GENERAL TECHNOLOGY

经全国中小学教材审定委员会2004年初审通过

普通高中课程标准实验教科书 通用技术 选修4



现代农业技术

专题六　农副产品的营销

通用技术 GENERAL TECHNOLOGY



江苏凤凰教育出版社
Phoenix Education Publishing, Ltd.

GENERAL TECHNOLOGY
微信公众号：电子课本大全



普通高中课程标准实验教科书

通用技术　选修 4

顾建军　主编

现代农业技术

专题六　农副产品的营销

江蘇鳳凰教育出版社
Phoenix Education Publishing, Ltd

Modern Agricultural Technology

微信公众号：电子课本大全

随着科学技术突飞猛进的发展，技术日益成为我们生活几乎无时不在、无处不在的客观存在，成为引起社会变化、塑造社会变化和应对社会变化的重要因素。因此，技术素养是当代青少年的基本素养，通用技术课程是普通高中学生人人必须修学的课程。

现代农业技术是技术领域的一个重要组成部分，对于我们的日常生活和社会经济发展有着重要的影响。“现代农业技术”模块是在“技术与设计1”“技术与设计2”必修模块学完之后的一个选修模块，它包括“绿色食品”“种质资源的保护和引进”“无土栽培”“营养与饲料”“病虫害预测及综合治理”“农副产品的营销”共6个专题，每个专题为18课时，修完获1学分。“农副产品的营销”是一个拓展现代农业技术，体现农业发展新结构的专题，也是一个与生活紧密联系，内容生动有趣，实用性强的专题。在本专题的学习中，同学们一定会品味到探究农业技术奥秘，创造未来美好生活的人生乐趣。



了解本书的章节构成，能使我们总览全貌，形成关于课程学习的宏观架构。

学习目标

学习目标会使我们明确学习的方向，为进入学习过程做好心理准备。

同学们，欢迎你们进入现代农业技术世界。

案例分析

本栏目富有典型意义的范例、素材、话题是学习中对话的平台，它引领我们走入学习情境，使我们享受到由丰富的感性走向深刻的理性的快乐。

马上行动

穿插课文之中、形式多种多样的活动使我们所学的知识与技能得到及时的巩固、应用和内化，它是我们主动建构知识、拓展能力、发展情感态度与价值观的有力工具。

怎样使用本书
导读
General Technology

微信公众号：电子课本大全



学习评价

对学习过程和学习结果作一回顾、总结和反思，有助于知识与能力的主动建构，有助于学习目标的真正实现。

综合实践

将本章所学内容综合起来、与其他学科知识综合起来、与自己已有的知识和经验综合起来，可以提高综合应用知识与技能分析和解决问题的能力，使我们领略学习的最高境界。

本章小结

在学完一章后，就学习内容进行概括和归纳，能使所学知识与技能进一步强化和结构化。

练　习

生动活泼、形式多样的作业，使我们所学的本节内容得以巩固，同时也打通了与课外活动结合的通道。

链接

选学

这里为我们拓展学习、发展个性提供了网络学习、课外学习等方面获取资源的路径。它将把兴趣浓、有追求的同学引向技术探究的幽深之处。

阅读

选学

这是一个绚丽多彩的世界。它将使我们拓宽视野、深化认识、锻造精神，在“信息爆炸”的时代里，品味到技术信息方面的“美味佳肴”。

小资料　小辞典

小试验

选学

亲临其境、亲自动手、亲身体验是本栏目的宗旨。这里的一些项目将使我们经历激动人心的操作和探索实践，使我们的实践才能和创新能力得到充分的展示。

思考

这是一个发展认知、挑战思维的天地。想像、分析、判断、推理等思维活动将使我们体验到头脑风暴的乐趣和批判性、创造性思维的魅力。

讨论　辩论　探究

学习，
是一个
螺旋上升的过程，
它永无止境……

微信公众号：电子课本大全

现代农业技术

专题六　农副产品的营销

目 录 Contents

目录 Contents 目录 Contents 目录 Con



导　言　001



第一章　农副产品的贮藏与加工　009

一　粮食贮藏　010
二　畜产品、水产品加工　015
三　蔬菜水果加工　022



第二章　农副产品的市场及其信息　027

一　农副产品市场　028
二　农副产品市场信息　034

微信公众号：电子课本大全



第三章　农副产品的市场调研与预测 043

一　农副产品市场调研的内容、方法 044

二　农副产品市场有效预测 050



第四章　农副产品的营销决策与营销方案设计 057

一　农副产品营销决策 058

二　农副产品营销方案设计 061

微信公众号：电子课本大全

主　　编　顾建军

副 主 编　方炎明　彭方仁

本专题主编　彭方仁

主 要 编 者　彭方仁　周　娴　石　瑞　胡海群

编　　写　本书编写组

责 任 编 辑　郜　键　董秀敏

美 术 编 辑　田翔仁

微信公众号：电子课本大全



导　言

Introduction



随着我国经济建设的发展和人民生活水平的提高，农副产品生产和经营的大环境发生了巨大的变化。但从农副产品生产、流通、销售及市场前景等方面来看，人们重生产轻销售的观念和做法仍是制约农民增收的一个重要因素。尤其是“入世”后，我国农村存在的小生产与大市场、分散经营与规模生产的矛盾更为突出，抓好农副产品市场营销比以往任何时候都显得重要和紧迫。

微信公众号：电子课本大全

导 言

1. 什么是农副产品的市场营销
2. 现代市场营销需要树立的理念

学习目标

1. 了解农副产品市场营销的含义。
2. 了解市场营销观念及其演变过程。
3. 理解现代市场营销观念的本质。

随着我国社会主义市场经济的飞速发展，我国农副产品市场异常活跃，出现了一大批靠农副产品市场营销致富的典型。例如，南方某山区的一位农民，利用科学方法，对名不见经传的山野菜进行深加工，生产出品牌绿色食品，通过各种形式的市场营销，不仅占领了国内市场，而且远销国外。北方某地农民创办农工联合企业，养殖珍禽，通过优化营销组合，获得可观的经济效益，成了山沟里飞出的“金凤凰”。你想知道超市和农贸市场中琳琅满目的农副产品是如何从生产者手中进入市场以满足消费者需要的吗？

1 什么是农副产品的市场营销

农副产品主要是指包括粮食、畜禽、水产、蔬菜、水果等产品及以其为原料的加工食品。人们常说，民以食为天。每个家庭每天都要和“柴米油盐酱醋茶”打交道。人们的日常生活，一时一刻都离不开各种农副产品。这些数量庞大、品种繁多的农副产品主要靠市场营销进入寻常百姓家。

案例分析

“××”牌农副产品叫响国内外市场

我国北方某县在农业产业化经营过程中，抓住销售环节不放松，通过政府办展销、市场促营销、农民搞推销，多层次开拓市场领域，拓宽农产品销售渠道，使得“××”牌农副产品成为国内外市场的“抢手货”。为切实解决农副产品销售问题，该县在2000年就给农副产品注册了“××”牌商标，并由政府部门牵头搭台，组织龙头企业和能人大户“上台唱戏”，先后在北京、上海、海南等地举办或参加名优农副产品展销会，宣传推销“××”牌大蒜、花生、辣椒等名优特农副产品，借机招商引资。同时该县充分发挥市场在营销中的载体



图0-1 某农副产品销售市场

微信公众号：电子课本大全

作用，建立起一大批专业市场。目前已建成大蒜、花生、辣椒、土豆等各类专业贸易市场71家，年交易额30亿元。同时，该县还在北京、上海、长沙等大中城市设立了办事处，开辟营销窗口，从而形成了上下联通、内外结合的营销网络。在农副产品销购活动中，该县把培育和发展农民经纪人及中介组织作为拉动农村经济发展的一项重要举措，积极引导种养大户、农技人员和具有经商头脑的青年农民勇当经纪人。该县立足主导产业，引导1万多名农民创办了各类专业协会333个，成立了26家合作经济组织。

思考

1. 为了推广“××”牌农副产品，当地政府采取了哪些措施？
2. “××”牌农副产品叫响国内外市场的秘诀是什么？

市场营销是指将商品和服务从生产者转移到消费者或用户所进行的企业活动，以满足顾客的需要和实现企业的各种目标。市场营销决定应该生产什么产品、制定什么价格、在什么地方出售以及如何出售产品等。农副产品市场营销，就是农副产品生产者（企业）为了实现其经营目标和满足消费者需要，实施综合性经营销售活动，以达到推销自己产品的过程。

农副产品市场营销包括市场调查、信息收集、市场预测与决策、产品的设计与开发、目标市场和销售渠道的选择、产品的定价、产品促销及信息发布、售后服务与信息反馈等一系列经济活动，其整个过程可用简图概述如下：



图0-2　农副产品市场营销流程示意图

2 现代市场营销需要树立的理念

市场营销观念及其演变

市场营销观念是指导生产者（企业）进行市场营销活动的指导思想，是生产者根据农村经济形势和多方面环境因素而形成的一种具有普遍意义的经营理念。当前，我国农副产品的“卖难”现象时有发生，农副产品市场竞争日趋激烈，农业生产者、经营者和组织者必须正确认识农副产品市场新形势，认真分析市场变化新趋势，积极开展农副产品的市场营销活动。

微信公众号：电子课本大全

市场营销观念是随着生产力的发展，随着市场趋势从“卖方市场”向“买方市场”转变而逐步演进的。它可以归为传统市场营销观念和现代市场营销观念两大类。

传统市场营销观念是在生产力水平较低、市场产品短缺的卖方市场条件下形成的。它认为消费者欢迎那些买得到、买得起的产品，只要物美价廉，产品就一定能销售出去。生产经营考虑的重点是“我能生产什么、擅长什么，我就生产什么”。它把推销作为生产经营活动的重点，一切以“我怎样能把产品卖出去”为出发点。“我卖什么，就让人们买什么；种什么产品，就让人们吃什么”。产品一旦推销出去，经营活动也就结束了，至于顾客是否满意，则不在生产经营者考虑之列。传统市场营销观念包括生产观念、产品观念和推销观念等。

生产观念

生产观念是指在整个社会产品不太丰富、需要大于供给、消费者购买产品毫无选择余地的情况下，企业所持的指导市场营销的一种观念。这种观念主要认为：消费者的注意力只集中在是否买得起及价格是否便宜上。因此必须大量生产，降低价格。其表现形式为：重生产，轻营销；重数量，轻特色。

产品观念

产品观念是一种与生产观念类似的经营思想。它片面强调产品质量，而忽视市场需求，以为只要产品质量好，技术独到，自然会顾客盈门。这种观念适用于商品经济不甚发达的时代。

生产观念和产品观念都属于以生产为中心的经营思想。二者都没把市场放在第一位，二者的区别在于前者以量取胜，后者以质取胜。

探究

在以生产为中心的生产观念和产品观念支配下，产品营销的结果会如何？为什么？

推销观念（销售观念）

推销观念认为，一方面消费者购买具有惰性，不会足量购买某种产品；另一方面追逐消费者的产品太多，消费者不会足量购买本企业的产品。因此，企业必须大力开展推销和促销活动。

思考

“好酒不怕巷子深”“皇帝女儿不愁嫁”反映的是何种营销观念？此营销观念对产品的营销会产生什么影响？

现代市场营销观念是在市场上商品供给大于需求，卖方竞相出售商品，市场价格下滑，买方处于有利地位的市场形势下形成的。这种经营思想以满足顾客的需求为中心和出发点，以“顾客需求什么，我就生产什么，就销售什么”为主打思想。它要求把顾客需求贯穿于生产经营活动的全过程。现代市场营销观念包括市场营销观念和社会营销观念。

微信公众号：电子课本大全

市场营销观念

市场营销观念是以市场需求为中心，以研究如何满足市场需求为重点的新型营销观念。市场营销观念的确立，标志着企业在营销观念上发生了根本的、转折性的变革，由传统的、封闭式的生产经营型企业，转变为现代的、开放式的经营开拓型企业，为成功营销奠定了基础。市场营销观念认为：实现企业营销目标的关键在于正确地掌握目标市场的需求，并从整体上去满足目标市场的需求。因此，企业必须生产、经营市场所需要的产品，通过满足市场需求去获取企业的长期利润。市场营销观念的特点是注重顾客需求、坚持整体营销。

注重顾客需求，即树立“顾客需要什么，就生产、经营什么”的市场营销观念，不仅要将顾客的需求作为企业营销的出发点，而且要将满足顾客的需求贯穿于企业营销的全过程；不仅要了解和满足顾客的现实需求，而且要了解和满足顾客的潜在需求。

坚持整体营销，即市场营销观念要求企业在市场营销中，必须以企业营销的总体目标为基础，综合地运用产品、价格、渠道、促销等因素，使其成为一个有机整体，从而从各个方面来满足顾客的整体需求。

社会营销观念

社会营销观念是市场营销观念的发展和延伸，它和市场营销观念同属于现代营销观念的范畴。按此观念，要求企业的营销活动不仅要满足消费者的需要和欲望并由此获得企业的利润，而且要符合消费者自身和整个社会的长远利益，要正确处理消费者欲望、企业利润和社会整体利益之间的矛盾，统筹兼顾，求得三者之间的平衡与协调。

现代市场营销观念要充分体现以人为本的思想，充分考虑顾客的满意度。企业应在顾客寻求需要的满足时，采取适当的措施给予顾客实际的帮助；要使顾客满意，企业应注重诚信，并以此作为衡量企业获得顾客满意程度的依据，力求使企业、顾客和社会获得双赢或多赢。

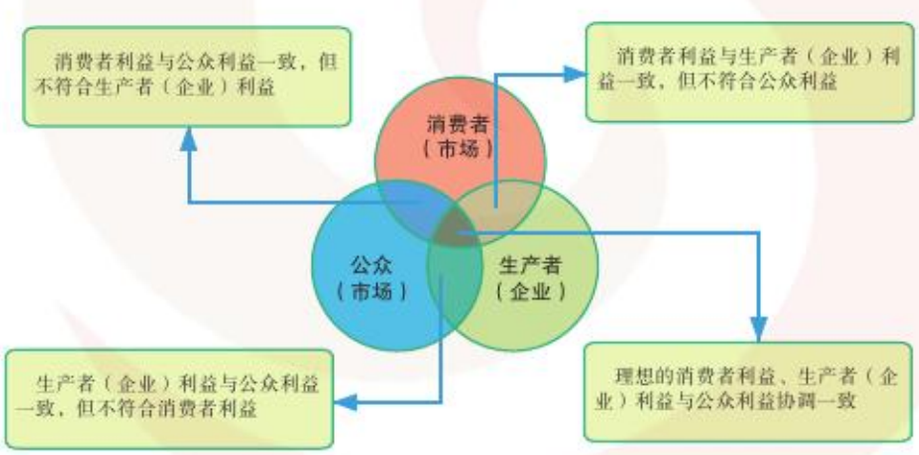

图 0–3　社会营销观念示意图

思考

从当地社会和生活实际中，举例说明不同营销观念对农副产品营销的作用。

微信公众号：电子课本大全

表 0-1 传统市场营销观念与现代市场营销观念比较分析

特 点	传统市场营销观念	现代市场营销观念
思维方式	产品→推销→增加销售→利润	顾客→整体营销手段→满足顾客需要→利润
营销活动的重点	千方百计地增加农副产品的数量，提高农副产品质量，降低成本，以数量多、质量好、成本低的农副产品取得竞争优势	从顾客的需要出发，组织农副产品的生产，以不同的产品（品味、色泽、营养、价格）满足不同顾客的不同需求
营销活动的手段	等客上门或大力推销已经生产出来的农副产品，不重视市场调研与预测，生产经营活动带有很大的盲目性	采用以顾客为中心，根据目标市场的需求，设计市场营销组合，通过整体市场营销活动，来实现经营的目标
实现利润的途径	单纯追求农副产品产量和销售量，通过扩大销售量获得利润	生产出令顾客满意的农副产品，从而拥有更多的顾客和更大的市场份额，以获得长期的满意的利润

马上行动

分组讨论不同营销观念产生的背景及主要特点。

营销观念	产生背景	主要特点
生产观念		
产品观念		
推销观念		
市场营销观念		
社会营销观念		

树立现代市场营销观念

目前，我国农副产品生产和经营的大环境发生了极为深刻而巨大的变化。农副产品品种日益丰富，传统的卖方市场已经完全转变为买方市场。人们对质量和安全的要求越来越高，消费需求的差异越来越大。科学技术的发展促使一些高新技术（如无土栽培、转基因技术、克隆技术等）逐步渗入农副产品的生产领域。特别是我国加入WTO以后，农副产品的生产和经营更是面临着新的挑战。实践证明，只有牢固树立现代市场营销观念，才能真正掌握致富的“金钥匙”。

微信公众号：电子课本大全

案例分析

山野菜做出大文章

某山区青年农民李某，运用科学方法，对平日上不了桌面的山野菜进行深加工，生产出了名牌绿色食品。这类食品不仅在北京、上海和广州等大城市受到普遍欢迎，而且远销日本、韩国和俄罗斯等国，得到很高评价。他的成功“秘诀”在于：大胆突破传统观念的束缚，采用一整套现代生产和经营方式。如建立无污染原料生产基地和先进的无菌化生产、包装车间，严格按照ISO14000的标准监控生产全过程；引进新型真空环保包装设备，注重“绿色”包装，突出产品大自然的特色；进行品牌化经营，注册商标；建立代理销售制度和有奖销售制度，确保销售渠道畅通无阻；与媒体合作推出产品广告；在各销售点设立信息收集、反馈中心，不断改进和提高产品质量，增加产品品种，以适应各类消费者的不同需求。

讨论

1. 李某是怎样在现代市场营销观念的指导下，将山野菜创出品牌来的？
2. 以你熟悉的实例，说明现代市场营销观念在农副产品营销中的作用。

练　习

1. 请当地农村种养专业户谈谈开展市场营销的感想和体会，然后进行小组讨论、交流，加深对树立现代市场营销观念的理解。

2. 借助网络或其他资料查找营销致富的典型案例，并绘制该案例所开展的营销活动流程图。

本章小结

农副产品主要是指包括粮食、畜禽、水产、蔬菜、水果等产品及以其为原料的加工食品。农副产品市场营销，就是农副产品生产者（企业），为了实现其经营目标和满足消费者需要，实施综合性营销活动，以达到推销自己产品的过程。它包括市场调查、信息收集、市场预测与决策、产品的设计与开发、目标市场和销售渠道的选择、产品的定价、产品促销及信息发布、售后服务与信息反馈等一系列经济活动。

市场营销观念是随着生产力的发展，随着市场趋势从“卖方市场”向“买方市场”转变而逐步演进的。只有牢固树立现代市场营销观念，才能真正掌握致富的“金钥匙”。

综合实践

选择当地的一种主要农副产品，按如下要求设计市场营销流程图：

（1）所选择的农副产品要具有当地特色。

（2）流程中至少包括市场营销过程中三个以上的技术环节。

（3）尽量保证各技术环节的可操作性。

微信公众号：电子课本大全

导言 学习评价

GENERAL TECHNOLOGY GENERAL TECHNOLOGY

评价内容		自我评价
学习过程	课内完成学习任务情况	
	课外完成学习任务情况	
	学习态度评价	
	学习水平评价	
学习结果	导言学习目标实现情况	
	学习导言内容的收获与不足	

微信公众号：电子课本大全



第一章 农副产品的贮藏与加工

Chapter 1 Storing and Processing of Farming Byproducts

一 粮食贮藏
二 畜产品、水产品加工
三 蔬菜水果加工



农副产品贮藏与加工是农业产业的重要环节之一，也是提高农副产品经济价值的有效途径。它不但是农业生产的继续、发展和深化，也是消费品工业的主要行业之一，因而与人民生活息息相关。它的发展直接影响着农牧业生产、经济发展、民族振兴和人民的合理膳食结构，对保障城镇居民在肉、果、菜、蛋、奶等的供应需要上起到物质保障作用。

微信公众号：电子课本大全

一 粮食贮藏

1. 粮食贮藏原理
2. 粮食贮藏常规技术
3. 粮食贮藏新技术

学习目标

1. 了解粮食的贮藏技术。
2. 了解提高粮食经济价值的途径。

从市场上买回来的粮食，存放了一段时间后，常会发生霉变或长虫现象，这是由粮食贮藏方法不当造成的。调查表明，我国每年的粮食产后损失十分惊人，这其中就包括由于粮食贮藏技术水平低下或贮藏方法不当所造成的巨额损失。

粮食贮藏的目的，就是要尽可能地保持和提高粮食的各项品质，使粮食的营养成分在贮藏期间尽量保持不变，有时还可以因势利导使粮食某些品质得到改善，这样就有利于粮食的销售，实现优质粮食的全年供应，满足消费者的需求。

小辞典

粮　食

按照我国传统解释，粮食有广义和狭义之分。广义的粮食是指谷物类、豆类、薯类的集合。狭义的粮食是指谷物类，主要有稻谷、小麦、玉米、大麦、高粱等。

1 粮食贮藏原理

影响粮食安全贮藏的因素是多方面的。从内因方面看，粮食子粒含水量的高低、杂质含量的多少、子粒完整度及成熟度都能影响贮藏的稳定性；从外因方面看，环境温度和湿度、气体成分、微生物、仓库害虫、螨类、鼠类与雀类都是造成粮食品质劣变的因素。



图 1-1　粮　库

一般说来，粮食贮藏应当尽量降低粮食子粒的含水量，减少杂质含量，控制环境条件处于低温、低湿状态，并做好防鼠、防虫工作。

微信公众号：电子课本大全



图 1-2 玻璃钢仓



图 1-3 罩 棚

2 粮食贮藏常规技术

不同粮食的特性各不相同。因此，针对不同的粮食就有各种不同的贮藏方法。

干燥贮藏

干燥贮藏是指以干燥为主要手段的贮藏方法。刚收获的粮食，水分含量较高，且正在后熟期，干燥速度要缓慢些。对含蛋白质较多的大豆、蚕豆等豆类粮食，因其毛细管细小，传湿力弱，而种皮却较疏松，易失水，以采用低温慢速带荚曝晒为宜；对于含淀粉较多的稻谷、小麦等谷类粮食，由于淀粉结构比较疏松，子粒内毛细管粗大，传湿力较强，适宜采用高温快速的办法干燥。

通风与密闭贮藏

适时通风可以促进粮堆内外的气体交换，降温散湿，防止温差结露，防止二氧化碳积聚影响种子生活力。而适时密闭则可减少外温、外湿对粮堆的影响，有利于保持粮堆低温、干燥。通风贮藏的方式主要有自然通风和机械通风。自然通风是指适时开启门窗，通过空气自然对流来进行气体交换。机械通风则是将外界低温干燥的空气鼓入或吸入粮堆，以达到气体交换的目的。密闭贮藏方式主要有全仓密闭和粮面压盖两种。全仓密闭是将仓库门窗全面封闭，粮面压盖是用干燥无虫的谷壳、草木灰或袋装干砂压盖粮面。小麦、稻谷、玉米、高粱、粟、大豆、大米、薯干均适用此法。

思考

想想我们熟悉的粮食制品中，哪些需要通风贮藏，哪些需要密闭贮藏？

低温贮藏

低温贮藏是将粮食温度控制在一个较低的水平，以达到安全贮藏的目的。目前的低温贮藏方法有自然低温贮藏和机械制冷低温贮藏。自然低温贮藏是指在寒冬季节，采取自然

微信公众号：电子课本大全

通风或仓外冷冻等办法，降低贮粮温度，然后在春暖以前采取全仓密闭或粮面压盖密闭贮藏，使粮食较长时间处于低温干燥状态。机械制冷低温贮藏是利用制冷机械产生冷气送入仓房或粮堆中，使粮食处于冷藏状态，以抑制各种生物的生命活动，即使在夏天也能保证贮粮安全。

探究

把家里的粮食放进冰箱里进行低温贮藏，是否可以延长粮食的贮藏时间？

高温密闭

高温密闭的作用主要是杀虫。高温能破坏害虫的正常生理机能，延缓或终止其生命活动。高温密闭以粮食的耐热性为基础，只适用于小麦、豌豆等耐热性较高的粮种。

气调贮藏

气调贮藏又称受控大气贮藏，它是通过调节密闭粮堆内的气体成分，主要是降低氧气或增加二氧化碳、氮气的浓度，以抑制粮堆内各种生物成分的生命活动，从而达到安全贮藏的目的。实践证明，当氧气浓度降到2%左右，或二氧化碳浓度增加到40%以上，霉菌受到抑制，害虫也很快死亡，并能较好地保持粮食品质。目前，气调贮藏的技术有气密贮藏、氮气贮藏、二氧化碳贮藏和减压贮藏等。

案例分析

小麦的贮藏方法

小麦是加工面粉的主要原料，由于刚刚收获的小麦温度较高，水分含量也很高，因此在进行贮藏时要注意以下两个方面。

1. 趁热装包，高温密闭。

利用小麦的耐热性，在高温的晴天晾晒、贮藏，可起到干燥、促进后熟、杀虫抑菌的作用。

具体做法：

（1）选高温晴朗的天气晒麦粒。先晒地坝，后摊晒小麦。要求摊薄、摊匀。

（2）勤翻动。将麦温晒到50℃，持续2小时，使含水量小于12.5%。

（3）闷堆杀虫。将摊晒的小麦堆成2 500千克的小堆，热闷半小时，使麦温保持46℃以上。

（4）清洗消毒预热。在入库前，应对仓库、工具、器材等进行清洗、消毒、预热。

（5）趁热入仓库，及时覆盖密闭，防吸湿散热、害虫复苏危害等。维持10天42℃的温度，可杀死害虫幼、成虫及其蛹、卵。

2. 控制水分，维持低温低氧。

为了对小麦进行长期贮藏，提高贮粮的稳定性，必须控制小麦的含水量，维持

微信公众号：电子课本大全

低温低氧状态。对于含水量低于12.5%的小麦进行散堆密封防潮，可安全贮藏；含水量14%～15%的小麦如温度上升至22℃时，若管理不善，则易腐败。而对已贮藏1~2年的小麦，采用热密闭或趁冬季低温翻仓去杂，摊薄降温后趁冷装仓，进行“冷密闭”贮藏，可防小麦变质、生虫、发霉等，达到安全贮藏的目的。



分析以上案例采用了哪些粮食贮藏技术。

小麦贮藏过程中，在对仓库、工具、器材等进行清洗、消毒、预热的时候，应注意某些杀虫剂对人畜都有一定的毒性，在使用过程中应注意安全。特别是在使用剧毒药剂磷化铝、氯化钴时，更要严格遵守安全操作规程。为了减少杀虫剂对人畜的危害，应该选用高效低毒、低残留、高纯度、适宜残效期的杀虫剂，限制对贮粮使用的药剂种类和条件，如面粉不能用氯化钴熏蒸，每批小麦常规熏蒸一年只允许进行一次等。要严格执行杀虫剂在食品中的残留标准，防止人畜长期食用带毒粮食而引起慢性中毒。

3 粮食贮藏新技术

技术总是不断发展的，粮食贮藏技术也是这样。目前，现代粮食贮藏已经朝着多技术结合的方向发展。另外，随着计算机的普及，智能化管理也走入了现代粮食贮藏技术的领域。

“双低”贮藏和“三低”贮藏

“双低”贮藏一般指低氧、低药剂量的密封贮藏。这是一种在自然缺氧的基础上，再施放低剂量杀虫剂的贮藏方法。“三低”一般指低温、低氧、低药剂防治的贮藏方法，是粮食贮藏的综合措施。目前，采用低温贮粮，除机械制冷低温仓外，一般都达不到常年控制害虫和微生物发展的目的，必须配合其他有效措施，进行综合治理，才能更为有效。在高温季节入库的粮食贮藏可采取“低氧（密闭）—药（有虫时）—温（10月份以后通风）”的方法；在低温季节入库的粮食采取“低温（通风）—氧（次年春季后）—药（有虫时）”的方法进行贮藏。

粮情监测

粮情监测就是在粮食贮藏的全过程中对贮藏环境及粮食状态的系统监测。目前只能实现计算机粮温监测，它主要用于房式仓粮食存储的温度检测，也可以与数字化、自动化的粮食机械配合，实现粮仓生产管理的全自动化，具有显示、历史查询、温度曲线绘制、危险报警、实时检测记录等功能。但其他粮情还有待于进一步研究试验，如湿度、虫害、气体成分等粮情的计算机监测及通风、熏蒸、制冷的自动控制。

微信公众号：电子课本大全

马上行动

从市场上买回来的粮食，在家里应该怎样贮藏才不致变坏？结合已有经验填写下表。

应采取的主要措施	原　　因

阅读

“无公害储粮”与“绿色储粮”

进入21世纪以来，各种蔬菜、水果等被冠以无公害农产品陆续走向市场，走上老百姓的餐桌。与此同时“绿色储粮”的提法也应运而生。但是究竟是“绿色储粮”准确，还是“无公害储粮”更具时代特征呢？众说纷纭，尚无定论。“绿色储粮”即通常所说的环保储粮、粮食无污染，虽然也能体现环保意识及可持续发展的理念，但其内涵仍然是以储粮为中心，以粮食为本。而“无公害储粮”具有三方面的含义：(1)所采取的储粮方式应对大气环境无污染；(2)所采取的储粮技术应对消费者身体健康无伤害；(3)所采取的储粮方法应对操作者身体无损伤。可见，“无公害储粮”体现的是“以人为本”的管理理念，所采取的技术也体现了人性化特征。

练　习

1. 请以家中的面粉为原料，利用已有的家庭设施，设计面粉的贮藏方案。
2. 请举出三种可以降低氧气或增加二氧化碳的方法，以实现气调贮藏。

微信公众号：电子课本大全

二 畜产品、水产品加工

1. 畜产品加工、贮藏保鲜技术
2. 水产品加工与贮藏技术

学习目标

1. 了解畜产品的加工、贮藏保鲜技术。
2. 了解水产品的加工与贮藏技术。
3. 了解鲜活水产品的运输方法。

大部分同学每天的食谱中肯定少不了肉、鸡蛋、鱼和牛奶，这些食品给我们提供了丰富的蛋白质、脂肪等营养物质，是非常重要的一类食品。这些食品都属于畜产品或水产品的范畴，也就是我们通常意义上讲的动物产品。

1 畜产品加工、贮藏保鲜技术

畜产品加工的意义在于，作为一种加工手段它能延长新鲜原料的贮藏期，并提供给消费者形形色色的产品，如乳制品（酸奶、奶油、奶粉等）、肉制品（肉脯、香肠、肉松、火腿等）和蛋制品（皮蛋、卤蛋等）。另外，畜产品加工能提高原料的利用价值，如动物的皮毛可用于制革和纺织，各种脏器亦能充分利用，血、骨、毛等可加工成高蛋白饲料和肉骨粉。

乳制品加工（酸奶）

乳制品主要是以牛乳为原料加工的产品，如消毒牛奶、酸奶、炼乳、奶粉等。下面就以酸奶为例介绍乳制品的加工技术。

生产工艺如下：



图 1-4 酸牛奶



微信公众号：电子课本大全

肉制品加工（肉脯）

肉制品是以畜（猪、牛、羊等）、禽（鸡、鸭等）为原料加工的产品，种类繁多，如香肠、火腿、肉松、肉脯、盐水鸭等都是典型的肉制品。

肉脯类产品是瘦肉经切片、调味、腌制、摊晒、烘干和烤制等工艺制成的薄片型肉制品。下面就以肉脯为例，介绍肉制品的加工技术。

工艺流程

原料选择和整理 → 拌料 → 烘烤 → 切片 → 包装。

操作要点

原料选择和整理：选用合格的新鲜猪后腿瘦肉为原料，修净肥膘、筋膜、淤血、杂物，将其装模，送入冷库冷冻，使肉的中心温度降到 0 ℃左右，取出切片，肉片厚 2 cm。

拌料：先将配料搅匀溶解，再与肉片搅拌 50 分钟；然后平铺在用植物油刷过的不锈钢丝筛上。

烘烤：将铺好肉片的筛子送进烘烤炉内，烘烤温度一般控制在 60 ~ 65℃，烘烤 5 ~ 6 小时，冷却后，再移入烘房内，用较高温度烤至肉片出油，成棕红色，即为成熟。

切片：将烤成熟后的肉片放入压平机压平，再转入切片机内切成薄片，片形长 12 cm，宽 8 cm，然后进行包装。

质量标准

猪肉脯红润透明，有光泽，肉香鲜美，滋味醇正甘美，入口即化，瘦肉不塞牙，回味悠长。切片厚薄均匀，无焦片，无杂质。

蛋制品加工（无铅皮蛋）

蛋制品是主要以禽蛋为原料加工而成的产品，常见的有皮蛋、糟蛋、卤蛋、酱蛋等。下面以大家比较熟悉的皮蛋为例，介绍蛋制品的加工技术。

材料：生石灰 6 ~ 7 kg，纯碱 3.0 ~ 3.5 kg，食盐 2 kg，茶叶 1 kg，锌盐 150 g 或铜盐 150 g，水 50 kg。

料液配制：先将茶叶放在缸内，加入沸水，然后投入生石灰和纯碱，搅拌溶解，再加入食盐、锌盐或铜盐，搅拌均匀，使之充分溶解，最后捞出石灰渣，凉后使用。

装缸、灌料：把经挑选的鲜蛋放入干净的缸内，然后将料液慢慢地倒入缸内，使蛋全部浸没在料液里，上加物块压住，以防蛋上浮，最后封缸保存，温度保持在 18 ~ 24℃。

成熟管理：腌制过程中，要勤观察、勤检查。一般浸泡 7 ~ 8 天取蛋检查，用灯光透视，看成熟速度是否过快或太慢。浸泡 15 ~ 20 天进行第二次检查，取 2 ~ 3 枚蛋剥壳，此时蛋白已凝固，蛋白表面光洁，色呈淡棕色，蛋黄变为褐绿色，表明情况正常。下缸后 25 ~ 30 天进行第三次检查，用灯光透视，蛋大部分呈黑色，剥开蛋壳，蛋白凝固光洁，不黏壳，呈棕褐色，蛋黄呈黑绿色，蛋黄中心呈淡黄溏心。通过最后一次检查，确定出缸的时间。

出缸上蜡：蛋出缸后，用冷水冲洗干净，经质量检查后，取好的皮蛋上蜡，放在缸内封存，置于阴凉、干燥的室内保存，温度保持在 20℃ ~ 24℃为宜，贮存时间通常为 6 个月左右。

微信公众号：电子课本大全

探究

根据无铅皮蛋的加工工艺，分析消费者如何才能区分传统的有铅皮蛋和无铅皮蛋。

小资料

禽蛋壳的开发利用

我国每天至少要消耗60亿只禽蛋。禽蛋壳的利用价值不亚于蛋黄和蛋白。蛋壳是天然钙源，蛋壳的内部有一层膜，厚约0.05～0.065 mm，占蛋壳总量的5%，称为蛋白膜。蛋壳与蛋膜具有很高的实用价值，可作为仪器、医药及化工原料。蛋白膜可用酸进行分离。蛋壳经焙炒磨细（粒度在10～15目之间），可直接添加到食品中作补充钙源。蛋壳经处理可得高纯碳酸钙，属活性钙，粉碎到极细（100目）可直接生产丙酸钙、乳酸钙、柠檬酸钙、氯化钙及磷酸氢钙等。

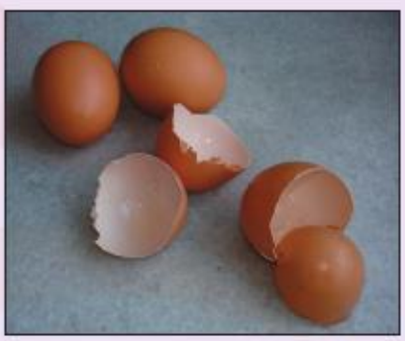

图1-5 鸡蛋壳

畜产品加工副产物的综合利用（肉骨粉）

畜产品在加工过程中剔除下来的骨头通常都被丢弃，事实上动物骨中含有丰富的钙质资源，如能加以利用，既可以减少原料的浪费，又能综合利用其中的营养元素，作为其他农副产品的钙添加剂。肉骨粉的具体加工方法如下：

将新鲜原材料先放入粉碎机里粉碎成小的颗粒状物体，然后放入蒸煮器加热至130℃持续1小时以上，高温蒸煮过程结束后，再经过压缩机挤压进一步脱脂，最后将原料研磨并经过10号网过筛，原料就变成肉骨粉了。

阅读

绿色畜产品的生产

在畜牧业生产中，人们把符合绿色食品标准的畜禽产品统称为绿色畜禽产品，包括肉、蛋、奶以及它们的加工产品。

绿色畜禽产品可划分为三类：第一类是在无任何污染条件下生产的畜禽产品；第二类是在自然条件下，通过添加对人体无害的生物制剂而生产的畜禽产品；第

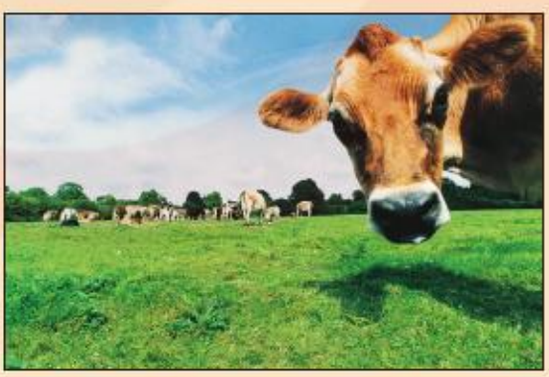

图1-6 奶牛场

微信公众号：电子课本大全

三类是在生产过程中，通过添加作用强、代谢快、毒副作用小、残留量低的非人用药品和添加剂而生产的符合绿色食品要求的畜禽产品。

按照绿色畜禽产品生产的要求，生产绿色畜禽产品主要有自然放养法、生物学方法、休药期生产法三种方法。

自然放养法：在无工业废物和农药污染的地区，或空气、土壤、水源等环境指数均达标地区，以自然放养方式生产的畜禽产品。

生物学方法：在环境指数达标的地区或畜禽场，选择适宜的品种，在整个饲养过程中，采用绿色饲料饲养，以生物制剂作为促长添加剂和防病治病药物。

休药期生产法：该法适应于小型饲养场和个体饲养户，对生产条件的要求不是很严格，生产周期分两个阶段，第一阶段按常规法饲养，第二阶段为休药期。在休药期内完全使用无污染、无残留、无公害的来自绿色食品产地的饲料。

畜产品贮藏保鲜技术

各种畜禽肉中都含有丰富的营养，在室温下放置过久，易受微生物侵袭产生种种变化以致腐败。因此，肉与肉制品的贮藏保鲜是保证原有质量与营养的必要环节。畜产品最主要的贮藏保鲜方法有干燥法、盐藏法、低温贮藏法、辐射贮藏法、熏烟法、罐藏法、化学贮藏法等。下面主要介绍低温贮藏法、辐射贮藏法和化学贮藏法。

低温贮藏法

低温贮藏法是指降低食品的贮藏温度，以抑制微生物生长繁殖，延缓食品中的生化反应，控制酶的活力，达到保存（藏）食品的方法。主要原理是利用水分冻结抑制微生物的生长发育，延缓食品及微生物的各种生化反应，控制各种酶类的活性。根据保鲜贮藏时低温的程度分为冷却肉（0℃～1℃）和冷冻肉（冻结时 -23℃，贮藏时 -18℃）。但冷却肉的贮藏期不长，一般只能贮藏 1 周左右。

辐射贮藏法

辐射贮藏法是利用 γ 射线或电子射线照射肉品达到保藏目的的一种方法。这些高能带电或不带电的射线引起肉品上污染的微生物发生一系列物理化学反应，使它们的新陈代谢、发育受到抑制或破坏，从而杀灭肉品内外层的微生物，延长肉品的保藏时间。该方法是继其他传统贮藏方法之后又一新的方法。但肉经辐射后会产生异味，肉色变淡，且会损失部分氨基酸和维生素。

化学贮藏法

化学贮藏法是在肉品生长和贮运过程中使用化学添加剂或食品添加剂来提高肉的耐贮性，并尽可能保持它原有品质的一种方法。主要是应用化学防腐剂、抗氧化剂，结合现代的气调贮藏，最大限度地保持肉的品质，延长保藏时间。它的特点是方便，但保藏时间有限，而且迄今为止，尚未发现一种完全无毒、经济实用、抑菌广谱并能运用于各种食品的理想防腐剂。

微信公众号：电子课本大全

2 水产品加工与贮藏技术

鲜活水产品有着产量不确定、产品保存时间短、易腐、运输难度大等特点，因此，对水产品进行加工和贮藏就显得尤为重要。下面介绍几种水产品的加工贮藏技术。

低温贮藏

一般分冷却与冷冻两种方法。冷却就是使水产品降温至0℃左右，多用于短期或临时贮藏;冷冻则是使水产品在-18℃以下的低温环境下呈坚硬状态，多用于较长时间的贮藏。

腌制加工

一般有干腌法、湿腌法和混合腌制法，实际应用中多采用混合腌制法。将食盐涂于水产品表面，装入容器后再注入饱和食盐水，盖住容器密封保存。食盐的用量依腌制时间的长短合理调整。



图 1-7 烟熏火烤

烟熏火烤

一般烟熏和蒸煮相结合，这样可使水产品有稳定的色泽和气味。但卫生欠佳，难以避免霉菌生长。烟熏应在单独的烟熏间（炉）进行，必要时应装有通风系统，以使燃烧产生的烟和热不影响水产品的其他生产加工工序。禁止使用涂有油漆、清漆、经胶合的或经过任何化学防腐处理的木料进行燃烧发烟。产品烟熏后，包装前应迅速冷却至产品保存所需的温度。应在熏制或加热过程中有效地控制肉毒梭状芽孢杆菌的生长和毒素的形成。

探究

烟熏的烟可以从哪里来？应该往哪里去？

干制加工

通过干制过程，除去水产品中的水分，防止细菌的繁殖。有自然干燥(晒干、风干等)和人工干燥(烘烤、烘焙等)两种方法。自然干燥法操作简单、成本低，可及时加工处理大量水产品，但质量低，易受污染，易于霉变。人工干燥的设备技术要求高，成本较高，但质量较好，卫生及保存效果好。

熟制品包装

一般水产品加工成熟制品后还必须密封包装，进而延长保存时间。密封保存有两种方法：一是直接密封，即将水产品密封在容器中，经高温处理，消除微生物，并防止与外界微生物相接触；另一种是间接密封，即在密封容器中充入二氧化碳或其他惰性气体，防止水产品与空气接触，主要用于水产干制品和鱼糜制品的贮藏。

微信公众号：电子课本大全

马上行动

以自己熟悉的一种鱼为原料，设计几种加工产品。

小试验

醉制水产品的加工（中庄醉蟹）

醉制品，也叫糟醉品。醉制法加工水产品是古老而又新鲜的加工方法，其独特的风味和鲜明的地方特色深受食客们的青睐。

试验目的 了解醉制水产品的制作方法。

试验准备 螃蟹、生姜、葱、红茶菌、盐、糖、醋、花椒、八角、高粱酒。

试验过程

（1）将螃蟹放入清水中浸泡，换水二三次，使蟹在水中漱尽泥沙。

（2）将生姜、葱洗净后用刀拍松，每千克蟹加入2 kg红茶菌，加适量盐、糖、醋调匀，放入坛中。

（3）用一只纱布袋装入生姜、葱、花椒、茴香后放入盐卤中。

（4）将螃蟹取出沥去水，掰开蟹脐放入少许精盐。

（5）将蟹放入盐水卤中，这时将高粱酒倒入卤中，用布蒙上坛口，扎紧后加盖封存，3～7天后即可开坛食用。

试验总结 制作醉蟹的过程中有哪些技术要点？

醉蟹制作的卫生要求甚高，大闸蟹体表、鳃部和胃肠道均粘满了细菌、病毒等致病微生物，特别是蟹体内的肺吸虫幼虫囊蚴率较高。这种肺吸虫囊蚴的抵抗力很强，一般要在55℃的水中泡30分钟或20%的盐水中腌48小时才能杀死。

小资料

鲜活水产品运输妙法

活螃蟹运输法 短途运输可用湿透水的蒲包装运。运输途中，要避免受压和曝晒。长途运输宜用严实的篓子存装，先在篓底铺一层泥，并放些芝麻和打散的鸡蛋，而后将活蟹一只只摆平叠放，再加盖保阴。若在蟹群中放些吸水的海绵和泡沫塑料，则效果更好，一般可使螃蟹存活3～5天。

活对虾运输法 将池养对虾放入冷却池中，使池水温度缓慢降至12℃～14℃，使之只能勉强活动，待体色微红，再把活对虾捞出装箱。采用此法，对虾一般可存活3～5天。

活甲鱼运输法 短途运输可采用蒲包篓装法，用线将0.5 m高的篓隔成两层，并分层用湿蒲包加盖装运，每层可盛活甲鱼5～7 kg。长途运输可用木桶加盖装运，桶底应铺垫一层含水分的黄沙(禁忌用水浸泡)，夏天须防蚊虫叮咬，冬天须加稻草保暖。

活泥鳅运输法 数小时的短途运输，可用尼龙编织袋等较严实的袋子装运，但要湿透水，泥鳅叠放厚度不宜超过1尺。长途运输如用桶加盖装运，须注入高出泥鳅体的水，再放入少量姜片和打散的鸡蛋，并适时换水，可保证多天运输。如将其置于5℃的环境中，则更利于长途运输。

活鱼运输法 在水中注入二氧化碳和氧气各50%，活鱼将会处于昏迷状态，然后将“醉鱼”从水中捞出并装入塑料袋或箱、盒中进行运输，这样可使鱼“安眠”近40小时。待到达目的地后，再放入清水中，几分钟后鱼便会清醒。

微信公众号：电子课本大全



1. 请以鸡蛋为原料，设计出至少三种加工品。

2. 比较鱼干和牛肉干的差异，并填写下表。

	质　地	气　味	滋　味	颜　色	杂　质	总　评
鱼　干						
牛肉干						

微信公众号：电子课本大全

三 蔬菜水果加工

1. 果蔬加工的作用
2. 果蔬加工品的种类
3. 几种果蔬制品的加工工艺
4. 果蔬副产品的综合利用及开发

学习目标

1. 了解果蔬加工的作用。
2. 了解果蔬加工品的种类。
3. 了解几种常见果蔬制品的加工工艺。

蔬菜和水果是我们每天必须吃的食品，但我们都知道，水果和蔬菜的生长需要特定的地理位置和气候，如果能把生产出来的水果和蔬菜进行加工，那我们就可以一年四季都享用了。

1 果蔬加工的作用

水果和蔬菜是一类易腐农产品，为了实现果蔬全年供应，增加果蔬市场花色品种，就需要对果蔬进行加工。果蔬加工是果蔬的一种保藏方法，果蔬加工具有以下重要作用：



图 1-8 果蔬加工的作用示意图

2 果蔬加工品的种类

根据加工原料、加工工艺、制品风味的不同，可将果蔬加工品分为以下几类：

微信公众号：电子课本大全



图 1-9 果蔬加工品的种类示意图



图 1-10 罐制品

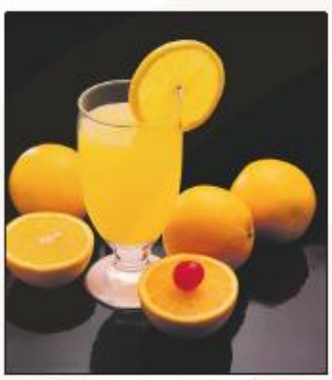

图 1-11 汁制品

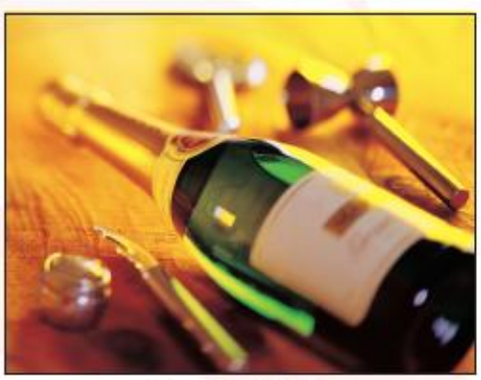

图 1-12 酒制品

3 几种果蔬制品的加工工艺

常见的果蔬加工工艺有果蔬罐藏、果蔬制汁、果蔬糖制、蔬菜腌制、果蔬速冻和果酒酿制。下面就其中几种作一介绍。

速冻蔬菜生产工艺 原料→挑选→去皮→切块成型→挑选→验质→烫漂→冷却→分级→验质→包装→入冷却库。

浓缩果蔬汁生产工艺 原料→洗涤整理→压榨→灭酶→薄膜组合分离→分子蒸馏→高压灭菌→计量包装→入库。

超细果蔬粉加工工艺 原料→洗涤整理→干燥→粗粉碎→分级→超细加工→计量包装→入库。



图 1-13 果蔬制品

果蔬糕制作工艺 新鲜果蔬→蒸煮→打浆→细磨→配料蒸煮→冷凝→烘干→切割成型→包装→果蔬糕成品。

蔬菜、水果及其他植物产品原料必须采用新鲜或是冷藏的，成熟适度，风味正常，无

微信公众号：电子课本大全

病虫害，无腐烂。对加工过程中与食品直接接触的表面，如切菜机、冻干机、烘干传送网带、前加工流水线、操作台、工具、容器、手推车辆和工人的手、工作服等，应定时清洗、冲霜、消毒，并定期做微生物检测。

小试验

酸奶果冻的制作

试验目的 了解酸奶果冻的制作方法。

试验准备 明胶2勺（7 g），水4大勺（60 mL），牛奶半杯（100 mL），鲜奶油半杯（100 mL），纯酸奶酪1杯（200 mL），砂糖5大勺（50 g），柠檬汁3大勺（45 mL）。

试验过程

（1）加水于明胶，浸泡20 min。

（2）加热牛奶与鲜奶油，加入过程（1）直到完全溶解。

（3）加砂糖于酸奶，直到变得滑软。

（4）将过程（1）与柠檬汁倒入过程（2）混合搅拌。

（5）倒入容器或杯子里，冷却凝固。

试验总结 制作果冻的过程中有哪些技术要点？



图1-14 酸奶果冻

4 果蔬副产品的综合利用及开发

果蔬综合利用就是将副产品的加工提取同产品的生产连接成一条龙的加工体系，通过一系列的加工工艺，对果蔬的果、皮、汁、肉、种子、根、茎、叶、花和落地果、野生果等进行全面而有效的利用，变废为宝，变无用为有用，变一用为多用。因此果蔬综合利用对于减少浪费、降低生产成本、增加收入、减少环境污染具有重要意义。

果蔬加工过程中往往会产生大量的下脚料，如在制作果蔬汁中，下脚料占加工原料的质量分别为：苹果20%～25%，柑橘50%～55%，葡萄30%～32%，菠萝50%～60%，香蕉30%，番茄10%，胡萝卜40%，青豌豆60%，芦笋28%，辣椒24%。如此多的下脚料，弃之为草，用之为宝，综合利用可提取很多有价值的营养成分，利用价值很高。如利用柑橘皮可生产乙醇、果酒、果胶、甲烷、香精，制橘皮小食品，从柑橘废水中提取单细胞蛋白质；从葡萄皮中提取色素、乙醇、酒石酸；从葡萄核中提取葡萄核油；从核果类果仁中提取苦杏仁苷、油脂、蛋白质；用胡萝卜、青豌豆的下脚料作畜禽饲料等。这些下脚料是可再生资源，若充分利用，可节省大量物资，不仅提高原料的利用率，增加经济效益，而且还可大大减少对环境的污染，保护生态环境。

马上行动

分析如何对柑橘进行综合利用及开发。

微信公众号：电子课本大全

阅读

果蔬加工新趋势

果蔬功能成分的提取 果蔬中含有许多天然植物化学物质，这些物质具有重要的生理活性。如乌饭浆果(蓝莓)被称为果蔬中“第一号抗氧化剂”，它具有防止功能失调、改善短期记忆、提高老年人的平衡性和协调性等作用。红葡萄中含有白藜芦醇，能够抑制胆固醇在血管壁的沉积，防止动脉中血小板的凝聚，有利于防止血栓的形成，并具有抗癌作用。南瓜中含有环丙基结构的降糖因子，对治疗糖尿病具有明显的作用。大蒜中的含硫化合物，具有降血酯、抗癌、抗氧化等作用。番茄中含有番茄红素，具有抗氧化作用，能防止前列腺癌、消化道癌以及肺癌的产生。胡萝卜中含有胡萝卜素，具有抗氧化作用，消除人体内自由基。从果蔬中分离、提取、浓缩这些功能成分，制成胶囊，或将这些功能成分添加到各种食品中，已成为当前果蔬加工的一个新趋势。

果蔬的最少加工 不对果蔬产品进行热加工处理，只适当采用去皮、切割、修整等处理，果蔬仍为活体，仍能进行呼吸作用，具有新鲜、方便，可100%食用的特点。近十年来，此方法在发达国家广泛使用，如用于胡萝卜、生菜、韭菜、芹菜、土豆、苹果、梨、桃、草莓、菠菜等果菜的加工中。

练 习

1. 以苹果为例至少说出它的五种加工品。
2. 试比较果蔬加工工艺与畜产品加工工艺的异同。

本章小结

加工和贮藏对农副产品的加工至关重要。恰当的加工或贮藏技术不仅能保持或提高农副产品的各种品质，还有利于农副产品的销售，提高产品经济价值，更好地满足消费者的需求。

粮食的贮藏技术主要有干燥法、通风与密闭法、低温法、高温密闭法及气调法。畜产品和水产品的加工、贮藏及保鲜技术主要有冷藏、冷冻、腌制、干制、熏制、烤制等，常见产品有乳制品（酸奶）、肉制品（肉脯）、蛋制品（无铅皮蛋）和水产品（鱼干）。果蔬加工的方法有罐藏、制汁、糖制、腌制、速冻和酿制等。

综合实践

1. 请以当地的一种农副产品为例，设计出它的贮藏及加工方法。
2. 调查一下本地的粮食、畜产品、水产品和果蔬加工品的种类和品种。

微信公众号：电子课本大全

第一章 学习评价

GENERAL TECHNOLOGY GENERAL TECHNOLOGY

评价内容		自我评价
学习过程	课内完成学习任务情况	
	课外完成学习任务情况	
	学习态度评价	
	学习水平评价	
学习结果	本章学习目标实现情况	
	学习本章内容的收获与不足	

微信公众号：电子课本大全



第二章 农副产品的市场及其信息

Chapter 2 Market and Information of Farming Byproducts

一 农副产品市场

二 农副产品市场信息



市场是买者和卖者从事商品交易的场所、方式、活动及其有机联系的统一体。市场体系的核心是生产资料和日用消费品供应及农副产品销售，它是保证农村经济发展和城乡居民生活的物质基础。

信息化时代，消费者的吃、穿、住、行，生产者的经营决策都离不开信息。尤其是农副产品，由于其易变性就需要更及时、更准确的农副产品信息来指导生产和消费。

微信公众号：电子课本大全

一 农副产品市场

1. 生产资料市场
2. 消费品市场
3. 开拓农副产品市场的途径

学习目标

了解农副产品的市场种类和特征。

我们经常到超市、农贸市场等场所去购买生活所需的各种商品。这些场所就是最常见的市场。它是买卖双方从事商品交换的场所、方式、活动及其有机联系的统一体。传统意义上的农副产品市场主要由生活资料市场和生产资料市场两类市场组成。

我国现有的农副产品流通体系是在计划经济体制下，由国家统购统销的流通体系经过逐步市场化改革形成的。在这一市场化改革变迁的过程中，首先放开的是蔬菜、水果、禽蛋一类农副产品，然后是肉类、水产品，最后是粮、棉、油等主要农副产品。经过20多年的衍生发展，我国农业生产经营已形成了一个与以农民家庭为单位相对应的“小生产、大市场”为特征的，由多种经济成分、多种经营形式、多条流通渠道构成的农副产品流通体系。



图 2-1 水果、蔬菜

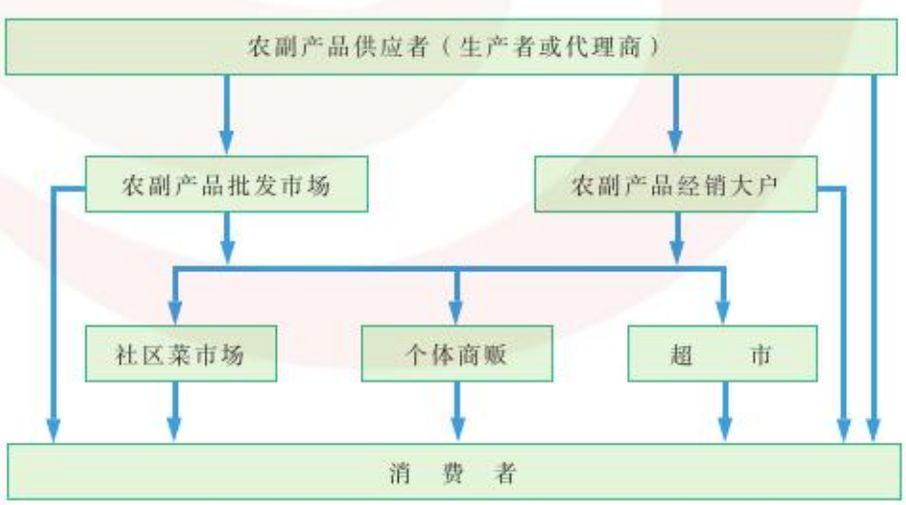

图 2-2 目前农副产品流通框架体系

微信公众号：电子课本大全

1 生产资料市场

生产资料市场是进行生产资料商品交易活动并提供咨询服务和管理的场所或交易中心。在生产资料市场上流通的商品不是一般的消费品，而是生产所用的物质资料，如饲料、种子等，这些生产资料不是为了满足生活消费的需求，而是为了满足生产性消费的需要，是为了保证生产和再生产的顺利进行。这些生产资料属于初级产品和中间产品。

生产资料市场的特点主要有：

市场需求一般是企业需求，主要参与者是生产企业；

生产资料市场一般是大宗交易、订货交易、批发贸易，购销关系比较稳定；

生产资料市场销售的生产资料极具专门化，弹性很小，替代性很小；

生产资料具有高度技术性，购买者需具备专门知识；

在组织形式上，主要有物资贸易中心、各种形式的专卖店、物资交易会、期货市场等。

探究

苹果汁生产厂商要采购 10 000 kg 苹果原料，而我们普通消费者一般只购买 1 kg 苹果。试从生产资料市场的特点分析这两种购买行为有何差异。

案例分析

湖南某地农副产品大市场

湖南某地农副产品大市场是一村办企业，占地面积 1 300 亩。该市场自 1997 年始建，现已成为湖南最大的经营农副产品的集群市场，并相继建成了国际物流中心和中国湖南现代农业博览交易中心。这种发展模式在湖南首屈一指，在国内也是唯一的。

该大市场分为蔬菜、畜禽、水产、水果、花卉、粮油、副食、食杂、百货 9 个批零兼营专业市场，现配套有网络技术开发、物流配送、农副产品展示展销、绿色食品贸易、园林绿化设计与施工、畜禽定点屠宰及加工等经营和加工企业。现有经营户 6 100 户，加上即将开业的 2 700 户和正在建设中的招商入市户 2 500 户，经营总户数将达到 11 300 户，经营辐射全国 26 个省、市、自治区 2 000 多个县（市）。2003 年，畜禽交易（猪、牛、羊、鸡、鸭等）130 万头，屠宰 36 万头，蔬菜批销 100 万吨，粮油交易 80 万吨，水产交易 36 万吨，花卉交易 300 万株（盆），其他各专业市场的交易量也比 2002 年增长 20% 以上。全年共计实现交易额 100 亿元，占全省社会商品零售总额的 5.6%，市场收入 2 100 万元。

思考 结合生产资料市场的特点，分析案例中的某农副产品大市场的特点。

微信公众号：电子课本大全

2 消费品市场



图 2-3 生活消费品市场

消费（consume）是大家常说的词语，我们每天都要吃、穿、住、行，这些都是与消费直接相关的。消费可以是生产消费（满足生产和再生产的需要），也可以是生活消费。我们这里所讲的消费品（consumable），也称生活资料或者消费资料，是用来满足人们物质和文化生活需要的劳动产品，满足物质生活需要的如粮食、衣服、住房、交通工具等，用来满足文化需要的如书籍、绘画、音乐、电视机等。

思考

在消费品市场上，购买主体是谁？消费的是什么商品？

消费品市场的特点主要有以下几点：

第一，从交易的商品看，由于它是供人们最终消费的产品，而购买者是个人或家庭，因而它更多地受到消费者个人行为因素诸如文化修养、欣赏习惯、收入水平等方面的影响；产品的花色多样、品种复杂，产品的生命周期短；商品的专业技术性不强，替代品较多，因而商品的价格需求弹性较大，即价格变动对需求量的影响较大。

马上行动

请说出自己最喜欢的食品种类和品牌，在全班进行讨论，看看大家的爱好如何影响消费品市场。

第二，从交易的规模和方式看，消费品市场购买者众多，市场分散，成交次数频繁，但交易数额不大。因此绝大部分商品都是通过中间商销售产品，以方便消费者购买。

第三，从购买行为看，消费者的购买行为具有很大程度的可诱导性。这是因为消费者在决定采取购买行为时，不像生产者市场的购买决策那样，常常受到生产特征的限制及国家政策和计划的影响，而是具有自发性、感情冲动性；消费品市场的购买者大多缺乏相应的商品知识和市场知识，其购买行为属非专业性购买，他们对产品的选择受广告宣传的影响较大。

微信公众号：电子课本大全

思考

选择一个你认为最好的饼干广告，想想它好在哪里，为什么会吸引你，你在购买时会不会因为喜欢这个广告而购买这个品牌的饼干呢？

第四，从市场动态看，由于消费者的需求复杂，供求矛盾频繁，加之随着城乡交往、地区间的往来的日益频繁，旅游事业的发展，国际交往的增多，人员的流动性越来越大，购买力的流动性也随之加强。

小资料

表 2-1 某农副产品的消费品购买场所意向比较表

购买场所	蔬菜	鲜肉	鸡蛋	调味品(酱油、醋等)	调料(大料、花椒等)	熟肉制品	豆制品	水产
集贸市场/%	59.6	39.9	59.4	28.9	37.2	19.8	34.4	56.3
超市/%	22.8	32.2	20.8	44.9	39.3	46.9	35.7	24.3
国有菜市场/%	11.3	26.9	16.4	24.9	21.6	32.5	28.7	17.2

3 开拓农副产品市场的途径

开拓农副产品市场的途径主要有直销法、代销法、赊销法、兑换法、互补法、推迟法、联营法、包装法、加工法、买断法等，其中最常见的是包装法和加工法。

包装太差、缺乏卖相，往往成为一些农副产品滞销的一个较为普遍的原因。通过对农副产品的分级、处理、装箱来提高档次，增强竞争力，使之具有良好的产品形象，从而实现包装增值。通常情况下，可采用外观豪华、色彩视感强烈的商品包装，激起消费者的好感和认可，也可以设计出大小不等、美观适用、档次各异的礼品盒、手提装等，满足不同层次的消费需求，激发顾客的购买欲望。

案例分析

水果的“着装”

在水果批发市场上国产水果与进口水果都可见到，然而两者给人的印象却大相径庭。

进口水果多半包装规整，水果外形、大小基本一致，质量如何姑且不论，至少

微信公众号：电子课本大全

“仪容整洁”。相比之下，国产水果大为失色，包装混乱，各种果形参差不齐，明显给人以“劣质”的感觉，尽管质量上并不一定比进口水果差，但直接结果表现在两者的价格上大有天壤之别。

目前国产水果的质量已经有了很大提高，在品种质量、口味上与进口水果差距明显缩小，部分水果甚至更加适合国人的口味和喜好，但是国产水果在高端市场上与进口水果的竞争中依然处于不利地位。主要原因是，除去质量上还存在一些差距以及消费心理、消费习惯等因素之外，国产水果外在包装整体质量不高，与进口水果差距较大。

以红富士苹果为例，国产山东栖霞水晶富士苹果的批发价格是10千克30元，平均3元/千克。栖霞水晶富士苹果分开零售的情况是：个头大的部分，2.5千克10元（单价4元/千克）；个头小的部分，3千克10元（单价约3.3元/千克）。普通的包装箱，可装10千克的纸箱单价为3.40元；而质量较好的纸箱，4千克装的单价为1.50元。





图2-4 进口水果与国产水果

马上行动

请计算一下，如果零售商进行分装，不同大小的红富士苹果各应该采用哪种包装，才能既有较好的利润，又能吸引顾客？

对于一些难于运输、地域性比较强的农副产品，加工成特色产品则更利于市场拓展。

例如，1987年，被称为“世界首创，中国一绝”的某品牌天然椰子汁一问世，就以其独特的风味、高贵的品质和丰富的营养赢得世人的青睐。这是加工法开拓农副产品市场的典型实例，它使得全国各地的消费者都能享受到南方热带水果产品所带来的独特风味。

阅读

法国伦吉斯果菜批发市场

法国伦吉斯果菜批发市场，位于巴黎南郊伦吉斯地区，称为巴黎伦吉斯公益市场，是法国最大的农副产品批发市场，占地2.32 km^2，于1966年3月正式开业。整

微信公众号：电子课本大全

个市场分为水产、肉食、水果、蔬菜、乳制品、蛋品、花卉等几大部分。其产品主要供应巴黎近1 000万人口的消费，同时也销往瑞士、德国、沙特阿拉伯等国家。在市场中经营的有近900家批发商，1 000多家自产自销的经营公司、专业户。市场有固定客户25 000多家，工作人员16 000人。客商除来自法国外，还有来自挪威、荷兰、比利时以及北非一些国家。年市场成交量300多万吨，年营业额550多亿法郎。该市场距巴黎市区7 km，直接与高速公路网及火车站相连接，距巴黎的三大机场之一的奥利机场仅2 km，有10条公共汽车线路从市场经过。



1. 比较消费品市场、生产资料市场的异同，并填写下表。

比较项目		消费品市场	生产资料市场
不同点	交换形态		
	交易量		
	交易方式		
	商品阶段		
相同点			

2. 根据法国伦吉斯果菜批发市场的特点，分析如何改进我国农副产品批发市场。

微信公众号：电子课本大全

二 农副产品市场信息

学习目标

1. 供求信息
2. 商品价格信息
3. 市场信息的收集与发布

1. 了解市场信息的作用，熟悉各种收集信息的有效途径，能收集有关农副产品的各类市场信息。
2. 熟悉农副产品信息发布的途径，学会信息发布的方法，能设计某一农副产品的信息发布方案。

我们生活的环境里充斥着各种信息，有产品打折信息、买房租房信息等，各式各样、五花八门。通俗地讲，信息就是各种消息、信号。信息非常广泛，包括自然信息和社会信息两大类。

市场信息的重要性体现在：市场信息是市场预测和经营决策的基础，没有及时、可靠、系统的市场信息，就没有准确的市场预测和正确的经营决策；市场信息对于搞活农副产品流通、提高经济效益具有重要作用；信息本身也是一种资源，在现代信息社会中，信息已与材料、能源并列为发展现代经济的三大支柱。

现代信息技术也正在向农业领域渗透，将在农业现代化过程中起到重要的作用。农业经济的迅速发展，已不再仅取决于传统农业资源投入的多少，而很大程度上取决于信息技术运用的程度和信息的获取及利用程度。信息化是当代农业现代化的标志和关键，它主导着未来一个时期农业现代化的方向。农业信息化是促进农业经济发展、增加农民收入的重要途径。

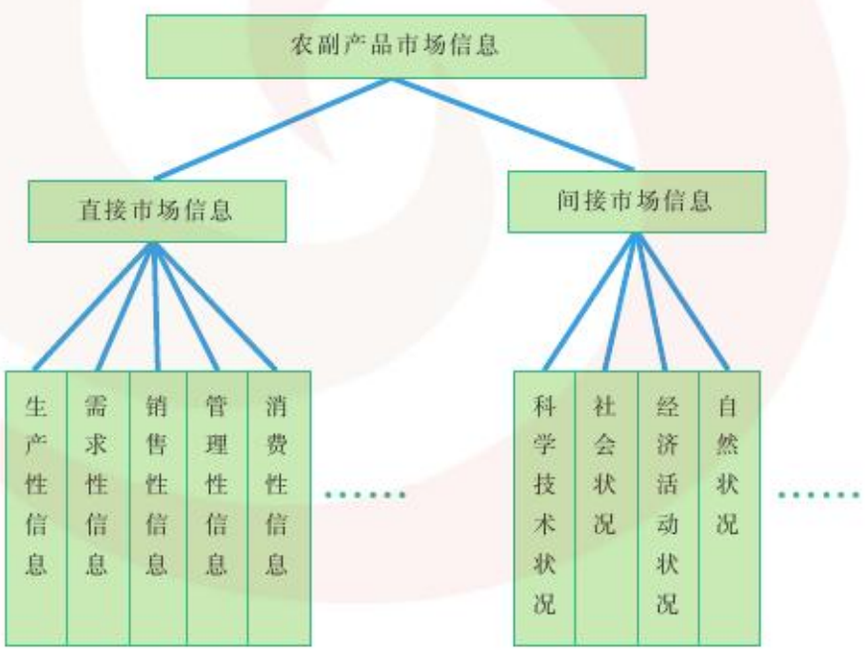

图 2-5 农副产品市场信息分类示意图

微信公众号：电子课本大全

1 供求信息

我们经常会拿着购物清单在市场里选购我们所需要的各种消费品。此时，我们手中的购物清单就是求购信息，市场提供给我们可选的各种商品信息就是供应信息。这些就构成了买卖双方的供求信息。

严格地讲，供求信息就是关于求购产品、销售产品、寻求合作机会、提供服务方面的即时商贸信息。目前，许多农副产品市场通过互联网、报纸杂志、电子显示屏等方式，发布农副产品供求信息，提供信息服务，在一定范围内方便供求双方的选择，但存在信息量小、辐射面限于局部地区等不足。与此同时，我国农副产品服务机构总量虽不少，却面临市场辐射差、信息利用率低的问题，没有发挥出整体优势。定期发布全国农副产品市场供求信息，可以及时准确地传播农副产品供求状况，对农副产品生产和销售起到导向性作用，也可以进一步推动农副产品市场体系的建立。

案例分析

村里一台电脑 带动一片农户

正当许多农户弃田举家涌进城市，靠拉板车打小工养家糊口时，福建省人均只有三分地的凤都村决定依靠现代科技和信息，走富民强村之路。许多人对此不理解：信息化、IT业，这都是大城市里的事，跟农村基层有什么关系？大家连英文字母都不认识，又处在这么偏远的乡下，怎么搞信息化？再说，要建网络，那得多少钱啊？但是村领导班子认准了一个理，依托联动网建网络，是缩短农村与发达地区差距的捷径。信息看着是虚的，但会带来实实在在、几何级的增长效益。

经过筹备，2002年3月，凤都村成立了信息网络领导小组，并多方筹资配置了一套电脑设备，以信息联接贯通了国内外、县乡村，组建了集信息采集与加工发送服务为一体的信息网络中心。

为了真正把信息送到千家万户，为农民所用，凤都村信息网络中心把信息服务作为工作重点，经常印制各种材料发放到农民手中，并及时采集农民兄弟的意见和需求，让信息的供求形成网络循环。

在凤都镇社会服务联动中心的指导下，凤都村成立了茭白、食用菌、果林、养殖、营销等五个科技协会。协会除在本村开展服务外，还到新建、东村等山村中建立种养示范户，开办培训班，无偿服务山村农民，深受欢迎。

讨论 如果你是凤都村的领导，你会怎么做？

阅读

如何捕捉农副产品政策信息

农副产品政策信息需要各级地方相关部门向农副产品生产经营者进行宣传。例如，各地农业信息中心可与电视台合作开拓农村市场频道，每周播发各类农业信息；在各地电视台定期发布病虫情报，指导农民做好病虫害的防治，并通过电视、报纸公布国家禁用、限用农药目录；也可以在各地教育电视台开办农业技术培训栏目，根据农时，农业部门与市各新闻媒体联合，以专访、问答等形式按时编发农业生产技术及政策信息，指导农业生产和农业结构调整工作；利用农技110、植保120、148及各类农业网站、刊物等多种途径为广大农民提供各类政策信息服务。

微信公众号：电子课本大全

2 商品价格信息

在现今条件下，农民很难对全国不同地区的市场价格有及时、全面、清楚的了解，而市场价格是农民决定产业方向和商品流向的基础，农民渴望在报纸上、电视和广播里得到农副产品的市场价格信息。但是，依据价格信息的内容所采取的决策却不一定是最优的。

以北京市场的荔枝销售为例，素有“一果上市，百果让路”之称的荔枝，2003年夏天上市价格创出新低，每千克仅售12元至14元，其实这已是荔枝价格连续下滑的第三年了。荔枝刚刚打入北方市场的初期，由于其风味独特，口感较好，深受市民的喜爱，又由于它产量低，所以销售价格颇高。因此许多南方荔枝生产商纷纷瞄准北方市场，开始大范围生产荔枝，最初的一两年也确实收到了良好的效益，但由于之后几年荔枝市场供过于求，导致2001年荔枝丰产价廉，之后几年荔枝价格更是连年下滑。

价格信息一方面给生产者带来了商机，给消费者带来了实惠，另一方面也考验生产者的信息判断能力。对于广大农副产品生产者来说，分析信息价格背后的商机，对表层信息进行深层转换，才是把握市场、获取利益的关键。不能盲目地跟着市场价格信息走，因为市场调节具有滞后性，就像荔枝产销的例子一样，不能一看到价格上涨就不顾一切地盲目生产。为了指导农副产品生产者的理性投资，目前许多地方已开始培养农业经纪人来帮助广大农副产品生产者分析市场价格信息，指导生产。

案例分析

表2-2 农副产品每日价格（沈阳市某农贸市场）

名 称	销售价/（元/千克）			销售量/千克		
	1月7日	与前日比/%	与去年同期比/%	1月7日	前日量	与前日比/%
大 米	2.80	-0.18	36.59	10 180	10 100	0.79
精 粉	2.80	0.00	17.89	7 970	7 920	0.63
豆 油	6.45	0.00	-15.69	10 170	10 140	0.30
猪后腿	13.25	0.00	12.29	22 000	21 950	0.23
牛 肉	15.10	0.00	0.67	18 630	18 330	1.64
白条鸡	8.70	0.00	6.10	12 250	12 050	1.66
鸡 蛋	5.40	0.00	14.89	11 810	11 740	0.60
鲤 鱼	10.00	0.00	25.00	9 920	9 920	0.00
带 鱼	12.00	0.00	20.00	10 890	10 790	0.93
大白菜	1.10	0.00	0.00	10 710	10 710	0.00
萝 卜	1.10	0.00	-2.22	10 760	10 760	0.00
绿茄子	2.95	-1.67	1.72	10 230	10 230	0.00
蒜 薹	5.90	0.00	-8.53	9 680	9880	-2.02

思考 如果你是农业经纪人，你将如何根据上面这张价格信息表指导本地农民的生产？

微信公众号：电子课本大全

阅读

网络连“金桥”——贵州农经网服务“三农”纪实

黔东某镇中药市场上的“供求价格信息栏”，专门登载了从贵州农经网上下载的全国各地中药材价格，以供药农参考。据该镇中药材协会负责人介绍，过去由于信息滞后，做生意没法把握市场变化，本该自己赚的钱总是被别人赚走。自从2002年贵州农经网将该中药材市场列为该网“农副产品批发市场信息联网”后，该中药材市场的药材供求价格信息每天都可以通过贵州农经网发布。他当月已通过网络做成了好几单生意。

3 市场信息的收集与发布

对于生产者来说，他们需要发布信息才能让消费者了解他们的产品；另一方面，他们也需要收集信息，才能决定购买生产所需要的生产资料。而对于消费者来说，他们也需要收集信息来选择所需的生活资料。

怎样收集市场信息

需要采集的信息种类

农副产品的生产信息包括：农副产品的种类、品种结构及产量，产地分布，上市时间，以及收购量、自由上市量、加工成品量等。

农副产品的市场信息包括：市场供求的总量、结构上的平衡状况，市场价格，市场占有率，市场的发展变化趋势、市场潜力，以及竞争对手的有关信息等。

农副产品生产加工的科技信息包括：农副产品品种、质量、加工技术以及服务等方面的信息，农副产品产销有关的政策法规信息等。

与农副产品产销相关的自然资源、社会经济信息。

信息采集的方法和手段

常规全面统计，即对农副产品产销活动的主体定期发放报表，全面统计汇总取得。多用于生产面积、产量等信息采集上。

动态监测，即利用公里网格和分层抽样方法，在农副产品产销的各环节布设监测网点，从点上取得动态信息，并推算全局。

利用计算机网络接收，特别是农业信息和商业信息网络，不但可接收到本市的，也可收到外埠以至世界农副产品的产销信息。

利用专业刊物收集农副产品的产销信息。

随机调查，通常采用派出调查员口头询问和散发问卷调查的方法进行。

信息真伪的鉴别

信息鉴别是指对收集的信息要去伪存真。一般可将从不同渠道获得的同一时期信息进行对照比较，或者将从同一渠道获得的不同时期的信息加以对照比较，通过比较，判明信

微信公众号：电子课本大全

息的真伪。当然，可靠的信息来自可靠的信息源，各级政府应当成为农副产品市场信息最主要的提供者，大众媒体、高校和科研院所、行业协会和农民自愿组成的合作组织以及现代信息网络都是比较可靠的信息源。



我国农副产品信息互联网

我国是农业大国，农业网站发展很快。不仅各省市普遍建立了“农业信息网”，还涌现了类似“中华十亿农副产品网”“福州亚峰”“南京白云亭”等大型网上市场。网上经营的品种一改以前以粮食、化肥为主的局面，家禽、农药、土特产、花卉、园林、水产品、茶叶、鲜果等全部上网。

江苏省目前已有9大类、30个农产品市场实现了联网。沛县率先在全国实现全县28个乡镇联网。网上销售菜粮等农副产品23亿公斤。

尽管与9亿农民的庞大市场相比，农业网站还不是很多，但其起点很高，特色明显，特别是以下三个农业网站非常有特色。

一是“环球农商网”。建站定位面向国际市场，建站风格适应国际惯例。客户查阅信息可以进行智能对接。建站时间尽管不长，但很受国内外网民的欢迎。

二是“中青农网”。该网是以中青农业发展中心已建立的160多个高科技示范园、1 000多个致富网地方工作站为基础建立的。计划用2～3年的时间，在全国2 900多个县建立工作站，发展成为面向农村青年、覆盖全国的大型电子商务网。

三是天大天财股份有限公司推出的“中国农村星火数据广播网”。该网把信息技术和传统媒体进行整合，采用宽带传输，让农民用电视机即可走进网络时空，成为一个面向9亿农民的数字化信息网络。

农业电子商务网站目前还多集中在发达经济带，对广大农民来说，网上销售还很遥远。然而，沿海经济带富起来的智能化农民，有可能成为我国农村首批网上冲浪者。对时间和信息的重视，将使他们很快进入电子商务实战阶段。

特别值得指出的是，温州的一些农民，已经把网上销售的利润装在了口袋里，已经得到了用网络把樱桃变成金子的实惠。

信息发布的形式

农副产品市场信息发布的形式主要有文本发布、大众新闻媒体发布、电话查询发布、互联网发布和专业会议发布。

文本发布

编印各种信息刊物，通过交换、报送及网员订阅的方式传递。这种方式用户相对稳定，过去、现在、将来都是信息发布的主要方式之一。由于这种方式需经编辑、印刷、发行等环节，传递速度较慢，只适用于常规性、资料性信息以及专题分析与预测信息。

通过大众新闻媒体发布

通过报刊、电视、广播传播，面宽且迅捷，利于各类用户使用，适于发布市场行情，特别是价格行情等实时信息，应作为农副产品产销信息的主要发布形式。

微信公众号：电子课本大全

通过电话查询发布

第一方案是广泛宣传公布本系统信息发布中心的电话号码，针对用户提出的要求进行答复。第二方案是与电讯部门合作开办专业咨询电话。这种发布方式的优点与大众新闻媒体发布相同，而且用户有更强的选择性，但受到通话线路及费用的限制。

通过互联网发布

系统中心与各大批发市场、基层生产服务组织、政府行政主管部门建立计算机互联网。用户通过计算机联网可以及时接收各类信息和资料查询。但要求用户具有一定的投资和技术素质。

通过专业会议发布

定期召开农副产品产销的专业协会以及研究人员座谈会，让基层和专业研究人员共同会商市场走势。

案例分析

浙江省某市场的信息系统建设

浙江省某市场在2000年被国家农业部评为“定点市场”，与此同时，也加入了农业部市场与经济信息司主办的“全国菜篮子价格信息网”，每天向农业部发送市场的价格信息、报送市场行情动态分析与预测。该市场2001年参与浙江省农业厅主办的“浙江农业信息网”中市场价格行情的采集与发布，并定时编写价格行情分析；2003年加入中国粮食行业协会主办的“中华粮网”，定时采集与发布价格信息；2004年初加入“华东农业网”（由华东六省轮流主办），采集与发布信息。可以说，在批发市场的信息建设中，该市场是走在前端的。例如，在2004年元旦和春节期间，市场上肉类、水产和粮油价格出现波动，该市场根据农业部的要求，除规定的报价和市场动态外，每周又增加2次上报，为有关部门及时掌握动态和调控决策提供了依据。在防治“禽流感”期间，该市场再一次发挥了积极的作用，在每日报送价格和交易量的情况下，增加了每日禽类产品的价格、交易量和市况动态信息的报送。由于农业部网站分别在中央电视台农业频道（CCTV-7）、农民日报、中央人民广播电台等有关媒体上进行了信息的发布，2003年该市场又与中央人民广播电台合作，在《中国农村报道》节目中开播了每周农产品市场的相关报道，从而扩大了在全国的知名度与影响力。

思考 该市场的信息系统包括哪些方面？

阅读

美国果蔬市场信息的收集和发布

美国农业部非常重视市场信息工作，市场服务局努力提供适时、公正的价格和销售信息，促进农产品营销体系的有序进行。市场服务局有专门的处室，负责蔬菜、水果市场信息的采集和发布。

微信公众号：电子课本大全

1. 信息采集体系实行垂直管理。美国农业部蔬菜、水果等鲜活农副产品的市场信息采集体系完整，实行垂直管理。在部内由市场服务局蔬菜、水果信息处负责，在各主产地或者批发市场都有其派出机构和人员，在奥兰多、旧金山都派驻了直属农业部的信息采集机构和人员。各派出机构负责市场行情信息的采集，通过互联网传递给部市场服务局，市场服务局负责信息的汇总和发布。

2. 信息采集和发布的指标体系比较完善。美国农业部用于蔬菜、水果等农副产品市场信息采集和发布的指标包括产品名称、规格、价格、质量等多个方面，不仅如此，还采集和发布与价格关系密切的运输信息及其他相关市场条件，这样就能够比较全面、详细地反映市场的真实情况。

3. 进行信息分析和市场预测。除了提供及时、客观的市场价格和行情的描述性信息以外，美国农业部市场服务局的有关专家还在其“市场报告”中对市场情况作一些分析和预测。报告不仅告诉人们当前的市场状况怎么样，而且告诉人们产生这种市场状况的原因以及未来的发展变化趋势。这有助于人们加强对信息的分析利用。

4. 信息发布采取多种形式。除了在国际互联网发布信息外，美国农业部还利用印刷品、新闻媒体、自动回复电话、传真等多种形式，为公众提供农副产品的市场信息，以使更多的人能够更加方便、快捷地得到他们想要的信息服务。

练 习

GENERAL TECHNOLOGY GENERAL TECHNOLOGY

1. 请根据所学的内容完成下表。

信息收集的途径	
信息发布的途径	

2. 以最熟悉或最关心的几种商品为例，设计一张价格信息表。

微信公众号：电子课本大全

本章小结

GENERAL TECHNOLOGY GENERAL TECHNOLOGY

本章我们学习了农副产品市场的种类，它包括生产资料市场和消费品市场，以及各种市场的特征。市场信息的作用包括供求信息和商品价格信息的特征和农副产品信息发布的途径和方法。

综合实践

GENERAL TECHNOLOGY GENERAL TECHNOLOGY

1. 尝试为当地某种农副产品资源制作一个信息发布的网页。

2. 组织学生以当地某种主要的农副产品资源为经营目标，收集有关信息，开展市场调查，对其市场需求、商品价格、经济利润和发展前景作出预测，写出调查报告。

微信公众号：电子课本大全

第二章 学习评价

GENERAL TECHNOLOGY GENERAL TECHNOLOGY

评价内容		自我评价
学习过程	课内完成学习任务情况	
	课外完成学习任务情况	
	学习态度评价	
	学习水平评价	
学习结果	本章学习目标实现情况	
	学习本章内容的收获与不足	

微信公众号：电子课本大全



第三章 农副产品的市场调研与预测

Chapter 3 Market Investigation and Forcasting of Farming Byproducts

一 农副产品市场调研的内容、方法

二 农副产品市场有效预测



在当今的信息化时代，市场需求变化多端，农副产品由于其生产带有明显的季节性，并易受自然条件的影响，使得其市场供求变化更为频繁，因此市场调研与预测对于农副产品经营者来说显得尤为重要。

微信公众号：电子课本大全

一 农副产品市场调研的内容、方法

1. 农副产品市场调研概述
2. 农副产品市场调研的方法

学习目标

1. 了解市场调研的概念、内容。
2. 学会市场调研的基本方法。
3. 能根据明确的目标，进行农副产品的市场调研。

“没有调查就没有发言权”，这是在革命战争时期，反对形式主义和本本主义的一句名言，它对中国革命的胜利起到了重要作用。在营销领域，市场调研通常是展开营销工作的“第一要招”。农副产品也不例外，在市场经济社会里，随着农副产品供应的丰富，竞争不断加剧，市场调研已受到越来越多的农副产品经营者重视。因此要在消费者意识不断成熟的环境下获取更大的市场，市场调研必不可少。

1 农副产品市场调研概述

市场调研跟广告一样，如果能够设定好目标，制定好计划，将会对未来的营销工作起到重要的作用。

市场调研的概念

所谓市场调研，是指为达到稳定经营的目的，通过一定的方法，收集、记录、整理、分析市场对产品的需求，从而了解市场的过去和现状。在很多情况下，当现有信息不足以帮助经营者做出相关的决策时，就需要再做进一步调查。

案例分析



图 3-1 农副产品的销售

农副产品销售渠道的调研

在我国北方某市，政府为促进农副产品的销售，组织相关部门进行了农副产品市场销售渠道的调研。

调查结果表明：在改革开放以后，集贸市场逐步成为农副产品销售的主要渠道。例如，1990 年集贸市场销售的蔬菜占全市蔬菜销售总量的 48%，而到了 1995 年 94% 的蔬菜由集贸市场供应。

20 世纪 90 年代中期以来，大型仓储超市和连锁店在调味品、熟肉制品、豆制品等方面占据了较大的份额，分别有 44.9%、46.9%、35.7% 的市民选择在超市购买以上

微信公众号：电子课本大全

产品，选择在集贸市场购买的分别为28.9%、19.8%、34.4%。此时，原国有的菜市场、菜店经过改革，依靠国有企业的良好信誉，又重新承担了大量的农副产品供应任务。市民购买熟肉制品、豆制品、鲜肉时，选择在国有菜市场购买的已经分别占32.5%、28.7%和26.9%。

在农副产品销售渠道多元化的进程中，集贸市场仍然显示出独有的优势。调查表明：市民在购买蔬菜等商品时，集贸市场的选择率都在一半以上。除市民外，各餐饮服务单位，学校、军队、机关单位等购买农副产品时也大多还是集中在集贸市场。

由此可见，集贸市场还是农副产品供应的主要渠道，而且根据市场的特点和农副产品自身特点，这种主导地位还将延续下去，但将呈现偏向蔬菜、水产、水果等鲜活商品销售的专业化趋势。那些标准化强、容易出现假冒伪劣的农副产品则逐步转向其他渠道。

思考　农副产品的销售渠道有哪些？为什么集贸市场仍在其中占主要渠道？

农副产品市场调研的内容

市场调研的内容主要有市场需求的调研、产品的调研、价格的调研、促销的调研、销售渠道的调研及竞争的调研等。在农副产品市场调研过程中，应当根据不同的调研目标，选择不同的内容进行。各种调研的具体内容如表3-1。

表3-1　农副产品市场调研内容一览表

内　容	目　标	具体内容
市场需求的调研	了解消费者的需求，满足顾客的需要	购买者及其购买行为的特点，消费信息的来源，购买的选择性，对购后服务的关注等
产品的调研	确定产品，估计销售量	非经常性购买和经常性购买的产品的销售量，产品满足顾客需求的程度，产品的生命周期中各个阶段的时间长短等
价格的调研	确定一个合适的价格	按确定的目标市场战略和市场定位战略的要求进行价格调研，并注意市场的需求变化及竞争者的价格变动情况
促销的调研	采用适宜的促销方式，影响和促成顾客购买	促销包括人员推销、广告宣传、公共关系、营业推广四种方式，以及相应的促销组合
销售渠道的调研	选择适宜的销售渠道，抓紧销售时机	根据产品的价格、贮藏期、季节性、市场大小、社会经济形势等，选择短渠道或长渠道
竞争的调研	了解竞争者，取得竞争优势，在商战中获胜	摸清竞争者的目标与战略，监视和分析竞争者的行为并作出各种正确的反应

微信公众号：电子课本大全

案例分析

芦柑的分级销售

三年前，南方某地的大多数芦柑经销商基本上从果农手中收购直径 6.0 cm 以上的统级果实，经包装后发往“三北”市场。由于当时产品在“三北”也出现了供大于求，许多商贩出现亏损。但有一位李姓经销商却在这年的营销中赚到了大钱。这是由于他在此前进行了市场调研工作，他发现：我国南方某地市场上需求的是直径 8.0 cm 以上的芦柑，好卖价又高；东部某沿海城市等地直径在 7.0 cm 以上就可以卖到很好的价位；西北某地虽说售价不高，但对规格要求不高，只要直径 6.0 ~ 7.0 cm 的小型果实。经过权衡，这位经销商将其从当地农户收购的芦柑进行了分级，将直径 8.0 cm 以上的特级果实销往南方某地；直径 7.0 ~ 8.0 cm 的果实销往东部某市；直径 6.0 ~ 7.0 cm 的果实销往西北某地。由于事先进行了市场调研，因此这位经销商赚得钵满盆满。



图 3-2 芦柑

马上行动

这位李姓经销商为什么能在别人亏损的时候赚大钱？请列出他进行市场调研的目标和内容。

思考

你认为果农如何才能做出正确的价格决策？

阅读

月饼的市场销售渠道

目前，月饼市场销售渠道主要有三类：一是大型商场和超市等，这是月饼市场的传统销售渠道；二是厂家自建的专卖店，这是国内外知名品牌的重要销售渠道之一，由于传统大卖场的营销费用逐年升高，厂家为了更好地塑造品牌及维护形象，催生了这一主干通道；三是小型而点多面广的零售渠道。市场竞争的加剧促使各企业的营销渠道日益多样化和“扁平化”，销售重心不断趋向终端。各月饼厂家在减少使用高费用传统销售渠道时，直接通过建立专卖店和进入零售渠道来掌控市场终端。销售渠道“扁平化”是月饼企业市场制胜的必然选择。



图 3-3 月饼

微信公众号：电子课本大全

小辞典

销售渠道

销售渠道也称分销渠道，是指产品从生产者流转到最终顾客的过程中，由提供产品或服务的一系列相互联系的中介机构或个人所组成的通道。

2 农副产品市场调研的方法

常用的市场调研方法主要分为两大类，一类是定性调研方法，另一类是定量调研方法。这两种调研方法在功能、回答或解决的问题、数据收集方式等方面有着明显的区别。对于农副产品经营者而言，根据你所要解决的问题和调研的目的，选择适当的调研方法至关重要。

小辞典

定性调研和定量调研

定性调研和定量调研之间的具体调研形式是不同的。具体说来，常用的定性调研形式主要包括探访和座谈会，而定量调研形式有入户访问、街头访问、固定地点采访、电话访问、电脑辅助电话访问、邮寄调查等。

通常进行市场调研的基本方法有观察法、询问法、实验法、座谈法等。

观察法是由调查员或仪器（如录像机、照相机等）在现场进行观察的一种收集资料的方法。它不直接向被调查者提出问题，也不需要被调查者回答问题，只是观察被调查对象所发生的事实，或安装机器进行收录，以判断被调查者在某种情况下的行为、反应或感受。

对某一调查问题需把握正确事实时，一般可采用观察法。它常用于顾客动作观察、产品销售情况观察等。观察法最突出的优势是可以获得真实、客观的原始资料。

案例分析

观察发现奥秘

某著名旅游景点有许多卖当地特产“××贡菊”的农户。其中，有两户紧邻而居，但王某家的贡菊总是没有张某家的卖得好。王某感到很奇怪：我们两家的贡菊质量一样，为什么他的就能卖得好呢？于是王某注意观察游客的购买行为特点，发现游客们拿起张某的产品后都在手上仔细地看着什么，王某凑近一看，原来在张某家的贡菊包装上，不仅有产品名称，还有重量和保质期。王某顿时受到启发，回去后，不仅在包装上也标上了漂亮的名称、净重、保质期，而且还加上了食用方法说明，最后把自家的电话也印了上去。果然，经过这么一番“变脸”之后，王某家的贡菊卖得比张某家的还要火爆了。

思考　王某是如何在贡菊销售中实现后来居上的？

微信公众号：电子课本大全

询问法是最常用的一种市场调研方法，它是将调研人员事先拟定的调查事项，以当面或电话、书面的方式向被调查者提出询问，要求给予回答，从而获得所需的资料。询问法可分为面谈法、电话调查法、邮寄调查法、问卷调查法、网上访问法等。

案例分析

女性饮料产品计划为什么没有实现

某调查公司是民营专业调查公司中一家有代表性的公司，具有较强的市场营销能力，在民众中知名度很高。该公司对客户的反应迅速，服务意识较强，也非常受国内企业的欢迎。该调查公司有很多成功的案例。例如，国内一家著名饮料公司计划推出一款女性饮料，但当时在中国的市场上还没有女性饮料产品。该饮料公司也非常谨慎，便委托这家调查公司做市场调研。调查公司在接受委托后，认真制订了市场调研计划，采用面谈法、入户访问和问卷调查法等调研方法得出了大量的数据。结果显示：虽然该产品的主要消费群是指向女性，可是女性对于专门的女性饮料的认知度和接受度都不高，所以在市场上不可能有良好的反映。于是这家著名饮料公司根据调查公司的市场调研结论，决定放弃这个计划。



图 3–4 女性饮料产品

思考 在该调查公司的此次市场调研中，你认为还可以采用哪些调研方法？

小资料

市场调研的其他方法

实验法从所调查的许多影响因素中选择出一两个来，指定在一定的条件下实验并观察其反应。例如，要观察价格、包装或广告因素对某茶叶销售量的影响，可假定其他因素不变，那么该茶叶销售量的变动可看成是价格、包装、广告变化的结果。采用实验法的好处是方法科学，能够获得比较真实的信息资料。

座谈法将被调查者召集在一起，进行集体发言、讨论，然后再将其中一些有代表性的意见集中起来。

任何一种调研方法都有其局限性，如时间的限制、调查人数的限制、环境因素的限制、资金的限制等，都会使调查的结果产生一定的误差。即便如此，市场调研还是日益受到人们的重视，市场调研的作用也愈加明显。市场调研可以为企业市场预测工作提供资料，为经营决策提供依据，提高经济效益。

微信公众号：电子课本大全



1. 仔细阅读以下材料。

调味品批发商从脏乱差的菜市场起步，在别人看不起的眼光中静悄悄地成长为一方巨富，很多人是从过去公社集体的菜组业务员起家，一步步发展为名牌调味品、餐料的经销商，从此走上了康庄大道。如何实现转型，有效地调整好自己的经营思路和企业发展的方向，以便能在市场形势发生巨变的市场环境中立于不败之地呢？

（1）组内充分讨论，拟订调研计划和内容。

（2）请你在对当地的调味品经销商的经营渠道、竞争者的情况及价格等进行调研后，提出对调味品经销商转型的一些建议。

2. 运用一种或几种市场调研方法，对当地无公害鸡蛋的市场需求情况进行调研，并完成书面的调研报告。

微信公众号：电子课本大全

二 农副产品市场有效预测

1. 农副产品市场预测概述
2. 农副产品市场预测方法

学习目标

1. 了解农副产品市场预测的概念、内容。
2. 掌握农副产品市场预测的基本方法。
3. 能就当地某些主要的农副产品营销问题作出预测。

在当今市场经济环境下，新技术日新月异，市场需求变幻多端。这就要求经营者不仅要着眼于现在，更应关注未来，而预测正是联系今日和将来的桥梁。由于受诸多因素的影响，市场总是在不断地变化的，但它也并不是不可预测的。经营者通过了解市场的过去和现在，能够从中分析和推断出市场的未来和发展趋势。市场预测的主要目的，就是要了解对未来的经营活动与决策有重要意义的各种不确定因素和未知事件，从而为决策提供可靠的依据。

1 农副产品市场预测概述

通过农副产品市场调研，就可以对收集到的各种情况、资料和数据进行分析，从而对相关市场需求、产品资源、产品定价等进行科学的市场预测。

农副产品市场预测的概念

农副产品市场预测，就是在充分进行农副产品市场调研的基础上，对收集到的各种信息进行科学的分析和总结，从而对未来市场的需求情况、价格变化趋势、竞争情况及相关的影响因素进行综合分析、判断和推测，为经营者进行决策提供准确科学的依据。

案例分析

职校生的致富之路

20世纪90年代初，某职校学生毕业后，一直想寻找一条致富的好路。经过细心的观察和大量的市场调研，他注意到鸡鸭售价不过（4～5）元/千克，甲鱼却卖到（30～40）元/千克。同时他从相关媒体获悉，由于甲鱼是一种含高蛋白的食物，有强身健体的功效，因此颇受现代人的青睐。尤其是在一些大的酒店、宾馆，虽然价格卖得很高，但销量一直很好。通过进一步的调查和分析，



图3-5 甲 鱼

微信公众号：电子课本大全

他预计未来几年甲鱼的价格还会涨，于是决定养殖甲鱼。果然，第一年，甲鱼价格涨到（40～50）元/千克，当年他便收回成本；第二年，价格继续涨到70元/千克，使他盈利近10万元。

由此可见，对市场进行准确的分析预测，可以帮助经营者从中获得很大的收益。

思考　结合案例，我们可以了解到哪些市场预测的相关知识？

农副产品市场预测的内容

农副产品门类众多，而市场预测本身的内容也很广泛。一般地，凡是能引起市场变化的因素，都属于市场预测涉及的范围。具体的预测内容如表3-2。

表3-2　市场预测的内容

内　容	具　体　内　容
市场需求预测	主要预测市场对农副产品的需要量、市场容量、发展趋势及消费者的购买力
商品资源预测	包括对产品的质量、品牌、包装及用于生产产品的原材料供应水平及其价格的变化趋势，同类产品的社会生产能力及原料需求有多大，这将极大地影响产品的供应及价格
商品饱和点预测	预测社会的消费容量，结合产品的生命周期，预测市场消费的饱和点以及出现的阶段，以便适度控制产量，及时推出新产品
商品价格预测	对商品价格水平及其变动幅度、规律、价格构成要素的变化、目标市场供求关系的变化、竞争对手价格水平和价格策略的变化等进行预测
经济效益预测	结合产品的定价水平及各项成本、营销开支情况，市场价格变化趋势，合理预测产品的经济效益

案例分析

某品牌方便面进军内地

某集团公司在食品业中只是一个不起眼的“小兵”，在决定进入方便面市场之前，首先对国内的方便面市场进行了详尽的市场调研。该公司针对当时市场上已有的方便面品牌做了仔细的分析，发现国内的方便面市场呈两极化趋势：一方面，国内厂家生产的方便面仅几毛钱一袋，价格便宜，但是质量较差，面条一泡就烂，调味配料简单，冲出来就像味精水；另一方面，进口面条虽然质量好，但是却要五六元一碗，价格偏高，一般消费者接受不了。同时，该公司还针对不同

微信公众号：电子课本大全

层次的消费者做了调查，发现随着生活节奏的加快，大多数人希望有一种价廉物美的方便食品。由此做出预测：如果生产出价格在一两元左右的、味美价廉的方便面，一定有很大的市场潜力。以后的事实证明，这样的预测结果完全符合市场需求。

思考 案例中，该集团公司进行了哪些内容的市场预测？

2 农副产品市场预测方法

由于农副产品的种类繁多，加工程度也存在很大的差别，因此在进行农副产品的市场预测时，应根据实际情况，选择采用各种不同的市场预测方法。

农副产品市场预测的方法可以分为定性分析法和定量分析法两大类。

定性分析预测方法包括判断法、市场调查法，定量分析预测方法包括订货法、平均数法、时间序列法、保本分析法等。

判断法

判断法是指由经营者根据各方面的情况、信息和自己的经验进行分析，从而对市场需求情况做出主观的判断，对未来进行预测的方法。如养殖户判断今后肉鸽的需求量大，价格会涨，决定扩大养殖，这种对未来价格预测使用的方法就是个人判断法。

马上行动

近年来，城市居民对野生蔬菜情有独钟，但伴随着人工种植的不断增多，价格也开始大幅回落。请预测你最爱吃的某种野菜的未来价格走势。

市场调查法

根据市场调查收集有关资料，包括消费者的购买意向、销售人员掌握的情况、市场变化趋势等，最后对所得情报资料进行综合分析，进而进行推断预测的方法，就是市场调查法。

案例分析

对液体纯牛奶未来市场发展走势的预测

2004年4月，某市场调查公司采用随机抽样方式，对北方和南方三个城市的572位液体纯牛奶消费者进行入户访问，获得了第一手调查资料。结果显示，在

微信公众号：电子课本大全

北方某城市的液体纯牛奶市场上，全国性品牌甲、乙和当地品牌丙占据有利的市场地位，就目前的市场份额看，三者的顺序是甲、丙、乙。但从品牌黏性角度分析，三者之间的竞争处于相对胶着状态，各品牌用户中的稳固型用户比例相当，对非用户的吸引力也相差无几，只是乙品牌对自我用户的黏性稍高，乙用户中的边缘型用户和易转换型用户比例略低于另两个品牌。使用品牌竞争分析显示，三品牌中乙的品牌黏性最强，甲在竞争中处于相对劣势，丙介于乙和甲之间，甲的消费者会流向乙，而丙能够保持相对的平衡。由此可以预测，如果没有大的市场动作，根据目前各品牌所表现出的品牌黏性，未来该北方城市中液体纯牛奶的市场品牌格局将是乙、丙和甲。



图 3-6　液体纯牛奶

思考　本案例中使用的是哪种市场预测方法？你觉得还可以借助哪些方法进行市场预测？

订货法

经营者通过散发订货单或召开订货会等办法广泛预订货的方法来预测市场对某种产品需求情况的一种预测方法就是订货法。在汇总订货结果时，经营者应当根据自己以往的销售情况，对订货量进行必要的修正。为了获得较好的订单返还率，通常对预订货的客户给予一定的优惠。

马上行动

某鸡饲料生产厂由于拥有几家稳定的客户，往年一直有比较稳定的订货量，但据卫生部门预警报告，下一年将有可能发生禽流感。那么这家鸡饲料厂该如何对下年度产品的销售进行预测呢？

平均数法

平均数法是指依据历史上的近期数据资料来求平均数，以此计算结果作为对未来的预测值的方法。

案例分析

预测月加工量

某村蔬菜加工厂近 6 个月的加工量分别为 820 kg、670 kg、790 kg、900 kg、1 080 kg、880 kg，由于临近农忙放假，为合理安排生产人员，该厂计划科利用简

微信公众号：电子课本大全

单的平均数法对其下一个月的加工量进行了预测，结果为 $\overline{X}$ =（820 + 670 + 790 + 900 + 1 080 + 880）kg / 6 = 857 kg。由于事先进行了定量的分析预测，及时调整生产计划，该厂在农忙时也及时完成了加工任务。



如果上述案例中缺少中间两组数据，预测结果会怎样？如果案例中缺少最后两组数据，预测结果又会怎样？请对两次预测结果进行分析比较。

时间序列法

时间序列法是指根据历史数据随时间的变化情况，找出事物变化趋势的方法。如某苗圃近几年苗木销售额分别为 18 万、22 万、26 万、31 万，根据这个趋势，预测明年苗木的销售额大约为 36 万 ~ 37 万。

保本分析法

保本分析法是指经营者按照生产某种产品总成本和销售收入维持平衡的原则来制定产品保本价格的方法。通过计算不同价格下的盈亏平衡点的销售量，再将其同市场需求相比较，就可以大致得出合适的价格以及此价格下的保本销售量。

在农副产品的生产过程中，必定需要投入资金，而市场的变化，又会影响到原定的收入。通过市场预测可以增强投资的安全性，减少风险。但预测终究只是一种推测，并不能代表实际可能发生的情况，所以应根据不同的情况，选择适宜的预测方法，尽量提高预测的准确性和可靠性，以减少或尽量消除预测与实际之间的偏差，使农副产品生产者的利益得到有效的保护。



市场预测的步骤

进行市场预测时，应按照下列几个步骤循序展开：

（1）确定预测的目标，目的在于把握整个预测工作的重心。

（2）收集资料，收集与预测对象直接及间接的有关资料。

（3）资料的研判及调整，研判所获资料是否能符合预测所需，若不能符合，则有两种方法加以解决，一种是另收集适合问题的资料，另一种是加以适当的调整。

（4）资料趋势的分析，如将其绘成历史曲线，或求算其长期趋势等，以解了资料变化的一般特性。

（5）选择预测方法，选择预测方法时应注意以下几点：①广泛性，②准确性，③时效性，④可用性，⑤经济性。

（6）未来数字的预测。

微信公众号：电子课本大全

练　习

1. 对当地某种特色农副产品的市场前景进行预测。

2. 运用农副产品市场预测的方法对当地的猪肉价格近期走势进行市场预测。

本章小结

市场调研的主要内容有市场需求的调研、产品的调研、价格的调研、促销的调研、销售渠道的调研及竞争的调研等。在农副产品市场调研过程中，应当根据不同的调研目标，选择不同的内容去进行。市场调研的基本方法习惯上分为观察法、询问法、实验法和座谈法等。但任何方法都有其局限性，对于经营者而言，应根据所要解决的问题和调研的目的去选择适当的调研方法。

市场预测的内容主要有市场需求预测、商品资源预测、商品饱和点预测、商品价格预测、经济效益预测等。一般地，凡是能引起市场变化的因素，都属于市场预测涉及的范围。市场预测的常用方法有判断法（定性）、保本分析法（定量）、订货法、市场调查法、平均数法、时间序列法等。但预测终究只是一种推测，并不能代表实际可能发生的情况，所以应根据不同的情况，选择适宜的预测方法，尽量提高预测的准确性和可靠性。

综合实践

对当地绿色食品大米的市场空间进行预测。

1. 活动目的。

（1）了解当地市场上主要绿色食品品牌大米的供应与销售状况。

（2）通过市场调查，对今后绿色食品大米的发展空间进行预测。

2. 活动建议。

（1）确定主题。

现在市场上具有绿色食品认证标志的大米已越来越多，你能说出几种你所见过的品牌吗？你知道它们的销售情况怎样？你认为绿色食品大米市场还有多大的发展空间？你能运用学过的知识对其进行市场预测吗？

（2）全班同学分成几个小组，每组5～6名，先明确活动主题，然后在组内充分讨论，拟订调查计划，选择预测方法。

（3）对当地的主要绿色食品大米的品牌、价格、销售情况进行调研。

（4）对消费者的认知度、需求情况进行调查。

（5）对收集的信息进行分析、总结，应用适当的预测方法对绿色食品大米的市场发展空间进行预测，并写出预测报告。

3. 讨论与交流。

举行专题市场预测报告会，各组向全班汇报市场预测的结果，并相互讨论交流，形成最终的预测报告，提交给当地有关部门作为参考。

微信公众号：电子课本大全

第三章 学习评价

GENERAL TECHNOLOGY GENERAL TECHNOLOGY

评价内容		自我评价
学习过程	课内完成学习任务情况	
	课外完成学习任务情况	
	学习态度评价	
	学习水平评价	
学习结果	本章学习目标实现情况	
	学习本章内容的收获与不足	

微信公众号：电子课本大全



第四章 农副产品的营销决策与营销方案设计

Chapter 4 Sale Decision and Sale Scheme Design of Farming Byproducts

一 农副产品营销决策

二 农副产品营销方案设计



在现代市场经济条件下，农副产品经营者面临的市场环境越来越复杂多变。在这样的市场环境下，如何把握好航向，积极有效地开展市场营销工作，进行营销决策，关系到经营者的经济效益。因此，采用营销决策方法将有助于农副产品经营者正确选择经营项目，不失时机地捕捉市场商机。

微信公众号：电子课本大全

一 农副产品营销决策

学习目标

1. 农副产品市场营销决策程序
2. 农副产品市场营销决策方法

1. 了解农副产品营销决策程序。
2. 学习农副产品营销决策方法。

不论是农户还是企业，同样都面临着内外环境的剧烈变化。经济效益如何，并不完全决定于生产能力，而是在很大程度上取决于经营者的决策能力。在市场经济社会里，营销的决策能力尤为重要。正确的营销决策应能积极适应环境条件的变化，帮助农副产品经营者及时有效地解决所出现的问题。

1 农副产品市场营销决策程序

农副产品市场营销决策是农副产品经营者为实现预定的营销目标或解决新遇到的重大问题，根据分析，确定决策目标，拟出可行方案，从中选择出一个最适宜的方案，并加以实施的过程。

那么，如何才能进行科学的营销决策呢？健全的科学的营销决策程序如下：

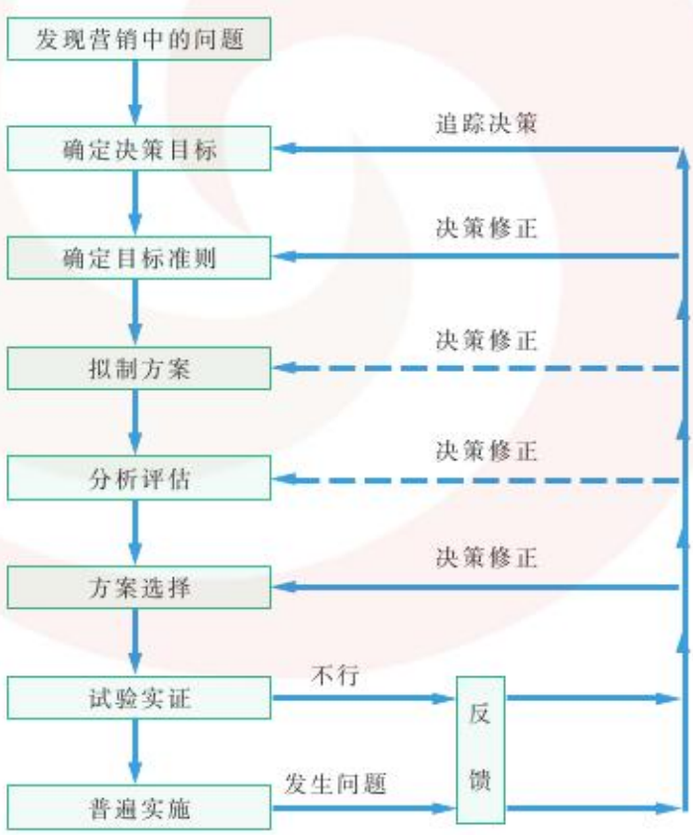

图 4-1 农副产品营销决策程序图

微信公众号：电子课本大全

农副产品经营者要想实现预期目标，首先要认真进行调研，准确把握市场需求，在此基础上确定决策目标，做出营销活动的计划，并采取一系列措施认真贯彻落实。

案例分析

正确的营销决策是某品牌方便面的成功之道

某品牌方便面开始在大城市的火爆销售并没有让其生产者满足，而是定下目标要做中国的“面王”。但是在中国这样一个巨大的市场，单靠当初的红烧牛肉面一种口味的产品显然是不够的。为此，该集团在内地设立生产基地，而且在每设立一个生产基地之前，都在当地展开详尽的市场调研，了解消费者对其产品的意见。根据各地的口味差异，该集团的调研策划者采用了“最直接”的办法——试吃：请一批批的试吃者品尝其配方。经过上万次的口味测试和调查，他们先后开发生产了20余种不同口味的产品，生产线也从1条增加到88条。由于事先有详细的市场调研资料为基础，这些口味的方便面在推出后都纷纷受到了消费者的欢迎。

同时，该集团还从各细节处着手，尽心尽力地做到让消费者满意。典型的创新便是首创在碗面上加放塑料叉，以方便消费者使用。此举迅速成为所有厂家的效仿做法。正是靠着对市场的精准把握，想消费者之所想，该品牌最终实现了成为中国“面王”的梦想。

马上行动

请就以上案例，写出该品牌方便面的营销决策程序图。

以上案例说明，只要农副产品生产经营者在产品开发、生产、销售的全过程中始终把消费者的需求放在首位，在每个决策做出之前都经过认真的市场调研和消费者需求的详细分析，并以此作为进行营销决策的基础，就一定能取得经营活动的成功。

2　农副产品市场营销决策方法

随着我国市场经济的发展，农民的经营自主权也越来越大，但同时也承担着自主经营、自负盈亏的责任。因此，采用科学的、正确的营销决策方法在农副产品的营销决策活动中起着举足轻重的作用，它将有助于农户正确地选择经营项目，不走或少走弯路，不失时机地捕捉市场商机。

在农副产品市场营销过程中，可采用集思广益法、头脑风暴法、创造思维法、专家意见法等营销决策方法。

集思广益法就是充分发挥大家意见，互相启发，使得考虑更周详，方案更完善。提出的方案越多，进行决策时选择的余地就越大。

头脑风暴法就是头脑风暴法将不同意见的人组织在一起进行讨论，不断提出方案，不断改进和完善。在激烈的智慧碰撞中，往往能发现智慧的闪光点，得到意想不到的收获。

微信公众号：电子课本大全

创造思维法就是经营者要想成功，就要独具慧眼，在求新、求变上下工夫，而不能墨守成规，人云亦云，老跟在别人后面凑热闹，只有以创造性思维的方法，才能独辟蹊径，产生“好点子”。

专家意见法大部分农民刚涉足营销时，往往缺乏相应的经验。因此，利用一切机会，向各种经营和技术专家请教，利用专家的信息、智慧、经验，请专家出谋划策，就可以获得一些既科学又实用的好点子，这也是一种聪明的决策方法。

案例分析

某保健食品营销决策中的创新思维

某保健食品“×××”是一个老品牌，但多年的送礼诉求广告已激不起新的消费热潮和心理欲望，那么如何才能提高销量又不损伤“×××”品牌？经营者一方面充分发挥全体员工和经营者的智慧，让大家充分开动脑筋；另一方面也虚心向一些营销专家请教，倾听专家的意见。经过讨论，大家得出结论：若继续采用降价、打折、买一赠一这些常规做法，虽然能短期提升销量，但会使消费者有一种“滞销”“甩卖”的感觉，甚至怀疑原有价格的合理性。若推出“新一代×××”，虽然让人感到与时俱进，但原有品牌剩余价值尚未穷途末路，且“新一代”又要巨额费用进行推广，也不可取。因此，在综合各方意见的基础上，经营者果断选择激励的方式，打出“×××里有金砖”的口号。有了“金砖”之后，使“×××”不仅有了“健康品”的内涵，更有了带来意外财富的希望，使“×××”的老面孔一下子生动了起来，提起了老顾客的消费兴趣，即使看广告也不觉得索然无味，而是有了新意，可谓恰到好处、独具匠心。不仅没有让人感到“×××”滞销，反而提升了品牌价值，不能不说是一大高招。

思考 案例中，经营者采用了什么方法进行营销决策？

由于市场形势变化多端，在进行营销决策时如果只凭个人的经验显然是不够的。这就要求经营者在收集大量信息资料后，能够审时度势，集思广益，扬长避短，统筹兼顾，努力做到决策的科学化、民主化，既勇于决策，也善于决策，不怕反对意见。

练 习

1. 某饮料生产厂准备推出一种以当地山野菜为原料开发出的饮料产品，为尽快打开市场，请你为该厂设计一个产品营销的决策程序图。

2. 现在人们的生活水平越来越高，饮食中大鱼大肉的比例不断加大，农户觉得粮食在城里越来越难卖了。请采用不同的营销决策方法为他们出谋划策。

微信公众号：电子课本大全

二　农副产品营销方案设计

1. 设计农副产品营销方案的一般原则
2. 农副产品营销方案设计的主要内容

学习目标

1. 了解农副产品营销方案设计的一般原则。
2. 能根据市场调查和市场预测的结果，对当地某种主要的农副产品的市场营销工作提出有效的方案。

营销是实现农副产品经营者增收的最后一道门槛。长期以来，我们的农副产品大多停留在生产环节，而对流通环节还缺乏足够的重视和研究。随着市场经济的不断深入发展，农副产品生产者和经营者也应树立起明确的市场营销意识。因此，在开展营销活动之前，制订农副产品的营销方案就日益显出其必要性。

1　设计农副产品营销方案的一般原则

从本质上说，营销就是为了满足个体和组织的需要所进行的思想、物品与服务的有价交换过程。它包括产品、价格、渠道、促销四个方面。在设计营销方案时，应将这四个方面形成一个有机的整体，使之互相协调、综合地发挥作用，以最终实现所制定的营销目标。具体来说，应按实践性、科学性、整体性和严肃性四个原则进行。

实践性：营销方案的设计必须一切以实际情况为出发点，事先要进行充分的市场调研，进行科学的预测，并据此作出符合实际的营销决策目标。

科学性：在确定营销方案前，应充分听取多方意见，集中专家和群众的智慧。

整体性：要将整个营销方案中的各个方面看做一个整体，统筹安排，有机结合。

严肃性：不仅设计营销方案时要严肃认真，而且一旦方案确定后，就应严格执行，只有这样，才能完全显示出方案的效果及可能存在的问题，以便及时调整。

2　农副产品营销方案设计的主要内容

农副产品营销方案设计主要应包括以下几方面的内容。

宏观市场分析：包括国内外相关的政策法规、目标市场地区的经济发展水平、人口特点等。

思考

设计农副产品营销方案为什么要考虑国内外相关的政策法规的影响？

中观市场分析：包括直接影响市场营销的市场因素，如行业环境、竞争环境等。

消费环境分析：指一定时期的社会消费状况，如消费结构、消费水平、消费时尚等。

微信公众号：电子课本大全

市场细分：这是营销工作中的重要一环，根据市场细分的依据进行市场细分，并剖析细分市场，进行目标市场的选择。

营销价格的确定：包括制定产品定价策略、品牌策略等。

营销渠道的选择：拓展各种营销渠道，大力促进产品销售。

售后服务：为消费者提供与产品相关的售后服务，以保证取得消费者对产品的满意和信任，扩大产品销路。

案例分析

无公害柑橘的市场营销方案设计

（一）柑橘营销市场的消费者分析

1. 柑橘营销的宏观市场分析。

（1）人口环境分析：如目标市场的人口规模、分布、构成、变化和口味等。

（2）经济环境分析：对目标国家或地区的国民生产总值、国民收入等进行调查分析。根据自己的产品特点，寻找不同的市场。



图4-2 柑 橘

（3）政治环境分析：加入WTO后，我国的柑橘出口与许多国家的政策法规相关。政治环境对柑橘产品的营销也会产生影响，要防止技术壁垒和绿色壁垒造成的影响。

2. 柑橘营销市场的中观环境分析。

分析柑橘市场的行业经济特征、某地在行业结构中的地位、各地柑橘市场的竞争力和规模等。

3. 消费环境分析。

（1）消费结构分析：通过调查，分析柑橘的消费在当地人群消费中所占的比例和结构等。

（2）消费水平、消费质量和消费倾向分析：分析不同阶层的收入、地位等因素与柑橘消费的价格、品种、质量间的关系。

（3）消费流行和风俗：注意柑橘口味和种类的流行变化。

（二）柑橘营销的准备工作

在开展营销前，先做好目标市场的定位工作。

1. 市场机会分析。

市场机会为营销环境所共有，应把握好自身的机会，并善于发现潜在的机会、边缘机会、未来机会等。

2. 市场细分。

这是柑橘产品营销工作中的重要环节。在认真分析地理、气候、人口的密度、消费动机和城镇的规划等因素后，确定目标市场。

（三）柑橘营销价格的确定与方法

1. 产品的定价策略、依据、方法。

无公害栽培的柑橘产品由于有很好的市场卖点，其市场定价可以比同类的柑橘

微信公众号：电子课本大全

高出一些。同时也需考虑营销市场上当地消费者的接受能力。

2. 产品品牌的规划和创立。

在营销中，要注意进行无公害柑橘品牌的策划、设计、宣传和保护，防止在品牌渐有名气时被别人假冒或仿制。

3. 产品的包装和宣传。

在营销过程中，对于无公害柑橘这样优质的柑橘产品，应注意需要高质量的包装才能与其相匹配。同时也需要一定的宣传。

4. 产品的营销渠道。

采用各种方式，发布信息，促进销售。如建立专业的柑橘销售市场、批发市场等，也可在零售市场中进行直销。

5. 产品销后服务。

柑橘虽不同于一般的耐用消费品，要求对产品的售后有很完备的售后营销服务，但许多问题也需要在营销中事先预见到。如贮藏技术、运输技术及包装材料的耐压性、耐水性等，这也关系到售后柑橘的质量。

思考　以上案例对你进行市场营销方案设计有何启发？还有哪些需要改进？

练　习

1. 以本地市场为目标市场，设计一套无公害柑橘的市场营销方案。

2. 现在农副产品的供应已大为丰富，有时却出现农户“增产不增收”的现象。针对你身边的类似事例，试设计一套解决问题的市场营销方案。

微信公众号：电子课本大全

本章小结

GENERAL TECHNOLOGY GENERAL TECHNOLOGY

农副产品营销决策在营销活动中具有重要地位，它将在很大程度上决定农副产品经营者的经济效益好坏。

农副产品营销决策的程序是企业或农户确定营销目标，根据分析，制定决策，拟出可行方案，从中选择出一个最适宜的方案，并加以实施。

在进行农副产品营销决策时，可采用的营销决策方法有集思广益法、头脑风暴法、创造思维法、专家意见法等。经营者要集思广益，扬长避短，审时度势，统筹兼顾，努力做到决策的科学化、民主化。

制定科学的营销方案是农副产品经营者实现增收的有利保证。进行营销方案设计时，应遵循实践性、科学性、整体性、严肃性的原则，要以市场需要为依据，以提高经济效益为中心。

设计营销方案一般应包括宏观市场分析、中观市场分析、消费环境分析、市场细分、营销价格的确定、营销渠道的选择、售后服务等方面的内容，根据具体产品的特点，也可以有所区别和侧重。

微信公众号：电子课本大全



为本地绿色食品农副产品设计营销方案。

1. 活动目的。

了解当地主要的绿色食品农副产品种类、质量、营养特点等，培养设计营销方案的能力。

2. 活动建议。

建议按以下要点进行：

（1）选择一种本地主要绿色食品农副产品，进行市场调研，收集资料。

（2）绿色食品营销的国际、国内环境分析，包括营销的组织基础及法规、市场观念和消费需求环境等。

（3）选择恰当的绿色销售渠道，拓展销售市场。

（4）制定绿色价格策略。

（5）实施品牌战略。

3. 总结。

通过调查和分析，形成书面的营销设计方案。通过自评、互评，对有价值的方案予以肯定。

微信公众号：电子课本大全

第四章 学习评价

GENERAL TECHNOLOGY GENERAL TECHNOLOGY

评价内容		自我评价
学习过程	课内完成学习任务情况	
	课外完成学习任务情况	
	学习态度评价	
	学习水平评价	
学习结果	本章学习目标实现情况	
	学习本章内容的收获与不足	

微信公众号：电子课本大全

凤凰传媒
PHOENIX MEDIA



通用技术
选修4
现代农业技术
专题六　农副产品的营销

普通高中课程标准实验教科书
通用技术　选修 4
书　　名　现代农业技术　专题六　农副产品的营销
主　　编　顾建军
责任编辑　郜　键　董秀敏

出版发行　江苏凤凰教育出版社
（南京市湖南路 1 号 A 楼　邮编：210009）
照　　排　南京新华丰制版有限公司
印　　刷　南通新奇印刷有限公司（电话：0513-85675269）
厂　　址　南通市南大街 97 号（邮编：226001）
开　　本　890mm × 1240mm　1/16
印　　张　4.5
版　　次　2007 年 3 月第 1 版
2019 年 6 月第 24 次印刷

书　　号　ISBN 978-7-5343-7565-1
定　　价　5.87 元
邮购电话　025-85406265，025-85400774
短信 02585420909
盗版举报　025-83658579

苏教版图书若有印装错误可向承印厂调换
提供盗版线索者给予重奖

绿色印刷产品

审批号：苏费核（2019 年秋季）第 0133 号　　举报电话：12358

ISBN 978-7-5343-7565-1
9 787534 375651 >

微信公众号：电子课本大全