

农村经济发展与经营管理丛书

主编 崔富春

农民发家致富三字经

常平凡 编著

 中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

农民发家致富三字经/常平凡编著. —北京: 中国社
会出版社, 2006. 9

(农村经济发展与经营管理丛书/崔富春 主编)

ISBN 7-5087-1154-8

I. 农... II. 常... III. 农业技术—通俗读物
IV. S-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 099598 号

丛 书 名: 农村经济发展与经营管理丛书

主 编: 崔富春

书 名: 农民发家致富三字经

编 著 者: 常平凡

责任编辑: 范 琪

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号新龙大厦

电话: (010) 66051698 电传: (010) 66051713

邮购部: (010) 66060275

经 销: 各地新华书店

印刷装订: 北京京海印刷厂

开 本: 140mm×203mm 1/32

印 张: 2.75

字 数: 48 千字

版 次: 2006 年 9 月第 1 版

印 次: 2006 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 5.50 元

(凡中国社会出版社图书有缺漏页、残破等质量问题, 本社负责调换)

建设社会主义新农村书屋

总顾问：回良玉

编辑指导委员会

主 任：李学举

副主任：翟卫华 柳斌杰 胡占凡 窦玉沛

委 员：詹成付 吴尚之 涂更新 王英利

李宗达 米有录 王爱平

农村经济发展与经营管理图书编辑委员会

主 任：王石奇 晋保平

副主任：李宗达 蔡 昉 崔富春 翟胜明

委 员：赵 睿 赵一红 左义河 宗颖生 弓永华

农村经济发展与经营管理丛书

主 任：崔富春

副主任：左义河 宗颖生 弓永华

成 员：（按姓氏笔画为序）

王金胜 孙泰森 邢国明 李生才

李生泉 李宏全 李国柱 杨 鹏

郭晋平 郭玉明 郝利平 武星亮

蔺艮鼎 薛孝恩

总序 造就新农民 建设新农村

李学举

党的十六届五中全会作出了建设社会主义新农村的战略部署。在社会主义新农村建设过程中，大力发展农村文化事业，努力培养有文化、懂技术、会经营的新型农民，既是新农村建设取得进展的重要标志，也是把社会主义新农村建设不断推向前进的基本保证。

为落实中央的战略部署，中央文明办、民政部、新闻出版总署、国家广电总局决定，将已开展三期的“万家社区图书室援建和万家社区读书活动”由城市全面拓展到农村，“十一五”期间计划在全国三分之一以上的村委会开展农村图书室援建和读书活动，使两亿多农民由此受益，让这项造福城市居民的民心工程同时也造福亿万农民群众。中央领导同志对此十分重视，中共中央政治局委员、国务院副总理回良玉同志作出重要批示：“发展农村文化事业是新农村建设的重要内容，也是农村发展中一个亟待加强的薄弱环节。在农村开展图书室援建和读书活动，为亿万农民群众送去读得懂、用得上的各种有益书刊，对造就有文化、懂技术、会经营的新型农民，满足农民全面发展的需求，将发挥重要作用。对这项事关农民切身利益、事关社会主义新农村建设的重要活动，要精心组织，务求实效。”

中共中央政治局委员、中央书记处书记、中宣部部长刘云山

同志也作出重要批示。他指出：“万家社区图书室援建和万家社区读书活动，是一项得人心、暖人心、聚人心的活动，对丰富城市居民的文化生活、推动学习型社区建设发挥了重要作用。这项活动由城市拓展到农村，必将对丰富和满足广大农民群众的精神文化生活，推动社会主义新农村建设发挥积极作用。要精心组织，务求实效，把这件事关群众利益的好事做好。”

为了使活动真正取得实效，让亿万农民群众足不出村就能读到他们“读得懂、用得上”的图书，活动的主办单位精心组织数百名专家学者和政府相关负责人，编辑了“建设社会主义新农村书屋”。“书屋”共分农村政策法律、农村公共管理与社会建设、农村经济发展与经营管理、农村实用科技与技能培训、精神文明与科学生活、中华传统文化道德与民俗民风、文学精品与人物传记、农村卫生与医疗保健、农村教育与文化体育、农民看世界等10大类、1000个品种。这些图书几乎涵盖了新农村建设的方方面面。“书屋”用农民的语言、农民的话，深入浅出，使具有初中文化水平的人就能读得懂；“书屋”贴近农村、贴近农民、贴近农村生活的实际，贴近农民的文化需求，使农民读后能够用得上。

希望农村图书室援建和农村读书活动深入持久地开展下去，使活动成为一项深受欢迎的富民活动，造福亿万农民。希望“书屋”能为农民群众提供一个了解外界信息的窗口，成为农民学文化、学科技的课堂，为提高农民素质，扩大农民的视野，陶冶农民的情操发挥积极作用。同时，也希望更多有识之士参与这项活动，推动农村文化建设，关心支持社会主义新农村建设。

值此“新农村书屋”付梓之际，以此为序。

二〇〇六年九月

目 录

序 /1

一、农商营销 /2

经营管理 /3

建账算账 5/

农产营销 /7

二、作物种植 /13

水稻 /13

小麦 /16

玉米 /18

杂粮 /20

棉花 /22

大豆 /25

花生 /26

油菜 /28

甜菜 /29

蔬菜 /30

林果 /33

三、畜牧养殖 /36

大畜 /36

猪 /39

羊 /41

鸡 /43

鱼 /45

兔子 /47

鸭子 /48

其它 /48

四、食品加工 /50

食品质量 /50

粮食 /52

果菜 /56

畜禽 /60

水产 /63

副产 /64

五、旅游 /65

农家乐 /65

田园风光 /66

乡村度假 /66

六、自主创业 /66

技术能人 /67

农民经纪人 /67

农民企业家 /67

七、外出打工 /68

工种选择 /68

民工维权 /68

爱岗敬业	/69
衣食住行	/69
八、走进城市	/70
职业培训	/70
融入城市	/70
做城市主人	/70
结语	/71
参考文献	/72
后记	/73

序

1. 从盘古 到炎黄 好日子 人向往
新时代 倡改革 为富民 为强国
好政策 得人心 责任制 富万民
顺民意 党中央 展宏图 奔小康
2. 我民众 要行动 抓经济 富家庭
勤为本 俭为纲 种养加 农工商
致富路 千万条 善选择 靠知识
十年木 百年人 重教育 万世本
3. 勤思索 动脑筋 若有志 不算贫
讲勤劳 用智慧 学科技 善育人
树目标 定计划 不丧气 不虚夸
求实事 不移志 滚雪球 小可大

1. 自古以来，美好幸福的生活就是人们永恒追求的主题。今天党中央推行改革开放政策就是为了富民强国。责任制的实行已经使许多人走向富裕。事实证明：党中央的改革开放政策，得民心，顺民意，将能够指引我们实现奔向小康的宏伟目标。

2. 广大群众要立即行动起来，振兴经济，发家致富。只要以勤劳为本，节俭持家，种、养、加、工、商等都可以致富。但是，要选择一条正确的致富道路，最终要靠文化知识。俗话说：“十年树木，百年树人。”重视教育，培养人才，学习科学技术，是发家致富的根本。

3. 只要有发家致富之志，又善于思索，会动脑筋，贫穷是不会长久的。这需要重视科学技术，重视培养人才，树立正确的致富目标和计划。勤劳加智慧，胜不骄，败不馁，实事求是，持之以恒，就可以象滚雪球一样，从小到大，由贫变富。

4. 志已立 贵实践 不急功 不畏难
 知己长 晓己短 度时势 有远见
 兵未动 谋先行 观市场 审行情
 计谋远 方法对 事未半 功可倍
5. 善筹谋 贵在用 谋不决 白费功
 孙武子 兵法精 传百世 益无穷
 我人民 慧且聪 家庭富 百业兴
 逢盛世 编此经 易记忆 且实用
 欲富家 勤背诵

一、农商营销

6. 兴经济 有规律 善遵循 能受益
 新观念 首商品 能卖出 能买进
 买与卖 为交换 稀为贵 多则贱
 供与求 有波动 得与失 看行情

4. 立富家之志关键还在于能否付诸行动。有远见，能审时度势，在行动之前，又善于观测市场动态，把握市场行情，才能不怕困难，克服急躁情绪，深谋远虑，方法得当，收事半功倍之效。

5. 有致富谋略贵在于运用，多谋寡断于事无功。孙子兵法最善谋略，它能流芳百世就在于它的实用性。直到今天它对我勤劳智慧的人民振兴百业、发家致富仍裨益无穷。逢改革开放盛世，作者编写这本三字经，以求抛砖引玉，为我广大农民发家致富、脱贫致富助一臂之力。

6. 振兴经济要遵循经济规律，才能有好的收益。树立商品经济观念，通过积极的商品交换，买进卖出，互通有无，调剂余缺。一般地，数量少、在市场上供不应求的物品价格就贵；而数量多、供过于求的物品价格就低廉。市场供求关系是经常波动的，由此引起市场价格的变动和切身利益的得失。

经营管理

- | | | | |
|--------|-----|-----|-----|
| 7. 强农本 | 重农商 | 兴产业 | 育市场 |
| 钻技术 | 研经济 | 基础牢 | 久富裕 |
| 善经营 | 会管理 | 远与近 | 善调剂 |
| 门路多 | 信息灵 | 销农产 | 渠道通 |
| 8. 树商品 | 重效益 | 要富家 | 不容易 |
| 我农家 | 少资本 | 只能挣 | 不能赔 |
| 看政策 | 度时势 | 善利导 | 不妄驰 |
| 责任制 | 讲自主 | 量地利 | 巧用土 |
| 9. 粮油菜 | 肉蛋奶 | 民生活 | 离不开 |
| 讲竞争 | 靠质量 | 质量好 | 有市场 |
| 种养加 | 要协调 | 产供销 | 要配套 |
| 多经营 | 风险小 | 专业化 | 效益高 |

7. 加强农业的基础地位，重视农产品的商品交换，推动农业产业创新，培育农产品供求市场，推广先进科学技术，研究经济规律，是长久富裕的根本基础。会经营管理，能正确处理长远利益和眼前利益的关系，广开门路，信息灵通，才能确保农产品销售渠道的畅通。

8. 通过发展商品经济来发家致富，并不是一件轻而易举的事情。发展商品经济，首先必须重视经济效益。农民家庭缺少资本，挣得起赔不起。因此，应根据党的富民政策，看清市场动态和趋势，因势利导，把握时机，减少盲目性。发家致富，首先要发挥责任制给我们使用土地自主权的优势，因地制宜，科学种田。

9. 粮、油、菜、肉、蛋、奶等农产品都是人民群众生活所离不开的。只要产品质量好，就不怕竞争，就会有市场。在具体的农业生产过程中，要做到种、养、加各业相互协调，产、供、销各个环节相互配套。比较而言，多种经营风险较小；而专业化经营效益较高。

- | | | | |
|---------|-----|-----|-----|
| 10. 种粮食 | 看政策 | 算收益 | 量投入 |
| 粮与粮 | 不一样 | 种什么 | 看市场 |
| 选优种 | 配良法 | 用科技 | 产出多 |
| 粮棉油 | 林果菜 | 立体化 | 富家快 |
| 11. 养殖业 | 收益多 | 产粪肥 | 增收入 |
| 种与养 | 要配合 | 肥养地 | 粮养畜 |
| 建生态 | 促循环 | 善索取 | 养源泉 |
| 能量流 | 物质流 | 巧转化 | 经济流 |
| 12. 农产品 | 倡加工 | 增收益 | 增品种 |
| 粮棉油 | 果与菜 | 鱼虾蟹 | 肉蛋奶 |
| 效益好 | 门路多 | 成与败 | 看技术 |
| 能对路 | 能适销 | 创名牌 | 抓营销 |

10. 粮食生产和国家粮食政策密切相关。各种粮食作物的投入和收益又不一样。究竟种什么获益最大,要看国家的粮食政策和粮食市场的供求状况。选用优良品种,采用先进的栽培技术,科学种田,就能增加产出。如果实行粮棉果菜等多种作物的立体化种植,就能更快地发家致富。

11. 畜牧养殖业,生产多种畜产品和农家肥料。与种植业相结合,能涵养农田生态,促进粮食生产和畜牧业生产之间的良性循环,从而培养农民发家致富的源泉,促进能量流、物质流向经济流的转化,增加农民收入。

12. 农产品加工,门路多,收效快,是农民发家致富的重要途径。粮、棉、油、林、果、菜、肉、蛋、奶以及各种水产品,都可以进行加工增值。但关键因素是看能否掌握有关的加工技术。只要技术过关,产品适销对路,又善于营销,就能创出名牌产品,促进商品经济的发展。

- | | | | |
|---------|-----|-----|-----|
| 13. 善经营 | 做买卖 | 搞流通 | 富家快 |
| | 小商店 | 油盐茶 | 需要它 |
| | 量地利 | 看市场 | 大路货 |
| | 销路广 | | |
| | 经商本 | 德为先 | 讲诚信 |
| | | | 养财源 |
| 14. 买与卖 | 要公平 | 不欺老 | 不欺童 |
| | 货要真 | 价要实 | 无假冒 |
| | 称量足 | | |
| | 语和蔼 | 态度好 | 来者客 |
| | 服务到 | | |
| | 倡敬业 | 勤操劳 | 广生财 |
| | | | 薄利销 |

建账算账

- | | | | |
|---------|-----|-----|-----|
| 15. 种养加 | 农工商 | 知损益 | 常算账 |
| | 算投入 | 计收益 | 勤核算 |
| | 促管理 | | |
| | 纵与横 | 有对比 | 多改进 |
| | 增收益 | | |
| | 我农家 | 要建账 | 长经验 |
| | | | 益处广 |

13. 如果善于经营，会做买卖，开小商店、杂货店也可以发家致富。因为，油、盐、酱、醋、茶等日常生活用品，可以方便民众生活，促进商品流通。但具体如何经营，要根据市场大小和地利条件来决定。并且经营要以大路货为主，在经营活动中要遵循商业道德，讲究信誉，诚实待人，生意才能越做越好。

14. 买卖要讲公平，童叟无欺，货真价实。不卖假冒产品，不缺斤短两。并且，语言美，态度和蔼，服务周到。树立敬业思想，辛勤操劳，薄利多销，广集财源，发家致富。

15. 不论从事种植业、养殖业、加工业，还是工商、服务业，要知道收益得失，就得经常算账，养成建账、算账的习惯。本钱多少，收益多少，不仅能经常比较，心中有数，而且还有利于促进管理，减少成本，增加收益。从长远看，建账、算账便于经验的积累，益处是无穷的。

- | | | | |
|---------|-----|-----|-----|
| 16. 算成本 | 项目多 | 日常支 | 要记录 |
| | 知本钱 | 知时间 | 总成本 |
| | 知本钱 | 知时间 | 好计算 |
| | 固定产 | 要折旧 | 有营业 |
| | 固定产 | 要折旧 | 交税收 |
| | 劳动力 | 是投入 | 投工数 |
| | 劳动力 | 是投入 | 记清楚 |
| 17. 计收益 | 要仔细 | 物与钱 | 要详计 |
| | 种养加 | 畜棉粮 | 副产品 |
| | 种养加 | 畜棉粮 | 不能忘 |
| | 籽与杆 | 都是钱 | 畜可卖 |
| | 籽与杆 | 都是钱 | 粪肥田 |
| | 下脚料 | 半成品 | 酌其量 |
| | 下脚料 | 半成品 | 要入账 |
| 18. 知收入 | 知成本 | 两相减 | 是利润 |
| | 纯利润 | 交过税 | 再投入 |
| | 纯利润 | 交过税 | 是资本 |
| | 一本账 | 记仔细 | 年与年 |
| | 一本账 | 记仔细 | 能对比 |
| | 抓核算 | 促经管 | 增收益 |
| | 抓核算 | 促经管 | 倡节俭 |

16. 计算成本的项目很多,日常开支,花了多少钱,什么时间花的,干了什么等等都要记清楚。固定资产的折旧,开张营业交的营业费用和税款以及投入多少劳动都要一一详记,然后计算出总成本。

17. 收益的计算也要仔细。现金收入、实物收入、种植业、养殖业、加工业收入,卖农产品收入等等都要分清明细,详细记录。如作物桔秆、粪肥、下脚料、半成品等也要合理折价,分细入账。

18. 总收入减去总成本就是总收益。总收益扣除掉各种应交费用和税收后就是纯利润。纯利润可以用来扩大再生产。通过核算可以进行年与年之间的对比,有利于总结经验教训,促进经营管理,降低成本,增加收益,养成节俭的好习惯。

农产营销

- | | | | |
|---------|-----|-----|-----|
| 19. 新观念 | 最重要 | 促农商 | 抓营销 |
| 营销观 | 重实践 | 销供产 | 反向转 |
| 市场观 | 资源观 | 度消费 | 定生产 |
| 抓质量 | 讲包装 | 倡促销 | 用广告 |
| 20. 搞生产 | 懂消费 | 顺市场 | 知进退 |
| 消费者 | 有特点 | 买什么 | 细分辨 |
| 知心理 | 顺大众 | 适民需 | 急民用 |
| 知行为 | 分长幼 | 投其好 | 顺潮流 |
| 21. 研心理 | 析行为 | 大趋势 | 把握准 |
| 度收入 | 知弹性 | 供与求 | 有平衡 |
| 耐用品 | 弹性小 | 贵与贫 | 离不了 |
| 奢侈品 | 高弹性 | 高收入 | 高需求 |

19. 促进农产品商品化发展的最重要的新观念是农产品营销。营销这个概念强调市场观和资源观，是实践性和实用性很强的一种新颖的商业观念。它注重消费者需求和消费市场动态，强调生产资源的市场化配置。表现在具体的经济活动中就是以消费定生产，重视产品质量，善于包装，讲究用广告等手段来进行促销。

20. 所以，搞商品生产，必须首先清楚消费者喜欢什么，需要什么，这样才能顺应市场变化，在具体的经济活动中，进退有度，少受损失。消费市场的特征经常通过消费者的消费行为表现出来，只要仔细观察，认真分析，就可以把握大众消费心理和消费倾向，做到顺应潮流，投其所好，针对不同的消费者生产出适销对路的商品。

21. 分析研究消费者的消费心理和消费行为，只能大概把握消费市场的变化趋势和动态。应该更进一步从消费者的收入水平，从具体消费品的需求弹性、收入弹性，来把握市场供求状况的变化。一般地说，耐用消费品和必需品的需求弹性和收入弹性较小，因为不论价格高低，收入多少，人们都离不开他们。而奢侈品的弹性较大，因为其需求量的多少，常因价格和收入水平的变化而变化。价格越高，需求就越少；收入越高，需求就越大。反之亦然。（弹性，是一个相对的概念。某商品的需求弹性等于其因自身价格变动而引起的销售量变动的百分数除以其价格变动的百分数。某商品的需求收入弹性等于其因收入变化所引起的商品销售量变化的百分数除以其收入变化的百分数。）

- | | | | |
|---------|-----|-----|-----|
| 22. 富裕者 | 重质量 | 买食品 | 讲营养 |
| 工薪层 | 讲实惠 | 爱价廉 | 爱物美 |
| 农产品 | 种类多 | 创名牌 | 可先捷 |
| 善竞争 | 拓市场 | 树信誉 | 保质量 |
| 23. 抓质量 | 首技术 | 善管理 | 重科学 |
| 营销观 | 人人通 | 全过程 | 要跟踪 |
| 计长远 | 要育人 | 学技术 | 抓培训 |
| 严把关 | 不放松 | 不合格 | 要返工 |
| 24. 善分类 | 很重要 | 增档次 | 促营销 |
| 高质量 | 高价钱 | 质量差 | 取其廉 |
| 大与小 | 分开好 | 好与差 | 不混淆 |
| 同类品 | 定价准 | 好包装 | 易储运 |

22. 一般地,高收入者比较注重消费品的质量,买食品比较注重产品的营养特征。一般工薪层消费者则讲究实惠,买东西比较注重价廉物美。农产品种类很多,如果能推出名牌产品就可以占领市场,得到消费者认可。但这要求生产者善于竞争,重视产品质量,树立产品信誉,以质量优势开拓消费市场。

23. 抓产品质量首先要精通产品生产技术,善于管理,尊重科学。在产品从生产到销售的整个过程中贯穿产品营销观念并跟踪落实。从长远看,要加强人才培养和技术培训,严把质量关。不合格的产品不能出厂,技术不过硬者不能上岗进行生产。

24. 产品分类一方面体现着产品的质量特征,另一方面可以增加产品档次,给消费者创造更多的选择机会,做到优质优价,低质廉价,从而促进产品的销售。按产品的形状大小(如苹果)和质量好坏(如肥瘦肉)进行分类可以使同类产品的定价更为准确,而且又便于产品包装和储藏运输。