

农牧资源 加工型企业 发展战略研究

于俊秋◎著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

农牧资源加工型企业 发展战略研究

于俊秋 著

经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

农牧资源加工型企业发展战略研究/于俊秋著. —北京: 经济管理出版社, 2004

ISBN 7-80207-137-2

I. 农... II. 于... III. ①农业企业—经济发展战略—研究—中国 ②畜牧业经济—企业管理—经济发展战略—研究—中国 IV. ①F324②F326.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 135072 号

出版发行: **经济管理出版社**

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京银祥印刷厂

经销: 新华书店

责任编辑: 张 马

技术编辑: 杨 玲

责任校对: 全志云

880mm×1230mm/32

9.125 印张

226 千字

2005 年 3 月第 1 版

2005 年 3 月第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

定价: 28.00 元

书号: ISBN 7-80207-137-2/F·128

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

导 论

一、选题的界定与说明

本书研究的主题是在新时期新环境条件下，农牧资源加工型企业发展战略的一般模式和难点分析。这一主题包括以下几点含义：第一，所研究的企业类型是对农牧资源进行深加工的资源型企业，即具有农牧资源加工型企业一般特征的企业；第二，所研究的问题是这类企业的发展战略的一般模式，并对这类企业发展战略的难点进行分析，提出解决思路；第三，这类企业发展战略的一般模式是与其本身的特点及新时期新环境相适应的。

本书是关于农牧资源加工型企业发展战略研究。这一选题中所说的农牧资源是指自然资源中的生物资源。所谓资源，广义的概念是指由人发现的有用途和有价值的物质。它是经济发展的基本要素，为人类发展提供物质基础。资源可分为自然资源、人力资源、技术资源和资本资源四大类。而在资源经济学中，是采用狭义的资源概念。联合国环境规划署对资源下的定义是：“所谓资源，特别是自然资源，是指在一定时间和地点的条件下能够产生经济价值的，以提高人类当前和将来福利的自然环境因素和条件。”这是狭义的定义，仅指自然资源，其中也包括环境资源。

可持续发展所关注的资源就是这种狭义的资源。本文所研究的资源加工型企业中所指的资源，就是狭义的资源，即自然资源。

自然资源可以根据研究的不同目的做出不同的分类。在科学上，自然资源分为以下5种：①气候资源；②水资源；③生物资源；④土地资源；⑤矿产资源。在可持续发展经济学研究的框架内，自然资源有耗竭性资源和非耗竭性资源之分。耗竭性资源进入可持续发展经济学研究的视野。耗竭性自然资源又分为可再生资源与不可再生资源。而可再生资源是指在被消耗以后可以经过人类的努力或依靠自然力作用而得到再生的资源，主要指可以通过繁殖生长而自我更新自我繁殖的生物资源，包括动物、植物、微生物及其相应的生存环境，农牧资源即属于生物资源。

农牧资源加工型企业是指以农牧这些生物资源为原料加工或生产某种产品，以满足消费者的需求，获得利润，求得发展的企业。主要包括乳制品业、毛纺业、制酒业、制药业、食品加工业等行业的企业，本书将以这些企业为研究对象。

二、选题依据

（一）选题的现实意义

农牧资源加工型企业包括食品加工业、乳品加工业、肉制品业、纺织业、制酒业等行业的企业，从这些企业看：其一，在经济发展中占有重要地位，有巨大的市场需求，有广阔的发展空间，是一个应该引起我们重视的领域；其二，改革开放以来，很多企业在发展中取得了成功，产生了很多名牌，积累了丰富和宝贵的经验，是一个值得深入研究的领域；其三，这些企业在新时期新环境下面临着许多前所未有的新情况和新问题，因此又是一

个急需研究的领域；其四，这些企业和非资源型企业相比，其资源利用、生产经营过程等方面都有自己本身的特点，因此，是一个有必要自成系统进行单独研究的领域。

1. 农牧资源加工型企业在经济发展中占有重要的地位，有广阔的发展空间，是一个应该引起我们重视的领域。

(1) 农牧资源加工型企业在经济发展中占有重要地位。农牧资源加工型企业所生产的产品都是与人民生活密切相关的，其中大部分涉及人的衣和食。可以说农牧资源加工型企业是人类的生命工业，是永恒的产业，是我国国民经济的重要支柱产业，也是关系国计民生及关联农业、工业、流通等领域的重大产业。以食品工业为例。食品是每个人一日三餐所必须的，又是一次性消费品。1999 年全世界食品工业的销售额为 2.7 万亿美元，居各行业之首，是全球经济中的重要产业。在拥有近 13 亿人口的中国，食品业可谓是商机无限。据 1998 年统计，中国城乡居民的食品人均消费为 1927 元和 850 元，分别占总消费支出的 44.5% 和 53.4%。若以 2:8 城乡居民人数比例计，每年全国的食品消费金额达 1.4 万亿元。其数额之大，回收资金周转之快，显然比汽车、房地产更为便捷、有效。统计显示，2000 年全部国有及规模以上非国有食品工业企业总产值、利税分别为 8434.1 亿元和 1458.3 亿元，占全国工业总产值、利税的 9.8% 和 15.3%；年出口创汇达 136.7 亿美元。食品工业企业就业人数达 403.7 万人，占全国工业企业就业总人数的 7.3%。随着中国经济的发展，人民生活水平进入富裕阶段，居民对食物的消费需求和购买力将出现持续增长的趋势，食品消费独占鳌头的局面在短期内不会改变。

以内蒙古为例，内蒙古就有乳品加工企业 109 家，在这 109 家中，大中型企业 6 家。2000 年，内蒙古乳品加工业实现工业增加值 6.5 亿元，占全部工业的 2.3%；实现利润 1.5 亿元，占

全部工业的 9.4%；上缴税金 1.4 亿元，占全部工业的 2.3%；从业人员 1.4 万人，占全部工业的 1.6%。截至目前，内蒙古重工业的资产、从业人员分别占到全区工业的 81% 和 75% 以上，但产品的国内市场占有份额不足 2%；而乳品加工业人均占有资产仅为重工业的 55%，资产贡献率却是重工业的 3.04 倍，资产利税率是重工业的 5.10 倍，乳品加工业资产只占全区工业总资产的 0.97%，但产品在国内市场占有的份额高达 8.64%，由此可见，乳品加工企业在经济发展中的重要作用。从羊绒加工企业来看，内蒙古共有大中小羊绒加工企业 2000 多家，其中中等规模以上 100 家。鄂尔多斯集团羊绒的生产能力、营销能力占到中国的 40% 和世界的 30%，其羊绒产品已远销 35 个国家，并在国内 70 多个大中城市设有专卖店，雄居中国羊绒制品行业第一把交椅，同时也是世界规模最大，实力最雄厚的羊绒加工企业。其他如食品加工业、制药业等，都与人民生活密切相关，这类企业在企业中所占的比例还是很大的，而且在经济发展中都有重要作用。最近，内蒙古自治区决定把乳、肉、绒加工业列为自治区“十五”及今后十年最优先发展的产业，这更为农林牧资源加工型企业的发展创造了优惠条件。

(2) 农牧资源加工型企业具有广阔的发展空间。首先，由于农牧资源加工型企业生产的产品与人民生活密切相关，所以有着广泛的发展前景。以乳制品加工业为例，奶食品是一种“最接近完善的食品”，是人类改善营养、增强体质不可缺少的最佳食品。目前全世界人均鲜奶占有量达到 102 公斤，超过了任何一种食品和饮料。正因为如此，世界各国都对乳及乳制品加工业高度重视。由世界粮农组织发起，从 2001 年起，每年的 6 月 1 日定为“世界牛奶日”，9 月的最后一个星期三为“世界学生奶日”。在我国，每年的 6 月 6 日起为全国“乳与乳制品宣传周”。

我国是一个牛奶贫瘠的国家，牛奶总产量占世界总产量的

1.6%，人均占有量为世界平均水平的 16.5%。目前世界牛奶人均占有量为 102 公斤，而我国还不足 7 公斤，远远落后于世界平均水平，这一方面反映了我国奶业的落后；另一方面也意味着国内巨大的市场潜力。另外国务院主持开展了中国学生奶推广活动，倡导每个学生每天喝一杯牛奶。我国现有未成年儿童 1.8 亿，如果这些未成年儿童人均消费量达到世界平均水平的 50%，每年鲜奶消费量就达 900 万吨。而我国全国牛奶产量的总和也不过 900 万吨。这就是说，全国牛奶产量的总和恰好与我国少年儿童的消费需求持平，更不用说成人消费市场了，这是一个令人振奋的宏伟前景，可以说为我国奶业的发展提供了一个无限广阔的增长空间。

近年来，随着人民生活水平的提高，人们的食物结构发生了很大变化，不仅要吃饱，更要吃好，吃得营养，吃得健康。高档食品、保健食品、无公害绿色食品尤其受人们喜爱。随着经济和社会的发展，绿色食品需求会越来越大，从国内市场看，在大中城市形成了对绿色食品的旺盛需求，绿色食品的售价高出普通食品 50% 至 1 倍以上。国外专家预测，世界绿色食品产值在今后 10 年内将从现在的 110 亿美元增加到 1000 亿美元，许多国家绿色食品市场消费量年增长率达到 20%~30% 甚至 50%。随着生活节奏的加快，城镇居民在外就餐趋势增强，城镇居民在外用餐支出占食品支出的比重已达 11.8%。目前城镇居民消费的食品中经过加工业加工部分的比重已接近 40%。随着中国城市化进程的加快，10 年中将有 1 亿农村居民转移到小城镇。上述城镇居民食品消费结构的变化和小城镇的发展，将为农产品加工业特别是食品加工业的发展创造出巨大的市场空间。

在国际市场上，高档的食品加工产品也为人们所看好。2000 年我国食用植物油、食糖、蔬菜和水果出口量分别为 11 万吨、41.5 万吨、315 万吨和 135 万吨；分别增长 15%、12.9%、

13.4%和14.3%。畜产品和水产品增长幅度较大,畜产品和水产品出口创汇分别是38.2亿美元和37.8亿美元,分别增长19%和22%,说明我国加工食品的出口正在保持旺盛的增长势头。

我国农牧资源加工型企业尤其是食品加工业的整体水平还很低,有着巨大的发展潜力。我国从1981~1997年,农产品加工业产值年均增长13.8%,其中食品类年均增长14%,在整个工业中,农产品加工业的产值为28.3%,占有举足轻重的地位。但与发达国家相比还有很大差距,发达国家的农产品加工业产值大都是农业产值的3倍以上,而我国还不到80%;发达国家农产品加工程度都在90%以上,我国仅有20%~30%;发达国家工业生产和加工食品占食物消费总量的比重约为80%,我国还不到30%。发达国家从事农产品加工业的劳动力远远多于从事农业生产的劳动力,而我国正好相反。目前食品工业是世界制造业中的第一大产业,年营业额高达近2万亿美元。我国目前13亿人口,且有不断增长趋势,加上国民经济的持续快速增长,足以发展成为世界上农产品及其加工的最大消费市场,我国完全有形成世界上最大的农产品加工体系,特别是对粮食等初级产品进行深加工的巨大潜力。

2. 改革开放以来,很多农牧资源加工型企业在发展中取得了成功,产生了很多名牌,积累了丰富和宝贵的经验,是一个值得深入研究的领域。

改革开放以来,农牧资源加工型企业取得了很大发展,许多企业在经营中取得了成功,产生了很多知名企业和很多名牌产品。如河南“双汇”集团,1990年销售突破1亿元,1995年突破20亿元,2000年突破60亿元,2001年突破70亿元,2002年,销售85亿元,利税9.29亿元,出口创汇3368万美元。目前双汇年产肉制品60多万吨,双汇肉制品被国家质检总局授予

“中国名牌产品”，“双汇”商标被国家商标总局确认为“中国驰名商标”，在中国企业 500 强排名中，双汇位列第 150 位，居肉类加工行业第一位。双汇集团荣获国家质检总局授予的全国质量管理九家最高奖——“2002 年国家质量管理卓越企业”，是食品行业唯一一家获此殊荣的企业。再如内蒙古蒙牛乳业集团，从 1999 年诞生至今，以最快的速度跻身于中国乳业四强之列，以最短的时间打造出“中国驰名商标”，以最佳的创意推出“中国乳都”新概念，年均递增速度达 350%，创造了乳业发展的“第一速度”。2002 年 10 月 19 日，“第五届中国成长百强企业 CEO 峰会”在人民大会堂召开，在大会表彰的 1999～2001 年度超速成长百强企业（非上市公司、非国有企业）中，蒙牛公司以 1947.31% 的成长速度名列第一，荣获“成长冠军”称号。其他如莲花、鄂尔多斯、伊利、光明、旺旺、金锣、得利斯等，尽管这些企业分布在不同的地区，生产不同的产品，但是这些企业在经营中，都摸索出了一套适合于自身特色的方法，积累了丰富的经验，值得我们去研究和借鉴。

3. 农牧资源加工型企业在新时期新环境下，面临着许多前所未有的新情况和新问题，因此又是一个急需研究的领域。

农牧资源加工型企业在近几年的发展中面临着许多前所未有的新情况和新问题。如企业技术装备管理水平落后，资源综合利用水平偏低，浪费和环境污染问题严重；品种选育同加工需要相互脱节，农牧产品加工业的发展缺少专用优质原料；分散生产和集中加工的矛盾尖锐，加工原料缺少稳定的供应渠道和规模化的保证，农牧生产、加工、销售相脱节；此外，一些企业适应市场的应变能力差，未能及时转变经营机制，产品结构调整滞后于市场需求及消费结构的变化；一些行业在低水平上盲目扩张，结果高档产品生产能力不足，低档产品生产能力过剩，产品滞销积压现象严重，等等。另外，一些企业在机遇和挑战面前有种种不适

应症。很多农牧资源加工型企业根本就没有自己的长远发展战略,企业经营“跟着感觉走”,追风经营,盲目发展;还有的企业对内外部环境变化反应迟钝,麻木不仁,不能适时调整企业战略,导致企业发展受到阻碍,在激烈的市场竞争中败下阵来。而有些农牧资源加工型企业在经营中取得了成功,积累了丰富的经验,却没有及时地归纳总结,使之理论化、系统化,使得企业宝贵的无形资源就这样白白地浪费掉了。

总结以上农林牧资源加工型企业目前存在的主要问题,都是企业发展战略方面的问题。这些问题不解决,企业就无法在广泛的发展空间中大展身手,就会在发展中迷失航向,最终被市场淘汰。因此研究农牧资源加工型企业发展战略具有重要的现实意义。

4. 资源加工型企业和非资源加工型企业相比,其资源利用、生产经营过程等方面都有自己本身的特点,因此,是一个有必要自成系统进行单独研究的领域。

由于农牧资源加工型企业是以农牧这些生物资源为原料加工或生产某种产品,以满足消费者的需求,获得利润,求得发展的企业。因此,与其他类型的企业相比,这些企业在资源、运营、产品与市场等各方面都有其自身的特点,这些我们将在第三章进行详细的论述。

(二) 选题的理论意义

1. 填补理论空白。

通过文献检索发现,截至2003年底,只有一些研究个别农牧资源加工型企业发展战略的论文,而把农牧资源加工型企业作为一个整体进行研究的论文还没有,也没有把农牧资源加工型企业作为一个整体来研究其发展战略的专著。

有关论述资源型企业的论文不多,例如:《资源开发型企业战略发展模式探讨》(张月桥,2002);《集约式持续发展:资源

型企业发展的必由之路》(郭风典、田华, 2002);《资源型产业走出困境的必由之路》(郭风典、吴菊华, 2002)。这些论文中所说的资源型企业或者是指生产煤炭、石油、有色金属、非金属矿藏等产品的企业, 或者是指对自然资源进行采掘和粗加工的企业, 而对于对农牧资源进行深加工的资源型企业的发展战略没有研究。

另外, 还有一些总结企业实践经验的论文, 例如:《蒙牛: 大巧细作, 催生“成长冠军”》(孙先红、张治国, 2003);《伊利集团战略化发展的探讨》(赵鑫, 2002)。

这些文章只是对个别企业的发展战略或发展模式进行总结和分析, 并没有把农牧资源加工型企业整体作为一个独立的研究对象进行系统化的研究。

其他还有很多论文研究国有大中型企业发展战略, 或者中小型企业发展战略, 但都没有具体到农牧资源加工型企业这个领域, 这是目前我国有关资源型企业理论研究的欠缺之处。

综上所述, 把农牧资源加工型企业作为一个整体来研究其发展战略, 目前我国尚属一个空白点, 因此, 有必要对此做专门的研究, 以填补这一理论空白。

2. 从可持续发展理论来看, 可持续发展理论主要进行宏观的、总体的研究, 因此其理论不可能具体化到各企业。

1992年, 联合国环境与发展大会制定了《21世纪议程》, 并提出了“可持续发展”是21世纪无论是发达国家, 还是发展中国家正确地协调人口、资源、环境与经济间相互关系的共同发展战略, 是人类求得生存与发展的惟一途径。这一战略提出后立即引起世界各国的社会学家、经济学家的重视和关注。他们将可持续发展的问题作为一门学科来研究, 并提出了较系统的理论观点和思想。这些理论融合了以往的研究成果, 如经济增长理论、增长极限论、经济发展论, 等等。在诸多的理论研究中, 特别强调

了可持续性所涉及的经济增长与经济发展的概念。科斯坦萨等人在解释可持续性概念的含义时指出：“‘可持续性’的隐含并非是一个静态的经济，更不是一个停滞的经济，但我们必须仔细地地区别增长和‘发展’。经济增长意味着数量上的增加，在一个有限的星球上，它不可能无期限地持续下去。经济发展意味着生活质量的改善，而并非意味着资源消耗量的增加，因而是可持续的。”(Costanza, et. al, 1991)

可持续发展问题的研究重要的是资源的永续利用的问题。资源的永续利用是可持续发展的基础，没有资源的可持续利用，就不可能有可持续发展。19世纪和20世纪西方经济学中就对林业和渔业的可再生资源的可持续产量问题进行了研究，虽然没有形成可持续发展的总体思想，但已包含了可持续发展的思想萌芽。可持续发展以自然资源为基础，同环境承载能力相协调。“可持续性”可以通过适当的经济手段、技术措施和政府干预得以实现，目的是减少自然资源的耗竭速率，使之低于资源的再生速率。

可持续发展理论是经济学理论，它所进行的研究是宏观的、总体的，因此肯定缺乏分行业的、具体的研究，所以对于资源加工型企业如何保持资源的永续利用，如何正确处理企业发展与资源永续利用之间的关系，并不是可持续发展理论应当解决的问题。

3. 从企业战略理论来看，企业战略理论是针对一般企业的普遍性理论，也没有具体化到各类企业。

自20世纪60年代初期钱得勒揭开企业战略研究的序幕以后，便有许多学者开始在这一研究领域中耕耘。企业战略理论日趋完善，不断发展。企业战略理论的发展大致可以划分为三个阶段。第一阶段是经典战略理论阶段。这是一个确定战略管理基本概念和理论框架的阶段。该阶段建立了对企业内部条件和外部环

境进行系统分析的较完整的理论体系。这套体系内容涉及制定战略的科学程序、企业环境分析、战略目标的确定、战略决策实施与评价,等等。其中较为有代表性的战略分析方法是优势、劣势、机会、威胁(SWOT)分析方法,波士顿战略组合技术则是该阶段战略理论为企业提供的—项非常富有操作性的经营战略分析与制定技术。第二阶段是波特开创的产业结构分析阶段。波特开创性地将产业组织理论引入经营战略分析,从而把经营战略研究推向一个新的高度。波特还提出了以企业价值链为核心的战略管理观念。由于波特从经济学角度对企业战略管理问题进行研究,使得战略分析具有成熟的战略理论支撑,同时它的分析又融入了获取竞争优势的实物途径,具有很强的操作性,因而波特的理论成为20世纪80年代企业战略管理的主流观点,迄今为止,对企业战略管理的理论和实践仍有巨大的影响。第三阶段则是企业核心能力理论阶段。这一理论认为,企业战略管理的关键在于培育和发展能使企业在未来市场竞争中居于有利地位的核心能力。在战略管理过程中,企业应该首先识别现有的资源和能力,并判断在一定的市场机会中这些资源和能力的价值,然后确定自己的资源和能力与未来可能的市场机会对企业资源和能力要求的差距,最后制定弥补这些差距的战略决策,包括自我培养和发展战略、战略联盟、企业兼并等。从战略管理的发展过程看,企业核心能力理论代表战略管理演变的最新发展,代表继波特“五种力量分析模式”、“价值链分析模式”之后的新的战略管理分析思想,较好地解释了许多大公司的战略行为,尤其是跨国公司的战略行为。企业核心能力理论作为20世纪90年代新兴的企业理论和企业战略管理理论,显然已经显示出强大的生命力,但在以下几方面还有待进一步地创新和发展:(1)探讨产业特性和企业核心能力的关系;(2)从企业核心能力角度解释现代企业的战略行为;(3)建立企业核心能力的识别体系与企业绩效的评价指标。

从以上分析可以看出,企业战略理论经历了以上三个发展阶段并日趋完善。但无论是经典战略理论阶段,还是产业结构分析阶段,或是企业核心能力阶段,其战略理论都是针对一般企业的普遍性战略理论,具体到农牧资源加工型企业,其战略理论的一般设计框架应当是什么样的,如何针对不同类型企业的特点制定不同的企业战略,这是需要进一步研究解决的问题。

三、研究的框架与基本内容

由于农牧资源加工型企业有其自身的特点,可以自成系统进行研究,因此存在着许多不同的研究角度、研究层面和研究领域,无论从宏观还是微观、从理论还是实践,其内容都是极其丰富和宽广的。本书主要围绕农牧资源加工型企业发展战略的一般模式及难点和解决方法进行分析研究。围绕这一主题,本书将从七个方面进行分析和论述。

第一章,对与农牧资源加工型企业发展战略有关的现有理论进行概括和总结,包括企业发展战略理论、可持续发展理论、资源经济学理论、环境经济学理论等。通过理论研究,为以下各章的研究奠定一个坚实的理论基础。另外,通过理论研究得出两个结论:第一,研究农牧资源加工型企业发展战略的一般模式应当进行影响因素分析、企业特点分析及企业发展现状分析等几个方面的分析;第二,农牧资源加工型企业发展战略的一般模式应当包括企业经营理念、企业核心能力、企业规模、企业组织、企业资源及原材料的利用以及企业技术创新等几个方面的内容。

第二章,分析农牧资源加工型企业发展现状及企业在发展过程中存在的主要问题。

第三章，分析在新时期新环境下影响农牧资源加工型企业发展战略的一般因素。

第四章，分析农牧资源加工型企业的特点。

第五章，在第一、二、三、四章即理论研究、发展现状、影响因素和企业特点分析的基础上，建立农牧资源加工型企业发展战略的一般模式。

第六章，将一般发展战略模式进行深化，即在理论研究及一般发展战略模式的基础上，根据几个成功企业的经验，研究农牧资源加工型企业发展战略的其他几种特殊模式。

第七章，在理论研究及一般发展战略模式的基础上，找出农牧资源加工型企业发展战略的难点所在，并提出解决的方法。

本研究的基本结构，如图 0-1 所示。

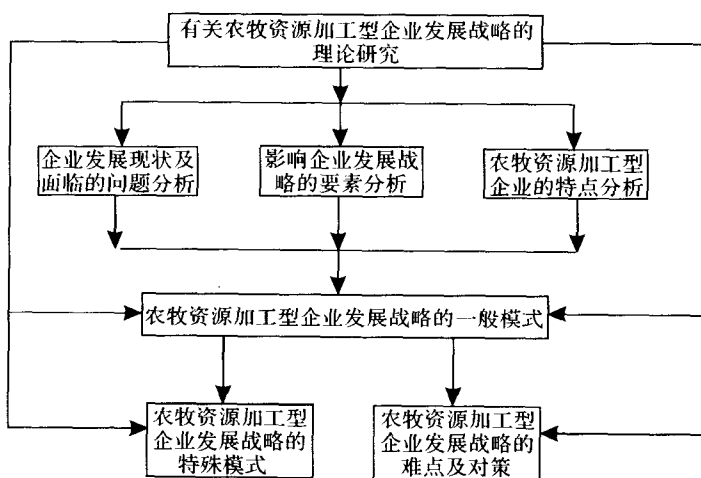


图 0-1 本研究的基本框架图

四、主要研究方法

在选题确定之后,首先,有针对性地选择了一些企业进行调查研究。调查的对象为我国的农业大省——河南省的几个知名企业以及我国的牧业大省——内蒙古自治区的几个知名企业,对这些企业的经营全过程进行全面的调查了解,并系统地搜集、加工、整理、分析和研究这些企业的资料,为理论研究奠定基础。其次,系统地分析和研究与农牧资源加工型企业发展战略相关的企业战略理论、可持续发展经济学理论、环境经济学理论与资源经济学理论,找出制定农牧资源加工型企业发展战略的理论依据,为农牧资源加工型企业发展战略的研究奠定了理论基础。

本研究运用了多种不同的研究方法,具体来说,有以下几点:

(一) 综合概括与具体分析相结合

本研究的主线是对农牧资源加工型企业发展战略的一般模式及难点进行研究和综合分析,沿着这一主线,并结合农牧资源加工型企业的实际,又探讨了几种不同类型的农牧资源加工型企业发展战略的特殊模式,即在一般模式的基础上分析特殊模式,综合概括与具体分析相结合。

(二) 实证分析与理论分析相结合

本书一方面通过对一些典型的农牧资源加工型企业进行调查研究,获取农牧资源加工型企业发展的_一手资料,避免了闭门造车和脱离实际的主观推理与想像;另一方面,又对与农牧资源加工型企业发展战略相关的理论进行系统的总结和分析,使研究具有坚实的理论基础。