

本书编写组



中国供销合作社基础知识

农副产品经营



中国财政经济出版社

中国供销合作社基础知识

农 副 产 品 经 营

本书编写组

中国财政经济出版社

中国供销合作社基础知识

农副产品经营

本书编写组

*

中国物资出版社出版

(北京东城大佛寺东街8号)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

河北涿州新华印刷厂印刷

787×1092毫米 32开 6.625印张 133000字

1991年1月第1版 --- 1991年1月北京第1次印刷

印数: 1-6100 定价: 2.50元

ISBN 7-5005-1173-6/F·1102

出版说明

近年来，随着国民经济持续稳定的增长和经济体制改革的深入发展，供销合作社系统增加了许多青年职工，大批中青年干部走向了领导岗位。他们决心为建设有中国特色的社会主义事业增砖添瓦，渴望出版一套比较系统地介绍供销合作社基础知识的书籍，以便从中学习与掌握合作社的基本原则、科学管理和业务基础知识，进一步办好中国供销合作社事业。

为了适应广大职工、干部的需要，我们组织编写了一套《中国供销合作社基础知识》丛书。由中国财政经济出版社陆续出版。这套丛书以介绍基本理论、基础知识为主，也介绍一些具体方法，力争体现科学性、系统性和实用性相结合的原则，为供销合作社职工、干部提供规范化的读物。

本书是这套丛书中之一种，参加编写的有申太祥、梅慕林、赵一鸣、郭德芳、张焕良、李兴铎、尹耀南、芦传贵等同志。

为了加强丛书的组织、研究和审定工作，成立了《中国供销合作社基础知识》丛书编辑组。成员有杨德寿、高殿启、傅德宝、朱纬文、陈晴初和罗林等同志。在筹备、组织编写过程中得到了有关省、自治区、市供销社的积极支持，在此表示感谢。

中华全国供销合作总社理事会

中国供销合作经济学会

1990年8月

目 录

一、农副产品经营的特点与意义	(1)
(一) 农副产品生产在国民经济中的地位	(1)
(二) 什么是农副产品经营	(2)
(三) 销售是农副产品经营的中心环节	(6)
(四) 搞好农副产品经营的重要意义	(8)
(五) 农副产品经营的特点	(14)
(六) 努力提高农副产品经营管理水平	(21)
二、农副产品经营观念	(23)
(一) 什么是农副产品经营观念	(23)
(二) 旧的经营观念必须转变	(24)
(三) 农副产品经营观念转变的内容	(25)
(四) 树立新型的农副产品经营观念	(29)
(五) 强化为农副产品生产的系列化服务	(37)
三、农副产品经营政策	(48)
(一) 农副产品收购政策的发展变化	(48)
(二) 制定农副产品经营政策的基本原则	(52)
(三) 现阶段国家对农副产品经营的政策规定	(53)
(四) 农副产品收购政策的管理	(60)
四、农副产品的流通和运销	(63)
(一) 农业生产经营的特点和发展农副产品生 产的意义	(63)

(二) 农副产品运销的作用和特点	(65)
(三) 农副产品的运销渠道	(68)
(四) 农副产品市场	(73)
(五) 农副产品批发市场的具体形式	(75)
五、农副产品的业务组织形式	(79)
(一) 农副产品收购业务	(79)
(二) 农副产品销售业务	(90)
六、农副产品加工业务	(95)
(一) 发展农副产品加工的意义	(95)
(二) 农副产品加工业的特点和原则	(102)
(三) 发展农副产品加工业的途径	(106)
(四) 加强农副产品加工业的领导	(111)
七、农副产品的包装	(116)
(一) 农副产品包装的作用	(116)
(二) 农副产品包装的种类	(117)
(三) 常用包装器材	(119)
(四) 包装标记和包装标志	(124)
(五) 运输包装的“三化”和集合包装	(130)
(六) 旧包装的回收复用	(135)
八、农副产品的储存	(138)
(一) 农副产品储存的作用	(138)
(二) 合理组织农副产品储存	(140)
(三) 农副产品仓库业务管理	(147)
(四) 库存农副产品的科学养护	(152)
九、农副产品的运输	(157)
(一) 农副产品运输的特点和合理运输	(157)

(二) 农副产品运输计划的编制	(163)
(三) 农副产品运输业务的管理	(168)
(四) 运输责任划分和事故处理	(175)
(五) 供销合作社自备运输工具的管理	(180)
十、农副产品的质量	(187)
(一) 一定要重视提高农副产品质量	(187)
(二) 影响农副产品质量的主要因素	(188)
(三) 对农副产品质量的基本要求	(190)
(四) 农副产品的质量标准和检验方法	(192)
十一、农副产品经营人员的培训	(197)
(一) 职工培训的意义和目标	(197)
(二) 职工培训的基本内容	(199)
(三) 职工培训的主要方式	(201)
(四) 加强职工培训的主要措施	(203)

一、农副产品经营的特点与意义

（一）农副产品生产在国民经济中的地位

农副产品是农、林、牧、副、渔五业产品的总称。我国农村广阔，资源丰富，农副产品种类繁多，既有种植业、养殖业、副业的产品，又有采集、渔猎和挖掘的植物、动物和矿物产品。总之，产品种类从“粮、棉、油、麻、丝、茶、糖、菜、烟、果、药、杂”到“畜、禽、鱼、蛋、木、竹、柴、炭”，无所不包。

农业是国民经济的基础，而农业的这种作用是通过为国民经济其他部门提供农副产品来体现的。因此，农副产品在国民经济中处于极其重要的地位。首先，农副产品是人民生活需要的生活资料。我们知道，人们要进行生产活动，或者从事其他活动，总是首先要获得必需的生活资料。正如马克思指出的：“因为食物的生产是直接生产者的生存和一切生产的首要的条件。”（《马克思恩格斯全集》，人民出版社1974年第一版，第25卷第715页）人们不首先解决好吃和穿的问题，就不可能进行生产活动；而要解决吃和穿问题，就离不

开粮食、棉花、油料、蔬菜和食品等这些重要的农副产品。其次，农副产品又是工业生产需要的生产资料。在国民经济中，农副产品除了满足人们的生活需要以外，有些还是工业尤其是轻纺工业的重要原料，是基本建设不可缺少的生产工具，是扩大再生产的物质条件。第三，有些农副产品还是出口贸易所需要的重要物资。农副产品及其加工产品在我国出口商品中占有很大比重。随着我国社会主义现代化建设和对外贸易的不断发展，农副产品特别是那些传统产品的出口量也将不断增加。由此可见，农副产品在工业生产、人民生活、基本建设和出口贸易中都占有重要的地位。加快发展农业生产，逐步实现农业现代化，为社会提供日益丰富的农副产品，是农业部门和国民经济其他各部门的重要任务。

（二）什么是农副产品经营

“经营”一词在我国春秋战国时代的典籍中就曾使用过。本谓经度营造，即筹划营谋之意。由于当时还没有发达的商品生产，经营受到极大限制。现代企业的经营与历史上曾使用过的经营一词相比，在含义、内容和范围上都有很大的发展。

社会主义现代企业的经营，是指在社会主义商品经济条件下，企业按照国家的方针、政策，在调查和预测市场需求情况的基础上，做出决策，确定企业的发展方向和目标，利用一切可能利用的资源和力量，付之实施，以获得最佳经济效益的经济活动。

对现代企业经营的概念必须从以下几个方面来加深理

解：

第一，经营必须具有经营要素。就是说经营必须拥有从事经营活动必不可少的条件，如资金、商品、物质技术设备和劳动力等要素。否则，经营活动是无法进行的。

第二，经营是在一定的环境下进行的。就是说经营还要受外部环境各种因素的影响和制约。比如社会制度、法律制度、经济制度、国家经济政策、国家的经济管理体制、科学技术发展水平、市场经济的发达程度和自然资源的分布、气候条件、人口密度、农业生产条件，以及传统的风俗、道德等，都对企业的经营活动有一定的制约和影响。其中：国民经济的发展及其结构状况、市场商品供求关系状况、地理环境和同行业状况四个方面，是直接构成影响企业经营的外部环境。

第三，经营是经济活动的一个过程。在这一过程中，不同的经营要素构成不同的经营结构。资金、商品和市场形成经营的经济结构，物质技术设备和劳动力形成经营的社会结构。要使这些不同的结构在经营过程中充分发挥其作用，达到经营要素紧紧地围绕着经营目的而活动，经营的过程就必须是多种因素相互作用的有机组合，它包括收集市场信息、调查预测、经营决策、商品生产和流通的各环节，以及服务和广告等一系列经济活动，每一活动都构成经营的组成部分，各组成部分的活动相互联系构成经营的全过程。

第四，经营必须是在国家的方针、政策指引下，在国家的法令的许可范围内进行。这样，才能在服从整体利益和长远利益的前提下，谋取企业自身局部的、眼前的经济利益。

并且对企业的经营活动负责。

第五，经营必须取得经济效益。经济效益包括经济效果和社会效果两个方面。经济工作都应讲求经济效益，如果经营过程中没有经济效益，经营也就不能继续进行下去。

第六，经营的主体是企业，而不是其他的组织机构。作为一个企业，它是一个依法自主经营，自负盈亏，独立核算的社会主义商品生产和经营单位。它有权选择买卖的对象，决定买卖的方式和条件，在市场上既买又卖，以买者和卖者双重身份交替出现，从事买卖的全过程；它拥有从事买卖活动所必需的一定的生产资料和劳动力，并有权支配和使用；它必须实行独立核算，以经营收入抵消各项开支并有盈利；它具有法人的地位和权利，国家在法律上承认其合法经营，保护其正当权利和经济利益；它也必须同时对自己的经营活动负责。所有这些基本条件，不是行政和事业单位所具备的。经营是企业经济活动的重要内容，而不是其他任何组织机构所能从事的经济活动。

经营有生产企业经营、交通运输企业经营、邮电通讯企业经营、建筑施工企业经营、外贸企业经营、饮食服务企业经营、旅游企业经营和商业企业经营。不同类型企业的经营活动内容是不相同的。商业企业经营，是指在一定社会再生产条件下，以消费者为出发点，借助于一定的经营要素，通过一定的经营过程，运用适当的经营策略和方式，实现商品从生产领域向消费领域转移的经济活动，并取得经济效益。商业企业是专门从事商品流通的企业，它的经营内容最主要的是商品的购销业务，包括购、销、调、存，以及相应的购销

服务和信息服务等。商业企业经营是随着企业外部环境与内部条件的变化而变化的。

经营是供销合作社一切活动的基础。供销合作社是以农民社员为主体的劳动群众为改变或改善自己的生产条件和生活条件、按照合作社的组织原则，通过集资入股，自愿联合起来的集体所有的商业企业。经营之所以是供销合作社一切活动的基础，首先，因为商品经营是供销合作社的基本特征。供销合作社不搞商品买卖则名不符实，失去其存在的意义。同时，供销合作社的其他活动都是由经营扩展开来的，是由经营决定的。有了商品收购和销售，才有供销合作社与生产者和消费者的经济联系，从而才有工商、农商、供求关系问题；有了商品收购和销售，才有对市场需求发展趋势的调查研究、对资金的分配和使用、对费用支出的监督核算、对经营设施的购置和扩建等各种经济活动；有了商品收购和销售，供销合作社才能在购销业务中取得一定差价，从而才有利润；商品购销业务越大，分工越细，才有设置各种管理机构的必要。因此，供销合作社的一切活动都必须以商品经营活动为中心环节，围绕它展开，并为它服务。其次，因为供销合作社的经济效益和社会效益必须通过商品经营活动才有可能实现，所以满足供销合作社社员和人民群众特别是广大农民日益增长的物质文化生活的需要，并在良好的服务中，以收抵支，取得盈余，是供销合作社基本的经济职能。供销合作社只有积极搞好商业经营、生产经营和饮食服务经营等多种业务经营活动，才能实现上述经济职能，有效地发挥供销合作社经济实体的作用。第三，因为业务经营实绩是考核供

销合作社管理效能的基本依据。管理效能是管理效率和经济效益的结合。管理效能的高低，最终只能通过业务经营实绩表现出来。没有业务经营实绩，管理就是无效能的活动。由此可见，经营在供销合作社的企业中占有极为重要的地位。

供销合作社受国家委托，30多年来一直承担着部分主要农副产品经营的任务。供销合作社农副产品经营，就是企业按照党和国家的政策，根据客观规律的要求、市场需要和农副产品生产与流通的特点，对农副产品中的商品部分，通过买卖的交换形式，完成从农业生产领域到消费领域的转移，实现商品的价值，保证城乡人民生活 and 工业生产、基本建设和出口贸易的需要，并取得经济效益的一种经济活动。目前在我国农村，农业活动的基本生产形式和规模都是以家庭为基础，因而农副产品主要是靠千家万户分散经营的农户来提供。对于归个体经济所有的农副产品，农民有支配的自主权，国家既不能实行计划调拨，又不能无偿占有，只能按照等价交换的原则，通过商品交换形式来取得。这样，通过供销合作社的经营活动掌握部分重要物资，是农民唯一可以接受的形式，也是国家有计划地指导农业生产，掌握和分配农副产品资源的重要手段。

（三）销售是农副产品经营的中心环节

农副产品经营，包括农副产品收购和农副产品销售两个主要环节。农副产品收购，是指通过以货币为媒介的商品交换形式向农业生产者取得农副产品的一种经济活动。它是农

农副产品流通的起点，对农副产品的整个流通过程具有决定性作用。只有搞好农副产品的收购，才能完成农副产品的调运和供应任务，满足“四化”建设和人民生活的需要。但农副产品销售则是农副产品经营的中心环节。农副产品销售，是指供销合作社把在收购中掌握起来的农副产品，按照客观经济规律的要求，根据党和国家的政策，有计划地在各地区之间、城乡之间、内外销之间进行分配的一种经济活动。农副产品有两种不同性质的销售：企业之间的销售和最后销售。企业之间的销售，是指批发企业向批发企业销售和批发企业向零售企业销售。最后销售，是指供销合作社向消费者销售。前一种销售没有结束商品流通过程，后一种销售将农副产品推出流通领域，送到消费领域。所以，从社会商品流通过程来看，两种销售性质是不同的。但是，从企业经营来看，它们却没有差别，都表现为农副产品由实物形态到货币形态的转化。农副产品销售是供销合作社农副产品交换活动的终点，也是供销合作社农副产品经营活动的中心环节，农副产品的收购、运输和储存等经营活动都是为农副产品销售服务的，都要围绕着这个中心环节进行。这是因为：第一，它是由社会再生产过程的特点所决定的。社会再生产过程是生产过程和流通过程的统一，是生产、分配、交换、消费过程川流不息、循环周转的过程。如果没有销售，整个再生产过程就会陷于瘫痪。第二，它是由社会生产目的——满足消费所决定的。社会生产是手段，消费才是社会生产的目的，生产必须是为了满足消费需要。但在商品经济条件下，生产与消费之间的联系是以商业为媒介，是通过商业企业的销售活动实现

的。生产能不能满足消费需要，不仅取决于生产力的发展水平，在很大程度上还取决于商业企业的商品销售活动。第三，它是由商业企业经营的特点和目的所决定的。商业企业经营的特点是为卖而买，在买和卖的关系中，卖是主导，买是卖的保障和手段。商业企业经营的目的是满足需要，取得利润；而满足需要的程度和获得利润的多少，归根到底取决于销售。

上述分析表明，社会再生产的特征和目的、商业企业的职能和特点，决定了销售是经营的中心环节。因此，供销合作社对农副产品经营，要在促进农业生产发展，做好农副产品收购工作的同时，加强农副产品的推销工作，使农副产品由流通领域顺利地进入消费领域（包括生产消费和生活消费），以满足工业生产、人民生活、基本建设和对外贸易等方面的需要。

（四）搞好农副产品经营的重要意义

供销合作社搞好农副产品经营，对于满足人民生活需要，促进工业生产发展，支援外贸出口货源，帮助农民生产致富和为国家提供积累资金都具有重要意义。

1. 为市场提供更多的农副产品，满足人民群众日益增长的消费需要

在以生产资料公有制为基础的社会主义社会里，生产的直接目的是为了整个社会日益增长的物质和文化生活需

要。而在人民的生活需要中，包括吃的全部、穿的大部分和用的相当一部分消费品，都是农副产品和以农副产品为原料的加工品。随着生产的发展，人民生活不断提高，不仅对农副产品数量的要求越来越多，而且对农副产品质量的要求也越来越高。如在吃的方面，不仅要吃饱，还要吃好，而且要求品种多，质量好，并有较高的营养价值；在穿的方面，不仅要求增加棉花和棉布服装的生产，还要求增加丝、麻、毛、绒、皮革等中高档服装的供应；在用的方面，人们对竹、木、棕、藤、荆、柳等材料制作的高档、美观的家具和生活日用品的需要量也不断增加；在住的方面，不少地区出现了“建房热”，建房质量标准要求越来越高，木材已成为抢手货。此外，人民还需要成千上万种防治疾病的中草药，等等。因此，在发展农副业生产的基础上，做好农副产品的收购和供应工作，就能为满足人民群众的消费需要提供物质条件，使人民群众物质生活逐步得到改善，从而进一步调动人民群众的社会主义积极性，加速社会主义现代化建设步伐。

2. 促进工业特别是轻纺工业生产的发展，支援外贸换取外汇

工业和农业是国民经济中两个基本的物质生产部门。工业的发展需要农业为它提供粮食、副食品和原料，特别是轻纺工业所需要的原料主要来源于农业。目前，在我国工业生产总值中，以农副产品为原料的约占50%；在轻纺工业生产总值中，以农副产品为原料的达70%。随着社会主义现代化和科学技术的不断发展，农副产品逐渐成为重要的工业原

料，用途越来越广，使用的部门越来越多，需要量也越来越大。尽管今后随着工业生产的发展，工业本身将提供一部分化纤等轻纺原料；但在相当长的时期内，农副产品仍然是工业特别是轻纺工业原料的重要来源，是扩大再生产的物质条件。同时，我国农村又是一个广阔的工业品销售市场，只有发展农副业生产，才能增加农民收入，提高农村购买力水平。可见，做好农副产品的收购和供应工作，不仅能够为工业的发展提供必要的原料，而且还可以为工业产品开辟广阔的国内市场，促进工业特别是轻纺工业以更快的速度发展。组织好农副产品经营，还能够为国家提供大量的出口货源，换取更多的外汇。目前，在我国出口贸易总额中，农副产品及其加工产品约占70%。供销合作社系统每年通过农副产品收购为国家提供的出口商品，总值都是几十个亿。我国出口的农副产品及其加工制品中，有些在国际市场上享有一定的声誉，换汇率较高。如羽毛一年可换取外汇近1亿元。苦杏仁的出口量最多时曾占这种商品国际贸易量的80%，也为国家换取了大量的外汇。蜂蜜，我国每年出口约5万吨，每吨约1200美元，可换回钢材2.5吨，或小麦3.6吨。近几年来，随着我国和各国友好往来和出口贸易的发展，不仅传统的农副产品出口增加，而且许多新的农副产品和手工艺品也成为国际市场上的俏货。因此，做好农副产品收购工作，使国家掌握更多的农副产品，可以在满足国内需要的同时，为发展对外贸易提供更多的货源，换取更多的外汇，支援社会主义现代化建设。