

外贸商品学概论

浙江大学国际经济与贸易系
胡培战

Email: hupeizhan@126.com

Tel: 13386505077

第一章 商品学的研究对象和内容

■ 思考题一:

- 电子商务能否**完全替代**传统国际贸易方式？为什么？
- 不能。一些商品必须进行直接接触或使用，才能对商品性能进行有效把握。
 - 如食品的“色、香、味、形、触”中的“香”、“味”、“触”。
 - 电子产品等消费品也无法做到**100%**开箱合格。
 - 还有服装、鞋帽等，相同款式，但质量、价格差异巨大，如何练就火眼金睛，做一个合格的消费者？

案例1：外贸服装真的是正品吗？

- 所谓“外贸货”，样子都差不多，但优劣差别巨大：
 - **“原单货”**：国外大品牌提供面料、版型，生产厂家从不到3%的“计划报废物资”中抠出一点，偷偷加工的成衣，或是生产中产生的“残次品”。
 - **“跟单货”**：原版，部分进口面料，搭配国内辅料凑合出来的款式。
 - **“追单货”**：原版，国内采购的类似面料及辅料。
 - **“仿单货”**：按成衣照片加工，非“原版”，国内采购的类似面料及辅料。又分**A、B、C**三种。
 - **A货**：设备精良，制作比较精良，成本相对较高。
 - **B货**：与品牌产品类似，细节处的做工还是比较粗糙。
 - **C货**：小厂自己的创意，随便贴上一个牌子，如**PUMA**的豹改成猪等，粗制滥造。

纺织新材料层出不穷

- 超细纤维：小于**1.0**分特的纤维称为超细纤维。
 - **1000**米长的纤维丝重**0.1**克定义为**1**“分特”。
 - 仿麂皮、仿真丝、第二代合成革、仿桃皮绒等。
- 超韧纤维：人造蜘蛛丝等（每公斤**50**美元）。
- 超柔软纤维：新型合成纤维桃皮绒，具有桃皮样外表和手感、粉末般细腻感。
- 超蓬松纤维：具有多种手感和悬垂性的真丝风格、干爽、丝鸣等特点。
- 功能性纤维：芳香纤维、消臭纤维、防辐射纤维、保健纤维等。
- 环保纤维：利用生物基因工程培植彩色棉花或彩色动物纤维。
 - 彩棉、彩色羊、彩色兔毛、绿色丝等；
 - 可降解纤维。





7瓜娱乐大全7gua.com





商品学知识是外贸人员必须具备的技能

- 外贸人员对进出口商品的认识与理解不同与普通消费者。
 - 商品的验收。
 - 商品的估价。
 - 商品的营销，等。
- 案例2：一个外贸人员的“起步之作”——汽车方向盘套
 - 了解市场吗？
 - 了解生产吗？
 - 了解规格吗？

供货/采购并不“追求完美的艺术”！

- 现代女孩择偶悲咏调：“有才华的不够帅，帅气的不赚钱，赚钱的不浪漫，浪漫的不安全，安全的太窝囊”
- 合格供货/采购（ 供应商/采购商 ）方案
 - 能了解相关信息、能辨别相关信息、能兼顾自己或消费者的偏好。
 - 能制定出有一定技术含量的方案

示例1

准则	1 相貌	2 性格	3 年龄	4 职业	5 学历	分析	综合评价
衡量标准	姣好 3 端正 2 一般 1	温柔 3 开放 2 内向 1	相当 3 小 3 2 大 2 1	机关 3 事业 2 企业 1	本科 3 大专 2 研究生 1		
权重	5	4	3	2	1	好 差	
方案 A	3	1	1	2	3	1/5 2/4	29
方案 B	2	3	2	1	2	2 4	32
方案 C	2	2	3	3	1	3/4 5	34
比较	A B/C	B A/C	C A	C B	A C		C

示例2

评估指标	权重	方案1 平台业务	方案2 万向节和传动 轴制造业务	方案3 贸易业务	方案4 前市场业务 等业务
吸引力	40%	90	70	60	60
财务吸引力	10%	60	60	60	50
风险与不确定性	10%	60	80	80	50
实施难度	20%	40	90	60	60
可接受性	20%	70	80	80	40
平均分		70	76	66	54

一、商品概念

■ 思考题二:

□ 摆在百货商店货架上的是不是商品？

■ 不是。潜在的商品。

□ 产品——货物——商品——消费品——废弃品

■ 商品是使用价值与价值的统一体。

□ 商品的三个属性：

■ 商品是有使用价值的劳动产品；

■ 不是供自己使用的劳动产品；

■ 商品通过交换，其使用价值和价值才得以实现。

商品是有用实体与无形服务的统一

- 商品是一个整体的概念，包括三层含义：
 - 实质性：功能、用途等；
 - 实体性：有具体形态；
 - 延伸性：附加利益，如服务等。

二、商品学概念

- 商品学是研究商品 **使用价值** 及其 **实现规律** 的一门科学。
- 商品使用价值概念：是商品所有的在市场交换中得以承认的有用性。
- 使用价值的 **二重性**：
 - **物质性**：即物的使用价值，是商品在一定使用条件下所具有的用途和性能、功能。
 - **社会性**：即社会的使用价值，或市场适销性，体现了商品使用价值被社会 and 消费者所承认的程度。
- 思考题三：
 - 只有物质性或社会性的商品是什么商品？

使用价值是一个历史的、动态的、相对的范畴

- 商品使用价值有其形成、转移、实现和消亡的运动历程。
- 商品使用价值随着时间、地点、社会分工、社会环境、消费习惯、文化修养等诸多因素而各不相同。
- 商品是具有历史性的，作为商品的使用价值也必然是一个历史范畴。

商品学的学科性质及其分类

■ 学科性质：

□ 技术学派

- 以俄罗斯、东欧国家为代表

□ 社会学派

- 以欧洲国家为代表

□ 综合学派

- 以美、日等国为代表

■ 分类

- 宏观：研究共性问题，如商品学总论。

- 微观：研究具体商品或特定领域，商品学分论，如食品商品学、纺织商品学等。

三、商品学的研究内容

■ 商品学研究的中心内容

- 商品质量
- 商品品种

与商品质量有关的内容

- 商品质量分析与评价；
- 影响商品质量的因素；
- 商品的质量要求与质量管理；
- 商品标准与标准化；
- 商品包装；
- 商品检验；
- 商品法规；
- 商品运输与储存。

与商品品种有关的内容

- 商品品种分析与评价；
- 商品分类；
- 新产品开发；
- 商品消费要求；
- 商品美学；
- 商品文化；
- 商品信息；
- 商品资料与污染等。

四、商品学研究的任务

- 1. 指导商品使用价值的形成。通过商品**质量环**的研究，为生产部门服务。
- 2. 评价商品使用价值的优劣。杜绝假冒伪劣商品进入流通领域，保证商品符合规定的标准与协议，创造公正、平等的市场竞争机会。
- 3. 维护商品使用价值的安全。如合理的商品储藏与运输，商品包装等。

商品学研究的任务(续)

- 4. 促进商品使用价值的实现。如消费心理、新产品开发等，发挥生产与消费的桥梁作用。
- 5. 监督商品使用价值的效应。为商品开发和升级换代进行理论研究和实践指导；维护消费者的利益。
- 6. 普及商品学知识。使消费者了解商品性能，正确评价商品质量，增强自我保护能力。

商品学的发展历程

■ 商品知识汇集阶段

- 商品经济不发达，涉及商品的品种、产地、鉴别等。
- **767年**，陆羽《茶经》；
- **1175年**，《商品之美》，阿里·阿德·迪莱斯基等。

■ 商品学诞生阶段

- 在学校讲授商品学知识，成为独立的科学体系
- 标志：**1793**《商品学导论》约翰·贝克曼（德国）。
- 我国**1908年**废除科举后，把商品学设立成一门必修课。

■ 商品学发展阶段

- ——三种学派的交叉与发展。

■ **1976年**，成立了国际商品学会。

■ 我国**1992年**加入国际商品学会。**1951年**中国人大招收研究生。

本课程基本内容

- 介绍与商品质量有关的内容：商品质量、商品成分与性质、商品包装、商品标准、商品检验与鉴定等。
- 介绍与商品品种有关的内容：商品分类。
- 介绍大家感兴趣的日常商品的鉴别，如酒、烟、茶、皮鞋、服装、鱼虾、珠宝等。