

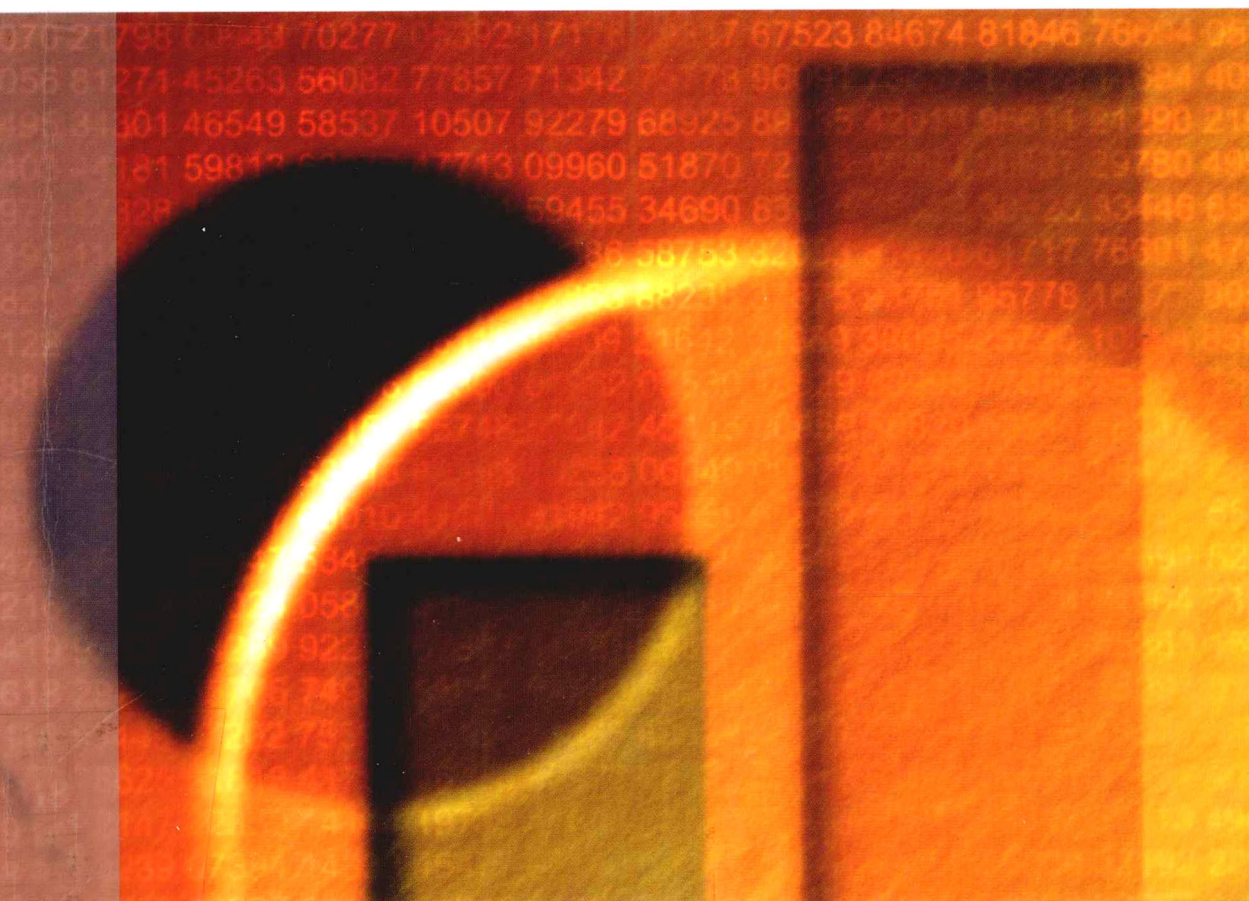


高等职业教育人才培养创新教材出版工程

财经类系列规划教材

商品学基础

■ 刘 敏 主编



 科学出版社
www.sciencep.com

●高等职业教育人才培养创新教材出版工程

财经类系列规划教材

商品学基础

主 编 刘 敏

副主编 肖润松 徐汉文 薛凤阁

参 编 陈家闯 庞日新 饶 涛

主 审 陈艳霞

科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

本书围绕商品质量这一中心,详细介绍了商品分类与编码、商品质量与质量管理、商品标准化与质量认证、商品检验与质量监督、商品包装、商品养护以及食品、纺织品、日用工业品等常见商品的商品学理论知识和实践性内容。全书共分11章,在内容安排上以必需、够用为度,突出应用性,便于学习,体现了理论知识与实践能力的有机结合。

本书理论内容就有较强的实用性,实践内容具有较强的可操作性,既适合作为高职高专经济管理类专业的教材或参考用书,也适合作为成人教育和企事业单位从事经营管理工作的在职人员的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

商品学基础/刘敏主编. —北京:科学出版社,2005

高等职业教育人才培养创新教材出版工程·财经类系列规划教材
ISBN 7-03-015792-3

I. 商… II. 刘… 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(2005)第 069292 号

责任编辑:王贻社 / 责任校对:张 琪

责任印制:张克忠 / 封面设计:陈 敬

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

新蕾印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2005年8月第一版 开本: B5(720×1000)

2006年5月第二次印刷 印张: 18

印数: 4 001—6 500 字数: 338 000

定价: 25.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈新欣〉)

高等职业教育人才培养创新教材出版工程

财经类系列规划教材专家委员会

顾问：李宗尧

主任：常立学 董刚

副主任：刘兰明 冯伟国 张建华 高建宁 林鹏

委员：潘振良 章建新 卜军 顾全根 李莹 吴胜

金志涛 冯拾松 刘义 周林松 王金台 赵丽生

王庆国 郑健壮 刘勃 范明明 倪杰 张莲苓

财经类系列规划教材编写委员会

主任：李维利 孙立波

委员：陈福明 陈丽 窦乐江 胡宝坤 靳丽丽 金伟

刘刚 刘建民 苗成栋 齐绍琼 苏中大 孙传尧

谭文培 谈留芳 王炳华 吴戈 吴玺玫 杨柳

于声涛 郑明望 丁永琦 葛华 巩传红 韩西清

胡继承 姜玲玲 李国莉 李伟 李贻玲 刘敏

马奇柯 秦云秀 孙晓燕 薛凤阁 杨海莹 于信

张勤 张庆丰 孙晓琳 张晓云 赵清爽 周彦

高等职业教育人才培养创新教材 出版工程说明

随着高等教育改革的进一步深化，我国高等职业教育事业迅速发展，办学规模不断扩大，办学思路日益明确，办学形式日趋多样化，取得了显著的办学效益和社会效益。

毋庸置疑，目前已经出版的一批高等职业教育教材在主导教学方向、稳定教学秩序、提高教学质量方面起到了很好的作用。但是，目前高等职业教育教材出版中还存在问题，主要是：教材建设仍然是以学校的选择为依据、以方便教师授课为标准、以理论知识为主体、以单一纸质材料为教学内容的承载方式，没有从根本上体现以应用性职业岗位需求为中心，以素质教育、创新教育为基础，以学生能力培养为本位的教育观念。

根据《教育部关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》，经过广泛细致的调研，科学出版社和中国高等职业技术教育研究会共同启动了高等职业教育人才培养创新教材出版工程。在教材出版过程中，力求突出以下特色：

(1) 理念创新：秉承“教学改革与学科创新引路，科技进步与教材创新同步”的理念，根据新时代对高等职业教育人才的需求，策划出版一系列体现教学改革最新理念，内容领先、思路创新、突出实训、成系配套的高职高专教材。

(2) 方法创新：摒弃“借用教材、压缩内容”的滞后方法，专门开发符合高职特点的“对口教材”。在对职业岗位（群）所需的专业知识和专项能力进行科学分析的基础上，引进国外先进的课程开发方法，以确保符合职业教育的特色。

(3) 特色创新：加大实训教材的开发力度，填补空白，突出热点，积极开发紧缺专业、热门专业的教材。对于部分教材，提供“课件”、“教学资源支持库”等立体化的教学支持，方便教师教学与学生学习。对于部分专业，组织编写“双证教材”，注意将教材内容与职业资格、技能证书进行衔接。

(4) 内容创新：在教材内容的选择方面，力求反映知识更新和科技发展的最新动态。将新知识、新技术、新内容、新工艺、新案例及时反映到教材中来，更能体现高职教育专业设置紧密联系生产、建设、服务、管理一线的实际要求。

高等职业教育人才培养创新教材出版工程的启动，得到了教育部高等教育司高职高专处领导的认可，吸引了一批职业教育和高等教育领域的权威专家积极参与，共同打造精品教材。其实施的过程可以总结为：教育部门支持、权威专家指

导、一流学校参与、学术研究推动。

国内的高等职业教育院校以及中国高等职业技术教育研究会的其他副会长、常务理事、理事单位等积极参加本教材出版工程，提供了先进的教学经验，在此基础上出版一大批特色教材。在编写教材的过程中，也得到了相关行业部委、行业协会的支持，对教材的推广起到促进作用。由于秉持先进的理念，运用科学的方法，加之在各方面的大力支持下，教材出版工程进展顺利，目前已经取得了大量的精品教材。

高等职业教育人才培养创新教材出版工程的出版范围主要包括高职高专层次的基础课、公共课教材；各类紧缺专业、热门专业教材；实训教材、引进教材等特色教材；还包含部分应用型本科层次的教材。根据规划，各个系列的教材将在最近陆续与读者见面。

诚挚地欢迎广大教师、学生选用出版工程的系列创新教材，并在教材的使用中提出宝贵意见，以便我们改进教材出版工作、提高质量。

中国高等职业技术教育研究会

科学出版社

前 言

商品学是高职高专学校经济管理类专业必修的专业基础课。本书在编写中力求体现素质教育精神,积极落实教育部提出的21世纪职业教育课程改革与教材建设的规划和部署,注重培养学生必须的职业技能,使学生通过学习能够成为在流通领域第一线工作的高素质劳动者和高级职业技术人才。

本书突破传统课程体系的模式,将内容分为理论基础模块和实践教学模块。理论基础模块侧重介绍商品的共性内容和基本理论,内容广泛、生动、有趣,具有较强的实用性,并与专业课相衔接。实践教学模块侧重于各大类商品的识别、质量鉴别、商品的使用及维护等技术内容,并配有案例、习题、实训及实验等。本书还吸收了大量的新技术、新工艺、新标准。全书理论内容具有较强的实用性,实践内容具有较强的可操作性,理论与实践紧密结合,可有效提高学生的动手能力,具有较强的可操作性,突出了高等职业教育特色,有利于学生将书本知识向实践能力转化。

本书既可作为高职高专经济管理类专业的教材或参考用书,也可作为成人教育和企事业单位从事经营管理工作的在职人员的培训用书。

本书由刘敏担任主编,并对全书进行统稿。肖涧松、徐汉文、薛凤阁担任副主编。全书共12章,具体编写分工如下:山东商业职业技术学院刘敏(第2、7章),肖涧松(第11、12章),无锡市商业职业技术学院徐汉文(第1、10章),华南热带农业大学高职学院薛凤阁(第3、4、6章),苏州经贸职业技术学院陈家闯(第8章),山东英才职业技术学院庞日新(第5章),北京师范大学出版社饶涛博士(第9章)。山东英才职业技术学院陈艳霞担任主审。

本书在编写过程中,参阅了大量的资料和书籍,也得到了科学出版社职教部的指导及各参编老师所在学校的大力支持,在此一并表示衷心的感谢。

由于编者水平有限,书中难免出现疏漏和差错,恳请读者批评指正。

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 商品学的研究对象与任务	1
1.2 学习商品学的重要性	4
1.3 商品学的发展概况	5
第 2 章 商品质量	8
2.1 质量与商品质量	8
2.2 商品质量的基本要求.....	12
2.3 影响商品质量的因素.....	17
2.4 商品质量管理.....	21
第 3 章 商品分类	30
3.1 商品分类概述.....	30
3.2 商品分类的原则与方法.....	32
3.3 商品分类标志.....	36
3.4 商品目录.....	39
第 4 章 商品信息编码	43
4.1 商品编码概述.....	43
4.2 商品代码.....	45
4.3 商品条码.....	48
第 5 章 商品性质	61
5.1 商品的成分.....	61
5.2 商品的结构.....	67
5.3 商品的性质.....	69
第 6 章 商品标准化	74
6.1 标准与标准化.....	74
6.2 商品标准.....	85
6.3 产品质量认证	104
第 7 章 商品检验与质量监督	118
7.1 商品检验概述	118
7.2 商品抽样	122
7.3 商品检验方法	126

7.4	商品品级	132
7.5	商品质量监督	133
第8章	商品包装	140
8.1	商品包装概述	140
8.2	商品的销售包装与运输包装	145
8.3	商品包装标准化	155
8.4	商品包装标志	158
8.5	商标	165
第9章	商品养护	174
9.1	商品养护概述	174
9.2	商品的质量变化及其变化的因素	175
9.3	商品储存期间的养护	187
9.4	商品运输安全	191
第10章	食品	201
10.1	酒类	201
10.2	茶叶	211
10.3	绿色食品	217
第11章	纺织品	224
11.1	纺织纤维	224
11.2	织物的组织	236
11.3	纺织品的质量分析	240
第12章	日用工业品	248
12.1	塑料制品	248
12.2	洗涤用品	256
参考文献	276

第 1 章

绪 论

学习目标

1. 了解商品学的产生与发展,明确学习商品学的重要性和意义,激发学生学习本课程的积极性。
2. 明确商品学的研究对象、内容和任务,掌握商品学的研究方法,为学好商品学打下良好的基础。

1.1 商品学的研究对象与任务

1.1.1 商品概述

商品是为交换而生产的劳动产品。商品具有使用价值和价值两个因素。

1. 商品的使用价值

商品能满足人们某种需要的属性即商品的有用性,就是商品的使用价值。不同的商品具有不同的使用价值,满足人们的不同需要。同一商品可有多种使用价值,满足人们的多种需要。商品使用价值的多少,是随科学技术的发展不断认识发现的。商品的使用价值和一般物的使用价值一样,都是构成社会物质财富的物质内容。两者的不同点在于:商品的使用价值是通过交换满足他人的需要,是商品交换价值的物质承担者。使用价值是商品的自然属性,反映的是人和自然的关系,是一个历史范畴;一般物品的使用价值则是个永恒范畴。

2. 商品的交换价值

商品的交换价值表现为一种使用价值同另一种使用价值相交换的数量上的关系或比例。由于商品的效用不同,所以交换价值各不相同。决定商品交换价值的必须是商品内在的固有的共同的东西,即商品的价值。

3. 商品的价值

一切商品都是劳动产品，都包含一定的人类劳动。如果把劳动的具体形态撇开，一切商品都包含一般的无差别的人类劳动即抽象劳动。商品价值是凝结在商品中的一般的人类劳动。价值是商品的内在因素，是交换价值的基础，交换价值是价值的表现形式。

4. 商品的使用价值和价值的关系

使用价值和价值是商品内在的二因素，两者是对立的统一。商品是使用价值和价值的统一体。商品使用价值和价值既统一又矛盾。其统一性主要表现为两者相互依赖、互为条件、缺一不可。如果一个物品只有使用价值，而不是劳动产品，或不是为交换而生产的劳动产品，则没有价值，不是商品。反过来，如果一个物品是劳动产品，但没有使用价值，是无用之物，也就没有价值，也不是商品。只有既有使用价值，又有价值的物品，才是商品。使用价值和价值又是彼此矛盾的。两者互相排斥、互相对立。商品生产者生产商品的使用价值是为了满足社会的需要，从而通过交换实现价值。如果交换成功，商品生产者便把商品的使用价值让渡给消费者，使商品价值得到实现。可见，商品使用价值和价值这对矛盾解决的关键在于交换。

5. 商品的基本特征

作为特殊产品的商品应该具有以下三个基本特征：

(1) 商品是能够满足人某种需要的劳动产品

那些不能满足人们需要，甚至会危害人体健康和财产安全的劳动产品，如假酒、假药、劣质电器、劣质服务等，不能算作商品；虽然具有使用价值，但未经劳动加工的天然物，如天然空气、未开辟的自然风景区等，他们不属于劳动产品，所以也不能叫做商品。

(2) 商品是供别人消费及社会消费的劳动产品

如马克思所说，“谁用自己的产品来满足自己的需要，他生产的就只是使用价值，而不是商品。要生产商品，他不仅要生产使用价值，而且要为别人生产使用价值，即生产社会的使用价值。”

(3) 商品是通过交换的劳动产品

商品只有通过交换，到达使用或消费它的用户或消费者手中，才能实现其商用价值。商品对其生产者来说，没有直接的使用价值，只有交换价值的承担者，否则他们就不会把它拿到市场上去卖。商品在市场上卖不出去，使用价值就无法实现，因而商品价值就无法实现。

由此，我们可以归纳出商品的概念：所谓商品，就是通过市场实现交换，进而能够满足人们某种需要的劳动产品。

1.1.2 商品学的研究对象与内容

1. 商品学是研究商品使用价值的科学

商品具有价值和使用价值。商品的价值是政治经济学研究的范畴，商品的使用价值为商品学这门学科提供材料。

商品的使用价值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。”商品的属性构成了其使用价值的物质基础。研究商品的使用价值就必须从与商品有用性相关的属性着手，来研究有关的理论和技术。

商品学研究商品的使用价值，而商品的使用价值具体体现为商品质量，商品质量是衡量商品使用价值高低的尺度，因此，商品质量就成为商品学研究的中心内容。

2. 商品学的研究内容

商品学的研究内容就是围绕商品质量这一中心内容研究与商品质量相关的一系列问题，即研究商品质量以及决定和影响商品质量的诸因素，如商品的成分和性质、商品分类与编码、商品标准化、商品包装、商品养护等内容。商品学的研究内容见图 1.1。

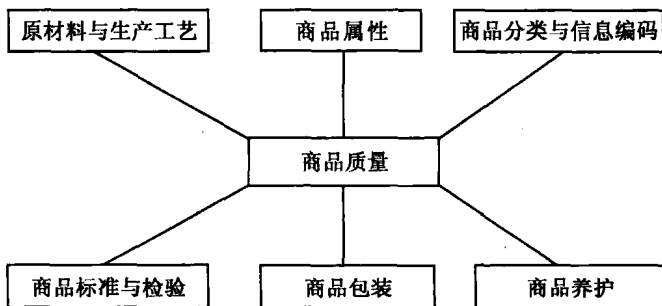


图 1.1 商品学的研究内容

1.1.3 商品学的研究任务

商品学的研究任务是由其所研究的对象和内容决定的，即从商品学的研究对

象出发,以商品质量为中心,在全面阐明与商品使用价值相关的商品质量的基础上,找出商品质量变化的规律及影响商品质量变化的各种内、外因素,探求提高商品质量和开发新产品的途径,促进企业的现代化管理,以利于发展商品生产、扩大经营、满足消费。为此,商品学的任务主要是解决下列问题:

(1) 为发展生产、扩大经营、开发市场创造条件

通过分析、探索商品的成分、结构、工艺流程来改进生产技术,明确商品的质量要求,发掘商品的新用途,扩大商品的使用范围,延长商品的使用周期,向消费者科学地、客观地介绍商品,从而为发展生产、扩大经营、开发新的市场创造条件。

(2) 准确评价商品质量,维护国家和消费者的利益

通过对商品使用价值的分析研究,明确商品的质量标准、检验和鉴别方法,从而全面准确地评价、鉴定商品的质量,杜绝伪劣产品流入市场,切实维护国家和消费者的利益。

(3) 实现对商品的科学分类管理,促进企业现代化管理水平的提高

通过科学地选择商品分类标志,正确地确定分类方法,努力实现科学的分类和信息管理,促进专业化分工和社会化协作,以利于调整产品结构、经营结构和加强宏观管理,促进企业向管理现代化方向发展。

(4) 研究改进商品包装、储运,努力降低商品损耗

通过研究商品质量及与之相关的内容,掌握不同商品在生产和流通过程中可能引起质变的各种因素,根据商品本身的特性确定适宜的包装、进行合理的储存与运输,以利于保护商品质量,降低商品损耗和避免商品损坏。

(5) 培养专业人才,提高职工素质

商品学是企业经营管理者一门必修的专业基础课,它使从事经营管理的人员获得必备的商品知识与理论,从而提高其经营管理的素质和管理水平。

1.2 学习商品学的重要性

商品学是随着商品经济和科学技术的发展而发展的。国外某些发达的国家已将市场学、广告学、商品学视为销售战略的三大支柱。

经济贸易工作是为市场经济发展服务的,是联结生产、消费的桥梁,是工农业生产的纽带。从事经济贸易工作,每时每刻都和商品打交道。要做好商品流通工作,必须掌握国家制定的经济方针、政策,必须具备企业管理、商品经营、市场营销等学科的理论知识,还必须具有商品学的专业知识,只有这样才能做好商品的流通工作。学习商品学的重要性,主要表现在以下几方面:

1) 在商品的购、销、运、存等流通环节里,要以商品质量为中心来实现商

品的使用价值。为此,要经常研究商品的质量及产销动向,为消费者提供更多的优质商品,以满足广大消费者的需要。

2) 市场流通企业,要力求做到所经营的商品让消费者信得过,商品的性能好,使用寿命长,物美价廉,对人的身体健康和环境无害,具有时代感。因此,只有掌握商品学这门科学知识,才能进一步研究在流通领域中商品质量变化的规律及其影响因素,进行科学养护。

3) 要做好商品流通工作,供应给消费者的商品,必须符合有关的质量标准。这样就需要通过商品检验工作来测定商品质量,杜绝劣质商品进入流通领域,将优质商品供应给消费者。

4) 只有研究商品的科学分类,才能适应市场流通企业的现代化管理的要求,才能取得最大的经济效益。

1.3 商品学的发展概况

商品学的产生和发展与商品经济的兴起以及商业教育事业的发展息息相关。它形成一门独立的学科,在国外和国内有着不同的发展阶段。

1.3.1 国外商品学发展概况

商品学作为一门独立学科,于18世纪中叶诞生于德国,到现在约有200多年的历史。自1810年,商品学相继传入波兰、意大利、奥地利、匈牙利、罗马尼亚、俄罗斯、日本、中国等国家。目前,世界上约有30多个国家(主要是俄罗斯、东欧各国、中国、越南、德国、奥地利、意大利、比利时、瑞士、日本、韩国等)把商品学作为一门独立学科,进行商品学教育和科学研究。而在美国、英国、法国等国家中没有商品学学科,只是在市场学、营销学、消费科学、家政学等学科中有商品学的内容。

商品学诞生前,商品研究是作为商学研究的一个重要组成部分。在早期的商学书籍中包括有大量的商品知识,以便商人在经商过程中认识商品品种和产地、商品真伪与质量优劣。商品学诞生后,在其发展过程中产生了两个研究方向,一个是从自然科学和技术学的观点研究商品使用价值,中心内容是商品质量,称为自然科学的商品学或技术商品学,另一个是以自然科学为基础,从社会科学和经济学的观点,特别是从市场营销和消费需求的观点研究与商品质量和品种相关的问题,称为社会科学的商品学或经济商品学。

目前,世界各国的商品学学者对商品学学科有了共识,认为现代商品学是自然科学和技术学与社会科学和经济学复杂融合起来的综合性应用学科,是一门技术与经济相结合的典型边缘学科或交叉学科,必须从技术、经济、社会、市场和

消费需求等多方面系统地研究商品的使用价值和全面评价商品质量。

1.3.2 我国商品学发展与学术活动概况

我国商品学的发展,经历了漫长的过程。从有关史料记载看,春秋时代师旷的《禽经》、宋朝蔡襄所著《荔枝谱》、明朝李时珍的《本草纲目》等书,对有关商品知识作了介绍。唐代陆羽的《茶经》,概述了茶叶的质量、茶叶的审评、茶叶的饮用方法、茶叶的保管等知识,国内商品学学者认为这可以说是我国商品学的萌芽。

到了近代,随着商业教育的发展,许多商品学著作也相继出版,如盛在垠于1925年撰写的《商品学》,1932年刘冠英的《现代商品学》,1937年方嘉东著的《商品研究通论》等。由于当时我国尚处于半殖民地半封建社会,商品经济得不到充分发展,阻碍了商品学研究的发展。

新中国成立后,国民经济得到了迅速恢复和发展,商品学的研究和教学工作取得了一系列的进展。从1950年开始,在高等财经学校的对外贸易和合作经济等专业中都分别开设了商品学课程。十年动乱中商品学教学与研究受到了严重冲击。改革开放以来,我国经济体制的转变,为商品学的科研和教学工作创造了良好的环境。近几年有关商品学方面的专著、教材层出不穷,使商品学的研究和教学工作进入了一个崭新的发展时期。

目前,我国已初步形成了较完善的本科院校、高职高专学校和中等职业学校三级商品学教学与研究体系。中国商品学会(CSCS)于1994年4月正式成立,学会决定每年召开一次年会,进行商品学教学与学术研究活动,中国商品学会(CSCS)是在民政部登记注册的全国性学术团体,主要由全国的大专院校和科研院所从事商品学及其相关专业教学与研究的学者和教授组成,此外还广泛吸纳了质量监督检验检疫、工商管理、中消协等部门的专家和部分企业家。学会的主要宗旨是推动和发展商品学的基础理论及应用研究。学会广泛开展国内外学术交流活动,主办国内外学术研讨会,代表中国参加国际商品学的学术活动,并参与商品质量及其相关的咨询和培训等活动。

成立于1976年的国际商品学会(IGWT)是国际商品学及其相关领域唯一的国际性学术团体。1995年与2004年,中国商品学会成功举办了第十届、第十四届国际商品学学术研讨会,这进一步促进了我国商品学教学和学术研究工作的



本章小结

本章是对商品学课程的总体概述,简要叙述了商品学研究的对象、内容、任

务及方法等内容,使学生对商品学这门课程有一个总体上的了解。



思 考 题

1. 根据商品学研究对象分析商品学的研究内容。
2. 结合本专业谈一谈学习商品学的重要性。

第 2 章

商品质量

学习目标

1. 明确商品质量的含义和保证商品质量的意义。
2. 掌握商品质量的基本要求、影响因素和全面质量管理理论。
3. 掌握分析商品质量及质量因素的能力，提高全面质量管理的意识和水平。

2.1 质量与商品质量

2.1.1 质量概述

质量是企业的生命，在市场经济条件下，企业加强质量管理，重视产品质量已经成为必然的趋势，“质量”也日益成为人们所熟知的名词。尽管如此，对“质量”的错误理解仍然广泛存在。那么，什么是质量呢？

1. 质量的概念

质量是质量管理中最基本的概念，有些场合也使用“品质”来表达同一含义，它不同于物理学中的质量概念，也并非哲学意义上的“质”与“量”的组合。那么，如何理解质量的含义呢？

根据国际标准化组织在 ISO9000:2000《质量管理体系基础和术语》中的定义：质量是指“一组固有特性满足要求的程度”。定义中并没有将质量限定于产品或服务，而是泛指一切可单独描述和研究的事物，它可以是活动或过程，可以是产品，也可以是组织、体系或人以及上述各项的任何组合。因此，质量概念既可以用来描述产品和活动，也可以用来对过程、人员甚至组织进行描述。这个概念突出反映了质量概念的广泛包容性。应当说这是迄今为止影响最为广泛、也最为接受的一个质量定义。定义中的“要求”既可以是明确表述出来的，如商