

第一章 商品学的研究对象与任务

第一节 商品学的研究对象与内容

一、商品的概念

(一) 商品的一般概念

商品是用来进行交换的劳动产品，具有使用价值和价值二重性。

商品具有以下特征：一是商品是具有使用价值的劳动产品；二是为了交换，供他人和社会消费的劳动产品；三是商品通过交换，使其使用价值和价值得以实现；四是商品要满足人和社会的需要。

商品的种类繁多，既包括物质商品，如生活资料和生产资料，也包括知识商品，如科学技术商品、文化艺术商品、信息商品等。商品学研究的主要侧重于生产劳动所创造的物质商品，尤其是与人们生活密切相关的消费品商品。

(二) 商品的整体概念

消费者购买商品，本质上不是购买商品，而是购买一种需要。如人们购买衣服，是为了遮体御寒、美观散热；购买苹果不是想拥有它，而是因为它能满足人们的胃口，能给人体提供所需的营养素。消费者的这种需要，不仅体现在商品消费时，而且还表现在购买和消费商品的全过程。综合来说，商品不仅是使用价值和价值的统一，而且还是有形体和无形服务的统一。商品中能给人们带来实际和心理利益的部分，构成了商品的整体。

商品的整体概念包含三层含义：一是实质性，即商品所具有的满足某种用途的功能，是商品的核心部分，如电视机再现理想电视图像和伴音的能力。二是实体性，即商品的具体形态，如商品的成

分、结构、外观质量、商标、包装等是商品的形式部分。三是延伸性，即商品给消费者带来的附加利益，如商品信息咨询、送货、安装、调试、维修、质量保证等是商品的附加部分。

二、商品学的研究对象

（一）商品学的研究对象

商品学是研究商品的科学，着重从商品的使用价值方面来研究商品，因此，商品学的研究对象是商品的使用价值。

（二）商品使用价值的概念

商品使用价值是由商品体的属性所限制的，离开商品体就不存在了，因此，商品学必须从商品体的属性来研究商品的使用价值；另一方面，商品的使用价值是满足他人和社会的使用价值，所以，在研究商品使用价值时，还要研究商品体满足人和社会需要方面的特性。

具体来说，商品的使用价值，是指商品的有用性，也就是商品满足人和社会的需要性。研究商品的使用价值，不仅要研究商品的成分、结构、外型、化学性质、生物学性质和物理学性质等商品的自然属性，还要研究商品的流行性、时代感、地区性、民族性和经济性等商品的社会经济属性，满足人和社会在商品方面的物质需要和精神需要。

商品体有多少种自然属性，就可能有多少种使用价值，例如煤既可作燃料，又是极具经济价值的化工原料。商品的自然属性不同，它们的使用价值就不同。例如面粉和钢铁它们的自然属性各异，因此使用价值截然不同，在不同的社会经济条件下，即使同一商品也会出现不同的使用价值。例如绿色，在我国象征着生命，而在西欧葬礼时用绿色树叶铺地，所以忌用绿色地毯；再如我国以前，吃饱穿暖，坚固耐用的商品使用价值最大，而现在是营养、舒适、美观、体现个性风度的商品更具有使用价值。特别值得指出的是，商品的使用价值，是随着科学技术的发展和人们经验的不断丰富而陆续被发现的。

准确、全面地理解商品的使用价值 运用商品使用价值学说指导商品的生产、经营和消费 对发展社会主义市场经济 具有重大的现实意义。商品使用价值是一个动态的、综合性的概念 它随着技术的进步、社会经济的发展而发展。商品自然属性的相对稳定性和社会经济属性的相对变化性 决定着我们的商品生产、经营者要不断调整产品的结构,一切从市场出发 从消费者需求出发 注意适销对路 使企业主观上求利润和客观上生产、经营具有社会使用价值的商品有机地结合成一体。

三、商品学研究的内容

(一) 商品学研究的中心内容

商品学的研究对象是商品的使用价值 即商品的有用性 我们用商品质量的高低来表示一个商品的有用程度,反映商品满足人和社会需要的程度。由此可以推出,商品质量是商品使用价值的集中反映 商品使用价值的大小是用商品质量来衡量的。因此 商品质量是商品学研究的中心内容。

(二) 商品学研究的具体内容

商品学研究的具体内容,一般可分为两大部分。一是《商品学概论》 主要包括商品学的研究对象与任务、商品质量、商品的成分、结构、性质及特征、商品美、商品标准、商品包装、商品质量的检验与评价、商品信息、商品分类、商品的储存和养护、商品的使用和维护等商品学基础理论方面的问题 另一部分是《商品学分论》 主要包括各大类商品的成分、结构和性质、生产工艺、工作原理、功能用途、分类品种、质量要求、检验与评价、包装储运、使用维护等商品学应用方面的问题。

概括来说 商品学的研究内容不仅研究商品体本身 还包括商品与人 商品与时代 商品与环境 商品与商品诸方面的问题。

第二节 商品学的研究任务与方法

一、商品学的研究任务

(一) 商品学研究的一般任务

商品学的任务是，分析和阐明商品的有用性，研究商品使用价值的构成要素，以便科学而全面地检验和评价商品质量；研究商品的种类和分类方法、质量管理，以适应商品管理现代化的需要；根据商品在流通中的变化规律，研究确定商品最适宜的包装、运输、储存、养护技术和方法，从而保护商品，降低损耗，提高经济效益；根据商品的性能，提出商品的合理使用条件和方法，以保证商品使用价值的充分实现；探明提高商品质量和扩大商品品种的途径，发掘商品的多种用途和方法，扩大商品的使用范围。

(二) 商品学研究的总任务

总的来说，商品学的任务是阐明商品质量形成、评价、维护和实现的内外因素及规律，解决与商品质量密切相关的问题，使商品的使用价值得以充分实现，满足人们不断增长的物质文明和精神文明的需要，不断提高企业的经济效益和社会效益。

二、商品学研究的方法

(一) 科学实验法

科学实验法是在实验室内运用一定的测试仪器和设备，对商品的成分、构造、性能等进行理论分析鉴定的研究方法。此法具有良好的控制和观察条件，所得的结论正确可靠，是分析商品成分，鉴定商品质量，研制新产品的常见方法。这种方法需要一定的物质技术设备，投资较大。

(二) 现场实验法

现场实验法是通过一些商品专家，或有代表性的消费者群，凭人体感官的直觉，对商品质量作出评价的研究方法。这种方法的

正确程度受参加实验者的技术水平和人为因素的影响，但简便易行。许多商品的质量评比，一些新产品的试穿、试戴、试用都采用这种方法。

（三）技术指标法

技术指标法是一种在科学实验的基础上，对一系列同类商品，根据国内或国际生产力发展水平，确定质量技术指标，供生产者和消费者共同鉴定商品质量的方法。这种方法有利于促进商品质量的提高，但确定各类商品的质量指标是一项复杂而巨大的工程。

（四）社会调查法

商品的使用价值是一种社会性的使用价值，全面考察商品的使用价值需要进行各种社会调查，特别是在商品不断升级换代，新产品层出不穷的现代化社会，社会调查显得更加实际和重要，其具有双向沟通的重要作用。社会调查法主要有，现场调查法、调查表法、直接面谈法和定点统计法等。

（五）对比分析法

对比分析法是将不同时期、不同地区、不同国家的商品资料收集积累加以分析比较从而找出提高商品质量增加花色品种拓展商品功能的新途径。商业部门可以利用联系面广，信息来源多的特点，运用对比分析法正确识别商品，促进生产部门改进产品质量，实现商品的升级换代，更好地满足广大消费者的需要。

（六）系统分析比较法

商品的研究还须考虑到商品与环境，商品与人，商品与国民经济的关系，是一个复杂的系统的工程，单从一个方面或几个方面来研究，有时难免有偏差，只有把商品作为一个小系统，放在社会这个大系统中加以分析、研究和考查，才能得出一个全面、公正的结论。

第三节 商品学的发展概况和学习意义

一、学习商品学的意义

(一) 有利于改善企业的经营管理

企业生产、营销的是商品，商品的生产经营者，若不懂商品学，就好比医生不懂药品一样，无法有效地开展工作。只有对商品质量的各个方面有了切实的掌握，才能在工作实践中敢于花大力气开发和采购适销对路的商品，制定合理的商品价格，实施正确的生产经营决策。科学地营销商品，做好财务分析、储存运输等工作，提高企业的经济效益。

(二) 有利于把好商品质量关

商品学是研究商品质量及其有关问题的科学，学习商品学，有利于科学而全面地检验和评价商品质量，严把质量关，杜绝假冒伪劣商品进入市场，树立企业信誉，维护企业、国家和消费者的利益。

(三) 有利于科学指导消费

正确地宣传、解释商品的用途及使用知识和方法，正确地回答消费者提出的问题，有利商品的使用价值充分实现。

(四) 有利于社会主义市场经济的发展

不管是宏观的国民经济学，还是微观的家庭经济学，都是建立在商品这一基础上的。阐明和认识各类商品的作用和地位，使有限的家庭收入，满足人们对商品的需求；使有限的自然资源满足人和社会对商品的需要，并达最佳效果，将促进我国生产力的发展和人民生活水平的提高。

二、商品学的发展概况

(一) 商品学的起源和诞生

商品学的产生可以追溯到公元八世纪陆羽的《茶经》。公元十世纪阿拉伯人阿里·阿德·迪米斯基 (Ali - ad - DiMisPui) 的《商业之美》等著作。《茶经》详细论述了各种茶叶的形状、品质、产地、采

制、烹饮方法、用具 还对茶叶的评审、用途及贮藏方面的知识作了专门介绍。可以说《茶经》是世界上最早的商品知识方面的专著。随着社会经济的发展 这方面的知识越来越受到人们的关注,十六世纪李时珍的《本草纲目》意大利 F·波那费德教授的《生药学》等一大批具有各类商品知识的书应运而生,相继问世。

德国的约翰·贝克曼 (Johann Beckmann) 教授 1772 年首次在德国的格廷根大学讲授商品学课程,并在 1793 年出版了《商品学导论》一书 从自然科学的观点系统地研究了商品学 主要内容有商品生产工艺、加工方法、商品分类、产地、性能、质量特性、鉴定、包装、保管、主要市场等知识 创造了自然科学的商品学体系 使商品学成为一门独立的学科。因此,贝克曼被誉为商品学的创始人。

(二) 商品学的发展

贝克曼创立商品学后,十九世纪中叶 奥地利维也纳大学威茨纳 (J·V·Wiesner) 教授 利用物理学、化学方面的成果 特别是利用显微镜研究植物性商品原料的结构,鉴定商品质量,并于 1873 年编著出版了《植物性原料商品学》 使自然科学商品学进入材料学或鉴定论商品学时代。1945 年以后,世界各国的商品学学者在自然科学的基础上 从技术、经济和社会诸方面研究商品使用价值和评价商品质量,使商品进入现代商品学时代。

现代商品学产生后,在其发展过程中逐渐形成了两个研究方向,一个是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 被称为自然科学与技术学学派;另一个主要是从社会科学和经济科学的观点,特别是从市场营销和消费需求的观点 来研究商品的使用价值、质量及其相关问题 被称为社会经济学派。随着社会经济的不断发展,国际间交往的日益增多,各国的商品学者越来越认识到,着重从自然科学与技术学或社会经济学方面来研究商品使用价值是不够的。目前,各国商品学学者认为,现代商品学是自然科学和技术学与社会学 and 经济学融合起来的综合性应用科学 必须从技术、经济、社会、市场和消费需求

等方面系统地研究商品的使用价值和全面地评价商品质量，这一观点已日益为社会所接受，成为商品学研究的主流。

1976年10月，国际商品学会（TGWT）在奥地利正式成立，会址设在维也纳，并每两年举办一届国际商品学学术讨论会。我国于1987年开始派代表参加国际商品学学术研讨会，并于1992年加入国际商品学会，1995年中国人民大学举办了第十届国际商品学学术研讨会。

商品学的研究和发展与商品生产和社会经济的发展、不同历史时期社会的实际需要是紧密相连的。例如我国在计划经济时期，商品短缺，商品由政府统购统销，商品学重点研究商品使用价值和商品质量的自然属性及技术性能；在社会主义市场经济的今天，商品较为丰富，商品学在研究商品使用价值和商品质量的同时，还必须考虑消费者和市场的需求。因此，商品学理论体系要在原有基础上，随着科学的进步、社会经济的发展而不断完善。

思考练习题

1. 商品学的研究对象是什么，你对商品学的研究对象是如何理解的？
2. 商品学的研究内容有哪些，为什么说商品学研究的中心内容是商品质量？
3. 商品学的研究任务是什么，怎样研究商品学？
4. 学习商品学，对我们今后工作有何意义？

第二章 商品质量

第一节 商品质量的概念和意义

一、商品质量的概念

商品学是以商品质量为中心内容来研究商品使用价值的科学。质量在国际标准 ISO8402-86 的定义为：产品或者服务满足规定或潜在需要的特征和特性的总和；我国国标 GB6583·1-86 的定义是：产品、过程或服务满足规定或潜在需要的特征和特性的总和。以上两定义是一致的，对有形商品来说，它包括了商品的适用性和满足性的全部内涵。因此，可以把商品质量的定义概括为：在一定的使用条件下，适合其用途所需的，满足规定和消费者需要的各种特性的综合。也就是说，商品质量是有条件的，是具备适用功能、满足规定及其消费者需要程度的一个综合性概念。

例如一台电视机，在额定的电压、电流频率下及正常的收看环境中，不仅要求图像清晰、色彩逼真、伴音优美动听、安全可靠，有一定的使用寿命，还要求外形美观、操作方便、经济实惠、信誉好、销售环境和售后服务良好等。

商品质量是一个动态的概念，其表现在具有时间性、空间性和消费对象性。不同的时代，不同的地区，不同的消费对象，对同一商品有不同的质量要求，并随着科技进步，生活水平提高和社会的发展而不断变化。

商品质量包括狭义的商品质量和广义的商品质量。狭义的商品质量主要是指产品与其规定标准技术条件的符合程度。它以国家有关标准或订购合同中的有关规定作为最低技术条件，是商品质量最基本的要求和合格的依据。广义的商品质量是指在一定使

用条件下，适合其用途所需的各种特性的综合及其满足消费者需求的程度。这与商品经济的发展，消费者的需求是一致的，是社会主义市场经济的市场商品质量。例如以前我国消费者对商品的要求主要注意实用价值，现在对商品既要求实用价值又要求审美价值。人们在消费商品时，获得物质享受的同时，还要求能获得一定程度的精神享受，并且随着生活水平的提高，这方面的要求越来越强烈。

二、商品质量的构成

（一）在表现形式上由外观、内在和附加质量构成

商品的外观质量，主要指商品的外部形态以及通过人们的感觉器官所能直接感受到的特性。如商品的式样、造型、结构、色泽、气味、食味、声响、规格、尺寸、大小、轻重等。商品的内在质量是指通过测试、实验手段所能反映出来的商品的特性或性质。如商品的物理性质、化学性质、机械性质以及生物学性质等。商品的附加质量，主要是指商品的信誉、经济性、销售服务等。

商品的外观质量、内在质量和附加质量三者共同构成商品的总体质量，对不同种类的商品，三者可有侧重；商品的内在质量往往可以通过外观质量表现出来，并通附加质量得到更加充分的实现。

（二）在形成环节上商品质量由设计、制造和市场质量构成

设计质量，是指在生产过程以前，设计部门对商品品种、规格、造型、花色、质地、装潢、包装等方面设计过程中形成的质量因素；制造质量，是指在生产过程中所形成的符合设计要求的质量因素；市场质量是指在整个流通过程中，对已在生产环节形成的质量的维护保证与附加的质量因素。

设计质量是商品质量形成的前提条件，是商品质量形成的起点；制造质量是商品质量形成的主要方面，它对商品的各种性质起着决定性作用；市场质量是商品质量实现的保证。

（三）在有机组成上，由自然、社会和经济质量构成

商品自然质量是商品自然属性给商品带来的质量因素；商品社会质量是商品社会属性所要求的质量因素；商品的经济质量是商品消费时投入方面所要考虑的质量因素。

商品的自然质量是构成商品质量的基础，商品的社会质量是商品质量满足社会需要的具体体现，商品经济质量则反映了人们对商品质量经济方面的要求。

三、提高和保证商品质量的意义

（一）有利于企业经营管理水平的提高

企业经营管理水平的提高和经营管理制度的完善，在很大程度上是通过组织本企业或本系统优质产品的生产过程、销售过程和服务过程而建立起来的，这些工作涉及到企业内部各个部门和各个工作环节，这就必须依靠各个方面协调一致和互相配合才能完成。由此可见，企业商品质量的提高和保证，会促进企业规章制度的完善和经营水平的提高。

（二）有利于社会财富的增加和人民生活水平的提高

商品质量好，满足人和社会需要，能使人类资源得以充分利用，生产效率得到有效提高，等于增加和创造了社会财富，还有利于家庭幸福和社会安定。

（三）有利于国民经济的发展

商品质量的高低是一个国家经济、科技、教育和管理水平的综合反映，已成为影响国民经济和对外贸易发展的重要因素之一。商品质量好，增强了我国商品出口创汇能力，能提高我国的政治地位和民族自尊心，有利于国民经济的发展。

现代经济是竞争的经济，市场竞争归根结底是商品质量的竞争。质量第一是我国的一项长期战略国策，质量兴国是我国的必由之路。商品质量既是一个经济问题，也是一个社会政治问题。提高和保证商品质量，是满足人民生活水平日益提高和社会不断发展的需要。

第二节 商品质量的基本要求

一、食品

(一) 食品的营养价值

食品的营养价值主要表现在,供给人体能量,形成细胞组织,调节人体各种生理代谢。因此,食品的营养价值包括食品的营养成分、可消化率和发热量三项指标。食品的营养成分主要指碳水化合物、蛋白质、脂肪、维生素和矿物质等。不同食品,营养成分不同,其营养功能也不一样。各种主食食品,如粮食、食用油脂是人体热量的主要来源,而蔬菜、水果、肉类、鱼类、蛋类、乳类及其加工制品等副食品则对人体发育,调节代谢起主要作用。可消化率是指食品在食用后,人体能消化和吸收的程度。如动物蛋白质人体消化吸收可达 90% 以上,而植物蛋白(大豆蛋白除外)人体消化吸收只有 67% 左右。发热量是每克营养素在人体内的产热量。例如三大营养素每克的产热量分别是,碳水化合物 16 千焦耳,蛋白质 16.18 千焦耳,脂肪 38 千焦耳。一般来说,能量满足人体需要,体重维持不变;能量不足,体重减少,严重时贫血;能量过剩时,体重增加,所以人体需要从多种食品中获取各种营养成分,以维护健康;人体还应吸收所需的热量,以维持正常体重。

(二) 食品卫生无害性

食品卫生无害性是指食品中不应含有或不超过允许限量的有害物质和微生物等。这是食品的起码条件。因为食品卫生关系到人民的身体健康和生命安全,甚至还会影响到子孙后代。因此,食品必须符合卫生的有关规定和标准,若超过规定的要求,他的质量要求随之失去意义。食品中有害物质的来源,通常有,食品自身产生的毒素,生物对食品的污染,加工中混入的毒素,保管不善产生的毒素,环境或化学药品造成的污染。

(三) 食品的色、香、味、形

食品的色、香、味、形是指食品的颜色、香气、滋味和外观形状。它是评定食品新鲜程度，或熟度，加工精度，品种特点以及质量变化状况等的重要外观指标。这个指标是人们可以从直观上判断的感官质量，是选择食品时首先接触的重要问题。色、香、味、形俱佳的食品，能促进人们的食欲，有助于提高食品的可消化率。巴甫洛夫把食用前引起消化液分泌称为“反射相”分泌，当食品接触到消化器官后所引起的消化液分泌称为“化学相”分泌，两者结合起来就能产生旺盛的食欲，从而使食品中各种营养成分得到比较充分的消化和吸收。

食品的色、香、味、形也是食品美方面的基本要求。如食品具有悦目的颜色，诱人的香气，可口的滋味，赏心的形状，不仅能满足人们的味觉享受，而且能同时作用于人的视觉、嗅觉，乃至听觉，给人以联想，启迪人们的美感，从而产生良好的心理效应。

二、纺织品

(一) 原材料选择适宜

纺织品商品的性能和外观特征，主要由其所用的原材料决定的。纺织纤维的种类、质量、混纺比，纱线的种类、质量，都对织物的性能有重要的影响。此外，织品中其它成分的含量，对织品的质量也有重要影响。如本色棉布的浆料，毛织品植物杂质和脂肪，以及织品织造中遗留的甲醛硫等，这些成分不仅严重影响着织物的性能，而且容易引起贮存过程中的质变，有的还影响着人体健康。因此，在选择原材料时不仅要选用合适的纤维材料和纱线，而且还要限定材料中杂质成分的含量。

(二) 组织结构合理性

织物组织结构，主要包括织纹组织、织品的重量和厚度、织物的紧度和密度、幅宽、延长及织物歪斜等。如果组织结构不当，既影响外观，又影响机械性能。因此要根据原材料性能、使用特点和消费心理变化等，做到科学合理、舒适美观。

（三）机械性能优良

在外力作用下，织物产生的应力与形变之间的关系，统称织物的机械性能，织物的机械性能不仅与其耐用性有密切关系，而且某些机械性能还直接影响着织物尺寸的稳定性和手感风格。

（四）服用性能好

要求织物在穿用过程中舒适、美观、缩水率、刚挺度、悬重性和卫生性能符合规定的标准。此外，少起毛球、花型、色泽、色牢度以及外观疵点处理方面，也是服用性能的基本质量指标。从质量的社会属性来说，还要求纺织品的服用性能具有时代感，流行性和美观艺术性。纺织品只有满足人们心理上的需要，具有时代特征，才能在市场上流行，才能被人们接受和喜爱。例如有些时装，流行时千儿八百元很抢手，过时后，价格一落千丈也少有人问津。因此，纺织品的色泽、图案、花纹、款式等的设计，要充分考虑有关社会因素。

三、日用工艺品

（一）适用性能好

适用性是指满足这种商品重要用途所必须具备的性能，它是构成这种商品使用价值的基本条件和评定其质量的重要方面。例如钟表要走时准确，保温瓶必须保温，电视机要求图象清晰、伴音优美动听等。

（二）卫生安全性

卫生安全性是指商品在使用时，有关保护人身安全和人体健康所需要的各种性质。例如盛放食物的器皿、化妆品、玩具等商品应具有无毒性和无刺激性；电器商品应具有防人身触电、防引起火灾，防损害人身的安全措施。从现代观念来考虑，卫生安全性还要求不污染环境，不会造成火灾等。

（三）坚固耐用性

坚固耐用性是指商品在使用时抵抗各种外界因素对其破坏的能力和对其适用性的影响，它反映了日用商品的耐用程度。皮革、

橡胶常用强度和耐磨性来评定其坚固耐用性，电器商品往往用使用寿命和可靠性来反映其耐用性。要求商品坚固耐用，是消费者的普遍愿望。但对某些商品和不同的消费水平具有一定的弹性，只要到达物尽其用即可。

（四）结构合理与外观完好

造型结构主要指商品的形状、大小、部件装配等。如造型结构不科学合理，直接影响着日用品的适用性和坚固耐用性。商品的外观疵点，不仅严重破坏了商品的美观，并直接影响着商品的适用性和坚固耐用性，有些商品的外观疵点还反映了商品的变质情况。

（五）舒适美观性

商品的外观艺术性是通过商品的造型、款式、装饰、色泽、花纹、图案等来体现的，它是日用工业品商品美观性的基本要求，商品美观性方面的指标已成为人们评价商品质量的一个重要组成部分。例如有些灯具，就其照明和美感来说，后者几乎成了这种商品的主要质量要求。商品的舒适性是指商品造型、选材等满足人体运动生理学的要求，有益于人们的活动和健康等。

四、生产资料商品

（一）工业生产资料商品

燃料、原料、材料是用于工农业生产的最基本原材料，性能各异，用途广泛。对它们质量的基本要求是，有效成分稳定性高，杂质含量低，实用性强，理化指标符合标准规定等。

工业生产资料中的工业成品品种多，规格杂、用途各异，对其具体的质量要求应视其品种和用途加以确定。对其质量的基本要求是应符合先进的科学技术指标 结构合理 坚固耐用 安全卫生和外观适宜等。

（二）农业生产资料商品

化肥和农药要求高效低毒，其质量总的要求应着重于它们的效能，要求有效成分含量高，施后见效快，对人畜及农作物要安全，不损害和破坏土壤，有害成分少。同时，还要重视其包装质量，防

止破包散漏，并要求适用性好。

农用机械和农具商品要求轻便耐用 形状、尺寸、规格灵活多样 适应我国各地区地形、农民的习惯。因此 它们除要求实用性能好、适用性强、坚固耐用、结构合理外 还要求成龙配套 在零部件方面要实行标准化、通用化、系列化 以便于使用维修。

对生产资料来说 还要求式样、造型和色泽与商品的用途相适应 符合人们的生产习惯 美观实用 供应适时 交货及时 不误生产季节 对有些商品的包装规格 要适应各地人们的生产习惯和实际需要；有的商品还需要签订质量保证合同。

商品质量除上述基本要求外，还包括商品经济质量的基本要求，主要有商品的成本，使用费用和商品寿命等。对消费者来说，商品的购买成本 包括商品的运输、安装、配套等费用 使用费用一般包括水、电、气、煤、油的能耗 维修养护费用 学习操作费用 商品使用后放置和安装占用的地面和空间位置等；商品寿命包括商品的自然寿命和社会寿命，一般来说 商品寿命短 则意味着商品经济质量低。因此，商品寿命短的商品，只要求适宜的坚固耐用性 以提高商品经济质量。

商品质量的各项基本要求 并不是孤立的、静止的、绝对的 特别是对某一种商品提出具体质量要求时，不仅要根据其不同的用途进行具体的分析 而且还必须与社会生产力的发展、国民经济水平以及人们的消费习惯相适应。

第三节 决定和影响商品质量的因素

一、生产过程

商品的各种有用性是在生产过程中形成的，对加工制造商品来说 商品的设计、原材料、生产工艺、设备、操作技术、检验管理水平对商品的质量起决定性的作用 对于农副产品 其品种、饲养方法、栽培条件、生成条件和收获方法对其质量起决定性作用。

（一）产品设计

产品设计是形成商品质量的前提，产品设计包括使用原材料配方、产品的结构原理、性能、型式、外观结构及包装装潢设计等。原材料配方对产品的内在质量有很大的影响，即使原材料的质量完全相同，由于用料比例不同，生产出来的产品在质量上也有差别。产品的结构原理、性能、型式的设计直接影响到商品的功能和使用价值；产品的外形结构和包装装潢主要从外观上影响商品质量。如产品设计质量不好，会给商品质量留下许多后遗症，设计出了差错，制造工艺再高超，生产操作再精细，也生产不出合格的商品来。

（二）原材料

主要表现在对商品的成分、结构、性质等方面所引起的差别。例如用含蛋白质较多的小麦酿造啤酒，可能使啤酒的稳定性降低；生产玻璃采用的硅砂中含铁量较高，就会影响商品的色泽和透明度。因此，在研究商品质量时，应该了解这种商品所选用原料的成分、性质和结构对制品的影响，才能进一步分析商品质量的各种特点，寻求提高商品质量的途径。在分析原材料质量对商品的质量影响的同时，还要考虑合理利用原材料的问题，但决不能把节约原材料同保证和提高商品质量对立起来，只有在保证和提高商品质量的基础上，节约原材料才有意义。

（三）生产工艺

虽然原材料相同，若采用不同的生产工艺，不仅商品数量上可能出现差异，而且商品质量也会有高低悬殊。如猪皮革毛孔粗大，若加以表面美化处理，就可以改进猪皮革制品的外观质量；酿酒时，同样的五谷杂粮，酿造方法不同，可以得到清香型、浓香型等风格各异的酒来。

（四）商品包装

商品包装与装潢是构成商品质量的重要因素，良好、合理的包装与装潢，有利于流通过程中对商品的储存养护，保护商品质量；