

第一章 总论

第一节 商品学研究的对象与任务

一、商品学研究对象

(一) 商品的二重性

商品是为交换而生产的劳动产品。商品具有价值和使用价值的二重性。

1. 商品价值。

商品价值，是指人类一般社会劳动的凝结。商品价值是在商品生产中形成的。按照马克思主义观点，商品的价值量是由生产其所花费的社会必要劳动时间所决定的。价值的表现形式是交换价值，即不同商品相互交换的量的关系和比例。人们按照商品价值互相交换商品，实质上是互相交换各自的劳动，交换价值的基础是商品价值。商品价值的本质含义是人们社会生产劳动中形成的，交换价值是劳动量的交换，商品价值是人与人之间的社会关系。因此，商品价值反映了商品具有的社会属性。商品的社会属性是由商品与人、商品与社会之间相关因素决定的。关于商品的社会属性问题，将在以后章节中专门讨论。

2. 商品使用价值。

商品使用价值，是指商品的效用或物的效用，即商品的有用性。马克思指出：“物的有用性使物成为使用价值。但这种有用

性不是悬在空中的。它决定于商品体的属性，离开了商品体就不存在。^①商品使用价值表现在商品体上。对具体商品而言，商品使用价值是指该种商品具有有用性，这种有用性是指商品体自身具有能够满足人与社会生产、生活某种需要的用途与功能。商品的有用性——使用价值，反映了商品的自然属性特征。商品的自然属性特征，是由组成商品体的原材料、化学组成、生产工艺条件、生产技术水平决定的。商品自然属性的标志是商品的品质特性、质量特性、功能用途特性等。

商品价值和使用价值是共存于同一个商品体上的。而且是相互依存的，不可分离的统一体。事实上，没有只有价值没有使用价值的商品，也没有只有使用价值没有价值的商品，这是由商品具有二重性的本质决定的。

商品价值和商品使用价值共存于同一个商品体上，说明商品既具有社会科学的社会属性，同时又具有自然科学的自然属性。

（二）商品的社会效应与商品的时代效应

从研究商品使用价值实现的程度和效果看，反映和实现商品使用价值的标尺是商品的社会效应和商品的时代效应。

1. 商品的社会效应。

商品的社会效应，是指商品对社会的适应性，即社会公众对商品需求与满意程度的评价。实质是反映商品适应社会需要。对具体商品而言，商品的外观、款式（式样或造型）是商品社会效应的外在表现，即指商品适应社会需要的特性；商品质量是商品社会效应的内在反映，即指商品满足社会需要的特性。

2. 商品的时代效应。

商品的时代效应，是指商品适应时代要求特性。或称为社会

^① 《马克思恩格斯全集》第 23 卷，人民出版社 1972 年版，第 48 页。

流行性。它反映的是社会公众对商品的认可与接受程度。它反映时代风貌，表现时代特点，反映商品在某个时期的流行趋势及程度。它具有时限性和区域性特点。

3. 商品的社会效应与商品的时代效应之间的关系。

商品的社会效应与商品的时代效应是相互依存、相互制约的关系，它们之间既有区别又有联系。区别在于：社会效应是指商品的社会适应性，时代效应是指商品的社会流行性。实质是反映和表现商品使用价值的实现程度与效果，两者是相互依存、不可分离的，是共存于商品供求矛盾的统一体中的。

研究商品的社会效应和商品的时代效应，是从商品客体存在动态和效用静态研究商品使用价值的。实际上是研究商品使用价值实现的程度与效果。因此，商品的社会效应和商品的时代效应是衡量商品使用价值实现程度与效果的标尺。

（三）商品学研究的对象

科学研究的目的在于揭示各种事物（现象）的客观规律和解释各种现象。科学研究对象是指观察、思考、研究的客体。毛泽东同志指出：“对于某一种现象的领域所特有的某一种矛盾的研究，就构成某一门科学的对象。”^①科学研究对象的区分，是根据科学对象所具有的特殊矛盾性来确定的。商品学研究的客体是商品，商品的特殊矛盾是使用价值。马克思说：“商品的使用价值为商品学这门学科提供材料。”^②依此，确认商品学是研究商品使用价值的一门科学。商品学研究的对象是商品，是研究商品的使用价值，即研究商品使用价值及影响使用价值实现的相关因素的客观规律。从商品学研究的对象看，可以确认商品学是一门

^① 《毛泽东选集》第 1 卷，人民出版社，1952 年版，第 297 页。

^② 《马克思恩格斯全集》第 23 卷，人民出版社，1972 年版，第 48 页。

既具有自然科学性质、又具有社会科学性质的综合性应用学科。

二、商品学研究的任务

商品学是为商品流通和商品消费服务的一门科学。商品学研究的任务是依据商品学研究对象为基础确定的。商品学研究对象的客体是商品，是研究商品的使用价值及影响使用价值实现的相关因素的客观规律。

商品具有使用价值的基本条件是商品的有用性，商品的有用性是由商品质量决定的。因此，商品质量是实现商品使用价值的基础。商品使用价值是在生产领域中形成的，是通过流通领域进入消费领域实现的。从而表明商品使用价值实现的过程是指商品从生产领域进入流通领域，再由流通领域进入消费领域的全过程。然而从商品使用价值的实现过程看，商品学研究的中心内容是研究商品由生产领域进入流通领域，再由流通领域进入消费领域实现商品使用价值过程中的商品质量鉴定、商品质量评价、商品质量维护、商品贮存与养护及影响商品质量变化相关的自然条件和社会条件等诸多因素的变化规律。依此，确定商品学研究的根本任务是：以提高商品质量为中心，以促进商品生产部门、流通部门为社会提供需要的、消费者满意的、质量合格的商品为目的，实现促进生产、指导消费、推动商品经济发展的根本任务。

为实现商品学研究的根本任务，商品学必须承担以下具体研究任务：

（一）研究商品质量监督与管理

商品学研究商品使用价值的核心是商品质量，商品质量是实现商品使用价值的基础。商品使用价值是由商品质量表现的，商品质量品级是通过商品质量的评价与鉴定确定的。商品使用价值

对于特定的商品体是客观存在的，但在商品生产和流通管理过程中为保证商品使用价值的实现，必须依据商品标准对商品质量进行鉴定、评价、判断与衡量，同时依照法律也必须对商品质量实行监督与管理，维护消费者的权益

（二）研究商品经营技术

商品经营技术，是指商品在流通领域中的经营管理技术商品学研究的商品经营技术，主要指科学的商品储存运输技术、保管养护技术、商品使用维修技术等。

商品流通过程中，在外界条件因素作用下，引起商品霉腐、锈蚀、鼠咬、虫噬等，致使商品由变质损失，失去使用效能，造成经济损失与浪费。为控制与减少商品在流通领域中的损失，提高经营效益，必须把商品经营技术作为商品学研究任务之一。

（三）研究商品促销手段

商品促销手段，是指在商品经营中如何为社会提供所需要的、消费者满意的商品，从维护消费者利益出发，达到引导消费、指导消费的目的而选定的销售手段。我们研究的商品促销手段，必须是维护消费者利益，为消费者负责的、道德高尚的销售手段。在这样的基本思想指导下，选定的促销手段，必须是从指导消费的目的出发，为消费者提供质量可靠的、货真价实的、消费者信得过的商品。这种促销手段，包含着科学、准确、求实地向消费者宣传介绍商品的原料组成、商品质量、商品性能、特点、效用功能、使用方法、保管方法、维护技术等，正确引导消费，促进销售。科学的促销手段，是企业获取信誉、增强市场竞争能力的重要措施。

（四）研究商品售后服务

服务具有价值，但不是物质商品，它是一种产业。服务价值包含在劳务之中，因此，服务本身不是商品。就其实质而言，服

务是为一定的对象在工作；就其性质而言，服务具有它的社会性。从效果上看，服务表现的是社会文明、社会风貌，反映的是社会进步水平；从价值上看，服务价值无法用金钱计算，服务价值潜伏在企业荣誉、信誉、形象之中。因此，服务本身就是质量、层次、水平。

商品售后服务，是指商品售出后，对获得商品的消费者的服务。商品售后服务是为实现商品使用价值而确定的流通领域的最终阶段，同时也是商品进入消费领域中实现商品使用价值阶段对商品质量维护、保养所采取的服务方式。商品使用价值的最终实现阶段是在消费领域中体现，即在消费者那里体现的。事实上，由于多种原因，如消费者对商品的性能特点、使用方法、维修技术不一定掌握和了解，因而许多商品在消费者那里不一定完全地、充分地实现其使用价值。为充分实现商品使用价值，从商品学研究商品角度，应该把商品的售后服务的科学理论与方法纳入商品学研究的任务之中。

（五）研究新产品开发

社会生产的根本目的，在于最大限度地满足人们日益增长的物质和文化生活的需要。随着社会发展和人类进步，人民的生活水平不断提高，社会对商品需求欲望也愈来愈高。人们的消费需求结构，已由简单化、单一化、群体化的单层次，向复杂化、多样化、个性化的多层次转化；人们的价值取向，已由坚固耐用、经济实惠的温饱型，向美观漂亮、高雅舒适的享乐型转化；人们的消费观念，已由花色品种单一、大众化的单元型，向款式新颖、风格独特的多元型转化。在市场经济充分发展的条件下，为满足社会需要，满足市场需求，必须拓宽商品使用领域，扩大商品使用范围，增加商品使用功能。因此，应用新技术，开发新产品是商品学研究的重要任务之一。

（六）研究商品生产与环境保护的关系问题

商品的使用价值表现为物的效用，即指能满足人们的某种需要的有用的物。这种物的效用，必须是为社会、为人类提供健康有利的效用。这里重要的是研究物效用的后效应问题。物效用的后效应，也同样应该是为社会、为人类健康产生有利的影响和效用。这种健康有利的影响和效用，是通过人与环境直接表现的。随着社会的发展，人口不断增加、资源不断减少、人与物的环境保护，乃至整个生态环境的保护问题，将成为人类生存与发展普遍关注的问题。因此，商品学要把人与物的环境保护、生态环境的保护同商品的自然属性与商品的社会效应之间相互依存、相互影响的问题，作为商品学研究的重要课题。这也是社会主义市场经济条件下，物质文明建设和精神文明建设的重要课题，也是加快经济建设发展的至关重要的问题。

从商品学角度，研究商品生产与环境保护的关系，要侧重研究以下几个方面的问题：

1. 商品与人的健康。

在当今社会里，人们的商品意识很强，人们的价值取向、消费观念以及消费结构都发生了很大变化，人们对商品的欲望追求层面也发生了很大变化。从而在选购商品时，多注重于商品外观、款式、形态和色彩美，往往忽视商品的内在质量。如食品商品、烟、酒、糖、茶、饮料等，在生产中为达到刺激消费的目的，竭力对商品外观、款式、色彩、形态进行美化设计，诸如食品商品中添加辅助原料增加色彩用以达到视觉效果。这些辅助材料中如色素等多数是对人体有害的，即便是无害，也是无益的。又如化纤制品中的许多化学成分对人体皮肤是有刺激作用的。由于多元化纤混纺织物的出现，长期穿用化纤内衣，便会影响皮肤健康。所有这些，都要注重物与人的健康的研究。

2. 商品中残留毒物对人健康的影响。

现代化农业为提高单位面积的粮食、作物、蔬菜产量，施用各类化肥；为防止害虫对作物的侵食，同样要施用各种各样的化学农药，虽对害虫能起到杀灭作物，但残留毒物对人畜的危害也是很大的。在许多食品商品中，如粮食、蔬菜、水果在生产过程中由于在农药、化肥作用下，不仅使原料成分受到破坏和改变，而且残留毒物仍然存在。以水果、蔬菜为原料的食品加工过程中对残留毒物的处理不彻底，潜在的残留毒性依然存在，人畜健康直接受到影响和危害。为避免残留毒物对人畜健康的影响，对作物施用农药、化肥时一定要采用科学施用方法；食用施用过农药、化肥的各种作物、蔬菜、水果，一定要认真清洗、消毒；防治作物病虫害，尽量采用对人畜健康影响小、危害少的农药。

3. 商品对环境的污染。

现代社会，人们追求生活高质量、工作快节奏、美化生活方式，精品意识逐渐在加强，喜欢用方便简洁用具。因而诸多的一次性商品包装、一次性餐具以及各种各样的洁净用品等，为满足人与社会需要，便大量涌向市场。但从另外方面看，这些废弃物已直接成为江、河、湖、海和自然环境、生态环境的污染源，对整个绿色环境造成危害，已经形成社会公害。为保护生态环境、自然环境和人类健康，必须研究开发废弃物科学消化处理方法和综合利用途径。

4. 商品包装物对环境的污染。

随着商品生产的发展，商品流通领域范围的扩大，商品包装物的研究开发越来越引起商品生产者、商品消费者的重视。商品包装物对强化商品美、提高人们鉴赏力以及指导消费都有着重要作用。但目前商品包装出现的多层包装、复式包装、复杂包装现象较多，既浪费了材料、又浪费能源，同时又加大商品成本，而

且包装废弃物对环境污染的范围越来越扩大，污染的程度越来越严重，已成为人类生活中的沉重包袱。因此，研究商品包装物对环境污染已成为商品学乃至相关学科研究的重要课题。

三、商品学研究的内容及学科体系

商品学研究的内容是依据商品学研究的对象、任务确定的。

商品学是以商品为研究对象的，而且是研究商品使用价值的一门科学。商品质量是商品使用价值的基础。因此，商品学研究的中心内容是商品质量。即围绕商品质量这个中心内容研究商品质量的形成及其影响因素，研究商品质量标准、质量评价方法、质量鉴定方法，研究商品包装、保管、运输、贮藏、养护、维修及其使用方法等。

从商品学学科性质看，商品学是既具有自然科学属性，又具有社会科学属性的综合性应用学科。从自然科学属性方面说，商品学围绕商品质量中心内容研究商品原材料性质、组成成分、品质特性、功能用途等；从社会科学属性方面说，商品学围绕商品质量中心内容研究与商品质量相关的社会因素，诸如商品的社会适应性、需求变化性、社会流行性、民族性和传统性等等，即从不同侧面研究社会对商品需求与满意程度。

商品学学科体系，总体框架应由商品学总论和商品学分论构成。商品学总论部分即是商品学学科体系框架的主体部分。商品学分论部分即是商品学学科体系的支架部分，包括商品检验学、商品包装学、商品养护学、商品贮运学以及若干分类商品学，如食品商品学、粮食商品学、工业品商品学、日用化学商品学、纺织品商品学、文化用品商品学…，…，等等。由商品学总论和商品学分论构成商品学学科完整的科学体系。

第二节 商品学学科的建设与发展

一、我国商品学发展简史

我国是世界古老文明国家之一，具有 5000 余年的历史，商业的起源也比较早。我国商品学的产生与发展是和我国商业的起源与发展紧密联系在一起。现在，追溯我国商品学发展史是很困难的，只能从部分史料记载中去探求我国商品学发展的粗略概况，还谈不上历史的认证。

据记载，春秋时代（公元前 770～前 476 年间）有师旷曾著《禽经》一书，可算是较早一部有关禽类商品知识的著作了。

晋朝时期（公元 265～420 年）戴凯之著的《竹谱》，是一部有关竹类商品知识的著述。

唐朝时期（公元 618～907 年）是经济繁荣、商业发达时期，茶叶成为贸易交换的主要商品之一。种茶的茶农、经商的茶商，迫切需要了解茶叶的种植、采摘、加工、品质评定、饮用功能及贮藏方法等方面的知识。公元 760 年湖北复州的陆羽著有《茶经》一书。《茶经》分上、中、下三卷十节。主要内容为：一之源，二之具，三之造，四之器，五之煮，六之饮，七之事，八之出，九之路，十之图。该书对种茶、采茶、制茶、茶具、泡茶、饮茶以及茶的功能、特点、作用、识别等方面，作了较为全面叙述。《茶经》便成为我国乃至世界最早的一部茶叶商品学专著。它对推动我国茶叶生产发展和对外贸易都起了积极作用。从 9 世纪开始，我国茶叶生产技术先后传入日本、印度尼西亚、印度、斯里兰卡、前苏联等国。我国在世界上素有“茶叶故乡”之称，陆羽也被誉为“茶的始祖”。

宋朝以后，商品知识著作开始增多，如蔡襄的《荔枝谱》韩彦直的《桔录》。明代医药学家李时珍，一生从事医药采集和研究工作，经 30 多年努力，参考 800 多种有关文献，在实际调查采访的基础上，于公元 1578 年完成《本草纲目》一书，全书共分 16 部，60 类，收录药物 1892 种，是我国药物学、植物学宝贵遗产。公元 1590 年刊印后，有多种外文译本在国外流传日本的《宜禁本草》就是根据《本草纲目》编写的。

18 世纪以后，又有许多商品学著作问世。如 1796 年清朝江西商人吴中孚著《商贾便览》； 1890 年王秉元著《万宝全书》； 1908 年李漱将日本《商品学》译成商品学教材《新译商品学》出版； 1914 年曾慵编著《商品学教本》，盛在珣著《商品学》； 1923 年王溥仁著《商品学》； 1928 年潘吟阁著《分业商品学》； 1934 年刘冠英著《现代商品学》； 1937 年万嘉禾又著《商品研究通论》。这些商品学教材与著作均反映了我国商品学研究的发展历史。

随着商品经济的发展，对外贸易的扩大，为满足商品流通需要，急需培养商品知识专业人才，商品学便以一门独立的学科问世。清朝末年，有人提出创立商学，以之研究商品交易之道。为培养商业人才的需要， 1902 年废除科举制度之后，学校式的商业教育开始出现。当时颁发的商业学堂章程中规定在本科以及中等或初等商业学堂课程中，商品学均列为必修课程之一。商品学随之诞生。1922 年，当时的中国大学第一次开设了商品学课程。从 1936 年起，先后在天津的津沽大学、上海的沪江大学、广州的暨南大学相继开设商品学课程，重点是培养商品检验技术人员。

1949 年，新中国成立后，随着国民经济的恢复与发展，我国的科技教育事业也得到了相应的发展，商品学学科建设发展逐步完善提高。1950 年开始，我国高等财经院校、高等商业院校。

根据专业需要相适应地开设了商品学课程。1951年中国人民大学首先创办了商品学系，开设了商品学研究生班。1959年开始，黑龙江商学院相继设置了日用工业品、纺织品、食品商品、电工商品、机械商品、中药商品、石油商品等专业。当时的湖北财经学院、天津财经学院、大连财经学院、上海财经学院、内蒙古财经学院、安徽财贸学院等院校都设置了相应的商品学专业，开设了商品学课程。全国各省、市相继创办了300余所商业中等专业学校。

50年代末、60年代初是我国商品学学科创建发展的兴盛时期，商品学学术研究空气比较活跃。1961年7月开始，《大公报》开辟专栏进行商品学学术讨论，并刊载许多商品知识；1963年9月，在哈尔滨召开了全国第一届商品学学术讨论会。这次会议在我国商品学发展史上具有重要意义，对推动我国商品学的发展起到了很大促进作用；1964年，在大连召开了全国第二届商品学学术讨论会。

1966—1976年，十年“文化大革命”期间，教育受到严重破坏，商品学学科建设发展同样遭到严重破坏，处于停滞状态。

1977年以后，特别是1978年党的十一届三中全会以后，高等教育得到了恢复与发展，商业高等教育也得到了迅速发展，随之而来的商品学也得到了迅速发展。80年代初，我国商品学学术活动又重新开始活跃起来。1983年5月，天津市商品学会诞生，同年7月在吉林财贸学院举行了第一次东北地区商品学教学讨论会；1984年西安商品学会成立；1985年黑龙江省商品学会成立、内蒙古商品学会成立；1986年河南商品学会成立；1987年上海市商品学会成立。各省市商品学会不定期召开学术讨论会。并于1984、1985、1986年分别在西安、呼和浩特和哈尔滨召开了商品学联合年会。1992年8月，中国人民大学商品学系举办商品

学教学与理论发展研讨会暨第五届全国商品学学术讨论会，会上同时成立了中国商品学会筹备组，同年中国人民大学商品学系正式加入国际商品学会。1995年9月第十届国际商品学学术讨论会在北京中国人民大学举办，同时成立了中国商品学会。

目前，我国已与德国、意大利、波兰、奥地利、日本、韩国等国家的商品学会及高等院校中的商品学教学、科研工作者建立了学术交流与往来关系。

二、国外商品学发展概况

由于各国商品经济发展的情况不同，商品学的起源与发展状况也不同；又由于研究者各自占有的资料以及资料来源不同，因此，对国外商品学发展概况的说法也不相一致，甚至有相悖之处。这里仅就有关国家商品学的起源与发展作粗略介绍。

据日本东京农业大学斋藤进教授著的《食品商品学》一书中提到，日本的商品学是从16世纪开始出现的。有一位名叫直濂道三的医学科学工作者著有《宜禁本草》一书，是日本最早的一部接近于商品学的书。1811年山本世孺编著的《怀山食性》一书，内容有菜、谷、酿造、鸟、兽、鱼、果等7个部分，主要叙述食用性质，属于食品商品学。1849年青苔园编著了进出大坂批发市场商人用的通俗读物图谱，介绍鱼的形状、味道、食用方法等知识。明治以后，1874年日本创办商法讲习所，即日本的第一所商业学校（现在日本一桥大学前身），讲授《物产志》。书中内容采用伊夫《商业博物志》材料，主要讲述按区域划分原材料、动物、植物、矿物、工业用材料、食用原料、药用原料与制品等。明治24年，博物馆的户田翠香出版了《日本商品学》，该书以动物、矿物各论为主体，共分三编，同时包括进出口商品。明治30年代日本高等商业学校派部分教师和学生去比利时的

特卫普学习商业科学；明治 40 年代留学比利时的学生又去德国留学；1890—1891 年间日本商业高等学校规定正规课程开设商品学，并在第一、二学年讲授；1906 年日本出版了《商品学基础教程》、1926 年上坂西三又出版了《商品学概论》。

1793 年，德国的哥登堡大学开设了《工艺学和商品学》课程，任教的约翰·贝克曼教授创建了经济学与商业科学教研室，并著《商品学导论》一书。全书由两部分构成，第一部分以技术学和工艺学为主要内容，第二部分讲述商品的分类、性能、用途、产地、包装等知识。依此，贝克曼被誉为商品学学科的奠基人。贝克曼提出运用自然科学的方法研究商品的性质。

19 世纪产业革命以后，各国商品生产进入社会化大生产方式，对商品原材料的质量鉴别越来越引起生产者、经营者的重视。在商品学研究的内容上，商品鉴定的地位被突出出来。1804 年德国尼恩贝格大学劳克斯教授提出了经济商品学大纲和体系的设想。德国波恩大学朱雷斯·维斯纳尔教授利用显微镜观察、研究、鉴定材料质量。从此以后，自然科学体系的商品学在德国开始形成，并相继传入意大利、俄国、奥地利、东欧各国以及日本和中国。奥地利维茨纳教授运用化学、物理学等自然科学理论和技术研究商品，并发表了著作。这为商品学奠定了自然科学和技术科学体系基础。18 世纪初期到 19 世纪中期，商品学在国外已开始形成成为一门包括工业品和农产品分类与叙述性的学科。1831 年，莫斯科商学院将商品学作为必修课程，1839 年出版了商品学书籍。1860 年吉塔尔教授编写了《商品学教程》。1906 年彼得洛夫和尼基琴斯基创立了食品商品学和工业品商品学，被原苏联称之为本国商品学的奠基人。

第二次世界大战后，与自然科学和技术科学体系的商品学技术学派并立的经济学派，在欧洲一些资本主义国家逐渐形成。当

时一些人主张用经济或技术经济的观点来研究商品与人、经济技术、自然资源以及环境的关系，把商品学归属于经济学科范畴，同时认为商品学具有社会科学性质。1947年以来，出现了《商品经济学》、《经济商品理论学》、《商品销售学》等。近年来，又出现了《销售商品学》、《消费商品学》、《技术商品学》以及各专业商品学。从商品学的研究内容看，越来越广泛；从商品学的研究领域范围看，越来越扩大；从商品学研究方向看，越来越侧重于商品经济管理问题的研究。

日本商品学界认为，商品学仍然要重视自然科学和技术的研究，日本水野良象教授1976年著《商品学读本》中提到：“商品学既不是研究物质的自然科学，也不是研究经济的社会科学，而是这种融合起来的一门科学。”由此，被称为融合派商品学。我国商品学界，多数人主张从自然科学和社会科学两方面研究商品使用价值，并围绕商品质量这个中心研究商品使用价值实现的相关因素。

随着全球经济一体化，国际间的商品交换的范围越来越扩大，国际大市场空间越来越宽广。在商品市场竞争激烈的条件下，贸易活动与往来越来越需要商品学，世界各国都普遍重视商品学的研究。美国、日本、匈牙利、瑞士、波兰、奥地利、原联邦德国等国家都把商品学作为培养经济学家、管理学家的必修课程。

目前，世界上约有30多个国家把商品学作为一门独立学科，进行教学和研究；有150多所高等经济类院校设立了商品系或商品学教研室，开展商品学教学和科学研究工作；原苏联、波兰、保加利亚、中国、越南等国家的40多所高等经济类院校中设有商品学专业；德国、捷克、罗马尼亚等国家在60年代设有商品学专业；日本、西欧等国家，把普通商品学课作为经济管理专的选修课；美国、英国、法国等国家虽没有商品学学科，但在相

关学科中如市场学、商品经营学、营销学、消费科学、家政学等学科中设有商品学内容。

世界各国的商品学学术活动普遍展开，有些国家成立了专门的学术团体。如 1935 年 4 月 4 日日本商品学会（NSG）成立，1959 年奥地利商品学会（OGWT）成立，1963 年波兰商品学会（PTT）成立，1971 年德国商品学会（DGWT）成立，1971 年以色列商品学会（IAME）成立，1977 年比利时商品学会（BIWT、IBTM）成立，1978 年意大利商品学会（SIM）成立，1978 年瑞士商品学会（SGWT）成立，1982 年韩国商品学会（KACS）成立，1983 年匈牙利商品学会（MAM）成立，1990 年罗马尼亚商品学会成立，1990 年保加利亚商品学会成立。

自 1976 年 10 月国际商品学会^①（IGWT）成立后，实现了国际商品学学术交流活动一体化。每隔 2 年召开一次国际商品学学术会议。1978 年 7 月 6 日至 8 日国际商品学会在奥地利维也纳经济大学举办以各国和国际商品学的发展、现状与目标为主题的第一届国际商品学会学术讨论会；1979 年 9 月 19 日至 21 日在比利时根特国立大学举办以商品包装与现代商品学为主题的第二届国际商品学会学术讨论会；1981 年 9 月 20 日至 23 日在波兰克拉科夫经济学院举办以商品学与消费需求研究的合作领域为主题的第三届国际商品学学术讨论会；1983 年 9 月 26 日至 29 日在意大利巴里大学举办以未来的商品开发与商品学的发展为主题的第四届国际商品学学术讨论会；1985 年 10 月 1 日至 3 日在瑞士圣加伦大学举办以商品质量保证与现代商品学为主题的第五届国际商品学学术讨论会；1987 年 8 月 25 日至 28 日在日本千

国际商品学学会地址设在奥地利首都维也纳，第任国际商品学学会会长是奥地利维也纳经济大学 Josef Holzl 教授。

叶商科大学举办以商品研究与商品的生产、流通和消费为主题的第六届国际商品学学术讨论会；1989年8月4日至6日在韩国汉城国立大学举办以21世纪的商品为主题的第七届国际商品学学术讨论会；1991年8月19日至22日在德国巴特赫尔斯费尔特举办以变化中的欧洲商品与技术为主题的第八届国际商品学学术讨论会；1993年8月9日至13日在匈牙利布达佩斯经济大学举办以无环境污染的商品和技术为主题的第九届国际商品学学术讨论会；1995年9月4日至8日在中国北京中国人民大学举办第十届国际商品学学术讨论会。

历届国际商品学学术会议，对商品学学科建设与发展起着重要的推动作用。

第三节 商品学在商业经济中的地位与作用

商品学是一门实践性很强的综合性应用学科。商品学赖以存在和发展的基础是商品经济。商品经济发展的基本条件是商品交换。商品交换是人类生产、生活的需要，商品交换的最终目的是实现商品使用价值。商品学研究商品使用价值，从社会角度看，不单纯是研究物的效用，而且也研究商品在交换过程中实现使用价值的相关因素与条件。因此，商品学在商业经济中占有重要的地位与作用。

一、商品学在商品经营管理中的作用

商品从生产到消费，是经过流通领域实现的。为确保商品从流通领域进入消费领域，商品在流通领域中的经营管理是至关重要的。商品在流通领域中的经营管理是多方面的，从商品学角度