

<<商品学>>

图书基本信息

书名：<<商品学>>

13位ISBN编号：9787302293361

10位ISBN编号：7302293368

出版时间：2012-11

出版时间：清华大学出版社

作者：赵苏

页数：272

字数：384000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<商品学>>

内容概要

《北京高等教育精品教材·对外经济贸易大学远程教育系列教材：商品学（第2版）》力求理论性、科学性和实用性的有机结合，围绕流通领域商品质量这个核心问题，及时跟踪、反映当代世界市场、国际贸易以及中国作为一个世界贸易大国对进出口商品的要求及相应的管理机制，探索当前社会与消费者普遍关注的问题。

具体包括：商品学的产生与发展；商品的质量；商品的组成与性能；商品分类与编码；商品标准与标准化；商品的检验检疫；商品质量监督与质量认证；商品包装；商标与商品条形码。

全书内容充实、针对性强，突出应用性和实践性，资料新颖翔实，叙述深入浅出，使读者阅读本书后，能够了解商品学学科体系中各部分具体问题，掌握商品质量的基本分析方法，“知道用在哪里，知道如何应用”。

《北京高等教育精品教材·对外经济贸易大学远程教育系列教材：商品学（第2版）》适合商贸营销、财经类专业作为本、专科生学习商品学课程的教材，也可作为相关业务人员的培训教程和参考读物。

<<商品学>>

书籍目录

- 第一章 商品学的产生与发展
 - 第一节 商品学的研究对象
 - 第二节 商品学的研究内容
 - 第三节 商品学的产生与发展
 - 同步测练与解析
- 第二章 商品的质量
 - 第一节 商品质量与商品使用价值的关系
 - 第二节 国际贸易环节对商品质量的基本要求
 - 第三节 决定和影响商品质量的主要因素
 - 第四节 国际贸易中表示商品质量的方法
 - 第五节 国际贸易合同中商品品质条款的订立
 - 同步测练与解析
- 第三章 商品的组成与性能
 - 第一节 商品的成分与结构
 - 第二节 商品的性质
 - 同步测练与解析
- 第四章 商品分类与编码
 - 第一节 商品分类的概念和意义
 - 第二节 商品的分类标志及常见的分类方法
 - 第三节 商品分类体系和商品目录
 - 第四节 商品编码的概念、意义与种类
 - 同步测练与解析
- 第五章 商品标准与标准化
 - 第一节 商品标准
 - 第二节 商品标准的作用与采用
 - 第三节 商品标准化与标准化组织
 - 同步测练与解析
- 第六章 商品的检验检疫
 - 第一节 商品检验检疫概述
 - 第二节 进出口商品检验检疫的内容和方法
 - 同步测练与解析
- 第七章 商品质量监督与质量认证
 - 第一节 商品质量监督
 - 第二节 商品质量认证
 - 同步测练与解析
- 第八章 商品包装
 - 第一节 商品包装的属性与功能
 - 第二节 国际贸易商品包装分类
 - 第三节 商品防护包装技法
 - 第四节 商品包装标志
 - 第五节 商品包装标准与安全法规
 - 同步测练与解析
- 第九章 商标与商品条形码
 - 第一节 商标
 - 第二节 商品条形码

<<商品学>>

同步测练与解析

综合测练与解析

综合测练与解析（一）

综合测练与解析（二）

综合测练与解析（三）

附录A 中华人民共和国产品质量法（摘录）

附录B 中华人民共和国进出口商品检验法（摘录）

附录C 新调整的进出境检验检疫商品目录

附录D 中华人民共和国行业标准代号

附录E 中华人民共和国国家标准GB 19084-2003普通脱脂纱布口罩

附录F 中华人民共和国农产品质量安全法（摘录）

附录G 中华人民共和国食品安全法（摘录）

附录H 集体商标、证明商标注册和管理办法

参考文献

章节摘录

版权页：插图：（1）世界上不同的国家和地区，由于宗教信仰、风俗习惯以及各民族的爱好的不同而有不同的消费习惯和禁忌，因而对商品的品种、花色就有不同的要求。

中国的茶叶早已闻名于世，受到世界上很多国家和人民的喜爱，但在智利市场上情况却迥然不同，曾经很难销售。

究其原因，才发现中国的茶叶味道不符合智利人的口味，而且价格偏高，不适合智利人相对偏低的生活水平。

（2）世界不同的国家和地区经济发展不平衡，各国生产技术水平、消费结构和购买力互有差异，对商品质量的要求有高低之别。

例如：低档化妆品在消费水平低的非洲地区就畅销，而高档化妆品则是西欧、北美、日本、中国香港等高消费国家和地区的适销品种。

但要注意，所谓低档商品或低端产品，仅仅是指其质量针对目标市场是适宜的，而并不是指假冒伪劣商品。

假冒伪劣商品在任何市场上都不受欢迎。

（3）消费水平高的国家和地区对商品的时尚性反应敏感，要求商品的花色、品种、规格和款式随社会时尚的变化而不断改变。

例如美国市场就有一个很大的特点，即变化快，这是由于美国人有“喜新厌旧”、赶时髦的癖好。中国台湾产的晴雨伞曾在美国市场很畅销，正是成功地迎合了美国市场的这一特点。

编辑推荐

《对外经济贸易大学远程教育系列教材:商品学(第2版)》是全国“国际贸易”重点学科所在的对外经济贸易大学的重点教材,《对外经济贸易大学远程教育系列教材:商品学(第2版)》第一版于2008年被评为北京市精品教材。

《对外经济贸易大学远程教育系列教材:商品学(第2版)》适合商贸营销、财经类专业作为本、专科生学习商品学课程的教材,也可作为相关业务人员的培训教程和参考读物。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>