



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



现代商品学

主 编 袁长明

副主编 谭红霞 王晓莉 刘 萌 胡捍东

PUTONG GAODENG JIAOYU “11.5” GUOJIAJI GUIHUA JIAOCAI

XIANDAI
SHANGPINXUE



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

现代商品学

主 编 袁长明

副主编 谭红霞 王晓莉 刘 萌 胡捍东



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代商品学/袁长明编. —北京:北京师范大学出版社,
2008.3

普通高等教育国家“十一五”规划教材
ISBN 978-7-303-09095-2

I. 现… II. 袁… III. 商品学-高等学校-教材 IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 010853 号

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn
北京新街口外大街 19 号
邮政编码: 100875

印 刷: 唐山市润丰印务有限公司
经 销: 全国新华书店
开 本: 170 mm × 230 mm
印 张: 24.5
字 数: 433 千字
版 次: 2008 年 3 月第 1 版
印 次: 2008 年 3 月第 1 次印刷
定 价: 32.00 元

责任编辑: 姚贵平 装帧设计: 李葆芬
责任校对: 李 菡 责任印制: 马鸿麟

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

出版说明

高等职业教育是新世纪我国高等教育大众化进程中的一个亮点，正由规模扩张转向内涵发展。高等职业教育内涵发展的核心是课程建设。只有有一套充分体现高等职业教育规律、符合高职学生学习特点、与职业岗位或职业岗位群相匹配的课程体系，才能有效发挥高等职业教育的特长，为社会各行各业培养具备全面素质和良好综合职业能力的高层次、应用型人才。

北京师范大学出版社是教育部职业教育教材出版基地之一，有着 20 余年的职业教育教材出版历史，积累了丰富的高等职业教育教材编辑出版经验。近年来，在教育部高等教育司、职业教育与成人教育司以及北京师范大学的支持下，北京师范大学出版社汇聚教育界、出版界的专家及高等职业院校的优秀教师组建了“全国职业教育教材改革与出版领导小组”，具体负责指导职业教育教材研发工作，以为高等职业教育的课程建设贡献一份力量。目前，我社按照“就业导向、能力本位、任务驱动”等职业教育新理念的要求，研发了高职高专文化基础课、专业主干课教材 100 余个品种，其中近 30 种被列为国家级“十一五”普通高等教育规划教材。这些教材具有如下特点：

1. 紧密结合高等职业教育改革与发展的需求。这批教材依据教育部或相关行业协会颁布的课程标准或教学纲要，针对高等职业教育的培养目标，以就业导向、能力本位为指导，以综合职业能力培养为重点，以为学生职业生涯发展服务为目的，设计教材体系、选择教材内容，体现出先进性、科学性和时代性的特点。

2. 针对高职学生的学习特点精心设计教材的栏目。这批教材注重学生学习兴趣的激发，在表现形式上力求灵活多样、新颖精致，

既体现教材内容的特点，又与高职高专院校学生的学习习惯、认知能力和相应的职业岗位群的要求相适应。各书有选择地设计了以下栏目：

学习目标：简明扼要地指出各章的学习方向，引导学生有的放矢地学习。

案例分析：以实例创设学习情境，引导学生学习新知识，形成新技能。

提个醒：告诉学生在学习相关内容的过程中应注意的问题，以提高学习的效率和效益。

小思考：用有趣而有效的问题，启迪学生的思维。

小资料：提供相关材料或背景资料，拓展学生的视野。

小知识：生动而有趣的知识点，帮助学生吃透学习内容，增强学习兴趣。

本章小结：概括本章的主要内容，有助于学生从整体上把握知识结构和复习巩固所学内容。

思考与练习：精心设计各种类型的练习题，供学生复习、实践使用，以全面提升学生的综合能力。

3. 紧密结合行业发展动态。这批教材充分吸收了行业的新知识、新技术、新工艺、新规范，并注重根据行业的发展及时更新教材的内容，突出教材的职业性与实践性。

4. 形成了立体化、网络化的资源。我们在组织教材研发的过程中，配套研发了电子教案、课件或实验、实习指导材料等。

综合看，这些教材理念先进、内容丰富、形式新颖、语言通俗，注重理论知识的“必需、够用”，更强化以实践能力、创新能力为重点的综合职业能力的培养。

高职高专教材建设是一项复杂的、系统的工作。我们将在未来的日子里，与高等职业教育的改革同行，致力出版精品教材，服务并促进高等职业教育的发展。

全国职业教育教材改革与出版领导小组
北京师范大学出版社

参加教材编写的单位名单

(排名不分先后)

沈阳工程学院	唐山学院
山东劳动职业技术学院	江西现代职业技术学院
济宁职业技术学院	江西生物科技职业学院
辽宁省交通高等专科学校	黄冈高级技工学校
浙江机电职业技术学院	深圳高级技工学校
杭州职业技术学院	徐州技师学院
西安科技大学电子信息学院	天津理工大学中环信息学院
西安科技大学通信学院	天津机械职工技术学院
西安科技大学机械学院	西安工程大学
天津渤海职业技术学院	青岛船舶学院
天津渤海集团公司教育中心	河北中信联信息技术有限公司
连云港职业技术学院	张家港职教中心
景德镇高等专科学校	太原理工大学轻纺学院
徐州工业职业技术学院	浙江交通职业技术学院
广州大学科技贸易技术学院	保定职业技术学院
江西信息应用职业技术学院	绵阳职业技术学院
浙江商业职业技术学院	北岳职业技术学院
内蒙古电子信息职业技术学院	天津职业大学
济源职业技术学院	石家庄信息工程职业学院
河南科技学院	襄樊职业技术学院
苏州经贸职业技术学院	九江职业技术学院
浙江工商职业技术学院	青岛远洋船员学院
温州大学	无锡科技职业学院
四川工商职业技术学院	广东白云职业技术学院
常州轻工职业技术学院	三峡大学职业技术学院
河北工业职业技术学院	西安欧亚学院实验中心
陕西纺织服装职业技术学院	天津机电职业技术学院

漯河职业技术学院
济南市高级技工学校
沈阳职业技术学院
江西新余高等专科学校
赣南师范学院
江西交通职业技术学院
河北农业大学城建学院
华北电力大学
北京工业职业技术学院
湖北职业技术学院
河北化工医药职业技术学院
天津电子信息职业技术学院
广东松山职业技术学院
北京师范大学
山西大学工程学院
平顶山工学院
黄石理工学院
广东岭南职业技术学院
青岛港湾职业技术学院
郑州铁路职业技术学院
北京电子科技职业学院
北京农业职业技术学院
宁波职业技术学院
宁波工程学院
北京化工大学成教学院
天津交通职业技术学院
济南电子机械工程学院
山东职业技术学院
天津中德职业技术学院
天津现代职业技术学院
天津青年职业技术学院
无锡南洋学院
北京城市学院
北京经济技术职业学院

北京联合大学
大红鹰职业技术学院
广东华立学院
广西工贸职业技术学院
贵州商业高等专科学校
桂林旅游职业技术学院
河北司法警官职业学院
黑龙江省教科院
湖北财经高等专科学校
华东师范大学职成教所
淮南职业技术学院
淮阴工学院
黄河水利职业技术学院
南京工业职业技术学院
南京铁道职业技术学院
黔南民族职业技术学院
青岛职业技术学院
陕西财经职业技术学院
陕西职业技术学院
深圳信息职业技术学院
深圳职业技术学院
石家庄职业技术学院
四川建筑职业技术学院
四川职业技术学院
太原旅游职业技术学院
泰山职业技术学院
温州职业技术学院
无锡商业职业技术学院
武汉商业服务学院
杨凌职业技术学院
浙江工贸职业技术学院
郑州旅游职业技术学院
淄博职业技术学院
云南机电职业技术学院

云南林业职业技术学院	天津石油职业技术学院
云南国防工业职业技术学院	渤海石油职业技术学院
云南文化艺术职业学院	天津冶金职业技术学院
云南农业职业技术学院	天津城市职业学院
云南能源职业技术学院	常州机电职业技术学院
云南交通职业技术学院	天津公安警官职业技术学院
云南司法警官职业学院	武警昆明指挥学院
云南热带作物职业技术学院	天津工业大学
西双版纳职业技术学院	天津开发区职业技术学院
玉溪农业职业技术学院	黑龙江大兴安岭职业学院
云南科技信息职业学院	黑龙江农业经济职业技术学院
昆明艺术职业学院	黑龙江农业工程职业技术学院
云南经济管理职业学院	黑龙江农业职业技术学院
云南爱因森软件职业学院	黑龙江生物科技职业技术学院
云南农业大学	黑龙江旅游职业技术学院
云南师范大学	中国民航飞行学院
昆明大学	四川信息职业技术学院
陕西安康师范学院	四川航天职业技术学院
云南水利水电学校	四川成都纺织高等专科学校
昆明工业职业技术学院	四川科技职业学院
云南财税学院	四川乐山职业技术学院
云南大学高职学院	四川泸州职业技术学院
山西综合职业技术学院	四川成都农业科技职业技术学院
温州科技职业技术学院	四川宜宾职业技术学院
昆明广播电视大学	江西省委党校
天津职教中心	齐齐哈尔职业学院
天津工程职业技术学院	深圳安泰信电子有限公司
天狮职业技术学院	山东经济干部学院
天津师范大学	潍坊教育学院
天津管理干部学院	德州科技职业技术学院
天津滨海职业技术学院	天一学院
天津铁道职业技术学院	成都烹饪高等专科学校
天津音乐学院	

前言

本书从高职高专的人才培养目标出发,理论以“必须、够用”为度,吸收了国内外商品学发展中的一些最新成果,增加了大量的案例和实训项目,体现了理论与实务相结合的特点,突出了实践性和实用性。

本书既可作为高职高专院校、成人高校的经济管理类专业的教学用书,也可作为商贸、物流等企业员工的学习用书。

本书由袁长明任主编,谭红霞、王晓莉、刘萌、胡捍东任副主编。具体编写分工如下:袁长明、吕云成编写第一章、第三章、第九章、第十二章,白雪编写第二章,刘萌、胡宁编写第四章,谭红霞编写第五章、第七章、第十三章,胡捍东、王晓莉编写第六章、第十章、第十一章,袁长明、刘媛媛编写第八章。

本书在编写过程中,吸收了有关专家、学者的一些观点,在此一并表示衷心感谢!

由于水平所限,书中可能尚存不足之处,恳请读者批评指正。

编 者

2007年12月

目录

Contents

第一章 绪论 (1)

第一节 商品及商品学的

概念和特性 (1)

一、商品的概念和属性 ... (1)

二、商品学的概念、学科

性质及学科体系 (3)

第二节 商品学的研究内容、

任务与方法 (5)

一、商品学研究的基本内容

..... (5)

二、商品学研究的任务 ... (5)

三、商品学的研究方法 ... (6)

第三节 商品学的发展 (7)

一、我国商品学的发展简况

..... (7)

二、国外商品学的发展简况

..... (8)

三、商品学学派与发展特点

..... (8)

第二章 商品质量与质量管理

..... (12)

第一节 商品质量概述 (12)

一、商品质量的概念 (12)

二、现代商品理念 (14)

三、保证和提高商品质量

的意义 (15)

第二节 商品质量的要求

..... (17)

一、商品质量的基本要求

..... (17)

二、几个大类商品的质量

要求 (19)

第三节 影响商品质量的因素

..... (26)

一、生产过程中影响商品

质量的因素 (26)

二、流通过程中影响商品

质量的因素 (28)

三、使用过程中影响商品

质量的因素 (29)

第四节 商品质量的管理和

监督 (29)

一、商品质量管理 (29)

二、商品质量管理的基本

方法 (30)

三、商品质量监督 (33)

第三章 商品标准 (39)

第一节 商品标准和商品标

准化 (39)

一、商品标准的概念、分

类及作用 (39)

二、商品标准化 (42)

三、商品标准的分级 (45)

四、商品标准的内容 (52)

第二节 商品质量认证 (55)

一、商品质量认证的概念 和作用	(55)	第五节 商品归类	(90)
二、商品质量认证的类型和 程序	(55)	一、商品归类的概念	(90)
三、质量体系及其他体系 认证	(57)	二、商品归类的前提	(91)
四、我国的商品质量认证 工作	(59)	三、商品归类的依据	(92)
五、常见的认证机构及标志	(60)	四、商品归类的操作程序	(94)
附录 部分商品最新行业标准 简介	(63)	附录 《中华人民共和国海 关进口税则 1998》 摘选	(95)
第四章 商品分类	(67)	第五章 商品检验	(99)
第一节 商品分类的原则及方法	(67)	第一节 商品检验概述	(99)
一、商品分类的概念	(67)	一、商品检验的概念与依据	(99)
二、商品分类的作用	(68)	二、商品检验的内容与形式	(100)
三、商品分类的原则	(69)	三、商品检验的程序 ...	(104)
四、商品分类的基本方法	(70)	第二节 商品检验的方法	(105)
第二节 商品分类标志和分类 体系	(71)	一、感官检验法	(105)
一、选择商品分类标志的 原则	(71)	二、理化检验法	(107)
二、商品分类标志	(72)	第三节 商品抽样	(108)
三、商品分类体系	(73)	一、抽样的概念与原则	(108)
第三节 商品目录和商品编码	(74)	二、抽样的要求和方法	(109)
一、商品目录	(74)	第四节 商品品级	(110)
二、商品编码	(77)	一、商品品级概述	(110)
第四节 商品条形码	(78)	二、商品分级方法	(112)
一、商品条形码概述	(78)	第五节 商业企业的商品 质量监督检验 ...	(113)
二、商品条形码的种类与 结构	(80)	一、商业企业质量监督 检验的基本环节 ...	(113)
		二、商业企业商品质量监督 检验的基本要求 ...	(114)

三、商业企业商品质量 检验的基本内容 … (115)	三、包装的绿色标志与法规 …………… (146)
四、伪劣商品及其特征 …………… (116)	四、绿色包装的主要手段 …………… (147)
附录 常见的大类商品 需要索取的文件、 证件 …… (121)	五、我国积极发展绿色包装 …………… (149)
第六章 商品包装 …… (124)	第七章 商品储运与养护 … (152)
第一节 商品包装的概念及 作用 …… (124)	第一节 商品储运 …… (152)
一、商品包装的概念 … (124)	一、商品储运概述 …… (152)
二、商品包装的作用 … (125)	二、商品储运期间的质量 变化 …… (155)
第二节 商品包装种类与 包装材料 …… (126)	三、影响商品质量变化的 外界因素 …… (162)
一、商品包装的种类 … (126)	第二节 商品养护 …… (166)
二、商品包装的材料 … (127)	一、商品养护概述 …… (166)
第三节 商品包装技法 … (129)	二、商品养护的技术方法 …………… (166)
一、运输包装技法 …… (130)	第三节 储运商品的质量管理 …………… (174)
二、商品销售包装技法 …………… (133)	一、储存商品的质量管理 …………… (174)
第四节 商品包装标志 … (134)	二、运输商品的质量管理 …………… (178)
一、运输包装标志 …… (134)	第八章 食品商品 …… (182)
二、销售包装标志 …… (140)	第一节 冷冻食品和休闲食品 …………… (182)
第五节 商 标 …… (141)	一、冷冻食品 …… (183)
一、商标的概念和分类 …………… (141)	二、休闲食品 …… (186)
二、商标的作用 …… (142)	第二节 乳制品、饮料 … (187)
三、商标的特性 …… (143)	一、乳制品 …… (187)
四、商标管理 …… (144)	二、饮料 …… (190)
五、商标注册 …… (144)	第三节 烟、酒、茶叶 … (193)
第六节 绿色包装 …… (145)	一、卷烟 …… (193)
一、绿色包装的内涵 … (145)	二、酒 …… (201)
二、绿色包装的来源及分级 …………… (145)	

三、茶叶	(212)
第四节 糖类商品	(218)
一、食糖	(218)
二、糖果	(220)
第九章 日用工业品商品 ..	(227)
第一节 塑料制品	(227)
一、塑料简介	(227)
二、塑料制品	(232)
三、可降解塑料的发展现状	(235)
第二节 日用化学品	(236)
一、肥皂	(236)
二、合成洗涤剂	(240)
三、化妆品	(245)
第三节 玻璃制品	(250)
一、玻璃的组成和性质	(250)
二、玻璃的原料和熔制	(252)
三、玻璃的分类	(253)
四、玻璃器皿的品种 ..	(253)
五、玻璃器皿的储存保管	(254)
第四节 日用陶瓷制品 ..	(254)
一、日用瓷器	(254)
二、日用精陶	(256)
第十章 纺织品商品	(261)
第一节 纺织纤维	(261)
一、纺织纤维的分类 ..	(261)
二、天然纤维	(262)
三、化学纤维	(268)
四、纺织纤维的感官鉴别	(271)
五、纺织品的形成	(274)

第二节 纺织品的种类和 主要品种	(277)
一、纺织品的种类及主要 品种特点	(277)
二、针棉织品的种类及 主要品种特点	(282)
第三节 纺织品的质量及使用	(286)
一、纺织品的质量	(286)
二、纺织品的使用	(289)
第四节 服装	(290)
一、服装的分类	(290)
二、服装材料	(292)
三、服装的款式	(293)
四、服装号型标准及质量 标准	(294)
五、服装质量的鉴别 ..	(296)
六、服装的挑选	(298)
七、服装的保养	(299)
第十一章 电子商务	(302)
第一节 家用电器商品 ..	(302)
一、家用电器的分类 ..	(302)
二、家用电器的主要品种	(303)
第二节 现代办公用品 ..	(322)
一、现代办公用品的分类	(322)
二、现代办公用品的主要 品种介绍	(322)
第三节 通讯产品	(332)
一、手机	(332)
二、电话机	(334)
三、掌上电脑(PDA) ..	(335)

第十二章 医药商品	(339)		(345)
第一节 医药商品的分类	(339)	三、药品的保管方法 ...	(347)
一、以剂型为基础的综合分类	(339)	第十三章 商品、资源和环境	(351)
二、按药品的来源分类	(342)	第一节 商品、资源及其保护	(351)
三、按医药商业保管的习惯分类	(342)	一、资源的概念与分类	(351)
四、按非处方药品与处方药品分类	(343)	二、自然资源的特性 ...	(353)
五、按国家基本药物与非基本药物分类	(343)	三、资源问题及其保护	(354)
六、按药理作用和临床用途分类	(344)	第二节 商品、环境及其保护	(358)
第二节 医药商品质量与标准	(344)	一、环境的概念与分类	(358)
一、药品质量	(344)	二、商品与环境污染 ...	(358)
二、药品标准	(344)	三、商品环境污染的防治	(359)
第三节 医药商品的保管	(345)	第三节 绿色革命	(363)
一、药品保管的基本任务	(345)	一、企业的绿色战略 ...	(363)
二、影响药品质量的因素	(345)	二、绿色营销	(364)
		三、绿色产品	(364)
		四、绿色标志	(368)
		参考文献	(373)

第一章 绪 论

学习目标

- ① 了解商品学的发展状况和学科体系
- ② 掌握商品及商品学的概念和特征
- ③ 掌握商品学的基本内容和任务

现代商品学是联系生产技术与商业经济的桥梁，也是联结商品生产和商品销售的纽带，正确理解商品学的概念、内容、任务和发展概况，对学好商品学具有重要意义。

第一节 商品及商品学的概念和特性

一、商品的概念和属性

(一) 商品的概念

1. 商品的含义

商品是专门用来交换的劳动产品。商品具有价值和使用价值二重性。商品的价值是政治经济学研究的范畴，商品的使用价值是商品学的研究对象。

商品的含义有狭义与广义之分。狭义的商品，即传统的商品，是指通过市场交换，能够满足人们某种社会消费需要的物质形态的劳动产品，是有形商品。目前，世界各国的商品学仍以这类硬商品为主要研究内容。

广义的商品，则是指通过市场交换，能够满足人们某种社会消费需要的所有形态(知识、劳务、资金、物质等形态)的劳动产品。随着现代社会的高度商品化和技术创新的加速，商品

的发展呈现出知识化、软件化、服务化等趋势和特点。商品已不能满足“需求”与“经济”相结合的形式,开始向“技术”与“文化”相结合的方向发展。这些都推动了商品学研究内容和深度的拓展,特别是软商品开发、市场及消费运作的研究。

2. 现代商品的整体构成

商品作为人类有目的的劳动产品,是人和社会需要的物化体现,可以包括实物、知识、服务、利益等。现代商品的整体概念或构成应包含三个层次的内容。

(1) 商品体

商品体,首先是人们通过有目的、有效的劳动投入(如市场调查、规划设计、加工生产等)而创造出来的产物,它是通过功能来满足使用者需求的。不同的使用目的或用途要求商品有不同的功能,而功能又是商品体在不同条件下所表现出来的某些自然属性和社会属性的总和。商品体能够具备哪些性质或功能,是由商品体的成分组成(原料或零部件的成分及含量等)和形态结构(原料或零部件的组织结构、成品形态、规格、内部连接与配合、色彩装饰的组合以及其他结构特征)以及它们所反映的社会内涵所决定的。其中商品体的成分组成又决定了商品体可能形成的形态结构。

因此,商品体是由多种不同层次要素构成的有机整体,是商品使用价值形成的客观物质基础。

(2) 有形附加物

商品的有形附加物,包括商品名称、商品包装及其装潢与标志、商标及注册标记、专利标记、质量和安全及卫生标志、环境(绿色或生态)标志、商品使用说明标签或标志、检验合格证、使用说明书、维修卡(保修单)、购货发票等。它们主要是为了满足商品流通(运输、装卸、储存、销售等)需要、消费(使用)需要以及环境保护和可持续发展需要所附加的。其中,包装、商标等本身也是一种商品,它们既有使用价值,也有价值。商标还会随着商品生产经营企业的技术进步和经营管理水平的提高而增加新的价值。

(3) 无形附加物

商品的无形附加物,是指人们购买有形商品时所获得的各种服务和附加利益。例如,提供信贷、送货上门与免费安装调试服务、售后保证与维修服务、退换退赔服务承诺、一定时期内的优惠折扣、附加财产保险等,善于开发和利用合法的商品无形附加物,不仅有利于充分满足消费者的综合需求,为他们提供更多的实际利益,而且有利于同类商品生产经营企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。

(二)商品的属性

商品的属性是多方面的,可概括划分为自然属性和社会属性。商品的自然属性包括:商品的成分、结构、形态和化学性质、物理性质(力学、电学、热学、光学、声学等性质)、生物性质、生态学性质等。

商品的社会属性包括:商品的经济属性、文化属性(民族、宗教、审美、道德等属性)、政治属性和其他社会属性。正是由于商品不同属性的组合,才使商品能够满足人们不同的消费需求。

一般来说,在形成商品的使用价值或有用性时,起直接和主导作用的是商品的自然属性,它是商品社会属性存在的前提和基础。

二、商品学的概念、学科性质及学科体系

(一)商品学的概念

商品学是一门研究商品使用价值及其变化规律的应用学科,即商品学研究的对象是商品的使用价值。

商品的使用价值是指商品在一定条件下满足社会需求的自然属性和社会属性的综合,是由商品的自然有用性和社会适用性综合构成的。商品的自然有用性即商品使用价值的自然属性。它包括商品的成分、结构、物化性质、生物学性质、使用特点等。这是商品的基本的、物理的、实质的效用,它构成了商品的物质基础,能满足人们直接的物质需求。自然有用性是商品体基本的、实质的构成因素。某商品之所以区别于另一商品,是因为其自然有用性不同。因此,研究商品的使用价值,首先就要研究与商品自然有用性相关的基础理论与技术问题。社会适用性,即在一定条件下适应社会需要的属性,包括商品的时代性、民族性、地域性、流行性、经济性等。这是商品所附带的心理的、功能的效用,是构成商品使用价值实现的条件,能满足人们精神和情感的需求。

因此,商品学对商品使用价值的研究更强调使用价值的实现。

(二)商品学的学科性质及学科体系

1. 商品学的学科性质

从商品研究的对象和内容看,商品学与许多学科的理论知识有着密切的联系,这一点也决定了商品学这门学科所涉及的理论知识具有广泛性。

研究商品的成分、结构和性质,要以分析化学、物理学、植物学和微生物学等学科的基础理论和基本知识以及研究这些学科的基本方法为基础。

研究商品质量评定,对其依据的研究离不开各种商品的质量特征,这就需要计量学、标准化等学科的理论知识。

对评定方法的研究,离不开物理学、分析化学和微生物学等学科基础理