

● 现代商业企业经营与管理知识丛书之十

商品学基础

SHANG PIN XUE JI CHU

武模存 主编



中国商业出版社

92
F76
4

现代商业企业经营与管理知识丛书之十七

商品学基础

主 编 武模存

副主编 邢竹生 王 敏

XALOS/14



3 0116 2578 1



中國商業出版社

B

11021

登记证号：（京）073号

责任编辑：良言

封面设计：高学军

商品学基础

武模存 主编

◆

中国商业出版社出版发行

山东省东平印刷厂印刷

◆

787×1092毫米32开 6 75印张 141千字

1992年2月第1版 1994年2月第1次印刷

印数 1—5000 定价 2.95元

IS BN7—5044—1304—6/F·868

丛书组编说明

在商品经济蓬勃发展，经营环境日趋复杂，企业竞争日益激烈的今天，商业企业要站稳脚跟并求得发展，就必须实现经营与管理工作的科学化和现代化，而要实现其科学化和现代化，则离不开现代经营与管理知识。鉴此，我们组编了《现代商业企业经营与管理知识》丛书。

该丛书，融理论性与应用性为一体，力求用新思想、新材料、新形式，较为系统地介绍有关现代商业企业经营与管理方面的知识，以培养学生，帮助广大商业职工开阔视野、更新知识、掌握科学的经营与管理方法，为繁荣社会主义商业服务。

本丛书由中商部商业中专教材委员会主任姜受堪、山东济宁供销学校校长石林、中商部供销中专教材委员会副主任向祖庚、中国商业经济学会和中国供销合作经济学会副会长杨培伦主审，山东供销职工大学的张新华主编，《当代企业家》杂志社主编耕夫、中华人民共和国商业部的姚重璞、山东省供销合作社的孟晓东任副主编。

由于我们水平有限，虽尽了极大努力，但从书中还可能存有欠妥之处，恳请广大读者批评指正。

《现代商业企业经营与管理知识》丛书编委会

一九八九年六月于北京

现代商业企业经营与管理知识丛书

编委会

主 审	杨培伦				
	石 林	向祖庚	姜受堪		
主 编	张新华				
副主编	姚重璞	孟晓东	耕 夫		
委 员	孟晓东	向祖庚	滕荣祥	朱纬文	
	杨培伦	姜受堪	景 荣	方修红	
	石 林	曹正辉	郭呈祥	李兴华	
	姚重璞	耕 夫	张新华	欧阳贺	
	许光启	丁方明	高 智	夏孝天	

编写说明

《商品学基础》是应全国商业、供销中专学校文科类专业教学之急需，根据商业部新颁发的中等专业学校教学大纲编写的专业基础课教材。

参加本书编写的有（以章次为序）：山东省泰安商校的武模存，湖北省谷城成人中专学校的张科，浙江省金华供销学校的邢竹生，山东省烟台供销技工学校的宋青、曹淑波，黑龙江省牡丹江商校的尹兴堂，山东省惠民地区供销技工学校的索荣英，山东省枣庄商校的王敏。

该书由张新华策划，武模存主编，邢竹生、王敏担任副主编。

编者

1992年1月26日

绪 论

一、商品学研究的对象与内容

商品学作为一门科学，自然有其特定的研究对象。商品学研究的客体是商品。商品具有使用价值和价值两重属性。价值反映商品的社会属性，属于政治经济学的研究范畴，而使用价值作为商品的自然属性，则为商品学这门学科提供材料，属于商品学的研究范畴。因此商品学是研究商品使用价值的科学。

商品的使用价值是由商品体的自然属性和社会效应构成的。商品只有满足人们的某种需要，即具有有用性时，其使用价值才能够实现。也就是说，作为社会商品，要具有广泛的适应性，反映商品的时代特点。

商品使用价值的实现过程，是商品从流通领域进入到消费领域的过程。因此，研究商品的使用价值，应在研究商品的自然属性即自身效用的同时，对商品生产领域的技术条件，流通领域中的商品使用价值的评价、维护及其变化规律以及商品的结构、外观花色、款式及包装装潢等作一番考察研究。只有综合研究商品的使用价值，才能保证进入消费领域商品的内在质量和外观质量。最终促使商品使用价值早日实现。

商品质量是衡量商品使用价值的尺度。因此，在研究商

二、商品学的作用

世界上发达的资本主义国家通常将市场学、广告学、商品学作为其销售战略的三大支柱。在我国，则将经营管理和商品学视作是商业工作的两个轮子。

（一）商业部门经营的商品有几十万种，成分复杂，种类繁多。只有通过科学分类，才可适应商业、供销企业现代化管理的需要。对于商业部门中的商品收购、储存、调拨、销售、加工等活动也是如此，从而起着促进生产、繁荣经济、方便生活的作用。

（二）通过严格商品检验制度，把好质量关。实行优质优价，以质论价的活动，从根本上杜绝劣质商品进入流通领域。

（三）由于新材料、新工艺、新技术的不断开发与利用，新产品层出不穷。与此相适应的是，要充分利用这些先进的东西，更好地开发新产品，需要我们掌握商品的性能、特点，采取先进的管理方法，提高商品的质量，为广大消费者生产出更多更优的新产品。

（四）商业经营者只有正确掌握商品质量变化规律，充分了解商品的性能、质量、品种、包装、装潢、保管、流转时间、流通费用、价格、供需状况、使用状况等知识，才能更好地开展商业服务工作。

这些就需要我们学习商品学知识。

三、商品学发展简史

商品学是随着商品经济而产生发展的。它大致经历了三

个阶段：商品学萌芽阶段、商品学创立阶段和商品学发展阶段。

（一）商品学萌芽阶段

商品学是在商品经济发展到一定历史阶段才出现的。鉴于各国历史发展状况不同，因而各国商品学的产生也不一致。在意大利，药剂师普那菲特于1553年编著的《生药学》，据说是世界上最早的一部商品学，在俄国，曾在1575年出版过一本《商业教科书》；在日本，直濑道三于16世纪著有《宜禁本草》；在法国，萨莱维于1675年写出同国外进行贸易的一般知识，分别讲述了商品的产地、销售、制造、储存等知识；马佩格尔于1708年编写了商品辞典，使商品知识进一步规范化；在德国，卡尔·路德维斯·卡塔于1717年出版了商品学教科书，主要讲述了商品的分类、生产、性质、选择、鉴定、价格、包装、储存、用途等，其内容非常接近现在的商品学体系；在我国，公元800年陆羽著《茶经》，公元1578年李时珍著的《本草纲目》都是较早的商品学。

（二）商品学创立阶段

1780年，德国的约翰·贝克曼著《商品学绪论》，形成了古典商品学的科学体系。该书主要讲授了商品的生产技术及商品的性质、产地、价格、包装等商品知识。

十九世纪产业革命后，商品经济进一步发展。德国的朱雷斯·维斯纳尔创立了原料质量鉴别法，写出了《工业显微镜》、《植物原科学》，建立了鉴定商品学的独立思想。

俄国于1831年在莫斯科商学院开设商品学，1839年出版了商品学书籍，1860年编写了《商品学教程》，1906年创立

了食品商品学和工业商品学。

日本在1811年编著了《怀山食胜》。明治以后，东京商法讲习所开设《物产志》，它近似于商品学。明治24年出版了《日本商品学》。

1917年，我国方嘉东著《商品学研究通论》。1925年，戴在胸著《商品学》；1932年，刘冠英著《现代商品学》；1936年后，各大学相继开设商品学课程。

（三）商品学发展阶段

20世纪，商品经济有了很大发展，商品学也随之发展。1906年，俄国尼基琴斯基编著了《商品基础教程》；1926年，日本坂西三著《商品学概论》；东欧等其它国家也有很大发展。1976年成立了国际商品学会。形成了三个流派，经济学派、技术学派和融合派。技术学派主要从自然科学基础上研究商品学，以商品鉴定为主体；经济学派从社会科学基础上研究商品学，以市场价值为中心；融合二者的思想便形成了融合派。

商品学的学科内容不断发展变化，在保留传统商品学、自然科学的基础上，还需增加市场学、销售学、市场情报、质量管理等经济科学和管理科学的内容。

建国后，我国商品学的教学和科学研究有了很大飞跃。尤其在十一届三中全会以后，经济迅速发展。1983年，天津成立了商品学学会，随即西安、黑龙江、内蒙古等地也先后成立了商品学学会。

习 题

一、为什么说，商品学的研究对象是商品的使用价值而

不是商品质量？

二、商品学包括哪些研究内容？

三、我们为什么要学习商品学？

四、简述商品学的发展概况。

目 录

绪 论	1
第一章 商品质量	1
第一节 商品质量的涵义	1
第二节 商品质量的评价要素	8
第三节 影响商品质量的因素	7
第四节 商品质量管理	12
第二章 商品性质	19
第一节 商品的化学性质	19
第二节 商品的物理性质	38
第三节 商品的机械性质	45
第四节 商品的生物学性质	51
第三章 商品分类	58
第一节 商品分类与分类体系	58
第二节 商品分类方法	60
第三节 商品分类标志	63
第四节 商品目录	67
第五节 商品编码	69
第四章 商品标准	72
第一节 商品标准及其分类	72

第二节	商品标准的分级和标准号	74
第三节	商品标准的制订	83
第四节	商品标准化及其作用	91
第五章	商品检验	99
第一节	商品检验的发展概况	99
第二节	我国的商品检验工作	100
第三节	商品检验方法	103
第四节	商品质量分级	110
第六章	商品包装与装璜	112
第一节	商品包装的概念及作用	112
第二节	商品包装的种类及技术要求	114
第三节	商品包装材料与包装方法	118
第四节	商品包装标志	122
第五节	商品包装装璜的意义及商品销售包装的造 型结构设计	128
第七章	商标与商品广告	133
第一节	商标的概念及作用	133
第二节	商标的种类与设计原则	136
第三节	商品广告的概念及作用	143
第四节	商品广告的种类与设计要 求	144
第八章	商品贮存	149
第一节	商品的贮存条件及场所	149
第二节	普通商品的贮存	154
第三节	食品商品贮存	158
第四节	鲜活食品贮存	166
第五节	危险品的贮存	175

第九章 仓储商品养护	180
第一节 仓库温湿度及其管理	180
第二节 商品霉腐的防治	188
第三节 商品锈蚀的防治	193
第四节 商品老化的防治	197
第五节 食品污染的防治	200
第六节 仓库害虫的防治	204

第一章 商品质量

商品质量是商品学研究的主要问题。商品学不仅要全面阐述商品质量的评价要素以及影响商品质量的因素，而且还要研究检验商品质量的科学方法和技术，研究商品的合理包装、运输、保管、销售条件、质量服务等，以促进生产、流通和使用过程中的质量控制和质量保护，在最大限度内发挥商品的物质效应。

第一节 商品质量的涵义

一、商品质量的涵义

一般地说，质量是适合一定用途、满足用户需要的各种特性，或简称为适用性。这种适用性表现在精度、效率、寿命、安全、可靠、美观等各种质量特性上。确切地说，质量就是指产品、过程或服务满足规定要求的一切特征和特性的综合。

商品质量是评价商品使用价值优劣程度，反映商品和服务等各种属性的综合。商品质量的涵义可分为狭义和广义两种。

（一）商品质量的狭义定义

狭义的商品质量是指商品与特定技术指标的符合程度。

商品的自然属性或特征，一般用规定的技术指标来表示，技术指标通常有国家标准、专业标准或合同签订中的有关规定。如加工精度、操作性能、使用寿命、经济性、可靠性、安全性等。技术指标反映着不同社会形态下，不同时期生产技术水平 and 消费者的要求。人们按照规定的技术标准来衡量商品的质量。凡是符合技术标准要求的产品叫合格品，反之，就属于不合格品。在合格品中，还可分为一级品、二级品等。在不合格品中又可分为等外品、不合格品和废品等。由此可见，商品质量是衡量使用价值的尺度。这个尺度不是一成不变的，随着生产技术的不断发展和人们要求的不断提高，商品的质量标准也会不断提高。

这里需要进一步明确“使用价值”与“质量”的本质区别。商品的使用价值是指商品能够满足人们某种需要的属性，即“有用性”，如粮食可以用来充饥、衣服可以用来御寒等，而商品质量，除了表明商品的有用性之外，还要表明这种商品的有用程度，如商品的使用寿命等。因此，商品使用价值是商品质量的基础，商品质量是衡量商品使用价值的尺度。

（二）商品质量的广义定义

广义的商品质量是指商品满足消费者需要，完成某使用价值的性能，包括商品的制造质量和企业的服务质量。商品质量范围包括商品的设计特征，可用性，可靠性，安全性，适用性，检验和维修保养，总的成本费用及交货日期等，都属于商品质量的范围。

二、提高商品质量的意义

商品质量的高低，是衡量一个国家或地区生产力发展水

平的重要标志，也是衡量人民生活水平高低的重要标志。

提高商品质量，就是增进商品的有用性，延长商品的使用期限。商品寿命的延长等于增加了商品的数量，增加了社会财富。这不仅节约了原材料，节约了社会劳动力，而且也减少了消费者的经济开支，使他们能够买到物美价廉的、经久耐用的商品，在生产和生活中获得较好的物质条件，有利于调动广大人民群众建设有中国特色的社会主义的积极性。

提高商品质量能够增强企业的竞争能力，使其立于不败之地。邓小平同志曾经指出：“产品不能只讲数量，不讲质量。要打开出口销路，关键是质量问题，质量不高，就没有竞争力。”这就说明了商品质量（含服务质量）是企业在国内、外取得信誉和竞争优势的主要依据，是企业的生命所在。

提高商品质量，减少不合格产品的生产，体现了增产节约的精神，它能够提高劳动生产率，降低成本，增加企业利润。

为此，我们广大商品生产者和商业工作者，要本着对国家、对人民高度负责的精神，在发展社会主义商品经济的过程中，高度重视商品质量，不断提高商品质量。

第二节 商品质量的评价要素

商品质量的好坏关系到国民经济的全局，关系到人民生活、国家信誉、社会主义现代化建设。产品质量差，是目前我国经济生活中许多困难的症结所在，这种状况不改变，不仅当前经济发展中面临的诸多矛盾难以解决，而且也不能真正实现国民经济持续、稳定、协调发展。同时，现代的市场竞争归根结底是商品质量的竞争，优胜劣汰。因此，商品质量也