



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

# 商品学基础



主编 刘敏



科学出版社  
[www.sciencep.com](http://www.sciencep.com)

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

# 商品学基础

刘 敏 主编

科学出版社

北京

## 内 容 简 介

本书围绕商品质量这一中心,详细介绍了商品的成分、性质、分类与编码、商品质量与质量管理、商品标准与质量认证、商品检验与质量监督、商品包装、商品养护以及食品、纺织品、日用工业品等常见商品的商品学理论知识和实践性内容。全书共分12章,在内容安排上以必需、够用为度,突出应用性,便于学习,体现了理论知识与实践能力的有机结合。

本书理论内容具有较强的实用性,实践内容具有较强的可操作性,既适合作为高职高专经济管理类专业的教材或参考用书,也适合作为成人教育和企事业单位从事经营管理工作的在职人员的培训用书。

### 图书在版编目(CIP)数据

---

商品学基础/刘敏主编. —北京:科学出版社,2008

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

ISBN 978-7-03-021447-8

I. 商… II. 刘… 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(2008)第038303号

---

责任编辑:苏 鹏 / 责任校对:陈玉凤

责任印制:张克忠,封面设计:耕者设计工作室

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

装 订 印 刷 厂 印 刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

\*

2008年5月第 一 版 开本:B5(720×1000)

2008年5月第一次印刷 印张:20 3/4

印数:1—4 000 字数:398 000

定 价: 29.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈环伟〉)

# 前 言

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材(高职高专教育),是高等学校省级精品课程“商品学基础”的配套教材,是在2003年版《商品学基础》的基础上重新编写的。本书适于高等职业院校、高等专科学校、成人高校及本科院校的二级职业技术学院和民办高校开设管理课程的专业使用,特别适于作为市场营销、工商管理、物流管理、电子商务和国际商务等经济管理类专业的专业主干课教材,也可用于五年制高职、中职学生及企事业单位在职人员的培训。

## 1. 教材目标定位

本书坚持“以就业为导向,着眼素质教育,突出职教特色,重视实践教学、案例教学和能力培养,体现当前教育教学改革要求和时代特征”,在总结教学改革经验和实际调研的基础上,积极适应高职高专教学的需要和特色,突出实用性、针对性,努力从内容到形式上有所突破和创新,以服务于培养基层管理岗位的综合管理技能与素质,并与各相关专业课紧密衔接。

## 2. 教材内容体系

本书以培养基层管理岗位的综合管理技能为主线,建立“123”教材内容体系。即“一条主线”:以培养基层管理岗位综合管理技能为主线;“两大基础”:使学生掌握商品学理论知识、商品鉴别实践技能两大基础;“三大关键能力”:按照基层管理者进行综合管理的需要,重点培养学生商品的识别能力、商品质量的鉴别能力、商品使用及维护的技术能力三大关键能力。按照这一体系,本书设计了“9+3”章结构:第1~9章为理论基础模块,第10~12章为实践教学模块。合理安排理论教学与实践教学的比例,做到用理论指导实践,实践检验理论。

## 3. 教材编写特点

(1) 以培养社会需要的高技能型人才为导向。本教材立足高职高专培养高级技能型应用人才的办学理念,从编写指导思想,到内容选择、体系设计、编写模式,都以服务于培养基层管理岗位的综合管理技能与素质为出发点和归属,努力打造充分体现高职特色的实用教材。

(2) 注重内容的实用与更新。一方面,从流通领域一线工作岗位的实际需要出发,注重内容的实用性。最大限度地减少基层岗位不直接应用的理论知识,同时尽可能地增加实用知识与技能。另一方面,加大更新的力度,将国内外前沿理论和

大量的新技术、新知识和新工艺引进教材中。

(3) 编写形式的创新与完善。为体现高职高专教材特色,在总结多年教学改革和编写教材经验的基础上,对教材编写模式进行了大胆的创新,建立了“栏目式”教材编写模式,并不断完善。这些栏目的安排如下:章首设置“学习目标”,指出学习目标的知识点与技能点;章后设置“本章小结”,对重点内容进行提炼;章后还设置“思考题”;特别是设置了“实训题或实验”,力求使原本枯燥的商品学理论变得生动,大类商品部分不再难以理解和掌握。总之,本书力求探索一种集讲、读、研、练于一体的新型教材模式,以尽可能适应教师精讲、学生多练、“能力本位”新型教学方式的需要。

本次重编补充了大量的内容,许多章节进行了重写(如:国际商品分类体系、商品条形码、商品标准化、产品质量认证、商标和商品包装标志、商品运输与物流),参阅、引用了许多有关的著作、教材和报刊,吸收、借鉴与引用了大量国内外学者的理论成果,力求建立更加体现高职高专特色、更加科学与实用的商品学教材体系。主要的参考文献已列于书后,一些实例由于在教学中反复使用与修改已难以标明出处,在此一并致谢。

本书由刘敏主编。参加编写的有刘敏、肖润松、孔祥法、徐汉文、陈家闯、庞日新、饶涛、杨海莹、崔国锋等。曹汝英教授审阅了本书,提出了指导性意见,在此深表谢意。感谢山东商业职业技术学院与省级精品课“商品学基础”课题组成员及本书第一版的合作者等对本书出版所给予的支持与帮助。

限于编者的水平,书中难免出现疏漏和差错,恳请读者批评指正。

编 者

2008.4

# 目 录

## 前言

<b>第 1 章 绪论</b> .....	1
1.1 商品学的研究对象与任务 .....	1
1.2 学习商品学的重要性 .....	7
1.3 商品学的发展概况 .....	7
<b>第 2 章 商品的成分与性质</b> .....	10
2.1 商品的成分.....	10
2.2 商品的结构.....	19
2.3 商品的性质.....	22
<b>第 3 章 商品分类</b> .....	27
3.1 商品分类概述.....	27
3.2 商品分类的原则与方法.....	29
3.3 商品分类标志.....	33
3.4 国际商品分类体系和商品目录.....	36
<b>第 4 章 商品信息编码</b> .....	49
4.1 商品编码概述.....	49
4.2 商品代码.....	51
4.3 商品条码.....	56
<b>第 5 章 商品质量</b> .....	77
5.1 商品质量概述.....	77
5.2 商品质量的基本要求.....	81
5.3 影响商品质量的因素.....	87
5.4 商品质量管理.....	90
<b>第 6 章 商品标准与质量认证</b> .....	96
6.1 标准与标准化.....	96
6.2 商品标准 .....	105
6.3 产品质量认证 .....	138

---

<b>第7章 商品检验与质量监督</b> .....	154
7.1 商品检验概述 .....	154
7.2 商品抽样 .....	159
7.3 商品检验方法 .....	163
7.4 商品品级 .....	168
7.5 商品质量监督 .....	170
<b>第8章 商品包装</b> .....	176
8.1 商品包装概述 .....	176
8.2 商品的销售包装与运输包装 .....	183
8.3 商品包装标准化 .....	192
8.4 商品包装标志 .....	195
8.5 商标 .....	207
<b>第9章 商品养护</b> .....	218
9.1 商品养护概述 .....	218
9.2 商品的质量变化及其变化的因素 .....	219
9.3 商品储存期间的养护 .....	227
9.4 商品运输安全与物流 .....	232
<b>第10章 食品</b> .....	245
10.1 酒类.....	245
10.2 茶叶.....	255
10.3 绿色食品.....	261
<b>第11章 纺织品</b> .....	268
11.1 纺织纤维.....	268
11.2 织物的组织.....	280
11.3 纺织品的质量分析.....	284
<b>第12章 日用工业品</b> .....	292
12.1 塑料制品.....	292
12.2 洗涤用品.....	301
12.3 日用化妆品.....	317
12.4 硅酸盐制品.....	319
<b>参考文献</b> .....	325

# 第 1 章

## 绪 论

### 学习目标

1. 了解商品学的产生与发展,明确学习商品学的重要性和意义,激发学生学习本课程的积极性。
2. 明确商品学的研究对象、内容和任务,掌握商品学的研究方法,为学好商品学打下良好的基础。

## 1.1 商品学的研究对象与任务

### 1.1.1 商品

什么是商品?弄清楚商品的概念是我们更深入地了解和掌握商品学这门学科的基础。当我们提到商品的时候,首先想到的就是各种各样在市场上交换的产品,如电脑、手机、衣服、牙刷等。事实上,这个时候我们所关注的只是商品的有用性,如电脑可用来上网、存储资料,手机可用来通信,牙刷可以帮助我们清洁牙齿等。而这只是商品内涵的一个方面,商品内涵的另一个方面涉及的是商品的价格,即什么决定了商品的价格,各种不同的商品在市场上以不同的价格交易背后的原因是什么。这两方面的问题即是商品的二重性。

商品是为交换而生产的劳动产品。商品具有使用价值和价值二因素。

#### 1. 商品的使用价值

商品能满足人们某种需要的属性即商品的有用性,就是商品的使用价值。不同的商品具有不同的使用价值,满足人们的不同需要。同一商品可有多种使用价值,满足人们的多种需要。商品使用价值的多少,是随科学技术的发展,不断认识



发现的。商品的使用价值和一般物的使用价值一样,都是构成社会物质财富的物质内容。两者的不同点在于:商品的使用价值是通过交换满足他人的需要,是商品交换价值的物质承担者。使用价值是商品的自然属性,反映人和自然的关系,是一个历史范畴;一般物品的使用价值则是一个永恒范畴。

## 2. 商品的交换价值

商品的交换价值表现为一种使用价值同另一种使用价值相交换的数量上的关系或比例。由于商品的效用不同,所以交换价值各不相同。决定商品交换价值的必须是商品内在的固有的共同的东西,即商品的价值。

## 3. 商品的价值

一切商品都是劳动产品,都包含一定的人类劳动。如果把劳动的具体形态撇开,一切商品都包含一般的无差别的人类劳动即抽象劳动。商品价值是凝结在商品中的一般的人类劳动。价值是商品的内在因素,是交换价值的基础,交换价值是价值的表现形式。

## 4. 商品的使用价值和价值的关系

使用价值和价值是商品内在的二因素,两者是对立的统一。商品是使用价值和价值的统一体。商品使用价值和价值既统一又矛盾。其统一性主要表现为两者相互依赖、互为条件、缺一不可。如果一个物品只有使用价值,而不是劳动产品,或不是为交换而生产的劳动产品,则没有价值,不是商品。反过来,如果一个物品是劳动产品,但没有使用价值,是无用之物,也就没有价值,不是商品。只有既有使用价值又有价值的物品,才是商品。使用价值和价值又是彼此矛盾的,两者互相排斥、互相对立。商品生产者生产商品的使用价值是为了满足社会的需要,从而通过交换实现价值。如果交换成功,商品生产者便把商品的使用价值让渡给消费者,使商品价值得到实现。可见,商品使用价值和价值这对矛盾解决的关键在于交换。

## 5. 商品的基本特征

作为特殊产品的商品应该具有以下三个基本特征:

### (1) 商品是能够满足人某种需要的劳动产品

那些不能满足人们需要,甚至会危害人体健康和财产安全的劳动产品,如假酒、假药、劣质电器、劣质服务等,不能算作商品;虽然具有使用价值,但未经劳动加工的天然物,如天然空气、未开辟的自然风景区等,它们不属于劳动产品,所以也不能叫做商品。

### (2) 商品是供别人消费及社会消费的劳动产品

如马克思所说,“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。”

### (3) 商品是通过交换的劳动产品

商品只有通过交换,到达使用或消费它的用户或消费者手中,才能实现其商用价值。商品对其生产者来说,没有直接的使用价值,只是交换价值的承担者,否则他们就不会把它拿到市场上去卖。商品在市场上卖不出去,使用价值就无法实现,因而商品价值就无法实现。

由此,我们可以归纳出商品的概念。所谓商品,就是通过市场实现交换,进而能够满足人们某种需要的劳动产品。

## 1.1.2 商品学的研究对象与内容

### 1. 商品学是研究商品使用价值的科学

商品学研究的对象是商品的使用价值,即研究商品使用价值及影响使用价值实现的相关因素的客观规律。从商品学研究的对象看,可以确认商品学是一门既具有自然科学性质、又具有社会科学性质的综合性应用学科。

商品具有价值和使用价值。商品的价值是政治经济学研究的范畴,商品的使用价值为商品学这门学科提供材料。

商品的使用价值是由商品体本身的属性所形成的。马克思指出:“物的有用性使物具有使用价值。但这种有用性不是悬在空中的。它决定于商品体的属性,离开了商品体就不存在。”商品的属性构成了其使用价值的物质基础。研究商品的使用价值就必须从与商品有用性相关的属性着手,来研究有关的理论和技术。

商品学研究商品的使用价值,而商品的使用价值具体体现为商品质量,商品质量是衡量商品使用价值高低的尺度,因此,商品质量就成为商品学研究的中心内容。

### 2. 商品学的研究内容

商品学的研究内容就是围绕商品质量这一中心内容研究与商品质量相关的一系列问题,即研究商品质量以及决定和影响商品质量的诸因素,如商品的成分和性质、商品分类与编码、商品标准化、商品包装、商品养护等内容。商品学的研究内容见图 1.1。

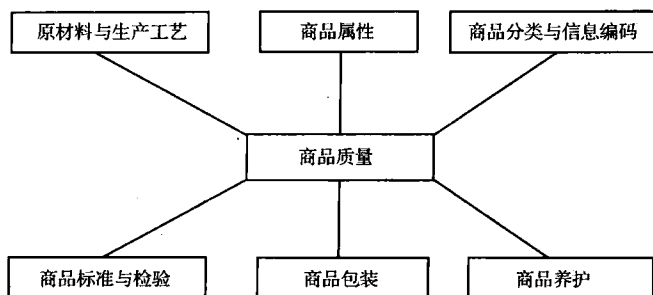


图 1.1 商品学的研究内容

商品质量是一个动态的概念。在不同的历史时期,不同的条件下,对商品质量的要求是不同的。这是由于在不同的历史时期,科学技术、生产水平、生活水平、消费观念的不同,人们对商品质量要求不同。因此,研究商品的使用价值,既要从静态进行研究,又要从动态进行研究,以促进商品质量的不断提高,更好地满足人们的消费需求。

### 1.1.3 商品学的研究任务与方法

#### 1. 商品学的研究任务

商品学的研究任务是由其研究对象和内容决定的,即从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相关的商品质量的基础上,找出商品质量变化的规律及影响商品质量变化的各种内、外因素,探求提高商品质量和开发新产品的途径,促进商品生产部门、流通部门为社会提供需要的、消费者满意的、质量合格的商品,指导消费,推动市场经济发展,实现企业的现代化管理。为此,商品学必须承担以下具体的研究任务:

##### (1) 研究商品质量监督与管理

商品学研究商品使用价值的核心是商品质量,商品质量是实现商品使用价值的基础。商品使用价值是由商品质量表现的,商品质量品级是通过商品质量的评价与鉴定确定的。商品使用价值对于特定的商品体是客观存在的,但在商品生产和流通管理过程中为保证商品使用价值的实现,必须依据商品标准对商品质量进行鉴定、评价、判断与衡量,同时依照法律对商品质量实行监督与管理,维护消费者的权益。

##### (2) 研究商品经营技术

商品经营技术,是指商品在流通领域中的经营管理技术。商品学研究的商品经营技术,主要指科学的商品储存运输技术、保管养护技术、商品使用维修技术等。

商品流通过程中,在外界条件因素作用下,容易引起商品霉腐、锈蚀、鼠咬、虫蛀等,致使商品变质而产生损失,失去使用效能,造成经济损失与浪费。为控制与减少商品在流通领域中的损失,提高经营效益,必须把商品经营技术作为商品学研究任务之一。

### (3) 研究商品促销手段

商品促销手段,是指在商品经营中如何为社会提供所需要的、消费者所满意的商品,从维护消费者利益出发,达到引导消费、指导消费的目的而选定的销售手段。我们研究的商品促销手段,必须是维护消费者利益,为消费者负责的销售手段。在这样的基本思想指导下,选定的促销手段,必须是从指导消费的目的出发,为消费者提供质量可靠、货真价实、信得过的商品。这种促销手段,包含着科学、准确、求实地向消费者宣传介绍商品的原料组成、商品质量、商品性能、特点、效用功能、使用方法、保管方法、维护技术等,从而正确引导消费,促进销售。科学的促销手段,是企业获取信誉、增强市场竞争能力的重要措施。

### (4) 研究商品售后服务

商品售后服务,是指商品售出后,对获得商品的消费者的服务。商品售后服务是为实现商品使用价值而确定的流通领域的最终阶段,同时也是商品进入消费领域中实现商品使用价值阶段对商品质量维护、保养所采取的服务方式。商品使用价值的最终实现阶段是在消费领域中体现,即在消费者那里体现的。事实上,由于多种原因,如消费者对商品的性能特点、使用方法、维修技术不一定掌握和了解,因而许多商品在消费者那里不一定能完全地、充分地实现其使用价值。因此为了充分实现商品使用价值,从商品学研究商品角度,应该把商品售后服务的科学理论与方法纳入商品学研究的任务之中。

### (5) 研究新产品开发

社会生产的根本目的,在于最大限度地满足人们日益增长的物质和文化生活的需要。随着社会发展和人类进步,人民的生活水平不断提高,社会对商品需求欲望也愈来愈高。人们的消费需求结构,已由简单化、单一化、群体化的单层次,向复杂化、多样化、个性化的多层次转化;人们的价值取向,已由坚固耐用、经济实惠的温饱型,向美观漂亮、高雅舒适的享乐型转化;人们的消费观念,已由花色品种单一、大众化的单元型,向款式新颖、风格独特的多元型转化。在市场经济充分发展的条件下,为满足社会需要和市场需求,必须拓宽商品使用领域,扩大商品使用范围,增加商品使用功能。因此,应用新技术、开发新产品是商品学研究的重要任务之一。

### (6) 研究商品生产与环境保护的关系问题

商品的使用价值表现为物的效用,即能满足人们某种需要的有用的物。这种物的效用,必须是为社会、为人类提供健康有利的效用。这里重要的是研究物效用

的后效应问题。物效用的后效应,也同样应该是对社会、对人类健康产生有利的影响和效用。这种对人类健康有利的影响和效用,是通过人与环境直接表现的。随着社会的发展,人口不断增加、资源不断减少,环境保护将成为人类普遍关注的问题。因此,商品学要把环境保护、生态环境的保护同商品的自然属性与商品的社会效应之间的问题,作为商品学研究的重要课题。这也是社会主义市场经济条件下,物质文明建设和精神文明建设的重要课题,也是加快经济建设发展的至关重要的问题。研究商品生产与环境保护的关系不仅关系到国家的可持续发展战略,也关系到科学发展观的真正落实。

## 2. 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

这是一种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。这种实验方法,大多在实验室内或要求条件下进行,对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。如酒成分含量的测定就是采用科学实验法。

### (2) 现场实验法

现场实验法是一些商品学专家或有代表性的消费者群,凭人体的直觉,对商品的质量及其商品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者的技术水平和人为因素的影响,但运用起来简便易行,适于很多商品的质量评定。如茶叶、酒类、某些新产品的试用、试穿等大多采用现场实验法。

### (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,这方面的调查就显得更加重要,而且这种方法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。几乎所有的商品在研制、生产过程中都会用到社会调查法来评估商品的市场潜力,为商品成功打开市场提供有价值的信息。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。

### (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的方法。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。

## 1.2 学习商品学的重要性

商品学是随着商品经济和科学技术的发展而发展的。国外某些发达的国家已将市场学、广告学、商品学视为销售战略的三大支柱。

经济贸易工作是为市场经济发展服务的,是联结生产、消费的桥梁,是工农业生产的纽带。从事经济贸易工作,每时每刻都和商品打交道。要做好商品流通工作,必须掌握国家制定的经济方针、政策,必须具备企业管理、商品经营、市场营销等学科的理论知识,还必须具有商品学的专业知识,只有这样才能做好商品的流通工作。学习商品学的重要性,主要表现在以下几方面:

① 在商品的购、销、运、存等流通环节里,要以商品质量为中心来实现商品的使用价值。为此,要经常研究商品的质量及产销动向,为消费者提供更多的优质商品,以满足广大消费者的需要。

② 市场流通企业,要力求做到所经营的商品让消费者信得过,商品的性能好,使用寿命长,物美价廉,对人的身体健康和环境无害,具有时代感。因此,只有掌握商品学这门科学知识,才能进一步研究商品在流通领域中商品质量变化的规律及其影响因素,进行科学养护。

③ 要做好商品流通工作,供应给消费者的商品,必须符合有关的质量标准。这样就需要通过商品检验工作来测定商品质量,杜绝劣质商品进入流通领域,将优质商品供应给消费者。

④ 只有研究商品的科学分类,才能适应市场流通企业的现代化管理的要求,才能取得最大的经济效益。

## 1.3 商品学的发展概况

商品学的产生和发展与商品经济的兴起以及商业教育事业的发展息息相关。它形成为一门独立的学科,在国外和国内有着不同的发展阶段。

### 1.3.1 国外商品学发展概况

商品学作为一门独立学科,于18世纪中叶诞生于德国,至今约有200多年的历史。自1810年,商品学相继传入波兰、意大利、奥地利、匈牙利、罗马尼亚、俄罗斯、日本、中国等国家。目前,世界上约有30多个国家(主要是俄罗斯、东欧各国、中国、越南、德国、奥地利、意大利、比利时、瑞士、日本、韩国等)把商品学作为一门独立学科,进行商品学教育和科学研究。而在美国、英国、法国等国家中没有商品学学科,只是在市场学、营销学、消费学、家政学等学科中有商品学的内容。

商品学诞生前,商品研究是作为商学研究的一个重要组成部分。在早期的商学书籍中包括大量的商品知识,以便商人在经商过程中认识商品品种和产地、商品真伪与质量优劣。商品学诞生后,在其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学的观点研究商品使用价值,中心内容是商品质量,称为自然科学的商品学或技术商品学;另一个是以自然科学为基础,从社会科学和经济学的观点,特别是从市场营销和消费需求的观点研究与商品质量和品种相关的问题,称为社会科学的商品学或经济商品学。

目前,世界各国的商品学学者对商品学学科有了共识,认为现代商品学是自然科学和技术学、社会科学和经济学复杂融合起来的综合性应用学科,是一门技术与经济相结合的典型边缘学科或交叉学科,必须从技术、经济、社会、市场和消费需求等多方面系统地研究商品的使用价值和全面评价商品质量。

### 1.3.2 我国商品学发展与学术活动概况

我国商品学的发展,经历了漫长的过程。从有关史料记载看,春秋时代师旷的《禽经》、宋朝蔡襄所著《荔枝谱》、明朝李时珍的《本草纲目》等书,对有关商品知识作了介绍。唐代陆羽的《茶经》,概述了茶叶的质量、审评、饮用方法、保管等知识,国内商品学学者认为,这可以说是我国商品学的萌芽。

到了近代,随着商业教育的发展,许多商品学著作也相继出版,如1925年盛在珩的《商品学》,1932年刘冠英的《现代商品学》,1937年方嘉东的《商品研究通论》等。由于当时我国尚处于半殖民地半封建社会,商品经济得不到充分发展,阻碍了商品学研究的发展。

新中国成立后,国民经济得到了迅速恢复和发展,商品学的研究和教学工作取得了一系列的进展。从1950年开始,在高等财经学校的对外贸易和合作经济等专业中分别开设了商品学课程。十年动乱中商品学教学与研究工作受到了严重冲击。改革开放以来,我国经济体制的转变,为商品学的科研和教学工作创造了良好

的环境。近几年有关商品学方面的专著、教材层出不穷,使商品学的研究和教学工作进入了一个崭新的发展时期。

成立于1976年的国际商品学会(IGWT)是国际商品学及其相关领域唯一的国际性学术团体。目前,我国已初步形成了较完善的本科院校、高职高专学校和中等职业学校三级商品学教学与研究体系。中国商品学会(CSCS)于1994年4月正式成立,学会决定每年召开一次年会,进行商品学教学与学术研究活动。中国商品学会(CSCS)是在民政部登记注册的全国性学术团体,主要由全国的大专院校和科研院所从事商品学及其相关专业教学与研究的学者和教授组成,此外还广泛吸纳了质量监督检验检疫、工商管理、中国消费者协会等部门的专家和部分企业家。学会的名誉会长是我国著名的经济学家袁宝华教授,现任会长是中国人民大学商品学系的万融教授。学会的主要宗旨是推动和发展商品学的基础理论及应用研究。学会广泛开展国内外学术交流,主办国内外学术研讨会,代表中国参加国际商品学的学术活动,并参与商品质量及其相关的咨询和培训等活动。



### 本章小结

本章是对商品学课程的总体概述,简要叙述了商品学研究的对象、内容、任务及方法等,使学生对商品学这门课程有一个总体上的了解。



### 思考题

1. 根据商品学研究对象分析商品学的研究内容。
2. 结合本专业谈一谈学习商品学的重要性。
3. 商品学的研究方法有哪些?



## 第 2 章

# 商品的成分与性质

### 学习目标

1. 掌握商品的化学组成与大类商品的基本化学成分。
2. 掌握商品的宏观、微观及内部结构。
3. 掌握商品的物理和化学性质。
4. 初步掌握分析和评价商品的成分、结构和性质等质量因素的能力。

商品的使用价值取决于商品的性质,而商品的性质又是由商品的成分和结构所决定的。因此,要研究商品在流通和使用过程中质量变化的规律,合理组织商品购销,科学进行商品的运输和储存,开发新产品及满足消费需求,必须深入研究商品的成分、结构和性质。

## 2.1 商品的成分

商品的成分是指商品体所含各种化学组分的总称。商品的品种繁多,使用价值及所用原料各不相同,其化学成分亦各不相同。有的商品所含化学成分比较单纯,有的则相当复杂。我们要着重研究各成分与质量的关系,并了解商品标准中对各成分的规定含量,这样,才能从本质上认识商品的自然属性,掌握商品质量的变化规律,适应商贸实践的需要。

### 2.1.1 商品的化学组成成分

商品的化学成分是商品体各种化学组分的总称。不同的商品有其不同的成分。商品的化学成分是决定商品质量高低,有无实际使用价值(食用价值)的重要因素。因此,了解商品的化学成分是鉴定商品质量的主要方法之一。