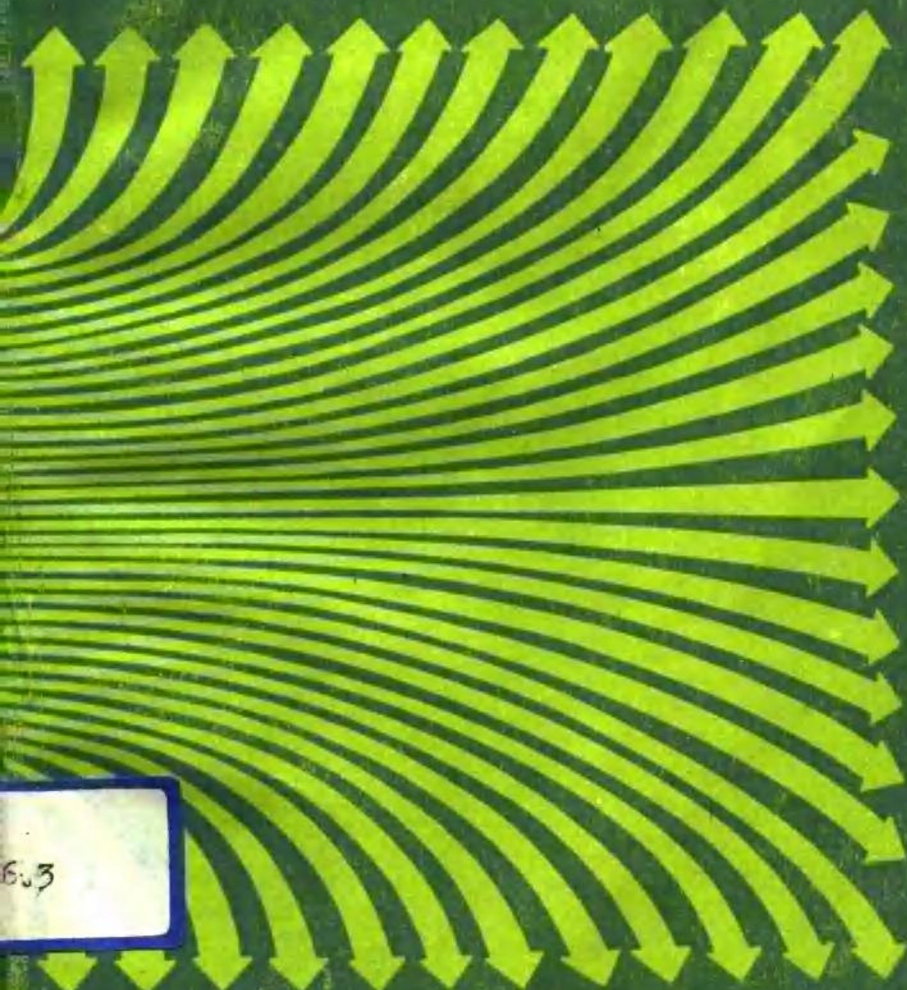


农业推广学

NONGYETUIGUANGXUE



6.3

李传卿 郭升平 编著

农村读物出版社

农 业 推 广 学

彭传彪 编著
郭开源

责任编辑 潘建光

*

农村读物出版社 出版

通县教育局印刷厂 印刷

新华书店北京发行所 发行

*

787×1092 毫米 1/32 8.53 印张 192 千字

1988年8月第一版 1988年8月 北京第一次印刷

印数：1—10000

ISBN 7-5048-0139-9/S·6

书号：16267·24 定价：2.50元

前 言

党的十一届三中全会以来，我国的农业生产和农村商品经济迅猛发展，使农业推广工作也出现了好势头。为了使农业推广工作能够适应这种新形势，开创新局面，我们编写了这本《农业推广学》。

《农业推广学》的基本内容，包括农业推广的历史；农业推广的内容和程序；农业推广的基本原理；农业推广的形式；县级的农业推广工作；农村家政以及农家消费等。了解和掌握这些基本内容，是对《农业推广学》这门学科应该必备的知识。

我国是一个农业古国，有着丰富的农业科学技术。传统的农业推广工作，是我国古代农业科学技术中的重要组成部分，对我国传统农业的发展起着不可忽视的作用。早在两千年前的西汉，农业推广工作就开始建立在科学的基础上，并创造了推广先进农业技术的一套推广程序。到了宋代，农业推广工作又有了进一步的发展，其农业推广工作的规模之大，速度之快，效率之高，更是其它朝代所不能比拟的，从而把我国的农业推广工作推向新的高峰。明末清初，以陈振龙家族为代表的农业推广世家的出现和发展，更是我国农业推广史上的一个壮观。清初，以苏州一带推广御稻为标志，又创造了一整套推广农作物新品种的科学程序。至此，我国古代的农业推广工作不仅系统完整，而且定型化了，从而促使农业推广发展成为农业科学技术不可分割的一个组成部分。

新中国的成立，为农业推广工作开辟了更加广阔的道路。由于历史的原因，我国的农业推广工作，虽然也走过一些曲折的道路。但是，我们的党和人民政府引导广大的农业科技人员，排除干扰，终于使农业推广工作逐步走上了健康发展的轨道。特别是党的十一届三中全会以后，我国的农业推广工作发展到了一个新的阶段。我们一定要争取在不太长的时间内，跨入世界农业推广工作的先进行列，并为实现我国的农业推广工作现代化作出新贡献。

本书可供各级领导干部、农业科技人员、农业科研人员、农业推广工作人员、农业院校师生以及其他从事农村工作的人员学习、参考。

本书编写过程中，曾得到多方面的教益，诸如华中农学院施潮、沈达尊教授、刘筠谦副教授和管理分院韩先瀛等和南京农业大学王希贤教授、四川省农科院林世铮助研、陕西省科技中心徐树基教授，以及中国专利局人事教育处和北京顺义县保险公司等单位，又特别是在出版时，还得到农村读物出版社负责人孙祖年同志对本书的审定，谨在此一并表示谢忱。

由于我们对本学科研究不深，水平所限，错误和不足之处，在所难免，敬请广大推广工作人员和读者指正。

编著者

1985年3月1日

目 录

第一章 农业推广的作用	(1)
第一节 农业推广是联结科研机关同广大 农村的桥梁.....	(1)
第二节 推广机构是推动成果转化的纽带.....	(2)
第三节 推广工作是提高农业劳动率的 有力手段.....	(3)
第四节 农业推广是加速农业现代化的 重要措施.....	(6)
第二章 农业推广的历史	(10)
第一节 汉代——农业推广走上科学轨道.....	(11)
第二节 宋代——传统农业推广工作 更上一层楼.....	(14)
第三节 明末到清初——推广世家的 功勋比神农.....	(25)
第四节 清初——农业推广程序进一步完善.....	(26)
第五节 清末到民国——现代农业推广的萌芽... (28)	
一、清政府末期的农业推广.....	(28)
二、北洋军阀时期的农业推广	(29)
三、国民政府时期的农业推广	(29)
第六节 新中国成立——党和政府领导农业 推广继续前进.....	(31)
一、陕甘宁边区的农业推广.....	(31)
二、新中国成立后的农业推广.....	(33)
第三章 农业推广的内容和程序	(38)

第一节	农业推广的目的和任务.....	(38)
	一、农业推广的目的	(38)
	二、农业推广的任务	(42)
第二节	农业推广的内容.....	(45)
	一、推广与农业生产直接有关的 各种技术措施.....	(45)
	二、推广与农民家庭副业有关的 各种技术措施.....	(46)
	三、推广与农民家庭生活有关的技术措施.....	(47)
第三节	农业推广的程序.....	(48)
	一、选定推广项目	(48)
	二、试验.....	(49)
	三、示范.....	(50)
	四、推广.....	(51)
第四节	编制推广计划.....	(52)
第四章	农业推广的基本原理.....	(54)
第一节	农业推广的原则.....	(54)
	一、根据本地实际, 选择推广项目	(54)
	二、革新先试验, 推广先示范	(54)
	三、积极示范引导, 启发农民自愿	(55)
第二节	农业推广的特点.....	(56)
	一、农业推广工作的特点.....	(56)
	二、农业推广人员的特点.....	(61)
第三节	农业推广模式.....	(62)
第四节	推广研究.....	(66)
	一、推广研究的对象	(66)
	二、推广研究的内容	(67)

	三、推广研究的方法	(67)
第五节	推广成果的评定	(68)
	一、农技推广成果的确立	(69)
	二、推广成果的 评 定	(70)
	三、推广成果的再推广	(72)
第五章	农业推广的经济效益	(73)
第一节	农业推广经济效益的预测	(73)
	一、新成果推广规模起始点	(73)
	二、农业推广工作的经济临界限	(74)
第二节	推广单位经济效果指标	(75)
	一、推广单位纯收益	(75)
	二、推广费收益率	(75)
	三、推广劳动生产率	(76)
	四、与计算推广单位经济效益 有关的指标	(76)
	五、与计算推广经济效益有关的 系数和数据	(80)
第三节	推广费的计算	(82)
第六章	农业推广的形式	(85)
第一节	责任制形式	(85)
	一、联产承包	(85)
	二、专业承包	(85)
	三、包技术指导	(86)
	四、农技干部岗位责任制	(86)
第二节	宣传形式	(88)
	一、定期举办农业技术广播会	(88)
	二、举办科学技术 讲座	(88)

	三、组织巡回辅导	(89)
	四、科学技术赶集	(89)
	五、举办科技展览会	(89)
	六、放映科教电影和幻灯	(90)
	七、编印“农业科技”简报	(91)
第三节	服务形式	(91)
	一、创立农业科技顾问组	(91)
	二、建立农技推广咨询处	(92)
	三、创立农业技术服务公司	(92)
	四、开办科技阅览室	(93)
第四节	交换形式	(93)
	一、技术转让	(94)
	二、产品出售	(95)
	三、实行专利法	(96)
第五节	保险形式	(100)
	一、建立理赔协会	(100)
	二、开办保险业务	(101)
第七章	县级的农业推广工作 (一)	(102)
第一节	开展农民教育	(102)
第二节	发展多种经营	(104)
	一、手工业	(104)
	二、采集业	(104)
	三、商业服务业	(105)
	四、交通运输业	(105)
	五、农区林业	(105)
	六、养殖业	(106)
	七、庭院经济业	(106)

	八、收集废品业	(106)
	九、信息服务业	(106)
	十、种植业	(106)
第三节	办好乡镇企业	(107)
	一、种植、养殖业	(107)
	二、农副产品加工业	(107)
	三、采矿业	(108)
	四、能源工业	(108)
	五、建材、建筑业	(108)
	六、轻工业	(108)
	七、化学工业	(108)
	八、机械工业	(108)
	九、交通运输业	(109)
	十、商业、服务业	(109)
第四节	发展农村个体工商业	(109)
第五节	开展信息研究	(110)
	一、利用科技信息，加快农业发展	(111)
	二、研究经济信息，做到产销对路	(112)
第六节	组织高产竞赛	(113)
第七节	搞好推广奖励	(114)
第八章	县级的农业推广工作 (二)	(116)
第一节	实行配方施肥	(116)
第二节	应用区划成果	(117)
第三节	推广配合饲料	(119)
第四节	增施有机肥料	(121)
第五节	保护有益生物	(123)
第六节	加速良种繁育	(125)

一、建立种子站	(126)
二、办好种子站	(127)
三、搞好良种推广	(129)
第九章 农民教育	(131)
第一节 现代化人的概念	(131)
第二节 外国的农业教育	(134)
一、农民教育机构的设置	(134)
二、农民教育的方式方法	(136)
三、培养有职称的农民	(137)
四、农民教育的类型	(138)
第三节 我国的农民教育	(139)
一、农民技术培训班	(140)
二、农民业余技术学校	(140)
三、农民技术学校	(141)
四、中央农业广播学校	(142)
五、正规农民大学	(143)
第十章 农业推广教育	(144)
第一节 农业推广是一门科学	(144)
第二节 外国的农业推广教育	(145)
一、发达国家的农业推广教育	(145)
二、发展中国家的农业推广教育	(147)
三、美国的农业推广教育	(148)
第三节 我国的农业推广教育	(149)
第十一章 农业推广为农村商品生产服务	(154)
第一节 农村商品生产反映在科学技术上 的特点	(155)
第二节 农业推广走技术经济实体的道路	(157)

第三节	农业推广要实行有偿投资和 和有偿服务.....	(159)
	一、推广的有偿投资	(159)
	二、农业推广的有偿服务.....	(160)
第四节	农业推广要转为综合服务的方向.....	(162)
	一、产前服务	(163)
	二、产中服务	(163)
	三、产后服务	(163)
第五节	建立农业社会服务体系.....	(164)
第十二章	农业院校的推广工作.....	(167)
第一节	农业推广的历史沿革.....	(167)
第二节	农业推广的重要渠道.....	(169)
	一、地位和作用	(169)
	二、推广工作的优势	(171)
	三、农业院校通向生产的推广渠道	(173)
第三节	综合试验基地建设.....	(175)
	一、校外基地建设	(175)
	二、校内基地建设	(176)
第十三章	三级推广组织的建设.....	(178)
第一节	县农技推广中心.....	(178)
第二节	区农技推广站.....	(181)
	一、区站的性质和规模	(181)
	二、区推广站的任务	(181)
	三、区推广站的建设	(184)
第三节	乡农技服务公司.....	(184)
	一、人员编制.....	(184)
	二、主要任务.....	(185)

三、提高农民技术员的业务水平	(185)
四、经费问题	(186)
五、自筹资金	(186)
第四节 农技示范户	(187)
第十四章 农业推广现代化	(189)
第一节 领导问题	(189)
第二节 推广机构	(190)
一、科委系统	(191)
二、农业行政系统	(191)
三、农业科研系统	(191)
四、高等农业教育系统	(192)
第三节 推广人员	(198)
第四节 推广经费	(199)
第五节 培养推广力量	(200)
第六节 实现农业推广现代化的有利条件	(202)
一、中央领导同志的重视和支持	(202)
二、推广奖励鼓舞着推广人员	(203)
三、传统农业技术丰富了今天 的推广工作	(203)
四、丰硕的科研成果是推广工作的 有力后盾	(207)
第十五章 农村家政	(209)
第一节 我国有着重视家政推广的传统	(209)
一、我国古代的家政推广	(209)
二、我国近代的家政推广工作	(211)
第二节 外国的家政推广工作	(216)
第三节 家务劳动	(221)

一、家务劳动的种类	(222)
二、家务劳动的效益	(223)
三、安排家务劳动的技巧	(226)
第四节 家庭管理	(228)
一、家庭结构	(228)
二、家庭关系	(229)
三、家庭管理	(230)
第十六章 家庭消费	(237)
第一节 消费的积极意义	(237)
第二节 消费构成及其变化	(243)
一、消费构成	(243)
二、恩格尔定律	(245)
三、农村消费的变化	(246)
四、农村经济发展概况	(249)
第三节 家庭消费的筹划	(251)
一、家庭消费要划算	(251)
二、分期付款购买商品	(252)
三、耐用消费品要提取折旧费	(254)
四、建立家庭日用帐	(255)
五、农家消费十则	(256)

第一章 农业推广的作用

第一节 农作推广是联结科研机关 同广大农村的桥梁

农业推广工作是联结科研机关同广大农村的重要桥梁。新中国一建立，我们的党和政府就十分重视农业科学研究。除了大力兴办农业院校之外，从中央到省和地区又成立了各级农业科学研究机关，并投入了不少的人力、物力和财力，大力开展科学研究，取得了比较丰富的科研成果。一项农业科研成果，看其有无价值、价值是大是小，只有推广到实践中去加以应用，才能得出正确的结论。任何一项应用性的农业科研成果，光停留在试验阶段，不管效果怎么好，还是不能最后判断其价值。农业科研成果检验价值的最好场所，就是把它放到农村、农场的生产中去，通过实地试用，效果就会表现出来，从而判断出价值的大小。因此，将农业科研成果放到生产第一线去检验是必由之路。让成果在生产中发挥作用，使农民增产增收，使社会从中受益，这是取得科研成果的最终目的，除此而外，没有其它目的。

那么，农业科研成果是怎样从科研机关到达农民之手的呢？办法可能不只一种。但最有效的一个办法，那就是通过推广机构这个中间环节，而最后到达广大农村的。所以说，推广机构是科研成果通向农民之手的桥梁，通过这座重要桥梁，就可以把农业科研机关同广大农村联结起来，农业科研

成果就可以源源不断地转到农村，从而产生出巨大的物质力量。在现代化条件下，科研手段日益现代化，科研成果的研究周期不断缩短，新的科研成果不断涌现，如果国家不能充分利用推广这座桥梁，成果的推广速度就必然缓慢。有些科研成果本来当时有一定使用价值，推广后能给农业生产带来一定的好处，但由于不注意推广，以至几年一过，这项研究成果就失去了使用价值，国家投入的人力和物力就变成了白白的浪费。这个情况我们已经遇到过不少了，对此要引起我们的充分注意。

第二节 推广机构是推动成果转化的纽带

科学技术是一种知识形态的、潜在的生产力。科研成果基本属于科学技术的范畴，也是一种潜在的生产力。科研成果只有由潜在生产力形态转化为物质生产力形态以后，它的作用才能发挥出来，而这个转化必须要推广机构参与其事。在这个过程中，转化的速度和质量是个极端重要的问题。日本人说过，引进创新，质量是关键，速度是金钱。这个说法体现了推广工作的性质和特点，因而，推广机构是推动成果转化的强大纽带，也是把成果送往农村的传送带。

科研成果是科研人员辛勤劳动的结晶，但不是所有经过科研人员辛勤劳动的产物都能称得上科研成果。就农作物和园艺作物新品种而论，原农业部农牧业科技成果管理试行办法规定：“这两种作物的新品种，在培育成功之后，要经过三年区域试验及观察鉴定，证明比当地用于生产用种显著增产、优质或其它有价值的特殊优异性状，才能定为成果。”由此可见，农业科技人员辛勤劳动的产物能够作为成果定下

来，那是付出了很大代价的。

科研成果来之不易，尤其农业科研成果更是如此。由于受自然因素的限制，农业科研的试验周期长，一年只能进行一次。在选课正确、方法对头的情况下，一项成果的取得，少则需几年，多则十几年，甚至于几十年。所以要十分重视成果的推广，要充分利用推广这个纽带，把它们高效率、高质量的推广开去。成果推广的速度越快，质量越高，其转化的效率也就越高，对生产的作用就越大。

第三节 推广工作是提高农业劳动率的有力手段

农业科研成果经过推广机构传播开去，会产生出巨大的物质财富，国家投入推广部门的经费，而实际产生的经济效益在短期内是成若干倍增加的。解放后，尤其是粉碎“四人帮”之后，我们的党和政府对推广工作给我国农业生产带来的经济效益，已经给予了充分的肯定。赵紫阳总理在五届全国人民代表大会第四次会议上所作的政府工作报告中指出：“一些良种的培育和推广，得到的经济效益，往往是全部研究经费的几十倍、几百倍甚至更多，充分显示了科学研究这种智力投资的巨大威力。”他的这个结论，已被很多农业科研成果的推广所证实，其中尤以杂交水稻的育成和推广最为突出。

根据有关资料介绍，杂交水稻培育成功后，一直受到农民的欢迎，迅速推广。从1976~1981年，全国累计种植3.3亿亩，增产粮食330多亿斤，每亩比一般常规稻增产50公斤以上。若以大田每亩平均产500公斤稻谷计算，相当于累计扩

大了 3,300 万亩水田，每年相当于扩大了 470 万亩水田的面积。1982 年全国粮食大增产中，杂交稻增产 55 亿公斤，增产量占全国水稻增产总数的 44%，相当于扩大耕地 1,100 万亩。目前，我国 5 亿多亩水稻种植面积中，杂交稻还占不到 20%，已经种植的杂交稻产量也很不平衡。这说明，扩大种植杂交稻，还有很大潜力可挖。

当前，我国粮食生产的形势很好，粮食总产量已突破 4,000 亿公斤，超过“六五”计划规定的指标 400 余亿公斤，人均占有 400 公斤，第一次达到世界平均占有粮食水平。但是同发达国家相比，我国的人均粮食占有量仍然不高，而且我们的肉类消耗水平较低，要把粮食转化成肉类，尚需要较大的数量才能满足。因此，畜牧业要发展，粮食生产也还要发展，任务仍然十分艰巨。我国人均耕地少，不可能用大量扩大耕地的办法来发展粮食生产，主要只能从提高单位面积产量方面找出路。农牧渔业部领导同志经常到杂交稻产区听取专家的意见和农民的呼声，发现进一步推广杂交稻是增产粮食和提高粮食品质的可靠路子，果断地把推广杂交稻紧紧地抓在手里，着重抓当前，并注意长远，制定了 1983~1985 年推广杂交稻的规划。并在推广和普及杂交稻制种、种植等方面采取一系列措施，从而保证了杂交稻种植面积的逐步扩大和向适宜地区推广的速度。

为了落实推广杂交稻的规划，农牧渔业部成立了由全国著名专家参加的杂交稻顾问小组。这个小组在 1982 年 9 月上旬到长江流域各省进行考察，论证了农牧渔业部制定的杂交稻生产规划，并提出了对现有科研成果和重大增产措施推广普及方案。农牧渔业部还于 1982 年底在成都召开了全国水稻会议，总结推广了一些先进经验。部里还针对杂交稻生产中