

致富一招鲜系列

做

ZUO NONGCHANPIN JINGJIREN ZHUANQIAN FANGLUE

农产品经纪人 赚钱方略

占家智 羊茜 编著

出谋划策 点石成金
自主创业 弄潮商海



APRIL
时代出版

时代出版传媒股份有限公司
安徽科学技术出版社

致富一招鲜系列

做农产品经纪人赚钱方略

占家智 羊 茜 编著



时代出版传媒股份有限公司
安徽科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

做农产品经纪人赚钱方略/占家智,羊茜编著. —合肥:安徽科学技术出版社,2012.5

(致富一招鲜系列)

ISBN 978-7-5337-5633-8

I. ①做… II. ①占…②羊… III. ①农产品-经纪人-商业管理 IV. ①F323.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 079855 号

做农产品经纪人赚钱方略

占家智 羊茜 编著

出版人:黄和平 策划编辑:刘三珊 责任编辑:刘三珊

责任校对:郑楠 责任印制:廖小青 封面设计:冯劲

出版发行:时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

安徽科学技术出版社 <http://www.ahstp.net>

(合肥市政务文化新区翡翠路 1118 号出版传媒广场,邮编:230071)

电话:(0551)3533330

印制:合肥义兴印务有限责任公司 电话:(0551)3355286

(如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂商联系调换)

开本:710×1010 1/16

印张:9.75 字数:168千

版次:2012年5月第1版

2012年5月第1次印刷

ISBN 978-7-5337-5633-8

定价:19.00元

版权所有,侵权必究

前 言

随着农业经济结构的调整以及农村经济的不断发展,农产品市场供销两旺,呈现一派繁荣景象。但由于农民在相对封闭的状态下分散生产,对多样化的市场需求知之甚少,对市场规模化的要求无所适从,所以非常需要中间人将他们的产品与市场需求衔接起来。这种牵线搭桥的人,就是农产品经纪人。

农产品经纪人不辞辛苦地在农产品生产与销售之间穿针引线,为促进我国农产品的流通发挥了积极作用。农产品经纪人这个群体现已成为助农增收的重要力量。

如何当一个合格的高效率的农产品经纪人,在做好为广大农户服务的同时,自己也能获得丰厚的报偿呢?《做农产品经纪人赚钱方略》对此作了全方位的指导,内容系统、全面、具体,注重实用。例如,如何获得农产品经纪人资格、基本职业技能、农产品市场信息的获取与分析、农产品营销策略与技巧,以及农产品的包装、贮运、流通、加工及附加值的提升等,都十分强调可操作性。

本书对提高农产品经纪人的综合素质,发展与完善农产品经纪人队伍,规范农产品流通市场,提高广大农民的收入,具有很好的指导意义。全书重点是提高农产品经纪人的合法收益,使农产品经纪人这个队伍能健康发展。

鉴于我们的水平有限,书中难免会有所偏差,敬请读者朋友批评指正。

编者

目 录

第一章 了解农产品经纪人	1
一、农产品经纪人的概念	1
(一)经纪与经纪人	1
(二)农产品经纪人	3
二、农产品经纪人的作用	9
三、农产品经纪人的经纪方式及报酬	12
(一)经纪方式	12
(二)工作程序	13
(三)报酬	14
四、农产品经纪人目前存在的问题	14
第二章 农产品经纪人资格获取与综合素养	16
一、农产品经纪人资格证的获取	16
二、农产品经纪人的职业道德	18
三、农产品经纪人应具备的能力	19
四、农产品经纪人应具备的素质	23
第三章 农产品经纪人必备的专业知识和职业技巧	25
一、业务知识	25
二、专业知识	30
三、职业技巧	32
(一)调查研究	32
(二)牵线搭桥	34
(三)谈判技巧	38
(四)公关技巧	43
第四章 农产品经纪人必须掌握的法律知识	50
一、科学签订合同	50

(一)合同与合同法	50
(二)合同的订立	52
(三)合同的法律效力	55
(四)合同的无效	56
(五)合同的履行	57
(六)合同变更、转让、终止	59
(七)违约、争议及其解决方式	60
二、农产品经纪人对所销售的农产品的质量承担的责任和义务	63
三、消费者的权利	64
四、经营者的义务	66
第五章 农产品市场信息获取与分析	68
一、信息种类	68
二、信息采集	70
第六章 农产品营销策略	76
一、我国农产品的消费特点	76
二、农产品市场	77
三、品牌的作用	78
四、农产品价格	78
五、农产品进超市	81
六、网络营销	83
第七章 农产品包装、保鲜、贮运与加工	85
一、包装	85
二、保鲜	89
三、贮藏	98
四、流通	119
(一)流通的意义与特点	119
(二)鲜活农产品流通的绿色通道及政策	120
(三)食品流通许可证	121
(四)农产品流通要素	122
五、运输	128



(一)影响因素	129
(二)运输方式	131
(三)水产品运输技巧	132
(四)食用菌运输要点	136
六、加工	137
(一)加工的意义及加工分类	137
(二)加工技术	140
(三)农产品加工品	143

第一章 了解农产品经纪人

一、农产品经纪人的概念

(一) 经纪与经纪人

(1) 经纪

经纪是经济活动中的一种中介服务活动,它是指自然人、法人和其他经济组织在市场上为交易双方沟通信息、撮合成交、提供与交易相关的服务,并通过居间、代理、行纪等服务方式,促成他人交易成功的经济活动。若它作为一个行业,我们就称之为经纪业。

(2) 经纪人

经纪人,按我国《辞海》的说法,是给买卖双方介绍交易以获取佣金的中间商人。

1995年10月26日,我国国家工商行政管理总局颁布的《经纪人管理办法》指出:“本办法所称经纪人,是指依照本办法的规定,在经济活动中,以收取佣金为目的,为促成他人交易而从事居间、行纪或者代理等经纪业务的公民、法人和其他经济组织。”

一般来讲,经纪人系指为促成他人商品交易,在委托方和合同方订立合同时充当订约居间人,为供求双方沟通信息,提供订立合同的信息、机会、条件,促成双方交易成功;或者在隐名交易中代表委托方与合同方签订合同,从而获取佣金的依法设立的经纪组织,包括合伙人、合伙组织、公司及其他法人团体和个人。经纪人又称为居间人。

1. 经纪人的特点

作为经纪人,他具有以下几个非常明显的特点。

①在经纪活动全过程中,经纪人既不占有商品,也不拥有货币;既不是商品的实际拥有者,也不是商品价值的体现者。

②在经纪活动过程中,经纪人只为供求双方提供相应的服务,不从事具体的生产与经营活动。

③经纪人的活动和服务是需要供求双方提供信息费或服务费的,而不是无偿奉献。佣金的支付时间由经纪人与委托人自行约定,可以在经纪成功后支付,也可提前支付。经纪人在签订经纪合同时,应将佣金的数量、支付方式、支付期限及中介不成功时的中介费用的负担等明确写入合同。经纪人收取佣金时应当开具发票,并依法缴纳税收和行政管理费。

④一名优秀的经纪人,不仅要拥有非常良好的社会关系,而且还要具有非常好的信誉和社会公共形象。他们严格按照原则办事,为委托方(用户)积极寻找买家。同时,他们也是这个行业的专家,有着丰富的专业知识和对行业的了解。

2. 经纪人的分类

按照经纪活动的难易度来分,经纪人可划分为一般经纪人和特殊行业经纪人。

一般经纪人,是指从事国家允许公开交易,又不属于特殊行业的商品交易的经纪人。这些经纪人的主要经济活动,就是为商品的买方寻求卖方,为卖方寻求买方,然后为买卖双方牵线搭桥,从而促使交易成交。

特殊行业经纪人是指从事金融、保险、证券、期货、科技、房地产等行业的专业经纪人,他们必须通过专业培训,经考核合格并获得专业经纪人资格证书后,才能上岗。

按照具体的职业来分,经纪人又可细分为体育经纪人、文化经纪人、保险经纪人、房地产经纪人、人才经纪人、个体演出经纪人、期货经纪人等,其中,体育经纪人、文化经纪人最为人们熟悉,例如拳王霍利菲尔德的经纪人就是有名的唐·金;演艺界的“走穴”,其组织人就是形形色色的经纪人和经纪公司,他们在里面起穿针引线的作用;我们通常所说的猎头就是人才经纪人等。随着我国市场经济的发展,职业经纪人的发展前景广阔,各类新的职业经纪人将不断涌现。

3. 我国经纪人的发展

我国有经纪人的历史是比较长的,古代就有专司中介职能的早期经纪人。文献资料表明,在2000多年前的商周就出现了经纪活动,当时的经纪人称为质人。不同时期的经纪人的称谓是不同的,在西汉,称为驹侏,后称为牙商;在唐代,随着商贸活动的日渐广泛,经纪人的活动范围已由牲畜发展到各种商品交易,这时的经纪人称为牙人、牙郎;在宋代称为牙侏;在元代称为舶牙;在明清时期称为牙人、经纪。清代



后期还出现了专门的对外贸易经纪人——买办。清查揆所著的《燕台口号一百首》中有一首诗云：“骡马牵连入市沽，倩他经纪较锱铢。可怜长尾刀刀剪，指鹿论钱得价无。”诗中有一小注云：“买卖作中者曰经纪。”这对经纪活动做了形象的描述。

新中国成立初期，由于当时政治需要和经济条件的限制，我国对经纪人采取先限制、后取缔的政策。但是在农村的集市贸易中，政府还是允许公民个人为促成农副产品交易而进行居间活动的。改革开放后，随着农村生产力的快速发展和市场经济改革的拓展，农产品也由自给自足到富足有余，多余的农产品也在农村集镇中进行销售，此时的经纪活动开始复苏，经纪人的社会功能也随之重新走上经济舞台。1985年后，经纪人已开始用公开、合法的身份从事经纪活动，同时国家对经纪人采取“支持、管理、引导”的方针，对经纪活动和经纪人进行规范化管理，使经纪活动逐步走上了正轨。

（二）农产品经纪人

在说到农产品经纪人之前，必须先说说农村经纪人。

关于农村经纪人概念的界定，我国国家工商行政管理总局制定的《经纪人管理办法》中规定，农村经纪人是指：在经济活动中，以收取佣金为目的，为促成他人交易而从事居间、行纪或者代理等经纪业务的自然人、法人和其他经济组织。农村经纪人是一个统称，它包括农产品经纪人、农村劳动力转移经纪人、农村技术转化经纪人等。本书重点说的是农产品经纪人。

农产品经纪人是农村经纪人的一类，是指活跃在广大农村经济领域，从事农产品收购、储运、销售等流通领域方面的工作，以及销售代理、农业生产经营信息传递、农业销售服务等中介活动，为交易双方沟通信息、撮合成交、提供各种相关服务，从而获取佣金或利润的经纪组织和个人。简单地说，从事农产品经纪活动的个人或组织就是农产品经纪人。农产品经纪人把农民生产出来的农产品组织、收购、包装起来，与市场对接，形成农业生产和市场之间的桥梁，使农产品能顺利销售。农产品经纪人的出现，促进了农业产业结构调整，增加了农民的收入，为农村经济发展注入了强劲的动力。

1. 农产品经纪人的产生

随着农业与农村的经济结构调整以及农村经济的不断发展，农民生产的大量农产品已经完全满足了自给自足，一些富余的农产品迫切需要在市场上销售，从而换

来金钱,提高家庭收入,改善生活条件。但由于农民在相对封闭的状态下分散生产,对多样化的市场需求知之甚少,对市场规模化的要求无所适从,因此非常需要中间人将他们的产品与市场需求衔接起来。这时就需要一架桥梁、一种牵线搭桥的人,这就是农产品经纪人。在一般的农民眼中,这些经纪人是非常有能力的,是他们眼中的能人。他们头脑灵活,有知识、有信誉,手中通常会掌握许多农产品买家和卖家的信息,也了解农产品市场的变化规律,往往能根据市场对农产品的需要,及时地将原产地农民生产出来的农产品组织起来,输送到全国各地的市场,帮助农民将农产品卖出去,同时也为农民带来实实在在的收入,成为农产品生产和市场之间的桥梁和纽带。

因此可以这样说,农产品经纪人是市场经济发展的产物。他们在不断寻求自身发展的同时,也有效地带动了农村经济和社会的进步,已成为农村先进生产力的代表和现代农业经济发展的中坚力量。

2. 农产品经纪人的服务方式

经纪人在为农产品销售服务的过程中,他们的服务方式是不同的,收益也不同。具体来说,主要有以下几种不同的服务方式。

(1) 牵线搭桥型

这种服务方式目前是我国农产品经纪人的主要服务方式,所以本书将重点探讨这方面的问题。俗话说“会挣钱的动动嘴,不会的跑断腿”,这种说法对于一些农产品经纪人来说是非常恰当的,这些经纪人就在买卖双方之间起个牵线搭桥的作用,从而赚取一些介绍费或中介费。这种服务方式的优点是:农产品经纪人接受现代科技和信息较快,既了解生产,又熟悉市场,有的本身就是生产者兼经纪人,在长期农商合作中建立了可靠的信誉。他们的信息灵通,人脉关系好,不用自己投入资金,就可以为产需双方预先签订书面合同,也可预先口头协议时间、价格,甚至口头上约定买卖关系,使农户放心地组织生产,客户充满信心地去产地收购农产品。其缺点是收入低,而且还有在以后的交易中被买卖双方抛开的危险。

有不少人把农产品经纪人和农民签订的合同理解为订单农业,这种观点是不对的。订单农业仅仅是农产品经纪人进行服务活动的一种形式,除此之外,还有其他的服务形式。而订单农业是指农产品订购合同、协议,也叫合同农业或契约农业。签约的一方为企业或中介组织,包括经纪人和运销户;另一方为农民或农民群体代表。订单农业具有市场性、契约性、预期性和风险性。订单中规定了农产品收购数量、质量



和最低保护价,使双方享有相应的权利、义务和约束力。

在这一服务方式中,经纪行为的本质是一种委托与代理活动,而农产品经纪行为实际上则是农产品生产者与农产品经纪人之间的委托与代理活动,作为委托方的农产品生产者希望通过这种委托代理活动销售农产品,实现农产品价值,进而促进农产品的再生产过程;而农产品经纪人作为代理方,利用自己掌握的生产信息和市场信息,积极促进农产品的销售和价值的实现,并收取佣金作为报酬。因此,农产品生产者与农产品经纪人便形成了委托代理关系。

(2) 买家型

也就是说,在经纪的过程中,经纪人直接充当买家,收购农产品,他们为农民解决了农产品的销售问题。至于收购后如何处理,这些经纪人是蛇有蛇道,鳖有鳖路,一般是不会亏本的。这种服务方式的优点是经纪人在收购农产品后的自主性比较强,既可以囤积,也可以销售或加工,收益较高;缺点是投入的资金很大,风险比较大。

(3) 经营型

这种经纪人在收购农产品时,是以经营为手段,以赢利为目的的。他们会在农产品大量上市时或价格低廉时收购农产品,经过一段时间的贮藏并运输到合适的销售地后,这些农产品的价格会发生较大的变化,这时经纪人会选择合适的价位将农产品卖出去。这是一条龙的经营型服务,主要赚季节差价、区域差价等。这种服务方式的优点是经纪人的市场信息非常灵通,资金充足,在收购农产品时的可操作性比较强,会根据具体情况采取不同的方式,收益也较高;缺点是投入的资金很大,风险比较大。

不论是哪种服务方式的经纪人,他们对活跃农产品市场,为农民兄弟和自己增加收入的作用是一样的。因此,我国国家和地方政府都非常重视农产品经纪人队伍的建设与发展。

3. 农产品经纪人的组织形式

农产品经纪人有多种组织形式,通常可以分为以下几种。

(1) 单打独斗型

就是指经纪人自己单个人闯市场。其优点是可以在一定时期内为自己所掌握的信息保密;缺点是个人力量单薄,难以全面掌握市场信息,不利于经纪活动的做大做强。

(2) 合伙组织型

就是由几个农产品经纪人本着共同的意愿走到一起,结成合伙组织。其优点是能增强经纪能力和信息交流;缺点是如果组织纪律不严密,可能会导致个别经纪人在有好处时偷吃独食。

(3) 公司运作型

这是一种新型的农产品经纪组织形式,也是未来的发展方向。它有利于扩大经纪活动规模,有利于经纪信誉和地位的提高。

农产品流通大致要经过4个环节:产地收购、中间运输、销地市场批发和终端零售。如果全部是个体经纪人在运作,一方面农产品经纪活动涉及生产、加工、流通等众多环节,时空跨度大,很难有效、及时地把鲜活农产品送到终端市场;另一方面,个人的能力、知识、经验毕竟有限,仅靠一个或几个人的力量、经验,很难把交易各环节的工作都承担下来。

因此,一些经纪人共同组织经纪机构,成立经纪公司,发挥整体优势,获取规模效益。此外,经纪机构比个体经纪人更容易树立市场信誉,开展业务竞争。

4. 农产品经纪人的从业构成

根据当前农产品经纪人的从业构成,农产品经纪人可以分为以下几类:销售型经纪人、科技型经纪人、信息型经纪人、复合型经纪人等。

①销售型经纪人:就是单纯以销售农产品为主要目的的经纪人。他们在供求双方之间牵线搭桥,是目前最主要的农产品经纪人,也是农村最受欢迎的经纪人。这类经纪人在农产品大量上市季节活跃于田间地头 and 各大经销商之间。

②科技型经纪人:就是以介绍传播农业科技为主要目的的经纪人。这些农业技术包括农产品的种植、管理、采收、贮存及加工和运销等方面的内容,经纪人以双方约定的某种形式来提取佣金,例如以农产品的总产量或总价值的百分比来提取报酬。

③信息型经纪人:类似于科技型经纪人,不同点就是这类经纪人以介绍农产品销售信息为目的,他们拥有一定的信息渠道,对农产品的市场前景和发展趋势有比较准确的预测。

④复合型经纪人:这种经纪人综合了上述几种类型的经纪人的特点,是目前农产品市场最需要的经纪人。这类经纪人一般都是属于公司运作型的。



5.农产品经纪人的特点

(1)社会发展的产物

农产品经纪人不是生来就有的,他们是社会发展到一定程度的必然产物。尤其是农业技术发展到一定程度时,农民生产出来的农产品在满足了自给自足后,剩余部分不能白白地烂在地里,于是就要想方设法将它们卖出去,但一般的农民苦于没有销售对象和销售信息,一些聪明能干、胆子大一点的农村人就开始了“提篮叫卖”活动。他们肩挑手提,出售自给自余的农副产品;有时东西好卖,自家田地里的又少,自然就会收一些村民家里的来卖。这样一来二往,不仅尝到了卖农副产品赚钱的甜头,还积累了一些做买卖的经验,掌握了市场上的行情,也取得了一些村民的信任,不知不觉中走上了经纪人的道路。所以说,农村经济的发展离不开农产品经纪人,农产品经纪人必将在农村经济的发展中扮演重要角色,发挥更为突出的作用。

(2)农产品经纪人擅长于人性化营销

许多农产品经纪人本身就是乡里乡亲的农村人,大家都很熟悉,在农产品的交易过程中,不可能采取传统的公事公办式的营销方式,于是这些农产品经纪人就把他们质朴、细心、热情、待人厚道的一面用在经营中,这样充满人情味的经营行为,无疑会对商家、农家产生很大的感染力,成为经纪行业中的法宝。

(3)通过真诚和信誉获取成功

诚实守信是所有生意人的基本职业道德,也是经纪人安身立业之本,是经纪人获得成功的根本保障。经纪人通过他们的真诚行为和长期以来形成的良好信誉,赢得农户的信任,引导农民种植新品种,教授农民种植技术,帮助农民卖出农产品,做到价格公道、童叟无欺,这是农产品经纪人成功的关键。

(4)遵纪守法是做好经纪工作的基础

农产品交易活动必须严格遵守各种法律法规,农产品中可能会有涉及《合同法》《经济法》以及一些国家明令禁止销售的动物或植物品种,稍有不慎,便容易产生各种纠纷,甚至会导致牢狱之灾。因此,农产品经纪人的交易活动必须有法律依据。

(5)正视农产品经纪人职业的风险性

农产品经纪人的经纪活动客观上存在着各种不同类型的经纪风险,这也是农产品经纪人在从事业务经营过程中必须承担的各种隐性和显性风险。这些风险包括:素质风险、流程风险、信誉风险、信息风险以及自然灾害风险。

①**素质风险**:是指由于自身的素质不足可能带来的潜在风险。农产品经纪人来自农村,一般是由农民转化而来的,他们的文化水平总体不高,缺乏市场经济所必需的各类竞争素质,经营活动大多只局限于本乡本地区,缺乏储运物流等专业知识,盲目经营者居多;不具备做大做强品牌意识,更不懂得品牌溢价的含义等。从风险的源头来看,素质风险是最大的风险,不利于农产品经纪人队伍的持续发展和壮大。

②**流程风险**:农产品经纪人的经营活动必须遵循市场营销的一般流程,即市场调研、目标客户选择、营销实施和回款等,这些流程看似简单,实际上内容非常庞杂,极易因操作失当而带来诸多风险,比如收购的农产品积压,导致资金回收困难等。由于农产品经纪人多数缺乏市场意识,不懂市场信息的筛选,缺乏组织协作,再加上本身素质的局限,都易导致在经营操作流程环节上的执行偏差及执行折扣,从而带来造成巨额经济损失的风险。

③**信誉风险**:也就是农产品经纪人在农产品的经营活动过程中,因为各种原因而导致他们在信誉上承担风险。这些风险包括合同失范造成的风险,失范的合同行为不仅不利于自身利益的保护,也给客户造成了不合法经营、不守信誉的印象,长此以往,必然导致客户流失,走入经营的死胡同;强势垄断的风险,有的农产品经纪人为了眼前利益,趁机传播虚假信息,垄断市场、压级压价,使坑农、损农、害农渐渐演变成常态,这样势必降低农户对农产品经纪人的信任度和合作程度;资金断链的风险,如果农产品经纪人经营不善、盘子过大、资金周转不灵等,都会迫使农产品经纪人拖欠钱款、开白条、说空话,甚至恶意拖欠,这不仅打击了农户从事农产品生产的积极性,而且损害了农产品经纪人的形象和信誉。

④**信息风险**:农产品经纪人所经营的农产品中,有很大一部分是蔬菜水果等易腐烂变质的初级产品。而目前农村信息网络建设滞后,农产品经纪人无法及时获取市场信息;产供销行情不明,极易造成产品品种落后、供销脱节、经营效益低下等问题。

⑤**自然灾害风险**:农户承担生产过程中的自然灾害风险,而农产品经纪人承担销售过程中的自然灾害风险。这些自然风险主要来自于收售和储运过程中遭遇各种等级的暴雨、大雪、洪水、地震、台风等,从而导致农产品要么大量积压、变质腐烂;要么被堵在路上,遭冰冻丢弃;要么虽然到达市场,却因顾客被大雪阻隔,购买不便,导致无人问津,最后只能亏本甩卖。



二、农产品经纪人的作用

农产品经纪人是城乡经济进一步繁荣和发展的产物,农产品的流通问题是当前农民增收的关键。要解决流通问题,关键是要解决农产品和市场的有效衔接问题。农产品经纪人在促进地方经济发展、推动农业产业化进程、加快脱贫致富、促进流通、繁荣市场等方面发挥着明显的积极作用,充当了连接市场与农户的纽带,及时地解决了农产品流通的难题。他们不仅增加了农民的收入,繁荣了农村经济,促进了农村商品流通,而且化解了农村产业结构调整进程中的市场风险,是农户增收的关键环节。

农产品经纪人大多是头脑活络的本地能人,他们有别于其他商家的生存方式以及信息来源的多样性,使得他们在解决农产品供求矛盾等多方面有着其他商家不可替代的作用。其作用主要表现在以下几方面。

1. 加快农产品商品化的速度,促进农村的资源优势快速转化为商品优势

改革开放后,农村经济得到极大的发展,一大批具有专业性质的农产品基地逐渐形成。由于一些地区农产品数量大、品种多,如果流通不畅,则势必造成“生产容易销售难”的状况,结果是丰产不丰收,农民一年的辛苦劳动将成为泡影。把农产品推向市场,加快农产品转化为商品的速度,需要有良好的流通渠道。农产品经纪人在这方面可起到很好的沟通、中介作用。有个形象的说法:农产品经纪人是“蔬菜瓜果鱼肉”的媒人,能为它们找到好出路好人家。农产品经纪人通过为农产品找“婆家”“铺路架桥”“穿针引线”,可以把本地的农产品资源介绍给市场,把市场需求和本地生产紧密连接起来,在本地形成强大的商品优势,使资源优势快速转化为市场优势。

2. 促进农副产品的运输和销售

过去,农民习惯于依靠政府,按国家的订购计划安排生产。现在市场经济的大潮无情地把农民推向了市场,政府不能靠指令性计划指挥农业生产,也不再对农产品统购统销。在新的形势下,农民对市场经济的不适应性充分表现出来,一些农民既无信息,又无销售门路,往往增产不增效,严重影响了农民的生产积极性。在完全依靠政府解决农产品销售问题乏力的情况下,活跃在各地的农产品经纪人主动积极地在农产品的销售、运输方面牵线搭桥,帮助农民把农产品转化为效益。

3. 促进农村产品结构调整

农产品经纪人的经纪活动可以促进农村产品结构合理化调整。

首先,农产品经纪人作为生产和消费的纽带,一边连着农民的生产,一边连着市场需求,所以要立足于农产品的生产,农民生产什么,他们才能收购什么、销售什么。为了使农民的生产经营与市场需求相适应,农产品经纪人可以发挥他们的桥梁作用,通过他们的中介活动,既满足了市场需要,又引导了市场消费,让二者有机地结合起来,使农村产品结构顺应市场发展趋势,逐渐趋于合理。

其次,受利益的趋动,他们又必须牢牢把握市场对农产品的需求,并积极向农民提供农产品市场信息,这也是经纪人最基本的服务职能之一。这些信息主要包括农产品需求信息,如用户和市场分布、需求量和需求构成、消费者的反映、潜在顾客需求变化等;农产品供应信息,如农产品的数量、质量、品种、产地、结构和潜力情况等。经纪人会将市场的需求信息不断反馈给农民,使农民根据这些信息不断调整自己的生产结构,以获取更大的效益。通过这些农产品经纪人的作用,使市场对农产品的需求与农业产品结构的调整达到了有机结合。

最后,农产品经纪人具有市场重要信息来源,这些信息可以促进农业结构调整。据调查,我国多数农村农户缺乏信息指导,真正做到信息化农业生产的不足2%,毕竟互联网等先进信息渠道距离大部分农村还是很遥远的事情。经纪人专业经营信息发现、收集,并利用现代手段储存和发布信息,有较强的信息意识,联系面广,能较准确地摸清市场行情。农业的市场化实质就是农业的信息化,农产品经纪人几乎直接把市场信息反馈给农户,这样促进了生产布局调整,克服了农业生产的盲目性,稳定了产品市场,提高了资源配置效率。

4. 加快农业产业化经营

农产品经纪人是促成农民与他人交易的关键联结点,他们的生产活动、销售能力、中介能力对农民起着重要的示范和引导作用。受贩运大户的影响,自然容易形成一乡一业、一村一品格局。另一方面,农产品经纪人掌握着农产品的供求状况,担负着农产品市场变化的信息传递任务,对农业生产起着一定的引导作用,而且可以把零散的农产品集中起来进行交易,从而加快农业产业化经营。此外,对专门从事农产品购销活动的经纪人来说,一定规模的农产品吸引了他们从事这种农产品的购销活动,他们的购销活动又会进一步活跃和刺激这种农产品的规模生产。