

蜂产品经营与
养蜂效益评价

高运启 著
GAO YUN QI



7.3

加强经营管理

提高经济效益

程文显 93.5.

前 言

这本小册子，是为探讨蜂产品经营和养蜂经济效益问题而编著的。

自 80 年代初改革开放十几年来，随着农村各项经济政策的落实，我国养蜂业呈现出蓬勃发展的新局面。主要标志是：涌现出了一批养蜂专业户、重点户为主的商品生产蜂场，全国商品生产蜂群达 500 万群，年产蜂蜜 20 余万吨，王浆近千吨；蜂产品加工业在养蜂队伍中异军突起，涌现出一批以养蜂为基础、以产品加工为龙头的企业和企业经营家；蜂产品国际贸易方兴未艾，主要蜂产品在国际市场上享有盛誉，最高年出口王浆达 400 多吨，蜂蜜 8 万多吨。取得了举世瞩目、国人称赞的成就。

由于养蜂是自然再生产与经济再生产相互交织的复杂过程，生产方式的流动性和产量的不稳定性特点，使得养蜂生产远未摆脱传统生产的束缚。加之蜂产品不是人们的生活必需品，价格随行就市，时起时落，使养蜂生产经济效益忽高忽低，很不稳定。这是生产者、经营者和加工业者共同关心并正在探讨的问题。

如何提高养蜂的经济效益，作为一个养蜂经济研究的倡导者，我一直在思考着这样一个问题，即如何通过加强养蜂经营管理，使蜂产品生产者在不可完全预测的自然灾害面前，在以市场价格为主的市场机制中，能得到应有的报酬。为此，近几年来，我对生产和经营中遇到的几个突出问题作了一些研究和探讨。现摘其要者，从理论与实际的结合上，编著成书，呈献给广大养蜂生产者，希冀通过它在养蜂经济领域能起到抛砖引玉的作用。

这本小册子，阐述了五个方面的问题。第一，主要介绍了蜂产品经营策略及对市场、盈亏、供求关系的预测方法；第二，阐述了养蜂生产及蜂产品成本构成、计量和计算方法；第三，介绍了蜂产品社会成本的初步调查结果及对合理蜂产品价格的建议；第四，阐述了评价养蜂经济效益的原则、指标体系及分析方法；第五，论述了加强养蜂现代化建设及实现养蜂高产、优质、高效的途径。最后，附录了《养蜂适度经营规模及其经济效益研究》、《养蜂不同放牧方式的经济效益比较研究》、《蜂产品出口情势与展望》三篇文章。附表列入了“1989—1991年蜂场生产情况、产品成本及收益调查”、“历年我国部分蜂产品出口数量”、“世界十个国家1988—1992年蜂蜜生产、供应与分配”等资料。

本书文字力求通俗易懂，所涉及的数学方法

及图表力求简单明了，方便应用。以期对养蜂及蜂产品经营界同行有所帮助，起到保护和提高蜂产品经营水平和增强养蜂经济效益的作用。但由于本人水平有限，不妥之处在所难免，敬请读者批评指正，共同为繁荣我国的养蜂事业而努力。

本书的出版，得到了蜂产品加工企业、安徽省巢湖蜂宝制药厂董事长兼总经理程文显的大力支持与资助，中国人民大学出版社、中国农业科学院蜜蜂所研究员黄文诚、养蜂专家孔繁荫及北京顺新蜂产品有限公司董事长王振山等也给予了大力支持，蜜蜂所《蜂业经济》课题组叶振生、阚玉珍、董云及高巍等参加了数据整理计算工作，在此一一表示谢意。

著 者

1993年4月16日

目 录

前言	I
一 蜂产品经营管理	1
• 从生产型管理向生产经营型管理 转变是当务之急	1
• 经营管理的任务与内容	3
• 市场预测	4
• 盈亏平衡预测	9
• 供求关系预测	14
• 在市场竞争中求发展	16
二 蜂产品生产成本	20
• 蜂产品生产成本的概念	20
• 蜂产品成本的构成及计量	21
• 核算成本的时间	27
• 蜂产品生产成本的计算方法	28
• 增产节约 降低成本	33
三 蜂产品社会成本初步调查及蜂产 品价格	34
• 蜂产品社会成本调查	34
• 影响成本变动因素的分析	36
• 对蜂产品价格的探讨	42
四 养蜂经济效益评价	49

• 评价养蜂经济效益的基本原则	49
• 评价养蜂经济效益的指标体系	51
• 养蜂经济效益的分析方法	55

五 推进养蜂现代化建设，实现养蜂

高产、优质、高效	64
• 养蜂现代化是养蜂业技术进步的 必然趋势	64
• 养蜂现代化的标志	66
• 养蜂现代化建设的内容	67

附录

一、养蜂适度经营规模及经济效益 研究	76
二、养蜂不同饲养方式的经济效益比较 研究	83
三、蜂产品出口情势与展望	90

附表

一、1989—1991年蜂场生产、产品成 本及收益调查	96
二、历年我国部分蜂产品出口数量	98
三、世界十个国家 1988—1992年蜂蜜 生产、供应与分配	102

Contents

Introduction	1
--------------------	---

I. Management of bee-products	1
--	----------

- A pressing matter of the moment
in transforming the administration
of production form into productive
management form 1
- Task and contents of management 3
- Market forecasting 4
- Forecasting for balance of profit
and losses 9
- Forecasting for the relations to
requirement and supply 14
- Development in market competition 16

I. Production cost of bee-products	20
---	-----------

- The conception of production cost
of the bee-products 20
- The component and measure of the
bee-products cost 21
- Time of cost calculation 27
- Calculating methods of production
cost 28
- Increasing production, saving money

and cutting down on cost	33
II. Preliminary investigation on the social cost and price of the bee	
—products	34
• Investigation on the social cost of the bee—products	34
• Analysis on affecting factors of the costchange	36
• Approach a subject on the bee—products price	42
IV. Evaluation on beekeeping economic benefits	49
• Fundamental principle of evaluation on beekeeping economic benefits	49
• System of index evaluation on bee keeping economic benefits	51
• Analytical method on beekeeping economic benefits	55
V. Carrying forward for beekeeping modernization construction, achieving the productivity, quality and efficiency	64
• Beekeeping modernization	
—The certain selection for the further development of beekeeping technique	64
• A sign of beekeeping modernization	66
• Contents of construction in beekeeping modernization	67

Appendix

1. The scale of proper management and economic benefits in beekeeping 76
2. Making a contrast in economic benefits with different keeping patterns in beekeeping 83
3. Present and future situation in exportating of bee-products 90

Attached list

1. Investigation on the cost and benefit of bee-products and apiary production in 1989 to 1991 96
2. Amount of bee-products in exportation in past years in China 98
3. Honey production, supply and distribution in ten countries in the world in 1988 to 1992 102

一 蜂产品经营管理

蜂产品经营，是指蜂产品生产者为生产资料的来源、资金的筹集、产品的销售、核算、盈利的营运等等。经营管理，就是生产者和经营者在经济活动中，为适应市场的变化，对生产和经营的产品进行计划、组织、协调和控制而做出的种种努力。现将蜂产品经营活动中需要解决的几个突出问题分述如下：

● 从生产型管理向生产经营型 管理转变是当务之急

要搞好蜂场和蜂产品的经营管理，生产者思想观念的转变是非常重要的。

过去蜂场所进行的管理，基本上是生产型管理。这是产品经济时代的管理方式，它是以生产为中心，以制订生产计划，确定放蜂路线，准备生产资料，实施生产技术，交售蜂产品为主要内容。这对搞好生产是完全必要的，就是在市场经济时代也不容忽视。但仅仅以生产为中心的管理，又是封闭、半封闭式的，是脱离市场的单纯生产

观念，没有把生产与经营、商品与市场、内部管理与外部联系有机地结合起来。因而把生产经营的好坏，只寄希望于提高蜂产品价格，寄希望于收购部门包销产品，缺乏自身的活力和动力。这种只重视生产，忽视经营；只抓产值、产量，轻视品种质量；只重视内部管理，不重视外部环境的状况，必然导致对市场和用户的需求变化知之不多，生产经营也就没有生气。

经营型管理，是商品经济的管理方式。这种管理方式，是以经营为中心，以市场为机制，以经营带动生产，以市场引导生产，参与流通，以全面提高经济效益。这种把适应市场变化作为生产经营的基本出发点的思想观念的转变，便可树立竞争意识和市场营销观念，不断开发人才智力和新技术资源，重视外部信息，知道市场需要什么，需要多少，做到以销定产，按需供应。同时也可提高生产者、经营者的适应能力和自我保护能力。

因而，从生产型管理尽快转变到生产、经营型管理上来，是广大蜂产品生产者面临的一个大问题。只有既当生产者，又做经营者，既是生产技术的能人，又是经营市场上的行家，蜂产品生产和经营才会越来越红火。

● 经营管理的任务与内容

一个好的经营管理者，必须懂得经营管理的任务和内容，明确掌握经营的方针和方法。

经营管理的重要任务在于：依据生产设备和条件，充分发挥生产潜力，使蜂产品生产适应外部自然环境与经济、市场环境的变化，生产适销对路的产品，从而以较少的投入获取较大的收益。

经营管理的主要内容是：（1）加强市场调查，掌握需求信息，预测市场变化趋势；（2）制订经营计划，决策经营方向，参与市场竞争；（3）进行营销管理，搞好产、销见面，商、市挂勾；（4）分析经营状况，研究经营发展策略。

根据经营管理的任务与内容，应结合本场的实际，确定明确的经营方针和方法。经营方针一般应包括四个方面：（1）要明确产品的销售对象，是批发还是零售；是面向国际市场还是面向国内市场，还是兼而有之。对不同的销售对象，应有不同的促销方法。如是批发或外销，就要实行产销挂勾，签定合同，以保证按期履约。如是内销或零售，就应设法就地自销或委托代销。（2）要明确是经营初级产品还是经营加工产品。如要经营加工品，有条件的可办加工车间，或委托加工，以增加产品的附加价值，提高经济收入。（3）要有明确的市场范围。生产能力强的蜂场或合作蜂

场，要有自己的传统市场。同时，要明确市场发展的方向，是保持传统市场还是拓展新市场。

(4) 要有灵活的订价意识。因为蜂产品价格是受市场供求状况所左右的，它们呈反方向发展。当市场供大于求时，价格就低；而求大于供，价格就高。经营者应在不同环境下灵活掌握，当供不应求时要适当提高价格，当供大于求时要采取薄利多销，以保持收入的相对稳定。

● 市场预测

蜂产品市场预测，是在对市场供求及价格调查研究的基础上，根据所掌握的资料和信息，运用一定的方法，对市场的未来走向和发展进行推断和估测。

加强市场预测，有利于安排生产计划，决定生产规模，调整产品结构；有利于提高市场竞争能力，适应市场变化；有利于改善经营管理，提高经营效益。因而市场预测是经营管理者必须具有的基本功。

预测，既然是根据过去的资料、信息和经验进行的推测，终归不是实际发生的。为了尽量减少预测和实际发生的偏差，提高预测的可靠性和准确度，特别是影响蜂产品市场的因素众多，这就对预测者提出了很高的要求。一个合格的预测者，必须具有经济的、市场的、技术的等多方面

的知识和经验；必须重视调查研究，用正确的思想方法和分析方法全面、深入、细致地分析情况和资料，并进行反复比较，才能克服或缩小预测的误差。

下面根据蜂产品市场的实际需要，介绍一些简单实用的预测方法：

（一）市场调查预测

通过对市场的调查，掌握需求与价格信息，并对信息整理、分析，提出预测意见。

1. 个人判断预测

判断者依据所了解的市场信息，用自己多年丰富的实践经验和判断能力，对市场需求与价格升降作出主观判断。对此，只有熟悉历史和现状的人才能胜任。这种方法简单方便，在缺乏历史数据、影响因素又复杂的情况下，尤其实用。但由于预测根据不足，很容易发生误判。

2. 综合意见预测

邀集若干名（通常不少于 11 人）有实际经验的人或从事生产、商业、收购、企业、管理及科研等部门的有关人员参加的会议，集体预测。各人根据广泛掌握的信息，加以分析判断后，提出各人对某一时期供求量及价格的预测意见。然后把各种意见集中起来，进行综合平均，把偏离平均值最远的一个最大值和一个最小值及其分母去掉，取其剩余数据及其分母进行平均，即为预测结果（见表 1-1）。这种方法，能发挥集体智慧，

克服个人主观判断的缺陷,有一定的参考价值,但只能看到趋势和动向,偏差在所难免。

表 1-1 ××地区 1994 年蜂蜜需求及价格综合意见预测表

预测者	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	平均
蜂蜜需求量 (万公斤)	12.0	10.0	18.0	11.5	13.5	16.5	11.0	9.5	15.0	14.0	13.0	12.9					
收购价格(元/公斤)	3.0	3.5	2.8	2.6	2.7	2.9	2.4	2.8	3.2	2.6	2.7	2.8					

$$\begin{aligned}\text{蜂 蜜 需求} &= \frac{12+10+11.5+13.5+16.5+11+15+14+13}{9} \\ &= 12.9 \text{ (万公斤)}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{收购 价格} &= \frac{3.0+2.8+2.6+2.7+2.9+2.8+3.2+2.6+2.7}{9} \\ &= 2.8 \text{ (元/公斤)}\end{aligned}$$

(二) 根据历史数据预测

依据历史积累的数据资料,进行简单平均计算出平均值,并结合计算波动值,用波动值来校正平均值而得到的数据,即为预测结果。平均值的计算,是将连续若干年的历史数据相加,除以若干年数。波动值是以各年值与平均值的比进行计算。这个比值,也可叫波动系数或波动率。

销售数量和价格的平均值,只能说明历史的平均水平,不是现实的预测结果。因为影响销售量和价格的因素很多,如国际市场需求、产品加工企业的需求、消费者收入水平、其他类似产品对蜂产品市场的冲击等,都随着时间的变化而变

化，随着情况的改变而改变。但这种变化基本上（除特殊情况外）在平均值水平上下波动，不会偏离太远。其偏离度，要用波动值给予校正。但是向上波动还是向下波动，波动多少，则要依据预测当时的情况分析确定。这样，平均值加或减波动值而得到的数据，即可作为预测结果。

计算公式为：

$$\text{预测年销售量（价格）} = \frac{\text{若干年销售量（价格）之和}}{\text{若干年数}} \pm \text{波动值}$$

这种预测方法，与市场调查相比，因有一定的数字依据，可靠性比较大。特别是对于宏观预测，可作为常用的预测方法。但是，既然是预测，毕竟不是实际发生的，误差还会存在。

为了便于说明问题，现列举蜂蜜出口量、国内蜂蜜销售量两个实例，进行运算，并加以说明，给读者一个实际的参考。

[例1] 我国蜂蜜历年出口数量及价格，见表1—2。

表1—2 蜂蜜历年出口数量、价格（近似值）

年	数量（万吨）	单价（美元/公斤）
1981	6.2	0.837
1982	6.6	0.821
1983	5.3	0.826
1984	3.8	0.806
1985	5.5	0.708
1986	8.1	0.774
1987	6.7	0.804