

# 商品学概论

盛显欣 主编



国内贸易部部编  
中等专业学校商贸系列教材

# 商 品 学 概 论

盛显欣 主编

# 目 录

第一章 绪论 .....	(1)
第一节 商品学的产生和发展 .....	(1)
第二节 商品学的研究对象与内容 .....	(7)
第三节 商品学的任务和研究方法 .....	(13)
第四节 学习商品学的重要意义 .....	(16)
第二章 商品质量 .....	(20)
第一节 商品质量的概念及其意义 .....	(20)
第二节 商品质量的基本要求 .....	(26)
第三节 决定和影响商品质量的因素 .....	(41)
第四节 商品质量管理 .....	(44)
第三章 商品分类 .....	(49)
第一节 分类与商品分类 .....	(49)
第二节 商品分类标志 .....	(55)
第三节 商品分类体系 .....	(61)
第四节 商品目录和商品代码 .....	(67)
第四章 商品标准 .....	(74)
第一节 商品标准和商品标准化 .....	(74)
第二节 商品标准的作用与分类 .....	(77)
第三节 商品标准的制订 .....	(86)
第四节 产品质量监督与认证 .....	(92)
第五章 商品鉴定 .....	(102)

---

第一节	商品鉴定的概念与作用.....	(102)
第二节	商品鉴定的基本形式.....	(106)
第三节	商品鉴定的基本方法.....	(110)
第四节	商品鉴定的抽样方法.....	(116)
第五节	商品的品级.....	(120)
第六章	商品成分、结构和性质.....	(123)
第一节	研究商品成分、结构和性质的意义.....	(123)
第二节	商品的基本化学成分.....	(126)
第三节	商品结构.....	(133)
第四节	商品的性质.....	(150)
第七章	商品包装.....	(171)
第一节	商品包装及其作用.....	(171)
第二节	商品包装的种类与包装材料.....	(174)
第三节	商品包装标准化.....	(190)
第四节	商品包装标志.....	(195)
第五节	商标.....	(214)
第八章	商品储运与养护.....	(225)
第一节	商品储存.....	(225)
第二节	商品运输质量管理.....	(229)
第三节	商品养护.....	(233)

# 第一章 绪 论

## 第一节 商品学的产生和发展

商品学作为一门独立的学科已有二百余年的历史。

商品学的产生是商品经济发展到一定阶段的必然产物。人类社会在原始阶段，处在刀耕火种、自给自足的自然经济条件下，劳动产品没有剩余，不存在商品生产，也没有商品交换，商品学也自然不会产生。随着生产力的发展劳动产品自给有余，人类社会才进入了商品和货币的时代。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，商品经济曾一度比较发达，为商品学的诞生奠定了物质基础。

中国市场的形成，大约开始于战国时期。到了汉朝已经有以长安、洛阳、邯郸、临淄、成都为中心的大市场出现。当时经营的商品主要是本地区生产的一些生活用品，如铁器、陶器、食品、盐等，商品生产社会化的规模很小，商品交换的

数量有限，交换范围具有很大的局限性和割据性，使用者对商品的要求不高，而且单一。唐朝（公元 618 年—907 年）是我国封建社会的鼎盛时期，当时的农业、冶炼业、烧瓷业、印刷业和其他手工业都有了很大的发展，西京（西安）、东京（洛阳）两地的商业已经很繁盛，广州、泉州、扬州等都已成为我国对外贸易的重要商埠。到了唐朝中期，茶叶从江南传到北方，茶作为饮料逐渐盛行。由于茶叶大多产自江淮一带，运到京城的品种很多，色、香、味各异，由此引起了在京城寺院长大的竟陵（今湖北天门）人陆羽的极大兴趣。他收集了大量有关茶叶的生产和消费方面的知识，根据所见所闻，于公元 780 年写出了《茶经》一书，共三卷十篇，详细论述了各种茶叶的形状、品质、产地、采制、烹饮方法及用具。书中还对茶叶的评审、用途及贮藏方法等方面的知识作了专门介绍。《茶经》的问世促进了茶的生产与消费，使唐朝的茶叶经营成了与盐并驾齐驱的大行业。唐德宗时期茶税渐增，唐文宗时，还特意设置了榷茶使。中国的茶所以名闻世界，同《茶经》的传播有密切的关系，可以说《茶经》是世界上最早的一部商品学专著。

公元 659 年（唐高宗显庆四年）出版了《新编本草纲目》二十卷，公元 1590 年（明神宗万历十八年）出版的李时珍《本草纲目》五册计五十二卷，两书相继传入日本，并在日本普及开来。所以日本的商品学学者中占主流的一种看法认为，商品学是由本草学和物产学演变而发展起来的。

我国过去长时期内，商品经济很不发达，历史上虽然除了《茶经》、《本草纲目》外，尚有吴中孚的《商贾便览》、王

秉之的《万宝全书》等有关商品知识的研究；近代通过引进还出现了盛在珣于 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，这是我国近代商品学研究中的早期著作。然而，在腐朽没落的封建统治下，以及后来帝国主义列强对我国的侵略和掠夺，使我国沦为半封建半殖民地社会，商品经济得不到充分的发展，也阻碍了商品学研究的发展，使我国商品学的研究水平一度远远落后于世界水平。

新中国成立之后，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受到了党和政府的极大重视和关怀，取得了一系列的进展。建国初期，许多高等院校就相继开设了商品学课程。为此，中国人民大学曾出版《商品学总论》等五个分册；黑龙江商学院出版《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》、《棉花商品学》、《茶叶商品学》等多种专业商品学。商业部所属中等专业学校及某些经济类学校也开设了《商品学》课程，为国家培养了一大批专业人才。60 年代初，商业部系统还召开了全国商品学学术讨论会。此后，上海、北京、天津、广州等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和发 展，起到了积极的推动作用。

党的十一届三中全会后，我们整个国家的中心工作转移到了社会主义现代化建设上来，特别是十四大以后，随着我国经济体制的转变，大力发展社会主义市场经济，为商品学的科研和教学工作，创造了良好的机会。在这期间，全国商

品学会和地方学会、研究会先后成立，涌现了一大批热心商品学研究的理论工作者和实践工作者。最近几年，为适应现代化管理和教学工作的需要，有不少学者试编了新的《商品学概论》（北京）、《现代商品学基础》（上海）、《商品学基础》（华东地区）、《百货商品知识与养护》（山东）以及适用于电大、函授教学的各种商品学教材，使商品学的研究和教学工作进入了一个崭新的发展时期。

从上述我国商品学的产生与发展历程来看，很明显它是为适应商品经济发展需要并为传播商品知识、教育和培养专业人才而产生和成长起来的。

## 二、国外商品学发展概况

在国外，首次开设商品学这门课程以前的年代里，有关商品的研究和著述是作为商业的一部分来进行的。据西方和日本文献记载，现存世界上最早的商业著作，是9至10世纪间身居大马士革的阿拉伯人阿里·阿德·迪米斯基著的《商业之美》，该书的副标题是“关于优质商品和劣质商品的鉴别方法及对商品骗子伪货的识别指南”。从一千余年前世界上早期的商业发展来看，识别商品质量优劣、真伪已成为当时经商人所必备的知识 and 技能。因此，广泛和深入的商品知识，作为培养与造就精明能干商人的基础理论，日益扩展到商业研究中来。在此之后，当时欧洲的商业中心，意大利各城市的商人也著述了大量的内容近似的著作。

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、军工和造船等。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

大生产和随之而来的新的生产关系极大地促进了商品生产和商品交换。在这种条件下，商品研究和商业研究更密不可分地结合起来，出现了意大利普那裴特药剂师著的《药物商品学——《生药学》》；俄国也出现了首批商品学书籍，叙述了商品及贸易的有关知识；法国官员沙瓦利著有《完美商人》，这是一部系统的并享有盛名的商业业务指导书，书中用十余章记述了关于纤维制品和染料为主的各种商品的产地、销路、包装和贮藏方法等。

18世纪，德国人约翰·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》。该书为两卷本。第一卷内容主要是商品的制造工艺与方法。第二卷的内容包括：商品的分类、性能、用途、质量、价格、检验和鉴定、产地和主要市场、商品包装等。从而明确和扩展了商品学研究的范围，建立了学科体系。同时，选定了一些国外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叙述创造了先例，贝克曼认为，学习和掌握了这些作为商业工作者必需的基础知识和工艺学、商品学之后，就能获得全面的商品知识。他的理论受到了社会科学界学者的欢迎，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”。

在东方，日本商品学的发展也经历了一个相当长的过程，可追溯到江户时代的物产学、物产志等，直到明治时代引进德国商品学初期，尚无自己的专业词汇。明治二十四年首次出版了日本人户田翠香编著的《日本商品学》，并规定为学校的教材。

19世纪,在工业革命的推动下,创造了巨大的生产力,给资本主义的发展提供了强大的物质基础。商品经济的发展推动人们对商品研究的范围不断扩大,研究的层次不断深入,促进了商品学的发展,确立了商品学成为一门独立学科的科学地位。19世纪中叶,由于自然科学和技术的飞速发展,不少学者运用物理、化学等方面的研究成果,开展了对商品学的研究,把研究商品的内在质量、确定质量标准、拟定检验和鉴定方法,作为商品学研究的主要内容,在建立商品学的自然科学体系方面取得了显著成果。

第二次世界大战以后,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,各国开设的商品学课程以自然科学和技术科学为主,又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。

一门学科的发展,一方面是靠学科的教育以扩展普及面,使更多的人熟悉和掌握这门学科;另一方面是靠这门学科的科学研究的深入和学科水平的提高而扩展应用面,使其对国家的建设和进步发挥作用。其中包括学术活动,因为它是沟通学术交通,促进学科教育和科学研究活动的有利环境条件。1976年10月8日在奥地利的萨尔斯堡成立了国际商品学会,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。

## 第二节 商品学的研究对象与内容

### 一、商品与商品整体概念

#### (一) 商品的一般概念

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个因素。首先，商品必须能够满足人们的某种需要，即具有有用性，同时还要有为了交换而生产的产品形状、式样、规格等特征，商品的这类特征，表现为商品的自然属性，它构成了商品的使用价值。商品的使用价值是商品社会属性的前提，即商品价值的物质承担者。其次，商品是用来交换的劳动产品，不同的使用价值之间所以能够按一定比例交换，最基本的是因为它们在生产中都耗费了一定量的人类劳动，形成商品的价值。商品的价值用货币来表示，就是商品的价格，表现为商品的社会属性，它从属于商品的自然属性并从中派生。如无自然属性这一前提，则不存在商品的社会属性问题。卡尔·马克思在分析商品时指出：“没有个物可以是价值而不是使用物品。如果物没有用，那么其中包含的劳动也就没有用，不能算作劳动，因此不形成价值。”（马克思《资本论》第1卷第54页，人民出版社1975年版）。

任何商品，对于它的生产者来说，只能占有价值，不能同时占有它的使用价值。相反，对于商品的消费者来说，只能占有使用价值，不能同时又占有它的价值。因此，一切商品都是使用价值和价值的矛盾统一体。

为自己消费而生产的产品，不是商品；为他人生产，但不经交换的劳动产品，也不是商品。因为这类产品，只有使用价值而无价值，不能体现货币形式。所以说，商品是在一定经济条件下产生和存在的历史范畴，是社会分工和产品属于不同所有者的结果。

在商品经济高度发展的现代社会中，工农业生产用的生产资料 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了这一事实后认为，商品应该是一个整体概念，或叫做产品整体概念。它应包括一切能满足消费者某种需求和利益的有形实体和无形服务。前者给消费者带来物质利益和某种需求的满足；后者给消费者带来精神上的满足和信任感。在市场经济条件下，只有这样的商品，消费者才乐于接受，产品才能转化为现实的商品。

概括地说，商品整体概念是指由商品的实体性、实质性和服务性三方面构成的统一体或系统。这三个层次分别称为核心产品、形式产品和附加产品。由以下要素组成：

1. 商品的效用。所谓效用，是指商品能满足买主需求的某种使用价值或功能。它是商品的核心部分，是消费者追求的核心利益，是满足消费需求的中心内容。

2. 商品品质。主要指商品理化性质、技术经济性能、使用寿命等因素。是表明商品内在质量水平的主要标志，它要

求商品不仅具有有用性，而且要具有适用性，是消费者最关心的要素之一。

3. 商品式样。主要指商品的结构原理、造型是否先进，花色是否新颖，它是决定商品吸引顾客能力强弱的重要因素。

4. 商品特点。是指某商品与同类或同种商品比较，所具有的与众不同的优良特征。它在很大程度上决定产品竞争能力的强弱。

5. 商品包装。是商品整体中的重要组成部分，它能强化产品的特征和风格，并具有保护商品、方便购买、促进销售的功能。同样的商品实体用不同的包装，在市场上可产生完全不同的价格，它也是商品价值增值的重要手段。

6. 商品商标。不同厂家的产品是由商标加以区别的，它是企业的一种无形的资源。产品的声誉往往表现为某一商标的声誉。有时某种商品启用全新的商标，可以认为是一种新产品。

另外，商品整体还包括许多无形因素，如商品保证、商品运送、安装、维修等。它们均属于附加产品，体现为商品的服务性，它们是实现商品效用的可靠保证。在现代，消费者对产品的要求日益增高的情况下，购买者十分关心产品的安全可靠。所以说，产品的服务性是满足社会需要的客观要求，在整个产品中绝不是可有可无的，而是商品整体概念中的重要因素。

综上所述，建立商品整体概念，是时代赋予的历史使命，它意味着商品经济的发展又进入了一个新的历史阶段。商品生产者和商品经营者只有掌握了具备以上各种要素的商品知

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。

## 二、商品学研究的对象和内容

### (一) 商品学研究的对象

商品学是研究商品使用价值的科学。

关于商品的价值范畴，如商品价值的形成和实现等问题，是由政治经济学、经济学及有关经济门类学科来研究的。

商品学以商品的使用价值为研究对象，是按照学科形成的分工和社会主义市场经济发展的必然要求，以满足消费者（或用户）对商品的需求为出发点，以商品质量为中心，以商品整体概念为线索，全面分析研究商品的实体性、实质性和服务性。其目的就是为了认识和掌握商品能够满足各种消费效用以及实现这些效用的规律。即从使用价值的角度，研究什么样的商品是最受消费者欢迎的、乐于接受的问题，从而改进商品、更新商品、更好地满足广大消费者对商品效用的需求。

在生产和生活中，人们追求商品的效用是从两个方面展开的。首先是商品的基本的、物质的、实质的效用，它属于商品的自然有用性，包括商品的成分、结构、形状、性质、包装等，是满足使用者在某一方面具体需要的效用。如粮食可以充饥，衣服可以御寒，钢铁可以制造器械等等，来满足人们直接的物质需要。其次是商品所附带的、心理的、官能的效用，它属于商品的社会适应性，包括时代性、流行性、民族性、地域性等，是人们主观价值的体现，处于社会联系之中，受到各种社会因素制约的效用，它能满足人们在精神上

和感情上的需要。如衣物可以美化身体；具有艺术感染力的装潢材料，能使人们感到高贵和舒畅等。可见，商品学研究商品使用价值，就必须从商品的效用入手，并通过对商品整体的分析与综合，全面研究其属性与技术问题。

作为商品学研究的使用价值，必须具备以下三点：

第一，必须是劳动产品的使用价值；

第二，必须对他人有用，是社会的使用价值；

第三，必须通过等价交换让渡给他人，从而成为交换价值的物质承担者。

按以上三点的规定，现代商品学必须在研究使用价值的同时，联系商品的实质性和服务性，广泛地探讨商品在生产领域、流通领域、消费领域以及新产品的开发等各个领域与商品使用价值密切相关的问题，以便发现和解决商品在生产、流通和使用中的运动规律，使商品学成为连接生产技术与商品经济的桥梁，连接工农业生产与商品流通的纽带。归根结底，商品学是一门研究商品使用价值的决定及实现商品使用价值规律的应用技术科学。

## （二）商品学研究的内容

随着我国市场经济的深入发展，科学技术的进步和现代经营管理水平的提高，商品学研究的内容越来越丰富，涉及面越来越广泛。

当前，商品学研究的内容应适应市场经济和改革、开放的需要。充分估计各类商品在国民经济中的地位和作用，为促进生产力的发展，为社会主义现代化经营管理素质的提高，为满足人们日益增长的物质文化需要以及为适应发展国际贸

易服务。在这一大前提指导下，商品学研究的内容必然要从商品的自然属性扩展到社会属性来进行。

按照商品学研究对象的分析，商品的自然有用性是商品使用价值实现的物质基础，商品的社会适应性是商品使用价值实现的必要条件，而商品的自然有用性和社会适应性的综合，构成商品质量。所以，商品质量决定着商品运动的全过程，它是商品学研究的中心内容。

围绕商品质量这个中心内容，商品学研究的具体内容归纳起来主要是：

1. 研究商品的自然属性，诸如商品的成分、结构、外观、性能等，以阐明商品使用价值构成的物质基础、商品质量差异、质变原因与趋势。

2. 研究原材料、工艺过程、流通过程对商品质量的决定和影响，以分析影响商品质量的各种外部因素。

3. 研究商品分类及品种特点，以阐明商品质量的管理和新品种开发的重要性。

4. 根据商品标准研究商品质量的鉴定方法，以便准确地监督商品质量和做好商品使用价值的评价工作。

5. 研究商品的包装、储运、养护技术和方法，掌握商品质量在流通中的变化规律，以便提出维护商品质量的具体措施。

6. 从加速实现商品使用价值和价值的角度研究商品的服务性，阐明商品必须在合理使用条件和使用方法下，才能达到预定的使用效果和使用寿命。

以上提出的研究课题，是随着社会生产力水平的提高，科

学技术的进步,人类生活范围的扩展而不断被开发出来的。商品使用价值领域的不断拓宽和商品质量水平的不断提高,又向着更加高深的层次发展。例如,石油商品不仅是燃料,也是制造塑料、合成橡胶、合成纤维等的重要原料;金属铁可以和其他金属或非金属组成多种用途的合金;食品的营养功能在不断地被发掘;商品的包装、运输和养护技术的不断创新,又直接对商品质量和商品有用性的维护、提高起着重要的作用。因此,商品学研究的内容和领域决不是一成不变地停留在一个水平上,而是要深入探索和发掘,使其更加适应商品经济高速发展的需要。

### 第三节 商品学的任务和研究方法

#### 一、商品学的任务

商品学的任务是由其研究对象和内容决定的,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有关的商品质量的基础上,找出影响质量变化的各种内外因素及规律,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几个专题:

(一)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,明确商品的用途和使用要求,发掘商品的多种用途和利用方法,扩大商品的使用范围,延长商品的使用周期,并据以向消费者科学地、客观地介绍商品,从而为发展生产、扩大经营、开