

浙江经贸职业技术学院

省级示范性高职院校建设项目——市场营销专业建设成果

NONGCHANPIN JINGJIREN

农产品经纪人 中高级培训教程

主 编 张西华

副主编 贾军晖 梁海红



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

农产品经纪人

中高级培训教程

NONGCHANPIN JINGJIREN

主 编 张西华

副 主 编 贾军晖 梁海红

参编人员 姚水琼 司银霞

钱丽霞 陈新农

沈 飏



浙江工商大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

农产品经纪人中高级培训教程 / 张西华主编. — 杭州: 浙江工商大学出版社, 2011. 7
ISBN 978-7-81140-298-8

I. ①农… II. ①张… III. ①农产品—经纪人—技术—培训—教材 IV. ①F323.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 053638 号

农产品经纪人中高级培训教程

张西华 主编

责任编辑 任晓燕

封面设计 刘 韵

责任印制 汪 俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(e-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州兴邦电子印务有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 18.25

字 数 308 千字

版 印 次 2011 年 7 月第 1 版 2011 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81140-298-8

定 价 36.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227

前言

改革开放以来,我国率先在农业领域进行了市场化改革,逐步放开农产品市场,极大地解放和发展了农村生产力。不断深化的市场机制作用在带来农产品供应日趋丰富的同时,也使得农产品市场波动加剧,加之其他多种因素综合影响,农产品特别是鲜活农产品滞销卖难现象时有发生。《中共中央、国务院关于做好2000年农业和农村工作的意见》(中发〔2000〕3号)提出:“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重要力量。”农产品经纪人就是伴随我国农村经济改革而出现的一个新的职业群体,已成为农产品市场主体中的骨干力量和最活跃的群体,在带领农民进入市场、搞活农产品流通、帮助农民解决农产品“卖难”问题、提高农产品附加值、增加农民收入等方面发挥着重要作用。据中国农产品流通经纪人协会统计,目前全国已有农产品经纪人600多万人,加上季节性的从业者,农产品经纪人高达1000多万人。

随着现代农业的不断发展,农业标准化的不断推进,农产品流通体制改革的深入,农产品流通渠道日益多样化,许多农产品经纪人在营销规模、品牌营销能力和自身素质等方面已跟不上现代化农业发展的步伐。为此,根据新农村发展的特点以及农产品进入城市的发展情况,在研究农产品经纪人职业资格国家标准的基础上,结合目前农业现代化的发展、农产品流通业态和营销方式的变化、农产品市场准入门槛的提高,浙江经贸职业技术学院组织一批长期从事农产品流通与营销工作和理论研究的国家职业资格考评员和专家学者,对农产品经纪人经营过程中所需要的知识与技能内容进行了重新设计,编写了《农产品经纪人中高级培训教材》。本书在编写过程中,结合了浙江农业产业化的发展和农产品营销、农产品经纪人自身的特点,调研、收集、整理了大量的营销案例,避免了传统培训教材



理论知识的枯燥性,使新农村建设者的教材具有通俗性、可读性和易懂性。

《农产品经纪人中高级培训教程》一书的出版得到了省财政重点支持专业经费的支持。由浙江经贸职业技术学院张西华老师负责本书的框架构建、统稿和定稿等。张西华编写了第1、5、11章,金华市供销社副主任、金华金鑫集团总经理贾军晖编写了第7章,梁海红编写了第2章,姚水琼编写了第6章,司银霞编写了第8、10章,钱丽霞编写了第4章,陈新农编写了第3章,沈飏编写了第9章。

本书在编写过程中,得到了浙江省供销合作社联合社和各地市供销社以及浙江工商大学出版社有关领导的支持和帮助,在此表示衷心的感谢!

限于编者的水平与能力,本书中不足之处在所难免,敬请批评赐教。

编 者

2010年12月

目 录

上篇 基础知识

- 第一章 农产品经纪人职业标准与职业道德 / 3
 - 第一节 农产品经纪人基本知识 / 4
 - 第二节 农产品经纪人职业资格与职业标准 / 12
 - 第三节 农产品经纪人职业道德与规范 / 18
- 第二章 农产品市场营销基础 / 22
 - 第一节 农产品目标市场营销 / 24
 - 第二节 农产品市场营销策略 / 33
- 第三章 农产品相关法律法规 / 47
 - 第一节 农产品质量安全与食品安全法律法规 / 48
 - 第二节 农产品销售过程中的若干民事法律问题 / 56
- 第四章 农产品国际贸易 / 66
 - 第一节 农产品国际贸易基本理论 / 67
 - 第二节 农产品协议与国际农产品市场 / 75
 - 第三节 农产品贸易保护政策 / 80

下篇 中高级技能

- 第五章 市场信息采集与分析 / 89
 - 第一节 市场信息采集 / 90
 - 第二节 市场信息分析与预测 / 99
- 第六章 客户拓展与谈判 / 112
 - 第一节 建立客户 / 113



第二节 客户拓展	/ 117
第三节 贸易谈判	/ 122
第七章 农产品鉴别与等级评定	/ 131
第一节 农产品鉴别与等级评定方法	/ 132
第二节 谷物类品级鉴别	/ 139
第三节 蔬菜品级鉴别	/ 151
第四节 果品品级鉴别	/ 158
第五节 茶叶品级鉴别	/ 167
第六节 水产品品级鉴别	/ 170
第七节 食用菌品级鉴别	/ 173
第八章 农产品储运	/ 176
第一节 农产品包装	/ 176
第二节 农产品仓储	/ 187
第三节 农产品运输	/ 197
第九章 金融、财务与税务知识	/ 204
第一节 金融机构和票据	/ 204
第二节 财务管理	/ 210
第三节 税收	/ 214
第十章 经济地理与信息技术的应用	/ 225
第一节 农业生产地理分析	/ 226
第二节 主要农产品地理分布	/ 238
第三节 运输主干线地理分布	/ 240
第四节 信息技术应用	/ 242
第十一章 农产品经营业态的发展趋势	/ 247
第一节 农产品进超市	/ 248
第二节 农产品展示展销和连锁配送	/ 253
第三节 农产品电子商务	/ 257
第四节 农产品标准化	/ 260
参考文献	/ 281

上篇 基础知识

N O N G C H A N P I N J I N G J I R E N

第一章

农产品经纪人职业标准与职业道德

导入案例

现代农业发展农产品经纪人要有现代营销技能

为农产品找“婆家”，彻底解决农民的“卖难”问题，这是农产品经纪人最主要的工作。据不完全统计，在宁波市所有农产品销售中，专业合作社中的农产品经纪人占了70%以上的销售额。然而，随着宁波现代农业的不断发展，很多农产品经纪人在营销规模、品牌营销能力和自身素质等方面已跟不上农业发展的步伐。

一、规模偏小渠道单一

目前，宁波共有218家农业龙头企业，但他们的资产总和不足200亿元。全市1001家农民专业合作社中，80%以上的专业合作社注册资金在30万元以下，注册资金在100万元以上的屈指可数。规模小容易导致销售量的相对不足，在宁波市，一家农民专业合作社如果能年销几百万元的农产品，就很了不起了。但上海、天津等地的农民专业合作社，年销售几千万元农产品是平常事。专业合作社规模小往往还衍生出另一个营销方面的不足，那就是营销渠道比较单一。目前宁波市绝大多数农民专业合作社的营销渠道是市内一些农贸市场和农产品批发市场，销往市外的不多，并且在市内连锁经营的比例也不足20%，更不要说开拓省外市场了。显而易见，随着现代农业的不断发展，宁波市一些农产品经纪人过去那种小商小贩式的经营模式，已越来越不适应农业产业化要求。

二、缺乏“品牌”营销意识

在宁波市以区域品牌为核心的品牌营销战略尚未获得广大农产品经纪人的足够重视，这其中固然有品牌发展支撑力量薄弱、品牌建设投入不足的原



因,但更主要的是很多农产品经纪人缺乏“品牌”意识。据首届宁波市十佳农民经纪人、鄞州区绿洲专业果业合作社理事长钟辉介绍,他主要经销翠冠梨。翠冠梨在没有注册“翠姑娘”品牌前,合作社每年只能销售 100 多万元的产品,而自从 2007 年注册“翠姑娘”品牌后,每年的销售量激增到近千万元。同样的情况也出现在余姚市河姆渡茭白专业合作社,该社与余姚市河姆渡农业综合开发公司合作后,充分利用其授权的“古址”牌商标,去年的销售量突飞猛进,销售总额达 1600 多万元。

三、期待更多的“持证”经纪人

农产品经纪人在我国已成为一种职业,经培训考核合格者,可获得国家颁发的《农产品经纪人职业资格证书》。可是,目前宁波市很多农产品经纪人不但没有证书,而且距离一个经纪人所应具备的基本素质也尚有距离,如对蔬菜、水果在包装、冷冻和运输过程中的知识等都不太懂;不少农产品经纪人特别缺乏现代营销的知识和技能,导致开拓市场的能力有限。目前我国共有各类农产品经纪人 60 多万名,但拥有农产品职业资格证书的不足千人。除宁波市农产品经纪人协会外,全市只有慈溪市成立了农产品经纪人协会的分会。全市农产品经纪人入会的人数不到农产品经纪人总人数的 10%。尽管国家规定从事农产品贩销的经纪人要有资格证书,但实际操作中,受各种条件限制,传统的农产品经纪人将会在相当长一段时间内存在。然而有一点可以肯定,随着农产品经纪人管理的不断规范,拥有职业资格证书的农产品经纪人将会越来越多。

(资料来源:《宁波日报》,2010—07—26,经作者整理改编)

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,是农村市场经济的主要参与者,是农业产业化发展的重要力量。《中共中央、国务院关于做好 2000 年农业和农村工作的意见》(中发[2000]3 号)提出:“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重要力量。”

第一节 农产品经纪人基本知识

农业部发布的《全国农业和农村经济发展第十个五年计划(2001—2005)》指出:“要积极引导、扶持和发展由农民自愿组织起来的专业协会、产销服务

队、专业合作社等多种形式的农民专业合作经济组织,大力发展和规范农民经纪人队伍。”

一、农产品经纪人的概念和作用

(一) 农产品经纪人的概念

农产品经纪人是指从事农产品收购、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经纪组织和个人。

(二) 农产品经纪人的作用

随着城乡经济的进一步繁荣和发展,农产品经纪人在促进地方经济发展、推动农业产业化进程、加快脱贫致富等多方面发挥着积极的作用。其作用主要表现在以下四个方面。

1. 农产品经纪人是农户与市场连接的桥梁和纽带。农产品经纪人的出现将千家万户的小生产和千变万化的大市场对接成为农民进入市场的载体。随着农村社会生产力水平的不断提高,农产品的商品率也越来越高,但千家万户分散经营的小生产势单力薄,生产规模小,供应能力弱,难以适应市场的变化和风险。农产品经纪人适应形势发展的需要,按市场需求有效地组织生产和销售,不断把农民生产出来的产品推向市场,实现产销衔接,减少风险,保障农民自身利益,较好地解决了农民一家一户难以克服的问题。

2. 加快了农产品商品化的速度,搞活农产品流通。改革开放后,农村经济得到极大的发展,一大批具有专业性质的农产品基地逐渐形成。把农产品推向市场,加快农产品转化为商品的速度,需要有良好的流通渠道。农产品经纪人在这方面可起到很好的沟通、中介作用。农产品经纪人可以把本地的农产品资源介绍给市场,把市场需求和本地生产紧密连接起来,在本地形成强大的商品优势,使资源优势能快速转化为市场优势。

3. 加快农业产业化经营,推动区域生产的发展。农产品经纪人的经纪活动可以促进农业产业结构的合理化。一方面,作为生产和消费的纽带,一边连着农民的生产,一边连着市场上的需求,如何使农民的生产经营与市场需求相适应,农民经纪人可以发挥他的桥梁作用,让二者有机地结合起来,使农业的产业结构顺应市场发展趋势而逐渐趋于合理。另一方面,农产品经纪人是促成农民与他人交易的关键联结点。农产品经纪人掌握着农产品的供求状况,担负着农产品市场变化的信息传递任务,对农业生产起着一定的引导作用,而且可以把零散的农产品集中起来进行交易,从而加快农业产业化的经营,推动



区域生产的发展。近年来,农村涌现出不少专业村、专业户,有许多村还连成一体形成产业带,这都得益于农产品经纪人的拉动。农产品经纪人为了满足购销,一方面自身不断扩大生产规模,另一方面引导和带动了左邻右舍的发展生产,以邻带邻、户带户,逐步形成了区域生产特色和区域生产格局,即所谓的一乡一品、一村一品经济。

4. 传播科技新成果,提高农民市场意识。农产品经纪人直接面对市场,在具体经纪活动的过程中,必须有较强的市场经济意识,对市场信息变化感觉敏感,熟悉市场行情和了解当地市场优势,了解农产品的生产、包装、储运、销售等方面信息,善于引进国内外新品种、新信息和先进技术来开辟自己的生产领域。而农民进行生产迫切需要的就是市场信息、新的科技成果。农产品经纪人将新的信息、好的观念带到农村,传给农民,培养和加强农民的市场意识,实现以市场为向导,引导农民进行种、养、加工,使农产品更快、更好地走向市场。如津市宝河堤镇中南村支书兰国品引进鳙鱼养殖技术,到2007年全村养殖鳙鱼网箱发展到2.2万口,总产值近1200万元。据调查,我国多数农村农户缺乏信息指导,真正做到信息化农业生产的不足2%。农业的市场化实质就是农业的信息化,农产品经纪人把市场信息反馈给农户,可以促进生产布局调整,克服农业生产的盲目性,稳定产品市场,提高资源配置效率。

二、农产品经纪人应具备的知识、素质和能力

作为农产品经纪人,如果要在市场上生存,更好地服务于农村经济的发展,就应该掌握一定的知识,具备一定的从业素质。

(一) 农产品经纪人应具备的知识

1. 基础知识。农产品经纪人从事农产品经纪活动起码应具备一定的文化水准,如初中以上的文化程度,对相关的基本知识或常识能理解、会运用;还应会运用现代化的通信工具,并以此作为一种手段去捕捉信息、传递信息,为供需双方起到沟通的作用。文化基础程度越高,相对而言对业务变化的适应能力越强,成为优秀农产品经纪人的可能性就越大。

2. 农产品及相关专业知识。农产品经纪人要在瞬息万变的市场中求发展,必须要与农产品打交道,和交易双方进行沟通,还要和其他的农产品经纪人往来,这些方面的活动要求农产品经纪人必须具备多方面的专业知识。

(1) 农产品商品知识。农产品涉及的范围非常广泛,农产品经纪人要熟知农产品的基本含义。随着市场经济的发展,农产品细分化的趋势愈加明显,

如农产品就分为普通农产品、无公害农产品、绿色农产品和有机农产品。作为农产品的经纪人,应根据自己的实际情况有针对性地掌握自己所经纪的农产品的分布范围、品种类别、等级鉴定、市场价格、总体数量、贮藏保鲜等相关内容,比如对某项农产品怎样分辨优劣,怎样鉴定等级,怎样掌握具体的质量要求指标。同时,也应了解经纪范围之外的农产品情况,发现新的市场机遇,拓宽经纪领域。

(2) 财务会计知识。作为农产品经纪人,掌握财务会计知识有助于提高理财能力。因为农产品经纪人在具体的经纪活动中,不仅要核定自己的经营成本、利润等问题,而且还要为交易双方提供涉及农产品成本、利润等相应的咨询服务。

(3) 经营管理知识。农产品经纪人在整个经纪活动中蕴涵着丰富的经营管理思想。因为经纪活动不是简单地联系农产品供需双方,而是一系列的经营活动,如需要了解市场需求,掌握农产品采购、销售的若干方法;能根据实际情况对农产品发展趋势作出合理的判断与预测;对农产品成本做出正确的核算。

(4) 经济地理知识。农产品具有很强的地域性,我国幅员辽阔,农产品种类丰富多样。作为农产品经纪人,应该掌握农产品的分布概况、具体产地、销地和交通状况等基本地理知识,了解和熟悉国外相关的农产品分布情况,以扩大经纪空间。

(5) 相关法律知识。在社会主义市场经济体制下,需要用法律法规来规范、约束市场主体的经济活动。农产品经纪人要依法进行经纪活动。因此,农产品经纪人必须精通《食品安全法》等相关的政策和法律、法规,使自己经纪的农产品符合食用、使用的标准,使自己的经纪活动合理、合法,既能很好地完成委托人交给的任务,又可以运用法律维护自己的合法权益。

3. 公关知识。运用公关知识是农产品经纪人活动成功的必备手段。由于农产品经纪人要和不同层次、不同地域的客户联系,要多加强对语言的学习,熟知各地的方言、忌语、风俗习惯等,发展更为广泛的经纪地域。因此,只有掌握了必要的公关知识,才可能和各种人员建立密切联系,更多地去了解人们的需求,使经纪活动的质量更高、更好。

4. 谈判知识。在市场经济活动中,业务谈判是不可缺少的一项内容。农产品经纪人在经纪业务时,需要用谈判的手段来解决诸多的问题和争端。因此,通晓谈判程序和掌握高超的谈判技巧对于一个农产品经纪人来讲,是至关



重要的。

5. 信息知识。在 21 世纪的信息社会,信息作为一种重要资源。因此,掌握信息和熟练运用获取信息的工具是非常重要的。对于农产品经纪人来讲,进行经营的资本就是可靠的信息,农产品经纪人和客户之间实际上交换的是信息商品和咨询服务。信息的价值和质量是决定经纪收益的重要因素。所以,信息知识是必须要掌握的内容。农产品有时间上的限制、地域上的差别、价格上的多变,做到及时、准确地了解各方面的信息尤为重要。农产品经纪人必须要不断学习和利用现代信息技术知识及手段,克服不利的客观条件,通过接触各种媒体、查阅文献资料、调查了解实际情况、咨询相关部门等方式来获取信息,使自己在最有利的时间内掌握最新的信息。

(二) 农产品经纪人应具备的素质

农产品经纪人的内在素质在很大程度上影响着经纪业绩。农产品经纪人必须不断提高自身的综合素质,使自己的经纪活动建立在更为合理和科学的基础之上。农产品经纪人应具备以下两种基本素质。

1. 职业道德素质。在社会主义市场经济体制下,农产品经纪人是为发展农村的经济、提高农民的收入服务的。作为经纪人来讲,必须有着比较高的政治思想觉悟,正确领会和贯彻党和国家的各项方针政策,有强烈的时代感和责任心,使自己成为一个新型农产品经纪人。讲求职业道德,对产品、客户、消费者负责,使经纪活动建立在良性发展的轨道之上。

2. 身心素质。健康的体魄和良好的心理素质,是农产品经纪人取得成功的必备条件之一。一般而言,农产品经纪人的身心素质包括以下三个方面。

(1) 健康的体魄,旺盛的精力。农产品经纪人的经纪领域有很强的地域性,经常要走村串户,往返于城乡之间,甚至为收购农产品翻山越岭、跋山涉水,消耗大量的体力和精力。健康的体魄、旺盛的精力是农产品经纪人必须具备的身体素质。

(2) 较好的性格,稳定的情绪。较好的性格有助于人际间的沟通,增强客户的信任度。农产品经纪人在开展业务活动的过程中,面对复杂多变的情况,要克服自己性格中不利的因素,善于控制自己的情绪,做到冷静而礼貌、耐心而果断,避免喜形于色、怒而变色,要经常保持较为平和的心态,使自己有比较好的心理承受能力。

(3) 坚强的意志,坚定的信心。持之以恒、百折不挠的意志品质,遇败不馁、树立必胜的信心,才可以使农产品经纪人在变幻无穷的市场竞争中求得生

存,发展壮大。

(三) 农产品经纪人应具有的能力

农产品经纪人的能力水平表现为最终解决问题的能力。在农产品经纪活动中,政策的把握、经济动向的观察、信息筛选、人际交往以及应变创新等能力,都是农产品经纪人顺利开展工作的根本保障。

1. 市场的观察能力。观察能力是人们本着特定目的,带着计划,按照一定步骤去观察客观事物的现象时,能掌握现象中具有本质的、典型的外部特征的一种能力。观察能力对农产品经纪人而言,尤为重要,既要观察市场的变化,也要了解具体农产品的外观、性状等指标。要加强学习和勇于实践来培养这种能力,做到勤看、多想、善记,客观、及时、准确、全面、周密地去观察。

2. 信息鉴别能力。随着市场经济的发展,科学技术的进步,信息传播的数量和速度不断地加大、加快,从膨胀的信息中鉴别出有价值的内容,是当务之急。在这种情况下,农产品经纪人应注重以下两个环节。

(1) 善于捕捉信息。农产品经纪人以自己经纪的业务为核心,围绕着相关的农业和农产品项目主动、及时地去捕捉信息,为经纪活动提供有预见性的、指导性的参考信息。

(2) 提高鉴别水平。获取一定的信息资料后,应学会运用科学的方法,把原始的信息通过归纳、分析、对比、综合等手段,去粗取精,去伪存真,提炼出有价值的信息。

3. 社交公关的能力。社交公关能力反映的是一个人与社会融和、与他人交往沟通的能力,可以体现自身与公众利益之间建立相互了解和信赖关系的能力。农产品经纪人是买卖双方的纽带,连接着城乡之间,活动的范围比较广泛。因此,良好的社交能力可以充当农产品经纪活动的润滑剂,调整农产品经纪人与他人之间的各种关系。使用一定的公关手段,可以让经纪人迅速打开经纪局面。可以从以下三个方面培养农产品经纪人良好的社交公关能力。

(1) 真诚待人,利义并重。真诚待人,是做人的基本原则。在此基础上,注重利与义的结合。作为农产品经纪人而言,单纯突出某一个方面,都是不恰当的。

(2) 随机应变,灵活把握。市场是变化的,社会是发展的。农产品经纪人面对变化的局面,必须讲究灵活,注意策略,具体问题具体分析。

(3) 知晓公关知识,掌握社交技巧。农产品经纪人应适当运用新闻宣传、广告宣传和实物宣传等公关手段;注重礼节,注意个人的仪容仪表,举止得当,



语言规范。在与人交往过程中,做到以理服人、以情动人,形成一个畅通的社交渠道。

三、农产品经纪人的经纪方式

农产品经纪人的经营方式比较灵活,主要有以下三种经纪类型。

(一) 代购代销

农产品经纪人可以接受外地客户的委托,在本地或交通便利的地方设点收购委托人所需的农产品,再批发给客户;或者可以为外地客户提供相关的农产品信息、组织货源,协助客户与农民商谈价格,从中收取中介服务费。

(二) 委托购销

对于本地农民生产的农产品,经纪人可以接受农民的委托在目标市场或其他地方设立销售点,然后与该地经纪人共同协作。由当地经纪人负责提供市场行情和销售渠道,由本方农产品经纪人负责组织货源和运输。这样双方经纪人联手经纪,把农产品推向市场。

(三) 分购联销

这种方式由多个农产品经纪人在农村设立不同的收购点,然后统一组织外销的一种经纪形式。在农户分布比较分散或外销的农产品数量比较大的情况下,需要多个农产品经纪人共同合作,使农产品相对集中,便于外销。

四、农产品经纪人队伍的现状

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,是农村市场经济的主要参与者,是带动农民进入市场的排头兵,是农业产业化发展的重要力量。

(一) 农产品经纪人队伍的特点

随着市场经济不断发展,农业现代化水平不断提高,新农村建设内涵不断丰富,农产品经纪人队伍成长呈现出三个显著特点。

1. 农产品经纪人经营层次提高。部分农产品经纪人已走出小规模贩运式自产自销的原始阶段,涌现了一大批专业从事农产品中介服务的经纪人。他们在业务经营活动中进行产供销、加工、储存、运输、农工贸一体化,为农民提供综合配套服务。

2. 农产品经纪人队伍组织化程度提高。随着市场经济不断发展完善,市场竞争日益加剧,越来越多的农产品经纪人认识到单个分散小规模经营不仅