# 绪　论

社会主义市场经济的发展，使我国商业工作出现了前所未有的繁荣局面。商品在现代的市场体系中成为所有交换行为的客体。商品生产、商品交换、商品消费推动着整个社会经济的发展和人类物质生活的进步。在我国，随着社会主义市场经济的发展，也必然推动商品学这门学科的进一步发展。商品学、市场学、商业企业管理已成为现代商业发展的三大理论支柱。开展商品学的研究，必将对我国商业的发展产生深远的影响。

要开创商品繁荣的新局面，把商业工作进一步做好，还存在不少亟需解决的问题。其中之一，就是要加速培养高级商业经营管理人才，并对从事商业工作的人员进行业务培训，使他们既懂得商品的基本理论知识，又能熟练地运用商品专业知识。本书的编写主要就是为这些同志提供有关商品的基础知识。

商品学基础知识是商品学的基本研究内容，是本学科的主体和基础，其内容是共性的、规律性的基础理论和基本知识，是研究各种不同类别商品所必须具备的基础知识和基本理论。

下面对商品学基础知识的几个基本问题作些说明。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

## 一、商品和商品学

商品学研究的实体是商品。

商品是用来交换的劳动产品。具体来说，商品就是在一定社会生产力的发展水平上，由各自不同的生产资料占有者或使用者所生产的，为了满足某种需要而进行交换的劳动产品。

商品首先是劳动产品，而且要通过交换来满足社会消费的需要。当产品转化为商品时，必须具备两个条件：第一，产品生产不是为了生产者或经济单位自己的消费，而是为了满足他人的需要，即社会的消费；第二，通过交换满足他人需要。只有具备这样两个条件，这种劳动产品才是商品。否则，就只是产品而不是商品。概括地说，商品必须具备“满足需要”和“通过交换”两种属性。而且，商品的这两种属性之间有着不可分割的联系。

商品的基本特征表现为商品的二重性，即商品的使用价值和价值。商品的二重性又具体表现出商品的双重属性和双重效应。

所谓商品的双重属性，即指商品具有使用价值和价值的二重性。商品的使用价值是指商品能满足人们某种需要的属性，它是商品的自然属性；商品的价值是指商品所包含的一定数量的社会劳动，是无差别的、一般的人类劳动，即抽象劳动的凝结，它是商品的社会属性。这两者之间的关系是“没有一个物可以是价值而不是使用物品。如果物没有用，那末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》第一卷上，第 54 页，人民出版社 1975 年版）

所谓商品的双重效应，即指商品既具有满足消费者需要的实用效应，又具有适应社会需要的社会效应。实用效应反映商品的自然属性，社会效应反映商品的社会属性。商品的实用效应是反映商品的使用价值的。商品的社会效应既反映商品的使用价值，又反映商品的价值；既反映民族风俗、宗教信仰等传统特色，又反映社会的时代风貌，同时也反映消费水平和个人消费行为。社会效应表现在商品体上，商品的外观、款式是商品社会效应的外在表现，商品的质量是商品社会效应的内在表现。因此，商品的实用效应和社会效应，是既相互联系又相互区别的不完全等同的两种效应。

关于商品学研究对象，许多已出版的《商品学概论》教材中，都是以马克思的“商品的使用价值为商品学这门学科提供材料”（《马克思恩格斯全集》第 23 卷，人民出版社 1972 年版，第 48 页）为依据，提出商品学是一门研究商品使用价值的科学。由此，对商品的研究着重于商品的成分、结构、理化性质等自然属性。

我们认为，随着我国社会主义市场经济的发展，仅研究商品使用价值，而不研究商品使用价值的实现，是不能适应客观经济发展需要的。商品的使用价值不仅具有能够满足人们某种需要的自然属性，还必须具备特殊的社会属性。也就是说商品的使用价值是商品的自然属性和商品的社会属性所构成的。我们知道商品是由劳动产品转化而来的，因而商品使用价值是为了交换而生产的社会使用价值，是通过交换来

满足他人、社会需要的使用价值。也就是说，商品使用价值是社会的使用价值，这是一；其次，商品使用价值只有在交换过程中得到承认。如果某种商品，虽然具备满足人们某种需要的自然属性，但积压在库，不被社会所承认，那就是说，商品使用价值的社会属性没有被证明。研究商品使用价值的实现，正是体现了商品使用价值与交换的关系。只有通过交换，商品转移到消费者手中，才能实现商品的使用价值。

因此，商品学是一门研究商品使用价值及实现使用价值规律的应用科学。它涉及商品生产、流通、消费以及新产品的开发等各个领域，又与很多自然科学、基础理论科学、社会科学有着密切联系，是一门自然科学和社会科学相互渗透、相互交叉、跨学科的、综合性应用的边缘科学。

二、商品学研究的任务

商品学的研究对象确定了商品质量是商品学研究的中心内容。商品学的研究任务是以商品质量为中心，全面地阐明商品质量问题，研究商品质量的变化规律及其影响因素，探求提高和保护商品质量的途径，促进商品使用价值的实现，为商品流通服务。从这个基本任务出发，商品学研究的具体任务有以下几点：

（一）全面阐明商品的自然有用性和社会适用性，探索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利用方法，扩大商品的使用范围，充分发挥商品质量的功能。

（二）研究保证商品质量的合理措施，科学地拟定商品质量标准和检验方法，准确地鉴定商品质量，防止假冒伪劣商品进入市场。

（三）根据国内和国际贸易对于商品维护、运输的要求，制订最适宜的商品包装、保管和运输的条件和方法，保护商品的质量，降低商品损耗，有利于市场销售。

（四）提出商品合理使用的条件和方法，向生产者提供市场信息、商品流通的途径和措施，向消费者传授商品养护、使用和延长使用期限的知识。沟通购销渠道，畅通商品信息，达到促进生产、指导消费的目的。

（五）研究商品的科学分类。就企业内部的管理来说，商品的科学分类有利于企业职工的专业化，有利于商品技术的专业训练和培养，有利于在流通的各个环节中维护商品质量，最大限度地保持商品的有用性。

（六）全面而正确地评价商品。商品质量的优劣，影响着商品使用价值，影响着商品流通。全面而正确地评价商品，有利于促进商品使用价值的实现，有利于满足消费者的要求，有利于商品经营业务活动的顺利开展，有利于对外贸易的发展。

（七）研究商品的装璜、商标、条形码及商品与环境的关系等，促进商品使用价值的实现。

三、商业工作者学习商品学的意义

商品学知识是一切商业工作者必备的专业基础知识。社会主义市场经济越发展，商品越丰富，市场竞争越激烈，商

需要全本请访问 www.ertongbook.com

业工作者就越离不开商品学这门科学。作为从事商品流通的商业工作者，必须掌握和应用商品学的知识，才能搞好自己的工作。

（一）学好商品学，有利于商业企业管理水平的提高

商品学是商业经营活动的三大科学理论支柱之一。商业企业的经营管理活动要运用商品学的知识。由于缺乏商品学知识，不懂得管理商品，商品在储存保管中霉烂变质，造成国家财产损失，企业经营亏损、消费者利益受到损害的事例常有发生。如果加强商品学基础知识的培训，商品损失的事故就会大大减少，企业和社会的经济效益就会得到提高。随着现代化建设的发展和对企业科学管理的加强，商品学知识在购、销、运、存的各个业务环节中，在信息管理和全面质量管理中更需进行广泛的应用，使商业工作者从自然科学角度和社会（经济）科学的角度去认识商品，科学地研究、分析、解决商品经营中的实际问题，提高企业的经营管理水平。

（二）学好商品学，有利于保证和提高商品质量，杜绝劣质商品进入市场

要保证进入流通领域的商品质量符合规定的要求，就必须对商品进行严格的检验，认真把住商品质量关。这就要求商业工作者具有相当的商品学知识，掌握一定的商品检验方法和技术。如果商业工作者具备商品检验的知识，对商品的各项质量指标进行科学的检测，正确地评定商品的等级和价格，就可以严把质量关，杜绝劣质商品进入流通领域，促进商品质量的提高，树立商业信誉，维护国家、企业和消费者

的利益。

（三）学好商品学有利于科学地指导消费

为消费者服务，维护消费者利益，是社会主义商业企业的根本宗旨。随着生产的发展和人们生活水平的提高，对商品质量的要求也越来越高。人们要科学地使用商品，迫切要求对商品性能、特点、使用方法、保藏知识等给予科学的说明和解释。这就需要广大商业工作者运用商品学的知识向消费者进行科学的指导，正确地回答消费者提出的问题，这样就可以引导消费，促进销售，促进商品使用价值得以充分发挥和实现。

# 第一章　商品质量与质量管理

## 第一节　商品质量及提高商品质量的意义

### 一、商品质 量的概念

#### (一)质量的定义

中华人民共和国国家标准 GB6583.1-86 《质量管理和质量保证——第一部分》中规定，质量是指“产品、过程或服务满足规定或潜在要求（或需要）的特征和特性总和。”

随着社会主义市场经济的发展，人们对商品质量的认识和理解也不断深化。总的来说，商品质量可以定义为商品能适合一定用途和满足社会需求的各种特性的综合。这个定义，包括了狭义的商品质量和广义的商品质量。

狭义的商品质量也称自然质量、实用质量、技术质量和商品的品质。日常生活中提到的商品质量，较多情况下指的也是这个含义。它是指评价商品使用价值优劣程度的各种自然属性的综合，也就是商品满足使用和消费要求所具备的各种自然属性，包括商品的寿命、性能、可靠性、安全与卫生及感官特性等。这些特性是商品最基本的作用和性能。国

家、企业根据这些特性在一些工业品中的要求，制定了质量标准，用来衡量和考核商品质量。

广义的商品质量也称市场质量、消费质量。它是评价商品体满足使用和消费需要程度的各种自然、经济、社会属性的综合。这是一个全面的、以消费者或用户满意为指导思想的商品质量定义。商品消费者或用户，对商品的需求，除了有具体的物质的需求外，还有时间、地点、年龄、性别、民族、习惯、爱好等不同的要求，这就使得满足使用要求所具备的特性，不仅包括产品的性能、寿命、可靠性等，还包括流行性、经济性、信息性、民族性、审美性、售前售后服务性、维修性等，全面反映具体的和潜在的需要。就目前我国来说，社会主义市场经济进一步的发展和繁荣，商品日益丰富，人民生活水平不断提高，对商品的要求已经从基本的物质需求向更高层次发展了。因此，评定商品质量也应从广义出发。

(二)商品质量的内涵

1. 商品质量是由商品使用价值导出的一个范畴。商品具有价值和使用价值两重性。在市场上，商品交换的量由商品价值决定，而决定交换成功的条件则是商品使用价值是否满足人们的需要。商品满足人们需要的这种有用性，必须通过商品本身的性能、寿命、安全性、经济性等特性才能具体表现出来，而这些特性的综合就是商品质量。商品使用价值指商品的“有用性”，而商品质量及其特性的指标则表示商品有用性的程度和有用的范围。并且，这些特性从各方面满足人们需要程度越高，人们对这商品评价也越高，也就是商品

质量越好；商品被社会承认，接受的可能性越大，交换也就越能进行，商品的使用价值才有可能实现。因此，商品质量是商品使用价值的市场表现形式，是衡量商品使用价值大小的尺度。

2. 商品质量具有二重性：物质性和社会性。商品质量是商品使用价值导出的一个范畴。首先，商品使用价值有两层含义。一层是指由商品实体的自然属性所决定的，能满足某一方面具体需求的效用。例如衣服具体的效用就是御寒、防晒、保护身体，阻止或降低外界环境对身体的影响，这种基本的、物理的、实质的效用，构成了商品的物质基础。另一层含义是指商品处于社会联系之中，受到各种社会因素所制约的商品效用。再如衣服，在一定的社会环境下，除了上面的作用，还可以有的效用是习惯、装饰，美化身体等。这些效用是商品所附带的、心理的、官能的效用，与一定的社会环境相适应，构成商品使用价值实现的条件。作为商品质量，它是商品满足效用需要的特性的综合。因而这些特性，一方面包括成分、结构、理化性质、生物学性质，使用特点等构成商品物质基础的自然属性；另一方面也包括了商品适应一定社会需求的时代性、民族性、流行性、地域性、经济性等商品的社会属性，因而，商品质量既有物质性，也有社会性这两重性。

3. 商品质量是一个动态的概念，具有历史特征。商品质量评价时，受到时间、地点，使用条件、使用对象、用途和社会环境及市场竞争等因素的影响。随着时间的变化、时代的变迁、科学的进步、商品经济的发展，人们对商品的要

求、认识、理解、创造不断地发展，商品的使用条件趋于更严格或更广泛，用途则多功能或通用、专业化，使用对象更多或更专一，商品考虑使用的地域特点更强，这些都使得对商品进行评价时，只能是相对当时、当地技术水平、特点、用途和使用要求等条件进行，评价的结果也就具有相对的历史意义了。在商品生产尚不发达，商品供不应求的社会经济条件下，商品质量物质性的需求要比社会需求占更主要的地位。这时，商品质量评价就集中在商品的内在质量上。如质量好的衣服用品必须保暖性好、耐穿、耐用，日用品则坚固耐用。当商品生产和社会经济发展到一定程度时，商品日益丰富，供不应求逐渐转化为供大于求，市场竞争也日趋激烈。这时，人们对商品的要求不再仅满足于基本物质需求，而开始追求更高层次的文化精神需求的满足，追求与人们根本利益相一致的社会和经济需要的满足。这样，对商品质量的评价，就不光是商品的内在质量，而越来越注意商品的外观质量以及社会、经济等方面的质量了。商品质量评价具有历史性，故商品质量也就是一个历史的范畴。

二、提高商品质量的意义

商品质量的高低是一个国家生产力发展水平的重要标志，也是物质文明和精神文明的重要体现。保证和不断提高商品质量对加快我国社会主义现代化建设，满足人民日益增长的物质和文化生活需要，具有十分重要的意义。在商品经济条件下，商品质量还直接关系到企业的兴盛和衰亡。

（一）重视和提高商品质量，是加快社会主义建设的基

需要全本请访问 www.ertongbook.com

本保证。

一个国家技术是否先进、经济是否发达，一方面看商品数量的发展水平，另一方面也是更重要的看商品质量。质量好的商品，表现为商品性能好，使用效率高，寿命周期长，相当于增加了商品，也就是花同样多的活劳动和物化劳动能生产出更多的商品。这样，从整体上既减少了消耗，又降低了成本，使有限的资源和资金得到合理充分利用，有利于国民经济走上少投入、多产出的高效益型发展道路。

商品供需平衡是社会化生产顺利进行的重要条件。这种平衡是建立在商品数量、质量的基础上的。商品质量低劣，必然造成滞销积压，流通不畅顺，破坏供求比例，从而直接影响社会主义经济建设的顺利进行。

（二）重视和提高商品质量，是企业发展的可靠保证。

在商品经济条件下，企业的一切经济活动都是围绕着商品展开的，“以质量求生存”“以质量求发展”已成为企业管理方针的主要宗旨。企业要生存和发展，必须取得市场。而市场的竞争，归根结底是质量的竞争，质量低劣的商品无法在市场上站稳。因此企业必须根据市场和用户的需要，在质量上下工夫，使之能适应市场需要；另外，提高商品质量，减少废次品，从而可以节约原材料、燃料、动力和资金，节省人力和设备，降低生产消耗和成本，使商品在市场上竞争力增强，进一步提高企业的经济效益，为企业发展奠定良好基础和保证。

在国际贸易中，商品品质的高低好坏，是买卖双方进行交易时首先考虑和洽谈的条款。根据国际惯例和各国的法律

规定，卖方所交的货物，质量如果不符合合同的要求，买方有权撤销合同，并同时要求赔偿损失。因此，商品质量关系企业、国家的利益，还关系着国家的信誉。重视和提高商品质量，增强企业在国际市场上的竞争能力，对发展我国外贸事业有着积极的作用。

（三）重视和提高商品质量是改善和提高人民生活水平的需要。

食品、纺织品和轻工业品等商品的质量好坏，直接关系到人民生活质量的优劣。若商品生产与流通使进入消费领域的商品达到品质优良、质量稳定、品种规格对路，就能满足人民物质文化生活的需要，并减少人民群众对该商品的实际支付，提高和改善人民实际生活水平；反之，商品质量差，不仅给人民生活造成困难，增加经济负担，同时也影响人民的身心健康。商品适用可靠、价廉物美，不仅给群众的物质生活带来实惠，还将有利于调动人民建设社会主义的积极性。

总之，商品质量关系到国家、企业、个人的利益。重视和提高商品质量，不仅具有重大的经济意义，而且还有一定的政治意义，必须为保证和提高商品质量作出贡献。

## 第二节　　商品质量的基本要求

如前所述，商品质量是能够满足人们一定需求的各种特性的综合。商品质量的基本要求是根据其用途、使用方法以及消费者的主观愿望和社会需求来确定的。商品的种类繁

多，各有不同的特点和用途，其质量的基本要求也各不相同。同一类商品，在不同时期所要求的性质和水平也是不相同的，会随着生产力的发展，人民的物质文化生活水平的提高，商品的用途，原料资源，生产技术的进步以及对商品的认识水平的提高而不断变化。这样，在要求的水平和商品质量之间存在着一定的不平衡，这种不平衡促使商品质量不断地提高，因而对商品质量的要求也经常在变化着、提高着。

现对几类商品质量的基本要求分述如下：

## 一、食品商品质量的基本要求

食品是保证人体生长发育和健康不可缺少的生活必需品。保证食品质量对增强人民的体质和生命力具有十分重要的意义。我国《食品卫生法》规定：保证食品卫生，防止食品污染和有害因素对人体的危害，保障人民身体健康，增强人民的体质。因此，食品的基本质量要求是，具有一定的营养价值，色、香、味、形俱佳，无毒无害，符合卫生标准。

### (一)食品的营养价值

食品的营养价值除了取决于食品所含的营养成分的数量和种类外，营养成分的消化率和吸收程度对食品的营养价值也有直接的影响。因此，食品营养价值应包括食品的营养成分、可消化吸收率和发热量三项指标。

1. 食品的营养成分。是指食品能够提供人体维持生命活动、劳动能量和保证身体健康的营养素——碳水化合物、蛋白质、脂肪、矿物质，维生素和水分等。这些物质在人体中有着各种不同的营养功能。如碳水化合物是人体热量的主

要来源，维生素是调节和维持人体正常生理功能所必需的物质。各种营养素的营养功能大致可归纳为三个方面：供给热量、保持体温；提供细胞组织生长发育与修复的材料；调节代谢，维持机体的正常生理功能。

2. 可消化率，是指食品被食用后，人体所能消化吸收的百分率，用来表示食品中的营养素被人体消化吸收的程度。食品中所含的营养素，除了水、无机盐和某些维生素等能够直接被人体吸收外，蛋白质、脂肪、多糖类等，必须在消化管内进行分解，将结构复杂的大分子物质变成结构简单的小分子物质，才能够被人体吸收利用。食品中还有另外一部分物质成分，如植物食品中的粗纤维，不溶性果胶，木质化和角质化的物质，是人体不能消化也不能吸收的物质。动物食品中的肉和蛋的主体结构是蛋白质，较容易被人体消化吸收，吸收率为 81—88% ，而植物性蛋白质吸收率只有 60—80%，所以通常认为动物食品的营养价值高于植物食品。

3. 发热量。是指食品中的产热营养素 —一碳水化合物、脂肪和蛋白质，经人体消化吸收后，在人体内产生热量。热量是人体运动的能量来源，人体对食品的需要量通常是采用三种产热营养素的发热值来计算的。一般来说，营养素和可消化率高，产热量大，营养价值就高。但也不完全如此，如粮食加工精度高，营养成分损失大了，但可消化率却提高了。因此，食品中营养成分的种类和数量，只能从功能上表明食品营养价值的高低，而生理上营养价值的高低却要取决于人体对各种不同成分的消化吸收程度。

（二）食品的色、香、味、形

食品的色泽、香气和滋味等质量指标和外观形态，不仅是评定食品的新鲜程度、成熟度、加工精度的重要指标，而且也反映食品的质量变化的情况，并且直接影响人们对食品的消化和吸收程度。倘若食品具有悦目的颜色，诱人的香气和可口的滋味，那么只要见到或闻到这种食品，甚至只要想到它们，就会引起食欲，使人们的消化液分泌增加，从而有助于食品的消化和营养物质的充分吸收。

（三）食品的卫生性和无毒性

食品的卫生性和无毒性，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，这是对食品商品的起码要求，也是食品的一个极为重要的质量指标。食品的卫生关系到人体的健康和生命的安全，某些食品的危害，甚至可以通过母体作用于胚胎或致突变作用而影响到子孙后代。食品必须符合卫生标准及有关规定，若超过规定要求，其他的质量要素将随之失去意义。

食品中的有害物质大体有两类：一类是有毒物质，主要包括一些金属毒物以及其他无机和有机化合物、放射性元素等。如汞、镉、铅、砷、亚硝胺类、多环芳烃类、酚、硒、氟、有机磷、放射锶及一些目前尚不清楚的各种有毒物质等；另一类是病原生物，包括病原微生物细菌及细菌毒素、霉菌及霉菌毒素、寄生虫及其虫卵和一些昆虫等。这些有害物质在食品中都不得超过卫生标准所规定的限量。因此必须对食品进行质量检验，严格限制其有害物质和微生物的含量。

食品中的有害物质的来源有以下方面：

1. 食品本身含有的有害成分。有些天然食品中，本身就存在着各种有害成分和寄生虫。如河豚鱼体中含有毒性极大的河豚毒素；在死后的鳝鱼、鳖、河蟹的体内含有组胺毒素；苦杏仁、木薯块根中含有氰甙类毒素；有些豆类中含有一种能使红血球细胞凝集的有毒蛋白质，生食或烹饪不足会使人中毒。

2. 食品在生产、加工、包装、贮存、运输、销售等环节中，都有可能受到污染，造成食品的卫生质量不符合要求。例如，食品原料中的农药残留、工业“三废”（废水、废气、废渣）等污染、食品添加剂污染以及微生物污染（细菌和霉菌毒素）等。因此，在食品生产过程中，必须严格控制对人体健康有害物质的含量和各种有害的微生物含量；包装用品要清洁卫生；在保管食品时，要严格防止食品及包装霉烂变质。

对食品的营养价值、卫生性和无毒性及食品的色、香、味、形等三个方面的指标分析和评定，可以综合地反映出食品质量的高低。但是，由于食品的种类繁多，食用目的也不尽相同，因此，对于食品质量要求的这几个方面，还需根据不同种类的食品，分别有所侧重。对于绝大部分食品来说，营养价值是评定食品质量的最基本指标；对于多数加工制品，则往往要重点鉴定有害物质和有害微生物的数量，因为这些成分常是由于加工不慎而污染食品的；对于评定某些味觉食品的质量，如烟、酒、茶、糖果、调味品等，色、香、味、形的要求更为重要。除上述三项基本要求外，还要做到

需要全本请访问 www.ertongbook.com