

商品学 基础与应用

任世广 主编



中国商业出版社

商品学基础与应用

主 编 任世广

副主编 刘士福

中国商业出版社

(京)新登字 073 号

图书在版编目(CIP)数据

商品学基础与应用/任世广编. —北京:中国商业出版社,
1994. 8

ISBN 7-5044-2489-7

I. 商… II. 任… III. ①商品学②商品—基本知识 IV. F76
中国版本图书馆 CIP 数据库核字(94)第 04147 号

责任编辑:夏贤明 纪良纲

封面设计:晓 弄

责任校对:任世广

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

河北师范学院印刷厂印刷

1994年8月第1版 1994年8月第1次印刷

850×1168毫米 32开 13.5印张 336千字

印数:1—3000册 定价:13.5元

编 者 的 话

商品学是财经院校普遍开设的一门专业课程，也是商品经营者和消费者需要的业务知识。为便于使用，本书将基础和应用合为一册。

我国确立社会主义市场经济体制，商品质量工作也要与国际接轨，这为商品学明确了方向，也赋予了新的使命，在编写时我们充实了这方面的内容，立足国内、国际大市场，融进了现代商品质量及现代质量管理的理论、观点和操作知识；在体系上，以商品质量为中心贯穿全书。考虑到学生毕业后工作和商品经营者、消费者的实际需要，内容突出“新”和“应用”，避免抽象、空洞，力求对实际工作有所裨益。

本书任世广主编，刘士福副主编。由任世广拟定编写提纲，并执笔上篇的第一、二、四、五、六、七、八、十二章，九章的第一节、十三章的第一节，下篇的第三、四章。其他编写分工是：刘士福下篇的第一、五章；李俐下篇的第二章；桑银锋上篇第十三章的第二节，下篇的第六、七、八章；贾丽娟下篇的第十、十一章；周秋上篇的第三章；赵洪耀上篇第九章的第二节，第十、十一章；姜遵志下篇的第九章。全书由任世广审阅、定稿。在编写时参阅了其他商品学版本及资料。得到河北财经学院、长春税务学院、北京经济学院、河北经贸学院、河北高等商业专科学校、河北省质量检验协会、河北省消费者协会的大力支持，山西财经学院的杜建平教授也给予了热情指导，在此一并表示感谢。由于编者水平所限疏漏乃错误之处难免，敬请读者指正。

编者 1994年5月于石家庄

目 录

上篇 商品学基础

第一章 商品质量	(1)
第一节 商品质量是商品学的中心内容	(1)
第二节 商品质量概念	(2)
第三节 商品质量的形成和影响因素	(4)
第二章 工业品商品的成分和性质	(10)
第一节 工业品商品的化学成分	(10)
第二节 日用工业品商品的性质	(13)
第三章 食品营养和卫生	(23)
第一节 食品营养成分	(23)
第二节 食品卫生	(41)
第四章 商品标准和标准化	(45)
第一节 标准、标准化、商品标准的概念	(45)
第二节 标准化基本原理及标准的制定	(47)
第三节 标准的分类和分级	(50)
第四节 商品标准的内容	(57)
第五节 标准的实施管理	(59)
第五章 商品包装	(61)
第一节 商品包装的意义和功能	(61)
第二节 商品包装材料	(65)
第三节 商品包装分类和包装方法	(71)
第四节 商品包装标志和包装装潢	(77)
第五节 商品包装条码	(83)

第六节	食品包装标签·····	(86)
第六章	商品分类与代码·····	(90)
第一节	商品分类的意义和分类原则·····	(90)
第二节	国际通用商品分类·····	(92)
第三节	我国工农业产品分类与代码·····	(95)
第七章	商品检验·····	(104)
第一节	商品检验概念及检验分类·····	(104)
第二节	抽样·····	(106)
第三节	商品检验方法·····	(111)
第四节	检验误差及数据处理·····	(117)
第五节	商品质量分级·····	(120)
第八章	市场商品质量评价·····	(123)
第一节	商品的性能因素·····	(123)
第二节	商品的社会因素·····	(125)
第三节	商品的经济因素·····	(123)
第九章	商品质量管理基础·····	(128)
第一节	商品全面质量管理·····	(128)
第二节	质量体系管理·····	(132)
第十章	商品质量管理实施·····	(145)
第一节	国家质量监督工作的形式·····	(145)
第二节	市场商品质量监督管埋·····	(146)
第三节	假冒伪劣商品监督管理·····	(148)
第四节	商品质量责任和损害赔偿·····	(150)
第五节	产品质量认证·····	(153)
第十一章	国际贸易商品检验与质量监督管埋·····	(163)
第一节	进出口商品检验任务与检测方式·····	(163)
第二节	港台地区的检验概况·····	(167)
第三节	国外商检工作概况·····	(168)

第十二章 保护消费者合法权益·····	(170)
第一节 消费、消费者概念·····	(170)
第二节 消费者的合法权益·····	(172)
第三节 消费者权益的保护·····	(175)
第四节 消费者组织及国外消费者保护情况·····	(177)
第十三章 商品贮存与养护·····	(183)
第一节 工业品商品的养护·····	(183)
第二节 食品贮藏·····	(194)

下篇 商品学应用

第一章 纺织纤维·····	(202)
第一节 天然纤维·····	(202)
第二节 化学纤维·····	(217)
第三节 纺织纤维种类的鉴别·····	(235)
第二章 纺织品·····	(237)
第一节 纱线·····	(237)
第二节 织物的形成·····	(240)
第三节 织物染色和后整理·····	(244)
第四节 纺织品的品种·····	(250)
第三章 服装·····	(271)
第一节 服装的功能及对面料性能的要求·····	(271)
第二节 服装造型与色彩·····	(276)
第三节 服装号、型·····	(279)
第四章 革制品·····	(284)
第一节 天然革及制品·····	(284)
第二节 人造革及制品·····	(297)
第三节 合成革及制品·····	(300)
第五章 塑料制品·····	(304)

第一节	塑料的分类和制品组分·····	(304)
第二节	主要塑料品种及性能·····	(309)
第三节	塑料品种的感管鉴别方法·····	(326)
第六章	茶叶·····	(329)
第一节	鲜茶叶的采摘与制茶·····	(329)
第二节	茶叶的分类与品质特点·····	(331)
第三节	茶叶质量鉴定·····	(336)
第四节	茶叶的特性与保管·····	(341)
第七章	酒·····	(343)
第一节	酿酒原理和酒的分类·····	(343)
第二节	白酒·····	(345)
第三节	啤酒·····	(349)
第四节	黄酒和果酒·····	(354)
第五节	国外名酒介绍·····	(359)
第八章	烟制品·····	(361)
第一节	烟叶·····	(361)
第二节	烟制品的分类·····	(363)
第三节	卷烟·····	(364)
第四节	烟制品特性与保管·····	(369)
第九章	家用电器·····	(371)
第一节	电冰箱·····	(371)
第二节	洗衣机·····	(376)
第三节	空调器·····	(381)
第四节	电视机·····	(384)
第五节	微波炉、电饭锅、电烤箱·····	(386)
第十章	化肥·····	(392)
第一节	化肥的特点和分类·····	(392)
第二节	化肥主要品种及质量·····	(396)

第三节	几种化肥简易鉴别方法·····	(404)
第四节	化肥的贮存·····	(405)
第十一章	农药·····	(407)
第一节	农药的分类·····	(407)
第二节	农药的剂型·····	(408)
第三节	农药的作用机理·····	(410)
第四节	农药的毒性及质量要求·····	(411)
第五节	农药常见品种·····	(414)
第六节	农药的使用及安全·····	(419)

上篇 商品基础学

第一章 商品质量

第一节 商品质量是商品学的中心内容

商品学是研究商品使用价值的学科。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使用价值是商品的一种属性，商品使用价值在实现过程中，体现为商品的质量（品质）。因此，商品质量是商品学的中心内容，商品学是紧紧围绕商品质量及其与质量有关的内容进行研究活动的。

商品是用来交换、能够满足人们某种需要、具有价值和使用价值的劳动产品。商品学研究商品质量的目的，就是保证商品价值和使用价值的顺利实现。在市场经济条件下，商品质量目标以市场为导向，因此，商品学是从市场角度研究商品质量及其与质量有关的问题的。

商品质量由多种要素形成，这些要素构成了商品学研究的具体内容。

商品学是一门综合性应用科学，它融合了自然科学和社会科学中的多种学科知识，主要服务于商品流通和商品消费。商品学

^① 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版，第48页。

的生命力在于应用，它是在本学科的研究范围内，赋予读者以商品质量方面的理论和应用知识。我国确立社会主义市场经济体制，商品经济不断发展，企业的管理水平和消费者的素质不断提高，商品学在国民经济及人民生活中的作用越来越重要。

第二节 商品质量概念

什么叫商品的质量？过去我国书刊文献曾有多种表述，反映了各自对商品质量含义的理解以及从不同角度的解释，更重要的，说明了人们对商品质量概念认识发展过程，这个过程是随着我国由产品经济向市场经济过渡而深化的。我国已实行社会主义市场经济，国内市场与国际市场逐渐接轨，国际贸易及国际经济技术合作会有很大发展，为适应这种形势，对商品质量概念，也采用国际通用惯例，我国决定等同采用国际标准ISO给出的质量定义，作为质量管理统一使用的术语。因此，现在对商品质量的概念，有了规范的说法。按照这个质量概念，作为我国商品生产者和经营者的质量目标，对改进和提高我国商品质量，具有重大的理论意义和现实意义。

商品质量定义

按照等同国际标准的新的国家标准，对质量的定义是这样表述的：

“质量（品质）：反映产品或服务满足明确或隐含需要能力的特性和特征的总和”。

产品，从市场或交换角度称作商品，在这里，“产品”和“商品”的概念是同一的。

根据这个定义，商品质量可作如下解释：

第一，质量的主体是商品或服务。

这里的产（商）品，是广义的概念。《国际标准化组织质量

管理和质量保证技术委员会》(ISO/TC176)对产品的定义是:

“活动或加工的结果。产品可以是有形的,也可以是无形的,也可以是两者的结合,叫作通用产品,它包括硬件产品、软件产品、流程性产品、服务活动四大类,或称四类产品类型”。服务是无形产品,包括服务行业的服务活动,更主要的是结合于商品体、商品在实现交换和消费时的服务活动。服务的价值是在全部通用产品同用户或消费者接触并观察其效益、由自身的行动表现出来的。也就是我们通常所说的商品售前、售中、售后服务活动。这种把商品与服务融为一体,商品质量也包含服务质量的观点,才是我们应当树立的现代质量观念。

第二,商品质量的内容或基础,是商品的特征和特性的总和。

“特性”,是指商品所特有的性质。“特征”,是指商品特点的征象或标志。商品特征和特性的总和是商品体的自然属性、社会属性、经济属性决定的,形成了商品的内在质量和外部质量,构成商品的使用价值,能够满足人们某种具体的消费需要和主观嗜好、心理等因素的需要。商品特征和特性的总和,是商品使用价值的体现,是商品质量的根本内容,它由若干要素构成。商品必须具备应有的特征和特性,否则就不具备应有的使用价值,从而也就失去了商品的意义。

第三,对商品质量的要求或评定,是商品特征和特性的总和满足需要的能力。

所谓满足需要,就是满足反映商品需要能力的特征和特性。

定义中把“需要”分为“明确需要”和“隐含需要”两类。

“明确需要”,是指在标准、合同、规范、图样和其他技术要求及其他文件中已经作出规定的需要。“隐含需要”,一是指顾客或社会对商品的期望;二是指那些人们公认的、不言而喻的、不必作出也难以作出规定的需要,如商品的风格、流行性、人性化。评定的依据是“满足需要的能力”。“满足需要”也分为几种含

义，一是符合要求。如符合商品质量技术指标、符合商品的适用性能、符合合同规定；二是满足消费或使用欲望。这种消费或使用欲望不是因为商品本身质量不好，而是由于种种社会因素决定的；三是商品还要考虑到社会特定条件的需要。如符合法律、法令、法规、环境保护、安全、资源保护等方面的要求。如有的商品在某一个国家或某一地区，顾客从具体消费和购买能力上有需要，但该国或地区从总体规划上考虑不允许发展，那么这样的商品就不能“满足需要”，不具备所要求的质量。

第四，商品质量具有相对性。

商品质量概念具有相对性，商品的特性和特征会随着科学技术的进步而发展，人们消费水平的提高和社会因素的变化，对商品也会不断提出新的要求。即使在同一时期，因季节、地点、区域、消费对象不同，对商品的要求也不一样。因此，商品质量概念的定义，还会变化。《国际标准化组织》组织了国际知名的质量管理专家提出了一份质量管理国际标准的战略设想。国际上称为《2000年展望》。这个文件称，根据国际科学技术和管理水平的发展，还会提出更适应时代潮流的质量定义。

从以上分析可以看出，新标准商品质量定义文字虽不多，但具有非常丰富的内涵，它完全是从市场经济导出的广义的商品质量概念，通过市场反映出来，因而海外有人更明确地提出：什么叫商品质量？商品质量从消费者的眼光看，就是以相同的价格，买到期望的商品，因此，商品质量的定义：“比竞争对手更好”。

第三节 商品质量的形成和影响因素

一、商品质量的形成过程

商品质量是人们综合劳动的结果。任何商品的质量都有个逐步形成过程。按照现代管理理论，商品质量形成可用“质量环”

表示，质量环将商品质量形成过程分为若干阶段，阶段的划分和多少根据商品的特点和复杂程度确定，典型的质量环分为11个阶段，如图1—1

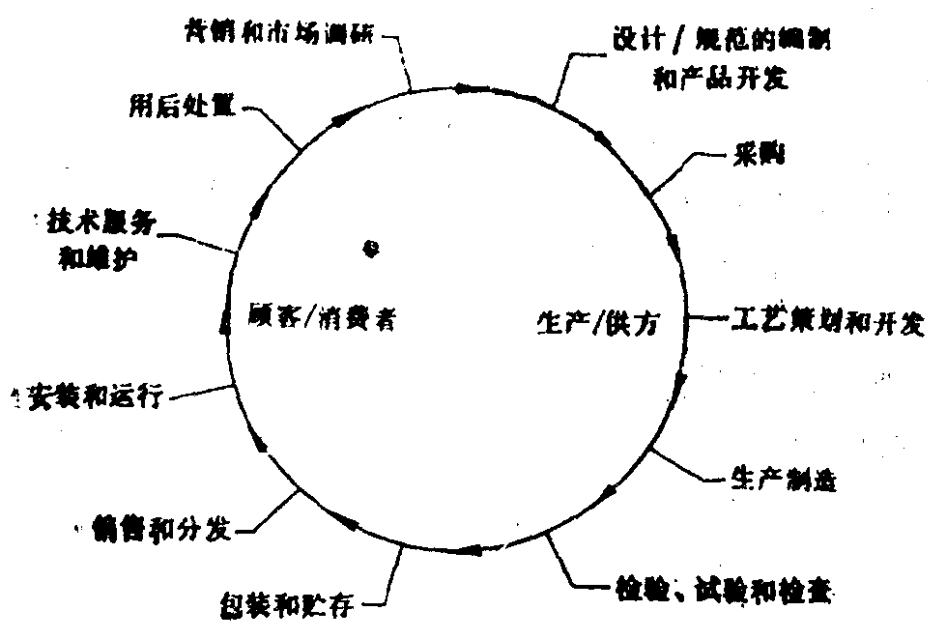


图1—1 质量环

质量环既是商品质量的形成过程，同时各过程也有着自己的质量职能。质量环是在不断地运转着，商品质量也随之不断地提高，形成了质量螺旋。现将质量形成的各个阶段及其质量职能分述如下：

（一）营销和市场调研

这是质量环的起点，同时又是终点，也是商品质量形成过程的开始。它的基本质量职能是：为开发一项新产品，调查、反映用户的需求，为产品设计提供必要的信息；在产品销售后，进行质量跟踪，搜集、分析用户反映，反馈信息，以便改进产品设计和提高产品质量。

（二）设计／规范编制和产品开发

这一阶段基本质量职能是：将用户的需求转化为产品设计图样和技术规范，进行样品试制，直至达到符合用户要求和技术规

范的规定。做到技术先进、质量可靠、经济合理。

（三）采购

采购的质量职能，主要是控制各种进货的质量，以保证购进原材料、零配件、成品、物资设备符合规定的质量要求。

（四）工艺策划和开发

其质量职能是，根据产品设计制定工艺方案、确定工艺路线、编制工艺文件、设计工艺装备，以便使各道工序和作业按照规定的程序，在受控状态下组织生产。

（五）生产制造

本阶段的质量职能是，根据设计和工艺文件的规定，控制影响质量的各项因素，使生产制造过程处于受控状态，保证制造的产品符合设计质量要求。

（六）检验、试验和检查

这阶段的质量职能是，按图样、标准、规范、工艺等技术文件规定，对入厂的原材料、外购件、外协件、半成品、成品、包装的质量进行检验、试验，保证不合格的物资不入库，不合格的零件和半成品不转入下道工序，不合格的配件不装配，不合格的成品不出厂。

（七）包装和贮存

其质量职能是，按技术文件规定，对包装的质量进行控制，并在贮存、装卸、搬运过程中，保证包装的产品质量完整而无损。

（八）销售和分发

本阶段的质量职能主要是，使销售和分发的产品，保证按合同要求交货。

（九）安装和运行

指特殊产品需要到用户现场安装，来保证安装质量。生产厂要选派熟悉安装技术的合格人员，按照技术规范进行安装作业，

符合质量要求后，交用户验收。

（十）技术服务和维修

其主要质量职能是，指导用户掌握产品的安装、调试、使用和维护；解决产品售后出现的质量问题，妥善处理用户的意见。

（十一）用后处理

有些特殊产品，在使用寿命结束后，必须严格地按照规范要求进行处理，以保证安全，环境不受污染；同时，产品在设计制造时，要考虑到用后处理的难易、安全和环境污染问题。

二、影响商品质量的因素

质量环的各个阶段，即是商品质量的形成过程，也对商品质量起着影响作用。如果从综合角度分析，影响商品质量的因素可归纳为以下几个方面：

（一）原材料、成分、结构的影响

任何商品都是由一种或几种原材料或成份物质形成的，它们构成了商品体并决定着商品的质量。原材料的种类、性质或物质成分不同，商品的质量就不同，或尽管商品的品种、名称、规格不同，但只要原材料种类相同，它们的基本质量特征也不会有大的区别。这是了解分析商品质量应首先考虑的问题。如纺织品、服装面料名称很多，而且经常翻新，我们在判断基本质量特性时，应首先鉴别纤维种类，是涤纶？羊毛？还是棉纤；皮鞋材料是牛革？人造革？还是合成革。当今科学技术发展很快，某项新技术新工艺的采用，就可出现许多新的商品品种，给鉴别商品质量带来了难处。但只要了解了商品的原材料，就可掌握商品的基本质量特性。

商品的化学成分及含量比例也决定着商品的品质。如酒类、食品、化肥、农药、化工商品、化妆品、医药、钢材等。鉴别质量最基本的方法是分析测定其化学成分和组成比例。

商品的结构包括宏观结构和微观结构，它们也直接决定和影响着商品的质量。宏观结构，如家电商品的电路设计、机械结构、组合装配，纺织品的织物组织，服装的款式、结构尺寸，某些日工商品的结构、造型等。微观结构如牛革、猪革、羊革胶朊纤维结构，塑料制品的内部状态等，它们即便化学成分相同，而由于微观结构不一样，形成的商品质量也有差异。

（二）设计、制造工艺的影响

质量管理界有一句格言：“产品质量是制造出来的”。商品质量形成经过许多过程，一般情况下，设计过程、制造过程、辅助过程、检验过程是主要环节，每个环节都决定和影响商品的质量。

设计好的商品必须有好的设计，先天不足必然后患无穷。我国商品质量水平不高，突出表现在设计水平低，缺乏开拓和创新，多数停留在仿制，成为当前产品质量中的薄弱环节。

制造。产品制造主要是五种要素有机结合的结果：人、设备、材料、方法、环境。其中每种要素的质量都直接决定和影响产品的质量。

工艺水平低是当前商品质量问题中的一个重要方面，加工粗糙，精密度差、装配粗劣等，严重影响了商品的质量。

检验。是对制造出来的产品通过检测手段实际得出的商品质量。检测手段、检测方法、仪器精密度，检测人员素质直接影响商品的质量。

（三）包装装潢对商品质量的影响

包装是商品体的组成部分，包装本身也具有使用价值，但与商品组成一体后，就共同构成了商品的使用价值。包装材料、包装方法、包装装潢、包装质量也影响商品的质量。

（四）流通过程对商品质量的影响

商品流通过程主要包括运输、贮存、销售等主要环节，它们对商品质量都有重要影响。