

商品经营专业系列教材

商品知识(上)

张智清 主编



中国物资出版社

商 品 知 识

主 编 张智清

(上 册)

中 国 物 资 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

商品知识(上下)/张智清主编. - 北京:中国物资出版社,2001.7(重印)

ISBN 7-5047-1681-2

I. 商… II. 张… III. 商品—基本知识 IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 32930 号

中国物资出版社出版发行

网址:<http://www.clph.com.cn>

社址:北京市西城区月坛北街 25 号

电话:(010)68392746 邮编:100834

全国新华书店经销

北京梨园彩印厂印刷

开本:787×1092mm 1/32 印张:25.875 字数:578 千字

1999 年 8 月第 1 版 2001 年 7 月第 2 次印刷

ISBN7-5047-1681-2/G·0381

印数:3001—6000 册

定价:29.60 元(上下册)

(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

编写说明

为适应社会主义市场经济体制的要求,国内贸易部于1998年颁发了商品经营等7个专业教学计划和专业课教学大纲。《商品知识》一书是根据新编的教学计划和教学大纲的要求,充分吸收和借鉴本学科国内外研究的最新成果,重点放在学科体系、内容体系、结构体系的创新,强化知识应用性和可操作性。本书是商贸中等职业技术学校的必用教材,也可供业务岗位培训、再就业培训使用,还可作为广大企业职工의自学读物。

《商品知识》(上册)一书由张智清主编,朱娟英、胡汉东任副主编。参加编写的有:安徽省商业技工学校张智清(第一篇六、七章和第三篇全篇),北京市商业技术学校朱娟英(第四篇全篇),合肥商业学校胡汉东(第六篇全篇),温州商业学校缪建平(第一篇一、二、三、四、五、八章),吉林省商业技工学校于颖娜(第二篇一、二章),包头市商业技工学校魏小珍(第二篇三、四、五、十章),北京市商业技术学校严群礼(第二篇六、七、八、九、十一章),吉林省商业技工学校张翠云(第五篇一、六章),北京市商贸学校刘锡敏(第五篇二、三、五章),安徽省商业技工学校王小宁(第五篇四、七、八章),全书由张智清总纂,安徽合肥商业学校校长、高级讲师程思主审。

本书在编写过程中,得到了许多学校领导和教师的大力支持,在此致以深切的谢意。

由于编写时间仓促,编者水平有限,书中难免有疏漏之处,敬请广大读者不吝赐教,以便于修订,使之日臻完善。

内贸系统教材编审委员会

1999年7月1日

目 录

第一篇 商品学概论

第一章 绪论	(1)
第一节 商品学研究的对象与内容	(1)
第二节 商品学研究的任务和方法	(2)
第二章 商品质量	(5)
第一节 商品质量和质量要求	(5)
第二节 影响商品质量的因素	(10)
第三章 商品分类	(13)
第一节 分类与商品分类	(13)
第二节 商品分类标志和分类体系	(15)
第三节 商品目录和商品代码	(18)
第四章 商品标准	(21)
第一节 商品标准和商品标准化的 概念和作用	(21)
第二节 商品标准的制定	(28)
第三节 产品质量监督与认证	(30)
第五章 商品鉴定	(36)
第一节 商品鉴定的概况	(36)
第二节 商品鉴定的基本形式	(37)

第三节	商品鉴定的基本方法	(39)
第四节	商品鉴定的抽样方法	(40)
第五节	商品的品级	(42)
第六章	商品的成分、结构和性质	(46)
第一节	商品的基本化学成分	(46)
第二节	商品结构	(47)
第三节	商品的性质	(51)
第七章	商品包装	(60)
第一节	商品包装及其作用	(60)
第二节	商品包装的种类与包装材料	(62)
第三节	商品包装标准化	(67)
第四节	商品包装的标志	(69)
第五节	商标	(77)
第八章	商品储运与养护	(82)
第一节	商品的储存	(82)
第二节	商品运输质量管理	(83)
第三节	商品养护	(85)

第二篇 日用百货商品知识

第一章	日用玻璃器皿	(95)
第一节	玻璃概况	(95)
第二节	玻璃的性质	(98)
第三节	玻璃器皿的制造	(101)
第四节	玻璃器皿的分类和品种	(103)
第五节	玻璃器皿的质量及检验	(106)

第六节 玻璃器皿的保管和使用	(107)
第二章 保温瓶	(110)
第一节 保温瓶的保温原理	(110)
第二节 保温瓶的种类	(112)
第三节 保温瓶的质量	(114)
第四节 保温瓶的保管和使用	(117)
第三章 搪瓷器皿	(120)
第一节 搪瓷器皿的概况	(120)
第二节 搪瓷器皿的原料与制造	(122)
第三节 搪瓷器皿的种类	(127)
第四节 搪瓷器皿的质量及保管和使用	(130)
第四章 陶瓷器皿	(134)
第一节 陶瓷器皿概述	(134)
第二节 日用陶瓷器皿原料和制造	(135)
第三节 陶瓷器皿的分类、规格、品种和花色	(138)
第四节 陶瓷器皿的质量及保管和使用	(141)
第五章 日用铝制品和不锈钢制品	(146)
第一节 铝制品和不锈钢制品的原料和制造	(146)
第二节 日用铝制品和不锈钢制品的种类	(150)
第三节 日用铝制品和不锈钢制品的质量	(153)
第四节 日用铝制品及不锈钢制品的保管 和使用	(156)
第六章 日用塑料制品	(160)
第一节 塑料的组成与分类	(160)
第二节 塑料制品的生产	(162)
第三节 几种主要塑料及制品	(166)

第四节	泡沫塑料与复合材料	(171)
第五节	塑料制品的检验	(176)
第六节	塑料制品的鉴别	(178)
第七节	塑料的保管和使用	(181)
第七章	日用皮革	(184)
第一节	皮革的基础知识	(184)
第二节	皮革的质量	(188)
第三节	皮革的检验	(192)
第四节	皮革的保管和养护	(195)
第八章	肥皂	(199)
第一节	肥皂工业的发展	(199)
第二节	肥皂的原料及制造	(200)
第三节	肥皂的特性	(205)
第四节	肥皂的分类	(210)
第五节	肥皂的质量标准	(213)
第六节	肥皂的保管和使用	(218)
第九章	合成洗涤剂	(221)
第一节	合成洗涤剂的组成和作用	(221)
第二节	合成洗涤剂的分类和品种	(224)
第三节	液体洗涤剂	(229)
第四节	合成洗涤剂的质量要求	(231)
第五节	合成洗涤剂的保管和使用	(235)
第十章	化妆品	(238)
第一节	化妆品的概念及分类	(238)
第二节	肤用化妆品	(242)
第三节	美容用化妆品	(249)

第四节	发用化妆品·····	(254)
第五节	化妆品的质量及保管和使用·····	(257)
第十一章	牙膏·····	(263)
第一节	牙膏的原料及生产·····	(263)
第二节	牙膏的分类及品种·····	(266)
第三节	牙膏的质量·····	(270)
第四节	牙膏的保管和使用·····	(272)

第三篇 家用电器商品知识

第一章	家用电器概述·····	(275)
第一节	家用电器的分类·····	(275)
第二节	家用电器的发展趋势·····	(278)
第二章	电熨斗·····	(281)
第一节	电熨斗的结构及种类·····	(281)
第二节	电熨斗的主要质量指标·····	(285)
第三节	电熨斗的选购与使用注意事项·····	(287)
第三章	电饭锅·····	(290)
第一节	电饭锅的分类·····	(290)
第二节	电饭锅的结构与工作原理·····	(292)
第三节	电饭锅的主要质量指标·····	(294)
第四节	电饭锅的选购及使用注意事项·····	(295)
第四章	微波炉·····	(299)
第一节	微波炉的功能和主要优点·····	(299)
第二节	微波炉的结构和工作原理·····	(301)
第三节	微波炉的种类·····	(304)

第四节	微波炉的选购及使用注意事项·····	(305)
第五章	电风扇·····	(310)
第一节	电风扇的分类及结构·····	(310)
第二节	电风扇的质量指标·····	(314)
第三节	电风扇的选购与使用·····	(317)
第六章	吸尘器·····	(320)
第一节	吸尘器的种类与规格·····	(320)
第二节	吸尘器的结构和工作原理·····	(322)
第三节	吸尘器的主要质量指标·····	(324)
第四节	吸尘器的选购及使用·····	(325)
第七章	洗衣机·····	(328)
第一节	洗衣机的类型·····	(328)
第二节	洗衣机的结构·····	(330)
第三节	洗衣机的型号及主要质量指标·····	(332)
第四节	洗衣机的选购和使用·····	(335)
第八章	电冰箱·····	(340)
第一节	家用电冰箱的分类·····	(340)
第二节	电冰箱的结构和工作原理·····	(344)
第三节	电冰箱的规格、星级及型号含义·····	(347)
第四节	电冰箱的质量指标·····	(348)
第五节	电冰箱的选购与使用维护·····	(350)
第九章	家用空调器·····	(353)
第一节	家用空调器的分类·····	(353)
第二节	家用空调器的结构和工作原理·····	(357)
第三节	空调器的规格及型号·····	(360)
第四节	家用空调器的选购及使用注意事项·····	(363)

第十章 组合音响	(369)
第一节 组合音响的分类.....	(369)
第二节 组合音响的组成单元及功能.....	(371)
第三节 组合音响的选购与使用.....	(377)
第十一章 电视机	(382)
第一节 电视机基本知识.....	(382)
第二节 电视机的种类.....	(385)
第三节 电视机的组成及工作原理.....	(387)
第四节 电视机的主要技术指标.....	(389)
第五节 新型电视机简介.....	(392)
第六节 电视机的选购、使用与维护	(394)
第十二章 VCD 影碟机	(399)
第一节 VCD 机的构成及工作原理	(399)
第二节 VCD 机的功能与特点	(403)
第三节 VCD 机的选购	(406)
第四节 VCD 机的使用与维护	(409)

第一篇 商品学概论

第一章 绪 论

第一节 商品学研究对象与内容

一、商品学研究的对象

在现代社会中,商品的涵义非常广泛,从狭义看,我们把商品视为价值、使用价值及交换价值的统一体。而广义上的商品概念则还包括商标、专利、技术成果、有价证券、企业信誉形象等。商品学是研究商品使用价值的一门科学,即商品的有用性及自然属性成了商品学研究的对象。

商品学是从商品的自然属性出发,以研究商品使用价值为内容的一门以自然科学为主的综合性学科。这就是说,商品学研究的对象延及到与其相关的社会属性,这是在市场经济条件下人们对商品综合性能如民族、地域、习俗、包装、色彩、造型、款式、牌号等时代性与美学价值、稀有价值、替代价值、魅力价值、经济价值高度要求的结果。

二、商品学研究的内容

商品学研究的中心内容是商品质量,并由以下几方面共同组成科学的研究体系,第一是自然属性,它指分析商品的成

分结构性能等,是研究商品质量的起点;第二是原材料,它是构成商品质量的基础;第三是生产加工工艺,即设备的先进性和操作的熟练程度及安全性,它是商品质量的关键;第四是研究商品标准,制订商品质量的规范与技术要求,它对商品质量起约束和管理作用;第五是研究商品鉴定,掌握商品质量、品种的鉴别、检验方法与质量监督手段,它对商品质量起着评定作用;第六是研究商品分类,以便经营管理和开发新产品;第七是研究改进商品的包装保管养护及运输条件,它对商品质量起着保护和美化作用。

第二节 商品学研究的任务和方法

一、商品学的研究任务

为发展生产、扩大经营、开发市场创造条件;准确评价商品质量,维护国家和消费者利益;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;研究改进商品包装、储运,努力降低商品损耗;培养专业人才,提高职工素质。

二、商品学的学习研究方法

(一)科学实验法

这是运用一定的测试仪器、器械与化学试剂等设备,对商品的成成、结构与性质进行理化分析鉴定的方法。这种研究方法所得结论客观、准确,有量化的数据结果,常用于深入研究商品的内在质量,检验商品的质量和研制新产品。

(二)现场实验法

这是通过一些商品评审专家和消费者代表,凭借人体感

官的感受来评价商品的研究方法。这种方法的正确程度受到参评人员的经验与技术水平的影响,结果可能有一些主观因素,但是简便易行,应用广泛。如对穿戴商品服用性能与日用品外观质量的评定,对食品品质的评审等。

(三)社会调查法

全面地评价商品的使用价值需要社会调查,特别是产品升级换代时必须进行社会调查。社会调查的主要方法有:现场观察法、调查表法、直接谈话法、定点调查统计法。

(四)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,找出提高商品质量新途径的方法。这种方法能促进生产部门改进商品质量,实现商品升级换代,更好地满足消费者需要。

(五)技术指标法

是在科学实验的基础上,对一系列同类产品,根据国家或国际标准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。

复习思考题

1. 商品学研究对象是什么?
2. 介绍商品学研究的内容体系?
3. 商品学对市场经济的发展有何指导作用?

第二章 商品质量

第一节 商品质量和质量要求

一、商品质量的概念

商品质量的涵义可分为狭义和广义两种。

狭义的商品质量是指产品质量。它是指产品与特定标准技术条件的符合程度。通常以国家标准或订货合同中的有关规定作为最低技术条件。包括加工精度、操作性能、使用寿命、经济性、可靠性、安全性、外观质量等。

广义的商品质量是指在一定条件下商品实体满足规定和潜在需要能力的特性之总和。广义商品质量不仅要反映满足用户需要的性能、可靠性、可维修性等指标,又要反映兼顾供需双方利益的经济要求,同时还要反映维护社会利益的安全性、环境保护、能源等的要求。因此,质量要求的规定要同时考虑供、需及社会三方面的利益和风险,把质量定义为“使顾客满意”仅反映了一方面的利益,不够全面。

人们对商品质量的要求不是固定不变的,随着技术的发展、生活水平的提高,人们对产品会提出新的质量要求。所以商品质量具有动态性。同时,不同国家和地区因自然条件不同,技术发达的程度不同,消费水平、生活习惯的不同,会对产