

07

教育部规划教材

高等职业学校
财经类专业

商品学基础

全国中等职业学校财经类专业教材编写组

朱晓芳 主编



高等教育出版社

教育部规划教材
中等职业学校财经类专业

商品学基础

全国中等职业学校财经类专业教材编写组
朱晓芳 主编

高等教育出版社

内容提要

本书是中等职业学校市场营销、商业自动化专业系列教材之一。

本书主要内容有:商品学概论、生活用商品知识、生产用商品知识、商品储存与养护、商品运输、物流现代化等。

本书可作为中等职业学校(包括普通中专、职业中专、职业高中)市场营销、商业自动化专业教材,也可作为企业营销人员的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

商品学基础/朱晓芳主编;全国中等职业学校财经类专业教材编写组编. —北京:高等教育出版社,2000(2006重印)
全国中等职业学校财经类专业教材
ISBN 7-04-008238-1

I. 商… II. ①朱… ②全… III. 商品学-专业学校-教材 IV. F76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 67498 号

商品学基础
全国中等职业学校财经类专业教材编写组

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100011	网 址	http://www.hep.edu.cn
总 机	010-58581000		http://www.hep.com.cn
		网上订购	http://www.landaco.com
经 销	蓝色畅想图书发行有限公司		http://www.landaco.com.cn
印 刷	北京印刷一厂	畅想教育	http://www.widedu.com
开 本	850×1168 1/32	版 次	2000 年 7 月第 1 版
印 张	8.375	印 次	2006 年 12 月第 9 次印刷
字 数	210 000	定 价	9.20 元

凡购买高等教育出版社图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请在所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 8238-00

前 言

本书根据江苏省教育委员会 1998 年制定的中等专业学校和中等职业学校市场营销专业、商业自动化专业教学计划和《商品学基础》课程教学大纲编写。该书已列入中等职业学校财经类专业教育部规划教材。

本教材突破了传统体系的模式,集商品学概论、商品知识和商品储运为一体,建立了物流操作与管理的教学模块。主要介绍关于商品质量、分类、编码、鉴定、包装、商标等基本理论;各大类商品的基本知识及商品储存、运输中的基本操作技能知识,以适应现代商业自动化和市场营销专业人才培养的需要。

本教材由南京物资学校朱晓芳主编,并编写第三章第 1、2、3、5 节,第四章第 4 节;扬州市职教中心王相林任副主编,并编写第三章第 4 节,第四章第 1、2、3 节,第五章第 1 节,第六章;无锡商业学校姚建凤编写第一章;南通供销学校江桂江编写第二章、第五章第 2 节;全书由南京经济学院马玉华教授主审。

本课程按教学大纲要求,建议学时安排如下:第一章 14 课时,第二章 16 课时,第三章 16 课时,第四章 12 课时,第五、六章均为 6

课时,现场教学、操作6课时。其中第二、三章内容可根据各行业特点,选择学习相关知识,课时可作相应调整。

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。

《商品学基础》编写组

1999年7月

目 录

第一章 商品学概论	(1)
第一节 概述	(1)
第二节 商品质量与鉴定	(5)
第三节 商品分类与编码	(24)
第四节 商品包装	(34)
第二章 生活用商品知识	(48)
第一节 日用工业品	(48)
第二节 纺织品	(68)
第三节 粮食及食品	(75)
第四节 家用电器	(98)
第三章 生产用商品知识	(107)
第一节 金属材料及其制品	(107)
第二节 机电产品	(120)
第三节 化工原材料及其制品	(140)
第四节 水泥与新型装饰材料	(152)
第五节 木材与燃料	(166)
第四章 商品储存与养护	(183)
第一节 商品的出入库与堆码	(183)
第二节 商品的储存保管	(196)

第三节	商品的养护	(203)
第四节	保管账务处理	(214)
第五章	商品运输	(225)
第一节	商品运输业务	(225)
第二节	集装运输	(237)
第六章	物流现代化	(243)
第一节	商品储运现代化	(243)
第二节	商品配送及配送中心	(248)

第一章 商品学概论

第一节 概 述

一、商品学的产生与发展

商品学是商品经济发展到一定阶段的产物,伴随着商品经济的产生和发展,文化科学水平的提高,逐渐地形成了商品学这门科学。

(一) 我国商品学的产生与发展

我国商业历史悠久,在商业经营管理中积累了丰富的商品知识。公元 780 年唐朝陆羽写出的《茶经》一书,比较完备地阐述了茶叶经营、生产加工、审评、饮用方法和保管等方面的知识,可以说是世界上最早的一部茶叶生产经营的专著。从学术探讨的角度来看,这部具有商品学雏形的专著,可以看作是商品学的萌芽。

近代通过引进出现了盛在垞于 1925 年编写的《商品学》、1932 年刘冠英的《现代商品学》等,但近代中国沦为半殖民地半封建社会后,由于商品经济得不到充分的发展,致使我国的商品学发展缓

慢。

新中国成立后,国民经济得以恢复和发展,科学文化教育事业有了很大的飞跃,因而商品学也得到了蓬勃的发展。特别是1978年以后,随着我国经济体制的转变,大力发展社会主义市场经济,为商品学的研究和教学工作创造了良好的机会,使商品学进入了一个新的发展时期。

(二) 国外商品学的产生与发展

国外商品学起源于16世纪意大利普那斐特药剂师,他著有《生药学》。18世纪德国经济学教授约翰·贝克曼创建了经济学与商品科学教研室,并于1793年—1800年编著了《商品学导论》;此著作至今仍是自然科学和技术学派商品学的基础,约翰·贝克曼被西方称为商品学的创始人。

进入20世纪,自然科学和技术学派商品学有了进一步发展,理论与体系更完善,确立了商品学成为一门独立学科的科学地位。

第二次世界大战以后,商品学的研究又有了新的发展。在西欧各国逐渐形成了经济学体系的商品学,与自然科学和技术学派商品学并列。此后,各国开设的商品学课程以自然科学和技术学派体系为主,同时大量引进市场学的内容,以美国、日本、意大利为代表,形成了“经营商品学”这个新的理论体系。

近年来,国际商品学的教学和研究发展迅速。为了便于国际学术交流,推进商品学的发展,1976年10月在奥地利首都维也纳成立了国际商品学学会,简称“IGWT”,会刊为《商品论坛——科学与实践》。从此,商品学在世界范围内建立了巩固的地位。

二、商品及商品整体概念

(一) 商品

商品是指用来交换、能满足人们某种需要的劳动产品。一切商品都具有使用价值和价值两种属性。商品的二重性是由劳动的二重性决定的,即具体劳动产生使用价值,抽象劳动产生价值。

在商品经济高度发展的现代社会中,工农业用的生产资料 and 人们衣、食、住、行用的生活资料,绝大多数需要通过交换而获得,它们大都是商品。

(二) 商品整体概念

随着商品经济的高度发展,人们的需求水平越来越高,对商品的应用范围和要求更加广泛。现代经济学家在总结这一事实后提出了商品整体概念(或叫做产品整体概念),认为产品不仅指有形的物品,也指无形的服务。概括地说,商品整体概念由三个层次构成:核心产品、形式产品和附加产品。

1. 核心产品

核心产品即商品能满足买主需求的某种使用价值或功能,是消费需求满足的核心,体现了用户对同一种商品需求的共性。

2. 形式产品

形式产品即核心产品的外部特征,包括品质、款式、特色、品牌、包装等,它满足的是购买同种商品的顾客的不同要求。

3. 附加产品

附加产品即产品的各种附加利益的总和,通常指各种售后服务。在日益激烈的市场竞争中,附加产品已成为重要的竞争手段。

商品整体概念体现了以顾客为中心的现代市场营销观念,商品生产者和经营者只有掌握、具备以上各层次的商品知识,才能向社会提供现代的、人们需要的商品,也才能使形式上的商品转化为消费者使用的现实商品。

三、商品学的研究对象、内容与任务

(一) 商品学的研究对象

商品学是研究商品使用价值的一门科学。

商品具有使用价值和价值两种属性。价值是政治经济学的研究范畴,使用价值是商品学的研究对象。商品的使用价值是指商品的有用性。具体有两层含义:其一是指由商品实体的自然属性

所决定的、能满足某一方面具体需要的效用,称为商品的自然有用性,包括商品的成分、结构、性质等;其二是商品实体处于社会联系之中并由交换所制约的效用,称为社会适用性。即在一定条件下,适应社会需求的属性,如时代性、民族性、流行性等。商品的自然有用性是商品使用价值实现的物质基础,社会适用性是商品使用价值实现的必要条件。因此,商品学所研究的商品的使用价值既包括商品的自然有用性,又包括商品的社会适用性。

(二) 商品学的研究内容

1. 商品学研究的中心内容

商品使用价值的具体体现是商品的质量。商品质量的好坏,成为衡量商品优劣和实际效用高低的标志,是衡量商品使用价值大小的尺度。因此,商品学研究商品的使用价值是围绕商品质量展开的,商品质量是商品学研究的中心内容。

2. 商品学研究的具体内容

商品学在研究商品质量时,主要围绕以下具体内容来进行:

(1) 研究构成商品的质量的基础,包括商品的成分、结构、外观、性能等属性。这是商品质量高低的具体体现。

(2) 研究形成和影响商品质量的诸种因素,包括原材料、生产工艺和流通过程对商品质量的决定和影响。

(3) 研究、管理、监督和评价商品质量的诸种手段,包括商品分类、商品标准和商品鉴定等。

(4) 研究维护商品质量的理论和措施,包括商品的包装、储运、养护技术和方法等。

(5) 研究促进商品使用价值实现的有效手段,包括商品的质量信息及商品的服务性等。

(三) 商品学的研究任务

商品学的研究对象和研究内容决定了商品学的研究任务。它的任务是:为商品流通服务,促进工农业生产,指导社会消费。

商品学在完成自己的任务时,应着重研究以下几个方面:

(1) 以商品质量为中心,研究商品的使用价值,以充分发挥商品的使用价值。

(2) 分析商品在流通过程中质量的变化规律。

(3) 研究最佳的商品包装和运输,以及商品的养护条件与方法,以维持商品质量,降低商品损耗,提高经济效益。

(4) 研究商品质量保证的合理措施,科学地拟定商品质量标准 and 鉴定方法。

(5) 准确地评定商品质量,维护国家和消费者的利益。

(6) 研究商品科学分类,以适应现代化商品经营管理的需要。

第二节 商品质量与鉴定

一、商品质量

(一) 商品质量的涵义及意义

1. 商品质量的涵义

商品质量是指商品在一定使用条件下,适合于其用途所需要的各种特性的综合,以及符合绝大多数消费者的愿望和要求的程度。

商品学研究的商品质量通常可概括为两个方面的内容:即商品的内在品质和外观质量。商品的内在品质是指商品在生产过程中形成的商品体本身固有的特性,包括商品的成分、性能、使用寿命等,是商品自然属性的总和;商品的外观质量主要指商品的外表形态,包括商品的外形、包装、光泽、声响等,是商品社会属性的总和。

一般来说,消费者都是从总体上来评价商品质量的,既要看商品的外观质量,又要看商品的内在品质。如服装,消费者既要看到它的款式、色泽等外观质量,又要看它的原料构成情况,是棉麻丝毛等天然纤维,还是化纤或混纺,对它的内在品质也有要求。总之,

商品质量应当是内在品质和外观质量的统一。

2. 保证和提高商品质量的意义

商品质量的高低是衡量一个国家生产力发展水平和技术、经济水平的重要标志。保证和提高商品质量对于发展国民经济,促进企业技术改造和质量管理的完善,提高人民物质文化生活水平有着重要意义。

(1) 保证和提高商品质量,是发展生产、扩大经营的重要条件。质量是企业的生命,直接关系到企业的生存和发展。如果企业生产经营的商品没有质量保证,那么这种商品就不会被社会所承认,只能滞销、积压甚至报废,资金不能及时周转,严重影响企业经济效益。

(2) 保证和提高商品质量,是增加社会财富,满足消费需要的可靠保证。质量好的商品可以一个顶几个用,这实际上就相对增加了商品的数量,增加了社会财富。相反,如果商品质量低劣,几个才顶一个用,甚至顶不到一个用,这不但满足不了消费者的需要,而且对社会财富造成了极大的浪费。

(3) 保证和提高商品质量,是促进企业质量管理制度完善的中心环节。企业具备完善的质量管理制度和组织措施是保证商品质量和提高经营水平的基本措施。企业的商品质量管理工作是由质量控制和质量保证两个系列的工作组成的。质量控制是指企业内部生产活动中的一系列质量管理工作;质量保证是指对产品用户或消费者方面所做的一系列质量管理工作,如文明销售、优良的售后服务等。无论是质量控制还是质量保证,都是围绕着保证和提高商品质量这一中心环节而展开的。

(4) 保证和提高商品质量,是增强企业市场竞争能力的重要措施。在市场经济条件下,企业间竞争更加激烈,作为一个企业要在竞争中立于不败之地,必须始终坚持“质量第一”的方针,使企业的全体员工都能有一种高度的商品质量意识。尤其是外销商品,只有保证和提高质量,才能在国际市场上有立足之地。

(二) 影响商品质量的因素

商品质量的高低是由许多因素决定的,影响商品质量的因素也是多方面的。

1. 生产过程中影响商品质量的主要因素

(1) 原材料。制造商品的原材料是构成商品的物质基础,在其他条件相同的情况下,原材料的质量对商品的质量起着决定性的作用。原材料对商品质量的影响,主要表现在原材料的来源、成分、结构、性质等因素,全面分析这些影响因素,就可以初步了解商品质量的差异。例如,化学纤维与棉纤维成分、结构、性质不同,所织出的织品性能差别很明显;又如用棉短绒、甘蔗渣等为原料制造的化纤吸湿性好,而用石油、煤为原料制造的化纤吸湿性极差。同样,利用不同质量的原料制成的食品,其营养价值和色香味等风味特点就有很大的差别。

(2) 生产工艺。生产工艺在一定条件下也能对商品质量起决定性作用。因为商品的有用性是在生产过程中形成和固定下来的。在生产过程中,决定商品质量的重要因素有:原料配方、操作规程、设备条件和技术水平等。

在很多情况下,虽然原材料的质量相同,但由于采用不同的生产工艺,结果造成商品质量的差异,如电冰箱、电视机等家电产品,采用同样的原配件,由于装配、调试水平的差异,会使产品质量有很大差别。另外,即使原材料质量有时发生了变化,但如果在生产工艺上进行必要的处理,就能改变因原材料质量的变化对商品质量所引起的不利影响。如采用同样原棉生产的棉布,由于增加了精梳工序,使棉布的外观和强度等质量都得到提高。

2. 流通过程中影响商品质量的因素

商品离开生产领域,进入流通领域之后,经过运输、储存、销售等环节,在外界因素如阳光、空气、温湿度、外力等的作用下,会发生商品质量不断降低的现象。如果在流通中采取适宜的包装、贮运和销售措施,控制各种外界条件对商品质量的影响,就可以延缓

质量的变化,保持商品质量的稳定。

3. 使用过程中影响商品质量的因素

商品在使用过程中,除合理应用、保养外,安装、使用方法和使用环境对质量也有重要影响,如使用方法不当、环境条件不利,不仅损坏了商品体,有些还能直接危及人身安全。所以,对有些商品应认真细致地编制使用(食用)和养护说明书,并采取多种形式向消费者宣传,传授使用(食用)和养护知识,或设立必要的咨询中心、维修网点等,这些都是在使用过程中保护商品质量的重要途径和措施。

(三) 商品质量管理

1. 全面质量管理的含义

全面质量管理简称 TQC,是从 60 年代开始不断发展和完善起来的,属于现代企业管理技术。

所谓全面质量管理就是指企业各部门及全体职工综合运用管理技术、专业技术和科学方法,控制影响质量全过程的各个因素,建立从设计、制造到使用服务全过程的质量保证体系,用经济方法生产出满足消费者(或用户)要求的商品。因此,全面质量管理可以概括为“三全”管理:即全体人员参加的全员管理,对产品设计、制造、销售、使用等全部过程进行的全过程管理及对所有工作对象进行控制的全对象管理。

2. 流通企业的商品质量管理

商品质量的好坏主要取决于生产部门,但流通部门对商品质量有很大的影响。因此,搞好商品质量管理,把好管理关,加强商品养护也是流通企业工作中的一项重要内容。

流通企业搞好商品质量管理,主要做好以下几方面的工作:

(1) 加强商品经营各环节的管理。企业加强商品质量管理是一个系统工程,从进、销到售后各个环节都应进行质量管理和质量控制,各个环节的业务人员都应树立牢固的质量管理观。

(2) 建立商品质量管理岗位责任制度。做到层层有把关者、

环环有负责人,商品质量管理落实到人,树立全员质量管理观念,并有明确的质量管理奖惩制度。

(3) 建立商品质量监督机构。企业商品质量监督机构可分为三个层次:技术监督机构、自我监督机构和消费者监督机构。技术监督机构是指国家或地方技术监督部门。为了保证商品质量的可靠性,解除消费者购买的后顾之忧,流通企业可与国家或地方技术监督机构联合,在销售现场设立专门的技术监督站、点,为消费者提供技术检测、咨询服务,这也是对流通企业经营的商品进行质量监督。自我监督机构是流通企业自身设立的专门质量监督机构,负责对商品质量的抽检、消费者商品质量投诉的处理等事宜。消费者监督是由消费者组成的质量监督组织,是一种社会监督,企业应经常倾听消费者监督机构的意见,接受消费者监督。

二、产品质量监督与认证

(一) 产品质量监督

1. 产品质量监督的含义及职能

产品质量监督就是指根据国家规定的标准,由代表国家的机构,对企业的质量保证体系进行审查,对产品质量进行测试、检查、评定,防止不合格品流入市场,维护国家、企业和广大消费者利益。它是国家质量管理体系的重要组成部分,是保证执行各级技术标准的有效措施,也是国家保护商品经营单位和消费者利益的重要手段。

目前,我国实施产品质量监督的机构有国家技术监督局及省、市、区各级技术监督部门。

国家技术监督局根据工作需要,按产品类别设置国家级产品质量监督检验测试中心,承担指定产品的质量监督检验任务。

地方各级技术监督部门根据工作需要,按产品类别设产品质量监督检验所(站),承担产品质量监督检验任务。

2. 产品质量监督的种类与形式

(1) 产品质量监督的种类。除了技术监督部门的国家法定监督之外,还有行业、地方政府、企业内部的监督与检验,流通部门或使用单位的监督检验,社会团体、消费者的监督及社会舆论监督等。

(2) 产品质量监督的形式。由于质量监督工作的目的、要求和内容存在着差别,所以形成了不同的质量监督形式。常见有三种类型:

① 抽查型质量监督。它是指质量监督行政管理部门督促企业遵守质量法规和强制性标准的一种质量监督活动。可分为周期监督检验、监督性抽查和商品质量抽查等。

② 评价型质量监督。它是通过检验和检查,对商品质量和质量体系做出综合质量评价,并对获得证书、标志的商品和企业实行必要的事后监督,以确保质量稳定的一种质量监督活动。

③ 仲裁型质量监督。它是对有争议的商品进行检验和调查,分清责任,做出公正而科学的仲裁结论,解决争议,维护正常经济秩序的一种质量监督活动。

(二) 产品质量认证

1. 产品质量认证的概念和类型

产品质量认证是指借助合格证书或合格标志来证明某项产品或服务符合规定的标准或技术条件的活动。

认证制度的种类很多,按认证制度的作用范围划分,有国家、地区和国际三种认证制度。国家认证制,是以国家批准颁发的标准为基础的认证制;地区认证制,是以该地区参加国共同制定的标准为基础的认证制,如欧洲标准化认证委员会有自己的标准和标志;国际认证制,是以国际标准化组织(ISO)和国际电工委员会(IEC)制定的标准为基础的认证制。

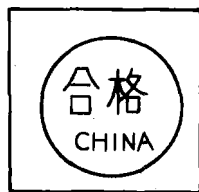


图 1-1 产品质量合格标志