

农药经营人员教育培训教材

农药植保基础知识与

主编 张永平

相关法规

NONGYAO ZHIBAO JICHU ZHISHI YU XIANGGUAN FAGUI



云南出版集团公司
云南科技出版社

农药经营人员教育培训教材

农药植保基础知识与相关法规

主编 张永平

云南出版集团公司

云南科技出版社

· 昆 明 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

农药植保基础知识与相关法规 / 张永平主编. -- 昆明 : 云南科技出版社, 2018. 4
ISBN 978-7-5587-1305-7

I. ①农… II. ①张… III. ①植物保护-农药防治-基本知识②植物保护-法规-中国-学习参考资料 IV. ①S48 ②D922. 681. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 082170 号

责任编辑: 唐坤红 洪丽春 曾 莞
责任校对: 张舒园
责任印制: 翟 苑

云南出版集团公司
云南科技出版社出版发行
(昆明市环城西路 609 号云南新闻出版大楼 邮政编码: 650034)
云南创彩印刷有限公司印刷 全国新华书店经销
开本: 889mm×1194mm 1/32 印张: 8 字数: 200 千字
2018 年 5 月第 1 版 2018 年 8 月第 2 次印刷
定价: 20.00 元

教材编写委员会

主 任 李 晖

副 主 任 文 武 张振宇

主 编 张永平

编写人员 李家鹏 施菊芬 张振宇 张 桦

审 定 李 晖

前 言

为贯彻落实《农药管理条例》《农药经营许可证管理办法》，大力培养熟悉农药管理规定、掌握农药和病虫害防治专业知识、能够指导安全合理使用农药的经营人员，确保农药经营单位的经营人员符合申请农药经营许可证法定条件，通过调查研究和学习外地先进经验，结合实际，编写了本教材。

改革开放以后，农村实行以家庭联产承包责任制为经营主体的经营体制。为了满足广大农民治虫防病的需要，县市、乡镇、村级农药零售商应运而生，虽极大地方便了农民购药，但也存在许多不可回避的问题，其中以营销人员技术含量极低或不懂植保技术最为普遍。这也是由于农药经营进入门槛低，没有任何资质要求，谁都能卖农药，许多零售商不懂植保技术，有的甚至不识字，所卖农药普遍是推广 20 多年的高、剧毒农药，是要什么卖什么的被动型经营所致。作为一名植保工作者，我多年从事植保技术推广工作，为解决农民的治虫防病问题，常年在农业生产第一线指导工作。

当前农药经销商虽存在以上问题，但如能引起重视，加以培训和引导，可以成为当前农资流通的主要环节，应

农药植保基础知识与相关法规

NONGYAO ZHIBAO JICHU ZHISHI YU XIANGGUAN FAGUI

当从病虫草鼠害防治技术、农药知识、法律法规、经营理念等各个方面对终端商加以培训。从经营理念上引导经销商实现转变，调整好心态。

本教材主要以农药植保基础知识为主。从农业有害生物的认识、农业有害生物防治原理和技术措施、农药知识三个方面介绍了农药经营人员应具有的植物保护知识，附有相关法规和规范性文件。

本教材通俗易懂，具有较强的科学性、实用性和可操作性，主要供农药经营人员教育学习培训使用。

由于我们的水平有限，加之成稿仓促，书中缺点在所难免，如有不妥之处，欢迎读者批评指正。

编 者

目 录

第一部分 职业素养

- 第一篇 营销人员职业道德的主要内容 (2)
- 第二篇 诚信是营销人员职业道德的核心 (2)
- 第三篇 遵守职业道德是营销人员事业成功的保证 (3)
- 第四篇 对营销人员职业素养的要求 (3)
- 职业素养复习题 (6)

第二部分 职业技能 (专业知识)

- 第一篇 农业有害生物的认识 (20)
- 第二篇 农业有害生物防治原理和技术措施 (101)
- 第三篇 农药知识 (117)
- 农药植保基础知识复习题 (151)

第三部分 技能实训

- 第一篇 农药品种的识别与配制 (174)
- 第二篇 3~5 种当地产业发展作物 (176)

第四部分 相关法规和规范性文件

第一篇	农药管理条例	(178)
第二篇	农药经营许可管理办法	(196)
第三篇	农药采购管理制度	(203)
第四篇	中华人民共和国农产品质量安全法	(206)
第五篇	农药登记试验管理办法	(216)
第六篇	农药标签和说明书管理办法	(223)
	相关法规复习题	(231)

第一部分 职业素养

第一篇 营销人员职业道德的主要内容

一、通晓业务，优质服务

营销人员要博学多才，业务娴熟；要牢固树立服务至上的营销理念；要善于收集信息、把握市场行情；要灵活运用各种促销手段，拉近与客户的距离，成功进行沟通；要熟悉经销商品的性能，主动准确地传达商品信息；要为顾客排忧解难，满足他们的特殊要求。

二、平等互惠，诚信无欺

这是营销工作者最基本的行为准则。营销工作者在工作中不要耍手腕，不坑蒙消费者，不擅自压价或变相提价；要恪守营销承诺，决不图一时之利损害企业信誉。

三、当好参谋，指导消费

营销是生产者与消费者之间的媒介和桥梁，营销工作者要在与消费者的沟通中，了解不同对象的不同需求，引导消费者接受新的消费观念。同时，又将消费者需求信息传达给生产者，以帮助企业改进和调整生产。

四、公私分明，廉洁奉公

生产者往往赋予营销工作者一定的职权，营销人员应经得起利益的诱惑，不赚取规定之外的私利，不进行转手倒卖等各种谋私活动。

第二篇 诚信是营销人员职业道德的核心

在市场经济高度发展的今天，市场竞争是优胜劣汰，靠的是信誉、质量、维护消费者的利益以赢得市场。在市场经济条件下，营销人员有职业道德才会有市场，不讲职业道德就会失去市场，无以为继。在营销职业中，只有诚实的劳动和创造，并通过守规、勤业和精业的职业态度和职业行为，才能赢得过

多的信任，所能实现的价值也就越大、越丰富。在中国有一大批儒商凭借“诚信经营、童叟无欺”的经营理念而久负盛名，如历史上著名的以同仁堂、余庆堂为代表的百年老字号店，以及现代的日本松下公司、我国的海尔集团等成功的大企业，都是以讲诚信而兴旺发达，名扬天下。

第三篇 遵守职业道德是营销人员 事业成功的保证

一、不讲职业道德就做不好营销工作

做事先做人，做人德为先。不会做人，便不能做事；不善做事，便不善经商；做人失败，想在经营事业上取得成功也很难。营销人员的工作是直接与人打交道，而且是具体做事的。如果就做事而做事，很难做成事，营销人员职业道德修养的高低，是其做成事的前提。

二、营销人员拥有良好的职业道德是事业成功的基础

营销人员具有良好的职业道德，能够培养良好的心理素质和健康的心态。在人际关系交往中，会遇到形形色色的人和各种各样的困难。这就要求营销人员既要有充分面对各种困难的心理准备，又要树立克服困难、知难而进的决心和信心。成功总是在战胜困难之后取得的。

第四篇 对营销人员职业素养的要求

农资营销人员是随着我国农用化学工业的发展而不断成长和壮大起来的，在农资业产能过剩，产品同质化越来越严重，买方市场业已形成的情况下，这支队伍在农资业的运营过程中的作用也显得越来越重要，农资营销人员的素质和市场业绩表现在一定程度上可以左右一个企业的生死存亡。在这种情况下，一方面农资企业加大了对营销人员的培训和投入力度；另

一方面，作为营销人员自己又该如何提升自己，充实自己，经营自己，而能在较短的时间内，实现自身价值的最大化呢？

一、加强自身建设，不断提高自身的专业技能和业务素质

一个职业营销员必须具备良好的职业道德，能够本着对企业负责，对客户负责，对自己负责的态度开展工作。把爱心献给客户，把信心留给自己，用热心从事销售，用恒心取得业绩。同时应具备以下职业素质：

（一）真诚

真诚是营销人员的最基本的素质，缺乏真诚，营销人员就难以取得客户的信任，或者只能暂时骗得客户的信任，最终还是失信于人。

（二）忠实

对企业的忠诚感，把自己的营销工作当作对企业的一种责任。以销售之名，行谋取私利之实，永远不会成为一名成功的营销人员。

（三）机敏

营销过程中，机遇无所不在，同时变数也很多，所以营销人员必须具备面对复杂的情况，能够迅速做出判断并及时采取对策的能力。

（四）创造力

营销是一种技巧，也是一种艺术，这些技巧和艺术更多来源于个人的独创。

（五）博学

只有虚心好学，处处留心，事事留意，才能具备广博的知识和健全的知识结构。

（六）热情

对本职工作充满热情，坦诚友善，积极乐观。

（七）礼貌

以礼待人，是创造良好的人际关系的基础，无疑，彬彬有礼，具有绅士风度的营销人员会给客户留下更深刻的印象。

（八）勇气

成功的营销人员能保持必胜的信念，不为困难吓倒，在陷入困境时能保持乐观和自信。

（九）进取心

对自己所取得的成绩永不满足，时刻以高标准激励自己，不陶醉于已取得的点滴成绩。

（十）勤奋

一分耕耘，一分收获，在营销过程中付出比别人更多的努力，就会取得更大的回报。

二、要积累人气，整合资源

营销人员要积累人气，把握人脉，整合各种资源为我所用，才能在错综复杂的营销环境中不断地锤炼自己，发展自己和完善自己，使自己在竞争激烈的市场环境中胜出。营销工作是一种综合性很强的工作，要做好一件事情，需要多个部门和单位的通力合作和密切配合才能圆满及时的完成，在今天这个“快鱼吃慢鱼”的市场大环境下，尤为重要。

在企业内部，作为一个营销人员所涉及的相关部门有：市场部、生产部、财务部、研发部、物流部，包括企业的绝大多数职能部门，作为一个营销人员务必与这些部门搞好关系，不然在关键时候，任何一个相关部门给你“来一下”，轻者会失去一单买卖，重者可能让你失去一个客户，甚至退出一方市场。

在企业外部也同样涉及诸多单位和机构，对营销人员来说，最重要的应该是客户，维护现有客户，开发潜在客户，提升客户的满意度，提高客户的忠诚度，这些都是营销人员的首要任务，没有客户资源的营销人员，那是最大的失败。和营销人员相关的其他利益机构还有广告公司、媒体、政府农业和经济执法部门，农业科研和推广机构等。总之，只有和方方面面的关系协调好并维系好，才能持续并稳固地提升自己的业绩，使自己得到持续有效的经营。

职业素养复习题

一、单项选择题

- 关于道德，准确的说法是()。
 - 道德就是做好人好事
 - 做事符合他人利益就是有道德
 - 道德是处理人与人、人与社会、人与自然之间关系的特殊行为规范
 - 道德因人、因时而异，没有确定的标准
- 关于职业道德，正确的说法是()。
 - 职业道德有助于增强企业凝聚力，但无助于促进企业技术进步
 - 职业道德有助于提高劳动生产率，但无助于降低生产成本
 - 职业道德有利于提高员工职业技能，增强企业竞争力
 - 职业道德只是有助于提高产品质量，但无助于提高企业信誉和形象
- 我国社会主义道德建设的原则是()。
 - 集体主义
 - 人道主义
 - 功利主义
 - 合理利己主义
- 我国社会主义道德建设的核心是()。
 - 诚实守信
 - 办事公道
 - 为人民服务
 - 艰苦奋斗
- 《公民道德建设实施纲要》指出我国职业道德建设规范是()。
 - 求真务实、开拓创新、艰苦奋斗、服务人民、促进发展
 - 爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众、奉献社会
 - 以人为本、解放思想、实事求是、与时俱进、促进和谐
 - 文明礼貌、勤俭节约、团结互助、遵纪守法、开拓创新

6. 关于道德评价, 正确的说法是()。
- A. 每个人都能对他人进行道德评价, 但不能做自我道德评价
 - B. 道德评价是一种纯粹的主观判断, 没有客观依据和标准
 - C. 领导的道德评价具有权威性
 - D. 对一种行为进行道德评价, 关键看其是否符合社会道德规范
7. 下列关于职业道德的说法中, 正确的是()。
- A. 职业道德与人格高低无关
 - B. 职业道德的养成只能靠社会强制规定
 - C. 职业道德从一个侧面反映人的道德素质
 - D. 职业道德素质的提高与从业人员的个人利益无关
8. 《公民道德建设实施纲要》中明确提出并大力提倡的职业道德的五个要求是()。
- A. 爱国守法、明礼诚信、团结友善、勤俭自强、敬业奉献
 - B. 爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众、奉献社会
 - C. 尊老爱幼、反对迷信、不随地吐痰、不乱扔垃圾
 - D. 爱祖国、爱人民、爱劳动、爱科学、爱社会主义
9. 职业道德建设的核心是()。
- A. 服务群众
 - B. 爱岗敬业
 - C. 办事公道
 - D. 奉献社会
10. 古人所谓的“鞠躬尽瘁, 死而后已”, 就是要求从业者在职业活动中做到()。
- A. 忠诚
 - B. 审慎
 - C. 勤勉
 - D. 民主
11. 职业化包括三个层面内容, 其核心层是()。
- A. 职业化素养
 - B. 职业化技能
 - C. 职业化行为规范
 - D. 职业道德
12. 从我国历史和国情出发, 社会主义职业道德建设要坚持的最根本的原则是()。

- C. 掌握一门实用技术 D. 德才兼备
19. 在现代工业社会，要建立内在自我激励机制促进绩效，关键不是职工满意不满意，而是他们的工作责任心。这句话表明()。
- A. 物质利益的改善与提升对提高员工的工作效率没有什么帮助
B. 有了良好的职业道德，员工的职业技能就能有效地发挥出来
C. 职业技能的提高对员工的工作效率没有直接的帮助
D. 企业的管理关键在于做好员工的思想政治工作
20. 要想立足社会并成就一番事业，从业人员除了要刻苦学习现代专业知识和技能外，还需要()。
- A. 搞好人际关系 B. 得到领导的赏识
C. 加强职业道德修养 D. 建立自己的小集团
21. 下列关于职业道德修养说法正确的是()。
- A. 职业道德修养是国家和社会的强制规定，个人必须服从
B. 职业道德修养是从业人员获得成功的唯一途径
C. 职业道德修养是从业人员的立身之本，成功之源
D. 职业道德修养对一个从业人员的职业生涯影响不大
22. 下列选项中，()项是指从业人员在职业活动中，为了履行职业道德义务，克服障碍，坚持或改变职业道德行为的一种精神力量。
- A. 职业道德情感 B. 职业道德意志
C. 职业道德理想 D. 职业道德认知
23. 在无人监督的情况下，仍能坚持道德观念去做事的行为被称之为()。
- A. 勤奋 B. 审慎
C. 自立 D. 慎独
24. 下列选项中，哪一个既是一种职业精神，又是职业活动的