

高等农业院校自编教材

畜禽产品贸易学

(上册)

徐立德 编

畜牧专业

畜产品加工专业 用

畜牧生产经营管理专业

华南农业大学

一九八九年五月

前 言

走向世界，走向未来，走向现代化。应该而且已经成为当今中国不可逆转的大趋势。造就一大批既懂科学技术，并有广博的理论知识，又能熟谙商品经济规律，并有卓越经营能力的人才，应当而且已经成为中国经济走向世界的关键环节。

我们瞩目于世界的现在和未来，我们更瞩目于中国的现在和未来！

由于我国的畜牧业长期地停滞在自然经济占统治地位的状态，不熟悉商品经济，人们长期受自然经济的影响，曾偏重于畜禽产品生产领域的经济研究，忽视畜禽产品价值的实现，这种观念上的片面性，致使我国的畜牧业适应不了客观经济规律的要求。随着我国对外开放、对内搞活经济的进展，把畜牧业生产推向了一个新的高度，使人们的思想认识深化到了一个新的水平。目前，我国的畜牧业在发展，畜禽产品的贸易极为广泛，并且日益渗透到其它学科领域，促进其发展，为畜牧的教学提供了新的要求，为培养畜牧科技人才提出了新的内容，从适应其需要出发，产生了《畜禽产品贸易学》。

《畜禽产品贸易学》作为一门新开课程，其作用和任务是：对学生进行辩证唯物主义教育和爱国主义教育，使学生获得畜禽产品贸易方面的必要的基本理论，基本知识和基本技能，为学生从事畜禽产品生产，流通工作打下较好的基础。

《畜禽产品贸易学》是一门新型学科，在我国高等牧业教学计划安排中尚是一门空缺，许多理论和实践问题有待研究和探讨；它

又是一门应用学科。因此，在坚持科学性、系统性的基础上更应注重实用性，要体现出符合中国国情的先进性和适用性。包括的内容有，畜禽商品、畜禽产品市场、畜禽产品供给与需求、畜禽产品市场价格、畜禽产品流通、畜禽产品营销、畜禽产品国际贸易、畜禽产品贸易实务等九章四十五节。在内容安排上以畜禽产品贸易为主，畜禽产品贸易特点为主，实用为主，以便做到理论与实践，当前与长远相结合。

《畜禽产品贸易学》是为培养畜牧专业人才需要也为我国畜牧业生产发展需要编写的，可作为高等农业院校畜牧专业、畜产品加工专业、畜牧生产经营管理专业大学本科生教材，还可供畜牧生产科研、贸易、经营决策、计划、预测等部门的人员和有关院校师生参考。

本书是在华南农业大学畜牧系领导安排和支持下编写的。在编写过程中，编者除深入基层作实际调查并参与贸易谈判实务处，还结合实际问题查阅了大量国内外有关书刊、文献资料。也综合引用了已出版的部分资料，采用“集思广益，取各家之长”的原则编写而成，作为自编的第一版教材。

在编写过程中，得到了华南农业大学畜牧系正付主任吴显华教授和韩刚付教授的热情支持，承蒙华南农业大学农业经济系陈迭云教授、魏双凤教授和广州市国营农工商联合公司蔡流灵副经理的热情帮助，特此表示衷心感谢。

由于《畜禽产品贸易学》还是棵新生的幼苗，因此希望与广大读者共同探索，以大家的辛勤劳动培植它、为它施肥、灌溉，使它在繁荣兴旺的社会主义科学园地中茁壮成长！又由于编者水平有限、时间仓促、缺点和错误在所难免，欢迎广大读者批评指正！

编者：徐立德

《畜禽产品贸易学》征求意见信

在华南农业大学畜牧系领导的倡导和安排下，《畜禽产品贸易学》自编教材第一版打印本于1989年7月展现于社会。全书包括有：绪论、畜禽商品、畜禽产品市场、畜禽产品供给与需求、畜禽产品市场价格、畜禽产品流通、畜禽产品营销、畜禽产品国际贸易、畜禽产品贸易实务等九章四十六节。在内容安排上，既顾及到市场贸易的一般基本知识，又考虑到畜禽产品贸易实用知识，并以畜禽产品贸易、畜禽产品贸易特点、实用贸易知识等为主，以便做到理论与实践、当前与长远相结合。本教材是在采用了“集思广益、取各家之长”的原则，借厝和参阅了国内外有关书刊、文献资料的基础上编写而成的。由于《畜禽产品贸易学》在我国畜牧业经济中还是一门新型学科，许多理论和实践问题有待研究和探讨；也由于《畜禽产品贸易学》教材，在我国高等农业院校畜牧专业尚属一门空缺，课程内容和教学计划安排仍需进行考虑和探讨。但是，我国畜牧业生产的现实，畜牧专业教学的现实，都需要《畜禽产品贸易学》的存在和发展，这种需要的紧迫感已为我国社会生产力的发展实践和人才培养适应社会的检验所证实。

《畜禽产品贸易学》教材第一版虽然编成了，并首次应用于我

校的专业教学。它却是一棵新生的幼苗，需要我国有关人士、专家们的支持，以大家的辛勤劳动培植它，为它施肥、灌溉，使它在繁荣兴旺的社会主义科学园地中茁壮成长。为此目的，特赠书一套，敬请赐教，希望在内容安排上提出您的宝贵意见，在编写新资料上给予热情支助。编者准备在广泛听取意见和收集资料基础上，再作出进一步的修改。对于热心支助的社会人士、专家，表示热情的感谢！

盼复！

《畜禽产品贸易学》编者

1989.7.18于广州

通讯地址：广州市天河区五山街、华南农业大学畜牧系徐立德收

邮政编码：510642

畜禽产品贸易学上册勘误表

页号	行	字	误	正
目2	5	12	五	六
前2	倒1	4-9	1985年5月	1989年7月
7	1-2		第一段与第二段首联起来	
31	3	9-10	只是	是有
32	7	19	有效用	有效性
44	倒4	1	△	行
49	3	13	大	多
63	13	3	当与	参与
90	14	8	抵销	推销
92	8	倒4	搞好	搞活
97	倒1	15	调节	调查
98	9	1	△查	调查
122	13	公式	$\Delta X_{t-1} + 1$	$+ X_{t-1} + 1$
126	倒2	公式	$W_n X^n$	$W_n X_n$
127	倒2	公式	$W_{n-1} X_{t-1} + W_1$	$W_{n-1} X_{t-1} + \dots + W_1$
128	倒4	公式	$X_t \cdot T$	X_{t+T}
130	9-10		式中(加在9-10行间	式中: $S_t^{(1)}$ 为t期一次指数平滑值

页号	行	字	误	正
130	10	公式	$S_t^{(2)}$	$S_{t-1}^{(2)}$
132	倒7	公式	$S_t^3 = aS_t^{(2)} - (1-a)S_t^{(3)}$	$S_t^3 = aS_t^{(2)} - (1-a)S_{t-1}^{(3)}$
135	表头	理论值行	y_t	$\hat{y}_t$
151	6	倒3	需要	需求
153	倒3	3	立等不取	立等可取
159	▽	3	△	副食比重上升; 主食中粗粮比重 下降,
171	倒7	11	不仅会减少其本身	不仅会减少其本 身的需求量
1	倒5	9—10	历史上的	历史上早期的
6	倒9	9	贸易的发展	贸易发展
66	倒5	倒1	畜禽产品用途	畜禽产品中用途
28	倒8	倒4	争取	采取
36	14	12	特殊的物	特殊的物理
40	12	13	鬃青	鬃脊
65	14	倒1	只有	只要
74	14	5	同行业中	同业行业中
76	10	10—21	法律手段和必要的行政手段	与前重复应删掉

目 录 (上册)

前 言	前 1
第一章 绪 论	1
第一节 畜禽产品贸易学概念	1
第二节 畜禽产品贸易在畜牧生产过程中的 地位和作用	3
第三节 建立畜禽产品贸易学的必要性	6
第四节 研究畜禽产品贸易必备的基本观念	12
第五节 畜禽产品贸易学的研究对象和主要内容	14
第六节 畜禽产品贸易学的研究方法	17
第二章 畜禽商品	21
第一节 商品的概念	21
第二节 畜禽产品的生产特点和在贸易上的特性及其 经济作用	27
第三节 畜禽商品分类	33
第四节 畜禽商品的品质要求	41
第三章 畜禽产品市场	61
第一节 市场的基本概念	61
第二节 我国现阶段国内市场的基本特征	70
第三节 畜禽产品市场特征	77
第四节 畜禽产品市场的分类结构和经营形式	85
第五节 畜禽产品市场调查与预测技术	91
第四章 畜禽产品的供给与需求	133

第一章 绪 论

畜禽产品贸易学是人类社会发展到一定阶段，随着生产力的发展、商品的生产和商品的交换而发生发展起来的一门新型学科。在我国，深入探讨畜禽产品的贸易问题不仅具有重大的理论意义，而且具有迫切的实践意义。

第一节 畜禽产品贸易学概念

为了弄清畜禽产品贸易学的概念，首先应当了解畜禽产品和贸易的涵义。

畜禽产品从广义上讲，就是从各种动物身上生产下来的具有实际经济意义的所有产品，包括肉、乳、蛋、毛、皮、脂、骨、角、蹄壳、肠以及其他内脏等。用于贸易的畜禽产品是指通过市场来实现的产品—商品。商品是为了进行交换的劳动产品。它首先必须是劳动产品，劳动的凝结物，劳动的物化；其次，生产商品的直接目的是为了进行交换。交换即是商品的买和卖，买和卖必须通过市场，所以，商品是各类市场进行贸易活动的核心，是市场经济的灵魂。

贸易在我国历史上早有的解释是指买卖或交易。《诗经·风氓》便有“抱布贸丝”的记载：“布、币也，币者所以贸易物也”。贸易、乃是指物产各异其地，彼此互行交易。国际通商以后，行于国内者曰国内贸易，行于国外者曰对外贸易。

贸易，英语为“Trade”或“Market”。Trade指交易或贸

贸易，Market 指市场或买卖。由此可见，贸易与市场有着密切不可分的一面，即贸易以市场为条件，市场以贸易为内容，但从涵义作比较，也有不同之点，即市场指交易是买卖活动的场所或领域；贸易则是指交易、买卖的行为、活动。

贸易的涵义是泛指商品生产者之间以及国与国之间的商品买卖活动，依它所包含的内容可作广义和狭义的理解。从广义上说，畜禽产品贸易是指畜禽产品交换关系的总和，是以畜禽产品的交换为中心的经济关系；从狭义上说，是指畜禽产品的购与销，买与卖的活动，包括这些活动中所要依据的条件。所联系、涉及的问题，如畜禽产品的价格、双方签定的合同，商品的转移与让渡等。畜禽产品贸易这个概念所包含的内容不是一成不变的，它是在发展的，实践证明，随着商品生产的发展、畜禽产品进入流通领域纳入贸易的范围的种类愈来愈多，数量愈来愈大；畜禽产品贸易方式愈来愈多；贸易所具备的技术设施条件愈来愈多，产销关系愈来愈广泛。作为一门专门学科的畜禽产品贸易学也就应运而生了。

“畜禽产品贸易”在我国的著述里或实践上是使用较多的名称。同时还有使用“畜禽产品市场”或“畜禽产品营销”等名称，不论使用哪一个名称，这门学科都是畜牧业经济学的一条分支，也是商品经济学的一条分支。作为畜牧业经济学的一个分支，是以其在畜牧业再生产的地位、职能来区分的，而作为商品经营学的分支，则是以其与各部门商品的不同而加以区分，多条分支结合起来，相互补充，就形成了畜禽产品贸易这门学科。

畜禽产品贸易学是以宏观经济管理和企业经营者的角度出发，以消费者为中心，以市场供求状况及其变化趋势为依据，研究如何

在市场贸易活动中通过有效途径、手段和方法，促进社会生产与社会需求的协调发展和社会与企业经济效益的全面提高，并进一步揭示市场贸易活动发展规律的一门学科。它要研究的是社会经济现象，并不是研究一切社会经济现象，而是主要研究社会再生产中一个环节的经济现象——畜禽产品贸易活动，即研究畜禽产品如何从生产领域通过交换而进入消费领域，完成社会再生产过程。它作为一门学科，是生产社会化和商品经济大发展的产物。是一门研究内容日益广泛，若干分支逐渐形成的重要学科。不是传统习惯上的部门经济学，而是一门综合运用各种有关学科的理论和方法深入研究畜禽产品市场贸易问题的边缘性学科；是一门实践性很强的应用学科。

第二节 畜禽产品贸易在畜牧业生产过程中的地位及作用

畜禽产品贸易，是畜牧业生产的延伸，是发展商品生产的一项重要条件。在生产领域中，生产劳动是创造物质财富的价值，物质财富所具有的使用价值，只有经过人们使用或消费才能实现。马克思指出：“要生产商品，他不仅要生产使用价值，而且要生产为别人的使用价值，社会使用价值”。（《资本论》第一卷，第11—12页）可见，物质财富所具有的使用价值，不仅有一个创造的过程，也有一个实现的过程。在这些过程中，如何将生产者所创造的价值进行转移，让渡（或进行价值再创造）最后满足消费者的需要。畜禽产品的转移，让渡，这就是畜禽产品进入流通领域的贸易活动，是价值实现的必要条件。开展畜禽产品贸易，在国民经济中起着重要的作用，它是开拓畜禽产品广阔市场，促进畜牧业生产发展，加

速畜牧业专业化和地区协作，为城市工矿区提供生产资料和加工原料，为国家提供出口物质，为国家积累资金，提高农民的购买力，改善农民生产，加快畜牧业现代化步伐等等方面都起重要作用。

一、畜禽产品贸易在生产总过程中的地位

畜禽产品贸易，是联系生产与消费的纽带。社会主义的生产目的，是最大限度地满足日益增长的社会需要。实现这个目的，必须通过交换这个环节，交换是人们之间交换他们的活动和劳动产品，这种活动还包括劳务，劳动产品则是物质财富。从社会再生产过程来说，生产是整个社会生产过程的起点，消费则是终点。马克思指出：“生产和由生产所决定的分配与消费之间的中介时间”。从经济意义上说，生产总过程包括三个领域，一是生产领域，即创造物质财富（即产品或商品）的领域；二是流通领域，是交换产品的领域；三是消费领域。流通领域的交换，是联结把生产和消费“中介”是社会生产必不可少的一个环节。生产领域和流通领域是互相联系、互相制约的，不是截然分开的，流通领域包括一部分生产过程的继续。如产品的补充加工、运输、包装、保管等，消费与交换也密切相关，消费必须依赖通过交换来解决消费品的供应。

从畜牧业生产总过程来考察，畜禽产品贸易联结到多方面的关系，具有多种机能：

（一）生产机能。从畜牧业生产领域看，畜牧业生产者（包括生产单位从事商业生产），是畜禽产品的提供者和贩卖者，其生产的目的是为别人提供使用价值。但是当生产将产品贩出即参与畜禽产品贸易，其所得收入要最低限度抵偿在生产过程所费的开支，而且争取有盈余，才能进行扩大再生产。可见，畜牧业生产者从事商品

生产，必须掌握畜禽产品市场的情报信息，了解消费者对商品的要求，通过畜禽产品贸易对生产反馈起生产机能作用。

(二) 分配机能。在畜禽产品交易过程里，为了满足消费者的需要，必须进行货源的组织、调拨。这是属于分配的机能。

(三) 交换机能。为了将畜禽产品的价值进行转移、让渡、以适应消费者的需要，必须在贸易工作中，进行产品的采购，将分散的产品集中，然后经过零售或批发过程进行分散销售，在产品的购销上仍有价格、信贷、合同等等的活动，这是属于交换机能。

总之，畜禽产品贸易的三方面的机能是相互联系的，如果某一方面的机能失灵，必然对其他机能产生影响。

由上可见，所谓畜禽产品贸易在畜牧业生产总过程中的“三介”作用，即介入生产、分配和消费中的作用，它起着促进城乡交流、繁荣农村经济作用。

1、畜禽产品贸易是联系生产者与消费者之间的桥梁。通过贸易活动，使生产者知道生产什么、生产多少、如何销售、销售给谁，最终是提高畜禽产品，满足消费者的需求。

2、畜禽产品贸易是畜禽产品分配的媒介。畜牧业企业在一定时期内所创造出来的产品或价值，在社会成员（包括企业成员）之间的分配。畜禽产品贸易是起媒介作用，将畜禽产品的使用价值转化为价值，有赖于畜禽产品贸易来实现。

3、畜禽产品贸易是城乡经济交流的纽带，从城市和工业区输入工业品、输入生产资料，从农村输出畜禽产品，输入与输出愈多，交流不息，城乡经济愈繁荣。

二、畜牧业生产与畜禽产品贸易的发展关系

畜禽产品贸易的发展，总是从畜牧业生产开始的。因为畜禽产品贸易的发展，首先要受到畜牧业生产领域内诸因素的影响，如畜牧业生产经营方式，畜牧业生产的地区分布，畜牧业专业化以及畜禽产品的性质等。

(一) 生产经营与畜禽产品贸易的关系。畜牧业中的所有制、生产经营的规模，以及专业化状况都影响畜禽产品贸易的发展。我国农村中的多种经济成分，多种经营形式，是适应目前我国农村畜牧业生产多样化的生产状况，是有利于畜禽产品贸易的发展的。我国农村的畜牧业生产资源多种多样，有的适应于大规模经营，有的只能适应小规模经营，有的属于商品性生产，有的属于商品性生产与自给性生产相结合。将这些人民生活所必需的多种多样畜禽产品都发展起来，相应地要求在社会主义大生产为主导前提下存在多种经济成分。因为畜牧业生产提供的产品种类愈多，数量愈大，畜禽产品贸易也就愈旺盛。畜牧业生产的专业化，是提高畜禽产品商品率，促进畜禽产品贸易的发展的重要条件。农业发达国家的历史和现状一再证明，畜牧业生产的分工与专业化，是畜禽产品贸易发展的极为重要的条件。而农村的自然经济，是排斥分工与专业化的，不利于畜禽产品贸易的发展。

(二) 畜禽产品的使用价值与畜禽产品贸易的关系。畜禽产品以用途最广的是为人们提供食品和加工的原料，就人们所需的食品中，有许多畜禽产品也要经过加工后始能直接作为食品。由此可见，畜牧业的产出，大部分以原料形式出现，必须经过加工才能消费。如产地的猪、牛、羊、鸡肉等，这是人们（包括产地）必须的食品，

其商品率比较高。类似这些畜禽产品，一般都是体积大，

单位重量的价值比较小，相对于工业品来说，所花运输费用比较大，而且易于腐烂，损耗率较大，不利贮藏，宜迅速提供贸易。因此，在畜禽产品贸易上需要有专门设置。如冷藏、运输、建设贮存库，以保证产品的质量，有利畜禽产品贸易的发展。

(三) 畜牧业生产的地区分布与畜禽产品贸易的关系。畜牧业生产的地域分布与畜牧业的专门化有密切关系，与各地的自然条件以及历史上所形成的产品集中或分散点以及技术水平也有密切关系。如猪以及家禽的主产区在农区如江浙、两湖、两广等地，商品产量占80%以上，牛、羊、马则集中在西北，肉用兔集中在北方，毛用兔集中在南方，从六十年代起，农业生产片面强调“以粮为纲”挤掉其他农副业生产，各地畜禽产品的产量连年波动很大，畜禽产品贸易受到很大影响，党的十一届三中全会后，吸取历史上的经验教训，明确了畜牧业地域分布与生产结构的合理化，今后的畜禽产品贸易必然会日益发展。

(四) 畜牧业生产的季节性，风险性与畜禽产品贸易的关系。畜牧业生产的季节性，常常影响着产品的贮藏、加工、运输和消费。如仓库贮藏装备的设置，仓库的容量要能接近需要，如果将所贮藏的产品或分送加工、或运销、零售与直接消费，意味仓库又空着，从而增加贮藏费用的开支。许多畜禽产品可以在生产过程采取措施从根本上来改变这种季节性的供应状况。如牛奶、鸡蛋可以用育种方法和经营方法，使生产达到均衡供应，也可以在流通过程中采取措施，如实行冷藏、加工、包装等。以减少季节性集中供应的状况。