

烟草行业基础知识培训教材
宜宾市烟草专卖局(公司)组织编写

烟草商品学

Tobacco Commodity Science

李佛琳 马荣敏 编著

西南财经大学出版社

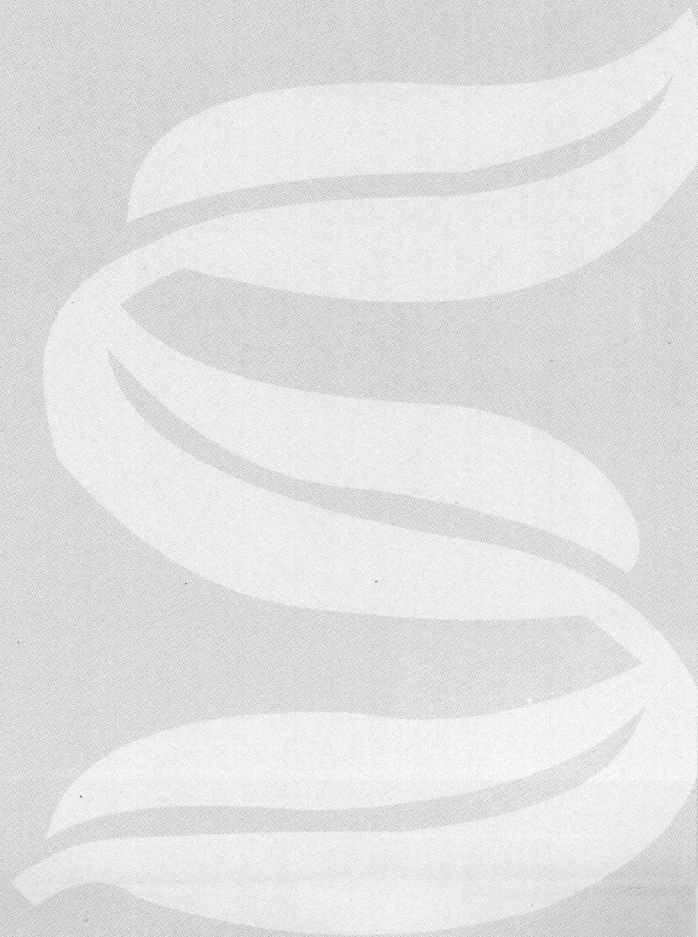
烟草行业基础知识培训教材
宜宾市烟草专卖局(公司)组织编写

烟草商品学

Tobacco Commodity Science

李佛琳 马荣敏 编著

西南财经大学出版社



图书在版编目(CIP)数据

烟草商品学/李佛琳,马荣敏编著. —成都:西南财经大学出版社,2007. 11
ISBN 978 - 7 - 81088 - 880 - 6

I. 烟… II. ①李…②马… III. 烟草制品—商品学—技术培训—教材
IV. F768. 29

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 165618 号

烟草商品学

李佛琳 马荣敏 编著

责任编辑:张明星

封面设计:杨红鹰

责任印制:王艳

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://www.xcpress.net
电子邮件:	xcpress@mail.sc.cninfo.net
邮政编码:	610074
电 话:	028 - 87353785 87352368
印 刷:	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸:	186mm × 240mm
印 张:	12.5
字 数:	185 千字
版 次:	2007 年 11 月第 1 版
印 次:	2007 年 11 月第 1 次印刷
印 数:	1—4000 册
书 号:	ISBN 978 - 7 - 81088 - 880 - 6
定 价:	39.00 元

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
2. 版权所有,翻印必究。

知识改变命运 学习成就未来

(代序)

凝视着摆放在案头的这一套烟草行业基础知识培训教材,我内心充满了欣慰和喜悦。宜宾市烟草专卖局(公司)在省内外大专院校、科研机构的指导下,结合当前行业生产经营实际,花费了一年多时间精心编撰了这套教材。这套教材是全省第一套系统的针对烟草行业从业人员的行业基础知识培训教材。在全省烟草商业企业转变体制机制、深化人力资源改革、实施人才战略、不断推进行业发展、努力提升全面水平的今天编写这套教材,是一件创新员工教育机制的好事情,具有重要意义。

“十五”以来,四川烟草走过了“追赶型、跨越式”的发展历程。在国家烟草专卖局、省委、省政府的正确领导下,四川省烟草行业锐意改革创新、转变体制机制、大抓烟叶生产、强化专卖管理、推进“网建”提升、加强队伍建设,“三个文明”协调发展,四川烟草商业企业综合竞争实力不断增强,实现税利从“九五”末的4.93亿元提高到了2006年的50亿元,翻了三番多,税利总额跃居全国烟草商业企业第五位,为国家和地方经济建设作出了积极的贡献。随着四川省烟草商业企业持续稳定健康的发展以及各项工作的全面提升,人才队伍建设和职工素质的进一步提高就成为必须重视和解决的重要课题。几年来,四川省烟草专卖局(公司)高度重视和加强职工队伍建设,采取各种强有力的措施,通过各种途径,不断促进职工素质的全面提高,四川省烟草行业纷纷掀起了教育培训、知识兴企的热潮。宜宾市烟草专卖局(公司)近年来认真贯彻执行四川省烟草专卖局(公司)的重大战略部署,紧紧围绕“创全省先进市局(公司),建一流商业企业”的奋斗目标,着眼全面建设,注重规范管理,坚持改革创新,经济效益和“三个文明”建设都伴随着全省行业的“又好又快”发展同步前行,取得了优异的成绩。尤为可喜的是,几年来,宜宾市局(公司)围绕建立学习型企业,广泛开展了全员教育培训、学历培训、行业基础知识培训、职业技能培训和职称培训等全方位、多层次的教育培训,取得了积极的进展,为宜宾烟草的发展提供了智力支持和人才保证。这套行

业基础知识培训教材就是他们进一步提高职工队伍素质、提升行业管理水平、促进行业发展的系统性教科书。

这套培训教材语言平实、内容广泛、深度适宜、针对性强。这套培训教材共四本，分别是《卷烟工艺与评吸》、《烟草商品学》、《烤烟栽培与烘烤》和《烟草专卖法律法规》。《卷烟工艺与评吸》系统介绍了卷烟生产工艺流程和评吸方法及指标等内容，对职工掌握卷烟的基本知识，加强与卷烟零售户、消费者、工业企业的沟通十分重要；《烟草商品学》囊括了烟草商品分类、烟草商品质量与质量管理、烟草商品标准与标准化、烟草商品的包装和烟草物流管理等基本知识；《烤烟栽培与烘烤》主要包含烤烟在栽培和烘烤过程中应当遵循的技术标准和操作规范等内容，意在把员工培养成烤烟生产技术能手，指导烟农生产和烘烤出优质的烟叶；《烟草专卖法律法规》汇编了烟草专卖法律法规知识，可以帮助员工准确解读有关法律条文，对提高依法行政能力和加强行业自律具有重要意义。

知识是人类进步的阶梯。一个行业、一个企业要持续稳定健康发展，保持基业长青，高素质、知识型的干部职工队伍是其基础和保障。我相信，随着这套行业基础知识培训教材的推广使用，一定会提高烟草行业职工的基础理论水平，对推动全省烟草行业建设学习型行业、培育知识型员工的宏伟工程必将发挥积极的作用。

最后祝愿广大干部职工与企业同成长、同进步、同发展！祝愿四川烟草的明天更美好、更和谐、更辉煌！

四川省烟草专卖局(公司)局长、总经理、党组书记



2007年8月

目 录

第一章 烟草商品学概述	1
一、商品属性	1
(一) 商品的二重性	1
(二) 商品的社会效应和时代效应	1
二、商品学简介	1
(一) 商品学的概念	1
(二) 商品学的研究内容	2
(三) 商品学的作用	2
(四) 商品学的学科及发展	4
三、烟草商品学	5
(一) 烟草商品学的发展	5
(二) 烟草商品学研究的对象	5
(三) 烟草商品学信息源	6
第二章 烟草商品的功能	8
一、烟草的生理作用	8
二、烟草的医疗效能	10
三、烟草商品的心理作用	13
四、烟草商品的经济效能	15
(一) 烟草种植的经济效能	15
(二) 卷烟商品的生产及其经济效能	19
第三章 烟草消费与健康	24
一、对人体产生相对危害的烟草成分	24
二、吸烟与健康现状	29

三、提高卷烟商品的安全性·····	39
(一) 烟草安全性发展的阶段·····	39
(二) 提高烟草安全性措施·····	39
第四章 烟草的综合利用·····	42
一、烟草是生物科学研究的重要工具·····	42
二、生产药物方面的转基因烟草·····	42
三、烟草食品·····	44
四、用烟草提取化工原料·····	44
五、变害为利,以卷烟作为药物的载体·····	45
第五章 烟草商品质量及质量管理·····	46
一、质量的认识·····	46
(一) 质量·····	46
(二) 商品质量·····	47
二、烟草质量的认识·····	49
(一) 烟叶质量的认识·····	49
(二) 烟叶质量评价内容·····	51
(三) 烟叶质量的特性·····	54
(四) 影响烟叶质量特色的因素·····	56
(五) 烟叶质量的形成及控制因素·····	56
(六) 优质烟叶类型的划分·····	58
三、烟叶质量评价进展·····	59
(一) 烟叶质量评价指标·····	59
(二) 感官评吸智能模拟·····	60
(三) 计算机视觉图像分析烟叶·····	60
(四) 基于光谱的烟叶无损测试技术·····	61
(五) 烟叶外观质量的量化指标体系·····	61
(六) 烟叶原料体系·····	61
四、烟叶全面质量管理体系·····	62

(一) 全面质量管理的内涵	62
(二) 我国烟叶生产经营企业质量管理现状	64
(三) 建立烟叶全面质量管理体系的思路	65
五、质量管理的理论	67
(一) 质量管理的理论简介	68
(二) 质量管理的发展	69
(三) 商品质量管理的基本方法	76
六、烟草商品质量管理	78
(一) 烟叶商品质量管理	78
(二) 烟草制品的质量管理	90
第六章 烟草物流管理	93
一、现代物流导论	94
(一) 物流的概念	94
(二) 现代物流的作用	97
(三) 现代物流的内容	98
(四) 现代物流的发展	98
(五) 现代物流技术	100
(六) 现代物流与信息技术、电子商务	108
二、我国烟草物流现状	110
(一) 物流在我国的发展	110
(二) 烟草物流的意义	110
(三) 烟草物流及其发展概况	115
(四) 烟草行业发展现代物流的分析	118
(五) 烟草现代物流体系构建	127
(六) 烟草物流案例	133
(七) 烟草销售企业供应链系统	137
(八) 烟叶信息管理系统(烟叶 MIS)	142
(九) 烟叶营销服务体系(以四川烟草为例)	144
三、中国烟草交易中心电子商务	157

58	(一) 烟草行业供应链分析	158
60	(二) 烟草行业面向供应链电子商务的总体目标	159
60	(三) 烟草行业面向供应链电子商务的	
73	总体框架及主要内容	160
88	个例企业供应链分析 (一)	
	第七章 烟草市场营销环境	167
85	一、市场营销环境	167
87	(一) 市场营销环境的含义与特征	167
87	(二) 烟草营销环境分析	168
89	(三) 环境的综合分析 (SWOT 分析)	183
	二、烟叶市场需求的特征	184
93	(一) 烟叶市场需求的特征	184
99	(二) 烟叶需求的影响因素	185
99	(三) 用 SWOT 分析, 确定烟叶生产的战略定位	187
99	(四) 烟叶生产的战略实施和评估	188
89	各例企业供应链分析 (三)	
	参考文献	191
100	本教材编写说明 (五)	
	后记	192
101	本教材编写说明 (六)	
104	英文的图表与表格 (一)	
104	文意和表格表格 (二)	
112	表格图表及其表格表格 (三)	
114	表格图表及其表格表格 (四)	
121	表格图表及其表格表格 (五)	
131	表格图表及其表格表格 (六)	
131	表格图表及其表格表格 (七)	
137	表格图表及其表格表格 (八)	
141	表格图表及其表格表格 (九)	
144	表格图表及其表格表格 (十)	
151	表格图表及其表格表格 (十一)	

第一章 烟草商品学概述

一、商品属性

(一) 商品的二重性

商品具有价值和使用价值的二重性。商品价值和使用价值是共存于同一商品体上的,而且是相互依存、不可分离的统一体。商品既具有社会属性,又具有自然属性。

(二) 商品的社会效应和时代效应

从研究商品使用价值实现的程度和效果看,反映和实现商品使用价值的标尺是商品的社会效应和商品的时代效应。商品的社会效应是指商品对社会的适应性,即社会公众对商品需求与满意程度的评价,实质是反映商品适应社会需要。商品质量是商品社会效应的内在反映即指商品满足社会需要的特性。商品的时代效应是指商品适应时代要求特性或称为社会流行性,它反映时代风貌,表现时代特点,反映商品在某个时期的流行趋势及程度。商品的社会效应与商品的时代效应是相互依存、相互制约的关系,既有区别又有联系,是共存于商品供求矛盾的统一体。商品的社会效应和商品的时代效应是衡量商品使用价值实现程度与效果的标尺。

二、商品学简介

(一) 商品学的概念

商品学是为政府和企业对商品从规划开发、生产、流通、消费到废弃全过程实行科学管理和决策服务的一门应用学科,是阐明商品质量形成、评价、维护、实现和再生的内外因素及规律,解决与商品质量密切相关的

问题,使商品使用价值得以充分实现的学科。商品学是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的一门学科。

(二) 商品学的研究内容

从研究的对象看,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。商品学研究的内容是商品质量以及与商品质量有关的各种问题,包括:商品质量分析和评价;影响商品质量的因素;商品的质量要求和质量管理;商品标准与标准化;商品包装;商品法规;商品储运、养护;商品成分、结构和性质;影响商品质量的因素。

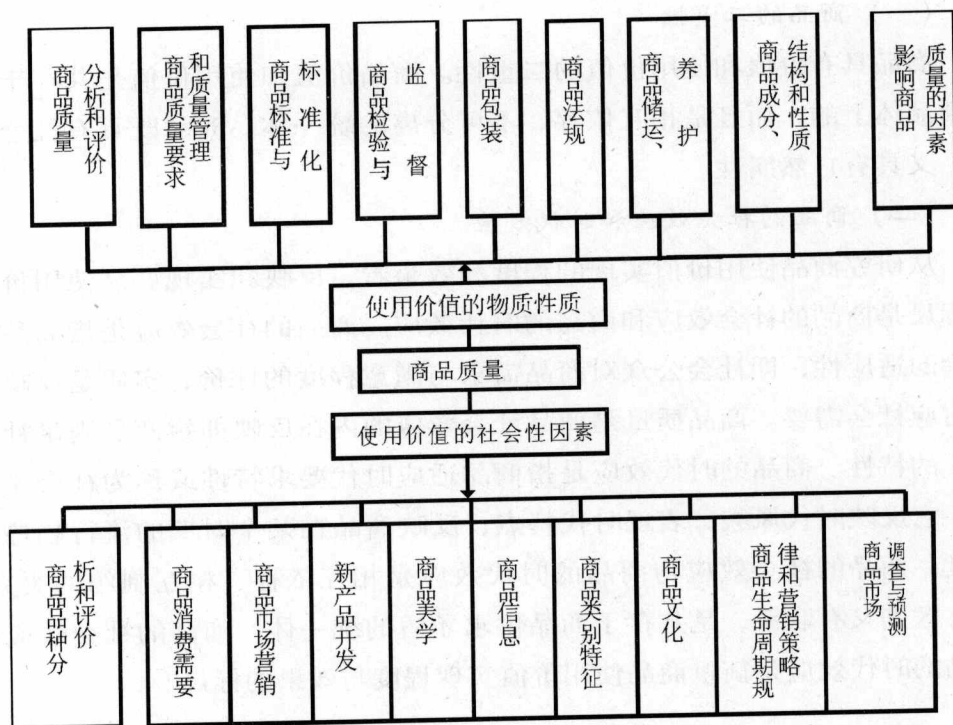


图 1-1 商品学研究内容

(三) 商品学的作用

1. 研究商品质量监督与管理

商品质量是实现商品使用价值的基础。商品质量表现商品使用价值,通过商品质量的评价与鉴定确定商品质量品级。商品使用价值对于特定的商品是客观存在的,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,同时也必须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,变质损失,失去使用效能,会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,必须研究商品经营技术。

3. 研究商品促销手段

在商品经营中如何为社会提供所需要、消费者满意的商品,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,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、维护技术等科学的促销手段。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

服务价值包含在劳务之中。服务表现的是社会文明、社会风貌,反映的是社会进步水平。服务价值无法用金钱计算,寓于企业荣誉、信誉、形象之中。因此,服务本身就是质量、层次和水平。

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,社会对商品需求愈来愈高。如人们的消费需求结构由简单化、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;价值取向由坚固耐用、经济实惠的温饱型向美观漂亮、高雅舒适的享乐型转化;消费观念由花色品种单一、大众化的单元型,向款式新颖、风格独特的多元型转化。

6. 研究商品生产与环境保护的关系问题

随着社会发展,人口不断增加,资源不断减少,生态环境的保护问题已成为人类生存与发展普遍关注的问题。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相互依存、相互影响的问题,成为商品学研究的重要课题。从商品学角度,研究商品生产与环境保护的关系,要侧重研究商品与人的健康、商品中残留毒物对人健康的影响、商品对环境的污染、

商品包装物对环境的污染等方面的问题。

(四) 商品学的学科及发展

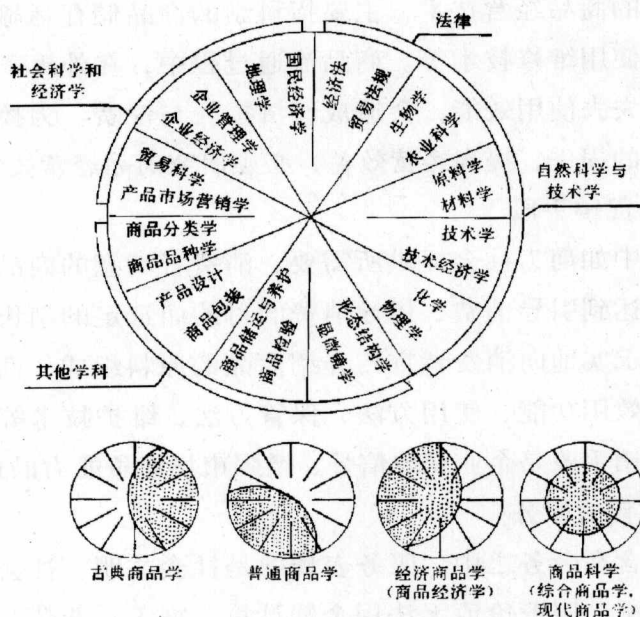


图 1-2 商品学在各发展阶段所涉及的学科

商品学是一门综合性或集合性的科学，即自然科学和技术科学与社会科学和经济学融合起来的一门边缘科学或交叉科学。

现代商品学是现代自然科学和技术科学与社会科学和经济科学融合起来的综合性应用科学，属于边缘科学或交叉科学。现代商品学必须在自然科学的基础上继续发展，不断完善其理论体系和充实新内容，以便从技术、经济、社会、市场和消费需求等多方面系统研究商品的社会使用价值和全面评价商品质量。现代商品学不仅为商品流通领域的经营管理服务，而且广泛应用于新产品开发、包装开发、质量管理和质量保证、标准化、环境保护、消费者保护等领域，为解决这些领域的实际问题提供科学依据。

从商品学学科性质看，商品学是既具有自然科学属性又具有社会科学属性的综合性应用学科。商品学学科体系、总体框架由商品学总论和商品学分论构成。商品学总论部分即是商品学学科体系框架的主体部分。商品学分论部分即是商品学学科体系的支架部分，包括商品检验学、商品包装

学、商品养护学、商品储运学以及若干分类商品学,如食品商品学、粮食商品学、工业品商品学、日用化学商品学、纺织品商品学、文化用品商品学等。

商品学在不同历史时期和各发展阶段涉及到不同的学科,其内容不断拓宽。

自1976年10月国际商品学会(IGWT)成立后,每隔两年召开一次国际商品学学术会议。1978年7月6日至8日国际商品学会在奥地利维也纳经济大学举办以各国和国际商品学的发展、现状与目标为主题的第一届国际商品学会学术讨论会,以后先后以商品包装与现代商品学、商品学与消费需求研究的合作领域、未来的商品开发与商品学的发展、商品质量保证与现代商品学、商品研究与商品的生产、流通和消费、21世纪的商品、变化中的欧洲商品与技术、无环境污染的商品和技术、市场经济条件下现代商品学的发展、商品与可持续发展、21世纪商品的商品质量、全球未来产品的商品学——技术、质量和环境等为主题的国际商品学学术讨论会。

三、烟草商品学

(一) 烟草商品学的发展

烟草商品学(Tobacco Commodity Science)作为商品学学科的一个分支,直到20世纪90年代初期才初步形成。1991年,中国经济出版社出版《烟草商品学》一书,是烟草商品学的首版专著。

烟草商品学是商品学理论在烟草商品上的具体应用。烟草商品学在20世纪80年代形成,是新兴学科,其体系内容尚处于变革和完善之中。随着烟草商品实践的发展和对商品学学科体系的掌握以及在烟草商品上的具体应用,烟草商品学的内容和体系将不断得以拓展。

(二) 烟草商品学研究的对象

烟草商品学是研究烟草商品的具体属性(感观质量、内在质量安全性、储藏特性和工业有用性)、围绕烟叶及其制品质量这一中心内容及烟草商品在这领域的理论环节与经营的一门学科。烟草商品学主要研究烟草商品使用价值在流通和消费过程中的评价、维护、管理和实现,是一门自

然科学和社会科学的多学科交叉的技术经济应用科学。对烟草经济管理有重要的指导意义。

(三) 烟草商品学信息源

1. 主要期刊杂志

刊登烟草商品的文章较多的主要期刊杂志有：中国烟草工作、市场营销与销售、中国烟草学报、中国烟草科学、烟草科技、东方烟草报、各省办的××烟草及××烟草报、各大报刊、参考消息、经济日报、经济参考报。

2. 烟草商品理论主要著作

Г. Л. 基戈尔 (Г. Л. Диккер) 著, 扬翔译. 烟草制品商品学. 北京: 食品工业出版社, 1958.

上海烟厂. 卷烟生产基本知识. 上海: 轻工业出版社, 1977.

谭珠妹. 卷烟储存养护技术. 长沙: 湖南科学技术出版社出版, 1990.

烟叶商品学编写组. 烟叶商品学. 北京: 中国财政经济出版社, 1981.

安徽烟草公司. 烟草商品学. 合肥: 安徽人民出版社, 1988-02-01.

程传策. 烟草商品学. 北京: 中国经济出版社出版, 1991.

程传策, 李广才. 烟草商品学教程. 北京: 中国经济出版社出版, 1999.

涂耀明. 烟草商品仓储与养护. 北京: 中国商业出版社, 1999.

李佛琳. 烟草商品学概论. 昆明: 云南大学出版社出版, 2002.

邢丕震. 中国烟草广告研究. 北京: 中国经济出版社, 2003.

焦中明. 卷烟市场营销理论与实践. 北京: 中国经济出版社, 2003.

孙新雷. 烟草商品学 (烟草专业面向 21 世纪课程教材). 北京: 农业出版社出版, 2003.

刘国忠. 烟草企业成本核算与财务管理实务手册. 银川: 宁夏大地音像出版社, 2003.

李佛琳, 陈风雷. 烟草商品学理论与实务. 昆明: 云南科技出版社, 2004.

毕长敏. 烟草流通企业战略与管理. 大连: 东北财经大学出版社, 2004.

薛明德. 现代烟草行业物流发展实践. 北京: 企业管理出版社, 2004.

王寅生. 新编烟草收购预检预验与卷烟分级、加工工艺、技术标准规范及质量检验标准化实务手册. 北京: 轻工业出版社, 2004.

烟草收购预检预验与卷烟分级、加工标准化管理手册. 北京: 中国标准化出版社, 2004.

李楠. 烟草品牌战略管理与战略决策、竞争及品牌战略创新、产品营销技巧实用手册. 北京: 银声音像出版社, 2005.

郑耀同. GB5606 - 2005 (卷烟系列国家标准) 贯彻实施与烟叶管理信息系统标准化实用手册. 北京: 中国轻工业出版社, 2006.

编委会. 烟草产运销专营管理与流通创新及品牌运作实务全书. 北京: 中国知识出版社, 2006.

权磊. 烟草企业业务流程标准经作业与设计重组及典型案例剖析实务全书. 北京: 中国知识出版社, 2006.

3. 互联网址

寻找信息最快捷的途径是通过互联网。在互联网上有大量的烟草网站。

<http://www.tobaccochina.com.cn> 中国烟草在线; <http://www.Tobacco.gov.cn> 国家烟草专卖局; <http://www.tobaccoinfo.com.cn> 中国烟草科教网; <http://www.eastobacco.com.cn> 东方烟草网; <http://www.cntmi.com.cn> 中国烟草物资电子商务网; <http://www.tobaccoasia.com.cn> 亚洲烟草网; <http://www.cash-pro.com.cn> 中国吸烟与健康; <http://www.tobt.com.cn> 中国烟草交易中心; <http://www.tobacco.org.cn> 中国烟草学会; <http://www.16888.com.cn> 16888 烟草中国网; <http://www.echinatobacco.com> 中国烟草杂志; <http://www.seekfor3322.net> 卷烟网; <http://www.juanyan.com> 烟草论坛网站; <http://www.tobaccoresolution.com> 美国烟草解决方案网; <http://www.hongta.com> 红塔烟草集团有限责任公司; <http://www.chinaiso.com> 上海烟草(集团)公司; <http://www.kmcf.com> 昆明卷烟厂; <http://www.tontru.online.jn.sd.cn> 山东将军烟草(集团)有限公司; <http://www.wuyan.com.cn> 武汉烟草(集团)有限公司; <http://www.tcf.com.cn> 天津卷烟厂; <http://www.Tobacco.com>; <http://www.cigwave.com.cn>。

第二章 烟草商品的功能

烟草在世界上分布在北纬 60°至南纬 45°的范围内,几乎遍及世界各地,其较好栽培地区在北纬 30°至北纬 40°之间,尤以北纬 32°~北纬 37°为佳。各大洲均有烟草生产,烟草的生产国有 130 个左右。

烟草作为一种特殊的商品,其生产已有 400 多年的历史。在实际商品社会中,烟草一直作为“金元作物”发挥着重要作用。烟草的生产、加工和制作,几百年来一直经久不衰。直至 21 世纪的今天,香烟的恶性影响的证据越来越多,但香烟还是无处不在。迄今为止,烟草仍是地球上种植最广的作物之一,吸烟是一种当代司空见惯的现象和生活方式之一。

烟草及烟草制品作为一种单一嗜好品类的世界性的特殊消费品,在世界各国的经济和人们的日常生活中都占有一定的地位。当前烟草已成为广泛用于礼仪、社交和消费的商品。烟草商品消费具有广泛性、普遍性。从物资部类划分属二类物质,是非生活必需但普遍使用的消费品。烟草消费遍及世界上大小各个角落。几乎每个国家、每个民族都消费烟草。马克思在《资本论》中指出:像烟草这一类生产物,从生理的观点来说,是否是必要消费资料,在这里是一个毫无关系的问题,只要它在习惯上是必要消费资料就行了。烟草商品的作用揭示了烟草商品客观存在的合理性。

一、烟草的生理作用

1. 烟草成分对器官的作用

从口腔、泌尿系统、神经、呼吸系统来看:

(1) 烟草中的烟碱(Nicotine)经燃烧或咀嚼、吸食,与口腔、鼻腔、肺等的黏膜接触,进而渗入血液中,从而使人体表面微血管收缩,直接、间接升高血压,加大脉搏频率。