



普通高等教育“十二五”规划教材
21世纪全国高等院校市场营销类规划教材

Marketing

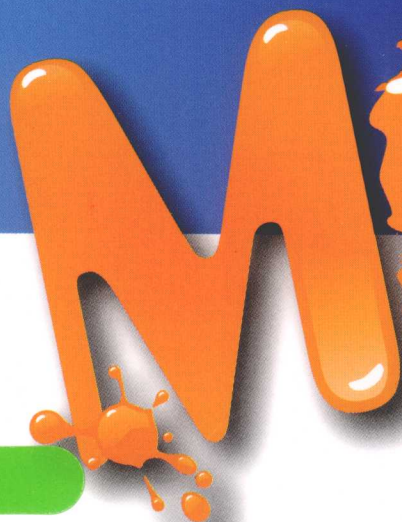
商品学

(第二版)

SHANGPINXUE

钟绵章 付淑文

刘增田 主 编
范伟军 副主编
白世贞 主 审



MARKETING



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

013026234

F76-43
10-2

普通高等教育“十二五”规划教材

21 世纪全国高等院校市场营销类规划教材

商 品 学

(第二版)

主 编 刘增田

副主编 钟绵章 付淑文 范伟军

主 审 白世贞



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

F76-43
10-2



北航

C1633507

内 容 简 介

本书是高等职业院校市场营销、连锁经营管理、物流管理、国际贸易、国际商务等专业的“商品学”课程教材。全书共九章,分为概论和分论两大部分。概论部分中对商品学的研究对象和任务、商品质量、商品标准、商品检验、商品分类、商品包装、商品的基本性质等商品学基础知识作了概括性的介绍。分论部分中重点介绍了与人们日常生活关系密切的重点商品,主要包括酒、茶叶、乳制品、皮革制品、洗涤用品、化妆品、塑料制品、玻璃制品、陶瓷制品、纺织品、服装、家用电器等,对每类商品的类别及品种划分、原料及生产工艺、化学组成、性能特点、质量要求及质量检验、储存保管方法、使用方法及注意事项等作了较为系统的介绍。本书结构严谨,内容准确、简明,特别注重对学生实践技能的培养,具有非常高的实用性。

图书在版编目(CIP)数据

商品学/刘增田主编. —2 版. —北京:北京大学出版社,2013. 3
(21 世纪全国高等院校市场营销类规划教材)

ISBN 978-7-301-21183-0

I. 商… II. 刘… III. 商品学—高等学校—教材 IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 210353 号

书 名: 商品学(第二版)

著作责任者: 刘增田 主编

策 划 编 辑: 傅 莉

责 任 编 辑: 傅 莉

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-21183-0/F · 3323

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电 子 信 箱: zyjy@pup.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62754934 出版部 62754962

印 刷 者: 北京世知印务有限公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 19.75 印张 456 千字

2010 年 8 月第 1 版

2013 年 3 月第 2 版 2013 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 39.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: (010)62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

本书第一版自2010年8月出版以来,作为国内高等职业院校市场营销、连锁经营管理、物流管理、国际贸易、国际商务等专业的商品学课程教材,得到了社会的广泛肯定和好评。由于其体系严谨,结构合理,内容新颖,尤其是特别注重对学生实践技能的培养,因而深得广大商品学任课教师的喜爱,被许多的高等职业院校选作商品学课程教材。在此我们表示衷心感谢!但由于本书第一版的编写时间紧,导致了一些纰漏和瑕疵。在这两年多的教学实践中,本书的编者团队逐渐认识到了这些不足,为了更好地服务于喜爱本书的商品学课程教师和广大读者,我们对其进行了修订。

本书第二版仍然采用第一版的结构体系:尽量简化概论部分,将侧重点向分论部分倾斜;分论部分中商品类别的选择着重于与日常生活关系密切,经营量大,经营范围广,并有利于学生毕业后创业的产品;分论部分中商品类别的选择涵盖副食品、日用工业品、纺织品和家用电器,尽管这样加大了课程体系,但有利于不同学校、不同专业根据自己的课程培养目标选择相应的教学内容;知识点的选择强调实用性和技能性,使之更加符合高职教育的要求。

本书第二版与第一版相比,其主要变化有以下五点。

(1) 更加强调知识的实用性和技能性,诸如“目的”、“原则”、“意义”之类的内容做了进一步的删减。例如,第二版中不再介绍“商品分类的原则和意义”等类似的知识。

(2) 进一步理顺了一些容易混淆的知识点。例如,第二版中我们对“商品代码、商品条码、商品分类目录”部分进行了重新编审,使结构更合理,层次更清晰,更容易阅读和理解。

(3) 内容力求紧密反映、追踪与学科内容相关的最新成果。例如,商品分类部分中补充了全球贸易项目代码(GTIN)和条码体系,介绍了《国际贸易标准分类》(SITC)的最新版本——第四次修订版(SITC Rev. 4)。

(4) 分论部分力求紧密追踪最新修订的产品标准。近几年来,商品标准的修订非常频繁,许多产品标准进行了升级,本书第二版中所涉及的产品均以最新版产品标准为依据对产品进行介绍。

(5) 力求追踪带有趋势性的商品消费热点。例如,在酒类商品部分中,增加了葡萄酒的生产及法国葡萄酒等知识的介绍。

本书第二版也存在一些遗憾,例如,受该书篇幅的限制,不能对人们普遍感兴趣的(如中国十大名茶、白兰地葡萄酒等)进行系统的介绍。在此请各位读者谅解。

本书第一版由山东经贸职业学院刘增田、钟绵章老师和日照职业技术学院付淑文、范伟军老师编撰。本次修订是在原编写人员的相互协助下,主要由刘增田老师修订、编撰。



在本书的修订过程中,我们参考了大量的文献资料,对各位作者给予的帮助,在此表示衷心感谢。

由于编者水平有限,书中错误和不足之处在所难免,敬请读者斧正。

编 者

2012年6月

目 录

第一章 商品学概论	(1)
第一节 商品学研究的对象和任务	(1)
一、商品	(1)
二、商品学研究的对象	(2)
三、商品学研究的任务	(2)
第二节 商品质量	(3)
一、商品质量的概念	(3)
二、对商品质量的基本要求	(4)
三、影响商品质量的因素	(8)
第三节 商品标准	(10)
一、标准及商品标准的含义	(10)
二、商品标准的分类	(11)
三、商品标准的分级和编号	(11)
四、商品标准的结构与基本内容	(16)
第四节 商品检验	(19)
一、商品检验的含义	(19)
二、商品检验的类型	(19)
三、商品检验的抽样方法	(20)
四、商品检验的方法	(21)
五、商品质量认证	(27)
第五节 商品分类	(33)
一、商品分类的含义	(33)
二、商品分类的标志	(34)
三、商品分类的方法	(35)
四、商品代码	(37)
五、商品条形码	(41)
六、商品分类目录	(45)
第六节 商品包装	(48)
一、商品包装的概念及作用	(48)
二、商品包装的种类	(50)
三、商品包装标志	(54)
第七节 食品的营养成分与食品卫生	(59)
一、食品的营养成分	(59)



二、食品中的有毒有害物质	(70)
第二章 副食品商品	(76)
第一节 酒	(76)
一、酒的分类	(76)
二、白酒	(77)
三、啤酒	(83)
四、葡萄酒	(87)
五、黄酒	(93)
第二节 茶叶	(96)
一、茶叶的主要化学组成	(96)
二、茶叶的生产	(97)
三、茶叶的分类	(101)
四、茶叶的质量评定	(107)
五、茶叶的储存和保管	(110)
第三节 乳及乳制品	(111)
一、乳的化学组成	(111)
二、乳制品的分类	(113)
三、灭菌牛乳	(114)
四、乳粉(奶粉)	(115)
五、其他乳制品	(116)
第三章 皮革制品	(119)
第一节 皮革的原料与生产	(119)
一、皮革的含义	(119)
二、制革原料皮	(119)
三、皮革的生产	(121)
第二节 成品革	(126)
一、成品革的分类	(126)
二、四大成品革的外观特征	(128)
三、成品革的外观疵点	(129)
第三节 皮鞋	(131)
一、皮鞋的分类	(131)
二、鞋号	(132)
三、皮鞋的结构	(132)
四、皮鞋的选购	(134)
五、天然皮革与人造革、合成革的简易鉴别	(135)
第四章 日用化学商品	(137)
第一节 肥皂	(137)
一、皂的概念及使用特点	(137)
二、皂的原料与生产	(138)



三、皂的品种及质量要求	(140)
第二节 合成洗涤剂	(144)
一、洗涤剂的去污原理	(144)
二、合成洗涤剂的分类	(145)
三、洗衣粉	(147)
第三节 化妆品	(149)
一、化妆品的分类	(150)
二、化妆品的主要品种	(151)
第四节 牙膏	(157)
一、牙膏的分类	(157)
二、牙膏的原料	(159)
三、牙膏的质量要求	(161)
第五章 玻璃、陶瓷制品	(163)
第一节 玻璃制品	(163)
一、玻璃的分类	(163)
二、玻璃的性质	(166)
三、玻璃的原料	(167)
四、玻璃制品的生产	(168)
五、日用保温容器	(172)
六、玻璃器皿	(175)
第二节 陶瓷制品	(176)
一、陶瓷制品的分类	(177)
二、日用陶瓷的主要品种	(179)
三、陶瓷制品的选购	(183)
第六章 塑料制品	(186)
第一节 塑料概述	(186)
一、塑料及塑料的基本特点	(186)
二、塑料的化学组成	(188)
三、塑料的分类	(190)
四、塑料的用途	(191)
第二节 日常生活中常用的合成树脂	(191)
一、聚乙烯(PE)	(191)
二、聚氯乙烯(PVC)	(193)
三、聚丙烯(PP)	(195)
四、聚苯乙烯(PS)及改性聚苯乙烯	(195)
五、聚甲基丙烯酸甲酯(PMMA)	(197)
六、聚酯树脂	(197)
七、聚碳酸酯(PC)	(198)



八、聚酰胺(PA)	(199)
九、聚氨酯树脂(PU)	(200)
十、氨基树脂	(200)
第三节 塑料制品及检验	(201)
一、塑料制品	(201)
二、塑料的品种鉴别	(207)
第七章 纺织纤维	(210)
第一节 纺织纤维的分类	(210)
一、纺织纤维的分类	(210)
二、新型纺织纤维	(211)
第二节 棉纤维	(214)
一、棉纤维的品种	(214)
二、棉纤维的形成和结构	(215)
三、棉纤维的性质	(215)
四、棉纤维的质量指标	(216)
第三节 麻纤维	(219)
一、麻纤维的种类	(219)
二、麻纤维的性质	(220)
第四节 天然丝纤维	(221)
一、天然丝纤维的种类	(221)
二、桑蚕丝	(221)
第五节 毛纤维	(224)
一、毛纤维的种类	(224)
二、绵羊毛	(225)
第六节 化学纤维	(230)
一、化学纤维的分类	(230)
二、化学纤维的主要品种	(232)
第七节 纺织纤维的品种鉴别	(236)
一、感官鉴别	(237)
二、燃烧鉴别	(238)
三、显微镜鉴别	(239)
四、化学溶解鉴别	(240)
第八章 纱线、织物与服装	(242)
第一节 纱线	(242)
一、纱线的生产	(242)
二、纱线的分类	(244)
三、纱线的质量指标	(245)



第二节 织物	(248)
一、织物与织物组织	(248)
二、织物的分类	(249)
三、棉织物	(251)
四、毛织物	(251)
五、丝织物	(253)
六、织物的性质及品质评价指标	(257)
第三节 服装	(261)
一、服装的分类	(261)
二、服装号型	(264)
三、服装的使用说明	(265)
四、服装质量及安全认证	(269)
五、西服质量要求	(272)
六、服装的选购	(275)
第九章 家用电器	(278)
第一节 电视机	(278)
一、电视基础知识	(278)
二、彩色电视机的基本结构与工作原理	(279)
三、彩色电视机的选购	(280)
四、电视机的使用和维护	(281)
五、新型电视机	(282)
第二节 电冰箱	(283)
一、电冰箱的分类	(283)
二、电机压缩式电冰箱的结构与工作原理	(284)
三、电冰箱的选购和使用	(286)
第三节 空调器	(288)
一、空调器的分类	(288)
二、空调器基本结构与工作原理	(289)
三、空调器的选购和使用	(290)
第四节 微波炉	(292)
一、微波炉的分类	(292)
二、微波炉的结构与工作原理	(293)
三、微波炉的选购和使用	(296)
第五节 洗衣机	(298)
一、洗衣机洗衣原理	(298)
二、洗衣机的分类	(298)
三、洗衣机的选购和使用	(300)
参考文献	(303)

第一章 商品学概论



本章学习目的

通过本章的学习，读者应该了解商品学研究的内容；了解对日用工业品、食品、纺织品质量的基本要求和影响商品质量的因素；掌握商品标准是如何分级的，编号是如何规定的，商品标准的内容有哪些；了解商品检验的抽样方法，掌握商品检验的基本方法；了解商品质量认证的基本知识；掌握商品分类的标志和方法，掌握商品代码、商品条码的相关知识；了解商品包装的种类，掌握商品的包装标志；了解食品中的营养成分和有毒有害物质，能提出合理膳食的建议。

第一节 商品学研究的对象和任务

一、商品

（一）商品的概念

商品是指用来交换，并能满足人们某种需要的劳动产品。商品是人类社会生产力发展到一定历史阶段的产物。商品具有使用价值和价值两重属性，是使用价值和价值的统一体。

在商品经济高度发展的现代社会中，绝大多数的工农业生产活动中使用的生产资料 and 人们日常生活中使用的生活资料多属于商品范畴。随着人类社会的不断发展和进步，商品的范畴和形态也在逐渐扩大，只要是通过市场交换，能够满足人们某种需要的所有形态（如知识、服务、资金、实物等）的劳动产品都是商品。随着现代社会的高度商品化和技术进步的加速，商品的发展呈现出知识化、软件化、服务化等趋势和特点。商品已不满足于“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。

在我国，商品学学科中所研究的商品仍侧重于物质形态的商品，如一般的生活资料商品和生产资料商品。

（二）现代商品的整体概念

现代商品的整体概念包含如下三方面的内容。

1. 核心商品

核心商品是商品所具有的能够满足特定用途的功能主体。例如，电冰箱是一个具有制



冷功能,能够冷冻、冷藏食品,在一定期限范围内能够防止食品腐败,具有保鲜功能,由制冷系统、控制系统、箱体系统组合而成的功能实体。

核心商品是人们通过带有目的性的有效的劳动投入(如市场调查、规划设计、加工生产等)创造出来的产物。

商品是通过功能来满足使用者需要的。功能是商品能够满足人们需要的各种特征与特性。商品具备哪些功能,是由商品体的化学组成、形态结构等决定的。商品的有用性是以商品功能为基础的,因此,核心商品是商品整体概念中最基本和最主要的部分。

2. 有形附加物

商品的有形附加物包括商品包装、装潢、商标及品牌、专利、质量标志、商品使用说明标签或标识、检验合格证、使用说明书、维修卡(保修单)、购货发票等。商品的有形附加物是满足商品的流通(运输、装卸、储存、销售等)、使用、环境保护等需要所不可缺少的。其中,包装、商标等本身也是商品,它们既有使用价值,也有价值。

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,卖方提供消费信贷、送货上门、售后保修服务、免费安装调试服务及有关财产保险等。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要,为消费者提供更多的实际利益,而且有利于提高企业形象,使企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。

二、商品学研究的对象

商品学是研究商品使用价值及变化规律的科学。

商品学作为一门独立的科学,有它特定的研究对象和范畴。从广泛意义上讲,商品学研究的对象就是商品,而商品具有价值和使用价值两种属性。其中,商品的价值属于政治经济学研究的对象和范畴。显而易见,商品学研究的对象主要是商品的使用价值。

商品的使用价值体现在商品本身的自然属性和某些社会属性(如商品美学、流行性等)两个方面。商品的自然属性构成了商品使用价值的物质基础,是商品使用价值形成和实现的重要依据和必要条件。商品的社会属性(除商品价值之外)构成了商品使用价值的社会基础,是社会需要和市场交换必不可少的组成部分,也是商品使用价值实现的必要条件。

商品的自然属性主要包括商品的功能、性能特点、原料、化学组成、结构,商品质量及质量评价,商品分类,商品包装、使用方法、储存养护方法等。

商品学研究的商品的社会属性主要包括商品的时代性、美学特性、文化特性、流行性、民族性、区域性、环境友好性、可持续发展性等。

三、商品学研究的任务

从商品学的发展历史来看,商品学产生于商品交换的实践,反过来又为发展生产、促进商品流通和保护消费者利益服务。所以,商品学研究的任务可以概括为:促进生产企业生产使用价值更高的商品;维护流通领域中商品的使用价值;指导消费促进商品使用价值



的实现；推动市场经济的发展和进步。商品学研究的具体任务如下。

（一）指导商品使用价值的形成

通过商品资源和商品需求的研究，为政府部门实施商品（产品）结构调整、商品科学分类、商品的进出口管理、商品质量监督与管理、商品的环境管理等制定商品标准、政策法规、商品发展规划等提供科学的决策依据，指导企业向市场提供能够满足商品质量要求和使用功能的商品，指导商品质量改进、功能改善和新产品的开发，提高经营管理水平，保证市场商品物美价廉、适销对路。

（二）评价商品使用价值的高低

通过商品检验与鉴定手段，保证商品质量符合规定的标准或合同，维护正常的市场竞争秩序，保护买卖双方的合法权益，创造公平、公正的商品交换环境。

（三）防止商品使用价值的降低

通过确定适宜的商品包装、运输、保管的条件和方法，防止商品质量发生不良变化而造成损失。

（四）促进商品使用价值的实现

通过普及商品知识，使消费者认识和了解商品，学会科学地选购、使用商品，掌握正确的消费方式和方法，促进商品使用价值的实现。

第二节 商品质量

一、商品质量的概念

商品质量是指商品满足规定或潜在要求（或需要）的特征和特性的总和。这里，“规定”是指有关国际组织、国家、有关部门制定的相关法律、法规、质量标准，买卖双方的合同要求等方面的人为界定；“潜在要求（或需要）”是指人们（社会）对商品的适用性、时代性、美学特性、文化性、流行性、民族性、卫生性、经济性等方面的人为期望；“特征”是指用来区分同类商品不同品种的特别显著的标志，如电风扇的落地式、壁挂式、台式、吊式的区分标志；“特性”是指与商品的适用性、坚固耐用性、安全性、卫生性、环境友好性等密切相关的特有的性质，即品质特性，如服装的耐摩擦强度、色牢度、吸水性、透气性、甲醛含量，肥皂的去污力、游离碱含量，空调器的制冷（制热）效能、绝缘强度等。

随着社会的发展和进步，商品质量的含义也在不断地拓展变化中。在商品生产尚不发达、商品供不应求的社会经济条件下，人们的物质需求呈主导地位，此时人们的商品质量观的主体内容是商品的基本特性，例如，衣着的保暖性、耐用性，日用工业品的适用性、安全性等。随着社会经济的发展，人们生活水平的不断提高，人们已不再满足于最基本的物质需要，而产生了更高层次的文化、精神等方面的需要。除了注重商品的实用性、坚固



耐用性、安全性等之外,人们开始越来越重视商品的美学特性、服用性、卫生性及环境友好特性等。

二、对商品质量的基本要求

对商品质量的要求是依据商品的用途、性能特点、使用方法等提出的。一方面,不同的消费者,由于消费目的不同,对商品质量有着不同的要求;另一方面,政府相关部门为维护市场秩序,保护市场参与各方的利益,尤其是消费者的利益,对绝大多数商品均制定了具体的质量要求(商品标准),这些对某种商品的具体质量要求,在商品学分论部分中会具体研究。在此,要讨论的是对用途相近的一类商品的基本质量要求。

(一) 对日用工业品商品质量的基本要求

日用工业品是指人们日常生活中使用的工业产品。它和人们日常生活的关系非常密切,人们刷牙使用的牙膏、喝水使用的各种水杯、吃饭使用的各式餐具均属于该类商品。日用工业品的用途极其广泛,品种也很多,通常根据生产原料不同分为玻璃制品、陶瓷制品、金属制品、日用化学商品、塑料制品、皮革制品等若干类别。该类商品不仅要求能满足人们某种使用上的需要,而且,还应起着美化生活的作用。对日用工业品来讲,应满足以下五个方面的基本要求。

1. 适用性

适用性即商品的有用性,是指商品满足其主要用途所必须具备的性能。适用性是构成日用工业品使用价值的基本条件。例如,保温瓶必须具备保温性能;电视接收机必须能够清晰地还原发射端发送的图像和声音信号,满足收视、收听的要求。一件丧失了适用性的日用工业品将失去任何意义。

2. 坚固耐用性

坚固耐用性是指日用工业品在储存和使用的过程中,抵抗各种外界因素对其破坏的性能。它反映了日用工业品的耐用程度和使用寿命。日用工业品应该具有良好的坚固耐用性,一方面保护了消费者的利益,另一方面节约了社会资源,使商品生产和消费活动尽可能地做到对环境友好。对于不同类别的日用工业品,其坚固耐用性的表示方法是有所不同的。例如,家用电器的坚固耐用性通常用使用寿命来衡量,使用寿命是指商品在规定的使用条件下,保持正常使用性能的工作总时间;对于化妆品等商品,其坚固耐用性通常用储存寿命(保质期)来衡量,储存寿命是指在规定条件下使用性能不失效的储存总时间;对于在力作用下使用的商品,通常用商品的力学指标来衡量其坚固耐用性,如皮鞋通常用鞋底的耐磨强度和抗弯强度、鞋帮的抗弯强度和抗张强度、鞋底与鞋帮之间的剥离强度等指标衡量其坚固耐用性。日用工业品的坚固耐用性是衡量商品使用价值的标志之一,也是评价商品质量的重要依据。

3. 安全卫生性

安全卫生性是指商品在流通和使用的过程中保证人身安全和健康不受伤害的能力。例如,家用电器必须有良好的绝缘强度和自动安全防护装置,以保证使用者的人身安全;啤



酒瓶必须具有良好的防爆性能,以免意外爆炸对人身造成伤害;化妆品中重金属等有害物质的含量应在标准规定的限量以下;食品中残留农药等有毒有害物质的含量及微生物含量必须符合国家食品卫生的标准规定;陶瓷餐具中的重金属含量不能超出国家相关标准中的规定含量。

4. 环境友好性

环境友好性是指商品在生产、流通、消费、废弃的整个生命周期内对自然生态环境和人身健康的危害尽可能减至最低程度,并最大限度地节约能源、资源的能力。随着人们对环境保护意识的不断加强,环境友好性越来越得到人们的重视。目前,许多国家在制定(修订)商品标准时,已将环境友好性评价指标纳入商品质量评价体系中,人们也在努力开发环境友好型商品。当前,生态环境日趋恶化,环境保护应得到高度重视,日用工业品的环境友好性应成为商品基本质量要求的一个重要方面。

5. 外观与结构的合理性

日用工业品的外观主要包括两方面的内容,一方面是指商品的外观斑点、缺陷等,另一方面是指商品表面的色彩、款式、花色、造型等。

日用工业品的外观斑点、缺陷不仅严重破坏了商品的美观,而且有些斑点、缺陷还直接影响商品的内在品质。商品具有精美的外观及色彩,会明显提高商品的艺术性、装饰性、时尚性。在商品经营活动中,由于商品的外观造型不够时尚,式样不够新颖,花纹图案不够美观,即使它们的适用性和耐用性都很好,也很难受到消费者的欢迎。

日用工业品的结构包括其外形结构和内部结构两个方面,主要是指其外观造型、体积大小、内部设计、零部件的组装等。对所有的日用工业品都要求具有合理的结构,结构不合理会影响商品的外观、适用性和坚固耐用性。商品结构不合理,主要是由于产品设计不恰当,或生产工艺控制不合理造成的。商品的结构还与商品的时代性、地域市场要求有一定关系。

(二) 对食品质量的基本要求

食品与人们的关系更为密切,是人们天天离不开的日常生活必需品,其质量的高低直接关系到人民的身体健康,甚至生命安全。对食品质量的基本要求主要体现在以下三个方面。

1. 具有良好的营养价值

食品的营养价值通常由营养成分含量、可消化率、发热量等指标衡量。

人体生长发育需要多种多样的营养物质,这些营养物质主要通过食品获取。如果某种营养物质在摄取食品中的含量不足,就会影响人体的正常生长发育,甚至会导致疾病的发生。人体生长发育需要的营养物质按分子结构和生理功能不同分为糖、蛋白质、脂类物质、矿物质、维生素和水六类。如果某种食品中前五类营养物质的含量与比例与人体生长发育需要的量与比例相同,这样的食品称为全价食品,这也是最理想的食物,但这样的食品在日常生活中是很少存在的。一般来讲,不同食品中营养物质的含量相差很大,例如,动物性食品中蛋白质的含量较高,糖的含量却偏低;水果、蔬菜中维生素、矿物质的含量较高,蛋白质的含量却偏低。



可消化率是指食品在食用后,人体所能消化吸收的程度(百分率)。这对于食品营养价值的最终实现是非常重要的。食品中所含的营养物质,除了水、无机盐和某些维生素能够直接被人体吸收外,蛋白质、脂肪、多糖等必须在消化道内进行分解,将其转变成结构简单的小分子物质,才能被人体吸收利用。食品中还有一部分物质,如植物性食品中的粗纤维、不溶性果胶、木质素等,是不能被人体消化、吸收的物质,但它们对消化道管壁有一定的刺激作用,能引起管壁的收缩蠕动,促进消化液分泌,有利于食物的消化。不同食品的可消化率是不同的,一般来说,动物性食品的可消化率要高于植物性食品。

发热量是指食品中的某些营养成分(如糖、脂肪等)经人体消化吸收后产生的热能。例如,1 g 葡萄糖在体内氧化产生约 41 kcal 的热能;1 g 脂肪氧化能产生 93 kcal 的热能。食品提供的热量是人体进行生命活动的能量来源。

一般来说,营养物质和可消化率高,产热量大,营养价值就高。但也并非完全如此,如粮食加工精度越高,营养成分损失越大,但可消化率却提高了。因此,食品中营养成分的种类和数量,只能从功能上表明食品营养价值的高低,而生理上营养价值的高低却要取决于人体对各种不同成分的需要程度和消化吸收程度。

2. 食品的卫生性和无毒无害性

食品的卫生性和无毒无害性是食品类商品的一个极其重要的质量要求。食品的卫生性和无毒无害性直接关系人身健康和生命安全。甚至食品中的某些有害物质,可以通过母体作用于胚胎,导致胎儿发育畸形等不良后果,影响子孙后代的健康。

食品的卫生性是通过食品中所含的有害微生物(如大肠杆菌、金黄色葡萄球菌、绿脓杆菌等)的种类和数量来衡量的。在食品质量标准中,对有害微生物的种类和数量均制定了严格的上限要求或不允许检出标准。

食品的无毒无害性是通过食品中所含的有毒有害物质的种类和数量来衡量的。食品中所含的有毒有害物质的种类很多,根据来源不同,大致可分为残留农药、重金属、工业有机污染物、不合理的食品添加剂、微生物毒素等若干类。这些毒素在食品中过量存在的原因也是多方面的,例如,农业生产中大量化学农药的不合理使用,工业“三废”的大量排放造成的空气、水体、农田污染,食品添加剂的滥用,食品及食品原料保管不善造成的霉变、腐败等。

3. 良好的色、香、味、形

食品的色泽、香气、滋味和外观形态,不仅是评定食品的新鲜程度、成熟度、加工精度、品质的重要指标,而且也反映了食品的质量变化情况,同时也影响人们对食品的喜爱程度。良好的色、香、味、形能充分激发人们的食欲。

(三) 对纺织品质量的基本要求

纺织品也是人们天天离不开的日常生活必需品,起着遮体、御寒的基本功能,并装点、美化着生活,陶醉着人们的心灵。对纺织品质量的基本要求主要体现在服用性、耐用性、卫生安全性、审美性等方面。

1. 服用性

纺织品的服用性是指其能够遮体、御寒且穿着舒适的性能。一般要求纺织品在满足遮



体、御寒的基本功能基础之上,应尽可能做到穿着舒适。

纺织品的穿着舒适性与其弹性、柔性、丰满性、透气性、吸水性、尺寸稳定性、保暖性、抗起毛起球性等性能等指标密切相关。

纺织品的舒适性表现在触觉舒适性、热湿舒适性和运动舒适性等多个方面。触觉舒适性主要反映在织品和皮肤接触时的爽滑、粗糙、搔痒、温暖、凉爽等触觉感受上。热湿舒适性是指纺织品能够调节人体表面的湿、热平衡,使身体感到舒适的性能。人体自身调节热平衡的能力是有限的,需要通过穿着适当的服装来进行调节,使衣服内层空间形成舒适的小气候。纺织品的热湿舒适性是由其保温性、透气性、透湿性、吸水性等因素决定的。运动舒适性是指由于人体运动的多方向、多角度和大弯曲性,要求织品有一定的弹性、柔性和延展性,能较自由地依顺人体活动,而不致产生较强的阻碍。纺织品的舒适性主要受纤维原料的种类、组织结构等因素影响,例如,棉纤维的吸水性、透气性、柔性好,故穿着的舒适性好,所以通常用于加工内衣和床上用品。

2. 耐用性

耐用性是指纺织品在穿着和使用过程中能够抵抗外界各种破坏因素破坏的能力。它决定了衣着类商品的使用寿命。纺织品的耐用性通常用其各项力学指标(拉伸强度、撕裂强度、耐磨强度、剪切强度等)、耐日光稳定性、染色牢度等指标衡量。

3. 卫生安全性

纺织品的卫生安全性是指纺织品保证人体健康和人身生命安全所应具备的性质,主要体现在纺织品的卫生性、无害性、阻燃性、抗静电性等方面。

对日用纺织纤维来说,无论是天然纤维,还是化学纤维,都没有发现对人体皮肤有明显的刺激作用。但纺织品在染整过程中,要使用多种化学物质(如染料、防缩剂、防皱剂、柔软剂、增白剂等),这些物质可能会造成对皮肤的刺激和人体的伤害。例如,偶氮类染料尽管其色谱齐全,色彩鲜艳,色牢度高,但由于具有诱发皮肤癌的危险,目前已在世界范围内禁止用于纺织品的染色。

纺织品必须具有良好的透气性、透湿性和吸水性,这些性质直接影响织品的卫生属性。

在日用纺织纤维中,除氯纶、氨纶、动物毛、天然丝等纤维的阻燃性较好以外,大多数纤维都不具有良好的阻燃性能。目前,国内外由衣着商品引起火灾伤亡的事件不断增加,因此,各国都非常重视纺织品和服装的阻燃性能标准的制定,许多国家对儿童和老年人服装都有强制的阻燃性要求。

4. 审美性

纺织品的审美性即其美观艺术性。对于服装商品来讲,人们的购买目的已不是单纯地为了遮体、御寒,更主要的是为了美的享受,满足消费者的美学需要,达到一种精神与物质的融汇,生活与艺术的结合。随着时代的发展,审美性已成为广大消费者购买服装的首选特性。服装的审美性,主要是指纺织品所呈现的外观特征,在色泽、花纹、图案、色彩、款式、风格等方面应具有时代的艺术特色,体现现代开放式的生动、活泼、舒畅的生活风貌;适合于季节变化、人们的年龄差异、个性特点、文化素养等。服装的审美性不仅能使人们的生活丰富多彩,而且能体现人们的精神风貌,充分反映时代的气息。