

商品学

概论

胡东帆 主编

 东北财经大学出版社

99
F76
55
2

商品学概论

胡东帆 主 编
崔炯钟 副主编

东北财经大学出版社

商品学概论

胡东帆 主 编

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

朝阳新华印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

开本:850×1168 毫米 1/32 字数:294 千字 印张:11 3/4

印数:1—4 000 册

1998 年 11 月第 1 版

1998 年 11 月第 1 次印刷

责任编辑:朱 艳

责任校对:尹秀英

封面设计:冀贵收

版式设计:刘瑞东

定价:16.80 元

ISBN 7-81044-510-3/F·1191

内 容 提 要

本书以商品质量为核心研究商品的使用价值。该书系统地论述了商品学的研究对象、商品质量、商品质量的自然属性、商品质量的社会属性、商品质量管理与质量监督、商品标准与标准化、商品分类与编码、商品检验、商品包装、商品的储运与养护、商品的可持续发展、新产品开发等理论问题和管理问题,在内容和理论体系上有所创新,反映了目前国内外商品学研究最新成果和发展方向。

本书为我国高等院校经济管理类专业用书,供经济管理、市场营销、商业经济、工商企业管理、国际贸易、商品经营等专业使用,并可供从事经济管理的相关人员做业务参考用书。

前 言

《商品学概论》是我国高等院校经济管理类专业开设的一门重要的必修专业基础课。

在市场经济条件下,市场中运行的最基本客体是商品,社会的发展、经济的腾飞离不开商品质量这个核心问题。因此,不了解商品的属性,不懂商品的质量便很难在市场经济中立足。《商品学》研究的核心问题恰恰就是商品质量问题,它以商品客体为研究对象,以商品质量为中心内容,研究商品的使用价值,解决商品使用价值的有关基础理论、基本技能和基本方法,满足我国社会主义市场经济条件下经济管理人才的需求。

本书对商品学的内容体系做了较大变动,增加了商品质量的自然属性、商品质量的社会属性、商品质量管理与质量监督、商品的可持续发展、新产品开发等内容,强化了商品质量共性的研究,删去了有关具体商品品种质量特性的内容。在有关商品质量等理论问题上力求科学性、系统性、适用性,以适应市场经济条件下的教学需要。

本书在编写过程中,吸取了我国社会主义建设和改革开放取得的经验,参考和借鉴了国内外有关方面的资料和研究成果。

本书由胡东帆主编,崔炯钟副主编,由胡东帆提出框架结构,拟定编写提纲,并编著第一章、第二章、第四章第一节、第十一章;崔炯钟编写第三章、第六章、第十章;刘士福编写第四章第三节、第七章、第八章;张慎清编写第四章第二节、第九章;于丽敏、赵建中

编写第五章;李金荣编写第十二章;李彪参编第十一章第三节。

全书由胡东帆和崔炯钟统纂定稿。

由于编者水平有限,缺点和错误在所难免,敬请读者指正。

编 者

1998年3月

目 录

第一章 商品学的研究对象、内容与任务	1
第一节 商品学的产生与发展概况	1
第二节 商品学的研究对象	7
第三节 商品学的研究内容与任务	16
第二章 商品质量	21
第一节 商品质量的概念	21
第二节 商品质量的基本要求	31
第三节 影响商品质量的因素	37
第三章 商品质量的自然属性	44
第一节 商品的成分	44
第二节 商品的结构	65
第三节 商品的性质	70
第四章 商品质量的社会属性	91
第一节 商品市场质量	91
第二节 商品包装质量	100
第三节 商品美学质量	108
第五章 商品质量管理与质量监督	125
第一节 商品质量法规	125
第二节 商品质量管理	134
第三节 商品质量监督与认证	147
第六章 商品标准与标准化	156

第一节	商品标准与商品标准体系·····	156
第二节	商品标准的制定、修订与实施·····	167
第三节	商品标准化·····	173
第七章	商品分类与编码·····	194
第一节	商品分类与商品分类标志·····	194
第二节	商品目录与商品分类体系·····	202
第三节	商品编码·····	215
第八章	商品检验·····	224
第一节	商品检验的概念与种类·····	224
第二节	商品抽样与检验方法·····	230
第三节	商品品级·····	241
第九章	商品包装·····	245
第一节	商品包装的分类和技术要求·····	245
第二节	商品的运输包装和销售包装·····	253
第三节	商品包装标志与商标·····	268
第十章	商品的储运与养护·····	280
第一节	商品储运与养护的重要性·····	280
第二节	商品储运·····	281
第三节	商品养护·····	290
第十一章	商品的可持续发展·····	304
第一节	可持续发展性商品·····	304
第二节	商品与资源·····	319
第三节	商品与环境·····	327
第十二章	新产品开发·····	335
第一节	商品信息与预测·····	335
第二节	新产品的定义和分类·····	344
第三节	新产品开发·····	349
主要参考文献 ·····		365

第一章 商品学的研究对象、 内容与任务

商品学是以商品客体为研究对象,以商品质量为中心内容,研究商品使用价值的科学。商品学总体上分为两大部分,其一为《商品学概论》,其二为分类(专业)商品学,如《食品商品学》、《纺织品商品学》、《家用电器商品学》、《日用工业品商品学》等。商品学概论侧重于研究商品学学科的共性,培养学生掌握、研究商品使用价值的有关基础理论和基本方法。分类商品学则是研究学科中具体商品的个性问题,以具体商品的质量为核心,研究其使用价值。《商品学概论》是我国经济管理专业的重要专业基础课。在市场经济条件下,市场中运行的最基本客体是商品,无论是市场的建立,还是商品的流通,以及贸易的发展都离不开商品,其成败和关键在于商品的质量。因此,不了解商品的属性,不懂商品的质量,很难在市场经济中立足。

在国外已将市场学、广告学、商品学视为销售战略的三大支柱。我国经济的腾飞也离不开商品学,离不开商品质量这个核心问题。

第一节 商品学的产生与发展概况

商品学作为一门独立科学,只有两百多年的历史。

商品学特定的研究对象是商品,因此商品学的产生与发展又

与商品经济的产生与发展密切相关,它是商品经济发展到一定阶段的必然产物。伴随着商品经济的逐步深化,商品学的研究领域也在不断地拓宽,商品学自身也处于不断地深化发展之中。

在原始社会阶段,生产力低下,人类处于自给自足的自然经济条件下,没有多余的劳动产品用于商品交换,商品学自然不存在产生的条件。随着生产力的不断发展,有了剩余的劳动产品用于交换,出现了商品经济,人类社会进入了商品和货币交换时代。随着商品经济的发展,人类文化科学技术水平提高,商品学开始处于萌芽阶段,以后逐渐地形成了商品学这门科学。因此,无论是我国的商品学还是外国的商品学,其产生与发展总体上都可分为萌芽、创立和深化发展几个阶段。

一、我国商品学的发展概况

(一)商品学的萌芽阶段

我国是一个历史悠久的文明古国,古代商品经济的发达曾闻名于世,为商品学的萌芽奠定了丰富的物质基础。

唐朝(公元 618 年—907 年)我国封建社会发展到鼎盛时期,当时在西京(西安)、东京(洛阳)两地之间的商业很繁盛,农业、冶炼业、陶瓷业、印刷业和其他手工业都有了很大的发展,广州、泉州、扬州等地已成为我国对外贸易的重要商埠。盛唐中叶我国的茶叶生产很发达,从江淮一带传入北方,运到京城的茶叶品种繁多,色、香、味各异,茶叶作为饮料逐渐盛行起来。当时的复州竟陵(今湖北天门)人陆羽收集了大量有关茶叶生产和消费方面的知识,于公元 780 年写出了《茶经》一书,全书共三卷十篇。书中对各种茶叶的形状、品质、产地、采集、加工炮制、烹饮方法等均有详细论述,书中还对茶叶的审评、用途及储藏方法等内容做了专门介绍。中国的茶叶闻名世界,同《茶经》的问世与传播有着密切的关系,《茶经》促进了茶叶的生产与消费。我国商品学界认为,《茶经》应是世界上最早的一部茶叶商品学专著。

公元 1578 年明朝李时珍完成了《本草纲目》一书,公元 1590 年(明神宗万历十八年)出版的李时珍《本草纲目》五册共 52 卷,收集药物 1 892 种,系统地总结了药物学方面的知识,是我国药物学、植物学等方面的宝贵遗产。《本草纲目》相继被译成多种文字版本在国外流传,曾传入日本,并在日本普及。在日本的商品学学者中占主流的一种看法认为,商品学是由本草学和物产学演变而发展起来的。因此《本草纲目》也是我国历史上较早的一部药物商品学专著。此外,在古代有记载的还有春秋时代师旷著的《禽经》、晋朝戴凯之著的《竹谱》、宋朝蔡襄著的《荔枝谱》、清代王秉之编著的《万宝全书》等。这些学科商品学从内容看趋近于商品学体系,但并未系统化、理论化,只是处在商品学的萌芽阶段。

(二)商品学的创立和发展阶段

19 世纪以来,商品学由德国传入我国,使我国商品学得到迅速发展。1902 年我国商业教育中把商品学作为一门必修课,商品学教育和研究从此也就不断发展起来。

这期间,有 1917 年方嘉东编著的《商品研究通论》,1925 年戴在珣编著的《商品学》,1932 年刘冠英编著的《现代商品学》,1934 年潘吟阁编著的《分类商品学》和王博仁编著的《商品学》等。这些都是我国近代商品学研究中的早期著作。在此期间北平大学、中国大学、津法大学、沪江大学、暨南大学等高等院校先后开设了商品学课程。

1949 年新中国成立之后,许多高等院校相继开设了商品学课程,商品学的教学和研究工作受到了党和政府的极大重视和关怀,取得了一系列的进展。1951 年中国人民大学由苏联专家执教,招收了商品学研究生班,培养了一批商品学的师资骨干队伍。1958 年之后国内许多高等商业、财经院校创办了商品学系、商品学专业或开设商品学课程,编写了许多商品学教材,如中国人民大学出版的《商品学总论》及分论共计五册,黑龙江商学院出版的《日用工业

品商品学》、《食品商品学》、《五金商品学》，由院校与商业部门共同编写的《纺织品商品学》、《针织品商品学》、《百货商品学》、《棉花商品学》、《茶叶商品学》等多种专业商品学。

1959年在《商业研究》刊物中还开展了商品学的研究对象与任务的学术讨论。此后，上海、北京、天津、广州等大型商业企业出版了定期的商品知识刊物，1961年7月开始，《大公报》又开辟专栏开展了商品学学术讨论，1963年9月在哈尔滨召开了首届商品学学术讨论会，这些对我国商品学的研究和发展起到了积极的推动作用。

这个阶段，我国商品学的研究范畴，还只限于商品质量的自然属性研究，还不是全面的商品质量观。

（三）我国商品学的现状——商品学的全面质量观阶段

1978年党的十一届三中全会以来，我国的中心工作转到社会主义现代化建设上来，大力发展社会主义市场经济，商品学得到了迅速发展，商品学的教学和科研工作出现了百花盛开的繁荣景象。近年来，国内商品学界广泛开展了商品学学术讨论和交流活动。1983年以来，相继成立了若干个地方商品学会，1995年10月中国商品学会在北京成立，同年加入国际商品学会，总部设在北京中国人民大学。

在这期间，涌现了一大批热心商品学研究的优秀人才，从事着商品学教学实践和理论研究工作。有不少学者试编写了教材，发表了许多有价值的科研论文。在拓宽商品学研究领域方面取得了共识。普遍认为商品学研究的核心质量应包含明确质量与隐含质量，商品的有形质量与商品的无形质量，商品的内在质量与外在质量。商品质量应是商品质量的自然属性和商品质量的社会属性的总和。从而使商品学的研究和教学工作进入了一个崭新的发展时期，商品学进入全面质量观阶段。这个阶段还将继续深化完善。

二、国外商品学发展概况

(一)商品学的萌芽阶段

据西方和日本文献记载,在 9~10 世纪间,身居大马士革的阿拉伯人阿里·阿德·迪米斯基著有《商业之美》一书,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货的识别指南”。这是现存文献记载中的世界上最早的商业著作。可见,早在一千余年前的早期商业中,识别商品的真伪、优劣已是经商的必备知识和技能。在此之后,在当时欧洲的商业中心意大利的各城市中经商的人也著述了大量内容相近的著作。

16 世纪中叶,意大利的普那斐特药剂师著有《生药学》,从内容体系上看类似药物商品学;日本的直濂道三著有《宜禁本草》;法国官员沙瓦利著有《完美商人》,书中有十余章记述了关于纤维制品和染料为主的各商品的产地、销路、包装和储藏方法等,是当时享有盛名的商业业务书;在俄国也出现了首批商品学书籍。这期间的书,从内容上看趋近于商品学体系,但也都未能系统化、理论化。

(二)商品学的创立发展阶段

在国外,首次开设商品学课程的年代为 18 世纪,德国人约翰·贝克曼教授于 1780 年,在德国哥丁堡大学首次开设商品学课程,并于 1793 年—1800 年出版了《商品学导论》。该书分为二卷册,第一卷内容主要是商品的制造工艺和生产技术方法;第二卷的内容主要包括商品的分类、性能、用途、产地、质量、价格、检验、鉴定及主要市场和商品包装等。从而明确了商品学的研究范围和内容,建立了商品学学科体系,由于贝克曼做出的突出贡献,贝克曼被誉为商品学的创始人,他所创立的《商品学》被誉为“贝克曼商品学”。

俄国于 1831 年在莫斯科商学院开设了商品学课程。1906 年,俄国的尼基琴斯基著有《商品学基础教程》,他被誉为俄国商品学的奠基人,俄国的商品学体系属于技术派,曾对我国建国后的商品

学产生过巨大影响。

英国于 1910 年—1930 年期间,出版了 70 余种商品知识书籍。近年来也出版了不少商品知识丛书。

日本于 1892 年,明治 24 年首次出版了日本人户田翠香编著的《日本商品学》,并规定为学校的教材,1926 年上坂酋三编著了《商品学概论》。

美国于 1936 年出现了商品研究机构,同年出版了哈佛大学戈林女士编著的《购物试验指导》教科书,1946 年加利福尼亚大学出版了《消费品的标准与标志》教课书,近年来又出版《纺织原料学概论》、《现代纺织品》等一些书籍。1976 年成立了国际商品学会,以德文缩写“IGWT”为会徽标志,总部设在奥地利的维也纳经济大学,会刊为《商品论坛——科学与实践》。

(三)国际商品学界的主要学派及学术主张

当今世界商品学界存在着三大学派,即技术学派、经济学派和融合学派。

1. 技术学派

技术学派主张从自然科学方面研究商品学,确立以商品检验和鉴定为主体的商品学,运用物理、化学、电子学等方面的研究成果,开展对商品质量的研究,把商品的有形内在质量、质量标准、检验和鉴定方法,作为商品学的主要研究内容。进入 20 世纪,技术学派其理论和体系趋于完善,在意大利、奥地利、俄国、东欧一些国家,以及日本和我国都先后开始讲授这一体系的商品学。

2. 经济学派

经济学派主张从社会科学方面研究商品学,主要是从市场经济出发,建立以市场价值为中心的商品学。着重研究商品的经营管理、商品销售、商品广告、商品包装、消费者和市场信息等。

1804 年德国尼恩贝格大学劳克斯教授,首次提出了经济商品学大纲和体系的设想,1947 年德国的珀施尔教授创立了《目的论》

商品学,1958年奥地利维也纳经济大学格伦斯洗特尔创立了《商品经济学》,1961年德国科隆经济大学库兹尼格教授创立了《经济商品学》。

3. 融合学派

融合学派主张从技术和经济两方面来研究和评价商品的使用价值,使商品学成为一门典型的边缘科学,是一门具有较强实践性的应用技术科学。

日本的水野良象主张:“商品学既不是研究物质的自然科学,也不是研究经济的社会科学,而是这两者融合起来的一门科学。”德国的费尔认为:“现代商品学应把商品作为经济物,从自然科学和技术科学及经济科学方面研究和探讨商品形成全过程中的各种现象及变化规律。”奥地利的加瑟勒认为:“传统的商品学中应保留自然科学的内容,但还要增加市场学、销售学、市场情报、质量管理等经济科学和管理科学的内容。”中国人民大学由万融等编著的《商品学概论》中认为:“现代商品学围绕商品—人—环境系统,从技术、经济、社会等多方面,运用自然科学、技术科学与社会科学相关的原理和方法,综合研究商品与市场需求;商品与资源合理利用;商品与环境保护;商品开发与高新技术;商品控制、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、标识;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。”

第二节 商品学的研究对象

商品学作为一门独立的科学,有它特定的研究对象和范畴。商品学研究的客体是商品,商品具有价值和使用价值两种属性,商品的价值早已属政治经济学研究的对象和范畴,商品学的研究对象

主要是商品的使有价值。

一、商品

(一) 商品的概念

商品是指用来交换,并能满足人们和社会某种消费需要的劳动产品。商品是一种特指范畴的产品。

1. 商品是劳动的产物

商品首先是劳动的产物。商品是由人们的劳动创造出来的,这种产物可以是有形的,也可以是无形的。有形商品通常是需要人们经过设计、加工、制作等一系列劳动而产生出来的有形物品或产品。这里特别强调指出,它必须是经过劳动而获得的。某些天然的物品,如果人们是不劳而获,为己所用就不能称为商品,如空气、自然水、沙石等。如果这些天然物品经过人们劳动而用于交换则另当别论,如河沙通过人们劳动挖出后,装袋或装车出售用于建筑材料,就构成商品。无形商品如知识、技术等。

2. 商品能满足人们和社会的某种需要

商品能满足人们和社会的某种需要是指商品的使用价值,即商品的有用性。“物的有用性使物成为使用价值。但这种有用性不是悬在空中的,它决定于商品体的属性,离开商品体就不存在了”。(马克思:《资本论》,第1卷,第48页)。所以使用价值是由商品本身能满足人们某种需要的属性所形成的。商品体的属性包含商品的自然属性和商品的社会属性两部分。商品的自然属性主要形成人们的明确需要,商品的社会属性则主要形成了人们的隐含需要,如心理上、精神上、感情上的需要等。商品如果不能满足人们的明确需要和隐含需要就失去了使用价值。失去了使用价值的劳动产品,如废弃、假冒等劳动产品,也不能算作商品。

3. 商品必须用于交换

为自己消费而生产的产品不是商品,为他人生产的产品,如不经交换也不是商品。因为这类劳动产品,只有使用价值而无价值,

不能体现货币形式。商品是供他人或社会消费,而不是供生产者或经营者自身消费的劳动产品。商品必须是通过交换而到达别人手中的劳动产品,也就是说商品必须用于交换。正如马克思所指出的: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,它生产的就只是使用价值,而不是商品,它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1972年)。如手工业者自产留下自用的手工业品,农民自产留下自用的农业副产品,就不能归于商品。

商品要交换就必须进入市场,并受市场规律的制约,如价值规律、供求规律、竞争规律等。商品交换是在一定经济条件下产生和存在的历史范畴,是社会分工和产品属于不同所有者的结果。

(二)商品的宏观分类

《国际标准化组织质量管理 and 质量保证技术委员会》(ISO/TC176)指出:“产品是指活动或加工的结果。产品可以是有形的,也可以是无形的,也可以是两者的结合,叫做通用产品,产品包括硬件产品、软件产品、流程性产品、服务活动四大类,或称四类产品类型。”

据此,将商品按商品的形态和类型特征进行如下分类。

1. 按商品的形态分类

(1)有形商品

有形商品是以物质状态存在的核心商品体及它的有形附加物,例如,进入服装市场、食品市场、五金市场、百货市场等以物质状态存在的商品。

(2)无形商品

无形商品是劳动的无形产物,其存在状态相对于有形商品而言是无形的,它不是以物质状态存在的,例如,知识、技术、证券、股票、服务、劳务等。