

总 论

第一节 商品学基础研究的内容

人们通常把生产部门生产的物品叫产品，产品投入市场作为买卖对象时，称为商品。在市场经济的社会历史时期，商品在人们的生产与生活中是须臾不可或缺的。

商品具有二重属性，即使用价值和价值。使用价值是指对人们有某种用途，如雨伞可以防雨，衣服可以保暖，这是商品的自然属性。价值是商品的社会属性，体现着商品生产者之间的关系。

商业工作者每天都在与商品打交道，商品是商业工作者的主要研究对象。商业工作者在长期的买卖实践中，积累了丰富的商品知识，为适应商业科学的需要，经过不断总结，形成了商品学。商品学的出现，又科学地指导了商业实践，促进了文明经商和科学经商。

商品知识顾名思义是研究商品的，商品使用价值的实现是商品知识研究的对象，它是围绕着商品质量这个中心内容进行研究的。在我国社会主义市场经济的条件下，商品知识的研究任务是促进生产，繁荣市场经济，为现代化商业营销管理和消费者日益增长的物质文化生活服务的。其主要内容是以商品质量为中心，研究商品质量的形成、商品质量管理

和商品在流通中影响质量变化的诸因素，确定适宜的包装、储存、运输、养护的科学方法，以保护商品使用价值的转移；随着科学技术的发展，还应对新型商品、优质商品以及商品的品种、花色、规格、品牌的多样化进行研究，为消费者提供物美（质优）、价廉的商品；同时，对于各类商品在国民经济中的地位与作用，商品的生产与消费状况等也要进行研究，以满足人们不断增长的物质和文化生活的需要。

商品的使用价值和价值的实现，是通过商业特别是广大营业员的劳动来完成的。因此，商业工作者包括营业员，在研究商品使用价值和价值的实现时，应树立以下三个基本观点。

一、为消费者服务的观点

我国是社会主义制度，生产的目的是为了满足不同人民群众日益增长的物质文化生活的需要。树立为消费者服务的观点，是生产目的的基本要求。因此，商业部门在商品购销活动中均应提供给消费者既具有足够质量水平又价格合理的商品，并能提供必要的供应数量和优质的服务。

二、“质量第一”的观点

“质量第一”是我国社会主义生产目的所决定的。但是，“质量第一”必须把质量、数量、价格以及供货及时密切地结合起来加以统盘考虑和研究才有真正的意义。否则，虽然质量很高，但价格不合理，或价格合理，而数量不足、供应不适时等，都是没有什么意义的。

三、全面质量管理的观点

质量问题是企业经营管理水平的综合反映，全面质量管理不只是生产企业的事情，商业企业也必须实行，否则，生产企业的“百日之功”将毁于流通领域的“一旦”。而且，

还应在“全”字上狠下功夫，围绕质量管理实行购进、销售、运输、保管等经营环节全员一起抓，明确各个部门、各个环节的职责和权限，确保商品的使用价值和价值的实现，并取得最佳的经济效果。

第二节 商品质量

一、商品质量的意义

在现代商品经济生活中，人们的吃、穿、住、用都离不开商品。商品质量是商品使用价值的基础，直接影响着人们的生活质量，甚至关系着人们的身体健康与生命。那么什么是商品质量呢？商品质量就是指商品能满足规定和潜在需要的特征和特性的总和。其中“规定”是指商品应具有的标准或规范；“需要”是指用户或消费者对商品有关质量和特征的要求。

社会主义商业的宗旨，不仅要最大限度地争取好的经济效益，更要全心全意地为人民服务。因此，商业工作者必须树立“质量第一”“用户第一”的观念，以高度负责的精神，把好商品质量关，杜绝假冒伪劣商品进入市场，让人们买到称心如意和质量好的商品。这样，不但会赢得商业信誉，扩大推销，提高经济效益，而且能促进技术进步和生产发展。由此可见，商品质量是商品的生命，千万不可疏忽大意。

商品质量通常以商品外观质量和内在质量综合加以评定。商品外观质量主要指外形，如商品的样式、造型、结构、色泽、气味、食味、声响、规格等；内在质量是指商品的特性，如物理性质、化学性质、力学性质、生物学性质等。

在很多情况下，商品的内在质量可以通过其外观质量（颜色、光泽、透明度、新鲜度、表面结构、斑纹、疵点等）表现出来。如鱼类商品，从其外观的颜色、气味、光泽及体态就能了解到内在质量的好坏。合格的商品必须同时具备内在质量和外在质量两个基本条件。

目前，有些人由于缺少某种商品知识，在挑选商品时，单纯追求时尚，对商品外观质量要求比对内在质量要求高得多。特别是在服装款式、家用电器的造型、家具的样式等方面对外观过分关注却忽略了内在的质量。因此，商业工作者，除了着重提高对商品外观质量的辨别鉴赏能力，以适应现实的需要外，还应认真地学习商品内在质量方面的知识，从而达到帮助顾客全面认识商品质量的要求，正确地挑选商品。

二、商品质量特征

1. 适用性 商品的适用性是指商品满足消费者对商品功能或性能需要的基本特征。

2. 符合性 商品的符合性是指商品对规范的符合和对消费者需要的符合。

3. 可靠性 商品的可靠性是指在规定条件下、规定时间内完成规定功能的能力。

4. 安全性 商品的安全性有两方面的含义。其一是指商品在使用或流通过程中对人的身体健康不会造成损害，或其损害尽量缩小在一定范围内；其二是指商品对人们的生活环境不会造成污染或尽量减少污染。

5. 适应性 适应性指商品适应周围环境的能力。

6. 经济性 商品的经济性是指商品在其寿命周期内所需的总费用，包括商品设计、制造时所需的费用与商品流通

各环节中所消耗的费用。

7. 时间性 是指商品使用寿命。首先是商品自然寿命与实际使用价值应同步；其次是指商品到达消费者或用户手中的及时程度。

8. 美观性 美观性是指商品的外观、款式满足消费者需要的特性。

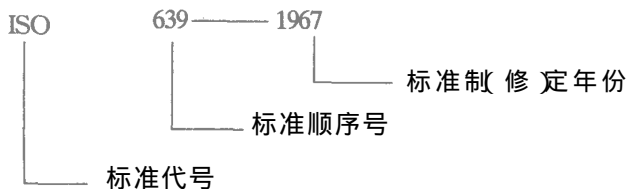
三、商品质量标准

1. 商品质量标准的概念 商品质量标准是对商品质量和与质量有关的各个方面（品种、规格、检验方法、储存、运输条件等）所规定的典范和准则，是设计、生产、鉴定商品质量和评价商品等级的技术准则和客观依据。

2. 商品质量标准的分级 商品质量标准按其适用领域和有效范围不同，可分为不同的级别。目前适用的商品质量标准有 6 种。

(1) 国际标准。国际标准是指由国际上有权权威的组织制定，并为国际上承认和通用的标准。如国际标准化组织（ISO）和国际电工委员会（IEC）制定发布的标准。

国际标准由标准代号、标准顺序号、标准制（修）定年份组成。例如，

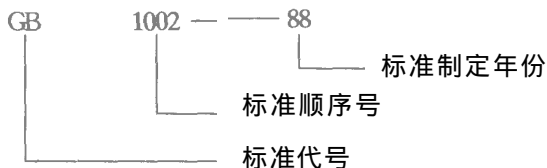


(2) 国外先进标准。这是指国际上有权权威的区域性标准或经济发达国家的国家标准。如欧洲标准化委员会（CEN），

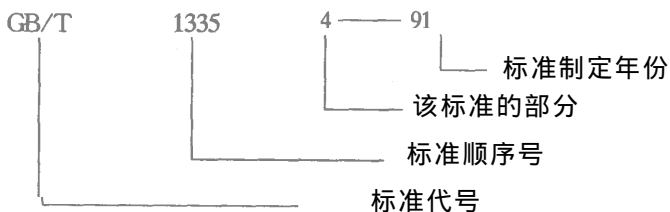
美国国家标准 (ANSI)。

(3) 国家标准。指由国家标准化管理机构批准发布、在全国范围内统一使用的标准。国家标准分强制性国家标准和推荐性国家标准两种。

1) 强制性国家标准：



2) 推荐性国家标准：



(4) 行业标准 (专业标准)。指由国务院有关行政主管部门制定，在全国某个行业范围内统一使用的标准。行业标准不得与国家标准相抵触，并应在相应国家标准实施后自行废止。

(5) 地方标准。指没有国家标准和行业标准而又需要在省、直辖市、自治区范围内统一由地方制定的标准。地方标准在相应的国家标准或行业标准实施后，应自行废止。

(6) 企业标准。没有制定国家标准和行业标准的，可以

制定企业标准。企业标准由企业自行组织制定，企业负责人批准发布，并按省、自治区、直辖市人民政府的规定呈报备案。

四、商业企业对产品质量应承担的义务和责任

保证产品质量，维护消费者合法权益，不仅是生产企业而且也是商业企业必须特别重视的问题。我国的《产品质量法》强调指出：在中华人民共和国境内从事产品生产、销售活动，必须遵守《产品质量法》。那么，商业企业在贯彻执行《产品质量法》中应承担怎样的义务和责任呢？

1. 商业企业对产品质量应承担的义务

(1) 商业企业应当执行进货检查验收制度，验明产品合格证和其他标识，严把进货质量关。

(2) 商业企业应当根据商品特点采取相应措施，保持商品的质量。

(3) 商业企业不得销售过期、失效和变质的产品。

(4) 商业企业销售的商品的标识，应符合《产品质量法》对生产者生产的产品或包装上的标识的要求，必须具有产品质量验收合格证；必须具有中文标明的产品名称、生产厂名、厂址；凡应标明产品规格、等级、成分名称和含量的，应予以标明；对限期使用的产品，必须标明生产日期、安全使用期或失效期；对容易造成产品本身损坏或可能危及人身、财产安全的产品，应当附有警示标志或中文警示说明。

(5) 商业企业不得伪造产地，不得伪造或冒用他人的厂名、厂址，不得伪造或者冒用认证标志、名优标志等质量标志。

(6) 商业企业销售产品，不得掺杂掺假，不得以假充

真，以不合格产品冒充合格产品。

2. 商业企业的损害赔偿责任

(1) 企业售出的商品如果不具备产品应具有的使用性能，而事先又未说明，或不符合产品包装上所注标准的，则销售者应赔偿其损失。

(2) 销售者依法负责修理、更换退货、赔偿损失后，属于生产者的责任或其他供货者责任的，销售者有权向生产者或供货者追索。

(3) 若销售者未依法履行其义务，则质量监督部门或工商管理部门应责令其改正。

(4) 对于修理、更换、退货或赔偿损失等问题，如果生产者之间、销售者之间、生产者与销售者之间有约定的，合同当事人应按合同约定执行。

(5) 由于销售者的过错而使产品存在缺陷，从而造成人身、财产损失的，销售者应当承担赔偿责任。

第三节 商品的分类、包装和养护

为了维护和保证商品质量，满足消费者的需求，应该对商品分类、商品包装、商品养护等方面的知识有所了解和掌握，并在商业实践中，不断有所发现和创新。

一、商品分类

1. 商品分类的必要性 商业部门经营的商品有许多种，随着商品经济的高速发展，商品种类还会日益增多，这就要求对商品建立起科学的商业分类体系。

商品的分类是将商品集合体按一定的标志（性质或特征）科学地、系统地逐级划分为类别（大类）、种类、品种、

细目的过程。

商品的类别简称为“类”，用于生产和流通领域中的行业分工。商品大类同生产行业对口，也与流通领域相适应。商品的种类简称为“种”，是若干具有共同性质或特征的商品总称。商品品种简称为“品”，是商品分类中具体商品的名称。商品细目是以商品不同的花色、规格划分的，是对商品品种的详细区分。

对商品进行科学系统的分类，有利于经营者管理商品，有秩序地安排好市场供应，方便群众对商品进行挑选。商品的科学分类有利于对性质、用途、原材料等不同的商品进行针对性的商品养护，同时又便于商品统计、计划、核算工作的开展。

2. 商业经营中的几种分类方法

(1) 按商品用途分类。这种分类方法在实际工作中采用的比较多，它不仅适于大类的划分，也适合于种类、品种的划分。它便于经营部门按用途把商品排在一起，从中分析、比较同用途商品的性能，有利于提高商品质量。

(2) 按商品原材料分类。商品原材料是决定商品质量的重要因素，很多商品按原材料进行分类，不仅分类清楚，而且能从本质上反映出每类商品的性能特点、使用和保管要求等。例如，按原料不同，纺织品可分成棉织品、毛织品、麻织品、化纤织品等。

(3) 按商品主要成分分类。商品的化学成分决定其性质，而某些成分又是判断商品质量、用途及保管条件的依据。所以，按化学成分分类，便于商业部门进行经营和保管。例如，塑料制品按其主要成分不同分聚乙烯、聚氯乙烯、聚丙烯、聚苯乙烯等。

(4) 按商品生产方法分类。由于加工方法不同,形成商品的质量、特性、品种也截然不同。例如针织品和纺织品都用相同的纤维原料,但由于加工方法不同,形成了针织品和纺织品两类产品。

3. 商品目录与商品编号

(1) 商品目录。商品目录是商品分类的具体体现。科学的商品分类是商业部门编制商品目录的基础。有了商品目录,才能使各类商品品种清楚,有助于管理工作的商品化、科学化、现代化。商品目录主要有三种:

1) 国家商品目录。国家商品目录是由国家指定专门机构编制的,是全国性的统一目录。

2) 部门商品目录。部门商品目录是由本行业主管部门编制的,是该部门共同采用的目录。

3) 企业商品目录。企业商品目录是由本企业自己编制的,一般只适用于本企业。

部门或企业编制的商品目录,不能违背国家对商品目录提出的分类原则,可在国家商品目录的基础上,结合本企业的特点和工作需要,对商品类组进行较详细地划分,或对本企业经营的较少的商品进行并类、并组。因此,这种目录较国家商品目录的类别要少,但品种要多。

商业企业的商品目录即商品经营目录,包含必备商品目录。必备商品目录较少,它是商品经营目录的一个组成部分。在必备商品目录中还应具体规定必备商品的品种名称、型号、牌号和数量等。

一般情况下,大型商店,商品目录以高、中档商品为主;中型商店,以中档商品为主;小型商店以低档商品为主。

(2) 商品编号。商品编号即商品编码、代号，是赋予某一商品的某种符号。符号系列可由字母、数字和特殊标记组成。例如：

(大类) (品类) (品种) (细目) ……

001 023 004 038

商品编号应与国家商品分类目录相一致。它可以使分类体系一目了然，有利于商品分类的通用化、标准化，有利于电子计算机的运用。

二、商品包装

商品包装是指为保护商品质量，方便运输，促进销售，用适宜的材料和包装技术把商品包裹起来，也指为了达到上述目的而采用技术方法等操作活动。

1. 包装的作用 商品包装是商品生产的组成部分。适宜的包装可以美化商品，提高商品的价值，促进商品使用价值的实现。

商品包装是保护商品质量的一个重要条件，从商品的运输、储存到流通领域中的多次作业，商品包装起到了使商品完好地到达消费者手里的作用。

2. 商品包装注意事项

- (1) 选择适于运输、保管的包装物；
- (2) 选用的包装材料应符合商品的性质、形态；
- (3) 选用的包装材料要便于并促进商品的销售；
- (4) 适当均衡商品自身和包装的重量，特别是外包装的重量；
- (5) 尽量减少包装费在商品价格中所占比例。

3. 商品包装的种类 商品包装分运输包装和销售包装两种：

(1) 运输包装。运输包装也称大包装、外包装，主要起保护商品，方便装卸和运输等作用。

(2) 销售包装。销售包装也称小包装、内包装，它随商品一起销售给消费者，主要起保护商品，方便携带，美化商品，便于消费者选购的作用。

4. 商品包装的标志 为方便运输、储存和销售，在包装外部，附有各种标记，基本上分为识别标志、指示标志和危险品标志三种：

(1) 识别标志。识别标志由主标志、副标志、件号标志、目的标志等组成。

1) 主标志。主标志是用三角形、菱形、四边形、圆形、十字形等简明图形配以代用简字，作为发货人向收货人表示该批货物的特征记号。

2) 副标志。副标志是在主标志旁边附加的某种记号。

3) 件号标志。件号标志是指将同一主标志的一批货物按顺序编号。

4) 目的标志。目的标志是用来表示货物运达的地区名称的。

(2) 指示标志。指示标志是指根据商品特性，对某些易燃、易碎、怕潮、防晒的商品，在搬运和装卸操作、保存条件等方面所提出的要求，例如“向上”“小心轻放”“防热”“由此开启”等文字和图形。

(3) 危险品标志。这种标志要在包装上用鲜明清楚的图形和文字标示，如爆炸品、氯化品、毒品、易腐蚀品等。

三、商品养护

商品在运输、贮存、销售整个流通领域里，每时每刻都受外界各种自然条件（阳光、湿度、温度、氧气等）的作

用，发生程度不同的复杂的质量变化。因此，保护商品质量，维护商品在流通领域中的安全，并最大限度地降低商品损耗，是商业工作者，尤其是基层商业工作者的一项经常而复杂的工作。

1. 影响商品质量变化的因素商品在流通领域里的质量变化，主要是由于商品内部运动和生理活动的结果，但也与外界有许多因素有关。外界因素会影响商品内部的质量变化，有时会使商品完全失去使用价值。影响商品质量的外界因素有：

(1) 空气中的氧。空气中有 $\frac{1}{5}$ 的氧气，它能使许多种商品氧化变质，如各种金属制品的锈蚀、腐蚀，有机商品的发脆、老化、霉变等。

(2) 阳光。太阳光中的紫外线是引起塑料、橡胶、化纤等老化的主要原因。

(3) 温度。温度每升高 10°C ，商品的各種变化速度平均加速 1 倍，特别是那些易腐、易挥发、易燃烧商品，温度对其质量的变化影响更大。

(4) 湿度。不同类商品，对其含水量有标准限量。对含水量较少的商品（食糖、卷烟、茶叶、纺织品等），在空气湿度较大的情况下，易出现吸湿、结块、溶化、潮解、膨胀、霉变等现象；含水量较多的商品（水果、蔬菜）在空气湿度较低情况下，又会出现失水、萎蔫、干裂、发脆等变质现象。

(5) 微生物。包括细菌、霉菌、酵母菌、病毒菌等。其中对商品危害最大的是霉菌，而商品含水量大，外界相对湿度大是产生霉菌的主要原因。

(6) 害虫。仓库害虫种类较多，危害商品较严重的有黑

皮蠹、小圆皮蠹、烟草甲、药材甲、米黑虫、麦蛾等。仓库害虫对多种商品有蛀蚀破坏的危害，不但会使商品数量减少，而且也会引起商品质量的变化。

2. 商品在贮存期间的质量变化

(1) 商品的化学变化。商品的化学变化是指商品在外界条件作用下，不仅改变了外表形态，而且也改变了原来的成分和性质，并产生了新物质，严重时甚至会完全丧失其使用价值。

1) 氧化。如化工原料、纤维织品、橡胶制品、油脂类商品与空气中的氧接触，可能出现燃烧、退色、老化、酸败等现象。

2) 分解。如氮素化学肥料中的碳酸氢铵，包装不严时，温度达 15℃ 则开始分解生成氨气、二氧化碳和水而散失掉，分解出来的氨对人体是有害的。

3) 老化。如橡胶及塑料制品受热或被日光照晒出现发黏、发硬、发脆以至于龟裂等现象。

(2) 商品的生理变化。这主要指有生命机能的商品（如鲜果、蔬菜、鲜蛋等），在空气、温度、湿度等外界条件作用下所发生的变化。

1) 呼吸作用。鲜活食品在氧气充足的环境里存放，会发生有氧呼吸，释放水、二氧化碳气体和热量，商品体内营养成分被消耗，降低了营养价值；如在缺氧条件下存放，鲜活商品则进行的是缺氧呼吸，分解产物是酒精和二氧化碳，时间过长，细胞就会死亡而引起霉烂变质。对这类商品，贮存时要注意温度和通风条件。

2) 发芽、抽薹、胚胎发育。发芽和抽薹主要是蔬菜在适宜温、湿度条件下出现的现象。胚胎发育指已受精的鲜蛋

在温度适宜时出现的现象。无论发芽、抽薹还是胚胎发育都会降低其食用价值。

(3) 商品的物理变化。物理变化是指改变商品本身外表形态而没有引起商品质的变化。但这种变化同样会降低商品质量或使其失去使用价值。

商品的物理变化现象很多，如食糖、棉花、烟叶、硝酸铵等商品在空间湿度较大时易出现的受潮、潮解、溶化等现象；纸张、皮革、水果、蔬菜在空间湿度较小时易出现的发脆、开裂、干缩、萎蔫；香水、酒精、松节油、氨水易出现的挥发、渗漏；具有胶体成分多孔组织的卷烟、茶叶、香菇、奶粉等商品的串味；玻璃制品易出现的破碎、变形等机械损伤，都属于商品的物理变化。

3. 商品的具体养护 根据影响商品质量变化的因素和商业基层的具体情况分析，搞好商品养护，必须从加强温度、湿度管理和对微生物、害虫的防治两方面采取措施。

(1) 温、湿度管理。

1) 温度的测定。在大气、库房、商品三方面的温度中，大气温度决定库温和商品本身的温度。测定温度目前常用的是摄氏温度计。

2) 湿度的测定。目前常用的湿度表示法是相对湿度，主要用干、湿球温度计测定。这种湿度计由两个平行的温度计制成。其中一个温度计的水银球用纱布一端包扎，纱布的另一端浸在盛水的玻璃槽里，称为湿球；另一个温度计称为干球。由于湿球上的纱布水分不断蒸发，不断吸热，使温度计的温度低于干球上的温度。干、湿温度计本身有一个能运动的查对表，按干、湿温度计的温度差，在查对表中相差的这一行向下看，直到和湿球上的温度数相交处所指示的数字

便是相对湿度的百分数。如干球温度 22°C 湿球温度 18°C 干、湿温度差为 4°C ，从查对表中可知相对湿度为 62%。

干、湿球温度计应置于库内空气畅通的地方，不要放在死角里，也不要放在门窗旁。湿球纱布缠绕一两层即可，不宜太厚，用水要保持清洁，观察时要注意湿球上的纱布是否浸在水中，湿球应在水面下 2 厘米为宜。

3) 温、湿度的控制和调节。根据贮藏商品的性能特点，可利用自然通风和机械通风（电风扇、空调设备）两种方式降温、升温或降低湿度。这两种方法可在以下三种情况采用：

库外的温、湿度都比库内低；

库外温度低于库内，库内、外的相对湿度相等；

库外的相对湿度低于库内，库内、外温度相等。

如果遇到连阴雨天，不能采用通风条件调节湿度，则可利用空气去湿机或生石灰、无水氯化钙、硅胶等吸湿剂进行调节。

(2) 微生物和害虫的预防。含有机物的商品如棉、麻、丝、毛皮、橡胶、纸张及食品等商品都易受微生物及害虫的侵害。因此，要采取以下预防措施：

1) 把好商品入库验收关。每批商品入库应严格验收，发现霉变商品和已生虫的商品，坚决杜绝入库，各种商品必须在安全含水范围内才能入库。

2) 控制库内的温、湿度。易腐商品库房相对湿度控制在 50%~65% ； $0\sim 15^{\circ}\text{C}$ 或 $35\sim 40^{\circ}\text{C}$ 为害虫不活动温度，温度在 $49\sim 52^{\circ}\text{C}$ 之间经 10~12 小时，各种虫期的害虫一般都会死亡。

3) 保持库房卫生，空气流通，并可适时用消毒剂对库

房进行消毒。灰尘是传播菌类、孢子的媒介，所以库房清洁可减少霉菌的发生，还可使害虫无潜身之处。

习 题

1. 举例说明商品外观质量的重要性。
2. 什么是商品分类？解释大类、种类、品种、细目的含义。
3. 如何理解商品目录、必备商品目录、商品编号？
4. 运输包装、销售包装各起什么主要作用？
5. 解释识别标志、指示标志和危险品标志的含义。
6. 举例说明影响商品质量的外界因素主要有哪些？
7. 举例说明商品在贮存期间可能发生哪些类型的质量变化？
8. 怎样使用干、湿球温度计？