

郭洪仙 主 编

曾 瑾 副主编



总顾问 朱道立
复旦卓越 · 21 世纪物流管理系列教材



商 品 学

S h a n g P i n X u e

 复旦大学 出版社

总顾问：国务院学位委员会学科评议组成员 中国物流学会副会长 朱道立



复旦卓越 · 21 世纪物流管理系列教材

商品学

Shang Pin Xue

郭洪仙 主 编

曾 瑾 副主编

复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

商品学/郭洪仙主编. —上海:复旦大学出版社,2005.6
(复旦卓越·21世纪物流管理系列)
ISBN 7-309-04538-6

I. 商… II. 郭… III. 商品学 IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 046612 号

商品学

郭洪仙 主编

出版发行 复旦大学出版社

上海市国权路 579 号 邮编 200433

86-21-65118853(发行部) 86-21-65109143(邮购)

fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 李 华

总 编 辑 高若海

出 品 人 贺圣遂

印 刷 江苏扬中市印刷有限公司

开 本 787×960 1/16

印 张 15.25 插页 1

字 数 282 千

版 次 2005 年 6 月第一版第一次印刷

印 数 1—6 000

书 号 ISBN 7-309-04538-6/F·996

定 价 28.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

序/言

XU YAN

随着经济全球化和信息技术的迅速发展,企业生产、物资流通、商品交易、信息交换等的理念、方式和方法正在并将继续发生深刻的变革。与此相适应,作为企业降低生产成本、提高核心竞争能力、增加经济效益的“第三利润源”、被彼得·德鲁克描述为最后一块“经济的黑暗大陆”的现代物流业正在世界范围内广泛兴起,并将成为 21 世纪中国的黄金产业之一。

现代物流泛指原材料、产成品从起点至终点及相关信息有效流动的全过程。它将运输、仓储、装卸、加工、整理、配送、信息等方面有机结合,形成完整的供应链,为用户提供多功能、一体化的综合性服务。“物流”这一概念是在 20 世纪 50 年代开始形成、60 年代初才完善的。在此后的几十年间,随着世界经济贸易的高速发展,物流服务很快便从萌芽状态成长为国际生产、流通运输业中一种最为经济合理的综合服务模式。物流一词最早起源于美国,当初被称作“physical distribution”(PD),即“实物分配”或“货物配送”,后来,物流通常被称为“logistics”。我国自 20 世纪 80 年代初系统引进现代物流理论以来,特别是近几年,随着社会主义市场经济体制的初步建立,科学技术的迅速发展以及加入世贸组织,我国的物流业得到了快速发展,政府和企业也都逐渐意识到发展物流在优化资源配置中的重大作用 and 意义。现代物流作为推动经济发展的新的利润源和竞争资源,其所蕴涵的巨大潜力正在得到政府、企业和学术研究领域越来越多的重视。近几年的资料表明,物流业已成为我国经济领域中发展最快、最活跃、最具热点的一个行业。物流管理也成为当前理论研究、企业实践的热点,各高校的热门专业。

高素质人才是现代物流发展的关键因素。但是物流作为一项新兴的产业和一门新兴的学科,一方面由于其所涉及的产业活动的多样性和复杂性,另一方面由于国内对物流人才的培养还不完善和成熟,因此,物流人才匮乏与物流业的蓬勃发展不相称。人才的短缺严重制约了我国物流产业整体水平的提高,尤其大量从业人员无论是在理念、思维方式方面,还是在知识结构、创新能力方面,都与国际先进水平有不小的差距,这些直接影响到我国物流业现代化的速度。





物流,作为一门实践性很强的产业,需要许多应用型技术专门人才,而高职高专及实践型本科教育的根本任务正是培养生产、建设、管理和服务第一线所需要的,德、智、体、美全面发展的高等技术应用型专门人才。高职高专及实践型本科教育的学生应在掌握必要的基础理论和专门知识的基础上,重点掌握从事本专业领域实际工作所必需的基本知识和职业技能,因而对应这种形式的高职高专及实践型本科教材也应有自己的体系和特色。

为了从根本上提高我国物流从业人员的整体业务能力与管理水平,满足国内市场对物流应用型技术专门人才的需求,培养适应我国物流业飞速发展需要的物流专业人才;为了适应我国高职高专及实践型本科教育在教学改革和教材建设上的需要,复旦大学出版社组织上海第二工业大学、上海外贸大学、苏州工业园区职业技术学院等在物流专业中办学特色鲜明、办学实力强的高校成立了“物流教学研究与教材出版编委会”,编撰了该套“物流管理系列教材”。该系列教材包括《物流管理学》、《物流设施与设备》、《供应链管理》、《商品学》、《运输管理学》、《物料与库存管理》、《仓储与配送管理》、《物流管理信息系统》,该教材丛书的编者均来自于教学研究与实践工作第一线的优秀教师和专家。

本系列教材紧密结合当今物流领域的实践,从强化与培养操作技能角度出发,较好地体现了本职业当前最新的实用知识与操作技术,对提高从业人员基本素质和基本能力有直接的帮助和指导作用。本系列教材内容丰富,几乎涵盖了现代物流管理中方方面面的理论和实践问题,书中既有先进理念的阐述,又有生动案例的分析,理论与实践紧密结合,相得益彰。

本系列教材编写体例的设计比较合理,以引导案例、正文、练习、案例讨论等作为每一章的内容安排,给读者带来学习上的方便性与直观性。同时,本教材的案例,基本上取材于国内公司在物流管理各个领域的实践与成功案例,尽量使西方的物流管理理论与中国的实践相结合。

国务院学位委员会学科评议组成员

中国物流学会副会长

复旦大学管理科学系主任

复旦大学现代物流管理研究中心主任

前言

QIAN YAN

一个学科之所以与其他学科相区别,是因为它具有不同于其他学科的研究对象。而研究对象的区分,又取决于各研究对象本身所具有的矛盾的特殊性。商品学作为一门独立的学科,也有其特定的研究对象,即商品的使用价值。

作为商品学的研究对象,商品的使用价值具有自然属性和社会效应两个方面。商品的自然属性主要表现为商品的物理化学性质,它构成了商品有用性的物质基础。由此所决定,商品学研究商品的使用价值,必须从商品有用性的相关因素入手,深入研究各类与商品自然属性相关的理论问题和技术问题。商品的社会效应,反映了商品生产者对社会发展变迁以及随社会变迁不断演化的社会需求的一种主动适应。不同时期和地域条件下的社会制度、社会文化总要对该时期、该地域所生产的商品打下不可磨灭的烙印。换言之,商品只有适应当时社会的政治制度、经济制度、意识形态、宗教信仰、审美情趣、风俗习惯的需要,才可能顺利地进入市场并通过市场最终进入消费和使用领域。由此又决定了商品学的又一个研究方面,即必须透过商品的表层,深入研究隐藏在商品物质面具之后的社会文化内涵。

商品是一个动态的概念。人类社会在不同的时期、不同的历史条件下,对商品的内在质量和外在形式都提出了不同的要求。从发展的眼光来看,商品的内涵和外延在任何时候、任何情况下都不会静止地存在于任何一点上,而总是永不停歇地处于发展变化之中。商品本身的发展变化,要求商品学也必须随之不断演化和跃迁。其研究内容、理论体系、指导思想、研究方法、研究手段都必须随着人类社会政治、经济、文化、技术环境的变化与时俱进,不断更新,不断地提出新理论、创立新学派、采用新方法、开拓新境界。商品学的生命力,就存在于这种永无止境的探索和创新之中。

商品使用价值的具体表征是商品质量。因此商品的质量就成为商品学研究的主要内容。关于商品质量以及与商品质量密切相关的一系列范畴,如质量标准、商品分类、商品检验、商品包装、商品储存、商品养护等等,都构成了商品学研究的基本内容。由于商品的使用价值包括自然属性和社会效应两个方面,所以



准确地说,商品学的研究处于自然科学和社会科学的交叉地带。它既运用自然科学(如物理、化学、数学)的理论和方法,又使用社会科学(如美学、心理学、社会学)的理论和方法;既研究某一类具体商品的特殊结构,又研究商品整体的普遍的、内在的变化规律;既研究静态状态中的商品,又研究一个较长时期内商品演化的各种形态。博采众长,综合使用各学科的理论和方法,既侧重于自然科学研究但又不局限于自然科学,是商品学研究的一个重要特点。

当前,我国社会主义市场经济体制已基本确立,市场经济的发展已进入一个新的发展阶段。日益深化的经济体制改革和政治体制改革,解除了长期束缚我国生产力发展的各种桎梏,蕴藏于各类商品生产者之中的创造力正像火山爆发一样迸发出来,社会财富正以一种前所未有的速度大规模涌流。而商品正是这些正在快速涌流的社会财富的主要表现形式。市场经济的发展为商品学研究开辟了新的天地,提出了更新更高的要求。商品学在我国市场经济大发展的新形势下任重而道远。

商品学是一门正在发展中的学科。在其发展过程中,已形成众多不同的观点和流派。在本书的编写过程中,为了博采众长,我们参阅了许多国内外的有关论著,引用了其中不少精辟的观点和见解。这些论著已在本书的“参考文献”一栏中列出,在此我们向这些论著的作者们表示衷心的感谢。

郭洪仙同志为本书制定了编著大纲,负责全书的总体设计、谋篇布局,并撰写了其中的第1章、第2章、第3章、第5章、第7章、第11章。曾瑾同志撰写了其中的第4章、第6章、第10章。武涛同志撰写了其中的第9章。汪星明同志撰写了其中的第8章。由于编著者水平有限,书中难免有错误和不足之处,在此恳请各位专家和读者不吝赐教。

作者

2005年1月

目 录

MU LU

第一章 商品学导论	1
第一节 商品学研究对象与任务.....	1
第二节 商品学的研究内容.....	7
第三节 商品学的研究方法	10
第二章 商品的成分与性质	14
第一节 商品成分与性质对使用价值的影响	14
第二节 商品的成分	18
第三节 商品成分含量要求和表示方法	35
第四节 商品的性质	41
第三章 商品质量与认证	55
第一节 商品质量概述	55
第二节 影响商品质量的因素	58
第三节 商品质量的管理	62
第四节 商品质量的认证	67
第四章 商品的分类和编码	77
第一节 商品分类的意义和原则	77
第二节 商品分类的标志及方法	80
第三节 国际商品分类体系和商品目录	85
第四节 商品编码	97
第五章 商品标准与标准化	104
第一节 商品标准.....	104
第二节 商品标准化.....	116





第六章 商品检验	124
第一节 商品检验概述.....	124
第二节 商品抽样与抽样方法.....	130
第三节 商品检验的基本方法.....	132
第四节 商品的品级.....	138
第七章 商品包装与装潢	143
第一节 商品包装的功能和分类.....	143
第二节 商品包装的技术和方法.....	150
第三节 商品包装装潢.....	153
第八章 商标及管理	160
第一节 商标的特征和作用.....	160
第二节 商标的设计.....	165
第三节 商标的管理.....	167
第九章 商品运输	173
第一节 商品运输概述.....	173
第二节 商品运输的方式和特点.....	179
第三节 商品运输与物流.....	188
第十章 商品的储存与养护	196
第一节 商品储存概述.....	196
第二节 商品储存中的损耗与质变.....	199
第三节 商品储存中的质量管理.....	206
第四节 储存商品的养护技术.....	210
第十一章 新产品开发	220
第一节 产品概述	220
第二节 新产品开发.....	223
参考文献	232

第一章

商品学导论

学习目标

学完本章,你应该能够:

1. 理解商品的概念和商品的二重性,掌握商品的社会效应和时代效应
2. 明确商品学的研究对象和商品学的研究任务
3. 掌握商品学研究的内容
4. 理解商品学的研究方法

基本概念

商品的二重性 商品的时代效应 商品的社会效应 商品学

1

第一节 商品学研究的对象与任务

一、商品学的研究对象

什么是商品?弄清楚商品的概念是我们更深入地了解和掌握商品学这门学科的基础。当我们提到商品的时候,首先想到的就是各种各样在市场上交换的产品,如电脑、手机、衣服、牙刷等等。事实上,这个时候我们所关注的只是商品的有用性,如电脑可用来上网、存储资料,手机可用来通信,牙刷可以帮助我们清洁牙齿等。而这只是商品内涵的一个方面,商品内涵的另一个方面涉及的是商品的价格,即什么决定了商品的价格,各种不同的商品在市场上以不同的价格交易背后的原因是什么。这两方面的问题即是商品的二重性。





(一) 商品的二重性

商品是为交换而生产的劳动产品。商品具有价值和使用价值的二重性。

1. 商品价值

商品价值,是指凝结在商品中的无差别的人类劳动。任何产品都要经过人类的劳动才能被生产出来,而劳动又分为具体劳动和抽象劳动,具体劳动决定了商品在满足人们需要上的差别。如作家可以发挥自己的写作才能创作出文艺作品,画家创作出满足人们视觉审美需要的图画,这两种具体劳动在性质上是不同的。但是不管生产什么样的商品,在劳动过程中都要耗费人的体力和脑力,这一点是没有差别的,只是体力和脑力耗费多少的问题,而商品价值就是在无差别的体力和脑力耗费过程中形成的,所以不同的商品在价值上才能相互比较。价值的表现形式是交换价值,即不同商品相互交换的量的关系和比例。如一本书可以和一支钢笔交换,那么在这里,一本书的交换价值就是一支钢笔,一支钢笔的交换价值就是一本书。价值看不见也摸不着,但蕴藏于商品之中,通过可见的交换价值表现出来。人们按照商品价值互相交换商品,实质上是互相交换各自的劳动,交换价值的基础是价值。商品价值是人们在社会生产劳动中形成的,反映了人与人之间的社会关系,因此,商品价值反映了商品具有的社会属性。商品的社会属性是由商品与人、商品与社会之间相关因素决定的。关于商品的社会属性问题,将在以后章节中专门讨论。

2. 商品的使用价值

商品使用价值,是指商品的效用或物的效用,即商品的有用性。马克思指出:“物的有用性使物成为使用价值。但这种有用性不是悬在空中的。它决定于商品体的属性,离开了商品体就不存在。”^①商品使用价值表现在商品体上。对具体商品而言,商品使用价值是指该种商品具有有用性,这种有用性是指商品体自身具有能够满足人与社会生产、生活某种需要的用途与功能。商品的有用性——使用价值,反映了商品的自然属性特征。商品的自然属性特征,是由组成商品体的原材料、化学组成、生产工艺条件、生产技术水平决定的。商品自然属性的标志是商品的品质特性、质量特性、功能用途特性等。

商品价值和使用价值是共存于同一个商品体上的,是相互依存、不可分离的统一体。事实上,不存在只有价值没有使用价值的商品,也不存在只有使用价值没有价值的商品,这是由商品具有二重性的本质决定的。

商品价值和商品使用价值共存于同一个商品体上,说明商品既具有社会科

^① 《马克思恩格斯全集》第23卷,人民出版社1972年版,第103页。

学的社会属性,同时又具有自然科学的自然属性。

(二) 商品的社会效应与商品的时代效应

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。

1. 商品的社会效应

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的程度。对具体商品而言,商品的外观、款式(式样或造型)是商品社会效应的外在表现,即指商品适应社会需要的特性;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。商品的社会效应告诉我们必须向市场提供能够满足人们需要的产品,这样商品才能受到人们的欢迎,不能满足人们需要的商品必然会在市场上遭到失败。

2. 商品的时代效应

商品的时代效应,是指商品适应时代要求的特性。也可称为社会流行性。它反映的是社会公众对商品的认可与接受程度。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。它具有时限性和区域性特点。比如许多商品的消费具有季节性,服装用品的消费随春夏秋冬季节的变换而变更。还有许多商品,其花色、品种和款式会随社会时尚的变化而不断改变,这些都是商品时代效应的表现。

3. 商品的社会效应与时代效应之间的关系

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,它们之间既有区别又有联系。区别在于:社会效应是指商品的社会适应性,时代效应是指商品的社会流行性。实质是反映和表现商品使用价值的实现程度与效果,两者是相互依存、不可分离的,是共存于商品供求矛盾的统一体中的。

研究商品的社会效应和商品的时代效应,实际上是研究商品使用价值实现的程度与效果。因此,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。

(三) 商品学研究的对象

科学研究的目的在于揭示各种现象的客观规律。科学研究对象是指观察、思考、研究的客体。商品学研究的客体是商品,商品的特殊矛盾是使用价值。马克思说:“商品的使用价值为商品学这门学科提供材料。”^①依此,确认商品学是

^① 《马克思恩格斯选集》第1卷,人民出版社1972年版,第363页。





研究商品使用价值的一门科学。商品学研究对象是商品的使用价值,即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。从商品学研究对象看,可以确认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。

二、商品学研究的任务

商品学是为商品流通和商品消费服务的一门科学。商品学研究对象是商品的使用价值,是研究商品的使用价值及影响使用价值实现的相关因素的客观规律。商品学研究任务是依据商品学研究对象为基础确定的。

商品具有使用价值的基本条件是商品的有用性,商品的有用性是由商品质量决定的。因此,商品质量是实现商品使用价值的基础。商品使用价值是在生产领域中形成的,是通过流通领域进入消费领域实现的。从而表明,商品使用价值实现的过程是指商品从生产领域进入流通领域,再由流通领域进入消费领域的全过程。因而从商品使用价值的实现过程看,商品学研究的中心内容是研究商品由生产领域进入流通领域,再由流通领域进入消费领域,实现商品使用价值。包括:商品质量鉴定、商品质量评价、商品质量维护、商品贮存与养护,及影响商品质量变化相关的自然条件和社会条件等诸多因素的变化规律。依此,确定商品学研究的根本任务是:以提高商品质量为中心,以促进商品生产部门、流通部门为社会提供需要的、消费者满意的、质量合格的商品为目的,实现促进生产、指导消费、推动商品经济发展的根本任务。

为实现商品学研究的根本任务,商品学必须承担以下具体研究任务:

(一) 研究商品质量监督与管理

商品学研究商品使用价值的核心是商品质量,商品质量是实现商品使用价值的基础。商品使用价值是由商品质量表现的,商品质量品级是通过商品质量的评价与鉴定确定的。商品使用价值对于特定的商品体是客观存在的,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,同时依照法律也必须对商品质量实行监督与管理,维护消费者的权益。

(二) 研究商品经营技术

商品经营技术,是指商品在流通领域中的经营管理技术。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,容易引起商品霉腐、锈蚀、鼠咬、虫蛀等,致使商品变质而产生损失,失去使用效能,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,必须把商品经营技术作为商品学研究任务之一。

(三) 研究商品促销手段

商品促销手段,是指在商品经营中如何为社会提供所需要的、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。我们研究的商品促销手段,必须是维护消费者利益,为消费者负责的、道德高尚的销售手段。在这样的基本思想指导下,选定的促销手段,必须是从指导消费的目的出发,为消费者提供质量可靠、货真价实、信得过的商品。这种促销手段,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,正确引导消费,促进销售。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。

(四) 研究商品售后服务

商品售后服务,是指商品售出后,对获得商品的消费者的服务。商品售后服务是为实现商品使用价值而确定的流通领域的最终阶段,同时也是商品进入消费领域中实现商品使用价值阶段对商品质量维护、保养所采取的服务方式。商品使用价值的最终实现阶段是在消费领域中体现,即在消费者那里体现的。事实上,由于多种原因,如消费者对商品的性能特点、使用方法、维修技术不一定掌握和了解,因而许多商品在消费者那里不一定能完全地、充分地实现其使用价值。因此为了充分实现商品使用价值,从商品学研究商品角度,应该把商品的售后服务的科学理论与方法纳入商品学研究的任务之中。

(五) 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,社会对商品需求欲望也愈来愈高。人们的消费需求结构,已由简单化、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;人们的价值取向,已由坚固耐用、经济实惠的温饱型,向美观漂亮、高雅舒适的享乐型转化;人们的消费观念,已由花色品种单一、大众化的单元型,向款式新颖、风格独特的多元型转化。在市场经济充分发展的条件下,为满足社会需要,满足市场需求,必须拓宽商品使用领域,扩大商品使用范围,增加商品使用功能。因此,应用新技术、开发新产品是商品



学研究的重要任务之一。

(六) 研究商品生产与环境保护的关系问题

商品的使用价值表现为物的效用,即指能满足人们的某种需要的有用的物。这种物的效用,必须是为社会、为人类提供健康有利的效用。这里重要的是研究物效用的后效应问题。物效用的后效应,也同样应该是对社会、对人类健康产生有利的影响和效用。这种对人类健康有利的影响和效用,是通过人与环境直接表现的。随着社会发展,人口不断增加、资源不断减少,环境保护,乃至整个生态环境的保护问题,将成为人类普遍关注的问题。因此,商品学要把环境保护、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,作为商品学研究的重要课题。这也是社会主义市场经济条件下,物质文明建设和精神文明建设的重要课题,也是加快经济建设发展的至关重要的问题。研究商品生产与环境保护的关系不仅关系到国家的可持续发展战略,也关系到科学发展观的真正落实。

从商品学角度,研究商品生产与环境保护的关系,要侧重研究以下几个方面的问题:

1. 商品与人的健康

在当今社会里,人们的商品意识很强,人们的价值取向、消费观念以及消费结构都发生了很大变化,对商品的欲望追求层面也相应地发生了很大变化。表现在选购商品时,多注重于商品外观、款式、形态和色彩美,往往忽视商品的内在质量。在这种情况下,一些食品商品如烟、酒、糖、茶、饮料等的生产厂家,在生产中为达到刺激消费的目的,竭力对商品外观、款式、色彩、形态进行美化设计,诸如食品商品中添加辅助原料增加色彩用以达到视觉效果。这些辅助材料中如色素等多数是对人体有害的,即便是无害,也是无益的。又如化纤织品中的许多化学成分对人体皮肤是有刺激作用的,长期穿用多元化纤混纺织物内衣,便会影响皮肤健康。所有这些出现的问题,都提醒我们要注重物与人的健康的研究。

2. 商品中残留毒物对人健康的影响

现代化农业为提高单位面积的粮食、作物、蔬菜产量,施用各类化肥;为防止害虫对作物的侵蚀,同样要施用各种各样的化学农药,虽对害虫能起到杀灭作用,但残留毒物对人畜的危害也是很大的。在许多食品商品,如粮食、蔬菜、水果在生产过程中由于在农药、化肥作用下,不仅使原料成分受到破坏和改变,而且残留毒物仍然存在。以水果、蔬菜为原料的食品加工过程中若对残留毒物的处理不彻底,潜在的残留毒性依然存在,人畜健康就会直接受到影响和危害。为避

免残留毒物对人畜健康的影响,对作物施用农药、化肥时一定要采用科学施用方法;食用施用过农药、化肥的各种作物、蔬菜、水果,一定要认真清洗、消毒;防治作物病虫害,尽量采用对人畜健康影响小、危害少的农药。

3. 商品对环境的污染

现代社会,人们追求生活高质量、工作快节奏、美化生活方式,精品意识逐渐在加强,喜欢方便简洁用具。因而诸多的一次性商品包装、一次性餐具以及各种各样的洁净用品等,为满足人与社会需要,便大量涌向市场。但从另外方面看,这些废弃物已直接成为江、河、湖、海和自然环境、生态环境的污染源,对整个绿色环境造成危害,已经形成社会公害。为保护生态环境、自然环境和人类健康,必须研究开发废弃物科学消化处理方法和综合利用途径。

4. 商品包装物对环境的污染

随着商品生产的发展,商品流通领域范围的扩大,商品包装物的研究开发越来越引起商品生产者、消费者的重视。商品包装物对强化商品美、提高人们鉴赏力以及指导消费都有着重要作用。但目前商品包装出现的多层包装、复式包装、复杂包装现象较多,既浪费了材料,又浪费能源,同时又加大商品成本,而且包装废弃物对环境污染的范围越来越扩大,污染的程度越来越严重,已成为人类生活中的沉重包袱。因此,研究商品包装物对环境污染已成为商品学乃至相关学科研究的重要课题。

第二节 商品学的研究内容

商品学研究的内容是依据商品学研究对象、任务确定的。商品学是以商品为研究对象的,而且是研究商品使用价值的一门科学。商品质量是商品使用价值的基础。因此,商品学研究的中心内容是商品质量。即商品学是围绕商品质量这个中心内容研究商品质量的形成及其影响因素,研究商品质量标准、质量评价方法、质量鉴定方法,研究商品包装、保管、运输、贮藏、养护、维修及其使用方法等。

一、研究商品品质

商品使用价值的具体体现就是商品的品质。因此,商品品质是决定商品使用价值高低的基本因素,是决定商品竞争力强弱、销路、价格的基本条件。商品品质关系到商品能否进入国际市场、能否打开销路、售价的高低和商品的声誉,以及商品生产、科学技术发展、医疗卫生和人民健康的重要问题。所以商品品质是商品学研究商品使用价值的中心内容。





二、研究商品的化学成分和性质

商品的化学成分、结构和性质与商品品质、制造、用途、效用、营养价值、包装、安全储运等有密切的关系,是研究商品使用价值不可缺少的基本知识,是反映商品质量高低的具体体现,是决定许多商品品质的重要指标,是商品交易中“凭规格买卖”的重要内容。因而是掌握商品品质、推销宣传、正确签订合同品质条件和包装条件等重要问题必备的基本知识。

三、研究商品用途

商品用途是构成商品使用价值的基础条件,是消费者购买和消费商品的主要目的。研究并掌握进出口商品的用途和食品的营养价值,对加强对外宣传工作,并根据消费者使用商品的习惯要求,不断改进商品的品质规格、性能、花色品种都有重要意义。

四、研究商品分类及编码

商品种类繁多,性质各异,用途复杂,在贸易中的地位有主有次。因此必须采用科学的商品分类,以便分工负责,分类经营管理。为便于研究商品的使用价值,亦需对商品进行分类。主要包括研究商品分类中各类别的概念及相互关系,确立商品种类的划分依据,建立科学的、系统的商品分类体系,并力求与国际分类体系接轨,以适应现代化商业管理和国际贸易的需要。

五、研究商品标准和鉴定

商品的标准是评价商品质量好坏的理论依据,商品质量、使用性能、质量指标等为商品标准的制定、修订提供了科学依据。

商品标准和商品鉴定是掌握商品品质,实行品质管理,保证商品品质规格、花色品种符合要求,从而贯彻执行“重合同守信用”、“重质先于重量”原则的依据和手段。商品标准是“凭标准购买”的依据。加速采用国际标准和国外先进标准,对促进技术进步,提高产品质量,加快与国际惯例接轨具有重要意义。

此外,建立快速、准确、实用的商品检验方法,用于商品验收和质量监督检验,对防止不合格商品和假冒伪劣商品进入流通领域,确保商品的质量,保证商