但是应该注意的是,商品能够满足人们的需要,既包括物质需要,也包括精神需要。



#### 资料链接 1-1

马克思在《资本论》里指出:“商品首先是一个外界的对象,一个靠自己的属性来满足人的某种需要的物。”一个物可以有用,而且是人类的劳动产品,但不是商品。谁用自己的产品来满足自己的需要,生产的就只是使用价值,而不是商品。

### 1.1.2 商品的基本属性

使用价值和价值是商品的两个基本属性,也称作商品的两个因素。使用价值是指商品的有用性;价值是指凝结在商品中的无差别的人类劳动。使用价值和价值共存于同一商品体上,是相互依存、不可分离的统一体。事实上,不存在只有使用价值而没有价值的商品,也不存在只有价值而没有使用价值的商品。正确理解商品的使用价值和价值的关系,是学习商品学的重要前提。使用价值和价值的区别与联系如表 1-1 所示。

表 1-1 使用价值和价值的区别与联系

| 基本属性   |           | 使用价值                                                                       | 价 值                                |
|--------|-----------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 区<br>别 | 含义        | 是商品能满足人们某种需要的属性                                                            | 是凝结在商品中的无差别的人类劳动                   |
|        | 本质        | 是商品的自然属性,反映了人与自然的关系                                                        | 是商品的社会属性,反映的是人们相互交换劳动产品的交换关系       |
|        | 属性特征      | 是商品与有用物品共有的属性,不是商品的本质属性,有使用价值的东西不一定是商品                                     | 是商品的特有属性、本质属性,只有商品才有价值,有价值的东西一定是商品 |
|        | 质与量的特点    | 不同商品的使用价值有着质的不同,不能在量上比较大小                                                  | 不同商品的价值无质的差别,能在量上比较大小              |
|        | 在商品交换中的作用 | 不同商品有不同的使用价值,能满足人们的不同需要,是商品要交换的原因                                          | 不同的商品都有价值,能以价值为基础实行等价交换,是商品能交换的原因  |
|        | 归属        | 最终归消费者所有                                                                   | 最终归生产者、经营者所有                       |
| 联<br>系 | 统一性       | 商品是使用价值和价值的统一体,二者缺一不可。使用价值是价值的物质承担者,没有用的东西是不能成为商品的;价值是商品的本质属性,没有价值的东西也不是商品 |                                    |
|        | 对立性       | 使用价值和价值必须分离,不可兼得。生产者、经营者要得到价值就必须让渡使用价值,消费者要得到使用价值就必须转让价值                   |                                    |

## 1.2 商品学的产生和发展

### 1.2.1 商品学的产生和发展

公元9~10世纪,阿拉伯人阿里·阿德·迪米斯基撰写了《商业之美》一书,其副标题是“关于优质商品和劣质商品的鉴别方法及对商品骗子与伪货的识别指南”,这算是国外最早涉及商品学内容的著作。18世纪,德国经济学教授约翰·贝克曼出版了《商品学导论》两卷本著作,对商品的制造工艺与方法,商品的分类、性能、用途、质量、价格、检验、产地、主要市场及商品包装等内容作了十分详尽的描述,同时还选定了一些国际贸易商品进行分析并作了规范性叙述。贝克曼的理论明确了商品学的研究范围,建立了商品学的学科体系,受到了社会科学界的普遍欢迎。在西方,贝克曼被称为商品学的学科创始人。随着商品贸易与学术交流的不断扩大,商品学先后传入意大利、俄国、奥地利,后来又传入了日本和中国。

商品学在发展过程中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的使用价值,研究的中心内容是商品的质量,被称为技术论商品学;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角度研究商品适销品种和经营质量等相关问题,被称为经济论商品学。随着经济的高速发展,以研究“商”为主的经济论商品学

和以研究“品”为主的技术论商品学不断融合,从 20 世纪 80 年代起,商品学步入技术性与经济性交融的现代商品学时代。

现代商品学重视人与环境的和谐发展,从技术、经济、社会、环境等多方面,运用自然科学、技术科学和社会科学的相关原理和方法,综合研究商品与市场需求,商品与资源的合理利用,商品与环境保护,新产品开发与高新技术,商品质量控制、质量保证、质量评价及质量监督,商品分类与品种,商品标准与法规,商品包装与商标、标志,商品形象与广告,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。

### 1.2.2 我国商品学的发展

中国是四大文明古国之一,商业的历史十分悠久,对商品知识的研究也有相当长的历史。据记载,春秋时代的《禽经》、晋朝的《竹谱》、唐朝的《茶经》都是我国较早的商品知识书籍。宋朝以后,商品学著作开始增多,著名的《荔枝谱》、《桔录》、《本草纲目》等书籍,都对商品知识作了介绍。其中,《本草纲目》是论述得最为全面的医药类商品学专著,也是我国药物学和植物学的宝贵遗产,并被译成多种语言。这些书籍对当时的商品交换起到了积极的促进作用。

20 世纪以后,我国的商品学随着商业教育的萌生而发展起来。1902 年,我国商业教育中开始把商品学作为一门必修课。以商品学命名的著作除了一些译著外,还有 1914 年盛在珣著的《商品学》、1923 年王溥仁著的《商品学》及 1928 年潘吟阁著的《分业商品学》等。此后,1934 年刘冠荣又编著了《现代商品学》,其内容更丰富,对农产品、矿产品、林产品、畜产品、水产品、工业品等分章进行了论述,也叙述了商品分类、鉴定、包装、运输等问题,还对商品学这门学科的对象进行了解释,为我国现代商品学的发展打下了基础。我国的商品学课程在 20 世纪 50 年代初,由苏联专家引入中国人民大学,由此培养出第一批商品学师资。20 世纪 60 年代初,黑龙江商学院首先开设商品学专业,为国内首家。现在设有商品学专业的院校有中国人民大学和哈尔滨商业大学两所高校,有些综合性大学已开设商品检验或质量检测专业,而开设商品学课程的财经贸易院校的数量较多。中国人民大学是教育部所属的重点大学,在该校商品学被列为重点发展学科,教育部也把商品学列入重点发展学科。20 世纪 80 年代后期,中国人民大学加强了组织建设和硬件投入,为了更好地发展商品学,1988 年单独成立了商品学系,并组建商品科学研究所,创办并出版发行了期刊《商品学质量与研究》(双月刊)。这期间得到了世界教科文组织的长期贷款,用此项贷款新建一栋面积 9 130 平方米的实验楼,并购入一批先进检测仪器和设备。1992 年经国家有关部门审评考核同意,在商品学系基础上成立了对外开展检测任务的玩具质量检测中心。在学术交流方面,加强了同国际商品学学会的联系与合作,曾多次派员参加国际商品学学术研讨会,请国外商品学专家来华讲课,并于 1995 年 9 月在北京承办了第十届国际商品学研讨会。2003 年 9 月在我国举办第十四届国际商品学学术研讨会。在学科建设上,着重抓提高师资素质,派教师到国外进修深造,把国外的先进经验和成果带回国内,不断丰富和完善商品学,培养有潜力的青年教师担当学科带头人,形成合理的师资梯队。把我国商品学的学科建设和教学与科研推向了一个新的高度。

## 1.3 商品学的研究内容

### 1.3.1 商品学的研究对象

商品学是以商品体为基础,目前所研究的商品主要是指有形的、可移动的、在市场上可以交易的、用于生产和消费的实体商品,不包含信息、服务、技术、股票、有价证券、期货、专利等无形产品,也不包含不动产、军火、毒品等特殊产品和秘密交易产品。商品学的研究对象是商品的使用价值,主要研究商品使用价值在商品流通和消费中的评价、维护、管理和实现,研究影响商品使用价值实现的各种因素及客观规律,因而商品学是一门包括自然科学和社会科学在内的多学科交叉的技术经济应用科学,并服务于经济管理工作。商品使用价值的具体体现是商品的质量,商品质量是商品学研究的中心内容,商品学应围绕商品质量这个中心来研究以下五方面的内容。

#### 1. 研究商品质量形成及变化的影响因素

从商品的形成入手,结合原材料、生产工艺过程和流通领域各环节的实际,研究商品质量形成及变化的决定因素和机制。商品学还应研究商品的科学使用和科学消费方法。

#### 2. 研究商品质量的管理、监督和评价手段

(1) 在商品生产和流通过程中,为保证商品使用价值满足消费者需求,必须建立商品质量标准,并以此对商品质量进行鉴定、评价、判断和衡量,保证商品品质规格、花色品种等符合消费需求。

(2) 必须对商品进行检验、检疫和质量监督,防止不合格商品和假冒伪劣商品进入流通领域。

(3) 必须实施商品质量管理和质量保证以及质量认证。

(4) 必须建立商品质量法律法规,并依此监督和管理商品市场,维护消费者权益。

#### 3. 研究商品经营管理的科学方法

商品种类繁多,性质各异,用途复杂,在贸易中的地位有主次之分,因此商品学必须进行商品分类与商品编码研究,包括商品分类中各类别的概念及相互关系,确立商品种类的划分依据,建立科学的、系统的商品分类体系及其编码方式,便于分类经营管理;同时商品学研究商品在市场上流通的标示方式,研究商品信息化系统等促进商品使用价值实现的手段,以适应现代化商业管理和国际贸易的需要。

#### 4. 研究商品在流通过程中的质量维护理论和措施

为保证商品使用价值的顺利实现,商品必须研究商品质量的变化规律及防范技术,为维护商品质量提出科学建议。如商品的包装如何起到保护商品的作用、商品的储存和养护中应注意的问题、不同商品运输过程中减少货损的措施等,并不断运用材料科学、管理科学等的新成果,不断寻求更科学的技术和方法,控制各种外界条件对商品质量的不利影响,降低商品损耗,维护商品质量,保证商品安全。

#### 5. 研究商品与人类生存环境及资源之间的关系

商品应当为人类社会和生态环境提供健康有利的效用,同时要避免留下后遗症。有

人说塑料袋是 20 世纪最糟糕的发明,就因为它虽然方便了人们的生活,但所带来的后遗症却严重伤害了人类赖以生存的自然环境。因此,商品学必须研究商品与环境、商品与资源的关系,为人类的可持续发展提供科学的依据。

此外,商品学不仅要研究人类物质需要的满足,同时还要注意人类精神需要的满足。因此,商品美学、新产品开发、商品信息与预测、商品文化、商品消费需求等也都是商品学的研究内容。

### 1.3.2 商品学的研究任务

商品学是为商品生产、商品流通和商品消费服务的一门科学。商品学的研究任务是由商品学的研究对象决定的。商品学的研究对象是商品的使用价值,主要研究商品使用价值在商品流通和消费中的评价、维护、管理和实现,研究影响商品使用价值实现的各种因素及客观规律,因此,商品学的研究任务如下。

#### 1. 指导商品使用价值的形成

借助商品资源和市场的调查预测以及商品的需求研究等手段,为有关部门实施商品结构调整、商品科学分类、商品进出口管理、质量监督管理和商品的环境管理等,制定商品标准及政策法规,为商品发展规划提供决策的科学依据;为企业提供商品基本质量要求,指导商品质量改进和新商品开发,提高经营管理水平,保证市场商品物美价廉,适销对路。

#### 2. 评价商品使用价值的高低

商品质量是决定商品使用价值高低的基本因素,是决定商品竞争力、销路、价格的基本条件,所以,它是商品学研究商品使用价值的中心内容。通过对商品使用价值的分析和综合,明确商品的质量指标、检验和识别方法,能全面准确地评价、鉴定商品的质量,杜绝假冒伪劣产品流入市场,保证商品质量符合规定的标准或合同,维护正常的市场竞争秩序,保护买卖双方的合法权益,切实维护国家和消费者的利益,创造公平的商品交换环境。

#### 3. 防止商品使用价值的降低

研究与商品质量相关的各种因素,提出适宜的商品包装、储运方式,保护商品质量,努力降低商品损耗。

#### 4. 促进商品使用价值的实现

通过大力普及商品知识和消费知识,使消费者认识 and 了解商品,学会科学地选购和使用商品,掌握正确的消费方式和方法,由此促进商品使用价值的实现。

#### 5. 研究商品使用价值的再生

通过对商品废弃物与包装物的处置、回收和再生的政策、法规、运行机制、低成本加工技术等问题的研究,节约和再生资源,保护环境,促进可持续发展。

### 1.3.3 商品学的研究方法

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,商品学的研究方法是按照研究的具体课题,采用不同的形式进行的。

#### 1. 科学实验法

科学实验法是指在实验室或一定试验场所内,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。这种方法大多有很好的控制和观察条件,所得出的结论比较可靠,是分析商品成分、鉴定商品质量、研制新产品的常用方法。比如测定白酒的成分和质量就经常采用这种方法。但这种方法对设备和人员素质要求较高,投资较大。

## 2. 现场实验法

现场实验法是指一些商品学专家或有代表性的消费者群,凭人体的直觉,对商品的质量及商品有关的方面作出评价的研究方法。这种方法的正确程度受参加者的技术水平和人为因素的影响,但运用起来简便易行,适用于很多商品的质量评定。如茶叶、酒类、古董和某些新产品的试用试穿等经常采用这种方法。

## 3. 技术指标法

技术指标法是一种在分析实验基础上,对一系列同类产品,根据国内或国际生产力发展水平,确定质量技术指标,以供生产者和消费者共同鉴定商品质量的方法。如保温瓶在生产过程中就采用这种方法。

## 4. 社会调查法

商品的使用价值是一种社会性的使用价值,全面考察商品的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。其主要具有双向沟通的作用,在实际调查中,既可以将生产信息传递给消费者,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、直接面谈法、定点统计调查法。比如消费者满意度调查可以作为质量反馈的重要手段之一。

## 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,加以比较,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。比如,把国内生产的家电产品的技术质量指标与国际先进水平对比分析,为改进商品设计和提高产品质量制定有效措施。

## 6. 系统分析比较法

商品与人、商品与环境、商品与国民经济的关系,是一项复杂的系统工程,但从一个方面或几个方面来研究,有时难免片面,只有把商品纳入这个社会大系统中进行分析、研究和考察,才能得出全面公正的结论。例如,我们评价商品的质量应该联系不同的社会发展阶段,在供不应求的时期和供过于求的时期对商品质量的要求就不尽相同。

### 1.3.4 商品学与物流管理的关系

物流管理是新兴专业,而商品学是传统的基础课程。事实上,商品学课程是物流管理专业课程体系的必要组成部分,两者有着天然的不可分割性。

#### 1. 两者分析的要素——“物”与“商品”,其内涵基本一致

从字面意思来看,“物流”是由“物”和“流”两个基本要素组成的,“物”是“流”的实体