

第一章 商品学的研究对象与发展简史

第一节 商品学的研究对象与任务

一、商品学的研究对象

商品学是一门独立科学，具有自己特定的研究对象。商品学的研究对象是商品的使用价值。

商品学顾名思义是研究商品的科学。商品具有使用价值和价值。商品的价值多归属于经济类有关学科的研究范畴，而商品的使用价值则是商品学的研究对象。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因此商品学是研究商品使用价值的一门科学。商品学主要研究商品使用价值在流通过程和消费过程中的评价、维护和实现。商品学是在商品使用价值和商品价值的矛盾和统一中研究商品的使用价值。故此商品学是一门服务于经济和管理的、包括自然科学知识和社会科学知识的综合性应用科学。

商品的使用价值是指商品的有用性。商品的有用性是由商品本身的属性所形成的。马克思的著作中有很多关于商品使用价值的精辟论述。马克思说：“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。”^②马克思还指出：“使用价值表示物和人之间的自然关系，实际上表示物为人而存在。”^③商品的属性构成了使用价

①② 马克思，马克思恩格斯全集，23卷，北京：人民出版社，1972.48页

③ 马克思，马克思恩格斯全集，19卷，北京：人民出版社，1963.405页

值的基础。研究商品的使用价值，必须从与商品有用性相关的属性着手，探讨有关的理论问题。这些属性既包含了商品的自然属性，如商品的成分、结构和性质等；也包含了商品的社会属性，如商品的美学质量及其评价等。

实质上，商品使用价值是商品属性与人和社会需要之间的满足关系。或者说商品所具有的在市场交换中得以承认的物对人的有用性。

商品使用价值的特征主要表现在以下的几个方面。

（一）物质性

商品的使用价值，必须依托于客观存在的物体，如各种有形的物质商品，以其种种属性构成使用价值的基础。离开了物质的商品体，物的有用性便不存在。商品的使用价值还可以通过物的特殊形式而表现出来，如技术商品、信息商品等无形的特殊商品，以图纸、文字、符号依附在一定物品上的有序定规排列，表达其非同凡响的内容和意义，体现其种种属性。因此，商品的使用价值具有明显的物质性。

（二）效用性

商品的使用价值指商品的有用性。这种物对人的有用性可以表现为两个方面。

1. 物质效用。也称功能效用，指商品能满足人的物质生活需求的有用性。通过直接的形式（商品的使用或最终消费）和间接的形式（商品的生产、销售和消费），满足人们种种吃、穿、住、用和社会交往的要求。这一方面的有用性，对于具体的商品来说，人们彼此之间的看法和评价比较一致。

2. 精神效用。也称文化效用，指商品满足人的精神生活需求的有用性。通过对商品直接的享用、穿着、观赏等，使人们精

神上或心理上产生种种欢愉、喜悦的感受和冲动。商品表现为精神效用这一方面的有用性，人们彼此之间的看法和评价可能不一致，甚至完全相反。主要受社会文化传统影响而称其为文化效用。商品可以单独具有其中一种效用，也可以兼具两种效用。

（三）社会性

物对人的有用性中，人的涵义主要指人群或群体的人。商品是有目的有规律的劳动产品。是为他人需要而生产，必须进入市场，通过交换活动达到最终消费来实现其使用价值。因此，物的有用性必须是得到社会承认的，至少应有相当人群的认可和接受。这种使用价值的社会性具有传递性和继承性的内涵，使得商品的消费，尤其是生活资料商品的消费，呈现出浓烈的商品文化。使用价值的社会性还具有可诱导性或可转移性的内涵。使得消费潮流得以引导和产生，使得商品在市场上的竞争激烈而又丰富多采。

（四）实践性

商品的使用价值必须在使用或消费中方能最终实现。没有最终的使用或消费，无所谓商品的使用价值，或者说只是一种臆测的、主观估计的、潜在的使用价值，而不是真正的使用价值。因此必须重视消费需求的变化对商品供给的影响，不符合消费需求的商品将积压滞销，商品使用价值也将逐渐消亡。另一方面，也必须重视商品总量的变化和品种变化对消费需求的作用。供不应求时，商品质量评价重要性下降，消费者只希冀占有和使用商品而降低对其有用性的期望值。而供过于求时，对商品有用性的期望值也随之增加。因此，商品的使用价值具有显著的实践性特征。

二、商品学的研究内容

商品学研究商品的使用价值是以商品的属性为主要依据。研究商品的属性又是围绕着商品质量这一中心内容来进行的。因此，商品学研究的中心内容是商品质量。与商品质量密切相关的问题，如商品的性状等自然属性，商品标准，商品分类，商品包装，商品贮存，以及商品的使用条件及废弃处理等，构成了商品学研究的基本内容。

商品质量是商品使用价值的表征。通过商品质量反映不同时期、地域、人群对商品使用价值的看法和评价。商品质量还将商品使用价值与商品价值联系起来。因此，商品质量是商品学研究的中心内容。围绕着商品质量及其变化规律而开展对商品使用价值各方面的研究。商品的质量要求是根据商品的用途、商品的特征而提出来的。因此是商品学研究内容的重要方面。商品分类是研究商品的重要方法，为了深入研究各类商品的质量，必须研究商品的科学分类。商品设计、原材料、生产工艺等对商品质量的形成有决定性的影响。商品包装、商品储存对保护商品质量有重大作用，因此成为商品学研究的基本内容。商品标准、商品鉴定是评价商品质量的依据和手段，也就成为商品学研究的技术问题与基本内容。但商品学不是上述内容的简单堆砌，而是将这些内容有机地结合起来，形成独特的理论内容，阐明和叙述商品的质量及其变化规律，说明商品使用价值的情况，有着广阔的实际应用领域。因此，商品学是一门应用性很强的学科。

商品学的研究体系可分为两部分。叙述所有商品的共同理论及其应用的商品学概论，以及叙述各种具体商品情况的商品学分论，一般以概论部分作为分论部分的先导和基础。

在展开商品质量研究中，商品学与物理学、化学等基础学科有着密切联系。这些学科的基础理论、基本方法是研究商品成

分、结构和性质的依据。商品学与原材料学、工艺学等技术学科有着密切联系。任何商品的种种属性大都在生产加工过程中形成最基本的框架，因此商品要应用这方面知识说明商品有用性的形成，阐明原材料、生产工艺等对商品质量的影响。除此之外，商品学还与管理学、心理学、市场营销学等多种学科存在着有机的联系，用以综合研究商品的质量。因此，商品学既从自然科学方面研究商品有用性，又从社会科学方面研究商品质量。虽然不同方面各有侧重，但彼此交叉、相互渗透，共同形成对商品质量的介绍和叙述，由此可见，商品学是一门综合性很强的应用科学。

三、商品学的研究任务

商品学以商品使用价值的表征即商品质量作为研究的中心内容，服务于商品生产、商品流通和商品消费的实践活动。因此，商品学研究的总任务是：反馈商品信息，促进生产满足社会需要的商品；评价与维护商品质量；指导和促成商品的消费。商品学不仅要进行理论问题的研究，而且要开展技术问题的探讨。为此，商品学应实现下列具体任务。

全面阐明商品的有用性。探研影响商品使用价值形成的因素。商品学通过对商品的消费需求的研究，反馈有效的商品信息，参与开发新商品，促进商品更新换代，不断满足社会需求。

科学拟定商品质量指标及检验方法。评价商品使用价值状况。商品学通过商品鉴定与检验，制订商品标准，进行品质分析与评价，开展商品质量监督，保证商品符合要求或有关协议，维持正常有序的、生气勃勃的市场活动。

确定合理的商品包装、贮运条件与方法。维护商品使用价值的完整。通过相关研究，尽量减少商品质量不良变化，达到降低商品损耗、增进流通商品安全性的目的。

揭示适宜的商品使用条件与方法。延长商品使用期限，促进

商品使用价值的实现。使广大消费者认识商品、了解商品、合理使用商品，促成商品的市场交换的完成。

此外，研究商品使用后的废弃处理，防止商品在使用时或废弃后对环境的污染，避免或减少其对社会环境、自然环境的不良影响等方面，也是商品学的研究任务。

商品学在实现上述研究任务中，必须运用马克思的辩证唯物主义观点，采用观察、对比、分析的科学实验手段，应用基础科学和技术科学的基本理论和基本方法，以取得积极的、有益的效果。

四、商品学的地位和作用

商品学产生于商品生产和商品交换，服务于经济活动和管理活动，以及商务实践。在不同历史时期对社会和经济的发展起到了不可忽视的积极作用。现代商品学为商务活动提供了系统的商品学知识，广泛应用于商品开发、质量管理和质量保证，对消费者权益、环境保护等方面也有其独特的作用，为商品使用价值和商品质量建立了一套完整的理论体系。

随着科学技术的不断发展，新材料、新工艺、新技术已普遍得到应用，商品的内在质量和外观质量都发生了变化。通过商品学的研究，能洞悉最新科学技术成果与现代商品之间联系，正确掌握商品的性能、特点和质量变化的规律。采用新技术原理合理地维护商品质量。商品学通过研究商品分类，编制科学的、实用的商品分类体系，用于商品信息流和物流的管理，对实现管理现代化、提高管理水平起着重要的作用。随着生产力的发展，商品供应量不断增长，消费结构和商品结构也相应发生变化，通过商品学的研究，能够掌握市场活动中商品的品种、规格、性能、品质及其变化情况，以及一系列科学合理的商品检验、商品包装、贮运养护的条件和方法，适应科学消费的要求和商品经营工作的

需要。

总之，市场活动实践需要商品学，也对商品学的发展不断提出新课题和新要求。商品学只有结合社会的实际需要持续发展，利用现代科学技术成果，不断开拓和加深商品的研究领域和应用领域，为社会和经济的发展做出更多贡献，才能发挥更大作用。

第二节 商品学发展简况

一、商品学的产生和发展

商品学是随着商品生产和商品交换的出现，尤其贸易业务的实际需要而逐渐形成的一门独立学科。由于商学的理论研究和商务活动复杂化的需要产生了商品学。社会和经济的发展，使商品学从商学理论中独立出来，自成体系，不断发展和完善。其内容不断充实和更新，研究范围和应用领域不断拓宽和深化，适应了不同历史时期的社会实际需要。

商品学的发展史与商品生产、商务活动、商学教育紧密相连。研究商品学的起源、形成和演变，不仅可以了解和确定商品学的体系结构，以及在各历史时期对经济活动的作用，而且有助于加深对商品学的全面认识，促进和推动商品学的持续发展。商品学的产生和发展，大体上可分为萌芽、创立和发展三个时期。

（一）商品学萌芽时期

商品学正式诞生之前，商品的研究是商学研究中的一个重要组成部分。早期的商学书籍中包含有大量的商品知识内容，以便从业者从经商过程中识别商品的品种、产地；鉴别商品真伪和评定质量优劣。因此这一时期也称为商品知识汇集阶段。

从目前已有的文献资料来看，国外第一本包含有商品学内容的商学书籍是阿拉伯人阿里·阿德·迪米斯基编著的《商业之美和

识别优劣与真伪商品指南），于 1175 年出版，记述了其本人经商的经验。意大利的卡多鲁基于 1573 年编著的（十全商人之商业）中记述了大量的商品知识和商品交易技术。在法国百科全书学者的影响下，1675 年法国的萨瓦里编著了《商业大全》，书中详细论述了纤维制品、染料商品等的产地、性能、包装、储存保管等方面知识。这部专著在欧洲享有盛名，先后被译成德文、英文、意大利文等等。1708 年，德国的马佩格尔根据贸易活动需要，编写了《博学商人》，把商品知识进一步规范化和系统化。这一阶段主要是商业从业者总结和记述其从商经验，包括了对商品的种种研究。这些商品知识的汇集为商品学的产生奠定了基础。

（二）商品学创立时期

国外认为商品学的创立时期是从 1780 年开始。18 世纪初，德国手工业的迅速发展推动了商品贸易活动。在商人和学者的共同努力下，德国于 18 世纪中叶开始在商业院校中讲授商品学课程，开展商品的研究。1780 年，德国哥廷堡大学的约翰·贝克曼教授在该大学开设了“技术学”和“商品学”课程，主要讲授商品的生产技术和商品的性质、产地、价格、包装等知识。在教学和科学研究的基础上，于 1777 年编著出版了《技术学导论》，1793 年出版了他编著的《商品学导论》，创立了商品学的理论体系，使商品学成为一门独立学科。因此，约翰·贝克曼被誉为商品学的创始人。1804 年，路易斯·米切尔·列尤克斯将商品学分为理论和知识两部分，前者为一般叙述，后者为商品的鉴定和商品知识，进一步构建了商品学体系结构，与现代商品学已十分相近。19 世纪以来，商品学相继传入欧洲各国、中国和日本等国家，使商品学迅速传播开来，商品学教育和研究也不断深入。据文献报导，1810 年俄国的莫斯科商学院开始讲授商品学，1860 年吉塔尔教授编著了《商品学教程》。1866 年奥地利维也纳工业

大学开始讲授商品学课程。1887年匈牙利布达佩斯商学院开设商品学课程。1884年日本东京商业学校（当时的大学教育层次）正式设立商品学课程。日本在19世纪也编著出版了不少商品学书籍。如1811年山本世孺编著的《怀山食性》，1891年出版了户田翠香的《日本商品学》。这一阶段，商品学从相关学科中独立出来，以商品为特定研究对象，形成自成一格的独特理论知识体系，并因适应了贸易活动的需要而迅速在世界各国间传播推广。

（三）商品学发展时期

进入20世纪，伴随着贸易活动的迅速发展，商品学也有了长足的进步。

1906年，俄国的尼基琴斯基和彼得洛夫先后编著了《商品学基础教程》、《工业品商品学》和《食品商品学》，在理论内容上有所拓宽，并设定了商品学概论部分和分论部分。被称为是俄罗斯商品学奠基人。这一阶段受社会化工业大生产的推动，国际贸易十分活跃，商学教育和商务培训非常普遍，商品学著作也就十分丰富。如1910年到1930年，英国出版了关于铁矿石、煤炭、小麦、棉花等70余种商品知识书籍，对国内外贸易起了一定作用。1926年日本的上坂酋三编著了《商品学概论》。1930年开始，美国发起了消费者运动。出于对商品质量监督、质量评价的需要，1936年出现了商品研究机构，主要从市场消费和企业活动两方面来研究商品，同时出版了哈佛大学戈林女士编著的《购物试验指导》。1949年加利福尼亚大学出版了《消费品的标准与标志》。1958年奥地利的格伦斯沃特尔创立商品经济学。1961年联邦德国的库兹尼格创立经济商品学。自19世纪末到20世纪50年代，商品学界呈现一片欣欣向荣、蓬勃发展的景象，并随之出现不同的学术流派。有的从自然科学角度研究商品学，

有的从社会科学角度研究商品学，还有将两者结合在一起的融合学派。百花齐放、百家争鸣的学术交流有力地促进了商品学的发展。

二、我国商品学的发展概况

我国商品学的发展，大体上也经历了商品知识汇集、创立和发展三个阶段。

由于我国长期的封建社会中严重的“重土轻商”的倾向，使得我国商品汇集的起始年代虽较早，但仍呈现零乱，散落于各朝代的文献记载之中。如春秋时代（公元前 770—476 年间）师旷著《禽经》，晋朝（公元 265—420 年间）戴凯之著《竹谱》，到了唐朝，经济繁荣，商业发达，公元 760 年湖北复州的陆羽著《茶经》，分上、中、下三卷，从种茶、采茶、制茶、饮茶、茶具以及茶叶的功能作用、特点等方面，作了较为全面的叙述。今天看来，《茶经》应视为我国乃至世界最早的一部茶叶商品学专著。宋朝以后，介绍商品知识的著作开始增多，如蔡襄著《荔枝谱》，韩彦直著《桔录》等，明朝李时珍的《本草纲目》也包含有大量的有关商品的性能、特点及其功能效用的叙述，清朝期间出版许多有关著述，如 1796 年吴中孚著《商贾便览》，1890 年王秉元著《万宝全书》，这些商品知识汇集为我国商品学的诞生打下了基础。

随着商品生产的发展、贸易活动的扩大，对掌握商品知识、流通技术的人才需要越来越多，清朝末年，商品学在我国便以一门独立学科问世。1902 年（光绪 28 年）废除科举制度之后，学校式的商科教育开始出现，当时把商品学列为必修课程之一。并相继出版了商品学教材。1908 年李澂翻译出版了《新译商品学》，1914 年盛在珣著《商品学》，1928 年潘吟阁著《分析商品学》。刘冠英于 1934 年著《现代商品学》一书，内容比较丰富，

理论体系较为全面。1936年以后，先后在暨南大学、津沽大学、沪江大学等开设了商品学课程，重点是培养商品检验技术人才。

1949年新中国成立之后，随着国民经济的恢复与发展，科技和教育事业突飞猛进，促成了商品学的大发展。1950年开始，我国高等财经院校，根据专业需要相应地开设了商品学课程。1951年中国人民大学开设了商品学研究生班，由苏联专家执教，培养了一批商品学专门人才，促进了我国商品学的发展。1958年开始，部分商业和财经院校相继设立商品学系或商品学专业，以适应经济发展的需要。十年动乱期间，商品学受到严重破坏，多年培养形成的商品学师资和科研队伍几乎全部解体。党的十一届三中全会以来，在党的正确路线、方针和政策的指引下，商品学得到了迅速发展，不仅恢复了商品学课程和商品学专业，而且举办了商品学师资培训班或助教进修班，从1983年起，先后成立了天津、西安、黑龙江、内蒙古、河南、上海、深圳、湖南等省（区）、市商品学会或商品研究会，开展了广泛的商品学学术交流，进行了商品学理论研究和应用研究。1995年9月于北京正式成立了中国商品学会。在此期间，还编著出版了大量的商品学教材和专著，为商品学的发展做出了重大贡献。

三、现代商品学

商品学的发展与不同历史时期、不同国家实际情况紧密相连，由于世界各国的政治制度和经济制度不同，商品学的研究内容和理论体系也不太相同。第二次世界大战之后，特别是本世纪70年代以来，随着现代科技和市场活动的迅猛发展，与社会实际需要紧密联系的各国商品学都发生重大变化。目前，世界上有30多个国家把商品学作为一门独立学科，进行商品学教育与研究。有些国家如美国、英国等虽没有独立的商品学学科，但在其市场学、家政学等学科中包含有丰富的商品学内容。1976年10

月，成立了国际商品学会（IGWT），会址设在奥地利维也纳。第一任会长是奥地利维也纳经济大学的荷兹曼教授，实现了国际商品学学术交流活动一体化，大大促进了各国商品学的发展。1978年7月在维也纳举办第一届国际商品学术讨论会。自1979年起每两年在各成员国举办一届学术讨论会。经国家教委批准，中国人民大学商品学系于1992年加入国际商品学会。1995年9月中国商品学会成立，暨第十届国际商品学会学术讨论会在北京举行，并出版了论文集。经过多年的学术交流，各国的商品学学者对现代商品学有了共识。日本的水野良象于1976年编著出版了《商品学读本》，其中提到：“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，而是这两者融合起来的一门科学。”原联邦德国的费尔提出：“现代商品学应把商品作为经济物，从自然科学和技术科学及经济科学方面研究和探讨商品形成和消费全过程中的各种现象及其变化规律。”

现代商品学不仅表现在其研究手段是从自然科学、社会科学等不同角度来开展商品研究，而且更为重要的是，随着研究和应用领域的拓广和深化，商品研究的内容有了变化。由于社会分工专门化程度增加，商品检验学、商品养护学、包装学、商品运贮学、商品经营学等都可以从传统商品学中分离出来，形成一系列的商品学相关课程体系，推动了商品学的深层次研究和应用。由于市场活动的复杂化，商品既包含了有形的物质商品，也包含了无形的特殊商品，商品学不可避免地要对包括特殊商品在内的所有商品作商品共性的分析、比较和研究。由于市场竞争的激烈化，使商品学研究内容从静态的商品现象（如成分、功能、商品检验等）扩展到动态的商品运动（即从生产、销售、消费的全过程活动）来研究论述商品的质量。而使现代商品学在商品开发、产品策略、消费者行为及权益保护等方面，有着深远的指导意义和应用效果。因此，现代商品学具有浓烈的综合性、应用性、动

态性和时代性的特点。除此之外，在知识传授上，多数学科采用从一般原理到普遍活动的印证和类推的逻辑推理。而商品学采用从普遍活动（大量商品的活动）归纳为一般原理（商品共性）的逻辑推理。对培养受教育者逆向思维能力，与其他学科相辅相成地揭示事物活动内在规律、培养受教育者全面而深刻地观察客观世界有着独特的作用。现代商品学表现得尤为显著，因此倍受关注，影响深广。

我国目前有 40 多所高等院校开设了商品学课程，有 8 所院校设立了商品学专业，中国人民大学还成立了商品科学研究所，在商品学的教育与研究方面，处于世界先进行列。我国广大商品学学者从中国实际情况出发，汲取国外先进研究成果和相关学科积极成果，深入发展商品研究和学术交流，不断完善商品学理论体系，加强其对实践活动的指导作用，设立符合社会实际需要和具有中国特色的商品学，为社会主义建设作出更大的贡献。

复习思考题

1. 商品学的研究对象是什么？有什么特征？
2. 商品学有哪些研究内容？
3. 商品学有什么研究任务？
4. 为什么说商品学是一门综合性的应用科学？
5. 简述商品学的发展概况。

第二章 商品质量

第一节 商品质量及其构成

一、质量和商品质量

质量是使用十分广泛而普遍的概念。不同的领域对质量有不同的理解和说明。质量又是经济活动和管理活动的重要内容之一。倡导“质量第一”、讲求“质量上乘”，由来已久。我国自改革开放以来，更是将质量作为企业生产经营活动的基础。对质量有如下具体规定。

(1) GB 3935.1—83 中规定“质量是指产品、过程或服务满足规定特征和特性的总和。”

(2) GB 6583—86 将质量规定为“产品、过程或服务满足规定或潜在要求（或需要）的特征或特性的总和。”

(3) GB/T 6583—92 等同采用国际标准 ISO 8402—86，将质量（品质）规定为“反映产品或服务满足明确的或隐含需要能力的特征和特性的总和。”

从 1983 年到 1992 年十年期间，国家标准中对质量的定义作了上述的不同规定，其修改变动之处都有特别的涵义。首先，在（1）和（2）中，质量或指具体物品（即产品），或指具体活动（过程或服务），在（3）中删去“过程”，为的是将产品和服务都视作可进入市场的不同形态的商品，使质量与商品密切联系起来。如将服务理解为具体活动，那么主要从广义的服务业即第三产业各部门的活动，乃至所有的经济活动来说明质量。而产品则是作为第一产业和第二产业的经济活动成果的直接体现的物质

形式。两者都共同说明了生产劳动的成果及其转变为商品的过程，使质量与产品及其转变为商品的活动联系起来。其次，（1）和（2）中提及的“规定”，均主要指官方或权威机构的统一规定或准则。而在（3）中，“明确需要”指合同条件或定约双方自行约定的需要，因而是具体的和明确的；“隐含需要”指可以识别和确定的需要。即指由权威机构颁布或确认的规定或准则，作为非合同限定条件下，生产、流通和消费各当事者共同遵守和参照的典范。

由此说来，质量的具体表现有三种形式：产品质量、工作质量和管理质量。产品质量指产品适合一定用途、能够满足需要所具备的特征和特性的总和。包括了有形的物质商品和无形商品（如技术商品、服务商品等）的质量状况；包括了大至工程项目的劳动成果（如桥梁、电站、房屋等），小至元钉、缝衣针等劳动产品的质量状况。管理质量指社会组织在政治工作、经济工作、技术工作等方面的计划、指挥、控制、协调的全部活动对产品质量达到需要的保证程度。工作质量有时也称工序质量，指社会组织为开展各项工作活动而具备的全部手段、条件的有效程度，通常以效果好坏与效率高低共同衡量管理质量和工作质量。产品质量、管理质量与工作质量虽是不同的概念，但有着密切的联系，产品质量是管理质量和工作质量的综合反映，管理质量和工作质量是产品质量的保证。

商品质量属于产品质量的范畴，商品主要指用于交换目的的劳动产品。因此，商品质量是指商品能适合一定用途、满足需要的各种属性的总和。定义中所指“需要”是动态的需要，具有发展的、相对的意义。即依不同地域、使用对象、社会环境变化而变化。商品质量从科学技术上说来，应当符合规定的或典范的技术指标。从用户或消费者上说来，应当基本或完全符合人对物的有用性的期望。从社会需求上说来，应当符合国家或地区的法

规、条例的规定，以保证社会的持续发展。后两个方面使得商品质量与消费习惯、社会文化传统紧密联系起来。定义中所指“属性”，包括了商品的自然属性和社会属性。可以用若干特征和特性来表征，可以用量化的指标来具体衡量，也可以是比较统一的定性说明。定义中所指“总和”，应是这些特征和特性综合表现出来的状况，而不是片面地单独地某一特征或特性的状况。因此，商品质量是与其属性总和满足需要的程度来衡量其高低的。就此说来，商品质量便带有主观评定的因素。

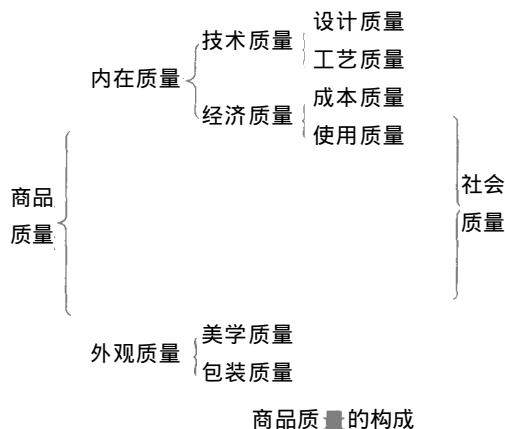
商品质量与商品使用价值既有联系又有区别。商品质量是从商品使用价值导出的概念，是衡量商品使用价值的尺度，是商品使用价值评价和实现的前提。商品质量和商品使用价值都包含了商品效用的涵义，都与商品属性总和有直接联系，都是实现商品交换价值的基础和前提。但商品质量与商品使用价值又有区别，商品使用价值是商品属性与人和社会需要之间的满足关系，其本质强调商品属性能否满足人和社会的需要，一般不随社会发展变化而改变。商品质量是商品满足某些具体需要的特征和特性的总和，其本质强调商品属性对人和社会的满足程度，随社会发展变化而有明显变化。商品使用价值概括地反映商品属性与所有用途的关系，常用来区别不同类商品的效用在质方面的差异，强调“物对人的有用性”。商品质量反映了商品属性与明确的或特定的用途的关系，常用来区分同类商品中不同群体商品或个体商品的适用性差异，强调“物对人的适用程度”或满足程度。商品使用价值多从宏观方面说明商品，是从社会化生产的全过程研究生产劳动时提出的概念。商品质量是从研究人类生产劳动和市场活动中提出的概念，多以微观方面比较具体地说明商品。

对质量和商品质量，目前有着诸多的表述和说明，今后也不会一成不变，反映了人们对质量和商品质量涵义的理解和认识过程。为了与国际惯例接轨，我国决定等同采用国际标准化组织所

规定的质量的定义，作为统一术语应用于经济活动中，对我国的社会主义经济建设具有重大的现实意义和理论意义。

二、商品质量的构成

商品质量是人们综合劳动的成果，任何商品质量都有逐步形成的过程。从现代管理理论观点看来，商品质量的形成可用“质量环”表示，将商品质量的形成分为若干阶段，各阶段的划分按商品的特点和复杂程度而确定。随着质量观的改变，商品质量可区分为下列构成部分。



（一）内在质量

相对于外观质量而言，是由商品内在形式的成分、结构决定而具有的各种自然属性、技术属性、经济属性的综合。其中技术质量又称实用质量，是商品实用功能的表征，由商品的各种实用特性来体现，主要由科学技术的进步程度，来决定技术质量的高低状况。技术质量又可细分为设计质量、工艺质量、检验质量等等。经济质量又称市场质量，是商品经济功能的表征，由商品的