



XINXING NONGMIN SUZHI JIAOYU XILIE DUBEN

新型农民素质教育系列读本



农产品

营销技巧读本

主 编 戴遐海



江苏科学技术出版社



金凤凰

新型农民素质教育系列读本



农产品营销技巧读本

主 编 戴遐海

参 编 芮正茂 仲伟来



江苏科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

农产品营销技巧读本 / 戴遐海主编. —南京:江苏科学技术出版社, 2012. 10
(新型农民素质教育系列读本)
ISBN 978-7-5345-8344-5

I. ①农… II. ①戴… III. ①农产品—市场营销学
IV. ①F762

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 150414 号

新型农民素质教育系列读本

农产品营销技巧读本

主 编 戴遐海
责任编辑 张小平
责任校对 郝慧华
责任监制 曹叶平
插图绘制 伍雯晶

出版发行 凤凰出版传媒集团
凤凰出版传媒股份有限公司
江苏科学技术出版社
集团地址 南京市湖南路 1 号 A 楼, 邮编: 210009
集团网址 <http://www.ppm.cn>
出版社地址 南京市湖南路 1 号 A 楼, 邮编: 210009
出版社网址 <http://www.pspress.cn>
经 销 凤凰出版传媒股份有限公司
照 排 南京紫藤制版印务中心
印 刷 江苏凤凰盐城印刷有限公司

开 本 880 mm×1 240 mm 1/32
印 张 3
字 数 79 000
版 次 2012 年 10 月第 1 版
印 次 2012 年 10 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5345-8344-5
定 价 7.00 元

图书如有印装质量问题, 可随时向我社出版科调换。



编者的话

建设社会主义新农村是党的十六届五中全会提出的重大历史任务。近些年来,在省委、省政府的正确领导下,江苏的社会主义新农村建设取得了很大的成绩,积累了丰富的经验。农民是新农村建设的主体,新农村建设的根本出路在于培养和造就高素质的新型农民。为提高农民素质,江苏省教育厅统一策划组织,以建设生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主的社会主义新农村和培养有文化、懂技术、会经营的新型农民为宗旨,聘请多名农业科技专家协同参与,编写了这套《新型农民素质教育系列读本》,向农民传授现代生活理念、现代科普知识、现代生活方式,提高农民的综合素质。

丛书选材贴近农民、农村生活实际,以农民看得懂、用得上、见实效为出发点,涵盖现代农业科普知识、农民创业、新农村美好家园建设、新农村关爱教育等12个方面。根据农民文化水平参差不齐的特点,以图文并茂的形式并配以案例卡片、专家提示等栏目,阅读起来轻松活泼,通俗易懂,科学性、实用性、指导性强。希望《新型农民素质教育系列读本》的出版能在提高农民整体素质上发挥促进作用,推动农村经济、文化取得更快的发展。

目 录

一、农产品市场在哪里

1. 农产品市场是什么？	2
2. 什么市场我说了算？什么市场他说了算？	2
3. 如何获得农产品市场预警信息？	4
4. 农产品生产者(销售者)要选择什么样的市场营销观念？	4
5. 什么样的农产品能满足消费者的需要？	6
6. 如何开展绿色营销？	6
7. 农产品销售也可用关系营销吗？	8
8. 农产品销售也可用个性化营销吗？	8
9. 如何划分农产品市场？	9
10. 怎样选择目标市场？	10
11. 农产品常用的市场定位方法有哪些？	11

二、我要卖什么

1. 市场欢迎什么样的农产品？	13
2. 农产品不同时期应采取什么样的市场策略？	14
3. 怎样让农产品在市场上活得更长？	15
4. 农产品上市时间有哪些讲究？	15
5. 怎样给农产品起个好名字？	17
6. 什么是品牌？什么是商标？	17
7. 农产品使用注册商标有什么好处？	18
8. 如何申请商标？	19
9. 商标设计需要注意什么问题？	20
10. 农产品也需要打扮吗？	21
11. 农产品包装有什么趋势？	23

12. 怎样打扮农产品？	23
13. 农产品卖完就结束了吗？	24
14. 什么是无公害食品、绿色食品与有机食品？	25
15. 有机食品与其他食品有何区别与联系？	26
16. 如何申请 QS 认证？	27
17. 什么是“地理标志产品保护”？	28
18. 哪些农产品不得销售？	28

三、卖个什么价

1. 农产品的产销各环节成本构成如何？	31
2. 农产品定价时主要考虑哪些因素？	31
3. 如何进行农产品差别定价？	32
4. 农产品定价的依据有哪些？	33
5. 如何根据成本定价？	33
6. 什么是需求导向定价法？	34
7. 什么是竞争导向定价法？	35
8. 如何实施新产品定价策略？	35
9. 如何实施心理定价策略？	36
10. 如何运用折扣定价策略？	37

四、怎样通渠道

1. 农产品销售的方式有哪些？	40
2. 农产品批发商的类型有哪些？	41
3. 农产品零售的形式有哪些？	42
4. 零售点如何选址？	43
5. 农产品仓储保管要把握哪些大方向？	44
6. 农产品仓储保管通常采用哪些方法？	45
7. 如何选择合适的农产品运输形式？	46
8. 农产品运输应该注意哪些问题？	47
9. 怎样才能节省运费？	48
10. 农产品采用的现代包装技术有哪些？	48



11. 农产品流通加工的方式有哪些?	49
--------------------------	----

五、如何去吆喝

1. 农产品吆喝的方式有哪些?	52
2. 哪些因素影响农产品吆喝的效果?	52
3. 农产品推销的核心是什么?	53
4. 农产品推销的策略有哪些?	54
5. 成为一名农产品推销人员要做哪些准备?	56
6. 如何开拓新客户?	57
7. 洽谈过程中应该注意哪些问题?	58
8. 怎样识别成交信号?	59
9. 农产品通常选择什么样的广告媒体?	60
10. 如何评价广告实施的效果?	61
11. 常采用的销售促进形式有哪些?	62
12. 推销过程中顾客有异议怎么办?	63

六、怎样出国门

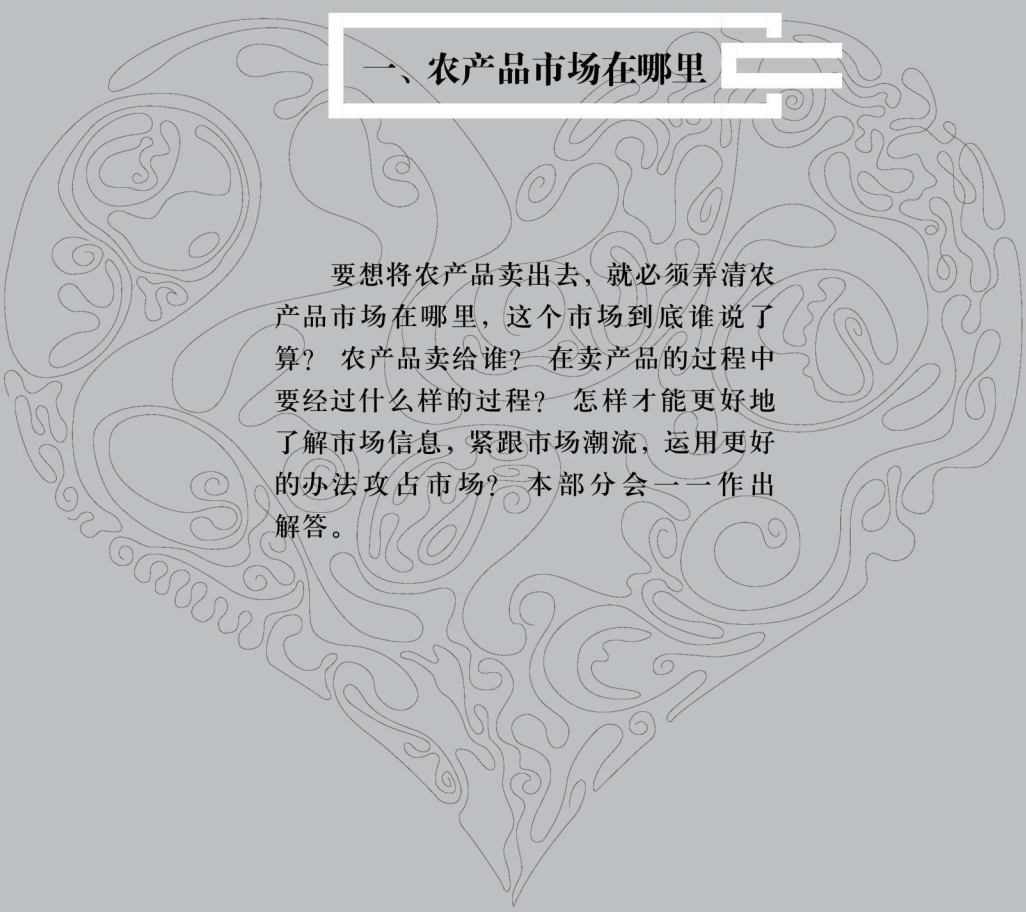
1. 农产品出口流程大致是怎样的?	66
2. 目前我国农产品出口存在哪些问题?	67
3. 什么是农产品出口绿色贸易壁垒?	67
4. 农产品出口如何突破绿色壁垒?	68
5. 农产品出口中有哪些风险?	69

七、找谁来帮助

1. 什么是农产品网上销售?	72
2. 农产品网上销售有哪些优势?	72
3. 与传统的销售方式相比,农产品网上销售会带来哪些变化?	73
4. 上网交易要预防哪些陷阱?	74
5. 如何通过 QQ、电子邮件等方式与客户沟通,完成网上订单?	75
6. 农产品经纪人是干什么的?	75

7. 农产品经纪人的类别有哪些？	76
8. 农产品经纪人要具备什么样的知识与技能？	78
9. 农产品经纪人应具备的能力有哪些？	79
10. 什么是农民专业合作社？	80
11. 农民专业合作社的功能是什么？	80
12. 合作组织经营的主要内容有哪些？	81
13. 合作组织能帮农户完成哪些主要任务？	82
14. 我国现有的支持农民专业合作社发展的政策有哪些？	82
15. “四有”农民专业合作社示范社的创建标准是什么？	84

参考文献



一、农产品市场在哪里

要想将农产品卖出去，就必须弄清农产品市场在哪里，这个市场到底谁说了算？农产品卖给谁？在卖产品的过程中要经过什么样的过程？怎样才能更好地了解市场信息，紧跟市场潮流，运用更好的办法攻占市场？本部分会一一作出解答。

1 农产品市场是什么？

一般来说,农产品市场就是农产品交换的场所。农民生产出的农产品要在一定场所(如农贸市场、超市)销售,才能实现产品的价值,消费者要在此场所购买商品才能满足自己的需求。因此在营销产品时,要明确产品所销往的地区,以及在何处销售最为有利,同时场所的地理位置、运输条件、运输成本以及购物环境等就成为营销必须考虑的问题。

人们常说“这种产品的市场很大”,或者说“这种产品没有市场”,都是指购买者数量的多少。对农产品经营者来说,确定自己产品的市场需求总量、构成、分布、购买力情况,乃至购买者的喜好、购买想法等,对于有效开展营销都非常重要。同时,农产品市场也是农产品交换的全过程,要关注农产品交易的全部过程,

包括买卖前的调查、买卖中的谈判、买卖后的服务及关系维护等,而不是简单的一锤子买卖,就老死不相往来。



2 什么市场我说了算？什么市场他说了算？

从商品供求关系的角度来看,市场是由买主和卖主所组成的。供求双方在市场上表现出来的相对强度,使市场分为买方市场和卖方市场。

买方市场是指在买方力量的指导下运行的市场,通常说“他说了算”。其特征是:市场上卖的人多,买的人少,买方在市场上有较大的选



择余地,买方的需求决定着卖方经营活动的发展和变化。

卖方市场是指在卖方力量的指导下运行的市场,通常说“我说了算”。其特征是:市场上卖的人少,买的人多,市场由卖方主宰,生产者生产和销售什么,消费者就只能购买和消费什么。

农产品的生产与销售应去寻找“我说了算”的市场。

* 趣味格言

没有不好的市场,只有不好的产品。



小贴士

农产品市场有什么特征?

农产品市场具有与工业品市场不同的特征。

一是农产品市场交易的产品具有生活资料和生产资料的双重性质,一方面可直接供消费满足生活的需要,另一方面也可作为生产的原料满足生产的需要。

二是农产品市场具有供给的季节性和周期性。

三是农产品市场风险比较大。农产品是具有生命的产品,在运输、储存、销售中会发生腐烂、霉变和病虫害,极易造成损失。

四是农产品市场具有地域性。农产品产地市场多为小而分散的市场,批发市场一般分布在大中城市、交通枢纽地带。农产品生产分散在千家万户,在集中交易时具有地域性特点。

3 如何获得农产品市场预警信息?

为提高农产品市场透明度,发挥好信息引导生产与市场的作用,农业部于2007年建立了农产品市场监测预警信息月度发布制度,服务广大农民和消费者。同时深入实施“金农”工程、“三电合一”工程和农村信息化示范工程,加强农业信息服务。“金农”工程构建了农业监测预警系统、农产品和生产资料市场监管信息系统、农村市场与科技信息服务系统3个应用系统,整合国内、国际农业信息资源,形成延伸到县乡的全国农村信息服务网络。“三电合一”工程综合利用电视、电话、电脑等信息载体,开展信息服务。为维护农民合法权益,方便广大农民群众投诉举报以及更便捷地为社会公众提供“三农”信息服务,农业部被核配了“12316”作为全国农业系统公益服务统一专用号码。

4 农产品生产者(销售者)要选择什么样的市场营销观念?

市场营销观念是指指导经营活动的观点、态度和思维方法,其核心是如何对待顾客。一般认为有5种观念。

(1) 生产观念 生产什么,我们就销售什么。





(2) 产品观念 好产品定能卖个好价钱;好产品一定有人要;好酒不怕巷子深。



(3) 销售(旧推销)观念 如何把堆积如山的产品销售出去。



(4) 市场营销观念 哪里有消费者的需求,哪里就有我们发展的机会。以销定产,需求压倒一切!

(5) 社会营销观念 随着人们对环境保护问题的关注,对社会福利问题的重视,又对市场营销观念作了进一步修正,努力去寻找适合自身能力并满足消费者需求和社会公众利益的市场机会。

专家提示

我要具备什么观念?

作为经营者,要抛弃落后的营销观念,用先进的营销观念来指导自己的经营活动,人们需要原生态,我们就生产土菜;人们需要时尚农产品,我们就生产应时水果,这样才能把握市场,获得成功。

5 什么样的农产品能满足消费者的需要?

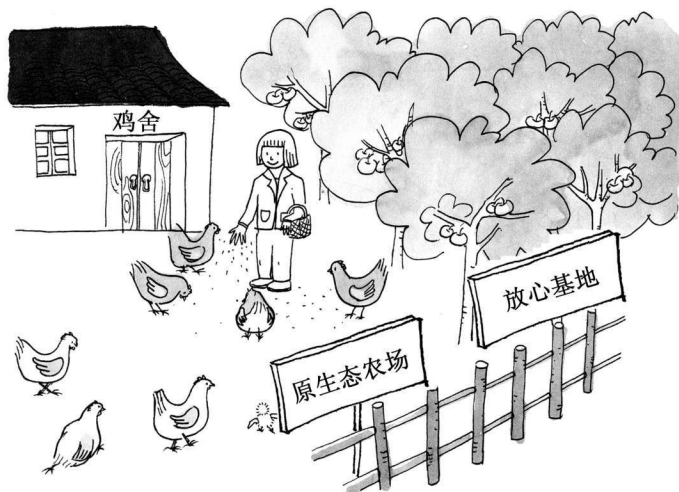
农产品具备的功能	具体体现	消费者需要举例
基本功能	有用性,质量优良、外观诱人、价格合理	水果、蔬菜
安全性能	卫生洁净,安全可靠,不危害身体健康	有机大米
消费便利	最少的时间、最近的距离、最快的方式购买到	网上坚果
审美功能	完美的外观设计	方形西瓜、印字苹果
情感功能	体现个人的情绪状态	地方特产
社会象征性	体现和象征一定的社会意义,获得心理上的满足	高档(精品)茶

6 如何开展绿色营销?

农产品生产经营者必须树立绿色农产品整体概念,开展绿色营销。

一是通过科技创新逐步建立并完善农产品技术质量标准体系,实行农产品质量认证,加快“绿色产品”生产,使农产品在营养价值、口感、口味、卫生安全等方面达到市场需求标准。

二是搞好绿色农产品商标注册、宣传和保护,使用绿色产品标志,加强绿色品牌推广与扩展,树立绿色农产品的品牌形象。



三是增强对绿色农产品的服务意识,搞好绿色农产品的分级、分割、保鲜等工作,建立并完善绿色农产品独特的分销渠道。通过这些措施,可以把绿色农产品与市场上的劣品、次品有效地分隔开来,既能避免陷入恶性竞争,又可赚更多的钱。

知识延伸

什么是绿色营销?

绿色营销是指在整个营销过程中充分体现环保意识和社会意识,向消费者提供无污染的、有利于节约资源和符合社会道德准则的商品和服务,并采用无污染或少污染的生产和销售方式,引导并满足消费者有利于环境保护及身心健康的需求。

7 农产品销售也可用关系营销吗？

由于农产品独具的特性,要想获得稳定大量的销售,必然要充分利用关系营销的办法。关系营销的基础和关键是“承诺”与“信任”。承诺和信任的存在可以鼓励营销企业与伙伴致力于关系投资,抵制一些短期利益的诱惑,而选择保持发展与伙伴的关系去获得预期的长远利益。因此,先达成“承诺—信任”,然后着手发展双方关系是关系营销的核心。

知识延伸

关于关系营销的知识

关系营销把营销活动看成是一个企业与消费者、供应商、分销商、竞争者、政府机构及其他公众发生互动作用的过程,其核心是建立和发展与这些公众的良好关系。开展关系营销一般遵循主动沟通、承诺信任、互惠互利的原则。关系营销采用的方法是将市场细分为不同层次,建立不同程度的顾客数据库,将顾客细分化、团体化,然后针对性地采取相应措施满足顾客群的需要,达到销售的目标。

* 趣味格言

能与客户建立长久的合作关系,才是真正的英雄。

8 农产品销售也可用个性化营销吗？

农产品销售同样需要个性化营销,农业企业要建立消费者个人数据库和信息档案,与消费者建立更为个性化的联系,及时了解市场动向和顾客需求,向顾客提供一种个性化的销售和服务。顾客可根据自己的需求提出商品性能要求,企业尽可能按顾客要求进行生产,迎合消费者个别需求和品位,以多品种、中小批量混合生产取代过去的大批量生产,有利于节省中间环节,降低销售成本,以生产者与消费者之间的协调合作来提高竞争力。



知识延伸

什么是个性化营销?

个性化营销,最简单的理解就是量体裁衣。具体来说,就是企业面向消费者,直接服务于顾客,并按照顾客的特殊要求制作个性化产品的新型营销方式。它避开了中间环节,注重产品设计创新、服务管理,实现了市场的快速形成和裂变发展,是企业制胜的有力武器。

* 趣味格言

客户不希望一视同仁,他们希望能被个别对待。

9 如何划分农产品市场?

首先要进行调研,通过各种方式调查了解消费者的需求、动机、态度和行为。

其次是进行分析,对收集的各种资料进行分析。

最后进行细分,选择一定的细分角度对市场进行划分。如根据地理因素中的地区、人口密度、气候等进行划分;根据人口因素中的年龄、性别、家庭、人口等进行划分;根据心理因素中的社会阶层、生活方式、个性等进行划分;根据行为因素中的使用时机、追求的利益、使用者状况、对产品持有态度等进行划分。

知识延伸

什么是农产品市场细分?

所谓农产品市场细分,就是根据农产品总体市场中不同的消费者在需求特点、购买行为和购买习惯等方面的差异性,把农产品总体市场划分为若干个不同类型消费者群的过程。每一个消费者群就是一个细分市场,即子市场。