

经贸系列丛书



商品学

SHANG PIN XUE

王健平 主编



中国商业出版社

经贸系列丛书

商 品 学

主 编 王健平

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

商品学/王健平主编. - 北京:中国商业出版社,
1999.1

ISBN 7-5044-3809-X

I. 商… II. 王… III. 商品学-教材 IV. P76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 39696 号

责任编辑:刘树林

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

中国石油报社印刷厂印刷

*

787×1092毫米 32开 11.125印张 249千字

1999年1月第1版 1999年1月第1次印刷

定价:14.50元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

《经贸系列丛书》

编辑委员会

主任 周明中 廖九如
编委 (按姓氏笔划为序)

于安国	甘国雄	冯 电	吕堂贵
汤美莲	刘扩军	刘谷中	刘明辉
李四月	李建求	肖正安	何学锋
杨建平	周明中	周光永	张立初
张红专	张新亚	张松保	张跃曦
张建雄	张漾滨	欧庚生	邹友松
赵润秀	俞蓉生	陈守廉	胡和生
姜应均	唐德斌	曹少华	曹述武
黄 健	康 平	曾细生	谢若松
谢韶东	彭建平	谭悠南	廖九如
滕树松			

《经贸系列丛书》

总 序

湖南商学院院长、经济学教授
湖南省经贸教材编审委员会主任 廖九如

我国正处于建立和发展社会主义市场经济的关键时期，正沿着建设有中国特色社会主义的正确道路向前迈进。经贸实践外在的变革和经贸学科内在的知识积累推动着经贸理论的繁荣和发展。

湖南省经贸教材编审委员会，成立于1996年，是经湖南省经济贸易委员会批准、由湖南商学院等经贸系统的学校组成，以编审适应社会主义市场经济发展需要的经贸系列丛书为主的学术性团体。在新的历史时期，广大教育工作者和研究人员，决心遵循“教育要面向现代化、面向世界、面向未来”的方针，编审出有较高学术水平的经贸系列著作，作为学校发展和教材建设的基础工程，以推动学校教学和科学研究工作，促进校内外学术交流，满足为国家培养适用型专门人才的需要，更好地发挥经贸学校在建设高度的社会主义物质文明、精神文明中的重要作用。这就是编写出版《经贸系列丛书》的宗旨。

经贸系列丛书根据建设有中国特色社会主义的要求，坚持以马克思主义为指导，不断吸收各学科的新成果，联系实际，解放思想，实事求是，讲求好的文风，力图对所阐述的观点

有较深入的调查研究,根据丰富的事实和资料作出带规律性的论证。本套丛书力求突出如下特点:

第一,科学性。每本书的体例、结构均经作者共同反复推敲,多次修改才确定下来,其中的逻辑推理、公式运用等也曾多方论证和运算。以扎实的工作作风,为每本书的科学性奠定基础。

第二,先进性。作者都是经贸学校的教学骨干、各学科的佼佼者,具备一定的理论素养和科研能力,并在编写丛书时,特别注意吸收每门学科研究的新成果、国家颁发的新法规,以保证丛书的先进性。

第三,准确性。大到党的方针政策,小到标点符号、引文出处、数据运用,力求准确无误。坚持用成熟的、正确的理论和观点武装学生,尚待研究的问题,没有定性的课题,均不作探讨性的分析。

第四,完整性。结合经贸实践工作的方方面面,从社会主义市场经济发展的需要设计撰写,注意收入基础学科、应用学科、交叉学科等方面的成果。并且各书内容力求完整,对经贸知识作较全面系统的介绍。

第五,适用性。各书阐述的内容,除了一般原理外,都具有很强的操作性,可以对经贸工作起到实际的指导作用。

第六,通俗性。兼顾不同读者的接受能力,采用理论同实际结合,深入浅出的撰写方法,既考虑语言的精炼性,又注意其通俗性和可读性,努力使有一定经济常识的读者都看得懂、读得通,并从中受益。

经贸系列丛书是一项艰巨的科学工作。我们鼓励每位作者以高度的社会责任感,完成每章每节,坚持真理,修正错误,促进经贸理论的繁荣发展。

“在科学上没有平坦的大道,只有不畏劳苦而沿着陡峭山路攀登的人,才有希望达到光辉的顶点。”让我们把马克思这句至理名言当作座右铭,响应新时代的召唤,谱写新的篇章。

1998年12月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 商品学的起源与发展概况.....	(1)
第二节 商品学的研究对象、内容与任务	(6)
第三节 商品学的学习方法与意义.....	(9)
第二章 商品质量与质量管理	(12)
第一节 商品质量的概念与意义	(12)
第二节 商品质量的基本要求	(18)
第三节 商品质量管理	(22)
第三章 商品分类	(28)
第一节 商品分类的概念与原则	(28)
第二节 商品分类体系	(34)
第三节 商品目录与商品编码	(40)
第四章 商品标准与标准化	(46)
第一节 商品标准	(46)
第二节 商品标准化	(58)
第五章 商品的成分、结构及性质	(69)
第一节 商品的成分	(69)
第二节 商品结构	(75)
第三节 商品性质	(88)
第六章 商品检验	(107)
第一节 商品检验概述.....	(107)
第二节 商品检验的方法.....	(110)

第三节	如何鉴别假冒伪劣产品·····	(114)
第七章	商品包装 ·····	(123)
第一节	商品包装的概念与作用·····	(123)
第二节	商品包装材料与包装种类·····	(128)
第三节	商品包装标志·····	(139)
第四节	商标·····	(151)
第八章	商品储存与养护 ·····	(165)
第一节	商品储存·····	(165)
第二节	商品养护·····	(171)
第九章	食品 ·····	(197)
第一节	食品概述·····	(197)
第二节	食品的营养成分与食品卫生·····	(203)
第三节	食品的主要品种·····	(218)
第十章	日用工业品 ·····	(251)
第一节	玻璃制品·····	(251)
第二节	日用塑料制品与橡胶·····	(259)
第三节	肥皂与合成洗涤剂·····	(271)
第十一章	纺织品 ·····	(278)
第一节	纺织品概述·····	(278)
第二节	纺织纤维·····	(285)
第三节	纺织品的品种·····	(308)

第一章 绪 论

第一节 商品学的起源与发展概况

任何一门学科都起源于人们在某一领域的实践与经验,并随社会的发展而不断发展。商品学起源于商品生产与商品交换的实践与经验,并随着人类社会的发展而获得了巨大的发展。

在原始社会刀耕火种自给自足的自然经济条件下,劳动产品没有剩余,不存在商品的生产与交换,商品学也就没有存在的物质前提。随着生产力的不断发展,人类社会进入了商品与货币时代,商品学的起源才成为可能。

一、我国商品学的起源与发展概况

在我国,商品学是一门既古老而又年轻的学科。我国是一个具有悠久历史的文明古国,社会经济曾一度比较繁荣,为商品学的诞生奠定了物质基础。但是,长期的封建社会又使得商品经济的发展步履艰难而迟缓,从而使商品学的发展速度远远落后于世界。

远在战国时期,我国就开始有了市场。到汉朝,以长安(今西安)、洛阳、邯郸、成都等城市为中心的较大的市场相继出现,并有了一定规模的发展。当时生产和交换的商品主要有铁器、陶器、食盐等。到了唐朝(公元618~907年),我国处于封建社会经济繁荣兴盛时代,农业、手工业、纺织业、冶炼

业、采矿业、造船业、印刷业等都有了很大发展,西京(西安)、东京(洛阳)两地的商业已相当繁盛,成为四方财物的集散之地。广州、泉州、扬州等地已成为中国对外贸易的重要商埠。当时市场上交易的主要商品有金、银、铜、铁、茶、盐、粮、马、棉布、珍珠等等。这些商品的生产与交换是商品学起源的客观物质基础。

唐朝中期,茶叶自南向北逐渐成为人们喜爱的饮料。每年茶叶的产销旺季,江淮一带大量茶叶北运,盛况空前。文人陆羽怀着极大兴趣收集了大量有关茶叶的生产、制作与饮用、品尝等方面的知识,于公元767年写出了《茶经》一书,共三卷十目。书中详细描述了茶叶的产地、形状、采制、品质、烹饮方法及用具,介绍了茶叶的用途、贮藏方法及评审等知识。《茶经》的问世促进了茶叶的消费,进而又促进了茶叶的生产。中国茶之所以闻名于世,与《茶经》的传播有着密切的关系,可以说,《茶经》是世界上最早的一部商品学专著。到明朝,公元1596年,李时珍的《本草纲目》出版,共五册五十二卷。这是一部最早最完备的医药类商品学专著。

但是,在我国以商品学命名的著作直到1925年盛在珣撰写《商品学》才告问世。1932年刘冠英出版了《现代商品学》,1937年方嘉东撰写了《商品研究通论》。

新中国成立后,商品学的研究和教学工作取得了一系列进展。建国初期,许多高等院校相继开设了商品学课程。中国人民大学曾编写了《商品学总论》等五个分册,黑龙江商学院编写了《日用工业品商品学》、《食品商品学》、《五金商品学》。各有关商业、财经院校与商业部门共同编写了《纺织品商品学》、《针织品商品学》、《百货商品学》、《茶叶商品学》等多种专业商品学。商业部所属中专学校也开设了《商品学》课

程。60年代初,原商业部系统还召开了全国商品学学术研讨会。此后,京、津、沪等大城市的一些大型商业企业出版了定期的商品知识刊物,这对我国商品学的研究与发展,起到了积极的推动作用。

党的十一届三中全会以后,商品经济不断发展,商品学的科研与教学也有了长足进展。最近一些年来,各类商品学教材和专著不断问世,使商品学的发展进入了一个崭新的历史时期。但是,要使商品学能紧随社会经济发展的步伐,还需要广大商品学的科研与教学工作付出更大的劳动。

二、国外商品学的起源与发展概况

在国外,商品学的起源可追溯到公元9到10世纪,阿拉伯人阿里·阿德·迪米斯基著《商业之美》,其副标题是“关于优质商品和劣质商品的鉴别方法及对商品骗子与伪货的识别指南”。这可算作国外最早的商品学著作。

16世纪中叶,欧洲兴起了许多新的工业部门,如造纸、火药、制糖、棉织、军工、造船等。随着蒸汽机的出现,新技术的应用,自然科学在理论方面也取得了重大突破。社会化大生产和生产关系的大变革极大地促进了商品经济的发展。在这一背景下,对于商业的研究不断向对商品的研究方向拓展。意大利普那裴特著药物商品学《生药学》。法国沙瓦利著《完美商人》,详细记述了关于纤维商品和染料为主的各种商品的产地、销路、包装及贮藏方法等。

18世纪,德国的约翰·贝克曼教授于1780年在德国格廷根大学首先开设了商品学课程,并于1793~1800年出版了《商品学导论》两卷本。书中对于商品的制造工艺与方法,商品的分类、性能、用途、质量、价格、检验、产地、主要市场及商品包装等内容作了十分详尽的描述,从而明确和拓展了商品

学研究的范围,建立了科学的学科体系。同时,还选定了一些国际贸易商品进行了分析并作出规范性的叙述,为贸易商品进行学科阐述创造了先例。贝克曼的理论受到了社会科学界的广泛欢迎,被西方称为“商品学”的创始人,他所创立的《商品学》被誉为“贝克曼商品学”。随着国际间的商品贸易与学术交流,这门学科先后传入了意大利、俄国、奥地利、日本等国。1810年,莫斯科商学院将商品学列为必修课;1884年,东京商学院正式开设了商品学课程。

19世纪,工业革命创造了巨大的生产力,为资本主义商品经济的发展提供了强大的物质基础。19世纪中叶,自然科学和技术的飞速发展,使一大批学者能够运用物理、化学等方面的科研成果,对商品的内在质量、质量标准、鉴定方法等进行了卓有成效的研究,从而在建立商品学的自然科学体系方面取得了显著成果。

第二次世界大战后,商品学的研究又有了新的发展。在西欧形成了“经济学体系”的商品学,在前苏联及东欧各国则形成了自然科学和技术科学的学派。此后,各国开设了以自然科学和技术科学为主的商品学课程,并大量引入市场学内容,以美国、日本、意大利为代表,形成了“经营商品学”这个新的学科理论体系。

1976年10月8日,国际商品学会在奥地利的萨尔茨堡成立,以德文缩写“IGWT”为会徽标志。会刊为《商品论坛——科学与实践》,活动中心设在维也纳经济大学。从此,商品学在世界范围内建起了巩固的地位。

三、商品学学派与发展特点

(一)商品学学派介绍

世界上各国的政治制度和经济体制不同,商品学教育和

研究的目的是有明显差别。在商品学发展过程中,各国商品学学者对商品学学科的性质、研究对象、任务、内容等问题的认识,始终存在不同观点,学科发展的决策与方向也有所不同。因而,也就形成了不同的学科体系。

国际上商品学主要分为三个学派。

1. 技术派

以前苏联、东欧各国为代表,认为商品学是研究物质本身自然属性,以自然科学和技术科学的观点,来研究商品的使用价值、质量及其变化规律。

2. 经济派

以日本、西欧各国为代表,认为应以销售经济、消费经济、市场经济、企业经济等经济科学的观点进行商品学的教学和研究,也就是从社会科学和经济科学的观点出发,来研究商品的使用价值,归属于经济科学的范畴。商品学教学没有形成单独的商品学系,而是分别包括在有关经济科学之中,成为重要内容。

3. 综合派

以日本商品学学者水野良象为代表,认为商品学是一门边缘科学,既研究商品的自然属性,又研究商品的社会属性,是两者融合起来的综合性学科。另外,还把商品学分论研究与商品学概论研究作为一个统一的理论加以解决。因此,商品学的研究方法与其他相关科学有着密切的联系。

随着国际与国内的学术交流,技术派、经济派已有相互渗透、相互融合的发展趋势。

(二) 当代商品学发展特点

1. 普遍化

目前,世界上已有几十个国家开展商品学的科研和教学

工作。有些国家如日本,有 50 多所大学开设了商品学专业或商品学课,有 600 多所中专性质的学校开设商品学课。

2. 多样化

各国所开设的商品学课程都根据本国实际需要设置结构与内容,课程名称也多种多样。如《普通商品学》、《专业商品学》、《商品科学》、《商品经济学》、《销售商品学》、《消费商品学》、《技术与商品经济学》等。

3. 融合化

表现在社会科学与自然科学相互渗透、文理合一。这也是当代商品学发展的一个重要动向,并得到越来越多的商品学科研与教学工作者的重视。研究商品学不能离开经济因素与社会因素,实践证明,研究商品质量必须以提高经济效益出发,而要获得经济效益,又必须研究商品质量,并使两者有机地融合起来。

第二节 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科学。

商品是用来交换的劳动产品。商品具有价值和使用价值两重性。商品的价值是指凝结在商品中的一般的人类劳动,是商品的社会属性,它体现着人类社会一定发展阶段的生产关系。政治经济学以价值为基本点与重要范畴,研究人类社会生产关系及其发展规律。商品使用价值就是商品的有用性,即商品能够满足人们某种需要的属性。使用价值是商品的自然属性,取决于商品的物理、化学、生物学等性质。商品学研究的对象是商品的使用价值,即以满足消费者对商品的

需求为出发点,以商品质量为中心,全面探讨商品使用价值及其实现规律。

商品使用价值的实现离不开人、物、环境,离不开商品流通的各环节。在我国社会主义市场经济中,商品使用价值与生产、分配、交换、消费紧密相联,因而,商品学的研究将使用价值纳入了社会经济关系的范畴。

商品学不仅与自然科学而且与社会科学都有着密切的联系,是一门自然科学与社会科学相互渗透、相互交叉、跨学科的综合应用科学。

二、商品学的研究内容

商品的使用价值是通过商品本身的各项质量指标表现的,如商品的寿命、性能、安全性、经济性等。研究商品的使用价值,主要是研究商品质量的构成、鉴定、保护和管理。市场上的竞争主要就是商品质量与价格的竞争,质优价廉的商品才能在市场竞争中立于不败之地。因此,商品的质量是商品学研究的中心内容。具体包括以下几方面。

(一)研究商品的自然属性

如商品的外观与形状、结构与成分、性能与作用等。

(二)研究影响商品质量的因素

如原材料、生产工艺过程、包装装潢、贮运与养护等。

(三)研究如何评定商品质量

如商品的分类、鉴定及商品标准等。

随着社会生产力水平的提高,被开发出的商品的品种、数量不断增多,任何一种商品的使用价值领域均得到不断拓宽,商品学的研究内容得到不断充实和拓展。实际上,对于任何一种商品的自然属性、质量影响因素与质量评定的研究都属于商品学这一学科体系所包含的内容。

三、商品学的研究任务

商品学的研究任务从其研究对象与内容出发,研究商品的内在与外在质量及影响因素,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,从而发展商品生产、扩大商品经营、满足消费需要。其具体任务包括下述五个方面。

(一)为发展生产、扩大经营、开发市场创造条件

通过对商品质量的研究,明确其用途、扩大其使用范围,从而扩大其消费需求,为企业开发市场创造条件。

(二)准确评价商品质量,维护消费者利益

通过对使用价值的分析,明确商品的质量标准、检验与识别方法,杜绝伪劣产品流入市场,切实维护消费者利益。

(三)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

正确进行商品分类,有利于实现科学的分类与管理,促进专业化分工和社会化协作,从而调整产品结构、加强宏观管理,促进企业向管理现代化方向努力。

(四)研究改进商品包装、储运,努力降低商品损耗

各种商品因其特性不同,需要有与之相适应的包装及储运方式,以降低损耗、保护商品质量。

(五)培养专业人才,提高职工素质

商品学是企业经营活动中一门必修的专业基础课,其任务之一就是使从事经营管理的人员获得必备的商品知识与理论,为培养造就一代具有一定科学知识和管理能力的干部、职工队伍奠定基础。