

科技兴农奔小康丛书

农民 闯市场指南

朱信凯 主编



 中国农业出版社

 科技兴农奔小康丛书
ejixingnongbenxiaokangcongshu

农民闯市场指南

朱信凯 主编

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

农民闯市场指南/朱信凯主编. —北京: 中国农业出版社, 2003.12

(科技兴农奔小康丛书)

ISBN 7-109-08718-2

I. 农... II. 朱... III. 商业经营-指南
IV. F715-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 111772 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100026)

出版人: 傅玉祥

责任编辑 闫保荣 张 欣

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2006 年 1 月北京印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 5.75

字数: 138 千字

定价: 10.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

《科技兴农奔小康丛书》编委会

主 任 张宝文

副主任 朱秀岩 贾幼陵 张凤桐 傅玉祥

委 员 (按姓氏笔画排序)

马爱国 王智才 牛 盾 甘士明

白金明 刘维佳 李建华 杨 坚

何新天 张玉香 陈建华 陈晓华

陈萌山 郑文凯 宗锦耀 柯柄生

俞东平 段武德 夏敬源 梁田庚

曾一春 雷于新 薛 亮 魏宝振



本书编委会名单

主 编 朱信凯
副 主 编 吕亚荣 李彧挥 贺 峰
颜廷武 罗晓峰

编辑委员

会 委 员 (以姓氏笔画为序)

马九杰	王谊娟	刘平青	吕亚荣
朱信凯	张利庠	李彧挥	李海鹏
陈卫平	庞晓鹏	罗晓峰	贺 峰
颜廷武			

序

党的十六大提出，要紧紧抓住本世纪头 20 年的重要战略机遇期，集中力量全面建设小康社会。这个宏伟目标令人振奋，鼓舞人心。全面建设小康社会是贯彻落实“三个代表”重要思想的重大举措，是立党为公、执政为民的根本体现。

完成全面建设小康社会这一历史任务，重点和难点在农村。当前农业和农村经济发展处于爬坡阶段，还存在许多矛盾和问题。农村全面建设小康社会，必须统筹城乡经济社会发展，积极推进农业增长方式的转变，提高农业科技和装备水平，加快建设现代农业。

实现全面建设农村小康社会这个宏伟目标，必须发展先进生产力和先进文化，维护广大农民的根本利益，必须发挥科学技术作为第一生产力的作用，加速科技成果向现实生产力的转化，切实把农业和农村经济发展转移到依靠科技进步和提高劳动者素质的轨道上来。科学技术是农村经济和社会发展的首要推动力量，是农业和农村经济不断跃上新台阶的决定性因素。要依靠科技进步，推动传统农业向优质、高产、高效、生态、安全的现代农业转变，

要牢牢盯住农产品竞争力增强、农业增效、农民增收这一主攻方向，构建与农业结构战略性调整要求相适应的农业科技进步和创新体系；完善和强化精干高效的农业科研、技术推广和农民培训的运行机制；促进农业科技产业化发展；满足建设现代农业、繁荣农村经济和可持续发展的科教需求，从总体上缩小与发达国家的差距，促进农村经济繁荣，加快现代农业建设步伐。

加快农业科技进步迫在眉睫，农业现代化的希望寄予科技进步。为了实施科教兴农战略，加快农村小康建设步伐，农业部把农业科教工作作为农业和农村经济工作的重中之重，并把今年确定为“全国农业科技年”。在配合“全国农业科技年”的活动中，中国农业出版社组织各方面专家编辑出版了《科技兴农奔小康丛书》。这套丛书侧重科技知识，兼顾政策法律，考虑区域特点，针对性、实用性和可操作性较强，旨在为广大农民提供通俗易懂、易于应用、便于操作的科技知识与科技成果。这套丛书对提高农民科技文化素质，加快农村小康建设必将产生积极影响。

杜青林

二〇〇三年九月十八日

目 录

序

专题一 转变观念：农民进入市场的前提	1
第一节 现阶段农民需要树立新观念	1
第二节 农民如何转变观念	7
第三节 农民通过转变观念成功打开市场的典型 案例介绍	9
专题二 获取信息：农民进入市场的保障	17
第一节 信息是市场经营的基础	17
第二节 农村家庭经济信息的含义、作用及其内容	19
第三节 农村家庭经济信息的处理	24
第四节 运用现代信息技术引导农民走向市场	31
第五节 农民利用市场信息致富的典型案列 介绍	32
专题三 融通资金：农民进入市场的关键	40
第一节 我国现阶段农村存在的几种主要融资方式	40
第二节 农民如何筹措资金	47
专题四 农产品批发市场：农民进入市场的重要基地	69
第一节 农产品批发市场的建立与运作	69
第二节 不同类型农产品批发市场的运行及其案例	77
第三节 我国农产品批发市场的发展现状及其趋势	87
专题五 农民进入市场的几种途径	93
第一节 农民合作经济组织	94

第二节 农村专业技术协会	100
第三节 农村中介组织	112
第四节 农业产业化经营	116
专题六 现代农民必备基础知识解读	128
第一节 WTO 与中国农业	128
第二节 土地承包与土地管理	141
第三节 税费改革与农民负担	145
第四节 村民自治与村务公开	159
主要参考文献	167
后记	169

1 专 题 一

转变观念：农民进入市场的前提

随着农村经济体制改革的深化和农产品收购价格的基本放开，农民和市场的联系将越来越紧密。进入市场的农民，在获得生产经营权和产品销售权的同时，又将面临来自市场的风险和挑战。农民如何顺利进入市场，是当前一个很重要的问题，对于该问题，存在许多方面亟待研究和探索。但从现实情况看，首先遇到的问题就是生产经营观念转变。破除旧思想，树立新观念，对于农民顺利进入市场，有着重要的意义。

第一节 现阶段农民需要树立新观念

一、农民要具备市场意识

众所周知，一个地方的经济发展速度与思想解放程度是成正比的。经过 20 多年的改革和发展，我国农业实现了主要农产品由短缺到基本平衡，丰年有余的历史性转变，但由于有些地方的农业基础地位不牢固，导致近年来农业效益下降，农民收入增长缓慢，严重影响农民生产积极性，影响农村稳定。要解决好当前农业、农村和农民问题，增加农民收入，最重要的是农民需要转变思想观念，增强市场意识。如今多数农民只是埋头苦干，在农产品种植上，总是跟着旁人种，你种什么我种什么，一个品种你

种我种大家种，导致增产不增收，有的甚至亏本。有的农民虽然有市场意识，但往往由于生产出的农产品的品质不高而销路不畅。这些现象在我国很多农村地区存在，在某山区的某个村里，一个劳动力较强的农民，他只想到自己身体好能种田地，就把全部精力、体力都投到田地中，辛苦一年收入才 2000 多元钱，日子过得紧巴巴的，而一个没有能力种田地的残疾人却靠发展养殖业赚了钱。现在农产品的主要市场在城市，这就是说，一个农民如果没有市场意识，不调查、不考虑城市市民的消费，不研究城市居民的餐桌，农产品就很难进入城市市场，农民就很难种出“人无我有，人有我优，人优我特”的名特优产品，达到增产增收的目的。为此，有关部门和乡村干部要转变工作作风，改进工作方法，不要只注重过去的抓春种秋收，催粮催款，而要深入到群众之中、扎扎实实加强宣传教育，一家一户耐心做好群众思想工作。这样农民的思想才能解放，观念才能转变更新。纵观我国所有成功农民的典型，可以得出这样的结论：思想解放到什么程度，就能富裕到什么程度，拓宽了思路也就拓宽了钱路！

二、当前农民需要彻底转变陈旧的思想观念

（一）转变以传统农业生产为主的思想，树立以市场为中心的商品经济观念

从我国大部分地区来看，不少农民在长期计划经济体制下，从事简单生产活动，形成了根深蒂固的以生产为中心的传统农业价值观念和思维方式。他们把生存和致富的惟一希望寄托在土地上，对责任田以外的致富门路不闻不问。在他们看来，农民啥时都要靠种地吃饭，只有种地才是农民的正经道路，其他都是歪门邪道。就是种地，他们也片面追求“小而全”，什么农作物都要种一些，这样可以满足自己的需要，可以万事不求人。他们种地的目的不是为了进入市场，而是为了满足传统小农经济条件下的

自我消费；他们是种什么卖什么，而不是根据市场的预测，什么赚钱种什么，市场需要什么种什么。显而易见，目前我国农村大部分地区还没有真正树立起以市场为中心而组织生产的商品经济观念。转变陈旧观念是农民顺利走向市场的前提条件。

（二）转变简单商品生产的思想，树立开放型大市场的观念

发展农村商品经济，离不开市场。但我国目前的农村市场，大部分趋于“内向型”、“局部型”。要想靠这种“内向型”和“局部型”的农村市场来调节农村供需，搞活农村经济，使我国农业由传统农业向现代农业转化，无疑是很困难的。我国农业要想跟上时代的步伐，就必须进一步解放思想，树立开放型大市场观念。开放型大市场对于搞活农村经济、发展商品生产和实现传统农业向现代化农业转变具有深远意义。这就要求我国农民不仅要具有商品意识，而且还要具有开放意识。不仅要根据市场来发展本地的名特优产品，而且要大胆引进省外、国外的名特优产品，以优取胜，以新取胜。搞农业，没有这个眼光，将来是要吃亏的。树立开放的大市场观念，仅有开放意识还是不够的，还必须同时具有强烈的占领市场的意识。我们生产的农产品，不仅要紧紧盯住本地市场，而且要考虑占领全国市场、甚至占领国际市场。当前我们的粮食生产，如果劳动生产率上不去，生产成本降不下来，国外粮食就有打进来的可能。一句话，农民要顺利走向市场，必须树立开放型大市场观念，并以积极的姿态参与市场竞争，在市场竞争中求生存，并取得更大的发展。

（三）转变畏首畏尾的保守思想，树立敢想、敢干和敢于面对市场挑战的观念

市场经济，有赚，有赔，因而就有风险。由于长期受传统农业和计划经济思想观念的影响，我国农民普遍缺乏敢闯、敢干的精神，缺乏勇于面对市场风险挑战的胆量。在经济活动中，有些农民畏首畏尾，瞻前顾后，生怕有个闪失，搞不好赔进去；有些在发展商品经济中尝到甜头的农民，则存在着安于现状的思想；

就是那些挣了钱的经营大户，也不同程度地存在“见好就收”的思想，不愿承担更大的风险。在市场价格问题上，我国农民的风险意识也是比较淡的。当市场上价格平稳时，他们欢天喜地；价格波动时，他们惊惶失措。很明显，这些思想观念不利于农民顺利走向市场。农民要顺利走向市场，一方面，必须按照市场的需求敢闯敢干，敢于经风雨见世面，另一方面，也要把握市场行情，捕捉市场信息，以不变应万变，培育自己驾驭市场的能力。价格高低如潮起潮落，此乃市场常事，关键是要学会市场预测，把握住时机，及时调整生产和营销战略，调整自己的经济行为，才能立于不败之地。

三、农民在进入市场过程中应树立新型观念

1. 市场观念。许多还没有从计划经济模式中走出来的农民对市场经济条件下的生产经营活动还不够适应，表现为重生产轻营销，看见别人搞什么就跟着搞什么，这样就不可能获得很好的经济效益，不可能成为市场经济条件下的成功者。农民要在市场经济条件下获得成功，除了学习和掌握商品生产的知识和本领外，还必须强化市场经济意识，学习市场经济理论，掌握和运用市场经济的手段开展商品生产和经营活动，按市场经济规律办事。

2. 超前观念。随前市场经济的深入发展，不少农民已经确立了这样的观念：什么赚钱搞什么。但是，如果对这一观念把握和运用不好的话，看到别人搞什么赚钱，自己也跟着去搞，往往也不能获得好的经济效益。这是因为，市场是一个动态的市场，如果养乌骨鸡赚钱，大家都一哄而上同挤一条致富路，必然导致乌骨鸡供大于求，造成价格下跌，劳而无收。商品市场的变化除了受到供求规律的影响外，还受到其他许多因素的影响。所以，我们所关注的市场，不应是过去的市场，甚至也不只是现在的市

场，而应是未来商品上市时的目标市场。只有确立超前意识，拓宽思路，才能把握市场，避免跟在别人后面而造成被动局面。

3. 广告观念。在计划经济条件下，政府一门心思抓生产，农民一门心思搞生产，至于产品的出路，那是无需考虑的问题。而在市场经济条件下，农民就不可能只管生产。由于在商品的销售上存在着激烈的市场竞争，商品营销的成败将直接影响到商品价值能否实现。广告作为宣传促进商品营销的重要手段能够沟通产销渠道，寻找和开拓产品潜在的消费市场。1997年1月江苏省响水县小尖镇5000亩^①荷藕丰收在望，预计可产750万千克鲜藕，可是广大藕农面对偏低的价格和有限的买主愁眉紧锁。后来通过在报纸上做广告，南京、宝应、烟台等地客户纷纷致电小尖镇联系收购产品，山东、湖北等地的客户还驾车找上门来收购，鲜藕的价格也由原来的0.40元/千克涨到0.55元/千克，广告使每亩地增加收入1000元左右。

4. 信息观念。在市场经济大潮中，谁能捕捉到一条好的信息，抓住机遇，谁就能走上发家致富的道路。怎样获取信息呢？首先要重视信息的作用，做搜集市场信息的有心人，时时处处留心搜集。其次是通过各种信息渠道搜集，可以通过各种传播媒介如报纸、期刊、电视、广播等搜集信息，还可以通过市场调查、走亲访友、科技咨询等途径进行搜集。搜集各种各样的信息后，要对其进行鉴别筛选。首先是“去伪存真”。来自一些私印小报、传单以及街头张贴的信息假的较多，而来自科研院所、大专院校的信息真实可靠性较高。其次是去虚取实。有的信息看似诱人，其实一文不值，像养草狸獭、养绿毛龟、种灵芝等项目使人眼花缭乱，但真正能发财的极少。另外，在信息的应用上也应该谨慎从事。可通过向有关权威部门或专家请教等方法弄清信息的可信度，在探清虚实后决定是否投资。

① 亩为非法定计量单位，15亩=1公顷。

5. **科技观念。**当今世界已进入知识经济时代，要想获取高的效益，除了取决于生产规模的竞争、商品营销竞争外，还取决于科技的竞争。谁的科技水平高、科技投入大、手段先进，谁就能雄踞一方成为胜利者。先进科技不仅已渗透到良种的选用、种养管理、产品加工等活动中，还渗透到商品营销的方法手段上。海南省有一个菜农过去由于信息不畅，摸不准各地蔬菜市场行情，种出的菜不是低价甩卖，就是烂在田里，赔了不少钱。后来，他下狠心自己筹资十几万元建了一个“电脑室”，加入了电脑互联网络。由于电脑网络及时提供蔬菜市场最新行情动态，既减少了他制定种植计划的盲目性，又使他的蔬菜从地里一收下来就可以迅速运到适宜的市场以好价钱卖出去。这位菜农靠“信息高速公路”翻了身，成为远近闻名的“网上菜农”。

6. **外向观念。**农民在本地没有市场的情况下，要善于两眼向外，到外地甚至国外去寻找市场。通过在当地生产国外或外地需求量大的商品，或者在国外或外地开展生产和经营活动等方式寻找与市场接轨的最佳点。江苏省射阳县耦耕乡近千名妇女带着自己种植蔬菜和食用菌的丰富经验走出家门，奔赴苏南大中城市的城郊包租土地种植蔬菜、蘑菇，每年创产值2 000多万元，人均年收入超万元。

7. **商标观念。**商标是商品的标志。商标可以帮助顾客识别产品，有利于生产者达到开拓市场、占有市场的目的。山东省章丘镇农民李德远用5 000元办了油厂，过去手推小车沿街叫卖香油，如今他以自己的名字为自己生产的小磨香油注册了商标，靠商标开路。“李德远”香油打进了济南市场，成了大型的香油供应商。商标还有利于保护自己的合法权益。山东省高密市农民王兆财老汉制作了10多年的“火烧”，因他的“火烧”香酥可口，日产4 000只还供不应求。近两年当地出现了不少冒牌的“王家火烧”，败坏了王老汉的声誉。为保护自己的利益，他向当地工商部门申请注册了“石磨”牌商标，并将其打制在“火烧”上。

此举使冒牌货明显减少，市场更为广阔。

8. **名特优观念。**名特优产品以它特有的品质和风味赢得了广大消费者的青睐。例如同样是大米，无污染的新型“绿色大米”既好看又好吃，即使价格高一点，人们也愿意买，自然销路广、附加值高。农民要在市场经济中获得经济效益，必须强化名特优意识，在培植名特优产品上下功夫。

9. **法制观念。**市场经济是法制经济，市场经济是契约经济，离开了契约这种法律形式，市场经济就寸步难行。农民在市场经济中进行生产经营活动，应强化法律意识，学会用合同形式稳定协作关系，运用法律保护自己的合法权益。

10. **安全观念。**没有安全意识，不注意劳动保护，盲目蛮干、疏忽大意必然带来生命财产的损失。树立安全意识不但要注意自身的安全，还应考虑到别人的安全。1997年6月，武汉市汉南区承包鱼塘的个体户李某，在拌农药用的粪桶中腌制鱼干，晾晒时苍蝇飞舞，又用有机磷农药1605兑水灭蝇，导致33名武汉市民食后中毒住院治疗，造成不必要的经济损失。可见，农民在各种生产经营活动中树立和强化安全意识也是非常重要的。

总之，农民走向市场是客观的必然，思想观念上的转变是农民顺利走向市场、驾驭市场的首要问题。只有树立以开放型大市场为中心的商品经济观念，农村的经济体制改革才能深化，才能开创社会主义农村经济发展的新局面。

第二节 农民如何转变观念

观念的转变是一个长期的过程。当然，随着时间的推移，社会的变革能够带来观念的转变。正如斯大林所说的：“社会生活是思想的泉源，因此社会生活是社会意识赖以建立的基础。”但是，我们也不应忽视精神的力量，通过宣传教育，对转变农民观念有着积极的作用。受过良好教育的人，其思想观念往往能超前

于社会的发展，这是已被许多事实证明了的一条规律。因此，在转变农民观念的过程中，要充分发挥教育的作用。

就目前而言，可以通过以下几个方面的教育活动来促进农民观念的转变。

一是广泛开展文化科学技术教育，有条件的地区应当普及高中阶段教育。科学知识的贫乏，制约着农民思维水平的提高；知识结构的狭窄，是造成一部分农民观念陈旧的根本原因。在教学中，一要提高农民的文化水平和技术水平；二要注重科普宣传；三要开展有关现代思想观念的宣传教育，可以通过开设讲座开展此方面的教育，同时还应将其有机地渗透在日常的教学中，使农民在接受新知识的同时不断接受新的思想观念。

二是积极组织 and 开展群众的自我教育活动。具体说来可以采取以下方法：首先是树立典型，开展现场教育。要大力宣传当地的科技致富户、艰苦创业者、现代企业家的事迹。这些典型人物身上有着许多良好的品德和先进的思想观念，他们对科学技术有着浓厚的兴趣和爱好，勤奋刻苦，敢冒风险，敢于创新。农民有较强的崇实观念，榜样有着极大的说服力。与此同时，要大力发展文艺宣传队、科研组织等农民自愿组织的团体，倡导新观念、新风尚。近年来，随着农村经济社会的发展，一些农民的自发组织正在蓬勃发展，如“科技示范户联合会”、“家庭经济协作会”、“妇女禁赌队”、“采风摄影小组”、“文艺宣传队”等。这些自愿组织的团体，能够发挥群体智慧的功能，宣传崇尚科技、崇尚知识、文明生活的观念，对农民转变观念产生积极的影响。

三是开展社区教育，创造有利于农民转变观念的社会环境。社区对人的发展的影响是综合性的，它不仅为社区成员提供了职业类型和劳动、生活的方式，而且为社区成员准备了相应的价值观念、行为规范和道德法律准则。社区生活的这种特征使得社区成员必须按规定的模式和法则去行事。因此，开展社区教育，营造一个良好的社会环境，对于农民转变观念有着积极的推动作用。