

经济类

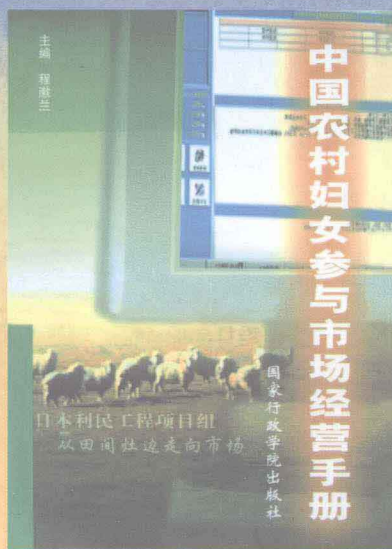


文化部
财政部

送书下乡工程
2005 年度

中国农村妇女 参与市场营销手册

程漱兰 主编



国家行政学院出版社

中国农村妇女参与市场营销手册

主编 程漱兰

国家行政学院出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国农村妇女参与市场经营手册/程漱兰主编. —北京:
国家行政学院出版社, 2004
ISBN 7-80140-344-4

I. 中… II. 程… III. 商业经营—手册
IV. F715-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 066389 号

责任编辑 王 兵

书 名	中国农村妇女参与市场经营手册
作 者	程漱兰 主编
出版发行	国家行政学院出版社 (北京市海淀区长春桥路 6 号 100089)
电 话	(010)68920640 68929037
经 销	新华书店
印 刷	北京市秋豪印刷有限责任公司
版 次	2005 年 8 月北京第 2 版
印 次	2005 年 8 月北京第 2 次印刷
开 本	880 毫米×1230 毫米 32 开
印 张	12.75
字 数	322 千字
书 号	ISBN 7-80140-344-4/F·31
定 价	24.00 元

目 录

导言	1
引子 从未去过县城的农妇成为运销大王的故事	1
一 市场经营与自给自足的区别是什么?	5
二 农妇参与市场经营的思想准备	6
三 参与市场经营有什么好处?	12
四 参与市场经营需要同哪些方面发生关系?	13
第一章 市场需要什么?	17
引子 好货为什么卖不出好价?	17
第一节 中国农业发展新阶段	
——买方市场的形成与农产品“卖难”	17
一 什么是农业发展新阶段?	17
二 农业发展新阶段的显著特征——告别短缺	18
三 新阶段的新矛盾:农产品“卖难”和农民收入增长缓慢	21
第二节 市场需要这些:中国及各省市区各类农	
产品在国际市场上卖得好的	24
一 一个实例:中国农产品的价廉物美	24
二 2000~2002 年中国农产品对全球的进出口状况	27
第三节 中国加入 WTO 只会让中国农民的优势	
农产品卖得更好	55
一 WTO 农业规则	55
二 中国入世农业承诺和权利	71
三 入世是中国农民和其他劳动者的福音	79
第二章 我们能够生产什么?	86

引子 种粮变种菜,收入 1000 变 4000	86
第一节 我国产业结构和产品结构的调整优化	87
一 种植业结构	89
二 畜牧业结构	92
三 渔业结构	92
四 林业结构	94
第二节 不同地区不同的产业和产品选择	94
一 种植业	95
二 畜牧业	97
三 渔业	99
四 林业	102
第三节 农产品品质和安全保证	103
一 无公害农产品质量认证管理	103
二 危害分析与关键控制点管理(HACCP)	115
三 案例:HACCP 在食用油脂生产中的应用	119
第四节 物流:保鲜、储藏、运输、包装和分装	122
一 物流的基本知识	122
二 农产品物流	124
第五节 农产品加工	132
引子 中国人眼中的美国柑橘与美国人眼中的中国 柑橘	132
一 什么是农产品加工业	132
二 农产品加工业相对于初级农产品生产的主要优势及农户 发展农产品加工的好处	133
三 市场对农产品加工业的导向作用和约束影响	135
四 农户参与农产品加工需要考虑的问题及实施步骤	136
五 农户参与农产品加工的主要形式	139
第三章 我们如何将生产的产品送到市场,卖个好价钱	146
第一节 现代社会的农产品商流	146

一 什么是农产品销售	146
二 现代社会农产品销售的主要形式	147
第二节 用标准化打开农产品销路	160
引子 非标准化生产造成“出口商无货可收,农户有货 卖不出”的尴尬局面	160
一 什么是农业标准化	163
二 我国农业标准化严重滞后导致出口优势严重受损	165
三 2010 年目标:用标准化建设农产品质量安全体系	166
四 在农民中推广实施农业标准化	167
第三节 进入国内外大市场若干实务	170
一 适应食品放心工程要求	170
二 适应 CAC 食品法典规定	172
三 了解农产品出口程序	176
四 农产品营销若干实务	188
第四节 以合作社形式参与市场经营	194
引子 “公司+农户”,农产品赢利空间距当地农户仅 一步之遥	194
一 农民合作社组织销售对农民最有利	196
二 农民合作社章程样式和其他文件	199
第四章 如何将成本压得更低,使销路更好、赢利更大	210
第一节 价格永远越便宜越好	210
引子 中国奶价高不高? 看你如何比	210
一 哪些农产品成本/价格应该下降	212
二 从农产品成本构成看降低成本的方向	214
第二节 通过优势农产品区域布局降低成本	218
引子 纪晓岚探问哈密王:京城种的哈密瓜“不甜” 为哪般	218
一 什么是农产品区域布局	219
二 优势农产品区域布局规划(2003~2007 年)	222

第三节 通过农业技术进步降低成本	236
引子 技术进步保证了泌阳菇农收入不随价格下降而下降	237
一 农业技术推广法	239
二 若干推广型农业技术进步计划	241
三 优势农产品竞争力提升科技行动	248
第四节 通过农民科技培训降低成本	258
一 培训宗旨	258
二 培训原则	258
三 实施五大培训工程	259
四 培训重点	260
五 培训内容	260
六 保障措施	261
第五章 怎样才能获得你所需要的物质资本、人力资本和社会资本	264
引子 山西山阴县奶农喜获信用社小额信用贷款	264
第一节 物质资本的获取	265
一 如何进行家庭消费—储蓄/投资分配	265
二 如何贷款	272
三 争取资本的其他渠道	282
第二节 人力资本的培育	285
一 农村教育	286
二 农民医疗卫生	291
第三节 如何争取“社会资本”以利于经营	293
一 与社区和当地政府的关系	293
二 与亲戚或者朋友的关系	295
三 与产业化组织的关系	296
第六章 农妇参与市场经营要求政府做什么	298

第一节 土地经营权和其他财产权的保护	298
一 界定和保护财产权利是政府的基本职能	298
二 界定和保护农妇的土地权利	299
三 界定和保护农妇的市场经营权	307
四 税费改革界定农妇及其家庭的应尽义务	311
第二节 提供经济和社会基础设施,治理生态环境	313
一 提供经济基础设施	313
二 提供社会基础设施	318
三 提供良好生态环境	324
四 农妇参与基础设施建设以及利用基础设施参与市场经营的方法和途径	329
第三节 提供信息、融资、保险等服务	333
一 提供信息服务	333
二 提供融资服务	340
三 提供保险服务	340
第四节 提供交易便利,提高制度效率	343
引子 国有计委曝光乱收农村电网改造费	343
一 整顿和规范市场经济秩序,降低农妇参与市场经营的“交易成本”	344
二 为农妇进入国际市场创造条件,消除障碍	345
第五节 提供政治民主,维护经济权益	350
一 政治民主保障农妇参与市场经营	350
二 村民委员会组织法与农村基层民主	350
三 中华人民共和国妇女权益保障法	353
四 农民如何申请法律援助	356
五 组织起来,联合维权	358
六 向媒体求助维权	359
第七章 贫困农妇如何做	360
第一节 中西部地区妇女如何做	360

一 以东部沿海地区为中介与国内外大市场衔接	360
二 中西部地区农村妇女如何争取农业和相关产业投资	372
第二节 粮食主产区妇女如何做	373
引子 种粮女状元成为人大代表	373
一 区域分工深化格局中粮食主产区的发展前景	375
二 粮食主产区的农村妇女如何生产	376
第三节 文盲、病残、单亲和多子女妇女如何做	382
引子 昔日贫困文盲女 今日致富“领头羊”	382
一 文盲妇女如何争取脱贫	383
二 病残农村妇女如何争取脱贫	387
三 单亲、多子女农村妇女如何争取脱贫	392
后 记	396

导 言

引子 从未去过县城的农妇成为运销大王的故事^①

刘淑环,北京平谷区镇罗营镇桃园村年销售干鲜水果上百万千克的运销大王。可是有谁知道,这位在北京、上海、成都、广州、深圳、东北都设有行销网点的36岁的村支书,她的前22年,竟从未到过距家仅40分钟车程的县城,一整个“出门干地里活,进门忙家务事”的再普通不过的农妇。那时的她,整日披星星戴月亮地干,但是,和丈夫结婚时欠下的700元钱债,借了还,还了借,始终也没还利落。

从1986年开始,东北经常有客商来到平谷收购红肖梨、大桃等果品,淑环让他们在家里住,给他们做饭吃。朴实的山里人把这看成是给朋友帮忙,从来没想过跟人家要钱。不过常来常往,就从他们口里知道了许多果品怎样收购运销,怎样看行情做买卖的事。村里有人学着做,真的就干起运销果品这一行。到了1988年,淑环终于憋不住了,跟丈夫商量:“人都说红肖梨十年九挣,咱也窖点儿卖去。”丈夫说:“你就看人家挣,没见人家赔。要是赔个大窟窿,这日子可怎么过?咱还是穷忍着吧。”“咱就老这么过穷日子?你不干,我干!”淑环历来是想干什么就得干成的倔性子。10月梨儿下树时,她从娘家的哥哥和姐姐那里借来5000元钱,买来一车红肖梨窖了起来。

本来她是打算在当地卖出这一车梨的,从来没想到要远销东北。何况就在这时候,她家出了一件大事:丈夫因为车祸去世了。淑环悲痛万分,心情极坏。可市场行情不饶人,眼看梨价一天一天

^① 见沈大军:《趟出山村致富路的女支书》,人民网-2003年6月23日;平谷区镇罗营镇桃园村网站。

地往下降,进时一斤三毛五,转过年落到了二毛七、二毛五。快到5月了,梨树上已长出了小梨儿,梨价仍不见抬头,老话说:“梨见梨,烂成泥。”这梨就是现在出手也得赔个1000多块,小家小户的哪承受得起啊!淑环急得嘴上都长出了泡。

这时公公对她说:“你就不敢到东北去试试?”一句话提醒了她,虽然她从来没出过远门,可这时不能不北上闯一闯了。她学着别人的做法,在三河市截了一辆回东北的空车,装上梨驱车750公里直接来到沈阳的五马路市场。市场管理人员给找了块空地便卸车卖了起来。

第一天一切顺利,第二天麻烦来了。三个欺行霸市的“行痞子”来问价:“这梨咋卖?”“七毛。”“便宜点,三毛我们都要了。”“三毛?不卖。”讨价还价中,三个人拿着大食品袋连吃带装,淑环急了,一搡把一个人推倒在梨筐上。三个人没说什么,瞪她一眼就走了。第三天,这三个人又来了,啥话不说,只是往梨筐上一坐,来了买主便说,这梨我们包下了,你到别处去买吧。结果一上午没卖出一斤梨。这时淑环气哼哼地对这三人说:“不卖了,把梨给我用苫布盖上,咱们喝酒去。”四个人真的就来到了一家小饭店,淑环以茶陪着他们喝下了四瓶老龙头酒。那三个人喝得高兴,不但向她介绍了市场的情况,还说:“以后有什么事就来找我们,保你没事。”

有人听到她这段经历曾问:“你这叫啥英雄,这不是向人家屈服吗?”淑环却说:“这不是屈服,我是来卖梨的,我要达到目的。最后是我胜利了。”

从此,淑环走上了远销果品的路。而这又是怎样的一条艰苦坎坷的路啊!每次北上,一天一夜的颠簸,卸了车就卖货,饿了吃的是盒饭,夜里棉被上边拉上大苫布露天而眠。严冬里,天寒地冻,睡着睡着就被冻醒了,有时下的雪有一尺多厚,早晨竟掀不起被子,要费好大劲才能钻出来。就在这样的环境中,淑环磨练出来了,她懂得了市场,成了行家。

在沈阳的果品市场上,淑环发现外地在这里销售的核桃又黑

又硬,个儿还小,而家乡的核桃皮薄如纸,个儿大还白净。她就拉来了一车想试一试,没想到一炮打响,一车核桃不到半天就卖光了,比卖梨的收入高出好几倍。

从此她又改贩核桃。村里人从她这里获得了信息,也纷纷效仿,使得平谷区的核桃占据了沈阳市场85%以上的份额。

刘淑环贩梨贩桃贩核桃出了名,1997年被推举为村党支部书记。过去在家里说话都不算数的农家妇女,如今当了全村300多口人的家,她不会制定什么3年计划5年目标之类的东西,但是她知道一切都得从实际出发。她想,我靠搞运销致富了,要让全村人富起来,也得让大家搞运销。第一步她想到的是修路,村里的路坑坑洼洼,一到雨天就被冲得稀里哗啦的像个大泥塘,雇来的卡车一到村口,司机调头就走,根本不愿进村。然而这样的好事许多人不支持,淑环开了两次村民大会都没能通过。原因很简单,没钱,村里的账面只趴着64元钱。淑环四处奔走,市区领导都给予了支持,可钱还是不够。让各户都掏点,有人就说,那段路我根本就不走,凭什么让我掏钱?这么一挤对,挤出了个办法:主路由村里掏钱,通到11条沟沟岔岔的支路,村里掏一部分,谁家走这条支路各掏一部分。这一下大伙儿都满意了,只一个月的时间就把路修好了。

要让大家去搞运销得有资金,淑环就成立了桃园果品产销合作社,为村民贷来贴息贷款100万元,使全村80%的户搞起了运销,人均销售果品收入6000元。现在随便到哪一家去问问,富裕起来的山里人没有不夸淑环的:“咱这书记真是不赖,给大伙儿办了不少事啊。”

随着运销的范围越来越广,刘淑环产生了自己办公司做大生意的想法。很快,由她与另外四位能人合股成立的北京仙谷桃园果品经销有限公司开张营业,注册资金68万。她既当书记又当老板,触角从北方伸向了南方。1998年,她来到了深圳,跟着同行的人无意间进了一家网吧,当别人在网上浏览果品市场行情时,她也用鼠标随意点了几下,竟看到了许多地方的行情,这让她激动不

已：这要是买个计算机，坐在家里不就把买卖做了吗？

2003年3月，平谷区委宣传部为在农民中普及计算机知识，开办了计算机学习班。淑环是村党支部书记中惟一报名学习的学员。淑环的文化水平不高，只认识汉语拼音，不认识键盘上的英文字母，学习自然比别人吃力。可她比谁都下功夫，她在纸上画了一个键盘，对照上面的英文写上汉语拼音字母，一个字一个字地练，渐渐地学会了敲字，并能上网看行情了。

2003年4月，淑环在平谷网站的帮助下，把桃园村建成了计算机网络村，有30多户农民买了计算机，学会了从网上了解市场行情。年近五旬的陈旺，买了计算机后自己不会“鼓捣”，就让儿子给他操作，自己网上看行情。他说，市场的变化很快，有了计算机，哪个地方的行情都能了解，心里就有数了。

与此同时，区网站又给桃园村建了一个主页，通过网络向全国介绍桃园村。这一下可不得了，淑环的手机几乎都打爆了，北京、上海、成都、广州、深圳、东北等地哪儿的都有，要求合作运销的，要求合作搞冷藏的，要求签购货定单的……都要找她谈。现在已有北京建宏兄弟商贸有限公司、深圳市南联水果批发商、广州市南北水果批发市场等十家国内批发商和销售公司与淑环的公司建立了业务往来关系。

平谷鲜桃在东南亚享有盛名，全部经过广东中转。北京到广东一般走航空或铁路，可运费的提高让“刘老板”盯上了汽车运输这个途径。在经过充分准备后，2003年8月9日，公司一辆载有9吨大桃的解放卡车长途跋涉60个小时后顺利抵达广州市场，在几小时内销售一空，赢利颇丰，每千克大桃的销售成本要比空运降低1.2元之多。原来接触的几家公司闻讯而来，纷纷找淑环洽谈合作事宜。淑环成为京郊用汽车运鲜桃至广州销售大获成功的第一人，同时也奠定了续销东南亚的低成本基础。

现在，村里的运销形势大好，可淑环仍然有一大堆想法要落实呢——要扩大营销组织，再增加5个分公司；要建冷藏保鲜库，进一步加强基础设施建设；要继续开发北京市场；要以自己的品牌直

接进入东南亚市场,等等。

刘淑环的故事让我们看到了,农村妇女参与还是不参与市场经营,结果有天壤之别。接下去,我们就以刘淑环这个故事为线索来说说,市场经营与自给自足的区别是什么?农妇需要有什么思想准备进入市场?农妇可以从市场经营获得什么?市场经营需要与哪些方面发生关系?

一 市场经营与自给自足的区别是什么?

在过去,我们一提到农业,就是种地、种粮食,农业生产就是农业的全部。把农产品生产出来,多多益善,既是国家发展农业的首要目标,也是绝大多数农民最主要的追求。

那时,我国农村大多数地区基本停留在自给自足阶段。这一阶段的主要特征是,除了国家规定的粮食、棉花等大宗农产品的征购任务外,农民根据自家需要,需要吃哪些粮食和其他农产品,就种植养殖什么;收获后,先保证自家的需要,有多余的拿到集市上卖,或等小贩上门来收购。在农产品供应普遍短缺的年代,只要生产出来,通常总是卖得掉。

现在就大不同了。现在粮食多了,所有的农产品都丰富了,人民生活水平高了,你吃不了的东西,人家不一定需要。因此,要想自家的东西好卖,卖出好价钱,就必须根据别人的需要来生产,根据市场的需要来生产,市场上缺什么就生产什么。

这就引入一个概念:市场经营。这是与自给自足相反的概念。

自给自足是根据自己的需要来生产,多余的拿出去卖;市场经营是根据别人的需要来生产,生产的目的就是拿出去卖。

既然生产的目的是卖,就有个卖什么价钱的问题。如果我们仍然像过去一样,只知在地里种小麦、种苹果,辛苦劳作一年,最后把产品交给别人去卖,自己不参与市场经营,往往会遇到三种情况:卖不出去,卖不了好价钱,好价钱稳不住。这又有三种可能的原因:市场不需要这种产品,没有稳定的收购商,收购商给的价钱

过低。

所以,根据市场需要生产农产品;同时,主动参与市场经营,将产品最终卖到远方的大市场卖个好价钱,是今天的农民最主要的追求。

二 农妇参与市场经营的思想准备

农村妇女要进入市场,存在几点不适应。

首先是自身素质不适应。虽然说九年制义务教育逐渐普及,但在重男轻女观念比较普遍的经济落后地区,不能完成义务教育的女孩不是少数,能上学的很多女孩甚至没有读完小学就回家帮父母干活了,农村妇女的文化程度普遍不高。即使多读了一点书,嫁人后长时间不用,整天忙家里家外,学的那点东西很快就忘得差不多了。当开始搞市场经营的时候,就会发现很多东西不懂,不会。这就要求我们化更大的功夫迎头赶上。你看,淑环为了上网看行情,上网销售,不会英语也要学习操作计算机。她在纸上画一个键盘,对照上面的英文写上汉语拼音字母,一个字一个字地练,比谁都下功夫,她是这样学会的上网。

除了文化水平限制外,还有一个市场经济观念问题。如果常年呆在家里,与外界接触少,思想观念就容易保守,种好一亩二分地已经让很多人感到很满足了,喜欢稳定,不愿意冒风险。当淑环想出去做生意的时候,她丈夫说:“你就看人家挣,没见人家赔。要是赔个大窟窿,这日子可怎么过?”这句话就反映了这样一个问题。

其次是经济实力太薄弱,经营规模太小,经不起风险的冲击。从上一段淑环的丈夫不同意淑环出去做生意的话里,从淑环当初窖梨卖,从她哥哥姐姐那借了5000块钱,我们可以看出,大多数农民不愿意冒风险实在是被迫无奈。几千年的小农经营,一家一户生产,一年到头不欠债就已经不错了,几乎没有什么积蓄。这样的情况在农村,特别是中西部农村非常普遍,农民经不起失败的冲击。但市场经营必然存在风险,这也许是广大农村妇女走向市场最大的“拦路虎”。

第三是外界环境对她们搞市场经营也存在约束。淑环的家在北京,人们的思想还比较开放,她公公甚至鼓励她去东北。但在广大的中西部地区也许就不是这样了,妇女抛头露面,闯荡世界做生意,可能会有人说三道四,甚至可能遭到一些异样的眼光。太能干的女人不怎么招人喜欢。

因此,农妇要进入市场,要做好思想准备,具备 11 种必备的意识。^①

(一) 市场意识

刘淑环从一个普通的农村妇女变成果品运销大王,说明了从自给自足转向市场经营最需要的意识就是市场意识。无论是安排生产,还是组织经营,必须以市场为导向:市场是什么?市场在哪里?具体而言,包括以下三个方面。

1. 市场参与意识

这是市场意识的基础。有了市场参与意识,才可能走向市场,才可能发家致富。像淑环,没有当年的闯东北,就没有今天的“女老板”。

2. 市场竞争意识

这是市场意识的关键。向市场提供比别人更好的产品:人无我有、人有我优、人优我廉,人廉我转,才能在市场竞争中立于不败之地。像淑环,先是贩红肖梨,后是贩核桃;先是打开东北市场,后是打开南方市场,甚至国际市场;空运价格过高,就率先尝试汽车运输;常温运输不容易保鲜,就准备将冷藏搞起来。

3. 市场风险意识

只要经营就必然都会有赢利和亏损、发财和破产的可能,区别

^① 参见郭晓明、赵昌文:《农民:主体意识与经营能力》,载《农村合作经济经营管理》,1995年第2期;黄金旺:《农民走向市场必须树立和强化十个意识》,载《甘肃农业》,1997年第12期;青怀树:《农民致富奔小康需要增强市场意识》,载《农业经济》,1999年第8期;王征兵、涂永安:《论中西部地区农民进入市场》,载《新疆农垦经济》,1997年第7期;文中:《农民致富应树立三种意识》,载北京市科协网站“北京科普之窗”。

在于大小。尤其是农业生产,自然灾害等自然风险较大,市场价格变化也比较大。有时候冒一些风险是必要的,最差的结果,还有几亩地可以有饭吃。应自觉捕捉和利用市场供求和价格信息,自觉寻求市场机会。像淑环,学习上网,建立网页,就是为了了解市场行情,降低经营风险。

(二) 质量意识

当农产品供求形势发生根本性转变,从长期的供不应求的“卖方市场”(就是供不应求条件下卖方比买方更有讲价能力),转变为总量平衡、丰年有余的“买方市场”(就是供过于求条件下买方比卖方更有讲价能力)时,产品质量受到普遍关注,农产品供求矛盾集中在产品质量上。从根本上讲,只有质量好,才能销路好。质量是产品走向市场的通行证,是产品生存的基础,质量上乘的产品是占领市场的法宝。你看,淑环把个大白净、皮薄如纸核桃拉到沈阳市场,一下子就全卖光了。

产品要讲质量,就要进行标准化生产。本手册将在第三章详细介绍这方面的知识。

(三) 合作意识

淑环与另外四位能人合股成立北京仙谷桃园果品经销有限公司,一下子把生意做大了;全村人合作修路,外地客商来村里收购果品就更方便了。这说明,农民必须破除狭隘的一家一户的小农观念,变分散经营为联合经营,发挥整体优势,抵御市场风险,谋取共同利益,开创一条联合起来、共同发展的致富道路。

(四) 法律意识

农妇参与市场经营,会遇到两方面的障碍。一是由于市场体系不健全,市场规则不完善,一些部门和个人销售假化肥、假农药、劣质种子,欺骗毁约,坑农害农,给刚刚走上市场的农民造成巨大的损害。二是政府不按法律办事,动用行政力量侵犯群众利益,如随意改变承包地,干涉农民经营自主权等。这两点都要求农妇学会用合同形式稳定协作关系,熟悉相关法律,用法律武器保护自己的合法权益。例如,湖北枣阳市受到法律保护的