

农业科技成果 双阶段推广法

杨记箴 著

- 农业科技成果转化
- 农业科技企业经营
- 农业科技企业管理
- 农业科技产品市场营销



中国农业科技出版社

农业科技成果双阶段推广法

杨记礅 著

中国农业科技出版社

(京)新登字 061 号

图书在版编目(CIP)数据

农业科技成果双阶段推广法/杨记礅著. —北京:中国农业
科技出版社, 1999. 10

ISBN 7-80119-855-7

I. 农…

II. 杨…

III. 农业技术-科技成果-技术推广

IV. S3-33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 64209 号

责任编辑	卞海军
责任校对	李 刚
出版发行	中国农业科技出版社 地 址:北京海淀区白石桥路 30 号 邮 编:100081 电 话:(010)68975144 传 真:62189011
经 销	新华书店北京发行所
印 刷	北京人言印刷有限公司
开 本	850×1168 1/32 印张:7.5
印 数	1—1000 册 字数:180 千字
版 本	1999 年 10 月第 1 版 1999 年 10 月第 1 次印刷
定 价	18.00 元

深入研究推广理论
努力提高推广水平

题
一九九九年八月二日

前 言

科学技术是第一生产力。

农业科学技术是农业和农村经济发展的根本动力。

农业科技成果的研究、有效转化和推广是促进农业科学技术进步和发展的关键因素。

党的十一届三中全会以后的 20 多年中，我国农业和农村形势发生了翻天覆地的变化，在目前市场经济条件下，农业生产、科研和科技成果推广的方向、任务、面临的形势和环境等都发生了很大的变化。但是，作为农业科技成果研究、转化和推广主体的农业科研和推广单位，大多数在管理体制、运行机制以及方向任务等方面，仍存在许多与目前市场经济、农业形势和农村经济发展不相适宜的地方。其次，与农业和农村经济及市场经济发展相适应的新的研究、转化和推广体系及其配套运行机制还没有完全建立起来。另外，科技成果推广理论和方法的研究，严重滞后于形势发展的需要。随着我国加入世贸组织（WTO）日期的日益临近，所面临的问题将更多，形势将更加复杂。

农业科技成果双阶段推广法，是根据目前的形势和科研、推广现状，结合作者在中国农业科学院郑州果树研究所多年的科研和科技成果推广实践总结推出的；是在目前新的社会形势和市场经济条件下，对农业科技成果的研

究、转化和推广等理论与方法所进行的一次新尝试。

作者从目前的农业科研、生产、成果推广现状与调查结果入手，提出了农业科技成果研究和转化的新思路和新方法；结合农业的行业特点，从市场经济规律和经营管理基本原理入手，对于未来农业科技成果推广的承担主体——农业科技型企业的经营和管理进行了重点阐述；对未来农业科技成果推广过程中的技术和效益载体——科技成果产品，这种特殊商品的市场预测、生产管理、质量保障、技术保障和市场营销等进行了详细论述；同时，围绕科技成果推广各项工作所面向、所服务的主战场——市场，从企业发展战略制定与实施、产品营销策略与方法、市场网络组建与运作等多个方面也分别作了系统阐述。

农业科技成果双阶段推广法，在系统总结和实践应用过程中，得到了农业部、中国农业科学院及中国农业科学院郑州果树研究所等有关单位领导的指导和帮助，得到了郑州果树研究所特别是该所科技成果推广处广大职工及有关单位朋友的大力协助、农业部路明副部长为本书题词，卢良恕院士也为本书作序，在此一并致谢。

作 者

1999年6月30日于郑州

序

改革开放以来,在邓小平理论和十一届三中全会精神的指引下,我国农业和农村经济取得了举世瞩目的巨大成就,以有限的耕地养活了占世界 22% 的人口,农村贫困人口减少到仅剩 4000 多万,农民人均收入成倍增长,农村已基本实现温饱,并正在向小康和富裕目标迈进。但我们也必须清醒地认识到,我国目前仍然还只是一个农业大国,而非农业强国,尤其是目前我国的农业和农村经济发展已进入一个新的阶段,将面临更多的机遇与挑战,对此我们必须未雨绸缪,早做准备。在即将到来的 21 世纪,要使我国农业和农村经济全面振兴和发展,在 2030 年解决 16 亿人口的吃饭问题和基本实现农业现代化,就必须加大农业基础设施建设,提高抗灾和综合生产能力,花大力气全面实施科教兴农战略和农业可持续发展战略,切实把科技进步放在农业和农村经济发展的关键地位,大力推进我国新的农业科技革命和产业化经营,在科研攻关、高新技术产业、农民收入和素质提高等方面取得突破性进展,实现我国农业和农业科技的跨越性发展。

在深化农业科技体制改革,加大农业科技创新力

度的过程中,尤其要重视农业科技成果转化的问题。当前,我国农业生产力水平较低,经营粗放,农业科技贡献率不高,资源利用效率低的一个重要原因就是农业科技成果转化的机制不畅,关系不顺,效率不高,力度不够,从而导致从科研到生产实践的诸多环节出现不同程度的脱节,农业资源难以实现最佳配置。成果难以实现有效转化。因此,无论是理论研究,还是生产实践,都迫切需要一种新的,与市场需求相适应的,行之有效的农业科技成果转化的机制和办法。在这种情况下,由中国农业科学院果树研究所杨记礪同志编写的《农业科技成果双阶段推广法》一书的出版,无疑具有较大的现实意义。

“农业科技成果双阶段推广法”,既是杨记礪同志对多年农业科技推广工作的经验总结,也是他在对我国农业科技成果研究、转化和推广现状进行大量调查和认真分析基础上,针对农业科技推广和成果转化的现状、存在问题和发展趋势,结合我国农业和农村经济发展的具体情况,对如何探索与市场经济相适应的农业科技成果推广新方法的思索与实践。该推广法认为:农业科技成果推广可分为两个大的阶段,即科技成果的转化(物化、或产品化)阶段和科技成果产品的推广阶段。农业科技成果的转化,是以市场需求为导向,以成果的产品化为目的,是农业科研的继续和延伸;而科技成果产品的推广,则是农业科技成果产业

化、规模化生产和市场化营销推广的过程。在农业科技成果的研究、转化和推广过程中,应以市场为导向,提高科研成果的技术含量及优化组装配套,并注意相应的商业包装及营销工作,以提高推广效率。在推广农业科技成果的同时,还要重视配套应用技术的推广与普及,提高成果的利用效率。此外,以农业科技成果产业化为主的企业,在组织管理、技术创新、市场营销等方面,应按现代化企业制度的要求运作,逐步成为市场经济条件下农业科技成果推广的龙头和支柱。这些观点和方法都具有一定的新意,可操作性也较强。

希望这本书的出版和“农业科技成果双阶段推广法”的应用,对我国农业科技体制的改革提供有益借鉴,并对新形势下农业科技推广工作的创新和实践,农业科技成果推广体系的建立和运作,农业科技成果产业化企业的经营和发展起到积极的推动作用。

卢良恕
一九九九年七月

目 录

第一章 导 言	(1)
第一节 农业科技成果推广内涵的再认识	(1)
一、农业科技成果推广研究的主要内容	(2)
二、农业科技成果推广与农业技术推广	(2)
第二节 影响农业科技成果推广的几个主要问题	(3)
一、农业科研立项中存在的问题	(3)
二、农业科研单位自身存在的问题	(8)
三、农业科技推广体系存在的问题	(17)
第二章 农业科技成果双阶段推广法	(23)
第一节 农业科技成果双阶段推广法 的主要内容和特点	(23)
一、农业科技成果双阶段推广法的主要内容	(23)
二、农业科技成果双阶段推广法的特点	(25)
第二节 农业科技成果双阶段推广法实施意义	(26)
第三章 农业科技成果产品化	(29)
第一节 市场调查与项目论证	(29)
一、市场调查	(29)
二、产品未来市场分析与预测	(31)
三、研究计划的制定和经费概算	(32)
第二节 社会化投资体系的建立与运作	(33)
一、建立专门投资管理机构	(34)
二、社会化投资体系的运作	(36)
第三节 多元化产权体系的建立	(37)

一、产权体系的组成·····	(38)
二、产权制度的建立和产权保护·····	(41)
第四节 研究项目的管理与运作·····	(43)
一、项目招商与合同书签定·····	(43)
二、项目管理、执行和监督机构组建·····	(44)
三、项目实施·····	(45)
第五节 农业科技成果产品的技术包装·····	(48)
一、配套技术包装·····	(48)
二、配套产品包装·····	(50)
三、配套推广方法包装·····	(51)
第六节 研究结果评价·····	(53)
一、转化程度评价法·····	(53)
二、技术含量评价法·····	(54)
三、市场推广效果评价法·····	(54)
四、生产应用效果评价法·····	(55)
第七节 农业科技成果产品化方法举例·····	(56)
一、直接转化法·····	(56)
二、载体转化法·····	(57)
三、组合转化法·····	(58)
第四章 农业科技成果产业化企业	
的管理与运作 ·····	(60)
第一节 现代企业制度的建立与公司运作·····	(61)
一、公司组建·····	(61)
二、公司机构与职责·····	(63)
三、公司经理·····	(65)
四、现行农业产业化企业运行中存在	
的几个问题·····	(67)
五、公司发展的“三步曲”模式·····	(69)

第二节 企业发展战略、目标与计划的制定·····	(71)
一、企业发展战略的制定·····	(71)
二、企业发展目标及实施计划·····	(72)
第三节 企业产品生产和质量保障体系	
的建立与运作·····	(73)
一、生产体系的建立与运作·····	(73)
二、产品质量检验与保障·····	(74)
第四节 产品营销体系的建立与运作·····	(76)
一、产品市场调查和信息反馈体系·····	(76)
二、产品体系·····	(77)
三、产品营销网络·····	(79)
第五节 企业技术保障体系的建立与运作·····	(79)
一、专业技术服务保障体系·····	(80)
二、专业技术保障体系·····	(82)
三、非农业技术保障体系·····	(84)
第六节 企业无形资产管理与经营·····	(86)
一、企业无形资产的建立·····	(87)
二、企业无形资产的管理和保护·····	(88)
三、企业无形资产的经营·····	(90)
第七节 企业资产扩张与资本运营·····	(92)
一、企业资产与资本·····	(92)
二、企业资产扩张策略与方法·····	(94)
三、企业资本运营策略与方法·····	(96)
四、企业资产扩张和资本运营	
的几个实例·····	(98)
第八节 企业经营风险及其减免与转嫁·····	(101)
一、企业经营风险分析·····	(101)
二、企业经营风险减免与转嫁策略和方法·····	(102)

第五章 农业科技成果产业化企业

的经营战略	(105)
第一节 企业经营战略概述	(105)
一、经营战略概述	(105)
二、经营战略的特征	(105)
第二节 企业目标市场的调查与分析	(107)
一、选择目标市场	(107)
二、市场调查的准备与实施	(108)
三、市场调查结果的处理与分析	(110)
第三节 企业现状调查与分析	(111)
一、企业现状调查	(111)
二、企业现状分析	(113)
三、撰写调查分析报告	(114)
第四节 制定企业经营战略和支持计划	(114)
一、制定企业经营战略的几个原则	(114)
二、企业经营战略制定	(115)
三、企业经营战略的补充完善和修改	(116)
四、企业经营战略的计划支持	(117)
第五节 农业科技成果产业化企业成功	
实施经营战略举例	(118)
一、困境	(119)
二、调查分析	(120)
三、经营战略调整与经营管理	
支持计划制订	(121)

第六章 农业科技成果产业化

企业市场营销	(125)
第一节 企业市场营销概述	(125)

一、市场营销的方法和步骤	(125)
二、市场营销组合	(126)
第二节 企业目标市场的调研、分析和进入	(127)
一、市场细分化	(128)
二、目标市场选择策略	(130)
三、目标市场进入策略	(132)
第三节 产品与产品营销	(134)
一、双阶段推广法的整体产品概念	(135)
二、产品生命周期与各阶段营销策略	(135)
第四节 农业科技成果产品的商业包装	(140)
一、产品包装策略和方法	(140)
二、高标标识的策略和方法	(142)
三、促销策略和方法	(144)
四、技术服务策略和方法	(146)
第五节 产品价格的运作策略和方法	(148)
一、新产品价格策略与方法	(148)
二、销售价格策略与方法	(151)
三、市场中间环节用户价格运作 策略与方法	(152)
四、不同产品价格策略和方法	(154)
五、不同市场状态的价格策略和方法	(155)
第六节 广告策略和方法	(156)
一、企业广告种类与特点	(156)
二、企业广告策略	(158)
三、企业广告方法举例	(160)
第七章 农业科技成果产业化企业营销网络 的建立与运作	(162)
第一节 企业市场中间环节和消费市场的特点	(162)

一、企业特点	(162)
二、市场中间环节的特点	(164)
三、农业基层消费市场的特点	(165)
第二节 企业营销网络的建立	(166)
一、营销网络种类与特点	(166)
二、企业营销网络的组建方法	(168)
第三节 企业营销网络的管理与运作	(169)
一、营销网络的管理	(169)
二、营销网络的运作策略和方法	(170)
第八章 农业科技成果产品综合示范	
基地推广法	(173)
第一节 基地建设的特点与意义	(173)
一、特点	(173)
二、基地建设的意义	(174)
第二节 建立以地方政府为中心的社会化	
科技推广体系	(175)
一、行政组织体系	(176)
二、技术服务体系	(176)
三、生产服务体系	(177)
四、产品供销服务体系	(178)
第三节 建立以效益为目标,以三方受益为原则	
的基地科技推广运行机制	(179)
一、农户受益最大化运行机制	(179)
二、集体受益运行机制	(180)
三、科研单位及所属企业受益运行机制	(181)
第四节 基地建设“四步法”	(182)
一、发动	(183)
二、结合	(183)

三、示范	(184)
四、实施	(185)
第五节 农业科技成果产品园区示范推广法	(185)
一、农业高科技园区的特点	(186)
二、农业科技成果产品园区示范推广方法	(187)
附录 媒体对“农业科技成果双阶段推广法”的报道 及评论摘要	
之一：《科技日报》1999 年 3 月 7 日关于《农业科技成果双阶段 推广法》的论文报道	
之二：《科技日报》1999 年 3 月 11 日专访： 〈农业科技成果双阶段推广法——访中国农业科学院郑州 果树研究所副所长杨记礅〉	
之三：河南卫视台 1999 年 4 月 6 日专题报道 〈谈农业科技成果双阶段推广法——访中国农业科学院郑 州果树研究所副研究员杨记礅〉	
之四：《科技日报》对郑州果树研究所有关科技成果推广活动的 系列报道（均为二版头条）	
之五：有关人士和单位谈农业科技成果双阶段推广法	

第一章 导 言

农业问题是直接影响我国国民经济发展和国家长治久安的根本性问题之一。我国农业发展正由政策支撑型向科技支撑型转变，科学技术第一生产力的作用将更加明显。农业要实现持续稳定地发展，逐步实现农业现代化，离不开农业科学技术强有力地支持和保证。我国目前拥有一个庞大的农业科学研究体系；拥有一大批优秀的农业科研和技术推广队伍，力量雄厚，阵容强大；每年都有上百项农业方面的新成果问世，这些新成果无疑成为我国农业不断发展的原动力。

但是，在目前社会主义市场经济条件下，我国农业和农村经济的快速发展，已对农业科技提出了更高的要求。某种程度上讲，农业科技体制、科研推广运作机制和方法等的改革与发展，已相对滞后。因此，研究与市场经济新形势相适应的农业科研、开发和推广运作新的体制、机制和方法，以利多出成果快出成果，以利农业科技成果快速转化和有效推广，促进农业经济的快速稳定发展，已刻不容缓。

第一节 农业科技成果推广内涵的再认识

农业科技成果推广狭义地讲是农业科学新技术、新产品和新品种等在生产中的推广应用过程。本文所指的农业科技成果推广，是一种广义上的成果推广活动，包括农业科技推广活动过程和与其相关的研究方式、研究项目组织实施、成果评价、科技新产品开发企业的管理运作、产品和技术的营销推广等方面。这里所指