



就业与再就业培训教材

商品学基础

SHANGPINXUE JICHU



中国劳动社会保障出版社

就业与再就业培训教材

中国劳动社会保障出版社

商品学基础

劳动和社会保障部教材办公室组织编写



A1006478

中国劳动社会保障出版社

版权所有

翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

商品学基础/余炳荣编. —北京: 中国劳动社会保障出版社, 2001

就业与再就业培训教材

ISBN 7-5045-2782-3

I. 商…

II. 余…

III. 商品学—技术培训 教材

IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 072956 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出 版 人: 张梦欣

*

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷 新华书店经销
787 毫米×1092 毫米 32 开本 10 印张 222 千字

2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷

印数: 3000 册

定价: 13.00 元

读者服务部电话: 64929211

发行部电话: 64911190

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

前 言

当前，我国的国有企业改革已进入了攻坚阶段。中央提出，用三年左右的时间，通过改革、改组、改造和加强管理，使大多数国有大中型亏损企业摆脱困境，力争到本世纪末使大多数国有大中型骨干企业初步建立现代企业制度。要确保国有企业这一改革和发展目标的顺利实现，必须努力解决企业富余人员过多的问题，做好下岗职工的再就业工作。

最近，中共中央、国务院召开了国有企业下岗职工基本生活保障和再就业工作会议。江泽民总书记、朱镕基总理、吴邦国副总理等中央领导同志在会上作了重要讲话。中央领导同志在讲话中强调指出：全党动手，动员全社会的力量，共同做好国有企业

下岗职工基本生活保障和再就业工作，对贯彻落实党的十五大精神，深化国有企业改革，引导、保护和发挥好职工群众的积极性，促进国民经济持续快速健康地发展，巩固和发展安定团结的社会政治局面，全面推进建设有中国特色的社会主义事业，具有十分重大的意义。目前国有企业职工下岗增多，是我国经济发展多年积累的深层次矛盾的综合反映，也是改革和发展进程中不可逾越的阶段。国有企业职工多年来为经济建设、改革开放和企业发展做出了重大贡献，党和国家理所当然地要把解决国有企业下岗职工的问题作为工作重点。

做好下岗职工的再就业工作，一方面要通过促进经济发展，来增加就业岗位和就业机会。另一方面，要加强再就业培训，树立适应市场经济要求的就业观念，提高下岗职工的就业能力。正如朱镕基总理指出的：“要有针对性地加强职业培训，广泛利用现

有的各种条件，依靠社会各方面的力量，开展多形式、多层次的职业培训，使下岗职工的知识、技能等尽快适应就业市场的需求。”只要广大下岗职工的就业观念转变了，就业能力提高了，下岗职工再就业就有广阔的天地。

就业与再就业培训教材严格按照《中华人民共和国职业技术等级标准》和《中华人民共和国职业技能鉴定规范》对初级工的要求编写，重点突出，具有较强的针对性和速成性。

党中央提出，要以对党和人民极端负责的精神，高度重视、加强领导、齐心协力、满腔热忱地做好国有企业下岗职工基本生活保障和再就业这项关系改革、发展、稳定全局的头等大事。广泛开展以下岗职工为重点的职业指导和再就业培训，是贯彻落实党中央这一指示精神的重要内容。希望广大就业和培训工作者共同努力，在全社会各方面的积极支持下，把再就业培训工作做好，为实现党中央提出的国有企业改革和发展的目

标，为社会的发展和稳定做出贡献；也希望有越来越多的下岗职工通过参加职业指导和再就业培训，转变就业观念，提高职业技能，尽快实现再就业。

中华人民共和国劳动
和社会保障部副部长 林用三

一九九八年五月二十一日

目 录

第一章 绪论

- 第一节 商品的概念····· (1)
- 第二节 商品学的产生与发展····· (8)
- 第三节 商品学研究的对象和内容····· (14)
- 第四节 商品学的研究方法和学习意义····· (17)

第二章 商品质量

- 第一节 商品质量的含义及应用····· (22)
- 第二节 商品质量的意义····· (25)
- 第三节 商品质量要求····· (28)
- 第四节 商品质量的影响因素和依法管理····· (38)

第三章 商品分类

- 第一节 商品分类及其作用····· (46)
- 第二节 商品分类的主要标志····· (50)
- 第三节 商品分类体系····· (54)
- 第四节 商品目录和商品代码····· (60)

第四章 商品的成分、结构和性质

- 第一节 研究商品成分、结构和性质的意义····· (72)

第二节	商品的化学成分和结构·····	(74)
第三节	商品的性质·····	(80)
第五章 工业品的性能特点		
第一节	无机物工业品·····	(97)
第二节	低分子有机物工业品·····	(103)
第三节	高分子有机物工业品·····	(108)
第六章 纺织纤维的性能特点		
第一节	纺织纤维的概念及分类·····	(118)
第二节	天然纤维的性能特点·····	(119)
第三节	化学纤维的性能特点·····	(124)
第七章 食品营养成分与食品卫生		
第一节	食品的营养成分和作用·····	(130)
第二节	食品卫生·····	(151)
第八章 商品标准		
第一节	商品标准和商品标准化·····	(160)
第二节	商品标准的种类与分级·····	(166)
第三节	商品标准的制定·····	(179)
第四节	产品质量监督与认证·····	(186)
第九章 商品鉴定		
第一节	商品鉴定及其重要作用·····	(201)
第二节	商品鉴定的基本层次·····	(205)

第三节	商品检验的基本方法·····	(208)
第四节	商品检验的抽样方法·····	(217)
第五节	商品的品级·····	(223)
 第十章 商品包装与商标、广告		
第一节	商品包装及其功能·····	(226)
第二节	商品包装种类·····	(229)
第三节	商品包装材料·····	(237)
第四节	商品包装标志·····	(243)
第五节	商品包装标准化·····	(259)
第六节	商标·····	(261)
第七节	广告·····	(275)
 第十一章 商品储运与养护		
第一节	商品储存·····	(279)
第二节	商品运输·····	(282)
第三节	仓库温湿度管理·····	(285)
第四节	商品养护·····	(294)
参考文献·····		(306)

第一章 绪 论

第一节 商品的概念

商品，是人类社会生产、生活活动发展到一定阶段的产物，属于一个历史范畴。人类社会在原始阶段，生产力水平非常低下，劳动工具十分简陋，人们为了进行生产，必须联合起来共同劳动、共同占有生产资料和产品，处在自给自足的自然经济条件下，劳动产品没有剩余，没有商品交换，更不存在商品生产。原始社会末期，随着生产的发展，劳动产品在某些部落和个别家庭中自给有余，便开始了用多余的产品换取自己不能生产的物品来满足需要，从此出现了商品交换的初级形式，称为物物交换，“商品”一词开始萌芽。生产力的进一步发展和货币的出现，使人类社会由自然经济步入了商品经济阶段，伴随着商品经济的发展，文化科学水平的提高，“商品”这个概念的内涵越来越丰富。现代概念上的商品已不仅仅是指用来交换的生活资料用品和生产资料用品即实体形态的劳动产品，还包含着用来交换的金融商品、技术商品、信息商品等等不具实体形态的劳动产品和劳动力这种特殊的商品。

本书着重分析研究有关用来交换的工农业生产的实体商品，对其他商品只作一般的介绍。

一、商品的狭义概念

商品是指用来交换、能满足人们某种需要的劳动产品

商品的特性表现为构成商品的两个基本要素，即一切商品都具有使用价值和价值，两者缺一不可，不能称为商品。

首先，商品必须能够满足人们的某种需要，具有有用性，其中有形商品（生活资料、生产资料、房地产等）还要有为了交换而生产的产品形状、式样、规格、功能等特征。商品的这类特征，称为商品的自然属性，它构成了商品的使用价值。商品的使用价值是商品社会属性的前提，即商品价值的物质承担者。

其次，商品是用来交换的劳动产品，不同的使用价值之间之所以能够按一定比例交换，最基本的是因为它们在生产中都耗费了一定量的人类劳动，形成商品的价值。商品的价值用货币来表示，就是商品的价格，它表现为商品的社会属性，从属于商品的自然属性并从中派生。正如马克思在分析商品时指出的：“没有一个物可以是价值而不是使用物品。如果物没有用，那么其中包含的劳动也就没有用，不能算作劳动，因此不形成价值。”^①

任何商品，对于它的生产者来说，只能占有价值，不能同时占有它的使用价值。相反，对于商品的消费者来说，只能占有使用价值，不能同时又占有它的价值。因此，一切商品都是使用价值和价值的矛盾统一体。

为自己消费而生产的产品，不是商品；为他人生产，但不经交换的劳动产品，也不是商品。因为这类产品，只有使

① 马克思：《资本论·第一卷》，北京：人民出版社，1975，54

用价值而无价值，不能体现货币形式。所以说，商品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

在市场经济条件下的现代社会中，工农业生产用的生产资料 and 人们衣、食、住、行用的生活资料，绝大多数需要通过市场而获得，它们大都是商品。

二、商品的广义概念

商品的广义概念是指用来交换的、能满足人们某种需要的一切物质产品和精神产品。也就是说，广义的商品是指在市场上通过货币交换的一切东西。既包括具有实体形态的有形商品，如生产资料、生活资料等，也包括不具实体形态的无形商品，如金融商品、信息商品、技术商品、劳动力商品、劳务商品等。

(一) 金融商品

金融商品也称金融资产，是指用来交换的金融工具，具体指货币形式的资金、国库券、股票、企业债券、股权证、抵押契约、借款合同等。金融商品交换只是观念上的一种买卖活动，所表明的是价值索取权的变动。但金融商品同一般商品一样，也具有使用价值和价值两个基本要素。

1. 金融商品的使用价值

金融商品的使用价值，是指利用金融这种商品可以满足人们的特定需要，并为人们带来预期利益。金融商品的使用价值不是物质意义上的使用价值，而是它的社会功能意义上的使用价值。

作为金融商品的使用价值，必须具备两个条件：一是这种商品是货币或货币的代表，是在社会上受到法律保护

的真实货币的价值符号；二是这种商品是可以流动的，人们购买了金融商品之后，可以把它投入流通之中获得保值或增值。

2. 金融商品的价值——交换价值

一般商品的价值体现为商品的价格，而增值的价值体现在价格之中。用公式表示，即：

$$\text{交换价值} = \text{价格} = \text{生产成本} + \text{流通费用} + \text{收益}$$

金融商品所以表现为商品，是因为把货币的使用价值作为资本来让渡。金融商品实际上就是一个货币额，若它的交换价值再用货币来表现，显然在逻辑上是不合理的，所以，西方经济学把利息叫做金融商品的价格。用公式表示：

$$\text{交换价值} = \text{收益（利息）} = \text{本金} \times \text{利率} \times \text{时间}$$

（二）信息商品

信息泛指事物存在方式和运动状态的反映。具体表现为消息、情况、数据、资料、图像等等。信息并不一定是商品，只有信息市场上流通的信息才具有商品的属性。因此，信息商品是指可以用来交换的知识形态的劳动产品，包括经济信息、政治信息、军事信息、文化信息、科技信息等，它们只要以商品的形式存在，便具有商品的共性，即价值和使用价值的统一。

1. 信息商品的使用价值

信息商品的使用价值，是指信息内容能给需要者带来利益或某种需要的满足。信息商品也不同于一般商品，其使用价值是间接的，它只有作为生产要素参与生产过程，并使之物化，才能产生效用。同时，同样的信息，由于生产经营规模和使用次数的差别，也会产生不同的效用，故信息商品具

有如下特点：

(1) 共享性。即信息商品的使用价值可以被许多需求者共同利用。

(2) 依附性。即各种信息商品都有物质载体。

(3) 再生性。即可以再次重复使用，并可以产生新的信息。

(4) 时效性。即它们的效用具有时间限制，过时的信息将失去其使用价值。

2. 信息商品的价值

信息商品的价值，是指用货币表现出来的信息商品价格。由于信息商品是一种无形产品，与物质产品的价值相比，信息之间的价值难以比较和计量，具有不确定性，受供求关系的制约，随机性强。

(三) 技术商品

技术泛指根据生产实践经验和科学原理而发展成的对自然和社会进行调节、控制、改造的知识、技能、手段、规则和方法的集合。

技术转化为商品的条件包括：一是社会分工的发展使技术开发和技术应用分离，专司技术开发的劳动从一般生产劳动过程中分离出来；二是社会化商品生产的发展，一方面使技术开发、技术研究成为独立的行业，另一方面大工业的发展又迫切需要更新技术。在商品经济条件下，技术的转让只能按等价交换的原则来进行，于是就出现了技术商品。所以说，技术商品就是指用来交换的技术。它既有使用价值，也有价值。技术商品的使用价值以技术、技巧的形式表现出来，如图纸、资料、样品、样机、配方、工艺、检验方法等等。它的特点是能带来高效率和高效益。技术具有价值，是

因为技术产品无论以何种形态出现，都凝结着一般人类劳动，通过交换表现为价值形态。但不同的是，技术商品是一种知识形态的特殊商品，其价格的确定具有不确定性和卖方垄断性。

（四）劳动力商品

劳动力指人的劳动能力，即人的体力和脑力的总和。劳动力商品，也具有价值和使用价值。它的价值即使用劳动力的报酬，一般用工资表示；它的使用价值即劳动力的使用能创造出比它本身价值更大的价值的价值的能力。劳动力成为商品，必须具备两个条件：一是劳动者摆脱了人身依附关系，有人身自由，是自己劳动力的真正所有者，拥有自由支配自己劳动力的权力；二是劳动者与生产资料相分离，或者除劳动力以外一无所有，或只有少量生产资料，不足以充分实现自己的劳动力。在这种条件下，劳动者为了维持和提高自己及其家庭的生活条件，就得出卖劳动力，使劳动力变成商品。

需要说明的是，社会主义经济以公有制为主体，在公有制条件下，决定了劳动者是生产资料的主人，劳动力本质上不是商品。但从另一方面看，社会主义公有制的特点是联合劳动者共同占有生产资料，而不是个人的直接占有，劳动仍然是劳动者谋生的手段，作为劳动力的支配者——一个人，还需要通过一定的中介环节，进入公有制经济的企业，才能与生产资料现实地结合起来，所以在一定的环节上仍表现为商品的形式。

三、商品的整体概念

随着商品经济的高度发展，人们的需求水平越来越高，

对商品的应用范围和要求更加广泛。现代经济学家在总结了这一事实后认为，作为工农业生产的、用来交换的劳动产品，应该是一个整体概念，即产品整体概念或称商品整体概念。它应包括一切能满足消费者某种需求和利益的有形实体和无形服务。商品的有形实体能给消费者带来物质利益和某种需求的满足；无形服务则能给消费者带来精神上的满足和信任感。在市场经济条件下，只有这样的产品，消费者才乐于接受，用户才乐于使用，产品才能转化为现实的商品，最终实现其使用价值和价值。

（一）商品整体概念的含义

商品整体概念是指由商品的实质性、实体性和服务性三方面构成的统一体或系统。这三个层次分别称为核心产品，即使用价值，能为消费者提供基本的效用和利益；形式产品，即核心产品的外部特征，如式样、特点等；附加产品，即围绕商品使用价值所需要的附加服务，如商品安装、检查、维修等。

（二）商品整体概念的构成要素

通过工农业生产而得到的具有实体形态的商品，从总体上看由下列要素构成：

1. 商品的效用 即商品的有用性，是商品能满足用户或消费者需求的某种使用价值或功能，是构成商品的最基本的要素。

2. 商品品质 即商品的理化性质、技术经济性能、使用寿命等因素，是表明商品内在质量水平的主要标志。

3. 商品式样 即商品的结构、造型、款式、花色等，是决定商品吸引顾客能力强弱的重要因素。

4. 商品特点 是某商品与同类或同种商品比较，所具