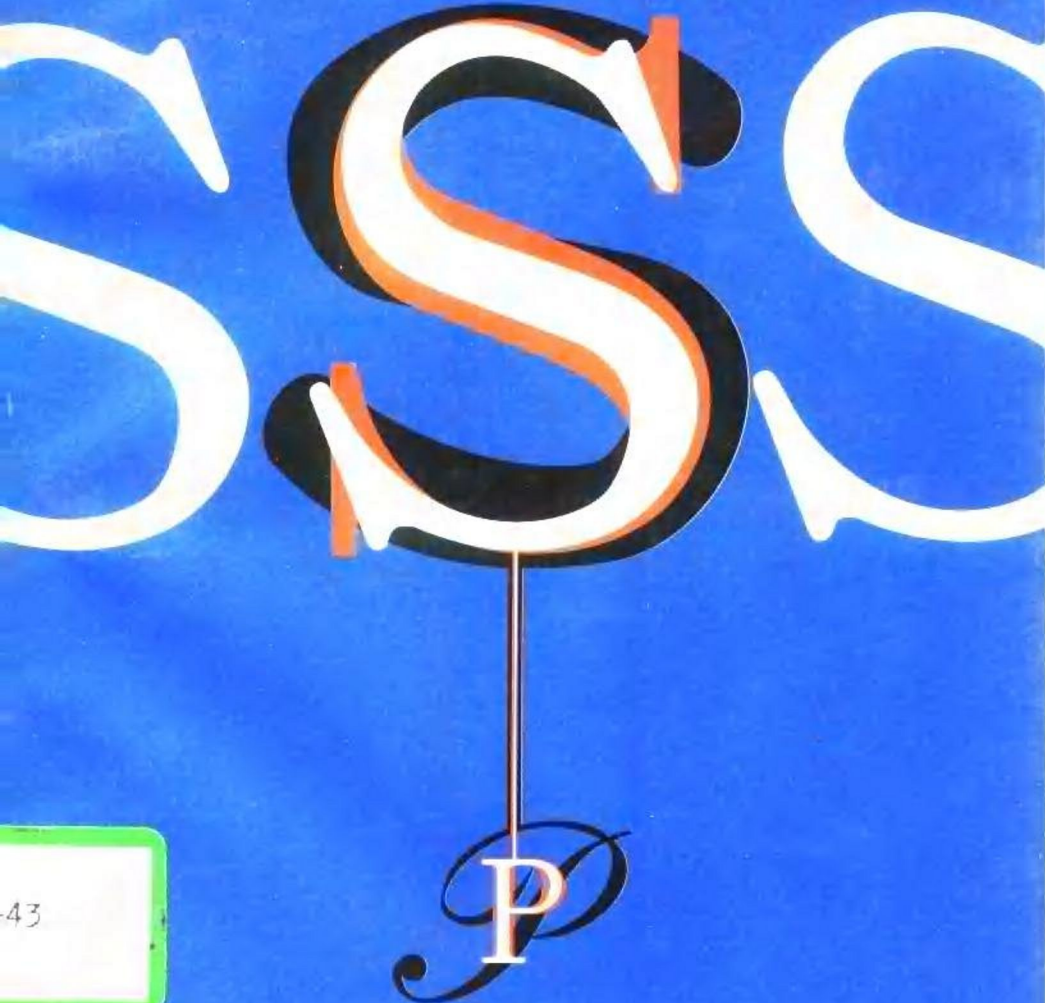


SHANGPINXUEGAILUEN

商品学概论

汪永太 主编



中国商业出版社

国内贸易部部编中等专业学校教材

商品学概论

汪永太 主编

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

商品学概论/汪永太主编. —北京:中国商业出版社,
1997.12

ISBN 7-5044-3518-X

I. 商… II. 汪… III. 商品学-专业学校-教材
IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 24640 号

责任编辑:孙锦萍

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京印刷二厂印刷

1997年12月第1版 1997年12月第1次印刷

850×1168毫米 32开 6.75印张 170千字

定价:8.00元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

编审说明

为适应建立社会主义市场经济新体制的要求,我部于1994年颁发了财经管理类5个专业和理工类7个专业教学计划。1996年初印发了以上12个专业的教学大纲。《商品学概论》一书是根据新编财经、管理类专业教学计划和教学大纲的要求,结合我国科技进步和财税、金融等体制改革的情况重新编写的。经审定,现予出版。本书是国内贸易部系统中等专业学校必用教材,也可供职业中专、职工中专、电视中专等选用,还可以做为业务岗位培训和广大企业职工自学读物。

本书由汪永太任主编,参加本书编写的有:安徽省商业学校高级讲师汪永太(第一、二章,第六章第五节,第八、九章,第十三章第一、三节),黑龙江省财贸学校高级讲师尹兴堂(第三、五、十章,第十三章第二、四节),湖南省粮食学校高级讲师肖国屏(第四、七章),湖南省物资学校高级讲师盛立彦(第六章一至四节,第十一、十二章)。全书由汪永太总纂,山东省青岛商业学校高级讲师肖膺秀主审。

由于编写时间仓促,编者水平有限,书中难免有疏漏之处,敬请广大读者不吝赐教,以便于修订,使之日臻完善。

国内贸易部教育司

1996年6月

目 录

第一章 商品学的研究对象与任务	(1)
第一节 商品学的研究对象与内容.....	(1)
第二节 商品学的研究任务与方法.....	(4)
第三节 商品学的发展概况和学习意义.....	(6)
第二章 商品质量	(9)
第一节 商品质量的概念和意义.....	(9)
第二节 商品质量的基本要求	(12)
第三节 决定和影响商品质量的因素	(16)
第三章 商品的基本成分与性质	(21)
第一节 商品的化学成分与结构	(21)
第二节 商品的性质	(24)
第四章 食品的营养与食品卫生	(34)
第一节 食品的营养成分及营养功能	(34)
第二节 食品卫生	(48)
第五章 纺织纤维的化学成分与性能	(53)
第一节 纺织纤维的概念及分类	(53)
第二节 纺织纤维的化学成分与性能	(55)
第六章 主要商品的种类与特点	(67)
第一节 粮食和油脂	(67)
第二节 金属与硅酸盐工业产品	(74)
第三节 洗涤用品和塑料	(81)
第四节 橡胶、燃料与化肥.....	(88)
第五节 家用电器	(95)
第七章 微生物和酶的基础知识	(99)

第一节	微生物	(99)
第二节	酶	(106)
第八章	商品标准	(109)
第一节	商品标准与标准化	(109)
第二节	商品标准的构成与主要内容	(111)
第三节	商品标准的分级	(113)
第四节	商品标准的制定贯彻和质量监督	(119)
第九章	商品鉴定	(123)
第一节	商品鉴定的概念和意义	(123)
第二节	商品鉴定的抽样	(125)
第三节	商品鉴定的方法	(126)
第四节	商品品级	(129)
第五节	商品质量标志	(130)
第十章	商品分类	(138)
第一节	商品分类的概念和意义	(138)
第二节	商品分类方法	(140)
第三节	商品目录和商品代码	(145)
第十一章	商品包装	(159)
第一节	商品包装的概念和作用	(159)
第二节	商品的运输包装	(162)
第三节	商品的销售与包装	(170)
第十二章	商品储存与养护	(178)
第一节	商品储存	(178)
第二节	影响商品质量变化的因素	(184)
第三节	商品储存期间的质量变化	(185)
第四节	仓库的温湿度管理	(186)
第五节	商品的养护措施	(190)
第十三章	实验与实践	(195)
第一节	商品学实验总则	(195)

第二节	纺织纤维的简易鉴别.....	(197)
第三节	白酒质量的感官鉴定.....	(198)
第四节	商品分类的参观与考查.....	(202)

第一章 商品学的研究对象与任务

第一节 商品学的研究对象与内容

一、商品的概念

(一)商品的一般概念

商品是用来进行交换的劳动产品,具有使用价值和价值二重性。

商品具有以下特征:一是商品是具有使用价值的劳动产品;二是为了交换,供他人和社会消费的劳动产品;三是商品通过交换,使其使用价值和价值得以实现;四是商品要满足人和社会的需要。

商品的种类繁多,既包括物质商品,如生活资料和生产资料,也包括知识商品,如科学技术商品、文化艺术商品、信息商品等。商品学研究的主要侧重于生产劳动所创造的物质商品,尤其是与人们生活密切相关的消费品商品。

(二)商品的整体概念

消费者购买商品,本质上不是购买商品,而是购买一种需要。如人们购买衣服,是为了遮体御寒,美观散热;购买苹果不是想拥有它,而是因为它能满足人们的胃口,能给人体提供所需的营养素。消费者的这种需要,不仅体现在商品消费时,而且还表现在购买和消费商品的全过程。综合来说,商品不仅是使用价值和价值的统一,而且还是有形体和无形服务的统一。商品中能给人们带来实际和心理利益的部分,构成了商品的整体。

商品的整体概念包含三层含义:一是实质性,即商品所具有的满足某种用途的功能,是商品的核心部分,如电视机再现理想电视图像和伴音的能力。二是实体性,即商品的具体形态,如商品的成

分、结构、外观质量、商标、包装等是商品的形式部分。三是延伸性,即商品给消费者带来的附加利益,如商品信息咨询、送货、安装、调试、维修、质量保证等,是商品的附加部分。

二、商品学的研究对象

(一)商品学的研究对象

商品学是研究商品的科学,着重从商品的使用价值方面来研究商品,因此,商品学的研究对象是商品的使用价值。

(二)商品使用价值的概念

商品使用价值是由商品体的属性所限制的,离开商品体就不存在了,因此,商品学必须从商品体的属性来研究商品的使用价值;另一方面,商品的使用价值是满足他人和社会的使用价值,所以,在研究商品使用价值时,还要研究商品体满足人和社会需要方面的特性。

具体来说,商品的使用价值,是指商品的有用性,也就是商品满足人和社会的需要性。研究商品的使用价值,不仅要研究商品的成分、结构、外型、化学性质、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、民族性和经济性等商品的社会经济属性,满足人和社会在商品方面的物质需要和精神需要。

商品体有多少种自然属性,就可能有多少种使用价值,例如煤既可作燃料,又是极具经济价值的化工原料。商品的自然属性不同,它们的使用价值就不同。例如面粉和钢铁它们的自然属性各异,因此使用价值截然不同,在不同的社会经济条件下,即使同一商品也会出现不同的使用价值。例如绿色,在我国象征着生命,而在西欧葬礼时用绿色树叶铺地,所以忌用绿色地毯;再如我国以前,吃饱穿暖,坚固耐用的商品使用价值最大,而现在是营养、舒适、美观、体现个性风度的商品更具有使用价值。特别值得指出的是,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。

准确、全面地理解商品的使用价值,运用商品使用价值学说指导商品的生产、经营和消费,对发展社会主义市场经济,具有重大的现实意义。商品使用价值是一个动态的、综合性的概念,它随着技术的进步、社会经济的发展而发展。商品自然属性的相对稳定性和社会经济属性的相对变化性,决定着我们的商品生产、经营者要不断调整产品的结构,一切从市场出发,从消费者需求出发,注意适销对路,使企业主观上求利润和客观上生产、经营具有社会使用价值的商品有机地结合成一体。

三、商品学研究的内容

(一)商品学研究的中心内容

商品学的研究对象是商品的使用价值,即商品的有用性,我们用商品质量的高低来表示一个商品的有用程度,反映商品满足人和社会需要的程度。由此可以推出,商品质量是商品使用价值的集中反映,商品使用价值的大小是用商品质量来衡量的。因此,商品质量是商品学研究的中心内容。

(二)商品学研究的具体内容

商品学研究的具体内容,一般可分为两大部分。一是《商品学概论》,主要包括商品学的研究对象与任务、商品质量、商品的成分、结构、性质及特征、商品美、商品标准、商品包装、商品质量的检验与评价、商品信息、商品分类、商品的储存和养护、商品的使用和维护等商品学基础理论方面的问题;另一部分是《商品学分论》,主要包括各大类商品的成分、结构和性质、生产工艺、工作原理、功能用途、分类品种、质量要求、检验与评价、包装储运、使用维护等商品学应用方面的问题。

概括来说,商品学的研究内容不仅研究商品体本身,还包括商品与人,商品与时代,商品与环境,商品与商品诸方面的问题。

第二节 商品学的研究任务与方法

一、商品学的研究任务

(一) 商品学研究的一般任务

商品学的任务是,分析和阐明商品的有用性,研究商品使用价值的构成要素,以便科学而全面地检验和评价商品质量;研究商品的种类和分类方法、质量管理,以适应商品管理现代化的需要;根据商品在流通中的变化规律,研究确定商品最适宜的包装、运输、储存、养护技术和方法,从而保护商品,降低损耗,提高经济效益;根据商品的性能,提出商品的合理使用条件和方法,以保证商品使用价值的充分实现;探明提高商品质量和扩大商品品种的途径,发掘商品的多种用途和方法,扩大商品的使用范围。

(二) 商品学研究的总任务

总的来说,商品学的任务是阐明商品质量形成、评价、维护和实现的内外因素及规律,解决与商品质量密切相关的问题,使商品的使用价值得以充分实现,满足人们不断增长的物质文明和精神文明的需要,不断提高企业的经济效益和社会效益。

二、商品学研究的方法

(一) 科学实验法

科学实验法是在实验室内运用一定的测试仪器和设备,对商品的成分、构造、性能等进行理论分析鉴定的研究方法。此法具有良好的控制和观察条件,所得的结论正确可靠,是分析商品成分,鉴定商品质量,研制新产品的常见方法。这种方法需要一定的物质技术设备,投资较大。

(二) 现场实验法

现场实验法是通过一些商品专家,或有代表性的消费者群,凭人体感官的直觉,对商品质量作出评价的研究方法。这种方法的

正确程度受参加实验者的技术水平和人为因素的影响,但简便易行,许多商品的质量评比,一些新产品的试穿、试戴、试用都采用这种方法。

(三)技术指标法

技术指标法是一种在科学实验的基础上,对一系列同类商品,根据国内或国际生产力发展水平,确定质量技术指标,供生产者和消费者共同鉴定商品质量的方法。这种方法有利于促进商品质量的提高,但确定各类商品的质量指标是一项复杂而巨大的工程。

(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化社会,社会调查显得更加实际和重要,其具有双向沟通的重要作用。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法等。

(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,加以分析比较,从而找出提高商品质量,增加花色品种,拓展商品功能的新途径。商业部门可以利用联系面广,信息来源多的特点,运用对比分析法正确识别商品,促进生产部门改进产品质量,实现商品的升级换代,更好地满足广大消费者的需要。

(六)系统分析比较法

商品的研究还须考虑到商品与环境,商品与人,商品与国民经济的关系,是一个复杂的系统的工程,单从一个方面或几个方面来研究,有时难免有偏差,只有把商品作为一个小系统,放在社会这个大系统中加以分析、研究和考查,才能得出一个全面、公正的结论。

第三节 商品学的发展概况和学习意义

一、学习商品学的意义

(一)有利于改善企业的经营管理

企业生产、营销的是商品,商品的生产经营者,若不懂商品学,就好比医生不懂药品一样,无法有效地开展工作。只有对商品质量的各个方面有了切实的掌握,才能在工作实践中敢于花大力气开发和采购适销对路的商品,制定合理的商品价格,实施正确的生产经营决策,科学地营销商品,做好财务分析、储存运输等工作,提高企业的经济效益。

(二)有利于把好商品质量关

商品学是研究商品质量及其有关问题的科学,学习商品学,有利于科学而全面地检验和评价商品质量,严把质量关,杜绝假冒伪劣商品进入市场,树立企业信誉,维护企业、国家和消费者的利益。

(三)有利于科学指导消费

正确地宣传、解释商品的用途及使用知识和方法,正确地回答消费者提出的问题,有利商品的使用价值充分实现。

(四)有利于社会主义市场经济的发展

不管是宏观的国民经济学,还是微观的家庭经济学,都是建立在商品这一基础上的。阐明和认识各类商品的作用和地位,使有限的家庭收入,满足人们对商品的需求;使有限的自然资源满足人和社会对商品的需要,并达最佳效果,将促进我国生产力的发展和人民生活水平的提高。

二、商品学的发展概况

(一)商品学的起源和诞生

商品学的产生,可以追溯到公元八世纪陆羽的《茶经》,公元十世纪阿拉伯人阿里·阿德·迪米斯基(Ali - ad - DiMisPui)的《商业之美》等著作。《茶经》详细论述了各种茶叶的形状、品质、产地、采

制、烹饮方法、用具,还对茶叶的评审、用途及贮藏方面的知识作了专门介绍。可以说《茶经》是世界上最早的商品知识方面的专著。随着社会经济的发展,这方面的知识越来越受到人们的关注,十六世纪李时珍的《本草纲目》,意大利 F·波那费德教授的《生药学》等一大批具有各类商品知识的书应运而生,相继问世。

德国的约翰·贝克曼(Johann Beckmann)教授 1772 年首次在德国的格廷根大学讲授商品学课程,并在 1793 年出版了《商品学导论》一书,从自然科学的观点系统地研究了商品学,主要内容有商品生产工艺、加工方法、商品分类、产地、性能、质量特性、鉴定、包装、保管、主要市场等知识,创造了自然科学的商品学体系,使商品学成为一门独立的学科。因此,贝克曼被誉为商品学的创始人。

(二)商品学的发展

贝克曼创立商品学后,十九世纪中叶,奥地利维也纳大学威茨纳(J·V·Wiesner)教授,利用物理学、化学方面的成果,特别是利用显微镜研究植物性商品原料的结构,鉴定商品质量,并于 1873 年编著出版了《植物性原料商品学》,使自然科学商品学进入材料学或鉴定论商品学时代。1945 年以后,世界各国的商品学学者在自然科学的基础上,从技术、经济和社会诸方面研究商品使用价值和评价商品质量,使商品进入现代商品学时代。

现代商品学产生后,在其发展过程中逐渐形成了两个研究方向,一个是以自然科学和技术科学的观点,来研究商品的使用价值、质量及其变化规律,被称为自然科学与技术学学派;另一个主要是从社会科学和经济科学的观点,特别是从市场营销和消费需求的观点,来研究商品的使用价值、质量及其相关问题,被称为社会经济学派。随着社会经济的不断发展,国际间交往的日益增多,各国的商品学者越来越认识到,着重从自然科学与技术学或社会经济学方面来研究商品使用价值是不够的。目前,各国商品学学者认为,现代商品学是自然科学和技术学与社会学 and 经济学融合起来的综合性应用科学,必须从技术、经济、社会、市场和消费需求

等方面系统地研究商品的使用价值和全面地评价商品质量,这一观点已日益为社会所接受,成为商品学研究的主流。

1976年10月,国际商品学会(TGWT)在奥地利正式成立,会址设在维也纳,并每两年举办一届国际商品学学术讨论会。我国于1987年开始派代表参加国际商品学学术研讨会,并于1992年加入国际商品学会,1995年中国人民大学举办了第十届国际商品学学术研讨会。

商品学的研究和发展与商品生产和社会经济的发展、不同历史时期社会的实际需要是紧密相连的。例如我国在计划经济时期,商品短缺,商品由政府统购统销,商品学重点研究商品使用价值和商品质量的自然属性及技术性能;在社会主义市场经济的今天,商品较为丰富,商品学在研究商品使用价值和商品质量的同时,还必须考虑消费者和市场的需求。因此,商品学理论体系要在原有基础上,随着科学的进步、社会经济的发展而不断完善。

思考练习题

1. 商品学的研究对象是什么,你对商品学的研究对象是如何理解的?
2. 商品学的研究内容有哪些,为什么说商品学研究的中心内容是商品质量?
3. 商品学的研究任务是什么,怎样研究商品学?
4. 学习商品学,对我们今后工作有何意义?

第二章 商品质量

第一节 商品质量的概念和意义

一、商品质量的概念

商品学是以商品质量为中心内容来研究商品使用价值的科学。质量在国际标准 ISO8402 - 86 的定义为:产品或者服务满足规定或潜在需要的特征和特性的总和;我国国标 GB6583·1 - 86 的定义是:产品、过程或服务满足规定或潜在需要的特征和特性的总和。以上两定义是一致的,对有形商品来说,它包括了商品的适用性和满足性的全部内涵。因此,可以把商品质量的定义概括为:在一定的使用条件下,适合其用途所需的,满足规定和消费者需要的各种特性的综合。也就是说,商品质量是有条件的,是具备适用功能、满足规定及其消费者需要程度的一个综合性概念。

例如一台电视机,在额定的电压、电流频率下及正常的收看环境中,不仅要求图像清晰,色彩逼真,伴音优美动听、安全可靠,有一定的使用寿命,还要求外形美观、操作方便、经济实惠、信誉好、销售环境和售后服务良好等。

商品质量是一个动态的概念,其表现在具有时间性、空间性和消费对象性。不同的时代,不同的地区,不同的消费对象,对同一商品有不同的质量要求,并随着科技进步,生活水平提高和社会的发展而不断变化。

商品质量包括狭义的商品质量和广义的商品质量。狭义的商品质量主要是指产品与其规定标准技术条件的符合程度。它以国家有关标准或订购合同中的有关规定作为最低技术条件,是商品质量最基本的要求和合格的依据。广义的商品质量是指在一定使

用条件下,适合其用途所需的各种特性的综合及其满足消费者需求的程度。这与商品经济的发展,消费者的需求是一致的,是社会主义市场经济的市场商品质量。例如以前我国消费者对商品的要求主要注意实用价值,现在对商品既要求实用价值又要求审美价值。人们在消费商品时,获得物质享受的同时,还要求能获得一定程度的精神享受,并且随着生活水平的提高,这方面的要求越来越强烈。

二、商品质量的构成

(一)在表现形式上由外观、内在和附加质量构成

商品的外观质量,主要指商品的外部形态以及通过人们的感觉器官所能直接感受到的特性。如商品的式样、造型、结构、色泽、气味、食味、声响、规格(尺寸、大小、轻重)等。商品的内在质量,是指通过测试、实验手段所能反映出来的商品的特性或性质。如商品的物理性质、化学性质、机械性质以及生物学性质等。商品的附加质量,主要是指商品的信誉、经济性、销售服务等。

商品的外观质量、内在质量和附加质量三者共同构成商品的总体质量,对不同种类的商品,三者可有侧重;商品的内在质量往往可以通过外观质量表现出来,并通附加质量得到更加充分的实现。

(二)在形成环节上,商品质量由设计、制造和市场质量构成

设计质量,是指在生产过程以前,设计部门对商品品种、规格、造型、花色、质地、装潢、包装等方面设计过程中形成的质量因素;制造质量,是指在生产过程中所形成的符合设计要求的质量因素;市场质量是指在整个流通过程中,对已在生产环节形成的质量的维护保证与附加的质量因素。

设计质量是商品质量形成的前提条件,是商品质量形成的起点;制造质量是商品质量形成的主要方面,它对商品的各种性质起着决定性作用;市场质量是商品质量实现的保证。