

第一章 食品经营概述

第一节 食品经营的意义

一、食品经营的含义

从一般意义上讲，经营是指商品生产经营者以市场为对象，以商品生产和商品交换为手段，为了实现一定的效益目标，而进行的决策以及决策实施的一系列活动。经营是商品经济所特有的范畴，是经营实体与商品经济相联系的固有职能，并且总是与盈利相联系。

食品经营则是指食品的生产经营者在国家有关方针政策指导下，以市场为导向，以食品购销业务为中心，最经济、最合理地利用各种内外部的有利条件和因素，谋求实现全面的最佳经济效益和社会效益的经济活动过程。食品经营同其它任何商品经营一样，在社会主义市场经济条件下，应该具有下述一些质的规定。

（一）食品经营必须是在国家方针、政策和宏观经济发展目标指导下，在国家法令允许的范围内进行。这样，才能在服从整体利益和长远利益的前提下，谋取自身局部的眼前的经济利益。

（二）食品经营的主体是企业，食品经营活动是企业的经济行为。企业作为一个独立的经济实体，有权合理地支配和使用企业的各种资源，自主经营，自负盈亏。

(三) 食品经营必须具备一定的经营要素。这就是说, 食品经营企业必须拥有从事食品经营活动必不可少的条件, 即资金、商品、信息、物质技术设备和劳动力等。其中, 资金、商品、信息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技术结构; 企业内外部人与人的关系形成经营的社会结构。要使这些经营要素及经营结构在经营中充分地发挥作用, 达到经营要素紧紧地围绕着经营目标而活动, 就必须把这些要素的进行合理组合, 才能有效地开展经营活动。否则, 经营活动是无法进行的。

(四) 食品经营是在一定的环境条件下进行的。这就是说, 食品经营企业是在一定的市场环境中进行, 受着外部各种因素的影响和制约。比如社会制度、法律制度、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, 以及传统的风俗、道德、习惯等, 都对企业的食品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、市场商品的供求关系状况、自然地理环境和同行业之间的竞争状况这四个方, 是直接影响食品经营的外部环境, 客观地要求食品经营企业必须加强市场调查和预测, 以适应市场多变的需要。

(五) 食品经营是企业经济活动的全过程。它包括搜集市场信息、调查预测、经营决策、购销调存各业务环节以及商业服务等一系列相互联系、相互制约的经济活动。每一活动都构成企业经营的组成部分, 各组成部分的活动构成企业经营的全过程。在这一全过程中, 企业经营的各个阶段、各个环节、各项活动必须相互作用和有机联系。否则, 就不能保证经营连续不断地顺利进行, 更谈不上企业经营目标的最终实现。

(六) 食品经营必须取得经济效益和社会效益。社会主义食品经营的根本目的，是为了满足人民群众的生活需要。因而，贯穿在企业经营始终的，就是要研究如何适应市场的需要和引导消费者的生活需求，有目的地组织企业的购销业务活动，把数量充足、品质优良、价格适宜的食品和周到的良好服务送到消费者手中，从而，满足消费需要，促进生产发展，最终获得较好的经济效益和社会效益。为此，食品企业经营必须在食品购销调存各个环节上，权衡优劣，讲求核算，善于经营，才能实现最佳的效益。

二、食品经营的重要性

(一) 促进人民群众消费水平的提高

社会主义的基本经济规律，决定了社会主义企业的生产经营根本目的是为了满足不同人民群众日益增长的物质文化生活需要。食品经营的重要作用之一，就是满足人民群众对食品的消费需要。具体表现在：

第一，实现人民群众有支付能力的消费需求。在既定的消费水平条件下，人们的货币支付能力是一定的。通过食品经营企业组织适销对路食品的经营，改善销售服务，从而保证消费者有支付能力的消费需求得以实现。

第二 促进人民群众消费水平的提高。从根本上来说 消费水平的提高取决于社会生产的发展与进步，人们的货币收入增加了，人们的生活水平也就改善了。但是，食品经营水平和经营能力如何，又在一定程度上影响和制约着消费水平的提高。

第三，引导人民群众对新的食品的消费和新的消费习惯的形成。在当前商品经济迅速发展的情况下，食品经营企业

积极地通过引导和影响消费，对于新的消费需要和消费习惯的逐步形成有着十分重要的作用。

（二）促进食品产业的发展

食品经营的发展离不开食品生产的发展。但反过来搞好食品经营，又能促进食品生产的发展，从而带动整个食品工业的发展。具体表现在：

第一，解决食品价值和实现价值的实现问题。通过食品经营企业改善经营管理，提高经营管理水平，完成商品从生产领域向消费领域的转移，使生产部门创造出来的各类食品价值和实现价值得以实现。

第二，解决扩大市场和生产规模问题。规模生产必须以规模销售为前提，食品生产的发展和规模的扩大必须以食品市场的开拓为前提。通过食品经营企业，努力扩大食品销售，开拓新的食品销售市场，就能为食品生产者扩大生产创造前提条件。从而能带动整个食品工业的发展。

第三，及时准确地反映市场信息。这有助于食品生产部门掌握市场的供求状况和消费需求的变化，以便根据消费需要，合理地安排和发展食品生产，力求产品适销对路。

（三）增加国家积累

社会主义食品经营企业，通过广大职工的生产经营性劳动，参与创造价值和盈利，并通过提高劳动效率，降低纯粹经营费用的支出，以上缴各种税收的形式，为国家提供一定数量的建设资金，从而为社会做贡献。

第二节 食品经营的特点和要求

一、食品经营的特点

食品是满足人民群众“吃”的需要的各类商品的总称，主要是农副土特产品及其以它为原料的各类工业加工制品。包括粮油食品、肉禽蛋食品、糖烟酒食品、罐头饮料食品、果品蔬菜食品、水产品食品等等，其品种有数千种，甚至上万种。而每一类或每一种食品的生产 and 消费都各具其特点，这就需要在食品经营过程中，应当采取不同的方式、方法和手段与之相适应。从而形成了食品经营的特点，研究这些特点，对于搞好食品经营，更好地满足人民群众的生活需要，促进食品工业的发展，有着重要的意义。

（一）较强的政策性

我国的商品经济还不十分发达，尤其是食品行业的生产，有的还处于从自给半自给的生产向专业化、规模化商品生产的转化过程中。目前，许多食品生产如生猪、蔬菜、果品等生产仍然以家庭为单位组织生产经营，商业部门所经营的商品货源，来自于千家万户的农家。在这种情况下，企业要取得食品货源，在宏观上，要有一系列符合农民切身利益的经济政策；在微观上，要适应商品经济客观规律的要求，采取农民乐于接受的商品购销形式和手段。因为，商业部门同农民之间的商品购销，表面上看是一种商品买卖关系，但实质上是体现了农商之间、工农之间、城乡之间的经济联系，体现了国家、集体和个人之间的经济利益关系。因而，在食品经营中，要严格遵守国家农副产品的购销政策，包括经济政策、奖售政策等，通过合理的交易方式，取得食品货源，进

而也促进食品工业的发展。

从消费来看，食品的品种繁多，与广大消费者的日常生活密切相关，食品经营的状况，包括价格、质量、卫生等直接关系到消费者的切身利益甚至身体健康与安全。因此国家有专门的法律法规，购销政策规定，如《食品卫生法》、《质量法》等。为此食品经营必须在国家法律许可范围内合法经营，贯彻执行国家的各项有关政策，只有这样，才能最大程度地满足消费者的需要，维护消费者的利益。

（二）明显的季节性

绝大部分食品都是有生命的动植物，它们生长过程是和自然生长过程紧密结合在一起的。这种自然生长过程又是受各地的土壤、气候、雨量等各种自然条件的影响，从而表现出这些有机物质在成熟时间上的差别，形成食品生产的季节性。这一特点，反映在食品的采购上表现为忙闲不均，具有明显的季节性。所以，要求在食品采购活动中具有集中性和突击性，要不失时机抓住食品采购的季节，集中全力，及时地把食品采购起来，以保证市场的常年供应。

从食品消费来看，生活在不同社会文化环境和自然环境条件下的消费者，有其不同的消费习惯和消费方式，也会表现出一些季节性的特点。例如，中秋节的月饼消费、端午节的粽子消费以及元旦、春节的节日食品消费等都会形成一定的季节性。食品经营必须重视消费者的这种季节性和节假日消费的特点，组织好食品供应，以满足消费需要。

（三）很大的分散性和伸缩性

食品的流通过程是从分散到集中。分散是因为食品生产分散在广大的农村和工厂。我国幅员辽阔，食品生产遍布全国各地，再加上目前农村实行以家庭经营为主的多种形式的

联产承包责任制，使生产单位更加分散。这种食品在地域上分散性和生产单位的分散性，决定了食品经营的分散性。因此，食品经营过程中必须从网点的设置、经营方式的选择、到食品的运输、储存和销售等各项业务，都必须体现这一特点。

食品经营的伸缩性，主要表现在经营数量上的伸缩性。因为，食品生产要受到自然条件的影响，产量有一定的不稳定性，尤其是一些农产品食品，这就会直接影响到市场的食品供应。为此，在食品经营中，必须密切关注食品的生产情况和食品的市场需求情况，及时、准确地把握市场供求状况，组织好经营。

（四）有复杂而繁琐的技术性

食品生产由于受自然条件的影响，不仅表现在品种和规格上有多多样性。同一食品在不同地区生产，其产量、质量上也有很大差别，即使是同一地区生产，也会因为阳光、水分、养料和生长部位原因，产品质量上有着很大的差别。因此，食品的质量规格不能象其它一些工业品那样可控制，在质量上不均等，在规格上不划一。同时，在各类食品中，大多属于鲜活易腐商品，质量随时间的变化较快。这一特点反映在食品的采购、质量检验、运输、保管以及销售上带来一定的复杂性。为此，在食品经营过程中，必须从具体实际出发，制定出一套适合不同地区、不同种类食品的技术检验标准。采用科学的检验工具。同时要加强对经营人员的业务培训，配备具有一定商品学知识和业务技能的食物检验队伍，加强食品质量的检验工作。

二、食品经营的要求

食品经营的基本要求，概括起来，就是要遵守国家政府

的政策和法令，依据社会主义市场经济的基本规律，以消费者需求为中心，搞活企业经营，不断提高经济效益。具体地说，食品经营应该符合以下的基本原则：

（一）执行国家的政策法令

食品经营是同整个国民经济的发展和人民生活水平的提高密切相联系的。客观上要求企业的经营活动必须同国民经济的发展、工农业生产的增长、人民物质文化生活的需要相适应。一方面，随着改革开放的继续深入，政府部门转变职能，国家对食品行业的管理，将通过制定方针、政策、法规和有关规章制度，制定发展战略和规划，利用利率、税率、价格等经济杠杆，间接调控和引导企业经营行为，并采取相应措施为企业经营提供服务；另一方面，在社会主义市场经济条件下，食品经营企业成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的经营实体，成为独立享有民事权力和承担民事义务的企业法人。

因此，企业的食品经营活动，既要服从国家有关的管理规定和指导，又要进行灵活自主的业务经营。应当结合企业本身的具体情况，加强市场调查与预测，明确经营方向，确定经营目标，制定经营决策和计划，积极开展企业的经营活动，把发挥企业经营的积极性同切实服从国家的统一管理紧密地结合起来，这样，才能很好地端正企业经营的行为。

（二）维护消费者的利益

在食品经营中，树立以消费需求为中心，倡导为消费者服务，是社会主义食品经营企业的本质要求，也是搞好食品经营的根本指导思想。企业的经营活动不仅要正确处理国家、企业、职工个人三者利益的关系，同时也要正确处理企业与消费者之间的关系，切实维护消费者的利益。

为此，每个食品经营企业都必须树立面向消费者，全心全意为消费者服务的观念。在企业的业务经营活动中，不仅要做到食品供应适销对路、货真价实，并且要扩大经营范围，实行文明经商，不断地提高为消费者服务的质量。切不可唯利是图，弄虚作假，坑害消费者，用不正当的手段向消费者转嫁负担；要提倡和逐步形成以维护消费者利益为荣，以损害消费者利益为耻的良好经营作风。讲究商业道德，维护企业自身信誉。

（三）树立竞争观念

市场竞争是商品经济的一般规律。在我国社会主义市场经济体制下，各个食品经营企业都存在着各自的物质经济利益，这就使市场竞争的产生成为客观必然。从市场供求来看，一定时间空间条件下容纳的社会购买力是个有限的量，而同一时空条件下存在着同类型和不同类型的食品经营企业却有许多家，它们经营着众多的商品。对有限量的购买力投向哪些企业和哪些食品，政府不可能也不必要以法律来制约，也不能以行政手段来控制，它取决于消费者对这些企业的信誉比较，取决于食品及服务的质量、价格、品种、花色等在消费者心目中的形象高低。

树立竞争观念，从企业经营环境看，是强调对一定时间一定区域内购买力的竞争，强调对企业信誉的竞争，强调对市场信息的竞争；从企业内部条件看，是强调企业素质的竞争，它反映在企业经营管理水平、职工素质、经营商品优劣等方面。

（四）讲究经济效益

经济效益是企业求得自身发展的基础，也是衡量企业满足消费需要程度和经营管理水平的重要标志。所谓经济效益

是指在食品经营活动过程中，活劳动的消耗和物化劳动的占用同所取得的有用效果之间的对比关系。企业经营讲究经济效益，要求以尽量少的劳动耗费和劳动占用去完成更多的食品销售，加速商品周转和资金周转，节约商业经营费用，增加企业盈利。这不仅能够提高企业自身的发展能力，而且能够更好地满足消费需求，为国家提供更多的积累。

食品经营企业讲究经济效益 应当在企业经营活动中 加强市场调查研究，密切关注消费需求的现状及发展变化趋势，加强时间观念、资金周转观念、经济核算观念，注意克服效率低、积压多、浪费大的现象。通过扩大食品购销业务，合理组织经营，改善管理等正确途径，增加盈利。同时，讲究经济效益，还必须把企业效益和社会效益统一起来，要在维护消费者的利益，保证国家利益的前提下，为企业和职工获得更多的经济利益，正确处理好国家、企业和职工个人三者利益关系。

第三节 食品经营的过程

一、食品的采购

(一) 食品采购的任务

食品的采购活动从其经济意义上来看，是食品经营的起点。通过食品采购，一方面，保证企业掌握大量的食品资源，为城乡人民生活提供物质产品，为食品工业生产提供重要的原料；另一方面，为食品生产者（农民和食品生产企业）推销产品，保证再生产过程的顺利进行，从而促进食品生产的进一步发展。要实现上述两大基本任务，食品经营企业在食品采购活动中必须做好以下几项工作：

1. 认真贯彻执行国家的有关政策，处理好国家、企业和个人三者之间的关系，处理好企业与食品生产者之间的关系，使食品经营企业成为既是国家政策的执行者，又是食品生产者利益的维护者。

2. 积极开展食品采购活动，运用灵活多样的采购方式方法，以最少的费用、最少的环节、最快的速度，保质保量采购好食品，以保证市场需求。

3. 积极开展加工、储存和运输业务。

(二) 食品采购的方式

根据食品生产发展水平、市场需求特点以及各种食品对国计民生的重要程度，食品采购主要采取合同订购和市场收购两种方式。

1. 合同订购

合同订购是食品经营企业根据经营计划，在生产季节前与生产者协商，通过签订契约的形式即采购合同来采购食品的一种方法。合同订购是食品采购的重要方式，一方面能确保食品货源，另一方面也可以加强食品产销之间的计划性。

2. 市场现购

市场现购是根据购销双方自愿进行随地收购的一种方法。这种方法主要适合于零星分散的食品，是合同订购的一种补充形式。

食品经营企业在具体选择采购方式时，还应考虑到食品生产和流通的特点以及国家的有关政策的要求。为了做好采购的具体工作，在食品上市时能及时地收购起来，不使在数量上损失，在质量上损坏，在时间上耽误，并适时地将食品运销出去，需要注意：突击采购与经常性采购相结合；固定采购与灵活采购相结合；专业队伍采购与群众采购相结合等

二、食品的初加工

在食品经营中 绝大部分食品已处于完全的成品形态 不需要加工整理就可立即投放市场销售。但有一部分食品在进入流通领域时往往还处于自然状态或半自然状态，它们的质量、规格不一定整齐划一，往往含有大量的水份、杂质，体积轻浮，难以储存和运输，不经过处理就不能进入市场销售。为此，就需要对某些食品进行加工，这种加工主要是初加工（或称粗加工）如肉畜屠宰、水产品腌制、水果分选包装等，一般由食品经营企业直接进行。

食品初加工的目的是：第一，使食品的规格、质量符合标准，这样就可以为食品工业生产提供优质原料，从而提高食品的质量；第二，使食品从自然半自然状况向成品和半成品方面转化，可以直接满足消费者的需要；第三，使食品的重量减轻，体积缩小，性能稳定，便于储存、运输、节省仓储和运力，减少损耗，降低经营费用。

三、食品的储存运输

食品收购起来以后，根据不同的要求和用途，经过必要的加工处理，及时做好调运和储存。如一些鲜活类产品要及时调运到销地。运力有限的，或者储存任务重的，要及时做好保鲜冷冻工作。对一些干果、粮食要做好入库保管工作。

（一）合理组织食品储存的要求

食品储存必须有一个合理的限度，过多或过少，就可能导致食品的积压或脱销。合理地组织食品储存应具体地体现以下几方面的要求：

1. 有合理的食品储存量

合理的食品储存量，可以保证食品储存总量上适应购销业务的要求，使食品批发充分地发挥调节供求在时空上矛盾，做到存而不死；使食品零售勤进快销，快而不断。确定食品储存量的大小，主要根据：

(1) 食品销售量的大小。食品储存量与销售量成正比，销售量大的食品储存量也大；

(2) 食品销售的畅销程度。适销对路的食品库存量可安排得大一些；

(3) 食品的市场寿命周期。食品在市场寿命周期的各个不同阶段，其现实销售量和潜在销售量是不同的。一般来说，试销期、饱和期和衰退期都要严格控制库存量，增长期可相应增大库存量；

(4) 运输在途时间和进货间隔时间。食品在途运输过程需要的时间和进货时间间隔越长，储存量应越大。

2. 合理安排食品储存的时间

食品在储存过程中，如果时间过长，一方面会增加食品的储存成本；另一方面，会使得库存食品发生各种损失的可能性增加。为此，必须合理地控制食品在库储存的时间，以保证食品的使用价值不受损害，并保证食品经营企业能获得一定的经济效益。合理确定食品的储存时间，应具体考虑以下几方面因素：

(1) 季节因素。季节性消费的食品应上季末、本季初就组织好储存，季节一到就投放市场；

(2) 货源因素。货源长期有保障的，生产周期较短的，采购便利的食品，储存时间可安排得短些。相反，则储存时间应长一些；

(3) 食品自然属性。保质期长的，储存时间可相应地安

排得长一些；

(4) 食品的储存费用。对于损耗小，保管费用支出少的食品，储存时间可长一些。

3. 合理地控制食品储存的结构

食品的储存结构，主要是指库存食品品种、规格、花色及质量之间合理的比例关系。合理地控制食品的储存结构是为了能够使库存食品能适应不同层次、不同需求的消费者的广泛需求。

4. 科学养护食品，提高经济效益

合理地组织食品储存，不仅要食品的储存量、储存时间和储存结构进行计划和控制，而且还要做好对仓库中食品的保管养护，库容的合理使用等项工作，以最大限度地减少库存食品的损耗，维护食品的使用价值，并降低库存成本，提高食品经营企业的经济效益。

(二) 食品运输的原则

食品经营企业在组织食品运输业务活动中，应遵循的总的原则是：“及时、准确、安全、经济”，具体内容如下：

1. 及时

就是按照市场需求和食品经营的客观规律，不失时机地把食品从产地或供应地运到销地或需求地，缩短食品待运期和在途时间，及时满足社会生产和人民生活需要。

2. 准确

就是要适时、适地、适量地将食品运到目的地，在运输过程中要做到“数量准、质量好、手续清、责任明”，防止发生各类差错事故，准确无误地完成食品运输任务。

3. 安全

就是在运输过程中，要严格遵守各项作业规程，保护

品使用价值不受损害。尽量避免食品发生霉变腐烂、残损丢失、污染变质等事故，确保食品、人员、设备的安全。

4. 经济

就是在运输过程中，要合理地选择运输路线、运输工具和运输方式，提高运输设施和设备的使用效能，加速食品周转，加强运输业务管理，节省人力、物力、财力，以最小的劳动消耗取得最大的经济效益。

四、食品的销售

(一) 食品销售的原则

食品销售是指食品经营企业通过一定的物质技术设备，采用各种营销手段和方式，出售食品收取货款，实现食品由实物形态到货币形态的转化的经营活动过程。为了科学合理地组织经营活动，食品经营企业应遵循下列原则：

1. 维护消费者利益的原则

遵循这一原则是社会主义企业的性质所决定的，也是企业自下而上和发展的客观要求。在食品销售过程中，企业必须坚持社会主义的经营方向，遵守国家的有关方针、政策和法令；必须讲究商业道德，文明经商，合法销售，创造一种新的企业与顾客的关系。

2. 市场适应性原则

这一原则要求企业的食品销售符合市场的需求，首先从经营食品的品种、规格、花色、档次等要符合市场需求的结构，克服“大利大干，小利小干”的销售行为；其次，随着人们消费需要和欲望范围的扩展，销售的食品形式要符合消费发展的趋势。最后，企业的食品销售要符合消费者在不同时间上的需求，既注重现实需求，也注重潜在需求，并主动

指导和引发潜在需求，为消费者当好参谋。

3. 服务性原则

食品销售是提供消费实体和服务同时存在的经营活动。食品经营企业在销售活动中必须要重视服务，包括售前服务（如提供食品信息、可供货源目录等）售中服务（如售中咨询、帮助挑选、介绍食品知识等）和售后服务（如质量保证、免费送货等）。

4. 经济性原则

这一原则要求食品经营企业在组织食品销售过程中，必须讲求盈利，以尽可能少的各类费用争取最佳的经济效益。

（二）食品销售的基本要求

食品销售，不只是一个简单的收款付货的过程，而是包含了卖什么、卖给谁、如何卖、何时卖等一系列内容的业务活动，为了搞好这一系列业务活动，必须做好以下几方面的工作：

1. 搞好销售市场的调查

销售业务中的市场调查，主要是调查消费者近期的消费动向和特点，销售渠道、竞争对手所采取的竞争策略、市场的供求状况和商品价格等内容。

2. 根据市场状况，制定不同的销售策略

企业的销售策略必须根据市场需求的状况和特点来制定。如当消费者对食品的使用价值和使用效果不熟悉，出现需求量下降时，要采取刺激性销售策略，借用各种宣传手段，进行刺激性推销；当食品不适销对路或消费者受地域、风俗习惯等影响产生转向性需求时，要及时了解问题的成因，研究对策，实行转向性销售策略，将消费者的拒购行为转化为认购行为；当消费者收入增加，消费水平提高，对食品的

类、质量档次等提出新的要求时，要及时了解这种需求的潜力，采取创新性销售策略；等等。总之，企业可根据不同情况，因时而宜，因地制宜地采取多种销售策略。

3. 灵活运用多种销售手段，科学地将销售手段进行组合

在现代企业经营中，销售手段越来越丰富。面对激烈的市场竞争，单一和固定的销售手段已难以奏效。因此，企业在组织食品销售中，应运用组合的销售手段来进行食品推销。目前，最常用的销售手段的组合是：商品、销售渠道、价格和促销。这四个因素都是企业可控因素，同时又都是不断发展变化的变数，在销售过程中可以进行多种形式的组合。

思考题

1. 什么是经营？食品经营有何重要性？
2. 食品经营有何特点？
3. 食品经营的基本原则有哪些？
4. 食品采购的任务是什么？现阶段有哪些采购方式？
5. 影响食品储存数量、时间的因素有哪些？
6. 食品销售的基本原则是什么？如何搞好食品销售？