



普通高中课程标准实验教科书

通用技术 选修4 “现代农业技术”

专题6

农副产品的营销

广东基础教育课程资源研究开发中心
通用技术教材编写组 编著



广东科技出版社



普通高中课程标准实验教科书

通用技术

选修4 “现代农业技术”

专题 6

农副产品的营销

主 编 刘琼发

副 主 编 黄志红 李 榕 周卫星 付 杰

本册主编 付 杰

编写人员 张文方 黎金钊

广东科技出版社

· 广 州 ·

通用技术 选修4“现代农业技术”专题6
农副产品的营销

编 著 者: 广东基础教育课程资源研究开发中心
通用技术教材编写组

出版发行: 广东科技出版社
(广州市环市东路水荫路11号 邮码: 510075)

E - mail: gdkjzbb@21cn.com

http: //www.gdstp.com.cn

经 销: 广东新华发行集团

印 刷: 广东信源彩色印务有限公司
(广东天河高新技术工业园建工路17号 邮码: 510630)

规 格: 890mm×1240mm 1/16 印张4 字数80千

版 次: 2005年8月第1版

2005年8月第1次印刷

ISBN 7-5359-3985-6/G·654

定 价: 5.55元

如发现因印装质量问题影响阅读, 请与承印厂联系调换。

Introduction

前言

农业是人类赖以生存和发展的基础，在国民经济中有着重要的战略地位，对人类生活有着重要的影响。我国是一个农业大国，普及现代农业技术是实现农业现代化的基础。农业技术与其他技术一样，是技术领域的一个重要组成部分。本模块以与人类社会联系紧密的现代农业的理念、技术和试验方法为主要内容，以提高学生的技术素养为基本目标，为学生提供了接触和学习一些实用的农业新技术的机会，可以培养学生对农业及其新技术的亲近感，增强学生对技术与设计的理解，以及参与当地经济建设的意识。

现代农业技术所涉及的领域是非常广泛的，我们只是选择了一些与现代社会和日常生活联系紧密、应用面广、适应性强的内容作为学习的专题。通过对现代农业技术的学习，可以提高学生对农业基础地位的认识，建立可持续发展的现代农业理念，了解现代技术对农业发展的影响，学习和掌握一些先进、实用的现代农业技术。

现代农业技术模块包括绿色食品、种质资源的保护和引进、无土栽培、病虫害预测及综合治理、营养与饲料、农副产品的营销等6个专题的内容。本册教材是专题6《农副产品的营销》。

本专题以农副产品的开发加工、市场营销与市场营销观念、农副产品市场调研、农副产品市场预测、农副产品营销决策为主要内容。通过对这门课程的学习，提高同学们的技术素养、实践能力、创新精神、创业意识和一定的人生规划能力。同时，也可以提高同学们对技术过程和方法的领悟和运用，并在情感态度价值观以及共通能力等方面得到发展。本教材从学生的发展和社会的需要出发，突出了系统性、综合性和实践性，以提高学生技术素养和创新能力、促进学生全面而富有个性的发展为目标。本教材的内容编排以“问题驱动，引入案例，分析归纳，调查研讨，实践应用”为思路，首先以提出问题开始，引导学生的思考和注意，接着引入相

关有针对性的案例，然后对知识内容进行分析归纳，最后进行调查研讨和实际应用，使学生能通过实践学习，在应用中提高。本教材非常注重通过真实案例对学生进行情感、态度、价值观的引导和培养，并注意在教学中渗透以人为本、诚信经营、双赢或多赢等理念。为满足不同学生的兴趣和需要，在综合学习活动中提供了多种方案供教学选择，体现了较大的灵活性和适应性。

现代农业技术的每个专题为18课时。教材内容的选择考虑到了城乡学校不同情况及其实施的可行性，因此，不仅农村中学可以开设，城市中学也可以开设。学校在组织教学时，要采用合适的载体；解决好专题的地方性、季节性问题；合理安排基础知识学习和技能操作实践的比例；充分利用校内外的实习基地，促进学生通过不断的实践来熟悉和掌握农业生产的基本技术和试验方法。

CONTENTS

目 录

绪论	1
第一章 农副产品与市场	3
第一节 农副产品的开发、加工与包装	4
第二节 农副产品市场营销与市场营销观念	11
第二章 农副产品市场调查与预测	22
第一节 农副产品市场信息和市场调查	23
第二节 农副产品市场预测	30
第三章 农副产品营销决策	38
第一节 农副产品营销决策的程序和方法	39
第二节 农副产品市场营销策略组合	43



绪 论

同学们,不管你是来自农村,还是来自城市,都和农副产品、农副产品营销有密切关系。

农村是农副产品的消费市场,也是农副产品的主要生产地,在农村可以随处看到许多农副产品。但在社会主义市场经济里,只是生产出这些农副产品,还不能使农民致富。农民走上致富之路,还要靠搞好农副产品的市场营销。也许在你的身边,就已经有人通过农副产品营销而致富了。你想知道他们是怎样做的吗?我们会在这里一起探寻答案。

城市是农副产品的消费市场,同时也是农副产品经营和进行加工的地方。在城市,销售和加工农副产品已成了一个重要的行业,为许多人提供了就业机会,也有人通过销售和加工农副产品,在满足市场需要的同时,自己也富了起来。他们的成功有哪些奥秘呢?通过本课程的学习,你能找到满意的答案。

我们每一个人都是消费者,每天都需要各种农副产品,也离不开农副产品营销。学习本课程,可使我们对市场规律有更深入的了解,做一个精明的消费者。

总之,从系统观点看,营销活动是社会经济活动的重要组成部分。在社会主义市场经济里,搞好营销活动,把生产者与消费者连接起来,一方面使生产者的产品适销对路,及时销售产品,收回投入的成本并获利,使再生产能持续进行,促进国民经济发展;另一方面通过营销活动,使消费者及时、方便地买到需要的产品,满足需求,提高生活质量。因此,正确的营销活动是双赢或多赢的,它对生产者、销售者、消费者和整个社会都有积极的意义。

本课程与大学的课程也有衔接关系。《市场营销学》是大学里经济类专业的必修课,同时也是其它不少专业的选修课,很受大学生们喜欢。学好本课程,能为今后继续学习作好准备。

农副产品市场营销的主要内容包括农副产品市场、市场营销、营销观念、产品开发与加工、市场调研、信息收集、市场预测、市场决策、产品定价、产品促销、产品信息发布、销售渠道选择等内容。学习市场营销的目的,是要通过对市场营销活动进行分析研究,认识和把握其发展变化规律,提高实际运用的能力。

《农副产品的营销》是一门应用性、实践性很强的课程。同学们在学习过程中,要在老师的指导下,积极参加各种实践活动。如

调查研究、收集市场信息、对某种产品进行市场预测和决策、为某种农副产品定价、选择销售渠道、设计农副产品信息发布方案、选择促销策略、参观农副产品加工企业等。通过实践活动，做到理论联系实际，学会从多角度观察和思考问题，提高分析和解决问题的能力，为今后的进一步发展打下坚实的基础。

本教材的特点是“问题驱动，引入案例，分析归纳，调查研究，实践应用”。这有利于激发兴趣，启发同学们对问题的思考，主动去学习，主动去探究。

第一章 农副产品与市场

作为消费者，我们每天要用各种农副产品，而我们不一定亲自生产这些产品。另一方面，农副产品的生产者也不一定是专门为自己消费生产这些产品的，而是为其他人生产的。是什么把消费者与生产者连结起来呢？是农副产品的市场营销。在你的身边，也许已有人通过农副产品的市场营销满足了别人的需求，自己也富裕起来了。他们是怎样做的呢？让我们一起去寻找答案吧。



学习目标

- 知道农副产品开发及其程序
- 认识深加工和包装是提高农副产品经济价值的重要途径
- 了解生产者市场与消费者市场的特点
- 认识农副产品市场营销是一种综合性活动
- 树立现代市场营销观念

第一节 农副产品的开发、加工与包装



问题



农副产品有哪些类型？怎样开发农副产品？怎样增加农副产品的价值？

一、农副产品及其分类

一、农副产品及其分类

在日常生活中，我们每一个家庭都离不开种类繁多的农副产品。农副产品不同于工业品，是指利用动植物的生理机能，经过人们的劳动而生产出来并能满足人们经济需求的产品。

农副产品的种类很多，可以从多种角度加以分类。从生产的角度看，主要分为（图 1-1）：

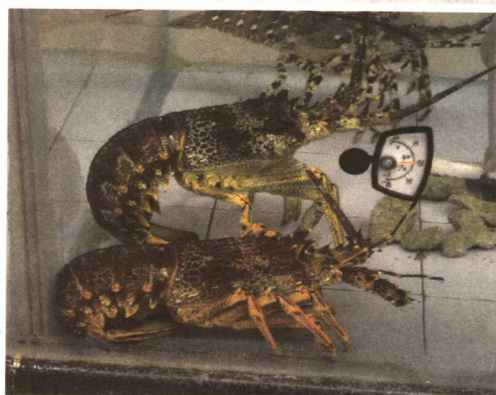
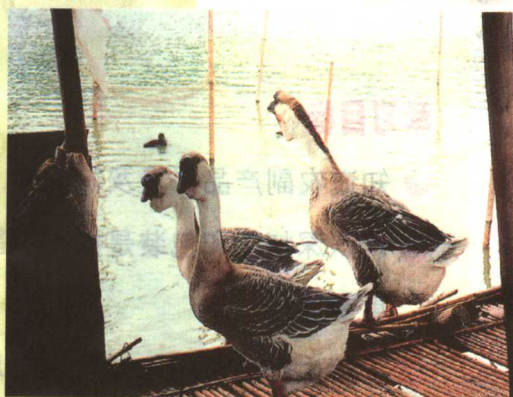


图 1-1 丰富多彩的农副产品

- (1) 粮食。如稻谷、小麦、玉米等。
- (2) 经济作物产品。如蔬菜、花生、甘蔗、茶叶等。
- (3) 水果。如苹果、梨、荔枝等。
- (4) 畜禽产品。如猪、羊、牛、鸡、鸭、蛋等。
- (5) 水产品。如各种鱼、虾等。

以上各种类产品，又都可以分为直接收获得到的初级产品和经过收获后处理加工的产品。

从满足消费需求角度看，农副产品一般又分为两类：

- (1) 消费资料。指进入个人和家庭日常消费的农副产品。
- (2) 生产资料。指用作原材料加工的农副产品。



实例

搞立体农业致富

农民陈某承包了一片荒地，决定搞立体农业（图 1-2），开展农副产品多种经营。他首先挖出一片鱼塘，养殖优质鱼。然后在鱼塘基上建猪棚，饲养猪，猪粪用来喂鱼和种果树。鱼塘四周的土地用来种果树，而又在果树下饲养优质鸡。这样，有多种农副产品推向市场，获得了可观的经济效益。

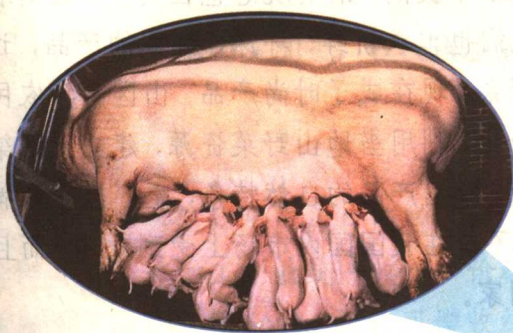


图 1-2 立体农业



讨论与分析

阅读上述材料后，分组讨论以下问题：

(1) 从“搞立体农业致富”实例中，你认为农副产品多品种经营有什么好处？

(2) 如何搞好农副产品多品种经营？

二、农副产品的开发、加工与包装

(一) 开发农副产品，满足市场需求

需求是不断变化的，一种需求满足后，又会产生一种新的需求。如在农副产品市场上，许多农副产品已供过于求，但对环保的绿色产品的需求还很大。开发新产品是满足新需求的有效途径。



实例

开发野菜满足新需要

随着人们收入水平提高，消费观念也在转变，在对农副产品的需求上，人们也追求新鲜、环保、健康的产品，过去看来不起眼的山野菜，现在成了时尚产品。山区青年农民李某看准了这种新变化，利用当地山野菜资源，建立无污染山野菜开发生产基地，突出产品的自然特色，生产出了名牌绿色产品。这些产品不仅在我国国内市场上受到欢迎，而且远销日本、韩国等国家。

通过以上实例，你能了解什么是农副产品开发吗？

农副产品开发就是人们将农副产品资源作为对象，进行生产和经营，满足市场需要的过程。

农副产品开发的意义是：

(1) 满足消费者不断变化的需求。

(2) 保持市场竞争优势。通过开发新产品，能在市场竞争中做到以新取胜。

(3) 取得较好的经济效益。开发新产品, 满足市场新需求的同时, 也能使生产者获得经济利益的回报。

农副产品开发也有一定的程序。遵循新产品开发程序(图1-3), 可以增强产品开发的科学性, 减少盲目性, 提高成功率。

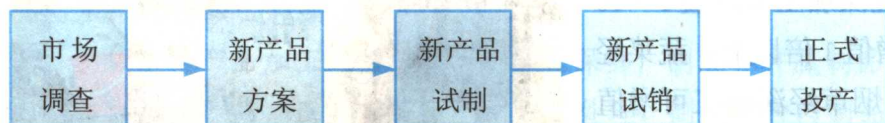


图1-3 农副产品开发的基本程序

根据产品开发的程序, 只有前边每一个环节都成功了, 才进入下一个环节, 不成功就要反馈和改进。例如, 在新产品试销时, 如果市场反应良好, 即可进行正式投产, 批量上市。如果试销不成功, 就要寻找原因, 对产品、渠道、促销等进行改进。

(二) 农副产品深加工, 提高经济价值

农副产品是一种初级产品, 如果直接拿到农贸市场销售, 往往卖不到一个好价钱, 而且销售量也难提高。怎样才能增加农副产品价值, 提高销售量呢?



实例

淮山深加工, 农民奔小康

某县种植淮山(图1-4)历史悠久, 但淮山保鲜期短, 大量上市时价格很低。后来, 该县引入了淮山保鲜产品加工生产线。这条保鲜生产线投产后, 农户与加工企业签订了合同, 淮山由加工企业统一收购, 价格比原来上市每千克增加1元, 种植每667m²淮山可增收约2000元。种植淮山的农民既可使产品卖一个好价钱, 也保证有销路, 走上了致富之路。



图1-4 淮山

从以上实例可以看出, 许多农副产品在大量上市时, 既难卖, 价钱又低。但经过加工后, 情况就大不一样了。农副产品加工(图1-5)是指以农副产品为原料, 利用先进、科学的方法, 把它们制成色鲜味美、营养丰富、食用方便, 便于保存的产品。农副产品

经过加工后,它们的技术含量和附加价值都会大大提高。根据调查统计,粮食经过初加工可增值 20%~80%,而深加工则可增值 1~20 倍;油菜籽经深加工可增值 50%~200%;生猪经初加工可增值 30%~50%,经深加工可增值 1~10 倍;水产品经深加工可增值 1 倍以上;蔬菜经深加工可增值 2~4 倍;烟草经深加工可增值 10~20 倍。由此可见,农副产品加工是提高其经济价值的重要途径。它既能满足更多的市场需求,扩大农产品销售量,又可以增加农民的收入。



图 1-5 农副产品加工

农副产品加工的意义如下:

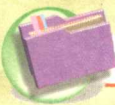
1. 增加农副产品的经济价值 在各个环节的加工中,不断增加农副产品的劳动量和技术含量。其价值也在增加,同时提高农民收入。
2. 有利于适应市场需求的变化 市场既有对初级产品的需求,也有越来越多的对加工后制成品的需求。农副产品加工正是适应了这种变化。
3. 增加农副产品的销售量 农副产品加工产生了对农副产品大批量采购。这大大增加了需求量。
4. 充分利用农村劳动力资源 农副产品加工使农村出现了大量的加工企业,这些企业吸纳农村劳动力,增加农民就业和收入。



实例

从小麦到面包

作为一种初级产品,农副产品如小麦,其市场价格比较低。但如果经过深加工,其制成品可增加价值,获得更大的经济效益。例如:1 000 千克的小麦,其市场价格为 1 元/千克,总收益就是 1 000 元,扣除成本 500 元,则利润是 500 元。将 1 000 千克小麦加工成 900 千克的面粉,面粉市场价格是 2 元/千克,900 千克的面粉的总收益是 1 800 元,扣除成本 1 100 元,则利润是 700 元。再将 900 千克的面粉加工成面包出售,总收益为 3 000 元,扣除成本 2 000 元,则利润是 1 000 元。



小资料

农副产品加工的类型

1. 粮食产品加工。主要是对稻谷、小麦、玉米、甘薯等进行加工处理。如碾磨、

制浆、蒸煮、焙烤等。

2. 经济作物产品加工。主要对花生、油菜籽、甘蔗、大豆等进行加工处理。如制成油脂、蔗糖、大豆制品等。

3. 水果产品加工。如制成各种果脯、糖腌制品、罐制品、果汁制品等。还包括对水果的分级、包装、保鲜等加工。

4. 蔬菜产品加工。如分级、包装、保鲜，制成各种腌制品、干制品、蔬菜汁等。

5. 畜禽产品加工。对畜禽产品加工处理，制成各种肉制品、乳制品、蛋制品等。

6. 水产品加工。如制成火焙鱼、罐制品、冷冻鱼、鱼丸等。

(三) 好的包装能使产品销售更上一层楼

农副产品生产出来以后，不是马上消费的，在卖给消费者之前，常常要进行储存和运输。怎样保护好和让消费者更方便地使用这些产品呢？给它们进行包装就是很好的办法。包装还会抬高产品的身价，增加产品的销售。

包装是指盛装产品的容器和外部包扎，是商品的重要组成部分。



实例

产品包装的好处

市场营销人员把商品包装称作“无声的推销员”，适度的包装（图1-6）能引起或增强人们的购买欲望。据调查，人们在超市购物时，常常会超出原来购物的预算，其超预算部分主要是由超市内吸引人的商品包装而使消费者多买造成的。

好的包装还能提高产品的身价，使产品卖上好价钱。苏州有一种销往香港的檀香扇，没有包装前，每把仅卖65港元，后来采用锦盒包装，包装成本仅增加5元，售价却提高到165港元。



图1-6 产品包装

从以上实例中可以看出，包装确实对农副产品市场营销有很重要的作用，被称为“包装策略”，其主要作用包括：

(1) 保护产品。包装可防止产品受损失、散落、变质腐烂等。

(2) 提供方便。好的包装更便于产品的储存、运输和使用。

(3) 增加销售。精美的包装给消费者留下深刻印象,吸引人们购买,增进销售。

(4) 增加利润。好产品配以好的包装,可以做到相得益彰,能更好地满足消费者需要,自然就能增加销售量,在满足需求的同时增加生产者利润。

在产品包装时,要避免过度包装。如包装的成本高于产品本身的成本就是过度包装。包装的首要目的是方便消费和使用。对产品过度包装,使产品成本不必要甚至过度增加,这既增加消费者负担,同时造成对资源的浪费,这样的做法是不受消费者和社会欢迎的,到头来也会使生产者利益受损。现在某些产品过度包装的现象应引起人们的重视,过度包装不仅浪费宝贵的资源,而且还造成环境污染。我们应树立节约资源和环保意识,并注意产品包装物的回收利用。国外就有为包装回收立法的经验,这是值得我们借鉴学习的。



小资料

几种农产品包装策略

1. 类似包装策略。企业生产的各种产品都用相同或相似的包装,包装上有相同的图案或颜色。这种包装利于树立产品或企业形象,降低包装费用。

2. 组合包装策略。是把在使用上有关联的几种产品放在一起包装。如把茶壶、茶杯、茶盘、茶碟放在同一包装物中。这种包装便于顾客对配套使用产品的购买,增加企业对多种产品的销售。

3. 再使用包装策略。指原包装的商品用完后,空的包装可移作他用。如把酒瓶设计成精致的花瓶或仿造古董,成为一种精美的艺术品,吸引顾客购买。

4. 附赠品包装策略。指在商品包装里面附有赠品,以吸引消费者的购买。如在一些儿童食品中附赠玩具等,起促销作用。

5. 改变包装策略。指改变原来的包装设计。使用新的包装。如使用新的包装材料、改变包装大小等。



参观与调查

参观调查当地农副产品深加工的企业或个体户,了解农副产品深加工状况,写一份调查报告。

注意:

参观时请遵守纪律,注意安全。

设计

选择当地的一种农副产品,为它设计一种包装方案,并在全班进行展示、讨论,评选出最佳方案。



讨论与分析

农户生产出农副产品后，常常卖不出一个好价钱，增产不增收。这是什么原因？请结合当地类似现象分析讨论，并提出建议。

第二节 农副产品市场营销 与市场营销观念



问题

怎样区分生产者市场和消费者市场？怎样理解农副产品市场营销？为什么要树立现代市场营销观念？

一、农副产品市场

农副产品市场是进行农副产品交易的场所。如农贸市场、超市等。

从营销的角度看，对农副产品的需求就是市场。因此，人们常说有需求就有市场。市场的实质，是有支付能力的消费人口。



实例

农产品有不同类型的市场

农民陈某种了两棵荔枝树，在荔枝成熟的季节，陈某会逐步把成熟的荔枝摘下来，拿到农贸市场销售，每次销售的数量不多，购买者是消费者个人。

农民李某承包果园，大批量种植荔枝树。在荔枝成熟季节，每次都是大批量摘下荔枝，卖给一个荔枝加工企业，并按企业要求，出售前对荔枝进行分级包装。

这个实例中两位农民的荔枝市场有什么不同？很明显，农民陈某的荔枝是在消费者市场上销售，而李某的荔枝是在生产者市场上销售。这两种市场有不同的特点。在进行农副