



新世纪高职高专规划教材

Xinshiji Gaozhi Gaozhuan Guihua Jiaocai

商品学基础

谢瑞玲 主编

市场营销
市场营销策划
市场营销策划
商品学基础
商品学基础
营销心理学
市场调查与市场预测
统计学原理与营销统计
服务营销
商务谈判
广告理论与实务
国际市场营销
现代推销技术
现代商场策划与投资分析
商场服务技术与规范
商业自动化技术

财经写作
微观经济学与宏观经济学
管理学基础
经济法
基础统计
中国税收
金融概论
保险概论
国际贸易概论
公共关系实用教程
实用组织行为学
基础会计
财务管理
管理信息系统
会计核算与财务管理
货币银行学



高等教育出版社

高等职业教育教材

商贸经营管理专业

商品学基础

谢瑞玲 主编

高等教育出版社

内容提要

本书是高等教育出版社和高等职业技术教育研究会共同组织编写的高等职业教育“商贸经营管理”专业系列教材之一。

全书共分15章。第1~5章分别介绍商品的质量、标准、检验、分类、包装、贮存、养护等基础理论知识,第6章介绍日用消费品的主要原材料,第7~15章分别介绍日用百货、针纺织品、服装鞋帽、家用电器、文化用品、首饰、工艺品、家具、食品等商品。

本书可作为高等职业院校商贸类专业基础课程教材,也可作为在岗职工业务培训教材,还可供消费者阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

商品学基础/谢瑞玲主编. —北京:高等教育出版社,
2005 重印

ISBN 7-04-009748-6

I. 商… II. 谢… III. 商品学—高等教育:职业教育—
教材 IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 023743 号

责任编辑 沈秀兰 封面设计 王凌波 责任绘图 李维平
版式设计 马静如 责任校对 康晓燕 责任印制 孔 源

商品学基础
谢瑞玲 主编

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100011
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
排 版 高等教育出版社照排中心
印 刷 北京乾沣印刷有限公司

开 本 787×1092 1/16
印 张 23.75
字 数 580 000

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landraco.com>
<http://www.landraco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2001年7月第1版
印 次 2005年12月第6次印刷
定 价 29.60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

物料号 9748-00

前 言

本书是高等教育出版社和高等职业技术教育研究会共同组织编写的高等职业教育“商贸经营管理”专业系列教材之一。

本书知识内容广泛,取材新颖,并注重实用。书中介绍了目前我国最新的国家法律、法规的相关内容,如经修改后重新公布并于2000年9月1日起施行的《中华人民共和国产品质量法》;于1998年6月1日起实施的《服装号型》;于1998年12月1日起实施的《鞋号》;于1999年8月24日公告并执行的《中华人民共和国行业标准代号》;于2000年1月1日起实施的《消费品使用说明 纺织品和服装使用说明》;于2000年3月22日发布并施行的《关于强制性标准实行条文强制的若干规定》;于2000年7月1日起施行的《出入境检验检疫标志管理办法》;等等。本书主要介绍了商品学基础理论知识和各大类商品的分类、品种、成分、构成、性能、特点、使用方法、商品挑选、贮存保养等商品知识。

本书可作为高等职业院校商贸类专业的专业基础课程教材,还可满足在岗职工培训和考核的需要以及供消费者阅读参考。

全书共分十五章。第一至五章分别介绍商品的质量、标准、检验、分类、包装、贮存、养护等基础理论知识,第六章介绍日用消费品的主要原材料,第七至十五章分别介绍日用百货、针纺织品、服装鞋帽、家用电器、文化用品、首饰、工艺品、家具、食品等商品。在每章的后面设置了复习思考题,供学生学习时参考。

本书教学时数为144学时。具体安排见下表(仅供参考)。

章 节	课 程 内 容	学 时
绪言、第一章	商品质量和商品标准	6
第二章	商品检验	5
第三章	商品分类	5
第四章	商品包装	5
第五章	商品的贮存和养护	5
第六章	日用消费品的主要原材料	20
第七章	日用百货	18
第八章	针纺织品	17
第九章	服装和鞋帽	12
第十章	家用电器	15
第十一章	文化用品	7

续表

章节	课程内容	学时
第十二章	首饰	6
第十三章	工艺品	7
第十四章	家具	4
第十五章	食品	12

参加本书编写的人员有高级教师谢瑞玲和高级教师季瑞琪、徐延林。本书由谢瑞玲主编并编写绪言、第一、二、三、四、五、六、七、九、十二、十三、十四章,由季瑞琪编写第八、十五章和第十一章的第一、二节,由徐延林编写第十章和第十一章的第三、四节。

本书由北京市商业教材编审委员会研究员冯志明审稿并提出宝贵意见,特此感谢。我们在编写过程中,参阅了有关书籍和资料,对各位作者给予的帮助,在此一并致谢。

由于水平所限,时间仓促,书中不妥之处在所难免,恳请读者批评指正。

编者

2001年2月

目 录

绪言	1
第一章 商品质量和商品标准	2
第一节 商品质量的概念和影响因素	2
第二节 商品质量的基本要求	5
第三节 商品标准和商品标准化	8
第四节 商品质量监督	16
第二章 商品检验	23
第一节 商品检验的概念和种类	23
第二节 商品检验的抽样	26
第三节 商品质量检验的方法	28
第四节 商品的品级	31
第三章 商品分类	33
第一节 商品分类的概念和方法	33
第二节 商品分类标志	36
第三节 商品分类体系与商品目录	38
第四节 商品代码	44
第四章 商品包装	52
第一节 商品包装的概念和功能	52
第二节 商品包装的分类和种类	54
第三节 销售包装	56
第四节 运输包装	60
第五章 商品的贮存和养护	71
第一节 商品贮存养护的概念和意义	71
第二节 贮存商品的质量变化	72
第三节 贮存商品的质量管理	76
第四节 贮存商品养护的技术和方法	79
第六章 日用消费品的主要原材料	84
第一节 纺织纤维	84
第二节 裘革	104
第三节 塑料	110
第四节 橡胶	118
第五节 玻璃	121

第六节 金属	127
第七章 日用百货	132
第一节 洗涤用品	132
第二节 化妆品	139
第三节 玻璃器皿	144
第四节 陶瓷制品	148
第五节 搪瓷器皿	151
第六节 铝制器皿和不锈钢制品	155
第七节 塑料制品	158
第八节 箱包和玩具	161
第八章 纺织品	167
第一节 纺织品的基本知识	167
第二节 机织物的分类和主要品种	175
第三节 针棉织物的分类和主要品种	187
第四节 非织造物	198
第五节 纺织品的挑选	199
第六节 纺织品的使用和保管	202
第九章 服装和鞋帽	206
第一节 服装的款式和号型	206
第二节 服装的分类和品种	214
第三节 服装的挑选	217
第四节 服装的养护和保管	220
第五节 鞋的分类和鞋号	225
第六节 皮鞋	228
第七节 其他鞋	232
第八节 帽子	237
第十章 家用电器	240
第一节 家用电器的经营	240
第二节 音频设备	242
第三节 视频设备	248
第四节 制冷、空调器具	259
第五节 清洁、保健器具	264
第六节 厨房器具	268
第十一章 文化用品	275
第一节 文具用品	275
第二节 纸和纸制品	281
第三节 办公用品	286
第四节 照相机	292

第十二章 首饰	297
第一节 首饰的分类	297
第二节 金银首饰.....	297
第三节 珠宝首饰.....	301
第十三章 工艺品	311
第一节 雕塑工艺品	311
第二节 美术陶瓷和玻璃工艺品.....	316
第三节 金属工艺品	320
第四节 漆器	322
第五节 印染抽绣工艺品	324
第六节 地毯	327
第十四章 家具	332
第一节 家具的分类和种类	332
第二节 木制家具.....	333
第三节 沙发和软床	337
第十五章 食品	341
第一节 糕点	341
第二节 糖类	344
第三节 茶叶	348
第四节 卷烟	355
第五节 酒	358
参考文献	370

绪 言

商品学以商品为研究客体。商品是用来交换并能够满足他人或社会消费需要的劳动产品。商品具有价值和使用价值两种属性,是使用价值和交换价值的统一体。如自然界天然存在的空气、海水、阳光或自产自用的粮食、蔬菜、棉布等产品,由于只有使用价值而非劳动产品或者虽然是劳动产品但不参与交换,不能称为商品;一些掺假的或报废的劳动产品,由于没有使用价值,也不能称为商品。

消费者从商店用一定数量的货币购买自己所需用的商品,其货币量反映着商品的价值,“价值”属政治经济学研究的范畴;被购买的是所需用的商品,反映着商品的使用价值,“使用价值”属商品学研究的范畴。

商品的使用价值具有二重性,即包含着商品的消费使用价值和商品的交换使用价值。反映出商品有关属性与消费需求之间的满足关系,以及商品有关属性与交换需要之间的满足关系。商品学研究商品的消费使用价值和交换使用价值。但人们通常所说的商品使用价值是狭义的概念,仅指商品的消费使用价值。

商品学是一门研究商品使用价值及其变化规律的应用学科。商品学是与物理学、化学、医学、生物学、农艺学、电子学、机械学、材料学、工艺学、环境科学、计算机科学等自然科学和技术科学,以及与市场学、物流学、价格学、社会学、心理学、广告学、商业经营管理学、国际贸易学、消费经济学、资源与环境经济学、法学、美学等社会科学都有着紧密联系的文理兼容的综合性应用技术学科。

商品经济越发展,商品越丰富,市场竞争越激烈,商品学在商业活动中的作用也越明显。因为市场、流通和贸易都离不开商品。对商品的属性、质量等情况不了解,就很难在当今市场经济中立足。因此,现代商业经营管理和销售人员,必须掌握商品学知识。只有掌握了商品学知识,熟悉与所经营商品有关的方方面面的知识,才能制定出正确的购进计划;才能正确评价商品使用价值的高低,有效防止商品使用价值的降低,把好商品质量关;才能准确介绍商品的产地、规格、性能、特点、使用和保养等知识,当好顾客的参谋,做好服务工作,促进商品销售。同时,掌握了商品学知识,也有助于帮助生产部门按市场需要进行生产。

《商品学基础》的内容,包括商品学概论和各类商品知识。即包含了商品质量、商品标准、商品检验、商品分类、商品包装、商品贮存、商品养护等基础知识,以及日用百货、针纺织品、服装、鞋帽、家用电器、文化用品、首饰、工艺品、家具、食品等商品知识。

第一章 商品质量和商品标准

第一节 商品质量的概念和影响因素

一、商品质量的概念

商品质量是商品反映其满足需要的能力的特征和特性的总和。

这里的“需要”是指已作出规定的明确需要和公认的、不必明确的或人们期望的隐含需要。商品质量是由其自然属性和社会属性综合构成的。商品的自然属性主要形成明确需要,商品的社会属性主要形成隐含需要(如人们心理上、精神上、感情上的需要等)。因此,可根据商品的自然属性和社会属性去综合评价商品质量的高低。

商品的自然属性包括商品的静态自然属性(如成分、结构、形态、规格、缺陷)、动态自然属性(如强度、弹性、透气性、耐腐蚀性、寿命)和感官自然属性(如色彩、音质、气味、滋味、手感)。这些自然属性的综合,就是商品的自然质量,又称实用质量。商品的消费使用价值主要来自商品的自然属性,所以,人们往往将自然质量等同于商品质量,这种商品质量的定义是狭义的,即商品质量是评价商品使用价值优劣程度的自然属性的综合。

商品的社会属性指能够满足不同地域、民族、文化、职业的消费者,在文化、心理、服务、品牌、式样、款式、价格、区域、时机和时限等方面的消费需求的各种属性。如社会经济性、消费心理状态性、消费需求时机与时限性、消费需求的区域区域性、商品的思想文化性、商品的外观式样和款式性、商品的品牌性、商品的服务性、社会利益的保证性、商品的价格因素性、商品包装的广告性,等等。各种社会属性的综合,就是商品的社会质量,又称市场质量。

社会质量具有一定的时代性,随着科学技术的进步,社会经济的发展,消费者的要求也越来越高。例如伞的质量变化进程:竹柄油纸伞(易破)→油布伞(很重)→钢骨布伞(较轻便)→塑料伞和尼龙伞(易晾干)→折叠伞(体积小)→自动伞(使用方便)。所以,随着人们对商品社会质量要求的不断提高,也促进了商品的自然质量在市场竞争中不断提高。

不断提高商品质量,可降低产品报废或商品积压和退换损失,促进商品生产,扩大商品经营,繁荣国内市场,开拓和占领国际市场,有利于生产企业和流通企业提高经济效益。同时,不断提高商品质量,可增加社会财富,保证商品长期有效供给,有利于提高社会效益。所以,商品质量就是效益,是保障商品有效供给的基础,也是培育社会主义市场的保证。

商品质量是构成商品使用价值的决定因素,也是商品学研究的中心内容。

二、影响商品质量的因素

商品质量的高低,是由商品生产、流通、消费全过程中许多因素共同决定的。影响商品质量的主要因素是原材料、生产工艺、商品结构、商品包装、商品运输、商品贮存、质量检验以及销售服务等。

(一) 原材料

原材料是构成商品的原始物质,其成分、结构、性质对商品质量起着决定性的作用,原材料质量的优劣直接影响商品的质量等级。例如,用含硅量高的石英砂制成的玻璃制品,透明度和色泽均好;而用含铁量高的石英砂制成的玻璃制品,透明度和色泽均较差。用棉短绒、甘蔗渣等植物纤维为原料制造的化学纤维(如人造棉等)吸湿性好;而用石油、煤等有机矿物质为原料制造的化学纤维(如涤纶等)吸湿性极差。用茶树鲜嫩芽叶制成的绿茶,营养成分高,色、香、味、形均好;而用茶树老叶制成的绿茶质量很差。

原材料的成分、结构、性质,也受到产地、品种等多种因素的影响。如棉纺织品的原料棉花,产于我国长江流域的中熟陆地棉(细绒棉),单产高、纤维长,但在收摘季节多雨潮湿,棉花色泽偏暗,品级偏低;而产于黄河流域的中熟陆地棉纤维色泽好,品级较高。与陆地棉比较,海岛棉(长绒棉)纤维不仅细还很长,同时强度高、光泽好,被誉为高贵品种。因此,用海岛棉纺织而成的棉布,布面平整、均匀、光洁、质地细薄,手感好,美观耐用,为优质棉布;而用陆地棉纺织而成的棉布,质量较差。

一般情况下,了解商品原材料的成分、结构、性质或熟悉原材料的产地、品种和性能,就可预测商品的性能特点和水平。

(二) 生产工艺

对原材料进行加工、制作成为具有使用价值商品的过程,称为生产工艺过程。

商品的有用性以及结构、形态都是在生产过程中形成并固定下来的,因此,生产工艺对商品质量起着重要的作用。

同样的原料在不同生产工艺程序下会形成不同的商品质量。如啤酒,在生产过程中,不经过巴氏灭菌而保留了100%酵母酶、多种维生素和氨基酸的新鲜啤酒称为鲜啤酒,其营养丰富,口感清香,口味鲜美,但不耐贮存,保质期只有2~3天;不经过巴氏灭菌,而采用其他方式除菌达到一定生物稳定性的啤酒称为生啤酒,其中的蛋白质等营养成分较少破坏,其口感清新,一般保质期为3~7天;经过巴氏灭菌工序的啤酒称为熟啤酒,其中许多营养成分受到不同程度的破坏,其口感略微苦涩,但较耐贮存,保质期可达2~5个月。在棉布生产工艺中增加丝光工序,可提高棉布的强度、吸湿性和吸色力,改善棉布的光泽和尺寸稳定性。

优化生产工艺过程,可以提高商品的质量。如近年来福建茶乡对明前绿茶的初制工艺进行改革,采用高温杀青烘干新工艺,即对鲜叶杀青掌握“高温、少量、短时”的操作法,对揉捻采用“小机、温叶、轻压、短揉”工艺,对茶叶烘焙实行“毛火坛热、薄摊快热和足火降温,厚摊长焙”等技术,制出了白毛满布、色泽绿润、滋味鲜醇、回味隽永的优质明前绿茶。又如,对制作家具使用的木板材有一定含水量限度,如果改进木板材的干燥处理,由自然风干和烘干为真空干燥工艺,就能保证木板材的湿度质量指标,进而保证成品不走形、不开榫、不断裂,提高家具商品的质量。

生产过程中,设备条件和技术水平等对商品质量也起着一定的作用。

先进的设备可提高产品的加工精度和生产效率,因而提高商品的质量和数量。但先进设备往往自动化程度较高,结构复杂,故障几率相对较高,为避免出现不合格产品,必须加强对设备的管理和养护。

生产技术水平也直接影响到商品的质量。如电视机在生产的最后阶段,虽然各零部件质量相同,但若进行装配、调试的水平不同,也会造成电视机质量明显的差异。

此外,质量检验也是保证商品质量的重要条件之一。在生产全过程中,应该进行全面的质量管理,通过对每个生产环节的质量检验,对产品质量进行监控,才能确保商品的质量。

(三) 商品结构

商品结构主要指商品的式样、形状、尺寸、规格、零部件组合等。

商品的结构合理、设计精巧、式样新颖、装配坚固、操作灵便,商品质量也会随之提高。目前,商品结构向着多功能、维修方便和外形美观的方向发展。如家用空调器,传统的分体式空调器,没有室内外空气交换功能,易引发人们头痛、失眠、呼吸道疾患等“空调病”;后来有了增设净化过滤器的新结构产品,能够滤去室内尘埃和异味;如今,配备有负离子发生器的分体式空调器已经问市,它能够补充室内的负氧离子,模拟室外的新鲜空气,而且在此基础上,还开发出具有世界先进水平的交换室内外空气的“空气调节器”。空调器商品的质量不断提高,不仅能调节空气的温度、湿度,还能改善室内空气的新鲜程度,这就大大提高了人们的生活质量。

商品的结构不良,会影响商品在使用中的方便性、安全性,降低适用性,甚至失去使用价值。如皮鞋,每只皮鞋里都有一根钢勾心(平跟鞋、坡跟鞋除外),安装在脚心部位的内底与外底之间,起着保持鞋底弧度和稳定鞋跟的作用,尤其中、高跟鞋,钢勾心就像是鞋的脊梁,但若钢勾心的安装不到位,纵向抗弯刚度和硬度不够,就会造成在穿用中脚不舒适、皮鞋后跟歪斜、容易崴脚等不良后果。

(四) 商品的包装、运输和贮存

现代商品包装已成为商品不可缺少的组成部分。商品包装对商品质量起着维护的重要作用。商品自生产出来、进入流通领域至到达消费者手中的整个期间,都会出现商品多次的位移和存放。所以,采用适合商品特性的包装材料和包装方法的良好商品包装,可以避免商品在此期间人为因素或环境因素(如温度、湿度、氧气、日光、微生物、尘埃等)对商品的损坏(如破损、污染、变质、霉烂、变形等)。包装表面的各种标识,提示人们采用适当的运输工具、方法以及适宜的贮存条件和贮存方法,这都有利于保护商品质量趋向稳定或降低商品损耗。精美的包装还能起到装饰和美化的作用,从而提高了商品的整体质量。

运输工具、装卸工具、运输方式、气候、道路等因素,都可以影响商品在运输过程中可能受到冲击、挤压、震动、日晒、雨淋、受潮、受冻、受热的伤害,发生跌碰、倒置、破碎、霉腐等问题,导致商品损耗或质量下降。

商品贮存的场所、库房内外的环境因素、库房的设备和设施、商品入库和在库的质量检验、商品的养护措施、贮存时间的长短等,都能影响商品在贮存期间的质量状况。而某些商品,如白酒、葡萄酒、国光苹果、香蕉等食品,经过适宜的贮藏,还能够提高商品质量。

(五) 销售服务

销售服务包括提货搬运、上柜检验、短期存放、技术咨询、包装服务、装配调试、退换货接待等内容。销售服务的质量将成为最终影响消费者所购商品质量的因素,尤其对新商品和结构复杂

的商品。在技术咨询服务中,要充分宣传商品的适用范围、结构和性能特点、正确的使用方法、日常的维护保养知识等,避免发生原来质量正常的商品因为消费者的操作或使用不当而出现质量问题。如今,良好的销售服务质量,已逐渐被消费者视为商品质量的组成部分。

第二节 商品质量的基本要求

对商品质量的要求,是根据商品的性能、用途、使用方法和需要来确定的。对商品质量的基本要求可概括为适用性、安全性、耐用性、可信性、美观性、信息性、经济性等七个方面。

适用性是指商品为实现规定使用目的或用途所必须具备的各种性能或功能。如羽绒服的保暖性能,食品的营养功能等。

安全性是指商品在贮存、流通和使用过程中保证人体和环境不受危害的特性。如家用电器必须具备良好的电绝缘性能、防微波辐射性能和低噪声性能。

耐用性是指商品能在规定的使用期限内,保持规定功能而不出故障或寿命较长的能力。如白炽灯泡要求能正常照明 900~1 100 h(小时)等。

可信性是指商品随时可以使其处于工作状态,在使用过程中性能稳定,以及发生故障后可以维修并迅速恢复其功能的能力。

美观性是指商品能够满足人们审美共性和审美个性需要的特性。如商品在造型、装饰上表现出的新颖性、和谐性和流行性等。

信息性是指依照商品有关的质量法规,生产经营者有责任和义务通过其商品或商品包装上的规定标识以及包装内必备的有关文件,向消费者提供有用的质量信息。如商品名称、生产者的名称和地址、商品质量检验合格证、商品标准编号、生产日期、安全使用期、商品条码、警示标志、使用说明书等等。

经济性是指商品的生产者、经营者和消费者都能以尽可能少的费用获得较高的商品质量,从而使企业获得最大的经济效益,并使消费者得到实惠。

商品的种类繁多,其特点、用途各异。即使商品相同,不同消费者的要求也会不一样。但是相同类型的商品(如日用工业品类商品、针纺织类商品、食品类商品),其特点和用途具有相似之处,因此,对质量也有共同的要求。

一、对日用工业品质量的基本要求

日用工业品是满足人们日常使用和美化生活需要的工业产品。包括的商品种类很多,如家用电器、文化用品、洗涤用品、塑料制品、玻璃器皿、陶瓷制品、搪瓷器皿、不锈钢制品、铝制器皿、塑料制品、化妆品、箱包、鞋帽、玩具、日用小商品等。根据日用工业品的用途和使用性能,对各种日用工业品共同的基本质量要求有五个方面。

(一) 适用性

日用工业品的适用性是指日用工业品为满足其规定用途所必须具备的性能。每种日用工业品都要适应一定的用途,适用性是构成其使用价值的基本要求。不同日用工业品对其适用性的要求不同,如电冰箱必须制冷,保温瓶必须保温,洗涤剂必须去污,雨鞋必须防水。同一类日用工

业品,由于品种不同,用途就不同,对适应性的要求也不一样。如玻璃类商品中,茶杯要求耐热,镜子要求反映的影像逼真,化学仪器要求耐酸碱。多用途商品则要求具有更广泛的适用性,而且各种性能的工作状态良好。

(二) 耐用性

日用工业品的耐用性是指日用工业品在使用过程中,能够抵抗各种外界因素对其破坏的性能。它反映了日用工业品的使用寿命。如钟表的抗震性能,旅游鞋的耐磨损性能,电灯泡的发光耐久性能等。

(三) 卫生安全性

日用工业品的卫生安全性是指日用工业品在流通、使用过程中,有关保障人体健康和人身、财产安全的性能。如化妆品和浴皂应对人体皮肤无刺激性,盛放食品的容器和儿童玩具应具备无毒性,家用电器应不漏电、无辐射、无噪声污染。根据2000年9月1日起施行的《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国产品质量法〉的决定》中的规定:“禁止生产、销售不符合保障人体健康和人身、财产安全标准和要求的工业产品。”如今人们的环保意识正在不断提高,为了保护地球和人类自己,要求各种日用工业品在使用中和使用后都不致污染环境,不会造成公害。

(四) 结构合理性

日用工业品的结构合理性是指日用工业品的形状、大小及部件组配的合理程度等性能。如穿衣镜要长并有一定宽度,火柴梗的长度和横截面积要满足能够点燃可燃物所需要的时间并且剩余长度适宜,鞋跟的形状和在鞋底上的位置要符合力学原理,自行车零部件的搭配与组合要达到灵活和耐磨的要求等。

(五) 外表美观性

日用工业品的外表美观性是指日用工业品的造型和装饰能够符合人们审美情趣的性能。随着经济日益发展,文明程度不断提高,人们对日用工业品不仅要求能用、好用,而且要求有欣赏价值,能够用作美化居室的摆设或装饰物。因此,日用工业品应力求式样新颖、造型美观、装潢应时、色彩宜人,具有鲜明的时代风貌。

不同日用工业品对以上五方面质量要求也各有侧重。如眼镜必须对视力适用,牙膏必须安全卫生,花瓶更注重外观造型等。

二、对针纺织品质量的基本要求

针纺织品是满足人们日常穿着、使用为主的生活用品。它包括纺织品和针织品两大类。对各种针纺织品共同的基本质量要求有四个方面。

(一) 良好的服用性

针纺织品的服用性主要是指针纺织品在人们穿用过程中舒适、美观的性质。如对人体皮肤无刺激性,少起毛球,有较好的保暖、透气、吸水和散湿性,其缩水率、刚韧度、悬垂性、色牢度等符合规定标准。

良好的服用性是实现针纺织品使用价值的最基本要求。不同的原材料、不同的组织结构或不同的生产工艺,对针纺织品服用性的良好程度都会产生不同的影响。如涤纶纤维织品的吸湿性很差,穿着极不舒适;而涤纶与棉或粘胶纤维混纺织品的吸湿性则有明显改善,穿着较为舒适;

缎纹组织纺织品与平纹组织纺织品相比较,其表面较为平整光亮,手感柔软,比较美观;所用纱线经过精梳工艺的针纺棉织品,其布面细腻、光泽好,棉结杂质少,外观较好。

(二) 较好的机械性

针纺织品的机械性主要指针纺织品在外力作用下产生的应力与变形之间的关系。包括断裂强度、断裂伸长率、抗皱强度、折皱恢复率、撕裂强度、抗磨强度等的高低,反映出针纺织品的耐穿用程度以及织品的风格。如粘胶纤维织品的断裂强度和抗皱强度都较差,因此不耐穿用。

(三) 组织结构合理性

针纺织品的组织结构主要包括织物组织、织品的单位面积质量或厚度、紧度或密度、歪斜度、幅宽、匹长等。如果纺织品的歪斜度过大或幅宽在裁剪中布料剩余过多,都会造成较大的浪费,而且歪斜度大的织品,其尺寸稳定性也较差。

(四) 外观艺术性

针纺织品的艺术性是指针纺织品外观所引起人们视觉感受的反映。针纺织品的外观,因其原料、色泽、款式、花纹图案、加工精度的不同而有差异。美观性、艺术性具有一定的时代性,并因人们的文化素养、个性爱好、职业性质、居住环境、年龄差别等的不同而有一定差异。因此,要求针纺织品的品种、花色丰富多彩,以满足不同人们的各种需要。

三、对食品质量的基本要求

食品是保证人体生长发育、维护身体健康和持续劳动能力的,日常生活不可缺少的营养物质。包括直接食用的水果,蔬菜和一切用粮、油、鱼、肉、蛋、菜、果等作原料的食用加工产品。食品商品的种类很多,范围广泛,如面包、饼干、糕点、糖果、熟肉、罐头、酱菜、鲜菜、鲜果、干果、茶叶、烟酒、蛋品、水产品、畜产品、奶制品、调味品、食用油等。根据1995年10月发布施行的《中华人民共和国食品卫生法》中第六条“食品应当无毒、无害,符合应当有的营养要求,具有相应的色、香、味等感官性状”的规定,对各种食品共同的基本质量要求有三个方面。

(一) 卫生无毒无害

我国食品卫生法对食品的卫生,食品添加剂的卫生,食品容器和包装材料以及食品用工具和设备的卫生、食品卫生管理、食品卫生监督及法律责任等都有明确规定。如“食品应当无毒无害”;“食品容器、包装材料产品应当便于清洗和消毒”;禁止生产经营“含有致病性寄生虫、微生物的,或者微生物毒素含量超过国家限定标准的”食品等等。

食品中对人体健康有损害的成分主要指有毒物质和致病生物。有毒物质可来自天然食物、食品添加剂、霉烂变质食品、农药和工业“三废”的污染。如螃蟹所含成分组胺酸在其死亡后分解的产物——组胺;马铃薯发芽部分产生的龙葵素;河豚鱼的河豚毒素;饮料中可能含有的非食用色素添加剂;密封罐装食品内可能添加的非食用防腐剂;水果腐烂产生的毒素;大米、花生等发霉后产生的黄曲霉毒素;苹果等水果表皮残存的农药;动(植)物饮(灌)水中可能含有的工厂排放物汞、铅、砷、氰化物等毒素。致病生物常见的有细菌和真菌等病原菌、寄生虫及其虫卵、蛾、鼠等。如大肠杆菌、蛔虫及其虫卵的污染等。

因此,食品在生产、运输和营销中必须加强卫生管理,保证食品卫生法的贯彻执行。

(二) 一定的营养价值

能给人体提供营养物质,是一切食品的基本特征。食品的营养价值是决定食品质量高低的

重要依据。是提供人体维持其正常生命活动和劳动能量最基本的要素。

食品的营养价值包括营养成分、可消化率和发热量三项指标。

1. 营养成分

营养成分又称营养素,是指食品中所含糖类(碳水化合物,包括膳食纤维)、蛋白质、脂肪、维生素、矿物质和水等。不同的食品营养成分不同,如米、面、杂粮等粮食类食品主要含有糖类,而鱼、肉、蛋等食品则富含蛋白质。食品中所含营养成分的种类和数量,决定着食品供给人体热量的水平,有着促进机体生成和调节新陈代谢的能力。

2. 可消化率

可消化率是指人体对食品食用后可能消化吸收的百分率。反映出食品中营养成分被人体消化吸收的程度。它决定着食品在人体生理上营养价值的高低。某种富含营养成分的食品,若不能被人体充分消化、吸收、利用,就不能称之为高质量的食物。如人体由于缺乏纤维素酶,不能消化植物体内的纤维素,一般对动物性食品的可消化率高于对植物性食品的可消化率,因此,通常认为动物性食品的营养价值较高。鸡蛋富含蛋白质、维生素、矿物质等营养物质,但若食用方法不当,如采用生吃法,其可消化率仅50%左右,营养价值亦大为降低。

3. 发热量

发热量是指食品的营养成分经人体消化吸收后,在人体内产生的热量。不同营养成分,其单位重量所产生的热量不同,如蛋白质和糖类每克的发热量为 1.67×10^4 焦耳(J),而脂肪每克的发热量为 3.72×10^4 J等。发热量是反映食品营养价值最基本的综合性指标。

(三) 相应的色香味形

食品的颜色、香气、滋味、外观形状等感官性状,是评价食品新鲜程度、成熟程度、制作工艺、品种特点和质变状况的重要外观指标。它们不仅反映出食品本身的质量水平,同时影响到人体对食品消化吸收的程度。如一条又长又粗、色泽鲜黄、香气沁肺、滋味蜜甜的香蕉,极易引发人们食用的兴趣,刺激消化液的分泌,从而促进食用后对香蕉中各种营养成分的消化和吸收。

第三节 商品标准和商品标准化

为了保证商品质量达到一定水平,为了分析、评定商品质量状况,需要有一个制约和衡量的客观标准,即商品标准。

一、商品标准

(一) 商品标准的概念

商品标准是指对商品质量以及与质量有关的各个方面(如商品的品名、规格、结构、性能、用途、使用方法、检验方法、包装、运输、贮存等)所作的统一技术规定。是评定商品质量的依据和准则。是科学技术和生产发展水平的标志。凡正式生产的各类商品,都应制定或符合相应的商品标准。商品标准由主管部门批准、公布后,就是一种技术法规,具有法律效力。它是生产部门、商业部门、消费者之间对商品质量出现争议时执行仲裁的依据。

(二) 商品标准的分类

商品标准分类的方法很多,可以从不同角度分类,最常见的有以下几种:

1. 按标准的形式分类

(1) 文件标准。是特定格式的文件。它是以文字、表格、图样等形式,对商品的质量、规格、检验等有关技术方面内容的统一规定。绝大多数商品标准为文件标准。

(2) 实物标准。是由标准化机构或指定部门用实物制成的与文件标准规定的质量要求相同的标准样(标样),是对某些难以用文字准确表达的质量要求(如茶叶、棉花、粮食等农产品的色、香、味、手感、质感等)所作的统一规定。常用作文件标准的补充。实物标准又分为全国基本标准和地方仿制标准。标准样要每年更新。

2. 按标准的成熟程度分类

(1) 正式标准。绝大多数商品的标准为正式标准。

(2) 试行标准。与正式标准具有同等法律效力。一般试行二三年后进行修订,待成熟时转为正式标准。

3. 按标准的性质分类

(1) 强制性标准(又称法规性标准)。是由法规规定、要强制实行的标准。根据国家质量技术监督局于2000年3月22日发布并施行的《关于强制性标准实行条文强制的若干规定》,强制性内容的范围是:有关国家安全的技术要求;保障人体健康和人身、财产安全的要求;产品及产品生产、贮运和使用中的安全、卫生、环境保护、电磁兼容等技术要求;工程建设的质量、安全、卫生、环境保护要求及国家需要控制的工程建设的其他要求;污染物排放限值和环境质量要求;保护动植物生命安全和健康的要求;防止欺骗、保护消费者利益的要求;国家需要控制的重要产品的技术要求等。

强制性标准可分为全文强制和条文强制两种形式。标准的全部技术内容需要强制时为全文强制形式,标准中部分技术内容需要强制时为条文强制形式,均在标准的“前言”第一段以黑体字写明。

(2) 推荐性标准(又称自愿性标准)。是除强制性标准以外、自愿采用的标准。

此外,还可按照标准的保密程度分为公开标准和内部标准;按照标准的使用范围分为国内标准和国际标准。国内标准又可分为内销商品标准和出口商品标准,等等。

(三) 商品标准的分级

1. 我国商品标准的分级

根据1989年4月1日起施行的《中华人民共和国标准化法》,按制定部门、适用范围等的不同,将商品(产品)标准划分为国家标准、行业标准、地方标准、企业标准等四级。

(1) 国家标准(最高一级标准)。指对需要在全国范围内统一的技术要求所制定的标准。如影响国家经济、技术发展的重要工农业产品(如种子、化肥、农药,通用的零部件、元器件、构配件、工具、计量器具以及有安全要求的建筑用钢筋、水泥等)的标准;可能危及人体健康和人身、财产安全的产品(如食品、药品、化妆品、电风扇、电视机、家用洗衣机、医疗器械、易燃易爆品等)的标准;配合通用技术的术语标准等。

国家标准由国务院标准化行政主管部门(国家质量技术监督局)制定,即由其负责编制计划,组织草拟,统一审批、编号和发布。工程建设、药品、食品卫生、兽药、环境保护的国家标准,分别由国务院工程建设主管部门、卫生主管部门、农业主管部门、环境保护主管部门组织草拟、审批,