



应用型本科院校规划教材/经济管理类

Commodity Science

商品学



- 适用面广
- 应用性强
- 促进教学
- 面向就业



主编 马翔 徐洪涌



哈尔滨工业大学出版社
HARBIN INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS



应用型本科院校规划教材/经济管理类

Commodity Science

商品学



主 编 马 翔 徐洪涌
副主编 黄秀梅 杜 宇 初天天



哈尔滨工业大学出版社
HARBIN INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 简 介

本书以商品体为基础,以商品质量为中心,以企业经营为主线,系统全面地阐述了现代商品学的基本知识、基本理论和基本技能。全书共分12章,第1~8章为总论部分,主要内容包括:商品学概述,商品分类与编码,商品标准与质量认证,商品质量与质量管理,商品质量监督与维护,商品检验,商品包装,商品养护;第9~12章为分论部分,主要介绍纺织品、服装与皮革制品,食品,日用消费品,家用电器等商品的基本知识和应用技能。展示了在新技术革命的历史背景下,商品学研究领域中的新动态和新进展。

本书坚持理论与实践相结合,突出“理论够用,技能实用”的特点,内容丰富,案例新颖,贴近现实生活和商品经营实践。既可作为高等院校经济管理类专业,本科及大专学生使用,也可作为成人教育或企业管理人员学习或培训参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

商品学/马翔,徐洪涌主编. —哈尔滨:哈尔滨
工业大学出版社,2011.7
应用型本科院校规划教材
ISBN 978-7-5603-3302-1

I. ①商… II. ①马…②徐 III. ①商品学
IV. ①F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 111057 号

策划编辑 赵文斌 杜 燕
责任编辑 翟新烨
出版发行 哈尔滨工业大学出版社
社 址 哈尔滨市南岗区复华四道街10号 邮编 150006
传 真 0451-86414749
网 址 <http://hitpress.hit.edu.cn>
印 刷 哈尔滨工业大学印刷厂
开 本 787mm×960mm 1/16 印张 22 字数 478 千字
版 次 2011年7月第1版 2011年7月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5603-3302-1
定 价 38.40 元

(如因印装质量问题影响阅读,我社负责调换)

《应用型本科院校规划教材》编委会

主 任 修朋月 竺培国

副主任 王玉文 吕其诚 线恒录 李敬来

委 员 (按姓氏笔画排序)

丁福庆 于长福 王凤岐 王庄严 刘士军

刘宝华 朱建华 刘金祺 刘通学 刘福荣

张大平 杨玉顺 吴知丰 李俊杰 李继凡

林 艳 闻会新 高广军 柴玉华 韩毓洁

藏玉英

序

哈尔滨工业大学出版社策划的“应用型本科院校规划教材”即将付梓,诚可贺也。

该系列教材卷帙浩繁,凡百余种,涉及众多学科门类,定位准确,内容新颖,体系完整,实用性强,突出实践能力培养。不仅便于教师教学和学生学,而且满足就业市场对应用型人才的迫切需求。

应用型本科院校的人才培养目标是面对现代社会生产、建设、管理、服务等一线岗位,培养能直接从事实际工作、解决具体问题、维持工作有效运行的高等应用型人才。应用型本科与研究型本科和高职高专院校在人才培养上有着明显的区别,其培养的人才特征是:①就业导向与社会需求高度吻合;②扎实的理论基础和过硬的实践能力紧密结合;③具备良好的人文素质和科学技术素质;④富于面对职业应用的创新精神。因此,应用型本科院校只有着力培养“进入角色快、业务水平高、动手能力强、综合素质好”的人才,才能在激烈的就业市场竞争中站稳脚跟。

目前国内应用型本科院校所采用的教材往往只是对理论性较强的本科院校教材的简单删减,针对性、应用性不够突出,因材施教的目的难以达到。因此亟须既有一定的理论深度又注重实践能力培养的系列教材,以满足应用型本科院校教学目标、培养方向和办学特色的需要。

哈尔滨工业大学出版社出版的“应用型本科院校规划教材”,在选题设计思路认真贯彻教育部关于培养适应地方、区域经济和社会发展的需要“本科应用型高级专门人才”精神,根据黑龙江省委书记吉炳轩同志提出的关于加强应用型本科院校建设的意见,在应用型本科试点院校成功经验总结的基础上,特邀请黑龙江省9所知名的应用型本科院校的专家、学者联合编写。

本系列教材突出与办学定位、教学目标的一致性和适应性,既严格遵照学科

体系的知识构成和教材编写的一般规律,又针对应用型本科人才培养目标及与之相适应的教学特点,精心设计写作体例,科学安排知识内容,围绕应用讲授理论,做到“基础知识够用、实践技能实用、专业理论管用”。同时注意适当融入新理论、新技术、新工艺、新成果,并且制作了与本书配套的 PPT 多媒体教学课件,形成立体化教材,供教师参考使用。

“应用型本科院校规划教材”的编辑出版,是适应“科教兴国”战略对复合型、应用型人才的需求,是推动相对滞后的应用型本科院校教材建设的一种有益尝试,在应用型创新人才培养方面是一件具有开创意义的工作,为应用型人才的培养提供了及时、可靠、坚实的保证。

希望本系列教材在使用过程中,通过编者、作者和读者的共同努力,厚积薄发、推陈出新、细上加细、精益求精,不断丰富、不断完善、不断创新,力争成为同类教材中的精品。

黑龙江省教育厅厅长



2010 年元月于哈尔滨

前 言

商品学是以自然科学为主,又与其他经济科学、社会科学相互渗透的交叉性学科。商品学研究内容以商品体为基础,以商品-人-环境为系统,以商品质量为中心。

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有不同要求。商品本身的发展变化,要求商品学也必须随之不断演进和更新,其研究内容、理论体系、指导思想、研究方法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、采用新方法、开拓新境界。

当今社会,一方面,科学技术突飞猛进,日新月异,各种新技术、新设计、新材料、新工艺、新经验,源源不断地被引进商品生产领域和流通领域,使面市的商品丰富多彩,层出不穷,为商品学研究提出了更多新课题,拓展了更广阔的探索空间;另一方面,信息时代经济飞速发展,商品竞争日趋激烈,用户对商品质量的要求也越来越高。面对全球竞争加剧,要求企业必须提高整体素质,加强对商品的质量管理,尽快完善质量保证体系。

本书围绕商品质量这个核心问题,及时跟踪、研究当前企业经营、社会消费的热点问题。全书内容充实,资料新颖详实,叙述深入浅出,将理论性、科学性和实用性有机结合,使读者阅读本书后,在熟识商品质量基本知识、基本理论的同时,又能掌握商品质量管理、分析和鉴别的基本技能。

本书由处于教学一线、富有丰富商品学教学经验的教师编写,与同类教材相比,突出实用性、时代性、针对性,具有较鲜明的特色。

1. 体例新颖,案例丰富,将趣味性和实用性有机结合,增强读者学习兴趣,拓展知识空间。

本书内容实用,知识面较宽,体例新颖。每章的“引导案例”采用与生产经营和生活紧密相关的最新案例,提出问题,引起兴趣;在知识讲解过程中穿插了“知识链接”,介绍学生感兴趣的新产品、新技术,拓宽知识面;“延伸阅读”对最新发生的有影响力的社会典型事例深入剖析,有利于对知识的深入理解;课后“案例分析”选取社会热点问题,启发学生的思维,加强学生对知识点的理解和记忆,强化学生分析问题、解决问题的能力以及动手操作能力。

2. 脉络清晰,体系设计符合企业实际,从商贸流通类企业经营管理工作的实际需要出发组织教材内容。本书内容阐述从商品学研究对象与方法开始,依据商品经营的逻辑思路,首先明确经营商品的类别,认识商品编码与识别技术;其次在生产环节强调要依据标准生产商品,以

确保质量达标;为确保商品质量的持续稳定,企业还必须获得相关认证;为加强流通领域商品质量的管理,商品在出厂或验收环节应采用正确方法进行检验;再次,商品质量管理不仅仅只存在于企业的产供销环节,政府、企业、消费者应合力维护商品质量,因此还需掌握一定的识别与防范假冒伪劣商品的技术与方法。最后,应明确认识商品质量不仅是生产环节决定的,还要注重流通环节的保护,因此要合理包装,并在储存与运输环节做好养护工作。

3. 内容推陈出新,紧跟时代步伐,引入热点商品,重视科技动态。

在分论部分,对商品大类内容安排上,针对近期频繁出现质量问题的食品类商品进行了重点阐述,使商品学的教学真正服务于实践,应用于实践;同时针对商品品种的飞速发展,消费水平的不断提高,选取人们关注的珠宝玉石等商品,以及信息时代越来越多的电子产品进行了知识阐述。在商品技术上,除条码技术外,还介绍了商品防伪新技术,商品检验新技术,商品环保新技术等。

本书由哈尔滨德强商务学院的马翔、哈尔滨广播电视大学的徐洪涌担任主编,具体分工如下:第一章和第十二章由哈尔滨德强商务学院的李勇编写;第二章、第三章和第八章由哈尔滨德强商务学院的马翔编写;第四章和第六章由黑龙江外国语学院的天天天编写;第五章由哈尔滨德强商务学院的马翔和黑龙江八一农垦大学的周丹联合编写;第七章和第九章由哈尔滨德强商务学院的黄秀梅编写;第十章由哈尔滨德强商务学院的杜宇编写;第十一章由哈尔滨广播电视大学的徐洪涌编写。全书由马翔统撰和定稿。

本书坚持理论与实践相结合,突出理论够用,技能实用的特点,内容丰富,案例新颖,贴近现实生活和商品经营实践。本书可作为普通高等院校的市场营销、物流管理、电子商务、国际贸易、企业管理等经管类专业的教材,特别适合应用型本科院校学生使用,也可作为商检、海关、质检、工商、外贸、物流等部门或企业管理人员学习或培训参考书。

在本书的编写过程中,编者翻阅、参考了大量国内外专家学者的论著和文献资料,引用、采纳了其中鲜明精辟的观点和见解,在此向各位专家学者表示诚挚的感谢。

由于编者水平有限,疏漏和不足之处在所难免,敬请各位专家学者以及广大读者批评指正。

编 者

2011年6月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 商品与商品学	2
第二节 商品学的研究内容	4
第三节 商品学的发展	8
第四节 资源、环境与商品	13
第二章 商品分类与编码	21
第一节 商品分类概述	22
第二节 商品分类的标志与方法	25
第三节 商品目录与商品分类体系	29
第四节 商品编码与条码技术	42
第三章 商品标准与质量认证	59
第一节 商品标准与标准化	60
第二节 商品标准的分级	69
第三节 商品质量认证	78
第四章 商品质量与质量管理	93
第一节 商品质量概述	94
第二节 商品质量的基本要求	99
第三节 影响商品质量的因素	103
第四节 商品质量管理	107
第五章 商品质量监督、提升与维护	117
第一节 商品质量监督	119
第二节 假冒伪劣商品	125
第三节 商品质量提升与维护	130
第六章 商品检验	143
第一节 商品检验概述	144
第二节 商品抽样	151

第三节 商品检验的方法	155
第四节 商品品级	160
第七章 商品包装	164
第一节 商品包装概述	165
第二节 商品包装材料与包装技术	171
第三节 商品包装标志	179
第四节 商标	191
第八章 商品养护	200
第一节 商品养护概述	201
第二节 商品质量变化及影响因素	203
第三节 储存期间的商品养护	211
第四节 商品养护技术	216
第九章 纺织品,服装与皮革制品	230
第一节 纺织品	231
第二节 服装	238
第三节 皮革制品	245
第十章 食品商品	256
第一节 食品的营养与卫生	257
第二节 代表性食品	264
第三节 绿色食品	277
第十一章 日用消费品	283
第一节 化妆品	284
第二节 陶瓷制品	290
第三节 珠宝玉石	295
第四节 金银饰品	302
第十二章 电子产品	311
第一节 办公设备	312
第二节 家用电器	318
第三节 计算机与通信产品	327
参考文献	338

第一章

Chapter 1

绪 论

【学习目标】

通过本章学习,学生应能够掌握商品的含义和商品的构成;明确商品学研究的对象、任务;理解并会运用商品学的研究方法;通过对商品学的产生和发展的学习,明确商品学的发展趋势。了解商品与环境、资源的关系。

【关键词】

商品 Commodities;商品学 Commodity Science;价值 Value;使用价值 Use Value;环境污染 Environmental Pollution;自然资源 Natural Resource。

【引导案例】

“创新”引领小家电市场发展

随着居民对生活品质要求的不断提高,一些改善生活质量的产品得到市场进一步认可,中国小家电市场发展潜力巨大。

在传统小家电基础上,我国家电制造企业结合中国消费市场特点研发出一大批具有原创特性的小家电,电压力锅、豆浆机和浴霸等产品在国内获得广阔的市场空间,也培育出一批本土特色鲜明的小家电品牌。电压力锅结合了电饭锅和压力锅的特点,成为近年具有成长潜力的厨房小家电,特别在高海拔地区有望成为家庭必备品而得到进一步普及;豆浆机更是借助“牛奶危机”的契机攻城略地,销量直线攀升,已经发展成为颇具规模的新兴产业;为解决秋冬季节洗浴温度低的问题,浴霸应市而生,并得到了市场的认可和消费者的喜爱。

时尚、创新、健康、节能是小家电未来发展趋势。小家电会向着集成式、系列化发展,集成式的厨房设计与嵌入式家用电器结合成为流行趋势,比如咖啡机跟其他厨房电器的结合。而系列化产品设计,在小家电领域,也是一种流行趋势。

消费者对于小家电的外观和质感十分关注。《2010 年度中国小家电市场消费者调查报告》的调查数据显示,消费者购买小家电的动机,除了最主要的“使用方便、快捷”,“体现生活品质 and 时尚”也是他们选购时所考虑的重要因素。

资料来源: <http://www.xiaojiadian.net/html/hangyezixun/20101112/10147.html> (已编辑)

第一节 商品与商品学

一、商品的概念及构成

(一) 商品的概念

商品是人类社会生产力发展到一定历史阶段的产物,它是指用来交换、能满足人们某种需要的劳动产品。商品的概念有狭义和广义之分。

狭义的商品,即传统的商品,是指通过市场交换,能够满足人们某种社会消费需要的物质形态的劳动产品,是有形商品。目前世界各国的商品学仍以这类商品为主要研究内容。

广义的商品,是指通过市场交换,能够满足人们某种社会消费需要的所有形态(知识、劳务、资金、物质等形态)的劳动产品。随着现代社会的高度商品化和技术创新的加速,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。这些都推动了商品学研究内容和深度的拓展。

作为特殊劳动产品的商品具有以下特征:

- (1) 商品是具有使用价值的劳动产品。
- (2) 商品是供他人消费的劳动产品。
- (3) 商品是必须通过交换才能到达别人手中的劳动产品。

(二) 商品的构成

商品是能够被顾客理解的,并能满足其需求的、由企业营销人员所提供的一切。消费者购买商品,本质是购买一种需要,这种需要,不仅体现在商品消费时,而且还表现在商品购买和消费的全过程。商品应当是有形物质属性和无形消费利益的组合体和最佳统一方式,商品能给人们带来的实际利益和心理利益部分,构成了商品整体概念,即商品的核心部分、形式部分和延伸部分。

1. 核心部分

核心部分,即商品能够给消费者带来的实际利益。或者说是指商品的功能和效用,是消费者购买商品的目的所在。消费者购买商品,都是为了购买商品所具有的功能和效用,希望从中

获得消费利益。如购买化妆品的顾客不是在购买化妆品的物理、化学属性及其实体,而是在购买美容的希望。核心部分表达的是商品实质,是商品构成中最基本、最主要的部分。

2. 形式部分

形式部分,即商品的具体形态,是消费者通过自己的眼、耳、鼻、舌、身等感觉器官可以接触到、感觉到的有形部分。主要包括商品的成分、结构、外观、质量、商标、品牌、使用说明书、标识、包装等。形式部分是商品的外在形式,是商品使用价值形成的客观物质基础。

3. 延伸部分

延伸部分,即人们在购买商品时所获得的附加利益和服务。如商品信息咨询、送货上门、免费安装调试、免费培训、提供信贷、售后保证与维修服务等。企业应善于开发和利用商品的延伸部分,当竞争中企业的商品在形式部分没有明显差别的情形下,企业设计有效的商品延伸部分能使企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。表 1.1 是从三个层次来分析以下几类商品的构成。

表 1.1 几类商品的三个层次分析

商品	核心部分	形式部分	延伸部分
钢、铁	建筑用、制造用	钢号(成分)、质量、品牌	使用指导、送货、培训
设备	加工零件	型号、质量、品牌、包装	使用指导、送货、培训
电视	视觉、听觉满足	质量、型号	服务、保修
服装	保暖	质量、款式	免费干洗
食品	充饥、营养	营养含量、包装	制作方法
药品	治病、保健	成分、服用方法	服用说明、服药后表现
金融产品	收益、保值增值	保单、存单、卡	售前咨询、售后服务

二、商品的基本属性

商品是用来交换的劳动产品,具有价值和使用价值两个基本属性。

商品的价值,是指凝结在商品中的抽象劳动。商品的价值是商品的本质属性,反映了人与人之间的社会关系。

商品的使用价值,是指商品能够以自身自然属性来满足人们某种需要的属性,是商品的效用,即商品的有用性。一方面商品具有能满足人们某种需要的自然属性,另一方面商品的有用性包含着它的社会有用性,即在一定条件下为社会需要的属性。

商品自然属性包括成分、结构、理化性质和生化性质等,它是构成商品有用性的物质基础。商品的社会属性是由商品自然属性派生的,主要包括社会、经济、文化和艺术多方面的内容。

商品是按照人与社会的需要创造出来的,这种需要包括个人与社会的、个人与群体的、物

质与精神的。人的需要是商品的出发点与商品生产的动因,满足人的需要是商品的归宿和目的,所以商品体本身只是商品功能和消费者追求利益的客观载体,商品体(客观性)与人的需要(主观性)相互作用的过程使商品使用价值得到实现。商品功能寓于商品体之中,并由商品体本身属性所决定,不以人的意志为转移,但可以为人所利用。所以说,商品属性有自然属性和社会属性,这些属性是客观存在的。

第二节 商品学的研究内容

一、商品学的研究对象

商品学研究的客体是商品,商品学是研究商品使用价值及其实现的一门科学。

商品的使用价值是指商品对其消费(使用)者的有用性或效用,是商品本身能满足人们的某种需要的属性所决定的(如粮食可充饥、衣服可御寒、钢铁可制造器械等)。研究商品的使用价值,不仅要研究商品的外形、结构、成分、化学性、生物学性质和物理学性质等商品的自然属性,还要研究商品的流行性、时代感、地区性、民族性和经济性等社会经济属性,满足人和社会在商品方面的物质需要和精神需要。

商品的使用价值是随着科学技术的发展和人们经验的不断丰富,而陆续被发现的。商品的使用价值是一个动态的、综合性的概念。准确而全面地理解商品的使用价值,运用商品的使用价值学说指导商品的生产、经营和消费,对我国商品生产和经济发展具有重大的现实意义。

二、商品学的研究任务

商品学是一门将自然科学、技术科学、经济管理科学与人文社会科学相融合的交叉型、应用型的技术经济科学,主要侧重于流通、消费领域的商品(以生活资料商品为主)使用价值的研究,是为企业经营者、市场消费者及经济管理者服务的边缘性科学。它的任务是站在商品流通的角度,通过为商品流通服务促进工农业生产乃至整个国民经济的发展,指导社会对商品使用价值的消费。其任务如下:

(一) 阐述商品的有用性和适用性

商品的有用性和适用性是构成商品使用价值的最基本条件,离开了对商品有用性和适用性的研究,就无从谈起商品的使用价值。只有对商品有用性和适用性进行全面阐述,才能发现和明确商品的用途和利用方法,从而扩大商品的适用范围。

(二) 为评价商品质量奠定基础

商品质量是企业的生命,是关系到消费者的切身利益。通过商品成分、结构和性质的分析,探讨与研究商品质量特性和检验商品质量的方法及方法的选择,可以更好地为制定、修订

商品质量标准和商品检验标准提供依据,从而为评价商品质量奠定良好的基础。

(三) 分析商品质量变化规律

商品质量虽然是在生产过程中形成的,但也会受到各种外界因素的影响,从而发生不同的质量变化。商品学不仅要研究商品质量变化的类型及其表征,更重要的是分析质量变化的原因,从中找到抑制商品质量劣变的有效办法。

(四) 研究商品的科学系统分类

商品经营管理的目的不同,商品分类体系也不相同。通过对商品分类原则和商品分类方法的研究,提出明确的分类目的,选择适当的分类标志,才能进行科学系统的商品分类,将分类的商品集合体形成适应需要的商品分类体系、商品目录和商品代码。

(五) 指导商品使用价值的形成,促进商品使用价值的实现

通过对商品各种属性的研究,给企业提供有效的商品需求信息,提出对商品质量的改进方法,保证市场商品适销对路。商品经营管理者学习研究商品学,不仅可以掌握有关理论知识,经营管理好各种商品,实现商品使用价值的交换,而且可以向消费者大力普及商品知识;消费者学习研究商品学,会更加认识和了解商品,学会科学地选购和使用商品,掌握正确的消费方式和方法,促进使用价值的最终实现。

(六) 研究商品生产与环境保护的关系

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。这里主要研究的是物效用的后效应问题。物效用的后效应也是同样对社会、对人类健康产生有利的影响和效用。这种对人类健康产生有利的影响和效用,是通过人与环境直接表现的。随着社会的发展,人口的不断增加、资源的不断减少,整个生态系统的环境保护问题,已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和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。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。

从商品学的角度,研究商品生产与环境保护的关系,要重点研究以下几个方面的问题:

1. 商品与人体健康

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的变化。主要表现在选购商品时,过于注重商品的外观、款式、形态和色彩搭配,而忽略了商品的内在品质,不注重商品的质量。在这种情况下,一些食品商品如酒、糖、茶、饮料等生产厂家,为了能够刺激消费,获得高额利润,在生产过程中竭力对商品的外观、款式、形态和色彩搭配进行美化,例如在食品中添加添加剂或辅助原料增加色彩以达到较好的视觉效果。这些添加剂或辅助原料中的多数成分对人体都是有害的,或多或少地危害着人们的健康。又如化纤织品和服装中的许多化学成分对人体皮肤

都是有刺激作用的,长期穿用也是会影响人体健康的,尤其是皮肤的健康。所有这些问题的出现,都在提醒我们要注重物与人体健康的研究、商品与人体健康的研究。

2. 商品中残留毒物对人体健康的影响

现代化农业生产为了提高单位面积的粮食、作物、蔬菜等的产量,大量施用各类化肥;为了防止农作物被虫害侵袭,大量施用各种各样的化学农药,虽然害虫被消灭了,但是大量的农药也被农作物吸收了,这些残留毒物对人畜健康的危害也是非常大的。而许多食品商品,如粮食、蔬菜、水果在生产过程中由于在大量农药、化肥的作用下,不仅使农药成分受到严重破坏和改变,而且大量的毒物仍残留在这些食品商品里。若是这些粮食、蔬菜、水果在加工过程中对残留的毒物处理得不够彻底,潜在危害仍然存在,一旦被人畜食用,就会直接危害其健康。为了避免残留毒物对人畜健康的影响和危害,在生产过程中对作物施用化肥、农药一定要采用合理的方法,严格控制药剂的用量。防治作物的病虫害,尽量采用对人畜健康危害小和影响不大的农药;在加工过程中尽量彻底地消除残留的毒物;在食用这些施过农药的粮食、蔬菜、水果前,一定要认真清洗、消毒。

3. 商品对环境的污染

在现今的社会中,人们追求高质量的生活,高效率的工作,完美的生活方式,品牌的意识在不断加强,喜欢方便简洁的用具。为了满足人与社会的需要,大量的一次性包装的商品、一次性的餐具以及各种各样的一次性生活用品等纷纷涌向了社会。相应的,这些一次性商品中的绝大部分是不可回收、不可降解的,这些垃圾和废物已经直接污染了社会环境、自然环境,严重影响着生态环境。为了保护生态环境、自然环境和人类健康,必须研究开发对废弃物进行科学消化处理的方法和综合利用途径,研发更多的绿色环保的商品。

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,商品包装物的研究越来越引起商品生产者和消费者的重视。商品包装对于商品美感的提升、对于指导消费、美化商品起着不可忽略的作用,越来越受到重视。但目前对于商品包装中出现的多层包装、复式包装、复杂包装等现象,既浪费了材料,又浪费了能源,同时又加大了商品的成本,而且包装废弃物对环境污染的范围也越来越大,污染的程度也越来越高,已经成了社会公害。因此,研究商品包装物对环境的影响已成为商品学及相关学科研究的重要课题。

【延伸阅读 1-1】

竹产品:生态、低碳与环保产品的代表

发展低碳经济靠节能减排,也靠植树造林生养吸碳竹子、松柏等四季常青的林木,更主要的是生产出更多低碳生活产品,来满足人们日益追求的低碳生活用品的需求,竹产品完全适合这个时代的发展需要!

宋代苏轼曾云:“食者竹笋,庇者竹瓦,载者竹筏,炊者竹薪,衣者竹皮,书者竹纸,履者竹鞋,真可谓不可一日无此君也。”可见,竹进入了中华民族的生活中,在各方面发挥了巨大的作用,深刻地影响了中国的文字、科技、文艺、日常生活。

由于科技的发展,竹子产品越来越受到世人的关注和爱戴,它可以设计成古香古色的风格,也可塑造成现代风格的生活饰品,如竹建筑、竹棚、竹桥、地板、竹帘、竹床、竹席等其他家具和各种乐器、工艺品、玩具等等。特别是高科技产品“竹纤维”的发展给人类展现了它最柔软的一面,越来越接近人们的深层次生活,“竹纤”这种被科技界形容为“会呼吸”的纤维,因为天然清新柔软、抗菌抑菌、防虫防蛀、防紫外线等新型功能,从诞生日开始,就迅速掀起火爆全球的“竹纤维”产品热,包括一股强劲的“竹纤维”服装潮流。如今已有毛巾、睡衣、内衣。

其实,竹材利用之广是不胜枚举的。由于现代人生活中许许多多的用具中都含碳,而竹子是一个彻底的生态低碳、环保产品,越来越深受人们的欢迎。

资料来源:<http://yansky16.blog.163.com/blog/static/2923439420091110105159755/>

三、商品学的研究方法

由于商品的使用价值是商品的自然有用性和社会适用性的统一。因此,商品学的研究方法是按照研究的具体课题,采用不同的形式进行的。

(一) 科学实验法

科学实验法是一种在实验室内或一定试验场所,运用一定的实验仪器和设备,对商品的成分、构造、性能等进行理化鉴定的方法。这种实验方法,大多在实验室内或特定条件下进行,对控制和观察都要有良好的条件,所得的结论正确可靠,是分析商品成分,鉴定商品质量、研制新产品的常用方法。

(二) 现场研究法

现场研究法是一些商品学专家或有代表性的消费者群,凭人体的直觉,对商品的质量及其商品有关的方面作出评价的研究方法。这种方法的正确程度受参加者的技术水平和人为因素的影响,但运用起来简便易行,适于很多商品的质量评定。

(三) 技术指标法

技术指标法是一种在分析实验基础上,对一系列同类产品,根据国内或国际生产力发展水平,确定质量技术指标,以供生产者和消费者共同鉴定商品质量的方法。

(四) 社会调查法

商品的使用价值是一种社会性的使用价值,全面考察商品的使用价值需要进行各种社会调查,特别是在商品不断升级换代,新产品层出不穷的现代社会里,这方面的调查就更显得更加实际和重要,其具有双向沟通的重要作用,在实际调查中既可以将生产信息传递给消费者,又可以将消费者的意见和要求反馈给消费者。社会调查法主要有现场调查法、调查表法、直接面谈法和定点统计调查法。

(五) 对比分析法

对比分析法是将不同时期、不同地区、不同国家的商品资料收集积累,加以比较,从而找出