



国家职业资格培训教程

中华全国供销合作总社
职业技能鉴定指导中心

组织编写

农产品经纪人 基础知识

Nong Chan Pin Jing Ji Ren

Ji Chu Zhi Shi



中国财政经济出版社



国家职业资格培训教程

农产品经纪人基础知识

中华全国供销合作总社
职业技能鉴定指导中心

组织编写

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

农产品经纪人基础知识/中华全国供销合作总社职业技能鉴定
指导中心组织编写. —北京: 中国财政经济出版社, 2005.1

国家职业资格培训教程

ISBN 7-5005-7817-2

I. 农… II. 中… III. 农产品-经纪人-技术培训-教材
IV. F323.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 133935 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京富生印刷厂印刷 各地新华书店经销

850×1168 毫米 32 开 6 印张 138 000 字

2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月北京第 1 次印刷

印数: 1-5 000 定价: 16.50 元

ISBN 7-5005-7817-2/F·6865

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

编审委员会

主任委员：马 骐

副主任委员：张长利 王 立 金长城 任保国

主 编：马 骐 金长城

副 主 编：吴 玲 王 立 于先国

编 写：（按姓氏笔画排序）

王 勇 王显波 韦 恒 冯 红

刘 宁 刘芳芳 孙长江 吴 玲

吴 磬 李思东 杨晓萍 单德鑫

周益民 范亚东 金 英 赵迺思

柴玉华

审 定：张玮东 刘爽英 侯天平 丁玉书

王久玉 王金林 黄学军 林承建

邓玉成 刘志刚 王连元 庄一敏

王慧娣

秘 书：赵迺思 梁生明

序

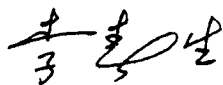
农产品经纪人是我国职业分类大典中的新生儿，它是改革开放以来，中国特色社会主义市场经济条件下诞生的一个新的职业群体，他们反映灵敏，不辞辛苦在农村商品生产与销售之间牵线搭桥，为促进我国农产品流通发挥了积极作用。农产品经纪人已经成为助农增收的一支重要力量。

目前，据不完全统计，我国现有农产品经纪人约 500 万人左右，这是一支庞大而年轻的队伍，随着农村劳动力转移，这支队伍在继续扩大，他们需要掌握必备的知识，具备相应的资格，不断提高在农产品交易和经纪中活动的的能力，维护自己和农民的切身利益，提高农民和农产品经纪人的收入。

为提高农产品经纪人的劳动素质，发展与完善农产品经纪人队伍，规范农产品流通市场，提高广大农民的收入，中华全国供销合作总社职业技能鉴定指导中心在较短时间内组织编写了农产品经纪人国家职业资格培训教程，以推动农产品经纪人国家职业标准的实施工作。

这本教程的编写难度较大，不仅是因为时间短，更重要的是农产品经纪人职业特点不同于其他职业，农产品品种多，职业涵盖面宽，地域差异性大，该职业本身就已决定它的国家职业标准和教材很难在有限的篇幅中描述全部的农产品。本书充分考虑了这一特点，把重点放在农产品交易能力的提高和销售技能的训

练，我认为方向是正确的，希望这次有益的尝试能受到广大读者的欢迎。

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of three characters: '李', '生', and '生'.

2005 年元月

出版说明

本世纪初，中共中央、国务院文件中指出：“改革以来日益活跃的农民经纪人队伍和各种形式的民间流通组织，是搞活农产品流通的重要市场中介，是推动农业结构调整的一支主要力量。各地要采取鼓励措施，帮助他们解决实际困难，引导他们自我约束、自我完善，发挥更加积极的作用。”

2004 年中共中央 1 号文件《关于促进农民增收若干政策的意见》再次强调“鼓励发展各类农产品专业组织，购销大户和农民经纪人”。

在现阶段，加强农产品经纪人队伍建设，不断提高农产品流通领域从业人员的劳动素质，以适应农村经济与社会的发展需要，是实现农业增效，农民增收和农产品竞争力增强的重要途径。

为此，我们在短时间内编写了农产品经纪人国家职业资格培训教程，用于相关机构组织培训、考核和申请参加职业技能鉴定的人员使用。

本书以《农产品经纪人》国家职业标准为依据，力求体现以职业活动为导向，以职业技能为核心的原则，是对职业标准的细化，结构上采用模块形式，按职业等级编写，注重专业知识与技能的结合，突出实用性、通俗性。

本书在编写、出版过程中得到中华全国供销合作总社各级领

导和相关部门的支持,中华全国供销合作总社职业技能鉴定指导中心和吴磬同志提供的编写大纲奠定了本书的编写基础。东北农业大学的领导、部分专家,特别是金长城同志带病一起全方位支持了编写工作。此外,还有黑龙江省供销合作社、吉林省供销合作社、宁夏回族自治区供销合作社、广西壮族自治区供销合作社、福建省供销合作社、吉林工程技术师范学院经济技术学院、广西南宁商贸技校、福建经济学校以及中国财政经济出版社的支持与帮助,在此谨表诚挚谢意。

农产品经纪人国家职业资格培训教程,内容广、范围大、专业多,这给编写工作带来一定困难并会存在欠缺和不足,不妥之处恳请指教,便于我们进一步补充和完善。

编 者

2005 年元月

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 农产品经纪人的职业特点	(1)
一、农产品经纪人概念	(1)
二、农产品经纪人的职业特点和类别	(2)
第二节 农产品经纪人社会地位和作用	(4)
一、农产品经纪人的涌现是农业市场化的客观要求	(4)
二、农产品经纪人在农业发展中的地位和作用	(5)
第三节 加强农产品经纪人队伍建设, 提高农产品经纪人整体素质	(8)
一、农产品经纪人队伍成长的特点	(8)
二、加强农产品经纪人队伍建设, 提高农产品经纪人整体素质	(10)
第四节 农产品经纪人职业资格与职业标准	(14)
一、职业资格证书与职业资格证书制度	(14)
二、职业资格证书对劳动者的作用	(16)
三、农产品经纪人国家职业标准的相关要求	(17)

第二章 职业道德规范	(19)
第一节 职业及其职业道德的特征	(19)
一、职业的含义	(19)
二、职业道德的含义	(20)
三、社会主义职业道德的基本原则	(20)
第二节 农产品经纪人职业道德规范	(22)
一、爱岗敬业, 诚实守信	(23)
二、遵纪守法, 办事公道	(27)
三、精通业务, 讲求效益	(31)
四、服务群众, 奉献社会	(33)
五、规范操作, 保障安全	(37)
第三章 农产品市场营销基础	(40)
第一节 市场营销概述	(40)
一、市场的含义	(40)
二、市场营销的含义	(41)
三、交易市场营销与关系市场营销	(42)
第二节 目标市场营销	(45)
一、市场细分战略	(45)
二、目标市场战略	(49)
三、市场定位战略	(51)
第三节 市场营销策略	(55)
一、竞争者分析	(55)
二、企业的竞争性定位	(57)
三、企业的市场营销策略	(59)

第四章 法律和法规	(62)
第一节 相关法律	(62)
一、合同法相关知识	(62)
二、消费者权益保护法相关知识	(67)
三、产品质量法相关知识	(70)
四、野生动物保护法相关知识	(73)
五、税收征收管理法相关知识	(76)
六、食品卫生法相关知识	(79)
第二节 相关条例	(84)
一、野生植物保护条例	(84)
二、国家绿色食品标准相关知识	(86)
第五章 安全卫生	(91)
第一节 安全农产品生产	(91)
一、安全农产品生产的概念	(92)
二、食品标准内容	(95)
三、食品安全性评价	(101)
四、安全农产品加工过程中质量控制	(101)
第二节 运输工具及机械设备的安全使用	(105)
一、运输车的安全使用	(105)
二、如何才能把机械设备做成安全的机械设备	(110)
三、机器的安全性的含义	(110)
四、机器的安全功能	(110)
第三节 用电、防火、防盗、报警、补救	(111)
一、用电	(111)
二、触电及触电急救	(112)

三、防火、防盗、报警、补救·····	(115)
第四节 农业环境保护知识·····	(118)
一、水污染与防治·····	(119)
二、土壤污染与防治·····	(121)
三、农药污染与防治·····	(123)
四、化肥污染与防治·····	(125)
五、“白色”污染与防治·····	(126)
 第六章 世界贸易组织与我国农业发展·····	(129)
第一节 世界贸易组织概述·····	(129)
一、世界贸易组织的宗旨和目标·····	(129)
二、世界贸易组织的组织机构与职能·····	(130)
第二节 世界贸易组织对我国农业的影响·····	(132)
一、加入世界贸易组织对我国农业的积极影响 ·····	(132)
二、加入世界贸易组织对我国农业的不利影响 ·····	(133)
第三节 加入世界贸易组织后我国对农业要采取的政策·····	(137)
一、放开农产品市场·····	(137)
二、实行积极的城市化战略·····	(138)
三、对粮食实行直接补贴·····	(139)
四、实行乡镇企业的战略性调整,更好地为农业发展服务·····	(140)
五、调整农业生产结构·····	(141)
六、促进农业生产规模经营·····	(142)
七、改革农产品流通体制,建立统一的市场体系	

.....	(143)
八、促进农民组织的发展.....	(143)
九、实施农产品和农产品加工品的品牌战略.....	(145)
十、积极研究世界贸易组织规则，充分利用绿 箱补贴和黄灯补贴政策.....	(146)
 附录：经济合同示范文本.....	 (148)
1. 农副产品购销合同	(148)
2. 农副产品订购合同	(153)
3. 农副产品购销结合合同	(156)
4. 生猪、菜牛、菜羊、家禽购销合同	(159)
5. 棉花订购合同	(163)
6. 财产租赁合同	(165)
7. 仓储保管合同	(168)
8. 水路运输合同	(171)
9. 货物运输合同	(173)

第一章 绪 论

全面建设小康社会，工作的重点和难点在农村，没有农民的小康就没有全国人民的小康。当前农村的难题较多，其中之一，就是在我国由计划经济体制向社会主义市场经济体制转变过程中，如何把众多分散经营的农户与大市场连接起来。农产品经纪人的涌现就是社会主义市场经济体制建设的客观要求。农产品经纪人队伍的成长，推动了农业市场化的进程，农产品经纪人已经成为推动农村科技、传播农业信息和发展农村贸易的重要中介力量。

第一节 农产品经纪人的职业特点

一、农产品经纪人概念

根据农产品经纪人国家职业标准，从事农产品收购、储运、销售以及销售代理、信息传递，服务等中介活动而获取佣金或利润的人员，定义为农产品经纪人。

农产品经纪人是在买卖双方充当中介促成交易的中间商人，是促进商品交换和流通，促使生产者和消费者“联姻”的“红娘”，经纪人在双方交易中获得其自身利益，我们把这种利益称

为佣金和利润。

二、农产品经纪人的职业特点和类别

目前，农村市场经济框架已初步构成，但许多农民对市场经济还比较陌生，计划经济时代，生产什么，生产多少，都由生产队，政府订计划，下指标，而现在完全不同了，生产由农民自主决定，销售由农民直接进入市场，许多农民尚未适应这种生产方式，生产和销售基本上是依靠“道听途说”，致使生产不确定，农产品销售盲目，迫切需要有人“牵线搭桥”，农产品经纪人应运而生。实践证明，农产品经纪人已逐步成为农村新型社会化服务体系的重要组成部分，是农村改革和经济发展中的新生力量。农产品经纪人的队伍近几年有很大的发展，从事经纪人的种类繁多，主要有以下几类：

第一类，销售型经纪人，也可称为农产品供求经纪人。农产品销售是农民的最大难题，这就需要有专门的人来做农产品的收购和促销的“红娘”，实现产、销衔接，解决农产品的买难、卖难的问题。农产品数量大，品种多，如果产品流通不畅，势必造成“生产容易销售难”，结果，农民丰产不丰收，农民辛辛苦苦的劳动将成为泡影。营销经纪人，为农民的产品找“婆家”、“铺路架桥”、“穿针引线”、使农民得到了实惠、看到了希望，对自己的事业也充满了信心与希望。例如：北京市密云县香水峪村农民刘建华，从1991年开始做板栗营销经纪人，把本村和周边村的板栗收过来再卖给遵化、天津、蓟县等地，年收入2万元—5万元。

第二类，科技型经纪人，农业的发展方向是优质、高产、高效，现代化的农业生产与高科技的有力结合，这就需要有一批既

懂技术、技能，又会经营的“专门人才”、“市场专家”，利用自己掌握的科技为农民服务，以“科技土专家”的身分帮助农民引进并推广各种农业新品种、新产品、新技术。农民对这类经纪人信得过，因为他们是土生土长，他们之间有天然的联系，对乡情了如指掌，他们懂得农民的需求，用他们的信誉和方式推广新的技术和品种，农民容易接受。这种靠农民指导农民，靠农民带动农民，靠农民帮助农民的科普推广效果非常好，经纪人在为农民服务中获得了收入，农民又增加科技意识、普及了科学知识，推广了科技方法。

第三类，信息型经纪人，21世纪是信息时代，在市场经济条件下，离不开大量迅速、准确的市场信息。农民进入市场以后，急切知道各种市场行情，农业产业结构的调整，农民产业的转移，农村剩余劳动的就业等等，农民对各类农产品的需求信息、劳动力输出的信息、科技信息等等都比较关注。农产品经纪人把掌握的科技、市场行情、种植、养殖、加工及劳力需求等各种信息提供给农民，从中收取一定的信息服务费。农产品经纪人就是本乡本土的人，在他们提供信息时必然有一种责任感，为了自己的生存和发展，他们也不希望欺骗农民，因此，这类信息一般来说可信度较高，快速和准确。农产品经纪人所提供的各种信息，被农民吸收以后，必然使农民少走弯路，迅速发家致富。

第四类，复合型经纪人，在农村市场经济体制不完备的情况下，农产品卖难的问题困扰一部分农民，在困难的情况下，农民开始自寻出路，寻找销售市场和买方对象，有的农民占有大量土地，农产品规模较大，逐渐创立了自己的信息来源，销售渠道较多。本身既是生产者，又同时扮演中间人角色，为别人提供信息和市场、牵线搭桥，除了从生产经营中获利外，也从中间人（经纪人）中获取佣金。此类农民既是生产者，又是信息提供者，也

是销售者。

第二节 农产品经纪人社会地位和作用

培育和建设富有生机和活力的农产品市场，是建立和完善社会主义市场经济体制的客观要求，是农业结构调整和实现农业增效、农民增收的重要条件，也是农业应对加入世界贸易组织（WTO）提高农产品国际竞争力，扩展市场份额的关键环节。活跃在农产品体系中的农产品经纪人队伍，是一支适合我国当前农业经营方式和能有效地解决农民农产品营销困难的重要力量，是联结小农户生产与社会化大市场的重要渠道，它对引导广大农民按市场需求去生产和增加农民收入有非常重要的意义。

一、农产品经纪人的涌现是农业市场化的客观要求

大量农产品经纪人的出现是农业市场化阶段的必然现象和客观要求。刚刚进入市场化的农民商品观念薄弱，市场意识差，市场信息闭塞，经营方式落后，商品价值观念落后，结构调整难以适应市场要求，造成产销脱节，农民收入增长缓慢。农产品经纪人是在摆脱传统农业经营体制过程中，在自身利益驱动下逐步走向市场的，成为市场农业的带头人。

随着农村农产品市场体系的逐步建立和形成，农产品经纪人的经管层次也在逐步提高。一是专业化经营，有许多经济发达的农村，农产品经纪人已经走出了小规模贩运和自产自销的原始积累阶段，专业从事农产品购销和农业技术服务，经营品种从哪样赚钱干哪样，转变为专业从事某类农副产品，形成比较稳定的客