

全国农民教育培训规划教材

农业经理人 基础知识与实务

刘 志 刘银来 主编



中国农业出版社

农业经理人
基础知识与实务

刘志 刘银来 主编

中国农业出版社

·北京：中国农业出版社，2020.10
全国农民教育培训规划教材
ISBN 978-7-109-27496-9

I. ①农… II. ①刘… ②刘… III. ①农业经济管理
—技术培训—教材 IV. ①F302

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2020) 第 204441 号

农业经理人基础知识与实务

NONGYE JINGLIREN JICHU ZHISHI YU SHIWU

中国农业出版社出版

地址：北京市朝阳区麦子店街 18 号楼

邮编：100125

责任编辑：赵 娟 郭元建

版式设计：杜 然 责任校对：刘丽香

印刷：北京通州皇家印刷厂

版次：2020 年 10 月第 1 版

印次：2020 年 10 月北京第 1 次印刷

发行：新华书店北京发行所

开本：720mm×960mm 1/16

印张：16

字数：265 千字

定价：39.00 元

版权所有·侵权必究

编写人员名单

主 编 刘 志 刘银来

副主编 郭巧玲 牛红云 尹 岩

编 者 (以姓名笔画为序)

牛红云 尹 岩 代 莉

刘先辉 刘 志 刘银来

李晓翠 张恩果 张恋芳

庞丽铷 郝红伟 郭巧玲

窦增玉

前言

第一章 市场营销

第一节 认识市场营销

一、什么是市场营销

二、市场营销的核心概念

第二节 营销观念

一、营销观念的特点

二、营销观念的发展阶段

三、现代市场营销观念

第二章 市场调研

第一节 认识市场调研

一、市场调研的基本概念

二、市场调研的内容和分类

三、市场调研的原则和程序

第二节 明确市场调研问题

一、认识市场调研问题

二、明确市场调研问题的程序

三、市场调研选题

三、设计问卷	19
第四节 选择市场调研方法	23
一、实地调研法	23
二、文案调研法	24
三、网络调研法	24
第五节 处理市场调研资料	27
一、市场调研资料的整理	28
二、市场调研资料的分析	28
第六节 撰写调研报告	29
一、调研报告撰写原则	31
二、调研报告撰写内容	
三、调研报告的沟通	

第三章 市场预测 33

第一节 市场预测的内容和步骤	34
一、市场预测基本知识	34
二、市场预测的内容	35
三、市场预测的步骤	36
第二节 市场预测方法	36
一、定性预测法	36
二、定量预测法	38

第四章 制订市场营销计划 41

第一节 确定营销目标	42
一、营销目标的分类	42
二、营销目标的作用	

一、市场细分	47
二、目标市场的选择	47
三、市场定位	47
第四节 制定产品战略和支持战略	47
一、制定产品战略	48
二、制定支持战略	50
第五节 市场测试	50
一、模拟市场测试	51
二、试销	52
第六节 确定营销计划	52
一、营销计划的影响因素	52
二、营销计划的主要内容	53
第七节 营销计划的实施和控制	53
一、营销计划的实施	53
二、营销计划的控制	53

第五章 农产品销售渠道评价及控制

第一节 认识农产品销售渠道	56
一、销售渠道	56
二、农产品销售渠道的特殊性	57
三、农产品销售渠道的现状	58
四、农产品销售渠道存在的问题	59
第二节 农产品销售渠道的优化	59

第六章 农产品销售模式选择及控制

第一节 农产品传统销售模式	63
---------------------	----

三、农产品电子商务销售模式及发展趋势	65
第三节 淘宝村农产品销售模式	66
一、淘宝村农产品销售模式的优势	66
二、淘宝村农产品销售模式发展途径	67

第七章 农村土地流转政策与操作 68

第一节 农村土地政策 69

一、农用地 69

二、土地物权 69

三、我国农村土地使用政策 70

四、基本农田保护政策 71

五、建设用地政策 71

第二节 农村土地流转 71

一、农村土地经营权流转方式 71

二、土地流转的具体操作 72

三、土地流转注意事项 73

第三节 农业生产托管 74

一、农业生产托管基础知识 74

二、农业生产托管服务方式 74

三、农业生产托管服务内容 75

第八章 农业生产基地选择、评价和建设 77

第一节 农业生产基地的选择与评价 78

一、农业生产基地常见类型 78

二、农业生产 78

四、农业生产基地建设内容及要求	85
-----------------------	----

五、加强环境保护	87
----------------	----

第九章 农业生产流程管理

88

第一节 农业企业主导项目的选择与开发	89
--------------------------	----

一、农业经济组织经营项目的分类	89
-----------------------	----

二、农业经济组织主导项目的选择	90
-----------------------	----

三、年度主导项目开发流程	90
--------------------	----

第二节 农业生产流程开发	91
--------------------	----

一、生产计划制订	92
----------------	----

二、生产资料准备	92
----------------	----

三、土地（水体）养护	92
------------------	----

四、生产技术储备	92
----------------	----

五、收获与储运	93
---------------	----

六、产品销售	93
--------------	----

七、生产基地风险防控	93
------------------	----

第三节 农业生产计划开发	93
--------------------	----

一、种植业生产计划	94
-----------------	----

二、养殖业生产计划	97
-----------------	----

第十章 农业标准化实施与农产品质量管理

104

第一节 农业标准化	105
-----------------	-----

一、农业标准化的内容	105
------------------	-----

三、“两品一标”认证程序	108
四、食用农产品合格证制度	108
第三节 农产品质量管理	110
一、影响农产品质量安全的因素	110
二、农产品安全生产措施	111
三、农产品质量安全追溯系统	112

第十一章 目标管理

第一节 目标的制订	115
一、目标制订的程序	115
二、目标制订的原则	118
三、目标制订的注意事项	119
第二节 计划的制订及执行监督管理	119
一、工作计划的制订	119
二、计划的执行监督管理	120
第三节 绩效考核	121
一、绩效考核的作用	121
二、绩效考核的实施	121
三、绩效考核的方法	122

第十二章 组织管理

第一节 组织结构设计	126
一、组织结构设计的原则和任务	127
二、组织部门的划分	127

第十三章 采购与库存管理 138

第一节 采购管理 139

一、采购的作用 140

二、采购的类型 140

三、采购的原则 142

四、采购的流程 143

第二节 库存管理 148

一、了解库存 149

二、库存的分类 149

三、库存的作用与弊端 150

四、库存管理具体工作 150

第十四章 财务管理 158

第一节 财务基础知识 159

一、农产品成本概念及其构成 159

二、农产品的成本核算 160

三、简单的记账体系 166

第二节 财务报告 170

一、财务报表的作用及分类 170

二、资产负债表 174

三、损益表 177

四、现金流量表 179

第一节 会务管理基础知识	197
一、会议的作用	198
二、会议的分类及频率	198
三、会议活动的基本要素	199
第二节 会务活动的组织与服务	199
一、会前筹备	200
二、会中组织	201
三、会后总结	201

第十六章 内外部协调管理 205

第一节 内部协调管理	206
一、组织内部协调的原则	206
二、组织内部沟通	206
第二节 外部协调管理	208
一、组织外部环境分析	208
二、组织与经济环境	209
三、组织与政治环境	212

第十七章 环境影响评价 215

第一节 环境影响评价基础知识	215
一、环境及环境影响评价基本概念	215
二、组织需要做环境影响评价的情况	216
三、环境影响评价的分类	217
四、环境影响评价的原则	217
五、环境影响评价的标准	

第一节	与农业经济组织相关的法律法规	222
第二节	劳动关系相关法律法规	223
第三节	食品安全相关法律法规	225
第四节	农业保险相关法律法规	225

第十九章 风险管理

第一节	农业经济组织风险特征和分类	229
一、	农业经济组织风险及特征	229
二、	农业风险种类	230
第二节	风险识别与分析	230
一、	风险识别的内容	231
二、	风险识别方法	232
三、	风险分析	233
第三节	农业风险的衡量与评价	233
一、	农业行业风险衡量	234
二、	农业行业风险评价	235
第四节	风险管理方案和风险控制	235
一、	风险管理方案的制订	238
二、	风险控制	238
参考文献		240

学习目标

1. 了解市场预测的含义、作用。

2. 掌握市场预测的步骤。

3. 系统掌握市场预测的内容, 选用预测方法, 进而帮助组织制订适应市场状况的行动方案。

市场预测是针对经济组织近阶段不明确的事物, 根据过去和现在的已知情况, 估计和推测未来可能出现的趋势。市场预测是对市场未来的认识, 市场调研是对市场过去和现在的认识。市场预测建立在正确的理论指导下, 通过市场调研获取到资料, 再运用定性分析法和定量分析法, 对市场今后的发展变化做出质的描述和量的估计。

案例导入

事与愿违的市场预测

天天农家乐经过市场调研调整策略后, 餐饮生意异常火爆, 也带动了民宿的生意。农业经理人张涛和公司高层商议, 按照这样的经营情况, 不出三年, 即可成本回收。2013年6月, 他们决定增加民宿床位, 投资增盖一幢3层楼的民宿, 预计投资5000万元左右。此外, 在餐厅增设自助餐, 98元/位, 还增加了外卖合作。2014年上半年, 张涛发现来农家乐吃

的动工严重影响了... 自助餐 98 元/位在... 为到这里用餐无法享受到清新的空气、优雅的环境... 地也不算便宜,另外随着农家乐的兴起,不到半年时间,该市已经增加了 10 多家农家乐,家家都有招牌菜,都打出生态、无污染招牌。这加剧了餐厅生意的日渐萧条、民宿订房量的急剧下降,到了 2014 年年底,经营非常惨淡。

想一想

为什么天天农家乐的经营状况与张涛的市场预测结论大相径庭?

第一节 市场预测的内容和步骤

一、市场预测基本知识

市场预测是在对影响市场供求变化的诸因素进行调查研究的基础上,运用科学的方法,对未来市场商品供应和需求的发展趋势以及相关因素的变化,进行分析、估计和判断,目的在于最大限度减少不确定性对预测对象的影响,为科学决策提供依据。

1. 市场预测的要素 市场预测活动至少包含四方面基本要素。

- (1) 以反映事实的历史与现实资料及数据为推断依据。
- (2) 必须依据预测对象的特点合理选择和正确运用相关的预测理论以及技术手段,如建立数学模型。
- (3) 虽然很多预测借助市场信息和科学的预测技术手段,但是决策者的经验具有不可替代的重要作用,有时甚至起决定性作用。
- (4) 在对信息资料分析的基础上,运用一定预测技术对事物的发展趋势及各种可能的水平做出判断。

2. 市场预测的作用

(4) 通过预

3. 市场预测

(1) 预测人
科学知识等。

(2) 预测资

(3) 预测方

预测方法。

(4) 预测
进行预测推断

(5) 预测



二、

市场

发展的主

不同的价

1.

群体,

测、市

2.

3. 市场预测的要求

(1) 预测人员。要求具有丰富的综合性知识,包括经济、社会科学、自然科学知识等。

(2) 预测资料。要求有全面、系统、可靠的数据资料作基础。

(3) 预测方法。应按照预测的目标、掌握的资料、预测费用等选择合适的预测方法。

(4) 预测过程。预测过程应做到先分析、后预测,先把握趋势和规律,后进行预测推断。

(5) 预测结果。预测结果产生的误差应该控制在一定范围内。



张涛做过市场调研,也做了市场预测,为什么还是失败了呢?

张涛在农家乐经营的第二年就开始进行新一轮的投资,很多市场判断都是出于主观意识。2012年年底,中央相关政策出台,张涛团队忽视市场预测背景,缺乏准确、充实的市场信息资料作为保障,也没有选择正确的市场预测方法,最终导致失败。



二、市场预测的内容

市场预测不是毫无方向的预测,所有的预测内容都围绕着有利于经济组织发展的主要因素展开,不同的市场主体或不同的预测目的,决定了市场预测有不同的侧重点。预测的内容主要为以下三方面:

1. 市场需求预测 市场需求是指特定的时间、特定的领域和特定的顾客群体,对某一商品现实和潜在的需要量。预测内容包括市场商品需求总量的预测、市场需求构成预测、消费者购买行为预测。

2. 市场资源预测 市场需求和资源是构成市场活动的两个基本因素。通过市场资源预测,可以预见市场的供需趋势,为组织确定生产规模、发展速度和提高质量水平提供依据。预测内容包括工业产品预测、农副产品的商品量预

任何方法都有步骤，市场预测有没有步骤？

预测方法一般分为归纳和推断两个阶段。

做出预测，然后综合包括：

- (1) 经验丰富
- (2) 业务主管

例如，某饮料厂提供了历年茶饮料市场占有率及其资源结果见表 3-1。0.5，而最低与测者的权重大。

归纳阶段是从确定目标入手，制订预测计划，收集有关资料，对资料进行分析、处理、提炼和概括，结合预测方法以一定的形式（文字、模型）描述预测对象的基本演变规律。

推断阶段是利用归纳阶段得到的基本演变规律，综合考虑未来条件的变化趋势，对预测目标进行总体估计或测算预测对象在未来某个期间的可能水平。

市场预测的步骤如下：确定预测目标—制订预测方案—占有资料—建立预测模型—检验修正预测模型—进行预测—分析预测误差，评价预测结果—写出总结。

第二节 市场预测方法

经济组织无论预测什么内容，都要推导出一个结果。取得预测结果的技术手段便是预测方法。市场预测方法可归纳为定性预测和定量预测两大类。农业经理人要将两大类方法结合，并利用计算机技术、依靠大数据，做出正确预测。

一、定性预测法

定性预测法也称为直观判断法，是市场预测中经常使用的方法。定性预测主要依靠预测人员所掌握的信息、经验和综合判断能力，预测市场未来的状况和发展趋势。这类预测方法简单易行，特别适用于那些难以获取全面资料进行统计分析的问题。

预测者
经理甲
经理乙
业务科长
财务科长
批发部主任
批发部主
零售店经
零售店经
综合预

注：

这样看来，定性预测法很重要哦，以后都要用。

错了，虽然定性预测法在市场预测中得到广泛的应用。

(3)

(4)