

商品学



概论

吴广清 主编



中国商业出版社

95
F76
16
2

商品学概论

吴广清 主编

XAK06/03

中国商业出版社

内 容 提 要

本书以商品质量为中心,从商品学的研究对象、任务开始,系统的论述了有关商品质量、标准、成分与性质、检验、分类、包装、养护与贮藏等理论问题和管理问题。其内容注意反映当代本学科的新成就和新成果,适当拓宽知识面,以适应多方位的需要。

本书是为普通高等商业专科和各类成人高校编写的教材,突出了应用性,供经营管理、市场营销、商品经营等专业使用。也可供商品流通企业的购销人员及管理干部作为业务用书。

商 品 学 概 论

吴广清 主编

●
中国商业出版社出版发行
(北京复兴门内大街45号)

邮政编码: 100801

新华书店总店科技发行所经销

吉林商专印刷厂印刷

850×1168毫米 32开 10印张 225千字

1992年12月第1版 1992年12月第1次印刷

印数: 1—5000册 定价: 5.90元

ISBN7-5044-1563-4/F·1019

(京)新登字073号



序

《商品学概论》课程是我国经济管理类专业的重要专业基础课之一，目前已被有关部门确定为贸易（商业）经济、商业企业管理、国际贸易、市场营销、商品经营等专业的必修课程。

《商品学概论》课程的教学目的虽在不同专业各有侧重，但其主要目的都是以研究商品体本身为对象，通过该课程学习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。鉴于目前我国经济管理类专业所设课程，除《商品学概论》外，多属纯社会科学类型课程，而当前国内外所需经济管理人才，对其素质及知识结构要求绝非仅具有社会科学知识者所能胜任。这无疑又加重了《商品学概论》课程的任务，即通过本课程的教学还应尽量提高或补充有关自然科学素质教育，使其更能适应我国发展社会主义市场经济条件下的经济管理人才的需要。

目前国内外公开出版了大量《商品学概论》教材，但多为大学本科和中等专业教材，而为大学专科用的《商品学概论》教材却非常缺乏，这无疑对专科教学带来不少困难。由吉林商业专科学校吴广清副教授主编的《商品学概论》，组织了全国商业专科学校的有关专家、教授参加了编写工作，在编写过程中，他们认真总结了多年来的教学经验，吸取国内外相关教材的优点，贯彻理论联系实际的原则，突出专科应用型的特色，注意了文理知识的相融，努力做到知识深浅适度，概念表述准确，

文字畅通易读, 尽量避免与相关课程的不必要重复, 保持本课程完整的科学体系, 是我国公开出版的第一本突出专科特色的《商品学概论》课程的好教材。

该教材紧密围绕商品质量为中心内容, 从商品学研究的对象与任务展开探索, 系统论述了有关商品质量、商品标准、商品的成分与性质、商品检验、商品分类、商品包装、商品养护与贮藏等的理论问题、管理问题和应用技术问题。作者将上述基本内容概括地归纳为“管理商品质量、影响商品质量、评价商品质量、研究商品质量和保护商品质量”五大方面。该教材在上述问题论述中竭力反映国内外当代商品学学科的新成就和社会主义建设的新成果, 注意知识的先进性与科学性。该教材为适应改革开放新形势的要求, 适应多方位的工作需要, 适当地拓宽了知识面, 如补充了商品美学、商品质量管理、国际商品标准及检验、商品条形码包装等新内容。由于教学时数所限, 该教材本着少而精的原则, 只论述有关大类商品的综合性、规律性内容, 即大类商品涉及的共性问题, 而对具体商品的个性问题未展开详细论述。

几点不成熟的建议:

1. 鉴于目前我国《商品学概论》课程, 并不是商品学学科的概括论述, 而是侧重商品学学科研究的基础理论和基本方法, 因此单独学习《商品学概论》以显不足, 应进一步深入学习若干类具体商品, 才能获得较完整的商品学学科的知识体系。因此, 建议在开设商品学概论课程后, 还应开设若干类专业商品学做为指定选修课, 使学生进一步学会分析、研究具体商品的方法和能力。

2. 鉴于《商品学概论》课程具有文理交融特性, 因此在教学实践中, 建议运用好实验教学、形象教学、实践教学等多种环节, 以提高教学效果。单独课堂讲授, 很难达到理想效果。

3. 鉴于不同专业、不同院校，由于培养目标的差异，开设本课程的目的也不尽相同，因此建议在组织教学过程中，需针对不同特点适当调整补充教学的具体内容。

张大力

1992年12月



编写说明

根据商业部高等教材委员会“八·五”期间规划和《商品学概论》教学大纲的要求,全国十一所高等商业专科学校协编了这本教材。可作为高等商业专科学校的教科书和高等财经院校的教学参考书。

本书在编写过程中,注意吸收了我国社会主义建设和改革开放取得的科学新成果,有选择地引进了国外的先进科学成就,力求在科学性、系统性、适用性等方面都能有些新意,以适应新形势下教学的需要。

本书由吴广清主编。参加编写的有吴广清(第一章)、许新德(第二章)、赵惠时(第三章)、胡国智(第四章)、肖映辉(第五章)、张安(第六章)、李若冰(第七章)、张东升(第八章)、刘镇权(第九章)、高心共(第十章)、林晓娟(第十一章)。特请中国人民大学张大力教授为本书作序和担任主审工作。

由于编者水平所限,编写完稿时间仓促,书中可能会出现某些缺点和错误,欢迎批评指正。

编 者

1992年8月



目 录

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…………… (1)
- 第二节 商品学的研究任务…………… (5)
- 第三节 商品学的发展概况…………… (8)

第二章 商品质量

- 第一节 商品质量的概念及特性…………… (15)
- 第二节 商品质量的形成…………… (21)
- 第三节 商品质量的基本要求…………… (25)
- 第四节 商品质量管理…………… (29)

第三章 商品标准

- 第一节 商品标准的概念及内容…………… (42)
- 第二节 商品标准的制订与实施…………… (52)
- 第三节 标准化…………… (58)

第四章 工业品商品的成分与性质

- 第一节 工业品商品的成分…………… (67)
- 第二节 工业品商品的结构…………… (70)
- 第三节 工业品商品的性质…………… (78)

第五章 食品的营养成分与食品卫生

- 第一节 食品的营养成分及其性质…………… (94)
- 第二节 食品卫生…………… (124)

第六章 商品检验

- 第一节 商品检验的概念及分类…………… (141)

第二节	商品检验方法·····	(149)
第三节	商品的品级·····	(160)
第七章	商品美学质量的评价	
第一节	评价商品美学质量的意义·····	(169)
第二节	评价商品美学质量的客观依据·····	(174)
第三节	商品美学质量的形式要素与评价方法··	(186)
第四节	影响评价商品美学质量的因素·····	(190)
第八章	商品分类	
第一节	商品分类的概念和意义·····	(196)
第二节	商品分类的原则和方法·····	(199)
第三节	商品目录与商品编号·····	(207)
第九章	商品包装	
第一节	商品包装的意义和作用·····	(212)
第二节	商品包装的种类和技术要求·····	(216)
第三节	商品的运输包装·····	(220)
第四节	商品的销售包装·····	(227)
第十章	工业品商品的养护	
第一节	工业品商品贮存期间的质量变化·····	(239)
第二节	工业品商品的养护措施·····	(248)
第三节	做好工业品商品的养护工作·····	(261)
第十一章	食品贮藏	
第一节	食品的贮藏性能·····	(265)
第二节	食品贮藏中的质量变化·····	(267)
第三节	食品的贮藏方法·····	(283)
阅读及参考书目	·····	(302)



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

一、商品学的研究对象

商品学是一门独立科学，具有自己特定的研究对象。

商品学特定的研究客体是商品。商品具有使用价值和价值。商品的价值属于政治经济学研究的范畴，而商品的使用价值则是商品学的研究对象。马克思指出：“商品的使用价值为商品学这门学科提供材料。”（《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版，第48页）。因此，商品学是研究商品使用价值的一门科学。

商品的使用价值是指商品的有用性，是由商品体本身的属性所形成的。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。”（《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版，第48页）。商品的属性构成了使用价值的物质基础。研究商品的使用价值，必须从与商品有用性相关的属性着手，来探讨有关的理论和技术问题。

商品学研究商品的属性包括：商品的外形、成分、结构和物理性质、机械性质、化学性质、生物学性质等。每种商品都

有其不同的用途、使用条件和使用方法，与此相关的各种属性综合构成了商品的质量。

商品实现使用价值的过程，是指商品从流通领域转入到消费领域的过程。因此，商品学研究商品的使用价值，就是要研究流通过程中商品的使用价值的评价、维护及其变化规律，保证进入消费领域的商品质量。

研究商品的使用价值及其变化规律，既要进行静态的研究，又要进行动态的研究，这就是商品社会效应的内涵。

所谓商品的社会效应，是指商品对社会的适应性，即反映商品的时代特点。商品只有满足人们的某种需求时，其使用价值才能实现。

因此，就研究商品的使用价值的实现而言，又可以认为商品的使用价值由商品的属性和社会效应所构成。研究商品的属性和社会效应，就是从商品的静态和动态两个方面去研究商品的使用价值。

当前，国内外商品学界对商品学的研究对象有着不同的认识，对商品的使用价值也有着不同的理解，存在着不同的观点和争论，这正说明这门科学的研究在深化。商品学这门年轻的科学，也只有通过实践——深化——再实践——再深化过程，才能进一步完善和发展。

二、商品学的研究内容

商品学是由概论和分论两部分组成的。概论和分论既存在着相对的独立性，又保持着密切的联系性。概论中阐述的问题是分论的共性理论和规律性问题，对研究分论具有共同的指导意义。分论则是运用商品学的理论和方法，研究各类商品的个性问题。

商品学研究商品的使用价值是以商品的属性为主要依据

的。研究商品的属性是围绕商品质量这一中心内容进行的。因此,商品质量就成为商品学研究的中心内容。与商品质量密切相关的问题,诸如商品的质量要求、商品标准、商品检验、商品分类、商品包装、商品贮存、商品运输、商品养护等,则构成了商品学研究的基本内容。

商品的质量是商品使用价值的表征,必然成为商品学研究的中心内容。

商品的属性是决定商品质量的重要方面。因此,商品属性是商品学研究的重要内容。

商品的质量要求是根据商品的用途和使用的条件、方法提出来的。商品标准是评价商品质量的准则。商品检验是评价商品质量的方法。因此,它们都是研究商品质量的重要方面。

商品分类是商品学研究的重要方法,为了深入研究各类商品的质量,必须研究商品的科学分类。

商品包装、商品贮存、商品运输和商品养护的条件与方法,是保护商品质量的重要方面,也是商品学要研究的技术问题。

应该指出,既然商品质量是商品学研究的中心内容,那么对商品在流通和使用过程中其质量的变化,原材料、生产工艺和外界因素对商品质量的影响等,也必然要进行深入地研究与探讨。

三、商品学与其他学科的关系

学科与学科之间发生联系,是科学本身发展的必然结果。但不能就此说明某一学科没有独立性。商品学与许多学科的知识发生广泛的联系,这是由它所研究的对象决定的。同时,由于商品的多样化和社会效应的可变性,也决定了这门科学涉及知识具有广泛性。

商品学与物理学、化学、生物学及其他一些基础学科有着密切的联系。这些学科的基础理论、基本方法是研究商品的成分、结构和性质的依据。

商品学与原材料学、工艺学等技术科学有着密切的联系。形成商品使用价值的物质基础是原材料，原材料的成分、结构和性质都对商品质量起着决定性的作用。任何商品的属性（有用性），都是在生产加工过程中形成的。因此，商品学要应用原材料学、工艺学的知识，说明商品使用价值的形成过程，与此同时，还要阐明原材料、生产加工工艺对商品质量的影响。

商品学与商品检验学、商品养护学自然保持着密切的联系。商品检验、商品养护都是商品学研究的内容，商品检验学、商品养护学均可视为商品学的分支。

商品学除了与基础学科和有关的技术科学有着密切联系外，还与经济科学、管理科学、广告学、心理学、美学、统计学、会计学、经济地理、市场学等多种学科存在着有机的联系。

商品学侧重于研究流通领域的商品。要保持商品流通畅通无阻，必须作出合理的定量分析和决策。因此，商品学在研究商品使用价值时，也要应用经济科学、管理科学方面的知识。

综合研究商品质量时，还要应用广告学、心理学、美学方面的知识。

研究商品的使用寿命和进行质量评估时，也须应用统计学方面的知识。

研究商品的原材料和产销分布时，必须应用经济地理、市场学方面的知识。

研究商品的科学分类时，必须与会计学、统计学保持必要的口径一致性。

综上所述，研究商品既要从自然科学方面去研究，又要从

社会科学方面去探讨。虽然各有侧重，但在知识上都是彼此交叉，互相渗透，存在着一定的必然联系。由此可见，商品学也是一门综合性应用技术科学。

第二节 商品学的研究任务

一、商品学的研究任务

在社会主义制度下，商品学是为促进商品生产，搞好商品现代化经营管理，满足人民日益增长的物质文化生活的需要服务。商品学虽然研究的客体是商品，但不是商品的全部，而是商品的使用价值，或者说是商品使用价值的表征——商品质量。因此，它的任务总括起来是：促进和指导生产的商品具有满足社会需要的使用价值，评价与维护商品在流通中的使用价值，保证和促成商品在消费领域中实现使用价值。

在商品研究中，不仅要进行宏观上的研究，而且要进行微观上的探讨；不仅要进行理论上的研究，而且要进行技术上的探讨。为此，商品学应实现下列具体任务：

全面地阐明商品的有用性，开发新商品，发现商品的多种用途和利用方法，扩大商品的使用范围。

科学地拟定商品的质量指标和检验方法，正确地评定商品质量，指导实践，科学而全面地评价和鉴定商品的质量。

确定最适宜的商品包装，贮存和运输的条件与方法，保护商品质量，降低商品损耗。

提出商品的合理使用条件与方法，延长商品使用期限，研究进一步提高商品质量的途径和扩大商品品种的可能性。

研究商品的科学分类方法，便于科学研究和科学管理，提高企业的经营管理水平。

商品学在实现上述研究任务中，必须采用多次观察、对比分析和科学实验等手段，运用最新的科学技术成就，应用基础科学和技术科学的基本理论和基础知识，实现自己的研究目的。

商品学存在和发展的客观基础是商品经济。研究商品的使用价值，必须立足于发展商品经济。没有商品生产，便没有商品流通，商品学的研究就没有实际意义。因此，商品学在研究商品质量及其变化时，必须从有利于发展商品生产的角度出发。当前，我国正处在商品经济发展的新时期，必须根据商业工作的中心任务，开展商品学的研究工作，为实现四个现代化做出贡献。

二、商品学在社会主义商业中的作用

商品学研究，正确地反映了客观事务及其规律，在社会主义商业中发挥着巨大的作用。商业实践需要这门科学。

商业部门经营的商品种类繁多，都必须通过商品的收购、贮存、运输、调拨、销售、加工、服务等业务环节去完成。在这些商品流通环节中，不仅需要业务技能，而且需要商品学知识，

商业部门为了搞好市场供应，不断改善经营管理，提高服务质量，增加经济效益，不仅需要根据市场的需求情况，充分挖掘商品货源，占据市场，满足现货供应，而且需要不断的增加花色品种，增强商品在市场上的竞争能力。作好商品供应工作也需要商品学知识。

商业部门为了对商品质量和商业信誉负责，不损害消费者的利益，必须严格商品检验制度，认真把好质量关，实行分等定价，按质论价。这是一项技术性较强的工作，更需要商品学知识。

随着科学技术的不断发展，新材料、新工艺、新技术已普

遍的得到了应用，新产品也不断出现，商品的内在质量和外观质量都发生了变化。商业工作者必须运用最新科学技术成果和最新的商品学知识去研究商品，正确掌握商品的性能、特点和质量变化规律，采用新技术合理地保护商品质量，逐步实现商品管理科学化。

随着商品供应量的不断增长，消费结构和商品结构也会发生变化，进口商品及替代商品将会越来越多。商业工作者必须掌握必备的商品学知识，认真研究商品结构的变化情况，熟悉自己所经营商品的品种、规格、性能、质量情况和商品流通中的一系列知识，以适应消费结构变化后的商品供应工作的需要。

目前，国外已将市场学、广告学、商品学视为销售战略的三大支柱。在我国随着经济体制改革的深入开展，也有人把经营管理学和商品学比喻为商业工作的两个轮子或两翼。商业工作要前进，要起飞，没有轮子或两翼是很难实现的。

保证国民经济的迅速发展，全心全意做好社会主义商业工作，不断提高人民的物质文化生活水平，必须努力学习商品学知识，并把它运用于社会主义商业实践之中。只有广大的商业工作者的业务素质和文化素质都普遍提高了，社会主义商业工作的质量才会有新的起色，才能加速实现我国社会主义商业工作的现代化。

三、经济类管理专业学习商品学的意义

高等商业专科学校经济类管理专业开设商品学课是非常必要的。就商品学在社会主义商业中的作用而言，学习商品学对管理专业具有非常重要的意义。

首先，学习商品学可以扩大知识范围，拓宽知识面，有助于科学研究工作，为深入探索更高层次的现代科学知识和科学

技术创造有力的条件。

其次，学习商品学可以从中得到较多的与专业课有关的专业基础知识，为学好专业课开辟捷径，奠定下有力的基础。

再次，学习商品学可以获得较多的理科知识，这对管理专业来说，有助于起到文理知识相互渗透的作用，有利于适应技术和多方向性工作的需要。

学习商品学还对商品经营、市场营销、企业管理、商业统计、商业计划、商业物价、商业会计、商业财务等工作具有一定的指导作用，有利于提高企业的经营管理水平。

另外，学习商品学可以熟悉商品的质量要求、质量标准，懂得常见的商品检验方法，能够正确区分商品的优劣，从而做好正确评价商品及正确宣传、解释商品的工作，起到促进生产与指导消费的积极作用。

学习商品学还可以熟悉商品的性能特点、养护措施、使用方法等，这对合理使用商品，充分发挥商品的使用性能，延长商品的使用寿命都具有重要的现实意义。

总之，在有商品存在历史条件下，每个商业工作者都必须掌握一定的商品学知识。只有这样，才有助于提高自身的素质，做好商业工作。

第三节 商品学的发展概况

一、国外商品学的发展概况

商品学的产生与发展是与商品经济密切联系在一起的。商品经济是商品学赖以发展的基础。由于研究商品经济的需要，产生了商品学。伴随着商品经济的发展，商品经济的研究工作又逐步深化，发展了商品学。