

工商管理**新**教材丛书

Texbooks Series

In Business Administration

商品学概论

*Shangpinxue
Gailun*

胡东帆 主 编
郝中丹 张城搏 副主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

工商管理新教材丛书



Textbooks Series

In Business Administration

商品学概论

*Shangpinxue
Gailun*

胡东帆 主 编
郝中丹 张城搏 副主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

© 胡东帆 2005

图书在版编目 (CIP) 数据

商品学概论 / 胡东帆主编. — 大连: 东北财经大学出版社,
2005.8

(工商管理新教材丛书)

ISBN 7-81084-497-0

I. 商… II. 胡… III. 商品学-教材 IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 107052 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@vip.sina.com

大连天正华延彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 148mm×210mm 字数: 231 千字 印张: 10 3/8 插页: 1

印数: 1—5 000 册

2005 年 8 月第 1 版

2005 年 8 月第 1 次印刷

责任编辑: 朱 艳

责任校对: 合 一

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

定价: 22.00 元

管理的科学性与艺术性

(丛书总序)

科学家爱因斯坦曾经发给艺术家卓别林这样一封生日贺电：“您的艺术作品誉满全球，您真不愧为一位伟大的艺术大师。”卓别林是这样回复爱因斯坦的：“您的相对论仅为世界上少数人懂得，您真是一位伟大的科学家。”前者“雅俗共赏”很伟大，后者“曲高和寡”也伟大，似乎有些矛盾，其实不然，这恰恰体现出“艺术性”与“科学性”的一致性。

对上述对话的一般理解是，科学往往为少数人所发现，“曲高和寡”；而艺术必须要让大多数人所接受，“雅俗共赏”。这当然是正确的，但这只是从一个角度看问题。如果再从另一角度分析，才能做到圆满理解，即科学虽然由少数人所发现，但却可以被多数人所掌握；而艺术虽然可为大多数人所接受，但却只能由少数人所创造。“科学性”与“艺术性”在哲理上是完全一致的。

对科学和艺术还要做进一步的分析。科学分科学发现和成果应用两个层面，艺术也分艺术创作和艺术欣赏两个层面。科学发现和艺术创造都比较难，而科学应用和艺术欣赏相对都比较容易。人们常说，“管理既是科学，又是艺术”，这里所说的“科学”多指“科学成果的应用”，而这里所说的“艺术”却多指“艺术的创造”。对于从事企业管理工作

的人员来说，越高层的管理（如董事长和 CEO 的工作），艺术成分越多；越基层的管理（如部门经理或车间主任，甚至是现场调度或质量控制的工作），科学成分则越多。突出的例子是，美国演员出身的里根可以是一个胜任的国家总统，却难以当好一个企业工程师。企业和国家都是这样，越往高层，“外行领导内行”越普遍，而越往基层，专业技能越重要。当然，与此相应的一般的规律是，越是高层，“艺术创造”越重要；越是基层，“科学应用”越普遍。

对于工商管理教育而言，其课程体系中既有含科学成分较多的课程，也有含艺术成分较多的课程。前者主要有：“生产管理”、“物流与供应链管理”、“管理信息系统”、“会计学”等。后者主要有：“组织行为学”、“人力资源管理”、“企业文化与伦理”、“企业战略”、“公司组织设计”或“公司治理结构”、“企业、政府与社会”等。当然，也有的课程近乎是科学成分和艺术成分并重的，如“公司理财”、“数据、模型与预测”、“管理经济学”等。

我自己和很多从事工商管理教育的教授都有这样的体会，就是在教学过程中，科学成分越多，越适合课堂教学，也就越利于成规模培养；而艺术成分越多，则越适合个人感悟，也越适合于案例教学，从而只能侧重于个别指导或小组讨论。换个角度，对于工商管理的本科生或 MBA 学生，特别是 EMBA 的学生来说，前者主要是依赖于学校和教师，后者则主要取决于个人的悟性。这也是“管理学院学得到”与“管理学院学不到”这两种说法都有道理的原因。这两种完全相反的观点（核心是企业家是否是学校培养出来的）的焦点就在于，各自过多地强调管理的“科学性”或“艺术性”，而忽略了二者间的一致性。事实上，管理学院或 MBA 学院只有处理好这二者间的关系，才有可能办出自己的特色。这一点在国内外已经得到充分证明。

说到这里，就可以很方便地解释为什么“文人”的子女容易继承，而真正的企业家却很难继承的道理了。其中的关键在于，“治学之道”的“规律性”（即“科学性”）较强，知识和经验可以潜移默化、耳濡目染地向子女传授和转达；而“经营之道”的“艺术性”较强，企业家的成功经验多具独特性，难以言传。学习所谓的“管理经验”必须经过“再创造”过程，光靠模仿是不行的。

总起来说,这套丛书对工商管理的“科学性”和“艺术性”都有所兼顾。作者多是具有多年工商管理教学经验和丰硕研究成果的教授,有的还曾到日本等国家的大学讲学。作者们按照简明、实用并具有一定前瞻性的要求,力求为读者提供一套富有特色的教材丛书。这套丛书虽然主要是针对工商管理专业本科生的,但也可以作为 MBA 学生和各类企业管理者的参考书。读者如果基本同意上述有关管理的“科学性”与“艺术性”的看法,那么如何正确地对待这套丛书就不必多絮了。

特以此为序。

于立

东北财经大学 MBA 学院院长

全国 MBA 教育指导委员会委员

国务院学位委员会学科评议组成员

东北财经大学产业组织与企业组织研究中心主任



前言

随着社会经济的迅速发展、高科技的应用，市场中商品品种和数量以前所未有的速度迅猛增长。由于商品质量的提高、商品性能和功能的不断升级换代，从而丰富和满足了人们在物质上和精神上的需求。这其中，始终摆在人们面前，更应关注和强调的一个重要问题，是商品质量和商品的使用价值这个核心问题。这关系到人们的生活质量、企业的生存与发展，以及国家的兴旺与发达。

商品学的研究目的，正是以商品质量为核心来研究商品使用价值的实现问题，解决商品使用价值实现的有关基础理论、基本技能和基本方法。商品学重点研究使用价值问题，这是商品学特有的范畴，也是它区别于其他经济学科的特殊之点。由于研究商品使用价值的特殊性，因此它所涉及的内容有一定的理论深度。商品学概论综合地运用了自然、社会等多学科的理论和方法，具有较高的学术价值和使用价值，用以满足我国社会主义市场经济条件下，商品经济管理人才的需求。

本书从商品全面质量观出发，围绕商品质量的自然属性和社会属性，在商品的寿命周期及其延伸的全过程中，通过质量与标准，标准化与质量管理，质量监督与认证，商品检验、分类与编码、包装、储运与养护，商品的可持续发展，新产品开发等，研究商品的质量及变化规律。在保持商品学概论内容基本框架的基础上，打破传统的结构形式，重新安排体系，使内容紧密相连的章节合并，更加合理化。突出了基本理论和实用方法，强调知识更新、前瞻性、理论性、系统性、先进性、

操作性和实用性。书中内容前后连贯，从理论到实践，循序渐进、深入浅出、重点突出、简明实用。

本书适用于高等院校经济管理类专业用书，可供市场营销、工商管理、商业经济、国际贸易、工商行政管理、商品学等专业使用，也可作为从事经济管理人员的参考用书。

本书由胡东帆主编，郝中丹、张城搏副主编。参编人员有：胡东帆（第1章、第2章），郝中丹（第3章、第4章、第5章），卞志刚（第7章、第9章），张城搏（第6章），谢畅（第8章），段淑梅（第10章），胡慕陶（第11章），高晔（第12章）。全书由胡东帆提出编写大纲和具体要求，并修改定稿。

* 在本书的编写中，借鉴和引用了国内外相关学者的大量研究成果，
2 在此表示衷心感谢。由于编者水平有限，书中难免有不足之处，敬请广大读者批评指正。

作者 | 2005年7月

*
|

目 录

1/	第 1 章 商品学的研究对象、内容与任务
1/	学习目标
2/	1.1 商品学的产生与发展概况
7/	1.2 现代商品的整体概念
12/	1.3 商品学的研究对象
14/	1.4 商品学的研究内容
17/	1.5 商品学的任务
18/	本章小结
19/	关键概念
19/	简答题
19/	实训题
19/	试述题
19/	论述题
20/	第 2 章 商品质量与商品质量标准
20/	学习目标
21/	2.1 现代商品的全面质量观
27/	2.2 商品质量的基本要求
32/	2.3 影响商品质量的因素
37/	2.4 商品质量标准
41/	2.5 商品质量标准的分级
50/	本章小结
50/	关键概念
50/	简答题

51/	实训题
51/	计算题
51/	试述题
51/	论述题
52/	第3章 商品质量的自然属性
52/	学习目标
53/	3.1 商品自然属性的构成要素
55/	3.2 商品的物理特性
61/	3.3 商品的化学特性
83/	3.4 商品的微生物学特性和商品的生理生化特性
88/	3.5 商品质量的技术特性
92/	本章小结
92/	关键概念
92/	简答题
93/	实训题
93/	计算题
93/	试述题
93/	论述题
94/	第4章 商品质量的社会属性
94/	学习目标
95/	4.1 商品市场质量特性
97/	4.2 商品市场质量的社会属性
103/	4.3 商品包装市场质量特性
107/	4.4 商品包装质量的社会属性
110/	4.5 商品美学质量
114/	本章小结
114/	关键概念
114/	简答题
115/	实训题
115/	试述题

※

※

115/	论述题
116/	第5章 商品标准化与商品质量管理
116/	学习目标
117/	5.1 商品标准化
124/	5.2 标准化原理
128/	5.3 商品质量法规
134/	5.4 商品质量管理
138/	5.5 标准化与质量管理的关系
140/	本章小结
141/	关键概念
141/	简答题
141/	实训题
141/	计算题
141/	试述题
141/	论述题
142/	第6章 商品质量监督与认证
142/	学习目标
143/	6.1 商品质量监督
148/	6.2 质量认证制度
152/	6.3 产品质量认证
157/	6.4 管理体系认证
163/	6.5 质量管理和质量保证系列标准
166/	本章小结
167/	关键概念
167/	简答题
167/	实训题
167/	试述题
167/	论述题
168/	第7章 商品检验
168/	学习目标

*

3

*

169/	7.1 商品检验与鉴定
173/	7.2 商品抽样
177/	7.3 商品检验的方法
181/	7.4 商品品级
183/	7.5 假冒伪劣商品的识别
186/	本章小结
187/	关键概念
187/	简答题
187/	实训题
187/	试述题
187/	论述题

✱

188/ 第8章 商品分类与编码

188/	学习目标
189/	8.1 商品分类
193/	8.2 商品分类标志
196/	8.3 商品目录与商品分类体系
204/	8.4 商品编码
206/	8.5 商品条形码
213/	本章小结
214/	关键概念
214/	简答题
214/	实训题
214/	计算题
214/	试述题
214/	论述题

✱

215/ 第9章 商品包装

215/	学习目标
216/	9.1 商品包装质量的双重属性特点
218/	9.2 商品包装的分类和技术要求
224/	9.3 商品的运输包装

230/	9.4 商品的销售包装
233/	9.5 商品包装标志与商标
242/	本章小结
242/	关键概念
242/	简答题
242/	实训题
243/	试述题
243/	论述题
244/	第 10 章 商品的储运与养护
244/	学习目标
245/	10.1 商品储运与养护的重要性
246/	10.2 储运商品的损耗与质量劣变
247/	10.3 商品储运方法
251/	10.4 商品养护
260/	10.5 储运商品的质量管理
266/	本章小结
266/	关键概念
267/	简答题
267/	实训题
267/	计算题
267/	试述题
267/	论述题
268/	第 11 章 商品的可持续发展
268/	学习目标
269/	11.1 商品经济活动的发展阶段
274/	11.2 可持续发展性商品
277/	11.3 绿色商品
281/	11.4 商品与资源
288/	11.5 商品与环境
294/	本章小结

295/	关键概念
295/	简答题
295/	实训题
295/	试述题
295/	论述题
296/	第 12 章 新产品开发
296/	学习目标
297/	12.1 商品信息
300/	12.2 商品预测
303/	12.3 新产品的概念和分类
305/	12.4 提高新产品开发的成功率
308/	12.5 缩短新产品开发周期
313/	本章小结
313/	关键概念
314/	简答题
314/	实训题
314/	试述题
314/	论述题
315/	主要参考文献

※

6

※

第1章



商品学的研究对象、内容与任务

学|习
目|标

通过本章的学习,使学生了解商品学是以商品质量为中心研究商品的使用价值的科学,商品学概论侧重于研究商品学学科的共性,掌握现代商品学的整体概念,培养学生掌握研究商品使用价值的有关基础理论和基本方法。

1.1 商品学的产生与发展概况

商品学作为一门独立科学，只有两百多年的历史。

由于商品学特定的研究对象是商品，因此商品学的产生与发展与商品经济的产生与发展密切相关，它是商品经济发展到一定阶段的必然产物。伴随着商品经济的逐步深化，商品学的研究领域在不断地拓宽，商品学自身也处于不断地深化发展之中。

在原始社会阶段，生产力低下，人类处于自给自足的自然经济条件下，没有多余的劳动产品用于交换，商品学自然不存在产生的条件。随着生产力的不断发展，有了剩余的劳动产品用于交换，出现了商品经济，人类社会进入了商品和货币交换时代。随着商品经济的发展，人类文化和科学技术水平逐步提高，商品学开始处于萌芽阶段，以后逐渐地形成了商品学这门科学。因此，无论是我国的商品学还是外国的商品学，其产生与发展总体上都可分为萌芽、创立和发展几个阶段。

1.1.1 我国商品学的发展概况

2

1) 商品学的萌芽阶段

我国是一个历史悠久的文明古国，古代商品经济的发达曾闻名于世，为商品学的萌芽奠定了丰富的物质基础。

*

唐朝（公元 618—907 年）是我国封建社会发展的鼎盛时期，当时在西京（西安）、东京（洛阳）两地之间的商业很繁盛，农业、冶炼业、陶瓷业、印刷业和其他手工业都有了很大的发展，广州、泉州、扬州等地已成为我国对外贸易的重要商埠。盛唐中叶，我国的茶叶生产很发达，从江淮一带传入北方，运到京城的茶叶品种繁多，色、香、味各异，茶叶作为饮料逐渐盛行起来。当时的复州竟陵（今湖北天门）人陆羽收集了大量有关茶叶生产和消费方面的知识，于公元 780 年写出了《茶经》一书，全书共三卷十篇。书中对各种茶叶的形状、品质、产地、采集、加工炮制、烹饮方法等均有详细论述，书中还对茶叶的审评、用途及储藏方法等内容做了专门介绍。中国的茶叶闻名世界，同《茶经》的问世与传播有着密切的关系，《茶经》促进了茶叶的生产与消费。我国商品学界认为，《茶经》应是世界上最早的一部茶叶商品学专著。

公元 1578 年明朝李时珍完成了《本草纲目》一书，公元 1590 年

(明神宗万历十八年)出版的李时珍《本草纲目》五册共 52 卷, 收集药物 1 892 种, 系统地总结了药理学方面的知识, 是我国药理学、植物学等方面的宝贵遗产。《本草纲目》相继被译成多种文字版本在国外流传, 曾传入日本, 并在日本普及。在日本的商品学学者中占主流的一种看法认为, 商品学是由本草学和物产学演变而发展起来的。因此, 《本草纲目》也是我国历史上较早的一部药物商品学专著。此外, 在古代有记载的还有春秋时代师旷著的《禽经》、晋朝戴凯之著的《竹谱》、宋朝蔡襄著的《荔枝谱》、清代王秉之编著的《万宝全书》等。这些学科商品学从内容看趋近于商品学体系, 但并未系统化、理论化, 只是处在商品学的萌芽阶段。

2) 商品学的创立和发展阶段

19 世纪以来, 商品学由德国传入我国, 使我国商品学得到迅速发展。1902 年我国商业教育中把商品学作为一门必修课, 商品学教育和研究从此也就不断发展起来。

这期间, 有 1917 年方嘉东编著的《商品研究通论》, 1925 年戴在珣编著的《商品学》, 1932 年刘冠英编著的《现代商品学》, 1934 年潘吟阁编著的《分类商品学》和王博仁编著的《商品学》等。这些都是我国近代商品学研究中的早期著作。在此期间北平大学、中国大学、津法大学、沪江大学、暨南大学等高等院校先后开设了商品学课程。

1949 年新中国成立之后, 许多高等院校相继开设了商品学课程, 商品学的教学和研究工作受到了党和政府的极大重视和关怀, 取得了一系列的进展。1951 年中国人民大学由苏联专家执教, 招收了商品学研究生班, 培养了一批商品学的师资骨干队伍。1958 年之后国内许多高等商业、财经院校创办了商品学系、商品学专业或开设商品学课程, 编写了许多商品学教材, 如中国人民大学出版的《商品学总论》及分论共计五册, 黑龙江商学院出版的《日用工业品商品学》、《食品商品学》、《五金商品学》, 由院校与商业部门共同编写的《纺织品商品学》、《针织品商品学》、《百货商品学》、《棉花商品学》、《茶叶商品学》等多种专业商品学。

1959 年在《商业研究》刊物中还开展了商品学的研究对象与任务的学术讨论。此后, 上海、北京、天津、广州等地的大型商业企业出版