

NONGCHAN PINJING
YINGXUE

农产品经营学

高等财经院校
试用教材

中国商业出版社

编 审 说 明

《农产品经营学》是我们委托山西财经学院主持编写的。本书是作为高等财经院校合作经济专业的一套试用教材之一，可作为其他有关专业的教材，也可作为各级农产品经营管理部门业务人员的学习参考书。

参加本书编写的有山西财经学院李志强（编写导言和第二、三、四、六章），贾益东（编写第一章），张坤轩（编写第五章），河北供销学校白春良（编写第七、十章），辽宁省供销合作社滕守义（编写第八、九、十一章）。李志强、滕守义二同志负责总纂。商业部刘树荣同志组织了本书的编写工作，参加了编写提纲和初稿的讨论，并负责书稿的最后修改定稿。

本书在编写过程中得到辽宁省供销合作社和河北供销学校的大力支持，在此一并表示感谢。

我们恳切希望广大师生和读者对这门新学科的建设多提宝贵意见。

中华人民共和国商业教材编审委员会

一九八七年三月

导 言

农产品经营学是伴随并适应农产品流通发展的需要而建立的一门新的经济学科。

就广义而言，农产品经营学所涉及的农产品，系指大农业产品，包括除了乡镇企业工业产品以外的所有农业产品，即农、林、牧、副、渔等各业的产品。农产品经营学所研究的经营，则是狭义的，系指农产品流通过程的经营，即农产品的商业经营，不包括农产品的生产经营。所以，农产品经营学就是研究农产品流通的学问，更确切地说，是从整个社会流通领域的宏观角度研究农产品经营的方法和技术的科学。这说明，农产品经营学属于应用经济学的范畴。

农产品经营学的应用经济学性质，使它具有鲜明的实践性和实用性。它所研究和解决的是农产品的流通过程及其各经营环节应当“怎样干”的问题。这是农产品经营学研究的基本指导思想。也可以说，农产品经营学就是农产品经营的生意经、方法论，就是研究如何搞好农产品经营，提高农产品经营的效率和效益的应用技术的学问。

农产品经营学的这种应用经济学性质，作为农产品经营学研究的指导思想，是农产品经营学建立和发展的依据与出发点。这就是说，农产品经营学的研究对象、研究内容、研

究方法，都应当按照应用经济学的性质和要求来确定，来把握。

二

农产品经营学的应用经济学性质说明，农产品经营学的研究对象是：各种农产品在流通过程运动的基本规律（包括一般规律和特殊规律）及其对农产品经营的作用和要求，以及与这些作用和要求相适应的农产品经营的方法和技术。

农产品在流通过程的运动规律，农产品经营的方法和技术，是由农产品的社会属性（即产销状况和产销特点）和自然属性（物理、化学、生物学性质）决定的。因此，农产品经营学的研究内容，作为其研究对象的体现和具体化，包括三个方面：

（一）农产品的产销状况、产销特点及其随着城乡商品经济的发展所呈现的新的变化趋势。这是决定农产品经营的外在因素，也就是决定农产品经营的对外关系和农产品在流通过程的运动规律，从而决定农产品经营的方式和方法、技术和策略的基本因素，直接关系着农产品的经营过程的价值运动和价值实现的效率与效益。

（二）各种农产品的自然属性，即物理的、化学的、生物学的性能，以及影响其变化的环境和条件。这是决定农产品经营的内在因素，也就是决定农产品经营的物资设施和技术措施的基本因素，从而直接关系着农产品经营过程的使用价值的运动和实现的效率与效益。

（三）与上述两个方面相适应的农产品经营的决策、策

略和发展战略，包括选择和确定农产品经营的购销形式、流通环节、物资技术设施、占领和开拓市场等方面的方式方法。

《农产品经营学》内容的总体结构和章节顺序，基本上是按照从规律到要求、从总体到个体、从一般到特殊、从抽象到具体、从异因到结论的逻辑原则来安排的。其内容体系分为三个部分：

第一部分，即第一章农产品经营概述。这部分内容是从农产品最基本最一般的产销特点和自然属性出发，概述农产品在流通过程运动的一般规律，以及与这些一般规律的作用和要求相适应的农产品经营的一般原则和特点。这部分内容所论述的农产品经营的规律、原则和特点，是相对于工业品经营而言的，是农产品经营所固有的，因而它不受或很少受农产品经营的内外因素变化的影响，是农产品经营的最一般的原理。所以，这部分内容是作为下述各章的立论依据和理论基础安排的。

第二部分，包括第二章农产品采购、第三章农产品加工、第四章农产品储存、第五章农产品运输、第六章农产品销售。这部分内容是从农产品经营的角度，论述农产品经营在收购、加工、储存、运输、销售等环节上的共性，即各种农产品在每一经营环节上所通行的一般的特点和要求、方法和技术。

第三部分，包括第七章流体农产品经营、第八章轻泡农产品经营、第九章鲜活农产品经营、第十章串味农产品经营、第十一章耐储农产品经营。这部分内容是从各类农产品不同的产销特点和特殊的自然属性出发，阐述属性基本相同

的各类农产品经营的个性，说明影响各类农产品经营的关键性因素及其特殊要求。更确切地说，这部分内容就是针对搞好各类不同农产品经营所应当着重把握的关键性的经营环节和关键性的方法技术，集中展开论述。

三

农产品经营学是以有计划的商品经济条件下的农产品流通和农产品经营活动，为研究背景和研究客体的。

在旧的经济体制和自然经济条件下，商品经济的规律和原则很难发挥作用。我国的农产品流通和经营基本上只能按照指令计划 and 政策规定来进行，既没有必要，也不可能按照客观经济规律的要求，讲究科学的方法和策略。

现在，我们已经明确了我国社会主义经济是有计划的商品经济。我国正在进行经济体制改革，大力发展商品经济。我国的经济生活 and 经济发展，正在纳入正常的商品经济轨道。价值规律作为商品经济的基本规律，正在经济活动和经济发展中发挥应有的作用。我国农村及农业生产正在由自给、半自给经济向大规模商品经济转化，农产品生产向专业化、商品化的方向发展已经成为必然的趋势。这一切都为改善和发展我国的农产品的生产和流通，创造了必不可少的、最重要、最基本的前提。面向市场，科学经营，讲究经营艺术和经营方法，已经成为农产品经营中开拓市场，开展竞争，提高农产品经营效率和效益的基本要求和必备条件。这说明，在新的历史条件下，研究农产品经营学的需要越来越迫切，农产品经营学的实际应用价值也越来越重要了。

农产品经营学的研究对象和研究内容，就是在社会主义

公有制基础上的有计划的商品经济条件下，从经济体制改革的要求，和商品流通环境出发确定的，因此，它没有把政策性问题作为必须的内容来研究。一般说来，经济政策总是一定的政治、经济形势的产物，总是要随着政治、经济形势的发展变化而调整的。况且，正确的政策作为人们对客观情势的正确反映，必然是依据客观规律的要求制定的，符合客观规律的作用和要求。对于那些实践证明，经长期实行富有成效的正确的政策，应当及时形成相应的法规，或上升为某种理论。这样的政策也就失去了它作为政策的原有性质，仍可成为经济学的研究内容，进入经济学的研究领域。总之，农产品经营学是作为农产品经营的技术学和方法论来研究的，在它的研究中排除了人为的主观因素。这样的研究，可能会使农产品经营学更富有科学性和生命力，从而使它作为教科书则具有相对的稳定性。

四

农产品经营学的研究，是以马克思主义理论为指导，从中国农产品经营的现实出发的，即以马克思主义的商品流通理论为理论基础，以中国现实的农产品经营为基础进行研究的。这应当成为这门学科研究的一个主要特点。当然，还应当指出，尽管我们对农产品经营学的研究，没有花费力量去反映当代世界，特别是发达国家农产品经营的特点和经验，没有去探讨中国农产品经营未来的发展状况，但这绝不意味着我们的农产品经营学的研究是孤立的、静止的。

事实上，任何科学的生命都在于运动——在于不断地完善和发展。农产品经营学也不例外。农产品经营的特点和规

律、方式和方法、手段和技术，既然与农产品的产销状况和产销特点密切相关，那就绝不会是一成不变的。随着社会主义商品经济和现代化建设的发展，农产品的生产和消费方式必然会发生变化而日趋先进。这种变化会引起农产品经营特点和规律的某些改变。这就要求属于流通范畴的衔接农产品生产和消费的农产品经营的方法和技术，也必须适应这种变化而不断改进。举例说，自选市场（超级市场）作为商品经济发展的一定阶段的产物，就是一种与商品经济发展的一定阶段的社会生产方式和生活方式相适应的商品经营方式，已被发达国家广泛用于农产品经营。但是这种经营方式用于我国今天的农产品经营显然不合时宜，缺乏普遍意义。然而，这绝不等于说，采用自选市场这种方式经营农产品，在我国永远不适宜。可见，农产品经营学的研究，既要立足于现实，又要着眼于发展，才不致僵化，不致落后于实践，不致失去其科学价值。这就要我们把农产品经营置于整个国民经济和农村商品生产发展的历史进程中，放在由这种历史进程决定的农产品的产销发展变化中，去研究它的特点和规律、方法和技术。这就是农产品经营学研究的科学方法——理论与实践相结合的方法，历史的、唯物的、辩证的方法。

学会并运用农产品经营研究的科学方法，就可能在农产品经营学的研究中以不变（相对稳定的科学方法）应万变（经常变化的农产品产销状况），就可能在理论与实践的结合上对农产品经营学的研究，不断有所发现、有所前进。从这个意义上讲，学会和运用农产品经营学研究的科学方法，比学得和掌握农产品经营的既定的方法和技术更为重要。

目 录

导言	(1)
第一章 农产品经营概论	(1)
第一节 农产品经营的任务和职能	(1)
第二节 农产品经营的思想观念	(5)
第三节 农产品经营的基本特点	(8)
第四节 农产品经营的基本要求	(11)
第五节 农产品经营工作的程序	(16)
第二章 农产品采购	(28)
第一节 农产品采购的货源组织	(28)
第二节 农产品采购的质量、数量、时间和价格	(34)
第三节 农产品采购方式	(54)
第三章 农产品加工	(59)
第一节 农产品加工的作用和要求	(59)
第二节 农产品加工的方式和方法	(63)
第三节 农产品包装	(69)
第四章 农产品储存	(73)
第一节 农产品储存的方式方法	(73)
第二节 农产品仓库的合理选址和使用	(88)
第三节 农产品储存数量、品种结构、时间的合理确定	(93)

第五章 农产品运输	(103)
第一节 合理组织农产品运输.....	(103)
第二节 农产品合理运输的确定方法.....	(116)
第六章 农产品销售	(130)
第一节 农产品销售的重要意义.....	(130)
第二节 农产品销售网、销售渠道 与销售方式.....	(132)
第三节 农产品销售量的分析与确定.....	(138)
第七章 流体农产品经营	(151)
第一节 流体农产品的自然属性和 经营要求.....	(151)
第二节 粮食商品经营.....	(154)
第三节 食用油料和食用油品经营.....	(161)
第四节 蜂蜜商品经营.....	(166)
第五节 生漆商品和桐油商品经营.....	(172)
第八章 轻泡农产品经营	(181)
第一节 轻泡农产品的一般自然属性和 经营要求.....	(181)
第二节 棉花商品经营.....	(182)
第三节 麻类商品经营.....	(191)
第四节 绒毛商品经营.....	(194)
第五节 蚕茧商品经营.....	(200)
第九章 鲜活农产品经营	(203)
第一节 鲜活农产品经营的一般 特点和要求.....	(203)
第二节 蔬菜商品经营.....	(206)

第三节	鲜果商品经营·····	(213)
第四节	肉蛋禽商品经营·····	(219)
第五节	鲜鱼商品经营·····	(228)
第十章	串味农产品经营·····	(233)
第一节	串味农产品的一般自然属性 和经营要求·····	(233)
第二节	烟叶商品经营·····	(234)
第三节	茶叶商品经营·····	(243)
第四节	调味品商品经营·····	(254)
第五节	中药材商品经营·····	(257)
第十一章	耐储农产品经营·····	(268)
第一节	耐储农产品经营的一般特点 和要求·····	(268)
第二节	土产品商品经营·····	(269)
第三节	畜产品经营·····	(276)
第四节	干菜干果商品经营·····	(280)

第一章 农产品经营概论

第一节 农产品经营的任务和职能

农产品经营的任务和职能，是农产品经营学研究的一个基本问题。毫无疑义，农产品经营学的一切研究内容，都是以更好地实现农产品经营的任务和职能为宗旨的；同时，也只有通过农产品经营任务的完成和职能的实现，才能体现出研究农产品经营、搞好农产品经营工作在国计民生中的重要作用和意义。所以，研究农产品经营的任务和职能，应成为农产品经营学的首要研究目标。

一、农产品经营的任务

农产品经营是组织农产品商品流通，安排农产品市场的经营活动，属于商品经营的范畴。

农产品经营的任务，是社会主义商业工作的基本任务在农产品经营工作中的具体化。社会主义商业工作的基本任务是为工农业生产服务，为人民生活服务。因此，农产品经营的任务，就是通过组织农产品商品流通，安排农产品商品市场，满足社会生产和人民生活对农产品的需要。

必须指出，农产品经营取得利润的必要性，是包含在农产品经营的这个任务之中的。虽然这个任务是从宏观意义上针对农产品经营的社会效益而言的，但是它绝不排除农产品

经营应当讲求经济核算和经济利益的原则，并取得合理的经营利润。从理论上讲，商品是价值和使用价值的统一体。因此，与农产品经营利润相关联的价值和与农产品经营任务相关联的使用价值是统一的。其量的规定性都与农产品经营最终销售量成正比。在社会主义条件下，利润作为农产品经营企业的微观目标，与整个农产品经营任务所表现的社会宏观效益之间应当是一致的。这也是社会主义农产品经营的优越性的表现。在资本主义制度下，这二者常常存在着尖锐的矛盾。过度膨胀的商品供应和相对紧缩的购买力之间的矛盾所导致的销售危机，就是这种弊病的现实反映。现阶段，我国农产品经营的利润效益和任务效益之间也常常存在一定的矛盾，这主要是由历史造成的经济体制和价格体系的不合理引起的。改革带来的正常的社会经济生活秩序和合理的价格体系，必将使表现为农产品经营任务的宏观效益和表现为农产品经营利润的微观效益实现统一。农产品经营销售量就是这种统一的标志：经营销售量越大，满足社会（生产和生活）需要的程度越高，利润亦越多。

二、农产品经营的职能

农产品经营的任务，是通过农产品经营的职能实现的。

农产品经营的基本职能就是从事农产品产销之间的交换，或者通过农产品买卖来组织农产品商品流通，安排农产品市场。要实现这一职能，必须解决农产品经营中的几个基本问题：

第一，根据农产品商品市场供求状况及其变化规律，安排农产品商品经营计划，组织农产品流通，使农产品价值得以充分实现；

第二，提高农产品经营的方法和技术水平，加强农产品使用价值的保养；

第三，发现和创造农产品经营发展的机遇，开拓和扩大农产品市场；

第四，从实际出发，协调农产品产、供、销活动，调整农产品经营方式，提高农产品经营对于市场的应变能力；

第五，根据农产品产销关系的发展变化，制订农产品经营的发展战略。

显然，这些基本问题体现了农产品的经营目标、经营要求。它关系到农产品经营的商品对象、外部环境、经营条件和能力、经营目标和发展战略等四大因素。所以，农产品经营职能的实质，就是要解决并实现农产品经营的对象、外部环境、经营条件和能力、经营目标和发展战略四者之间的动态平衡问题。

为了解决和实现这四者之间的动态平衡，农产品经营必须从现实条件和潜在能力出发，找出最能发挥农产品经营优势和弥补劣势的上述各项平衡点。诸如：农产品商品生产及商品资源的增长目标与农产品收购的条件和能力的平衡；保养农产品使用价值的目标与农产品保养技术手段的平衡；销路增长目标与农产品购买力的平衡；扩大经营目标与农产品经营的人、财、物的平衡；利润目标与销售能力的平衡等等。如果在目标和能力（条件）的天平上出现失重现象，则必须在天平的一端加重或减轻砝码——调整目标或加强能力，以实现平衡，保证农产品经营活动正常地顺利地进行。可供加重和减轻的砝码很多，这就是影响农产品经营的各种因素。

三、影响农产品经营的因素

如前所述，为了实现农产品经营的职能，求得农产品经营目标和经营能力的平衡，就必须研究和掌握影响农产品经营的各种因素。

影响农产品经营的因素有如下五个基本方面：

(一) 经营对象因素，主要包括：

1. 农产品商品量；
2. 农产品质量（种类、品种、等级、规格等）；
3. 农产品的生理、生化、理化等自然属性。

(二) 生产因素，主要包括：

1. 农产品的产量；
2. 农业生产（丰欠）状况；
3. 农业生产结构（种类、品种）；
4. 农业政策。

(三) 市场因素，主要包括：

1. 供求状况；
2. 农产品商品购买力水平；
3. 各类农产品的销售结构（市场占有率）；
4. 需求动态及变化规律；
5. 竞争状况。

(四) 经营素质因素，主要包括：

1. 经营人员水平；
2. 经营物质技术水平；
3. 经营的方式和方法；
4. 经营的组织管理水平。

(五) 经营环境因素、主要包括：

1. 农产品经营的地域环境（自然条件、经济发展水平等）；

2. 政治经济形势；

3. 经营政策；

4. 国家财政收支和国民收入分配状况；

5. 国家计划目标及其实施状况。

需要指出的是，上述各项因素对农产品经营的影响和作用，是相互的，不是孤立的。做好农产品经营的职能工作，就要通过各项工作，使影响农产品经营的上述诸要素的动态关系实现平衡与协调发展，以实现农产品经营的目标，完成经营任务。

第二节 农产品经营的思想观念

思想观念，反映着人们的思想方式，是人们的行为指南。人们的任何社会活动，都是在一定的思想观念的支配下进行的。正确的农产品经营观念，是搞好农产品经营的统帅和灵魂，是搞好农产品经营的重要的前提和保证。

但是，我们的农产品经营观念，是在传统的封建意识和旧的流通体制基础上形成的，是以统购统销、条块分割、划地为牢、官商作风为特征的，内向的、保守的、僵化的小生产式的经营观念。这一套农产品经营观念是与现阶段我国农产品经营实践根本相悖的。要发展我国的农产品经营，必须首先转变这种农产品经营观念，树立适合我国社会主义新时期要求的农产品经营的新观念。

现在，我国社会主义有计划的商品经济的发展，已经进

入现代化建设的新时期。我国农业生产正在从传统的自给、半自给的小生产，向专业化、社会化的现代商品生产过渡。所以，树立我国社会主义新时期农产品经营的新观念，必须以现代商品经济观念为核心，以面向世界、面向未来、面向现代化为目标，必须反映社会主义经济发展的对外开放、对内搞活的要求和规律。这样的农产品经营观念，主要包括以下几个基本方面：

一、市场观念

商品经济越发达，农产品的商品生产和消费越需要通过市场来实现。所以，农产品经营作为衔接农产品的商品生产和消费的商品流通活动，必须以市场为中心，以市场为转移，把市场需求作为农产品经营的出发点和归宿。这就要求农产品经营必须建立市场观念。要提高对农产品市场信息的反映能力和反馈能力，要加强对农产品商品市场的调整和预测，加强对农产品市场信息的沟通和交流。

二、竞争观念

竞争，是商品经济运动的客观要求。优胜劣汰作为发展和进步的表现，就是竞争的必然结果。在正常的商品经济条件下，农产品商品经营同一切商品经营一样，时刻处于竞争的地位和过程。这是不以经营者的主观意志为转移的。逃避竞争，就等于甘居下游，就等于被战胜、被淘汰。这就要求农产品经营必须具有确定的竞争观念。要不断地提高农产品的经营素质，在竞争中求生存，求发展。

三、效益观念

经商和理财从来就是一脉相通、相依为命的。自主经营、自负盈亏、自我发展、自我开拓，是商品经营活动和商