

营销农资的成功探索

——吴县农资公司支持农业生产的基本经验

石恂如 徐元明 著
吴 群 章寿荣



4.9

YXNZDCGTS · 河海大学出版社

营销农资的成功探索

——吴县农资公司支持农业生产的基本经验

石恂如 徐元明 著
吴 群 章寿荣

※

河海大学出版社出版发行

(南京西康路一号)

江浦第二印刷厂印刷

※

开本787×1092毫米 1/32 印张5.375

字数116千字 印数0001—2500

1990年11月第1版 1990年11月第1次印刷

ISBN 7-5630-0336-3/F·41

定价：2.50元

立足本职为农业
当好后勤利人民

袁希元

一九八七年

公司黨支委擴大會進一步學習討論貫徹落實中央五、六中全會精神。

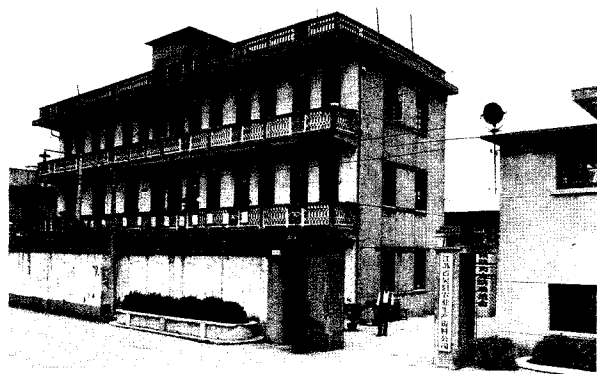


公司經理在研究農育專營，搞好支農工作。

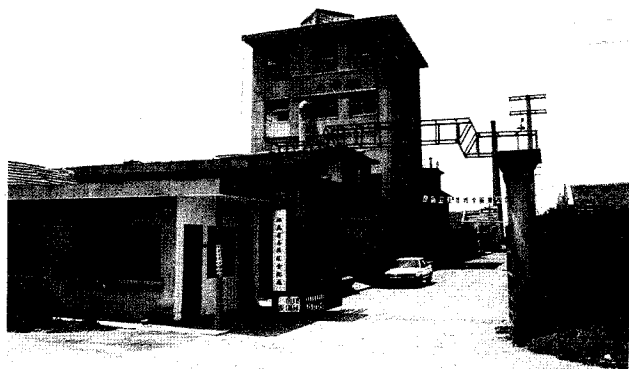


公司黨支委研究任期發展規劃

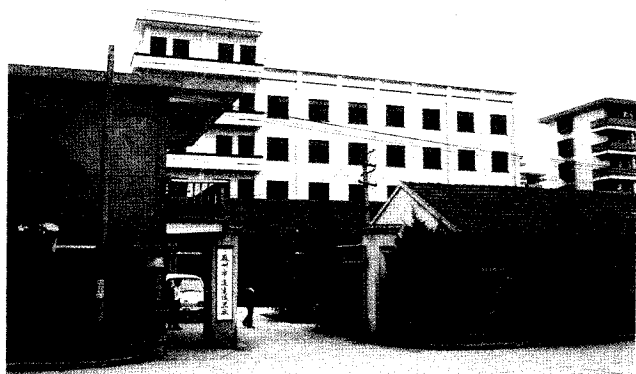
公司外景一角。



公司聯營廠吳縣複合肥廠年產複合肥四萬噸。



公司辦廠蘇州市通達儀器廠年產值三百多萬元。



肥藥站領導正在研究不誤農時及時組織調運，確保生產需要。



公司擁有一個輪隊。圖為2號拖輪。



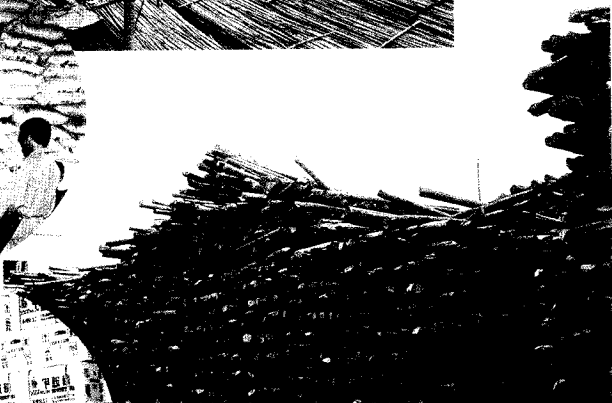
全公司擁有化肥倉儲面積八仟四百二十平方米。圖為化肥正在進倉入庫。



公司碼頭全景。



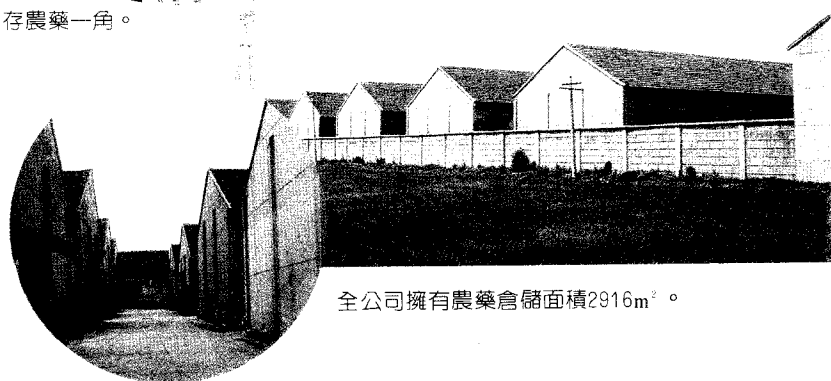
化肥整包。



防汛器材一角



庫存農藥一角。



全公司擁有農藥倉儲面積2916m²。



全縣共設有小農具門市部五十七個。圖為北橋供銷社小農具門市部一角。

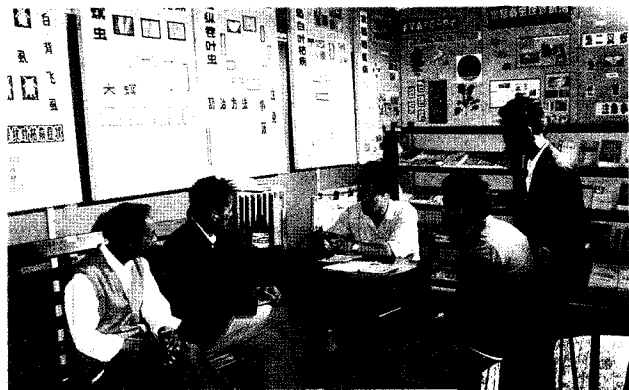
全縣有節代修門市部三十個。圖為渭塘供銷社節代修門市部。



全縣共有農機門市部二十個。圖為北橋鄉供銷社農機門市部一角。



全縣小農具加工場22個。圖為北橋供銷社竹製加工場一角。



全縣有鄉級農技諮詢站三十五個。圖為渭塘鄉農民正在向該站諮詢的情形。

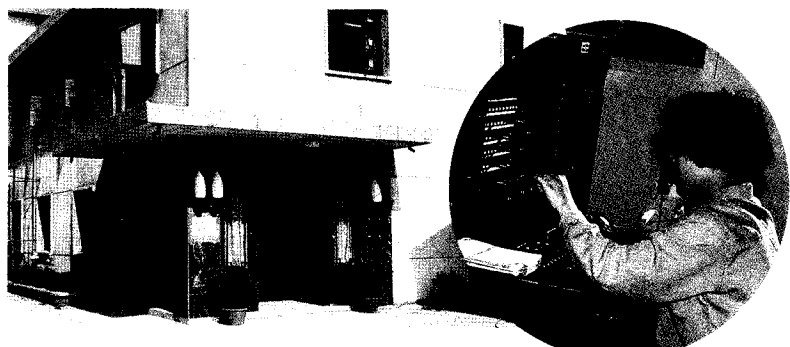
20多年來公司支持全縣16個鄉鎮山區培育竹林22318.7畝。圖為楓橋鄉開山村毛竹林一角。



北橋供銷社農技諮詢站在向農業大戶傳授農技知識。



全縣有村級肥藥供應服務站519個。圖為渭塘鄉渭南村肥藥服務站正在向農民供應化肥。



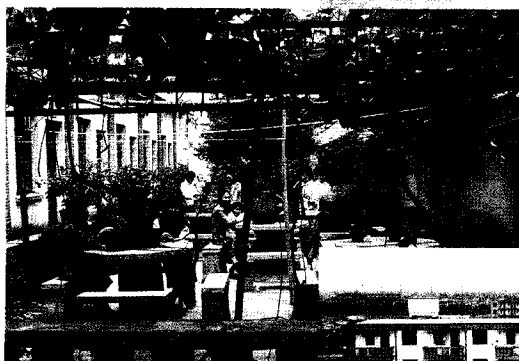
公司總機共有五十門。

公司開拓的招待所，設有床位111張。

公司對外開放的小餐廳。



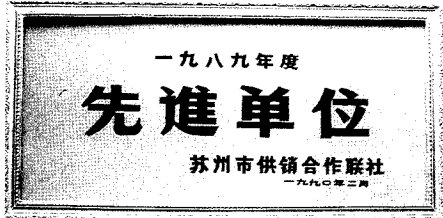
公司生活區的小公園。



公司改革以來共建職工宿舍
4幢88套，共計面積6224m²。



1989年榮獲省市縣部份獎狀獎杯



序 言

农业生产资料是发展农业的重要物质条件。保质、保量、稳价、适时供应好农业生产资料，是各级供销社及农资部门工作的头一位任务。

长期以来，我们江苏省的农资部门在各级政府重视和供销社的直接领导下，坚持以农为本，积极有效地开展农资供应服务，供应数量不断增长，供应方法不断改进，服务工作不断加强，农民满足程度提高，为支援农业生产的持续发展作出了重要贡献。特别是国务院决定从1989年起，对化肥、农药、农膜实行了专营，这是国家治理经济环境、整顿经济秩序的一项重要措施。全省供销社系统广大农资干部职工团结一致，知难而进搞专营，尽责尽力为农民，取得了“治乱利农”的显著成效。实践证明：对主要农资商品实行专营是十分必要的。为更好地把专营工作坚定不移地搞下去，争取更大成效，国务院于1989年底特制定下发了关于完善农资专营的办法。江苏省人民政府又在最近下发的有关文件中重申了省、市、县农资公司和基层供销社的农资经营部门是化肥、农药、农膜专营的法定部门。这既是对供销社农资部门过去已做工作的充分肯定，同时又对今后工作提出了新的更高要求，如何把这项工作进一步做好，这是要悉心研究并必须解决好的问题。

无可置疑，农业生产资料供应，乃是整个社会经济生活

中的一个组成部分。农资经营部门既有其行业的特性，又要与整个社会经济生活（特别是农村经济生活）的变革相适应。多少年来，尤其是在改革开放的推动下，各地农资部门都在着力于寻求本行业适应形势发展的最佳点，有许许多多好的做法和可取的经验，把这些好的做法和经验总结出来，汇集起来，可称作是一组动听的支农赞歌。《营销农资的成功探索》正是这部支农组歌中的一曲。

本书作者通过对吴县农资公司的全面考察，客观地反映了他们在长期的农资供应工作实践中，在改革开放的新形势下，奋发进取的业绩。他们的基本经验可以概括为：有个始终如一的明确指导思想（坚持为农服务作己任，千变万变，这个宗旨不变）；正确理好两个关系（坚持重视社会效益，又抓企业效益，两者发生矛盾时，企业效益服从社会效益）；坚持三个正确对待（对上级多请示、汇报，部门之间多联系、合作，对下级多服务），努力促使四个转移（从单一为农村种植业服务转移到为农村各业服务，坚持主业，开拓经营；从经营管理型转向经营服务型，由单纯买卖，走抓供管用、物技挂钩的新路子，从纵向经济联系，逐步转向纵、横向相结合的经济联系，建立网络，广集信息，开拓货源渠道，促进增供保需；企业经营管理上从“大锅饭”转向全面推行并不断完善经营承包制，增强职工的企业主人翁意识，苦练“内功”，振兴企业）。他们的经验可取之处还在于他们有一个具有较强改革意识、团结合作的领导班子，培养出了一支肯干善战的职工队伍。作者通过全面考察，给奋斗在为农服务岗位上的农资企业及其领导者、职工们鸣锣击鼓，宣扬他们对发展农村经济、发展农业生产尽责服务的耿耿丹心、

拳拳忠悃以及壮大企业的胆略，也描绘和探索他们富有竞争意识及探索精神的实践轨迹，以利于今后借鉴，并给他人以启发，进而奏起更多更美的乐章，让一曲又一曲的支农赞歌在乐池中迸放，这也是作者的用心。但如上所述《营销农资的成功探索》仅仅是以吴县农资公司为题材，只是支农组歌的一曲，这就有可能存在某些局限性，有可能出现某些不妥之处，欢迎同仁们扶正。这里还需要提出的是任何即使是珍贵的经验，往往都是动态性的，都不应成为人们继续前进的负担，同时在新的历史条件下将不断面临着新形势、新课题，这也不能从他人的、既往的经验中得到现成的答案，重要的还在于正确运用既往的经验，从中得出规律性的东西，以便理论与实践更紧密地结合起来，推动支农服务工作更上一层楼。

过成吉

一九九〇年八月

目 录

序 言.....	(1)
第一章 吴县农业生产发展的后勤保障者.....	(1)
第一节 改革是发展农业生产的原动力.....	(1)
第二节 农用物资供应与农业生产发展.....	(5)
第三节 在发展农业生产中发挥整体功能.....	(11)
第二章 开源：向多渠道拓展.....	(16)
第一节 农用物资的来源.....	(16)
第二节 立足本地保货源.....	(19)
第三节 源源物流引吴地.....	(23)
第三章 服务：贯穿于物流的始终.....	(29)
第一节 坚持为农服务的宗旨.....	(29)
第二节 建立经营服务网络.....	(36)
第三节 发挥双重服务功能.....	(43)
第四章 蓄储：围绕“淡储旺供”抓管理.....	(56)
第一节 “淡储旺供”的行业特点和要求.....	(56)
第二节 适应“淡储旺供”的基本做法.....	(60)
第三节 建立相应的内部管理制度.....	(65)
第五章 多业：寓社会效益于企业效益之中.....	(76)
第一节 开拓经营的客观必要性.....	(76)
第二节 发展多种经营的具体措施及成功的经验.....	(79)

第三节	运用盈利补贴农用物资·····	(83)
第六章	艺术：企业决策者的领导奥秘·····	(87)
第一节	领导者的改革、开拓精神·····	(87)
第二节	开展公关活动，搞好协调工作·····	(95)
第三节	发挥党支部作用，重视思想政治工作···	(100)
第七章	未来：研究和探索的几个问题·····	(106)
第一节	农资价格·····	(107)
第二节	贷款、利率·····	(109)
第三节	设立农资经营风险基金制度·····	(110)
第四节	农资营销企业的多业经营·····	(111)
第五节	农资生产与销售一体化·····	(112)
附 录：	吴县农业生产资料公司工作人员岗位责 任制·····	(117)

第一章 吴县农业生产发展的 后勤保障者

第一节 改革是发展农业生产的原动力

江苏吴县地处美丽富饶的长江三角洲之腹，太湖之滨，环抱苏州市，境内土壤肥沃、气候温和、河网密布，水陆交通畅达，历史上素有“鱼米之乡、丝绸之府”之称，是我国农村经济发达的地区之一。全县土地总面积1634平方公里，其中耕地占54%，水域占22%，丘陵山地占11%，工交用地占13%。1988年末，有农业人口100.27万人，占总人口的90.6%，农村劳动力64.8万个，占总劳动力的89.9%，拥有耕地7.50万公顷，人均占地0.07公顷，劳均占地0.12公顷。辖11个镇，24个乡，890个村。1988年农村社会总产值达64.47亿元，其中农业产值10.67亿元，农村工业产值44.1亿元。全年生产粮食64.69万吨，油料总产1.51万吨。全县化肥施用量139274吨，按复种面积，亩均69.42公斤。农民人均收入1074元。其中来自农副业的占71%，经济建设的节拍和步伐比全国大多数地区迈得更快，富庶的农村、富裕的农民建设蓝图正展现在人们的面前。

党的十一届三中全会以来，尤其是以1983年全面推行家庭联产承包制为契机，吴县的农村经济取得了突破性的进