

《农村奔小康指南》丛书

中共浙江省委组织部 主编
浙江省科学技术协会

农村商品流通与市场营销

NONGCUN BENXIAOKANG ZHINAN CONGSHU

浙江科学技术出版社

《农村奔小康指南》丛书

94
F723.2
3
2

陈宏硕 主编

农村商品流通与市场营销

NONGCUN BENXIAOKANG ZHINAN CONGSHU

X4J43/28

浙江科学技术出版社



3 0078 7935 0



043154

(浙)新登字第3号

责任编辑:徐群

封面设计:潘孝忠

农村奔小康指南丛书
农村商品流通与市场营销
陈宏硕 主编

*

浙江科学技术出版社出版发行

浙江上虞印刷厂印刷

开本787×1092 1/32 印张6.375 字数150,000

1993年11月第 一 版

1993年11月第一次印刷

印数: 1—15,000

ISBN 7-5341-0636-2/F·22

定 价: 4.00 元

序 言

李泽民

农民和农村问题始终是中国革命和建设的根本问题。江泽民同志指出，我国是一个农业大国，11亿多人口，9亿在农村。这个基本国情，是我们考虑全部问题的一个根本出发点。农业和农村工作，是关系治国兴邦的重大问题。没有农村的稳定和全面进步，就不可能有整个社会的稳定和全面进步；没有农民的小康，就不可能有全国人民的小康；没有农业的现代化，就不可能有整个国民经济的现代化。因此，各级党委和政府必须始终如一地把农业、农民和农村问题放在重要的战略位置，务必认真抓紧抓实抓好。

党的十一届三中全会以来，我国农村的改革和建设事业取得了举世瞩目的成就。同全国一样，我省农村面貌发生了历史性的变化。以市场经济为取向的农村经济体制改革，推动了农村经济的全面发展。80年代，我省农村社会总产值翻了两番多，乡镇企业异军突起，农村产业结构发生了重大变化，农民的温饱问题基本解决，

人均纯收入位居全国前列。进入90年代，我省农村改革进一步深化，农村经济继续保持好的发展势头。随着农村改革的深入和经济的全面发展，农民的思想观念发生了深刻的变化，农村劳动者的素质有了提高。这一切都标志着我省农村从总体上来说，已由传统农业向现代农业转变，逐步进入商品经济全面发展，由温饱向小康目标迈进的历史性新阶段。

进入90年代以后，我省的经济发展面临新的挑战 and 机遇。1991年12月召开的省委八届六次全会扩大会议和1992年12月召开的省委八届八次全会扩大会议，根据中央精神，结合浙江实际，讨论确定了浙江经济发展的总体规划 and 社会主义新农村建设的部署，提出全省要在“八五”期末基本达到小康，到本世纪末，把我省农村建设成为经济繁荣兴旺、思想健康向上、社会安定团结、人民生活比较富裕的社会主义新农村。把奔小康，建设富裕、文明的社会主义新农村作为90年代我省农村工作的总目标，是动员和鼓舞广大农村党员、基层干部和农民群众为社会主义现代化事业而奋斗的旗帜和号角，有利于充分调动各方面的积极因素，加快农村改革和经济建设的步伐，有利于城市与乡村、经济与社会的协调发展，保证第二步战略目标的提前实现，并为实施第三步战略目标打下坚实的基础。

加快农村奔小康的步伐，建设一个经济繁荣、社会

稳定、文明富裕的社会主义新农村，关键是要抓好党组织建设，加强党对农业和农村工作的领导。我省7万多个农村基层党组织，是新农村建设第一线的领导核心，百万农村党员和农村基层干部，是带领群众走共同富裕道路的排头兵。把农村基层党组织和农村党员、干部队伍建设好了，实现90年代我省农村工作的奋斗目标，就有了强有力的组织保证。

加强农村基层党组织建设和党员、干部队伍建设，培训工作是一个十分重要的环节。当前农村深化改革和发展社会主义市场经济的新形势，对农村基层党组织和农村党员、干部提出了更新更高的要求。坚持以经济建设为中心，加快发展农村经济，要求农村基层党组织进一步提高战斗力，增强领导经济工作的能力和带领群众走共同富裕道路的本领；深化农村改革，调整农村产业结构，要求农村党员掌握发展“一优两高”农业的实用技术、生产技术和经营管理知识；加快农村经济走向市场的步伐，要求基层干部掌握市场经济的基本知识，提高搞好社会化服务的能力；面临市场经济的大潮，要求农村党员和基层干部进一步提高政治素质和思想觉悟，既要解放思想，实事求是，更新观念，开拓创新，又要继承和发扬党的优良传统，自觉抵制各种腐朽思想的侵蚀。因此，我们要把培训工作作为奔小康、建设社会主义新农村的一项基础工作，切实下功夫抓好，力争用三

五年时间，对农村党员和基层干部，特别是村党支部书记和村委会主任等骨干普遍进行一次培训。通过培训，进一步提高农村党组织的战斗力和党员、干部的政治业务素质，使他们在农村改革和建设事业中更好地发挥领导核心作用和先锋模范作用。

对农村党员和基层干部进行培训，要继续重视思想理论和时事政策的教育，使他们进一步增强贯彻执行党的“一个中心、两个基本点”的基本路线的自觉性，坚持“两手抓”，做到两手硬，确保农村改革与发展沿着有中国特色的社会主义道路不断前进；同时，要根据建立社会主义市场经济体制和运行机制的要求，加大市场经济知识、经营管理知识、实用技术和法律法规知识培训的力度，使他们不断增强商品意识、市场意识、竞争意识、开放意识、质量效益意识和民主法制观念，进一步把农村、农业、农民推向社会主义大市场。省委组织部和省科协根据省委提出的90年代农村工作奋斗目标和培训工作的要求，组织10多个单位的专业工作者编写的《农村奔小康指南》丛书，内容涉及农村奔小康的各个方面，可以作为乡村领导干部培训的系统教材。这套丛书每个分册又独立成篇，便于单独选用，适合农村党员和干部按从业特点进行专题培训或自学。

对农村党员和基层干部进行经济知识和实用技术培训，是一项具有重要意义的工作。各级党委和政府要

加强领导，统筹安排，协调各方，抓好落实。在培训中，要引导党员、干部联系本地实际情况，把培训与开拓工作思路、开发新的生产门路紧密结合起来，通过坚持不懈的努力，逐步造就一支宏大的认真执行党在农村的各项方针政策，懂技术、会管理、善经营，能带领群众走共同富裕道路的基层干部队伍和党员队伍，把我省农村两个文明建设推上新的台阶。

1993年10月5日

2000年小康型新农村的 8 条标准

——经济繁荣兴旺。农、林、牧、副、渔全面发展，农工商综合经营；全村经济总收入再翻一番；农村经济商品率达到85%以上。

——农业综合生产能力强。适用农业技术得到普遍推广，主要生产环节因地制宜实行机械操作，农业基础设施比较完备，多数农田达到旱涝保收；粮食单产根据不同条件分别达到“吨粮”或“双纲”；有条件的地方实行适度规模经营。

——集体经济巩固壮大。集体具有较强的调节经济、协调社会发展的能力，集体自有的可分配资金按村的规模大小，分别达到10万、20万、30万元以上，人均拥有集体固定资产1 000元以上。

——村民生活达到小康水平。初步实现共同富裕，基本没有贫困户；村民人均年收入达到2 000元左右；居住环境明显改善；人均生活消费大体接近城镇水平；集体福利和社会保障制度比较健全。

——统分结合的双层经营体制完善。家庭联产承包

为主的责任制比较健全，承包合同管理规范；“三制一上交”配套落实；产前、产中、产后全程服务体系基本形成。

——各项社会事业全面发展。严格执行计划生育政策，人口自然增长率控制在8%以内；普及九年制义务教育，职业技术培训制度健全，成人识字率达95%以上，普及合作医疗制度，人人享受初级卫生保健，村镇建设布局合理，通车、通电、通电话；土地资源和生态环境得到有效保护，村貌整洁。

——精神生活文明健康。爱国家、爱集体、爱社会主义成为农民的行为准则，法律常识得到普及，群众遵纪守法，社会风气良好，文化体育生活丰富多彩，村民安居乐业。

——以党支部为核心的村级组织比较健全。有一个政治觉悟高、管理能力强、公正廉洁的领导班子。党支部为领导核心，发挥村民委员会、经济合作社以及团支部、妇代会、民兵等组织的作用，带领群众勤劳致富，坚定地走社会主义道路。

编者的话

为了加强广大农村党员和基层干部的培训工作，提高他们的政治、业务素质和带领群众走共同富裕道路的本领，中共浙江省委组织部和浙江省科协联合组织编写了《农村奔小康指南》丛书。这套丛书是对农村党员和基层干部进行市场经济知识和实用技术培训的基本教材，也可供从事农村工作的同志阅读。

本分册是由浙江省供销合作社联合社牵头组织编写的。农村商品流通是农村经济的重要组成部分，是振兴农村经济的重要产业之一。我们组织了一批从事流通工作多年，具有一定理论知识和实践经验的同志，编著了本书，以期能够有助于增强农村基层干部、党员和农民群众的市场意识，牢固树立市场经济观念，坚持一手抓生产，一手抓流通，大力发展农村商品流通，促进农村经济从自然经济向商品经济的转变，加快向市场化、现代化、社会化发展的进程。

《农村商品流通与市场营销》全书共七章。以社会主义市场经济为主线，根据农村实际和读者对象特点，着重介绍了发展商品流通中的有关商品、交换、流通、市场、信息、经济规律等基本知识和发展商品流通、大力建设培育市场的基本途径，还介绍了如何掌握市场营销策略、洽谈技巧和订立购销合同等方面的实用知识、实用技能。本书具有较强的针对性、导向性和指南性，可作为农村基层干部、党员和农民群众的一部常备书。但由于我们水平有限，书中也难免有失当之处，切望读者批评指正。

1993年10月

目 录

前 言

一、充分认识商品交换的作用	(1)
(一) 产品、商品和商品交换	(1)
(二) 产品变为商品的市场风险	(6)
(三) 以市场为导向,发展农村商品生产	(7)
二、大力发展农村商品流通	(11)
(一) 商品流通的地位和特点	(11)
(二) 大力发展商品流通	(15)
(三) 加强农村商品流通的物质设施建设	(26)
(四) 按经济规律组织商品流通	(30)
三、建设培育农村市场	(35)
(一) 市场分类与功能	(35)
(二) 适应商品经济发展,建设培育农村市场	(39)
(三) 加强批发市场建设	(45)
四、注重市场信息调查,提高经营决策科学性	(58)
(一) 市场信息的内容和种类	(58)
(二) 市场信息的搜集与处理	(63)
(三) 市场调查	(69)
(四) 经营决策	(77)
五、掌握市场营销策略,促进商品销售	(87)
(一) 产品策略	(87)
(二) 价格策略	(92)

(三) 营销渠道策略	(99)
(四) 促销策略	(104)
六、注意贸易洽谈技巧, 促使交易成功	(117)
(一) 洽谈前的准备	(117)
(二) 洽谈技巧	(123)
(三) 促成交易的技巧	(143)
七、订立购销合同, 规范经济行为	(149)
(一) 购销合同概述	(149)
(二) 购销合同的订立	(157)
(三) 购销合同的履行	(159)
(四) 购销合同的变更和解除	(162)
(五) 违反购销合同的责任和纠纷处理	(164)
(六) 注意避免订立无效购销合同	(170)
附录一 兴商建市, 开拓市场, 致富一方	(178)
附录二 建一个市场, 活一地经济, 富一方农民	(180)
附录三 瓯县供销社为免农全程服务, 推动了全县兔 业生产的发展	(182)
附录四 建立香菇全程服务体系, 走出一条富农兴社 之路	(184)
附录五 衢县供销社从服务入手, 发挥柑桔流通主渠 道作用	(186)

一、充分认识商品交换的作用

商品交换是产品变为商品的不可缺少的中介。但是长期以来，在我国农村，由于受传统的经济体制局限，人们对商品交换的作用认识不足，得不到重视，甚至进行限制。结果，不仅商品交换得不到发展，商品生产也受到制约。当前，农村要发展商品经济，必须充分认识和发挥商品交换的中介作用。

（一）产品、商品和商品交换

1. 产品如何转换为商品

产品是指人们通过有目的的生产劳动所创造的物质资料。人们在劳动过程中，借助劳动资料对劳动对象进行加工、改造自然界的物质形式，生产满足人类需要的物质产品。如人们在劳动中，借用劳动工具、土地，种植了稻谷，稻谷就是产品。产品是社会财富的物质内容，是人类存在和发展的物质条件。

产品根据其经济用途可分为两类：一类是生产资料，即用于满足生产需要的物质产品，如生产工具等。另一类是生活资料，即用于满足人们生活需要的物质产品，如稻谷、衣服等。如果产品不是直接用于满足生产者自己的需要，而是供别人、供社会消费，并且通过交换，也就是通过买卖，转移到别人手中，这时，产品就转化为商品。因此，产品并不就是商品，产品要变成商品必须通过交换，即通过买卖。

2. 什么是商品

商品是用来交换的劳动产品。它是区别于一般产品而言的，这里的核心是“用来交换的”。日常生活中往往会遇到这样的问题：哪些产品可以作为商品？其实，任何产品都有可能作为商品，关键在于这个产品是否为交换而生产。举例说粮食，当它拿到市场上卖时就是商品，但同样，当它作为农民自己食用或者用于交租时，它又不是商品。这里关键就是要拿到市场上交换，对于生产者来说就是“卖”。

商品既然是用于交换的劳动产品，它首先必须是对人类有用的物品，能用来满足人的某种需要。商品的这种有用性就是商品的使用价值。每一种商品的使用价值，具有各不相同的性质，用来满足人们各种不同的需要。例如，食品可以充饥，衣服可以保暖，等等。而且，一种商品可能不只有一种使用价值，而有多方面的效用，能满足人们多方面的需要。如水，能用来食用，能用来洗涤，也可以用来提取氧气等。正因为商品具有使用价值才能在市场上交换，即进行买卖。对他人没有使用价值的东西，不管你在生产中耗费了多少劳动，都不会有人同你交换，也不能成为商品。

我们说，商品必须有使用价值，但不能反过来说，凡是有使用价值的东西都是商品。比如空气虽然有很多使用价值，但它却不是商品，因为它不是劳动产品。又如农民自产自用的蔬果，虽然是劳动产品，但不是用于交换的，所以也不是商品。因此，一切商品都是劳动产品，并用于交换，不仅具有使用价值，而且具有价值。价值就是人们在生产商品时所耗费的社会必要劳动时间。

3. 商品交换

商品的相互让渡和转手就是商品交换，商品交换是商品经济条件下生产与消费的中介。早在原始公社制度的后期，随着畜牧业和农业的分离，从事畜牧业的原始公社和从事农业的原始公社之间，互相交换他们多余的产品，这时，就有了偶然的商品交换。这种交换采取物物交换的形式。随着社会分工的进一步发展和手工业的出现，又开始出现了专门为满足别人需要而进行的生产，商品交换逐渐成为经常现象。经过长期的历史发展过程，出现了作为一般等价物的货币，随后出现了以货币为媒介的交换，这时交换变成了两个方式，即卖与买。买卖的统一就是商品流通。到资本主义社会，商品经济已充分发达，几乎所有生产都是商品生产，劳动产品一般都要到市场上交换。在社会主义社会，过去曾经否认过商品经济，试图取消商品交换，用产品经济的办法，搞无偿调拨，定量供给，抑制了生产者的劳动积极性，阻碍了生产力的发展。实践证明，社会主义社会必须大力发展商品经济，这是满足人们需求，提高人民生活水平的必要手段。

4. 商品分类

由于商品经济的不断发展，可供交换的商品越来越多，有形的、无形的、物质的、知识的。按目前市场，可把商品划分为物质商品、劳务商品、技术商品等。

(1) 物质商品。它是指以物质形态存在的、能够满足人们生活与生产需要的可供交换的社会产品。这是商品的主要内容。

按用途不同，物质商品又可分为生产资料和生活资料。生

产资料是指人们在从事生产活动中所占有的物质资料 and 物质对象。它包括能源、原材料、机械设备等等。生活资料是指用来满足人们生活需要的社会产品。按使用价值的不同，生活资料可以划分为吃、穿、用、住、烧等不同方面。

此外，物质商品中还有介于生活资料、生产资料之间的房地产商品，它既可能成为生活资料，比如用于居住，也可能成为生产资料，如用作生产厂房时。

(2) 劳务商品。它是指以服务形式出现的，用来满足人们某种消费需要（包括生活消费和生产消费）的交换对象。

按劳务商品的功能划分，可以分为这样几类：

生产性劳务。它包括交通运输、生产工具修理、邮电通讯、情报信息、广告等等。

生活性劳务。它包括饭店、旅馆、理发、浴池、文化娱乐、卫生保健等等。

调节性劳务。包括金融、保险、咨询等等。

目前新兴的劳务商品还有租赁、旅游、教育等等。

(3) 技术商品。它是指用来交换的智力劳动产品。技术商品的构成一般包括实体和载体两部分。技术商品实体是人类智力劳动的凝结体；技术商品载体，则是指体现技术商品的物质形式。比如一件关于机械制造方面的发明，这个发明本身为技术商品的实质性内容，而体现这个发明的有关资料，比如图纸、录象以及已制成的样品性机械设备等，即为技术商品的载体。最典型的技术商品有发明专利、商标等。其最大的特点是创造性。

5. 商品的价格

商品既然是用来交换的，也就是买卖的，就必然有价格。