

中国农机市场学

● 中国农机学会市场学会

内蒙古人民出版社

中国农机市场学

中国农机学会市场学会



内蒙古人民出版社

一九九一·呼和浩特

中国农机市场学

中国农机学会市场学会

•

内蒙古人民出版社出版发行

(呼和浩特市新城西街82号)

内蒙古人民印刷厂印刷

开本: 850×1168 1/32 印张: 10 字数: 260千

1991年4月第1版 1991年4月第1次印刷

印数: 1—5000册

ISBN 7-204-01407-3/S·44 定价: 8.00元

序

中国农机市场是中国社会主义统一市场的一部分，具有一般市场的共同属性；同时，农机市场又有区别于一般消费品市场、一般生产资料市场的特点。农机产品多是集中在城市常年生产，而在农村随农时季节销售，受国家政策、经济形势、农村购买力，乃至气候、能源、税、费和农民购置心理等因素影响较大。农机产品从1980年起由过去实行统购包销、计划分配变为商品进入市场交易，实行产销见面，多渠道、少环节、开放式经营，明显表现出市场的多变、不稳定，预测难度很大。农机产品的生产、销售，基本上无指令性计划，大部分靠市场调节，市场导向作用越来越明显。在这种巨大变革中，农机的生产者和经销者，非常需要在总结经验的基础上，研究提出中国农机市场营销实用的市场学理论，用来指导自己的实践活动。经过多年的努力探索，这本由实际工作者和理论工作者相结合编写的中国农机市场学，终于编纂成书。她的问世，为农机行业填补了市场营销专业理论指导书的空白。市场学会通过自己的学术活动，创立一门学科也属首次，无疑是值得祝贺和提倡的。

本书内容全面，切合实际。对于市场学的一些共性的基本概念写得少，即使写了也是结合农机市场特点的。因此，这本书具有鲜明的专业市场学特点，对从事农机生产、经销的读者，

读起来易于接受，易于理解，有一种熟悉感、亲切感。本书的作者，都是长期从事农机市场营销、市场调研、理论研究和教学活动的专家、教授和专业工作者，他们比较熟悉同行的工作、思想、心理，并有较深入的研究，因此，又是这本书的另一个特点。本书既可作为实践工作者的参考书，又是一本农机专业市场学的教材。本书问世，对于农机行业的经理、厂长、职工培训，以及大中专院校开设农机市场学科是有价值的。我相信这本书一定会受到欢迎！

党中央、国务院非常重视发展社会主义流通事业，提出要建立高效、通畅、可调控的流通体系。最近物资部又号召，要提高流通的社会化、合理化、现代化程度，更好地为社会主义建设服务。农机流通体系要达到上述发展目标，还有许多理论和实践问题需要解决，因此，希望有更多的农机市场营销实际工作者、理论工作者，特别是年轻的同志们来学习、研究、探索，努力发展中国农机市场学理论，使这本书再版时更加充实完善。

吴奎良

1991年3月

前 言

一九七八年，中国实行经济体制改革以来，农业机械产品，由统购包销、计划分配变成为商品进入市场进行交换，销售对象，由农村人民公社的社队集体为主变为以家庭联产承包的亿万农户为主；土地规模划小后，农机产品的需求，由以大中型为主变成为以小型为主……等等。这些变化，促进农机商品市场的迅速发展，从而也给农机产品生产者、中间商和使用者带来了一系列有关市场营销的理论问题和实际问题。

一九八三年组建起来的中国农机学会市场学会，针对农机市场面临的实践问题和理论问题，组织广大农机市场营销实际工作者和理论工作者，结合各自的专业工作，开展了广泛的研究与探讨，举办了十多次全国性农机市场学术研讨会，出版发行了七集《农机市场论文资料选编》和《农机市场预测》、《商品经济与农机市场》两本书；与中国农机总公司、北京农业工程大学合办了《农机市场》（月刊）杂志。十多年农机商品市场营需实践和一系列农机市场理论问题的研讨活动，为编写“中国农机市场学”理论著作创造了一定的基础和条件。一九八八年五月在浙江宁波召开的中国农机学会市场学会理事扩大会上，讨论并决定了在2—3年内编写出“中国农机市场学”一书。这一决定得到上级学会的批准和中国农机总公司的支持，并正式列为中国农机学会的理论书籍出版计划。

《中国农机市场学》以中国共产党十一届三中全会以来的方针政策作指导，以社会主义有计划商品经济为前提，学习借鉴国内外市场学、经济学、管理学的有关理论与研究成果，总结吸取了中国农机市场营销实践的丰富经验和广大农机市场论文作者的

研究成果。编写中注意突出中国社会主义经济特征和中国农机市场的特点；注意了既要有理论性、科学性，又要有实用性和可操作性。全书共分十二章，撰稿人是：第一、二、三、四章宋声鹏编写；第五、六章陈万康编写；第七章侯立功、谢逢春合写；第八章宋慎存、郭正民合写；第九章徐和锡、陈万康合写；第十章郭正民、张斌贤合写；第十一章王玉庭编写；第十二章孙悦汉编写，宋声鹏、王玉庭负责总纂定稿，张仪萌终审，全书编写是王玉庭组织的。

为使本书在正式出版前能更加广泛地征求各方面的意见，中国农机学会市场学会于一九九一年元月在湖南省郴州市再次举办了《中国农机市场学》学术研讨会，并将非正式出版的《中国农机市场学》（讨论稿铅印本）送会内外有丰富经验的经理、教师、专业工作者、管理干部和领导同志审阅斧正。编写组对所有参加研讨和帮助审阅的同行、专家表示衷心的感谢！本书编写过程中参考了许多书刊资料；得到许多专家的指教；出版、发行工作中得到了许多单位和同仁的支持，在此一并表示感谢！由于是初次编写专业性市场学书籍，加上作者水平有限，书中错误和欠缺在所难免，诚恳希望广大读者批评指正。来函请寄北京市西城区月坛南街26号中国农机总公司内市场学会，邮政编码：100825。

《中国农机市场学》编写组

一九九一年三月 于北京

《中国农机市场学》编写组成员名单

- 顾问：**鹿中民 中国农机学会副理事长、机电部工程农机司司长 高级工程师（教授）
吴奎良 中国农机学会副理事长、中国农业机械总公司总经理 高级工程师（教授）
任 易 中国农机学会市场学会副理事长 中国农业机械总公司副总经理 高级工程师（教授）
- 组长：**张仪萌 中国农机学会市场学会秘书长 高级工程师
- 副组长：**王玉庭 中国农机学会市场学会副秘书长 离休干部
郭正民 内蒙古自治区农牧业机械公司 高级经济师
- 成员：**宋声鹦 北京农业工程大学 副教授
陈万康 无锡柴油机厂 经营顾问
谢逢春 西南财经大学 副教授
徐和锡 江苏工学院 副教授
孙悦汉 中国农业机械进出口公司 高级经济师
侯立功 呼和浩特市农牧业机械公司 高级经济师
宋慎存 山东龙口市农机公司 经济师
张斌贤 中国农业机械总公司 工程师

目 录

第一章 中国农机市场学的研究对象、内容和方法…………… (1)

第一节 建立农机市场学的必要性和意义…………… (1)

第二节 农机市场学的研究对象…………… (6)

第三节 农机市场学的研究内容…………… (10)

第四节 农机市场学的研究方法…………… (14)

本章复习思考题

第二章 中国农机市场及其形成与发育…………… (18)

第一节 农机市场的几个基本概念…………… (18)

第二节 农机市场存在和发育的理论基础…………… (25)

第三节 农机市场存在和发育的政策依据和必要条件 (30)

第四节 农机市场的历史演变…………… (33)

本章复习思考题

第三章 农机市场体系…………… (40)

第一节 农机市场体系及其作用…………… (40)

第二节 农机商品市场…………… (47)

第三节 农机化服务 (劳务) 市场…………… (51)

第四节 农机技术市场…………… (63)

第五节 农机金融市场…………… (67)

本章复习思考题

第四章 农机市场需求分析..... (74)

第一节 农机市场需求的理论..... (74)

第二节 农机市场需求的特征..... (85)

第三节 影响农机市场购买动机和行为的主要因素..... (96)

第四节 农村经济发展与农机需求 (102)

本章复习思考题

第五章 农机市场调研..... (107)

第一节 农机市场信息 (107)

第二节 农机市场调研的意义与作用..... (115)

第三节 农机市场调研的内容和方法 (117)

第四节 农机市场调研步骤 (122)

本章复习思考题

第六章 农机市场预测 (125)

第一节 市场预测的理论基础 (125)

第二节 农机市场预测的内容 (131)

第三节 市场预测数据处理技术 (135)

第四节 农机市场预测适用技术 (143)

第五节 系统动力学的预测思路介绍 (153)

本章复习思考题

第七章 农机市场营销决策 (159)

第一节 营销决策的概念、内容 (159)

第二节 营销决策的任务、要求 (162)

第三节 营销决策的程序 (170)

第四节 营销决策的方法 (174)

本章复习思考题

第八章 农机市场细分 (183)

第一节 农机市场细分的目的和意义 (183)

第二节 农机市场细分的要求与标准 (187)

第三节 农机市场细分的方法 (191)

第四节 农机目标市场的选择 (198)

本章复习思考题

第九章 农机生产体系 (205)

第一节 农机生产体系的形成与发展 (205)

第二节 农机产品结构调整与新产品开发 (210)

第三节 农机生产企业的产品策略 (217)

第四节 农机生产企业的销售渠道及其策略 (222)

第五节 农机生产企业的促销策略 (226)

本章复习思考题

第十章 农机流通体系 (232)

第一节 农机流通体系的形成与发展 (232)

第二节 农机公司的基本任务与经营战略 (239)

第三节 农机公司系统的优质服务 (245)

第四节 农机商品销售价格与定价策略 (251)

第五节 农机公司的系统管理 (258)

本章复习思考题

第十一章 农机市场管理 (266)

第一节 农机市场管理的概念与意义 (266)

第二节 农机市场管理的任务、目的和原则 (268)

第三节 农机市场管理的内容 (271)

第四节 农机市场管理的方法 (275)

第五节 农机市场管理的罚则 (280)

本章复习思考题

第十二章 农机国际市场开发 (282)

第一节 农机国际市场 (282)

第二节 中国农机国际贸易概况 (289)

第三节 农机国际市场的开发 (292)

第四节 目标市场的选择与服务 (295)

本章复习思考题

主要参考文献

第一章 中国农机市场学的研究

对象、内容和方法

第一节 建立农机市场学的必要性和意义

一、建立中国农机市场学的必要性

(一) 农机市场营销的实践需要建立农机市场学

中国的改革与开放，使农机行业长期以来集中过多、管理过死、市场窒息的状态，发生了历史性的转变。农业机械已作为商品进入市场，自由买卖，农机化劳务已实行有偿服务，等价交换。农机商品市场和农机化劳务市场正在不断发育之中，农机市场营销的实践，遇到了现有的市场学不完全适合农机市场的特点、规律等问题，所以需要建立适合中国社会主义有计划商品经济和具有农机市场特点、规律的农机市场学作理论指导。

农机市场主要经营的是农用生产工具，这种工具既不同于一般日常生活消费品，又不同于一般生产资料。它是一种单位价值较高的农用固定生产工具，密切关系到农业生产的后劲与兴衰。购买前必须认真比较、选择，才能决策，以使工程技术与生物技术更好地配合。它的购买者主要是农村和农民，就所有制而言，大部分是个体所有；就经济实力而言，大都基础薄弱；就科技文化水平而言，大都较低。因此，农机市场的需求是有其特色的，农民的购买动机和行为也是有其特点的，一般的工业品市场学难以满足上述要求，所以迫切要求建立中国农机市场学。

（二）农机商品经济的发展和农机市场的繁荣，要求建立农机市场学

长期以来，市场学在中国社会主义经济管理科学中是没有一席之地的，作为生产资料的农机市场更受到严重窒息，以“分配”代替了“交换”。这是由于，在社会主义经济诞生以前，商品经济是在资本主义私有制条件下发展起来的，由此产生的商品经济理论大都局限于私有制经济的实践。人们不可避免地把“商品经济”同“资本主义”视为等同之物，在否定资本主义制度的同时也否定了商品经济，从而也就把与商品经济联系在一起“商品”、“货币”、“市场”等经济范畴都视为“异端”。

但是，八十年代以来，中国出现了历史性的转变。这次转变以思想解放为契机，用实践来检验真理；以经济改革为先导，要求建立有计划的社会主义商品经济的总体框架。有了商品经济的存在就必有市场的存在。这样市场学就逐渐地、并且越来越受到人们的重视。

发达的商品经济是繁荣市场的基础；市场是商品经济的载体，繁荣的市场又将推动商品经济的进一步发展，形成一个良性的经济循环。几十年来的实践也证明，任何企图超越商品经济阶段，直接进入产品经济阶段的实践，都是不成功的。取消商品生产和商品交换，或否定商品经济和市场的积极作用，对中国社会主义经济建设都是极其有害的。

在上述商品经济不断发展的大环境推动之下，为了适应农机商品经济的发展和农机市场的发育繁荣，要求建立农机市场学。

（三）经济体制改革的深入，突出了市场所处的地位，要求建立农机市场学

目前，中国的经济和经济体制改革正在向纵深发展，以实现企业经营机制、经济运行机制和宏观调控方式的根本性转变，建

立有计划的商品经济的总体框架和新秩序。实行计划经济与市场调节相结合的原则，即国家运用经济手段、法律手段和必要的行政手段，来调节市场的供求关系，创造适宜的经济社会环境。这一总体设想，使市场处于关键性地位，提出了培育和建立市场体系的任务，开始了中国社会主义市场全面发展的新时期。处在这种形势下的农机行业，一方面要深化改革；一方面亟待对自己的现状和未来作出基本判断，对发展基本趋势作出科学的预测，农机市场在农机行业改革和发展中所处的地位越来越突出，因此，要求建立农机市场学。

（四）农业现代化的进展，要求有与之相适应的农机市场和农机市场学

随着农村商品经济的发展和农业现代化的进展，传统的农业正在逐渐转化为专业化、机械化和现代化的农业，对农业机械的要求正在稳步增长。当前农、副产品的商品率正在逐步提高，农副产品市场的发育，要求有农业生产要素市场与之相配合。农机是重要的农业生产要素之一，对农、副产品市场的繁荣和劳动生产率、土地生产率的提高作用十分明显。现代化的农业是社会化的农业，要求有相应的“全程服务体系”与之相适应，农机化劳务是重要的服务手段，能完成人畜力难以及时完成的作业，能完成人畜力完成不好的或完成不了的作业。要做到上述这些都有赖于适销对路、物美价廉、服务周到的农机产品和劳务，通过市场及时供应。所以，农机市场在农业现代化进程中的地位日趋重要，为了加速农业现代化的进程，也要求建立农机市场学。

总之，随着农机行业迫切要求研究市场学以提高其营销能力；随着农机商品经济的发展和农机市场的发育；随着农机市场在农机行业深化改革中所处的突出地位；随着农业现代化进程对农机市场的迫切要求，急待有一本阐述农机市场规律和营销策略的书籍问世。因此，也可以说：建立《中国农机市场学》是深化

改革、开放的新时代所赋予农机行业的任务和要求，而不是人们臆想的产物。

二、学习与研究农机市场学的意义

（一）通过农机市场学的学习研究，促使人们转变旧的观念

长期以来人们受传统观念的束缚很深，改革开放后，由于价格“双轨制”的存在等原因，经营思想、市场秩序都比较混乱。通过农机市场学的学习和研究，将促进经营指导思想和营销观念的转变。首先要牢固树立用户第一的观念，想农民之所想，急农民之所急。还要牢固树立信息观念、时间观念、竞争观念和效益观念，用这些观念来指导农机市场营销工作，才能适应“农机买方市场”的新形势，赢得更多的用户，从而促进农机市场的繁荣。这也是农机企业能否由单纯生产型转变为生产经营服务型的关键。

（二）通过农机市场学的学习研究，为经营决策科学化创造基本条件

农机企业的领导人和经营管理人员，每天都要进行各种经营决策，在商品经济条件下，一切经营决策都离不开对市场环境和需求的研究，对农机市场信息的掌握，对农机市场发展趋势的预测。现代企业经营还有一个重要特点，就是要研究好战略决策。即不仅要考虑眼前，还必须考虑长远；不仅要考虑局部，还必须考虑整体，这些都必须通过对市场的调查和分析，才能抓住市场机遇，摆脱市场困境，及时作出相应的科学决策。通过农机市场学的学习研究，将熟悉农机市场调研、市场预测和经营决策的理论和方法。

（三）通过农机市场学的研究，有助于找到改善农机市场营销、增强竞争能力、提高经济效益的途径

市场变化是国民经济的“晴雨表”，一切社会需求无不通过

市场反映出来，各部门之间的商品，都必须通过市场进行交换。因此，国家和农机企业都可以通过市场变化来制订和随时调整计划，还可通过对市场需求的激发、促进、控制和引导，使计划更切合实际和符合农民用户的需要，这样将使微观和宏观管理更为有效，经济效益更加提高。

通过市场竞争，有利于促进农机企业改进提高生产技术和市场营销水平，努力研制和生产新产品，不断提高产品质量，降低产品成本，加速农机商品价值和使用价值的实现，最终实现提高经济效益的目的。

通过农机市场学的研究和学习，将熟悉市场机制、市场竞争以及市场营销策略等方面的理论和方法。

（四）通过农机市场学的研究和学习，有利于面对改革开放的新形势，积极开发国际市场

“改革和开放”是中国社会经济发展的方针，二者互相促进，互相补充。开放不仅是开放国内市场，还必须开发国际市场，打入国际市场。这就必须了解国际市场，研究和掌握其规律和特点，利用国际市场这个广阔的天地来开拓农机市场、发展农机商品经济，为加速“四化”建设服务。近年来，除了中国农机进出口公司及各省外贸公司经销农机出口业务外，一些大中型农机生产企业已获得外贸自主权，一些地处边境的农机公司也通过边贸活动，开展农机出口业务。通过农机市场学的学习研究，可以了解国际农机市场的动向和开展国际贸易的方法。

（五）通过农机市场的学习和研究，有利于加强农机市场的调控和管理

1990年，中国农机制造企业有2300多家，归工口管理；2700个各级农机公司，归物资、工、农口管理；农机化又分属农口管理；农机使用者又分散在全国农村。农机市场是一个横跨工、农、商的复杂系统。某一环节发生的变化，以及经济环境的变化，都