



教育部高职高专规划教材
Jiaoyubu Gaozhi Gaozhuan Guihua Jiaocai

商品学基础

马德生 主编

高等教育出版社

HIGHER EDUCATION PRESS



教育部高职高专规划教材

商品学基础

马德生 主 编

窦志铭 副主编

马德生 杨志伟 杨国昶 喻丽辉

窦志铭 编写(以姓氏笔画为序)

高等教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

商品学基础/马德生主编. —北京:高等教育出版社,
2001.8

教育部高职高专规划教材

ISBN 7-04-010005-3

I.商... II.马... III.商品学-高等学校:技术
学校-教材 IV.F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 26173 号

商品学基础

马德生 主编

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市东城区沙滩后街 55 号 邮政编码 100009

电 话 010-64054588 传 真 010-64014048

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所

印 刷 人民教育出版社印刷厂

开 本 850 × 1168 1/32

版 次 2001 年 8 月第 1 版

印 张 12.125

印 次 2001 年 8 月第 1 次印刷

字 数 300 000

定 价 12.50 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

出版说明

教材建设工作是整个高职高专教育教学工作中的重要组成部分。改革开放以来,在各级教育行政部门、学校和有关出版社的共同努力下,各地已出版了一批高职高专教育教材。但从整体上看,具有高职高专教育特色的教材极其匮乏,不少院校尚在借用本科或中专教材,教材建设仍落后于高职高专教育的发展需要。为此,1999年教育部组织制定了《高职高专教育基础课程教学基本要求》(以下简称《基本要求》)和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》(以下简称《培养规格》),通过推荐、招标及遴选,组织了一批学术水平高、教学经验丰富、实践能力强的教师,成立了“教育部高职高专规划教材”编写队伍,并在有关出版社的积极配合下,推出一批“教育部高职高专规划教材”。

“教育部高职高专规划教材”计划出版500种,用5年左右时间完成。出版后的教材将覆盖高职高专教育的基础课程和主干专业课程。计划先用2~3年的时间,在继承原有高职、高专和成人高等学校教材建设成果的基础上,充分汲取近几年来各类学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验,解决好新形势下高职高专教育教材的有无问题;然后再用2~3年的时间,在《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》立项研究的基础上,通过研究、改革和建设,推出一大批教育部高职高专教育教材,从而形成优化配套的高职高专教育教材体系。

“教育部高职高专规划教材”是按照《基本要求》和《培养规格》的要求，充分汲取高职、高专和成人高等学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验和教学成果编写而成的，适用于高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校使用。

教育部高等教育司

2000年4月3日

前 言

商品学基础是我国高职高专教育经济管理类专业的专业基础课或专业课之一。通过本课程的学习,使学生初步掌握商品学的基础理论、基本知识和基本技能,为学好各门专业课以及从事经营管理工作奠定基础。

本书是教育部高职高专规划教材,是以教育部《高职高专教育市场营销专业人才培养方案》为依据编写的。本教材根据经济管理类专业的特点、课程设置和学生的实际情况,在商品使用价值研究中以商品体为基础,以商品的自然属性为主线,使自然科学知识偏少的情况得到改善,知识结构更趋于合理。考虑到高职高专教育的特点,全书理论以“必需、够用”为度,注意理论联系实际,突出应用性,特别注重营销业务能力的培养,使其更符合培养第一线经济管理人才的需要。

本教材具有如下特点:

文理交叉相融,以理为主。绝大多数章节的内容是从商品体的物理、化学及生物学等自然属性的角度着手研究商品质量和商品品种及其相关的问题,并注意与经济管理学科的内容紧密衔接。

理论以“必需、够用”为度。紧紧围绕商品质量和商品品种这一中心内容,注意理论“必需、够用”的界限,从应用出发,理论联系实际,避免不必要的理论探讨和阐述,强化了实用性和实践能力的训练与培养。

注意知识的科学性和先进性。吸收了商品质量、商品品种、商品条码、食品保鲜、包装技法、保护资源及保护环境等方面的实践经验和新的研究成果，反映国内外当代商品学学科的新成就。

适应实际需要，适度拓宽知识面。增加或补充了商品归类、商品条码、商品名称、商品型号、商品系列、商品认证、商品与资源和环境以及商业企业商品品种结构优化、商品质量管理、商品标准化和商品质量监督检验等工作的内容。

本教材在编写过程中，吸收和引用了有关专家、学者的研究成果，在此表示谢意。

本教材由马德生主编，窦志铭为副主编。参加编写的有马德生（第一、二、三、四、六和八章）、杨志伟（第五、七章）、杨国昶（第五、七章）、窦志铭（第九、十、十一章）、喻丽辉（第十二章）。本教材特请中国人民大学万融教授主审。

由于时间仓促，编者水平所限，书中难免存在不当和疏漏之处，敬请专家和读者批评指正。

编者

2000年12月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 商品学的研究对象和内容	1
第二节 商品学的任务和作用	7
第二章 商品分类	13
第一节 商品分类的原则和方法	13
第二节 商品分类标志	19
第三节 商品分类体系	25
第四节 商品目录和商品代码	32
第五节 商品条码	37
第六节 商品归类	44
附录 2-1 《中华人民共和国海关进口税则·1998》 摘选	51
第三章 商品质量	55
第一节 商品质量的概念和意义	55
第二节 商品质量的基本要求	61
第三节 影响商品质量的因素	67
第四节 商品质量管理	75
第四章 商品品种	84
第一节 商品品种的概念和意义	84
第二节 商品品种名称	88
第三节 商品品种类别和发展规律	95
第四节 商品品种结构及其优化	100
第五章 食品商品特性	108
第一节 食品商品的化学成分	108

第二节	食品商品的感官特性	129
第三节	食品商品的卫生特性	135
第六章	工业品商品特性	146
第一节	工业品商品的化学成分	146
第二节	工业品商品的结构	153
第三节	工业品商品的性质	162
第七章	纺织品商品特性	177
第一节	纺织品商品的构成成分	177
第二节	纺织品商品的结构	191
第三节	纺织品商品的性质	203
第八章	商品标准	218
第一节	商品标准及其作用	218
第二节	商品标准的级别	223
第三节	商品标准的内容	230
第四节	商品标准的制定、修订和贯彻	234
第五节	商品质量监督	242
第六节	商品质量认证	246
第九章	商品检验	254
第一节	商品检验及其程序	254
第二节	商品抽样	257
第三节	商品检验的方法	261
第四节	商品品级	267
第五节	商业企业的商品质量监督检验	269
附录 9-1	常见的大类商品需要索取文件、证件	277
第十章	商品包装	283
第一节	商品包装及其分类	283
第二节	商品包装材料	288
第三节	商品包装技法	292
第四节	商品包装标识	300
第十一章	商品养护	311
第一节	商品的质量变化	311

第二节	影响质量变化因素及其控制	318
第三节	工业品商品的养护	325
第四节	食品商品的防腐与保鲜	333
附录 11-1	常见食品商场陈列的保鲜要求	340
附录 11-2	摄氏相对湿度换算表	342 ~ 343
第十二章	商品、资源和环境	344
第一节	商品、资源及其保护	344
第二节	商品、环境及其保护	351
第三节	绿色革命	358
索引	370
参考文献	374

第一章

绪 论

学习目标 通过本章学习，了解商品学发展概况；明确学习商品学的意义；掌握商品学的研究对象、内容与任务。本章是本课程的学习基础。

第一节 商品学的研究对象和内容

商品学研究的对象和内容，体现了商品学的研究方向和目标，是学习商品学首先应该重视和掌握的问题。

一、商品学研究的对象

商品学研究的客体是商品。商品是用于交换的劳动产品，它具有价值和使用价值两种属性。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研究的对象。商品学的理论基础，是马克思的商品使用价值学说。马克思指出：“商品的使用价值为商品学这门学科提供材料。”^①故此，商品学是研究商品使用价值的一门学科。

^① 中共中央马克思、恩格斯、列宁、斯大林著作编译局，《马克思恩格斯全集》：第23卷。北京：人民出版社，1972。48

商品的使用价值，是指商品满足人们某种需要的效用，即商品的有用性。如，保温瓶能保温，粮食能充饥，钟表能计时。保温、充饥和计时等效用，就是这些商品的使用价值。商品的使用价值是社会的使用价值，对于消费者、用户来说，它具有直接消费的意义，这种使用价值是消费者、用户最关心的；对于生产者、经营者来说，最关心的是商品的交换，使其成为企业经济效益的源泉。要顺利实现商品交换，使用价值当然也必然成为生产者、经营者关心的重要问题。

商品之所以具有使用价值，不同商品又具有不同的使用价值，这是由商品体本身的属性所决定的。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。”^①

保温瓶的保温效用，是由它本身的属性所决定的，这种属性来源于该商品体的瓶胆的特殊结构：第一，瓶胆的原料是玻璃，又分内外两层，玻璃是热的不良导体；第二，夹层的玻璃表面镀有一层极薄的银膜，这种反光体可防止热的辐射；第三，夹层内基本上为真空，除掉了传热的媒介，可防止热的对流和传导。这样，使保温瓶胆传导、对流和辐射的三种导热方式，均降低到极弱的程度而具有良好的保温性。保温瓶的这种属性与商品体的瓶胆存在极密切的关系。因此，在研究商品体时，必须从与商品使用价值相关的属性着手，来研究有关的诸方面问题。

保温瓶仅仅具备极低的导热性，不能充分满足需要，它还必须具有热稳定性、耐水性和一定的机械强度，在使用时才能坚固耐用。此外，瓶壳也要坚固美观。商品种类繁多，决定了商品使用价值属性的复杂性，这些属性归结起来有商品的外观形状、构成成分、组成结构、物理性质、机械性质、化学性质和生物学性

^① 中共中央马克思、恩格斯、列宁、斯大林著作编译局，《马克思恩格斯全集》：第23卷，北京：人民出版社，1972，48

质等。上述不同属性的综合，反映了商品使用价值的高低，是衡量商品使用价值的尺度。为此，在商品学中必须通过这些自然属性去研究商品的使用价值。

由于人们对商品的需求多种多样，这就决定了对商品体研究的广泛性。不仅要研究每个商品体的使用价值，还要研究各种不同类别商品体的使用价值。仍以保温瓶为例，不仅要研究每个保温瓶的使用价值或质量是否合格，还要研究保温瓶这类商品的使用价值或构成品种是否适用。就商品整体来说，不仅研究用的商品的使用价值，还要研究吃的、穿的以及其他商品的使用价值。这就是说，既要全面研究商品的个体使用价值，又要全面研究商品的群体使用价值。

研究商品使用价值的目的，是为了满足市场需要和消费需求。要使商品使用价值最终发挥出来，必须经历使用价值的转化过程。首先在流通领域实现商品使用价值的交换，最后在消费领域实现商品使用价值的消费。如果商品交换因个体使用价值低劣或群体使用价值不当没有实现，那么商品使用价值的消费也无法实现。只有商品的使用价值的消费最终得到现实，商品的使用价值才算真正发挥作用。因此，商品学对商品使用价值的研究更强调使用价值的实现。

二、商品学研究的内容

商品学研究的内容是由商品学研究的对象所决定的。前面通过对商品学研究对象使用价值的探讨，我们知道商品学研究的内容离不开商品质量和商品品种。

商品质量是指商品属性满足消费者和用户需求的程度，说明商品满足人们需求的深度。如保温瓶的保温效用的衡量指标，按口径和容量大小有不同规定：普通 5 号小口保温瓶在 $(20 \pm 5)^{\circ}\text{C}$ 室温下灌入 $(99 \pm 1)^{\circ}\text{C}$ 的水，经 24 小时后测水温不低于 69°C 。这是对这种保温瓶保温效用程度的要求，是商品使用价值的纵

向，反映了商品的个体使用价值。

商品品种是指具有某种共同属性和特征的商品群体，说明商品满足人们需求的广度。普通保温瓶保温效用再好，只能盛装沸水、热水，却不能自动出水，更不能用于固体冷藏。为此，开拓出气压式保温瓶、电动气压式保温瓶和大口保温瓶，乃至不同容积、不同用途的多种保温瓶以更好地满足人们的多种需要，这是商品使用价值的横向，反映的是商品群体的使用价值。

商品质量和商品品种是商品使用价值在质和量上的不同表现形式，它们之间既有各自不同的内涵，又存在着密切的关系。研究商品质量离不开商品品种，商品质量是具体商品品种的质量；研究商品品种也离不开商品质量，商品质量不同往往会形成新的商品品种。因此，商品学研究的中心内容，客观上必然是商品质量和商品品种。

商品质量研究的是商品使用价值在质上的表现形式。商品质量这个侧面所研究的内容，主要包括商品质量的内涵，对商品质量的要求，商品的成分、结构和性质，商品的质量等级和质量水平，影响商品质量的因素，衡量商品质量的准则，商品质量的检验与评定，商品质量的保养与维护，以及商品与资源、环境的关系等。

商品品种研究的是商品使用价值在量上的表现形式，商品品种这个侧面所研究的内容，主要包括商品名词术语、商品规格、商品型式、商品类别划分、商品分类体系、商品品种类别、商品品种结构，以及商品品种发展规律等。

商品种类繁多，既有物质形态的有形商品，又有知识形态、劳务形态的无形商品。我国商品学研究的是物质形态的有形商品。仅从有形商品的整体概念看，它不仅包括商品体本身，也包括商品包装及其标志与装潢、商品名称、商标及注册商标、商品使用说明等有形附加物，还包括提供信贷、送货上门、质量保证措施和售后服务等无形附加物。我们这本商品学研究的主要内容

是商品体本身的自然属性，同时也研究商品的一些有形附加物。

商品这个集合体的复杂性，决定了商品学是个综合性的学科。商品学由商品学概论和商品学分论所组成。商品学概论与商品学分论二者之间既存在相对独立性，又有着密切的联系。商品学概论是研究不同商品的共性，是所有有形商品的基础理论，这对学习与研究商品学分论具有指导作用。商品学分论是研究不同类别乃至不同品种商品的个性，对分论的研究还可促进商品学概论内容的不断完善和理论不断发展。

本书《商品学基础》相当于商品学概论，它所研究的内容主要是商品体和商品的有形附加物的共性理论及其相关规律。包括商品质量的内涵，对商品质量的要求，商品的构成成分、组成结构、理化和生物学性质，商品名称、型号和系列，商品分类，商品品种类别和结构，商品品种发展规律，商品标准，商品检验，商品包装，商品养护，商品与资源和环境，影响商品质量的因素等。

任何事物都是不断发展的，商品学研究的课题也是随着社会生产力水平的提高，科学技术的进步，人们生活范围的扩展和需求的变化而不断被开发出来。商品使用价值领域的不断拓宽，商品质量水平的不断提高，商品品种类型的不断增多，必然会使商品学研究的内容向更高的层次发展，更加适应市场经济发展的需要。

三、商品学学科的性质

任何一门学科都有自己独特的研究对象，但并不是与其他学科没有关系。学科与学科之间的联系，既是学科发展的前提，又是学科发展的必然结果。我们知道从商品学研究的对象和内容看，商品学与许多学科的理论知识有着密切的联系，这一点也决定了商品学这门学科所涉及的理论知识具有广泛性。

研究商品的成分、结构和性质，要以化学、物理学、动物

学、植物学和微生物学等学科的基础理论和基本知识，以及研究这些学科的基本方法为基础。

研究商品质量评定，对其依据的研究离不开各种商品的质量特性，这就需要计量学、标准化等学科的理论知识。对评定方法的研究，离不开物理学、分析化学和微生物学等学科基础理论知识。

研究影响商品质量的因素，涉及的学科领域更加广泛。从工业品商品的生产影响因素看，离不开原材料学和生产工艺学等学科的理论知识。从农产品商品的生产影响因素看，需要植物栽培学、动物饲养学等学科的理论知识。

研究商品包装，除研究商品成分、结构和性质外，还要研究商品包装材料的性质、包装容器的结构和特点，以及包装的一些防护措施，也需要物理学、化学和材料科学的理论知识。

研究商品质量的保养和维护，既要研究在外界因素影响下商品质量变化的形式及其规律，又要研究商品成分、结构和性质的变化等内在因素，还要研究影响质量变化的各种外界因素，这同样需要物理学、化学、气象学、微生物学、昆虫学等学科的理论知识。

研究商品分类、商品品种类别及其构成，乃至品种发展规律需要分类学、统计学等学科的理论知识。研究商品名称、型号和系列，对其进行科学规范，需要标准化、数学等学科的理论知识。

此外，在研究商品质量和品种的过程中，还需要市场学、经济学、管理学、广告学、心理学、美学和地理学中有关的理论知识。

综上所述，研究商品的使用价值不仅需要自然科学理论知识，也需要社会科学理论知识，尤其是本教材，更需要较多自然科学理论知识。因此说，商品学既是一门边缘学科，又是一门综合性较强的应用技术学科。

第二节 商品学的任务和作用

商品学不仅有独特的研究对象和内容，也有独特的研究任务和其他学科不可替代的地位与作用。研究商品学的任务和作用，不仅有利于进一步明确本学科的研究方向和目标，还有利于进一步理解学习本课程的目的与意义。

一、商品学研究的任务

商品学是以商品质量和商品品种为中心内容，研究商品使用价值的一门学科。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的阐述，才能发现和明确商品的用途和利用方法，从而扩大商品的使用范围。

（二）为评价商品质量奠定基础

商品质量是企业的生命，又与消费者的切身利益紧密相关。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）分析商品的质量变化规律

商品质量虽然是在生产过程中形成的，但也处于动态变化之中，由于商品在流通领域中的运转和停留，必然要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，并