


北京新农村建设研究基地
北京医食同源科技有限公司
北京鸿屹控股集团有限公司
北京农学院都市农业文化科研团队

资助

都市农业文化系列丛书

都市农业发展与 番茄文化研究

郑文堂 范小强 华玉武 等◎著

 中国农业出版社

都市农业文化系列丛书

北京新农村建设研究基地
北京医食同源科技有限公司
北京鸿屹控股集团有限公司
北京农学院都市农业文化科研团队

资助

都市农业发展与番茄文化研究

郑文堂 范小强 华玉武 等著



中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

都市农业发展与番茄文化研究/郑文堂等著. —北京: 中国农业出版社, 2015. 10
ISBN 978-7-109-20992-3

I. ①都… II. ①郑… III. ①番茄—蔬菜产业—文化研究—中国 IV. ①F326.13

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 233242 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区麦子店街 18 号楼)

(邮政编码 100125)

责任编辑 姚红

北京中兴印刷有限公司印刷 新华书店北京发行所发行

2015 年 10 月第 1 版 2015 年 10 月北京第 1 次印刷

开本: 720mm×960mm 1/16 印张: 15.75

字数: 300 千字

定价: 48.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

《都市农业文化系列丛书》编委会

主 任：郑文堂

副主任：华玉武

委 员：孙亚利 范小强 王永芳

马 宁 高建伟

本 书 著 者

郑文堂 范小强 华玉武 张喜春

孙亚利 王永芳 马 宁 王红英

王建利 李相阳 高建伟 李国敏

陈 勇 李振兴 张旭辉

基于功能、效用、创意视角 创新番茄文化的思考

(代序)

郑文堂

随着现代都市人民生活水平的提高，人们在物质消费不断改善的同时，对文化消费的需求不断增长。发展都市型现代农业文化，在满足人民对农产品物质需求的同时，可以极大地丰富都市人的精神文化生活，因而引起了社会各界的广泛关注。我们认为，都市农业文化作为一个整体，是由无数个都市农业亚文化构成的，这当中就包括农作物文化。番茄作为一种重要的农产品，长期以来是都市人消费量最大的蔬果之一，在当代社会人们的生活中起着重要的作用。开展番茄文化研究，借助文化渗透性的力量，把文化创新运作于番茄生产经营消费过程中，把科技创新和人文创新紧密结合，将第一、二、三产业联合起来，创新番茄种植模式、经营模式、消费模式，可以在提升番茄产业的整体质量和水平的同时，为广大消费者提供更多的精神享受。

一、拓展番茄功能

传统农业主要是为了满足人们基本的生存需求，现代农业除了具有生存功能外，还具有生活功能、生产功能、生态功能等多方面功能。发展番茄文化，既要立足于挖掘番茄的生存功能，更要大力拓展番茄的多样化功能，从而为番茄产业的发展注入新的动力。

番茄生存功能。番茄作为一种大众化的果蔬，可以满足人们基本的生存需求。研究显示，番茄的营养成分非常丰富，包括维生素 A、B 族维生素、维生素 C、蛋白质、碳水化合物、叶酸、膳食纤维、胡萝卜素、硫氨酸、核黄酸、烟酸及钙、磷、钾、钠、碘、镁等多种矿物质。根据营养学家的研究测定，每个人每天食用 50~100 克新鲜的番茄，便能满足人体所需要的维生素以及主要的矿物质。

番茄生活功能。番茄作为明清时期引进的外来蔬果，改善并丰富了国人的饮食结构。中国本土夏季蔬菜种类较为稀少，番茄作为一种植物性食物，一经

传入中国就因其独特的口味，受到了国民的广泛喜爱。与此同时，由于番茄兼有水果与蔬菜两种属性，因而食用方法多样。据不完全统计，番茄共有 110 多种食法，它既可以洗净直接生吃，也可以经过烹调，做成各种菜肴，还可以做成各种汤羹。此外，番茄还可以制成各种各样的番茄制品和调料，如番茄酱、番茄粉、番茄沙司、番茄丁等，这些都为人们餐桌增添了亮丽的色彩，大大丰富了中式菜肴的风味。

番茄生产功能。番茄作为一种经济作物，其单位效益显著高于大田作物。番茄可以与大田作物间作套种，如番茄与小麦、番茄与棉花、番茄与玉米、番茄与向日葵等间作套种。不仅可以充分利用土地、水、肥、光、热等自然条件，而且可以解决粮菜争地的矛盾，增加收益。番茄和番茄制品的出口在中国蔬菜出口中占据重要地位，每年为我国挣得大量外汇。从 2005 年起，中国正式跃升至全球第一大番茄酱出口国，每年番茄酱出口量约 100 万吨，占全球贸易份额的 40%。仅新疆地区就有 6.67 万公顷番茄种植区，加工番茄总产量占全国的 70% 以上。番茄和番茄酱的出口量还有继续上升的趋势，无疑会对我国经济产生重要而又深远的影响。

番茄生态功能。番茄作为一种绿色植物，不仅具有较高的经济效益，而且对于环境美化、空气净化具有重要意义。特别是随着阳台农业的兴起，番茄园艺开始进入千家万户，在美化居室环境、改善居室空气质量的同时，更能给人带来心灵的愉悦和精神的享受。而随着休闲农业的发展，成片的番茄观光采摘园遍及都市周围，番茄的种植及经营从专注于土地本身单一经营狭小天地发展为“天—地—人”和谐共存的更广阔的空间。通过利用优良的自然与生态资源，建设以番茄为主题的休闲景点，可以建立起人与自然、城市与农村高度统一和谐的生态环境，为城乡居民创造优美的居住旅游环境。

二、发挥番茄效用

现代研究表明，番茄因其自身固有的特点，具有多方面的效用。番茄果实色泽红艳，自古以来就是观赏佳品。无论是在印第安人那里，还是番茄传入欧洲的初期，番茄都曾经被视作一种观赏植物。随着现代科学的进步，番茄的营养价值和医药价值也日益引起人们的关注。开展番茄文化研究，必须要充分发挥番茄的效用，为社会生产和人们的生活服务。

番茄营养价值。番茄果实柔软多汁、甘酸适度，果肉和果汁占总重量的 95.9%，而果皮及种子仅占 4.1%，其可消化吸收比率之大是水果中少有者。同时，番茄富含维生素、矿物质、碳水化合物、有机酸及少量的蛋白质，营养丰富且种类比较齐全，对于病人、孕妇、儿童来讲是一种滋补品。另外，番茄



中富含多种维生素、胡萝卜素和番茄素等，有助消化、清热解毒、美容养颜。番茄的营养价值是发展番茄养生、开发番茄食品的重要依据。

番茄观赏价值。随着物质生活的改善和提高，人们越来越注重生活质量，要求更多的视觉享受。而番茄作为观赏蔬菜所给人带来的审美享受与各种花卉相比，毫不逊色。番茄可以盆栽，摆放在阳台，既可以观赏，又可以随时摘食，寓意深长。现在还出现了观赏农业的一朵奇葩——番茄树。番茄树不是热带木本植物或植物学上命名的番茄树，而是普通的草本番茄经过特殊技术栽培而成，被诸多以观光为主的农业园区、生态旅游度假区、旅游观光景点和农业生态餐厅所青睐。番茄的观赏价值是发展以番茄为主题的民俗旅游、休闲农业和家庭园艺的重要依据。

番茄医药价值。番茄味甘酸，性微寒，有健脾开胃、生津止咳之功效，可治疗食欲不振。据中医药理研究认为，番茄具有清热解毒、凉血平肝、降低血压等功效，患有高血压、心脏病、肝炎病的人，如果每日能生食一两个番茄，对身体大有好处。2002年在全球很有影响的美国《时代》杂志上，番茄被列在现代人“十大优质食物”之首。近年来，随着人们对自身饮食健康的重视，番茄红素作为一种功能性天然色素不断受到人们的广泛关注。番茄红素是类胡萝卜素中的一种强抗氧化剂，其抗氧作用是 β 胡萝卜素的3倍，维生素E的100多倍。它通过保护机体细胞免受氧化而实现其生理活性，能有效地防治前列腺癌、胃癌、皮肤癌等，而且可以预防心血管病。因而西方有谚语：“家有番茄，即无病人”。由此观之，番茄营养丰富，不仅符合现代饮食注重医疗保健功效的要求，而且对提高人们的生活质量具有重要意义。

三、深化番茄创意

文化的生命力在于创新。与国外相比，中国番茄文化正处于起步阶段，尚未形成具有影响力的文化品牌，为此有必要加强国际交流合作的力度。一方面中国番茄文化的从业人员和研究人员要走出去，积极参加各种国际学术交流和研讨，加强实地考察，学习国外发展番茄文化的成功经验为我所用，提升中国番茄文化的品质。另一方面政府和民间机构要通过实施引进来战略，在中国本土举办各种番茄文化论坛，邀请国外专家参与研讨，通过各种形式向国外介绍和传播中国的番茄文化。除此之外，发展番茄文化，还要从理念、模式、技术、渠道等方面深化番茄创意，为番茄文化发展注入新的动力。

番茄理念创新。理念是行动的先导，没有先进的理念指导，就没有正确的行动。发展番茄文化必须要解放思想，敢于突破常规，用最先进的理念指导番茄文化发展。具体来说，关键是要确立两大理念：一是协同创新理念。发展番

茄文化涉及到政府、企业、研究机构三个方面，这不仅需要政府加强政策引导，科研机构提供技术指导，企业注重文化引领产业发展，更需要三者紧密配合，基于共赢互利、优势互补、利益共享、风险共担的原则，通过各种创新资源的共享，从而产生大于单个创新主体创新绩效之和的整体创新效应。二是可持续发展理念。实践表明，发展绝不仅仅是经济增长，而应该是经济、政治、文化、社会全面协调发展，应该是人与自然和谐的可持续发展。发展番茄文化，必须要在坚持科学发展观的前提下，采取正确定位和合理规划，实现经济社会发展与环境保护、生态建设的统一。

番茄模式创新。发展番茄文化离不开一定的创新载体，要充分借鉴其他作物文化载体建设的成功模式，大力探索番茄文化的经营模式。根据国内外的经验，发展番茄文化可以采取以下几种模式：一是博物馆模式。可以通过建立番茄文化博物馆，展示番茄品种和番茄制品，宣传番茄文化。二是体验馆模式。通过建立番茄文化体验馆，为消费者提供互动体验、亲身经历、思考与感悟的场馆。三是主题公园模式。可以设计以番茄为主题的公园，以展示番茄文化为主，同时保持公园的基本构成要素齐全，在注重文化性的同时更注重趣味性、体验性。四是生态农业观光园模式。通过建立番茄生态观光园，引进速生、抗病丰产、好看、好吃，或外观奇特的番茄品种，使广大游客不仅在观光中获得美的感受，而且可以深入田间地头采摘，体验收获的乐趣。此外，还可以探索创业园模式、演艺基地模式等。

番茄技术创新。现在社会已经进入“互联网+”时代，发展番茄文化也要与时俱进，充分利用最新的网络传媒技术，大力拓展番茄文化的影响力，努力打造中国番茄的文化品牌。对于政府管理机构来讲，不仅要从宏观上掌握中国番茄产业发展现状，更要加强信息引导，弥补单一市场调节的盲目性，将有关番茄产销现状通过网络即时公布，引导企业合理安排生产规模和经营品种，促进供需平衡。对于番茄种植企业来讲，可以通过互联网将番茄产品充分展示给广大消费者，使消费者足不出户就可了解番茄产品的真实情况，实现买卖双方的无缝对接。企业还可以通过网络将中国番茄推广到世界各地，让国外消费者也能够充分了解中国番茄产品，促进中国番茄文化的传播。

番茄渠道创新。发展番茄文化，必须要在深入挖掘番茄功能与效用的基础上，有针对性地开展渠道创新，才能推动番茄文化深入发展。结合番茄的功能与效用，应重点拓展以下几大渠道：一是创新番茄饮食。一方面要对现有番茄饮食方法、禁忌进行收集整理，在此基础上推陈出新，加大对番茄新菜肴的研发力度；另一方面要加大对番茄制品（如番茄酱、番茄汁、番茄粉、番茄饮料）的研究力度，不断改进番茄制品的质量和品质，增强中国番茄制品的国际



竞争力。二是创新番茄工艺。加大对番茄审美活动的物化产品的研发力度，如包括番茄雕刻在内的番茄工艺，将番茄元素融入各种艺术作品以及具有审美属性的其他人工产品之中，如衣饰、建筑、日用工艺品等。三是创新番茄养生。要在充分借鉴中外番茄养生经验的基础上，重点加大对番茄食养的研究力度，力争研制出更多的食养品种和食养技术方法，进而为广大消费者的健康保驾护航。此外，还应充分发挥番茄的多样化功能，大力发展番茄休闲文化和番茄民俗文化，使广大消费者在愉悦身心的同时，增进他们对番茄文化的认知与认同。

总之，番茄在当代中国社会的经济发展和民众日常生活中起着独特的作用。对番茄文化进行深入挖掘与梳理，有助于人们进一步认识番茄产业的社会价值，进一步了解番茄产业背后的文化意蕴和审美趣味，进一步提升番茄产业的文化科技含量，为番茄产业甚至都市农业的整体可持续发展提供理论支撑和实践借鉴。本书的出版就是弘扬番茄文化的一种努力和尝试。

北京农学院党委书记、教授、博士生导师 郑文堂



目录

基于功能、效用、创意视角创新番茄文化的思考（代序）	郑文堂
第一章 都市农业与番茄文化	(1)
第一节 都市农业文化	(1)
第二节 番茄文化	(13)
第三节 发展番茄文化意义	(18)
第二章 番茄文化理论基础	(23)
第一节 农产品应用	(23)
第二节 农业多功能	(31)
第三节 现代农业	(37)
第三章 番茄起源及其传播	(45)
第一节 番茄发现及推广	(45)
第二节 番茄在中国种植历史	(51)
第三节 番茄传入中国影响	(58)
第四章 番茄种植技术	(64)
第一节 番茄分类	(64)
第二节 番茄设施栽培类型	(67)
第三节 番茄品种	(73)
第四节 番茄育苗、分苗和定植技术	(78)
第五节 番茄育种	(83)
第五章 番茄种植管理	(88)
第一节 番茄土肥水管理	(88)

第二节	番茄整枝	(91)
第三节	番茄病虫害防治技术	(94)
第六章	番茄饮食文化	(99)
第一节	番茄饮食文化内涵	(99)
第二节	番茄菜肴挖掘与创新	(102)
第三节	番茄制品加工流程	(105)
第四节	番茄饮料种类与制作技术	(109)
第五节	番茄酒研发	(116)
第七章	番茄养生文化	(119)
第一节	番茄养生文化内涵	(119)
第二节	番茄养生物质依据	(125)
第三节	现代番茄养生方法	(132)
第八章	番茄休闲文化	(136)
第一节	番茄休闲文化内涵	(136)
第二节	番茄休闲文化运营组织模式	(146)
第三节	番茄休闲文化发展趋势	(153)
第九章	番茄民俗文化	(161)
第一节	番茄民俗文化内涵	(161)
第二节	中外番茄节日文化概览	(167)
第十章	番茄审美文化	(173)
第一节	番茄审美文化内涵	(173)
第二节	番茄审美文化载体	(177)
第十一章	番茄文化创新	(183)
第一节	番茄文化理念创新	(183)
第二节	番茄文化机制创新	(191)
第三节	番茄文化载体创新	(199)

第十二章 番茄文化发展·····	(205)
第一节 番茄文化发展现状与机遇·····	(205)
第二节 番茄文化发展战略规划·····	(208)
第三节 番茄文化发展路径·····	(213)
第四节 番茄文化发展政策建议·····	(219)
参考文献·····	(230)
后记·····	(234)

第一章

都市农业与番茄文化

都市农业文化是都市农业的灵魂。都市农业是穿着物的外衣的都市农业文化，是人在创造物质财富中使自己的知识、经验、理想等客体化的过程。开发和善用都市农业文化特质，必然带来无穷的都市农业产业的经济效益。没有都市农业文化的参与，都市农业只是一种农作物、一些实物，以及简单的市场农产品交易。完整的都市农业的经济贸易需要都市农业文化的参与才能形成、提升和发展。20世纪90年代传入我国的都市型现代农业文化是一种崭新的文化形态。它兼有传统农耕文化的特质和西方商业文明的特质，是对传统农耕文化的传承和发展，是城市文化和乡村文化的结合。

第一节 都市农业文化

一、内涵

(一) 都市农业文化起源

人们一般在“广义”和“狭义”两个意义上使用文化概念。据不完全统计，不同角度的文化定义已有200多个。《辞海》给文化下的定义是：文化“从广义的角度来说，指人类社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和”。美国文化学家克罗伯和克拉克洪的《文化·概念和定义的批评考察》，对西方自1871年至1951年期间关于文化的160多种定义做了清理与评析，并在此基础上给文化下了一个综合的定义：文化由外显的和内隐的行为模式构成，这种行为模式通过象征符号而获致和传递。文化代表了人类群体在人造器物上的集中体现；文化的核心部分是传统观念及传统价值观；文化体系表现出两个作用，一方面是活动的产物，另一方面则是进一步活动的决定因素。恩格斯在《劳动在从猿到人转变过程中的作用》中指出，文化作为意识形态，借助于意识和语言而存在，文化是人类特有的现象和符号系统，起源于人类劳动。我们认为，恩格斯给文化下的定义最为科学。文化是人化，是人类所创造的“人工世界”及其人化形式的这一部分。

这种文化即“人化”的理解是站在广义的角度，映现历史发展过程中人类的物质和精神力量所达到的程度和方式。狭义的文化特指人类社会历史发展中精神创造活动及其结果，即以社会意识形态为主要内容的观念体系，是政治思想、道德、艺术、宗教、哲学等意识形态所构成的领域。

从广义理解的文化认同农业本身就是一种文化，并从“自然的人化”的视角来探析都市型现代农业这一独特的文化形态。实质上，农业和文化有着不可分割的必然联系。中国的传统文化是农耕文化，它是建立在传统的农耕经济基础之上的。中国传统文化带有多方面的农耕文化的特征。“在中国占主导地位的传统文化，无论是物质的还是精神的，都是建立在农业生产的基础上的，它们形成于农业区，也随着农业区的扩大而传播。”在拉丁文中，文化 Culture 含有耕种、居住的意义。与拉丁文同属印欧语系的英文、法文，也用 Culture 来表示栽培、种植之意，并由此引伸为对人的性情的陶冶、品德的教养，与中国古代“文化”一词的“文治教养”内涵比较接近。这种用法今天仍然在农业（Agriculture）和园艺（Horticulture）两个词中保留着。英文“农业”一词 Agriculture，就是由前缀 Agri 和 Culture（文化）合成而来的，充分地表达了农业与文化之间不可分割的联系。

都市农业是伴随着农村城市化过程产生的，是城市发展到一定规模后带给农业的一次革命，是适应城市居民旅游观光、休闲娱乐等多方面需要而产生的一种全新型的农业形态。早在 20 世纪二三十年代，农业已经与城市发展相关，如 1930 年日本就提出了“都市农业”的名词。当时还出现了德国居民花园、阳台和街头空隙地的市民农业等。都市农业作为一种农业现象于 20 世纪七八十年代以后风靡全球。快速发展的城市化以及几千万甚至近亿人口集中的大都市圈的形成，使城市和毗邻的农村农业在布局、形态、功能诸方面发生了巨大的变化。一种独特的农业形态——都市农业从此在全世界范围得到了快速的发展。20 世纪五六十年代，“都市农业”成为被全世界广泛接受的科学概念，到 20 世纪 90 年代“都市农业”在全世界范围引起了人们的广泛重视。1991 年联合国发展计划署成立了都市农业顾问委员会，次年成立了都市农业支持组织（SGUA）。

文化作为都市农业活的灵魂，在都市农业的实践发展中产生发展起来，并形成都市农业文化。第二次世界大战后，都市农业首先在西方国家萌芽，20 世纪 60 年代在美国大规模兴起。都市农业，即城市农业（Urban Agriculture, UA），是工业化和城市化高度发展之后的产物，随着农村与城市、农业与非农产业等的进一步融合，形成具有紧密依托并服务于都市的、生产力水平较高的现代农业生产体系。这是一个复杂的综合体系，它既是融商品生产、建设、

休闲旅游、生物技术、出口创汇等功能为一体的新型农业，又是市场化、集约化、科技化、产业化的现代农业。从农业技术设施上更新发展，以适应都市城乡一体化建设需要。这些发展在农业的布局、形态和功能方面都表现出一些新的特征。

我国在 20 世纪 80 年代中期提出城郊型农业文化的概念。都市农业发展较国外比较晚，基本上是借鉴国外的经验并在此基础上结合中国的实际形成中国特色的模式。在国内，都市农业的探索与实践始于 20 世纪 80 年代末，是由传统的城郊型农业发展转变而来的。随着农产品市场供求关系出现根本性变化的条件下，20 世纪 90 年代初提出发展现代都市型农业文化问题。都市型现代农业文化在东部地区，特别是长江三角洲、珠江三角、环渤海湾等发达地区发展较早。1994 年，上海市提出建立具有世界一流水平的现代化都市农业的构想，成为我国第一个将发展都市农业列入国民经济纲要的城市。北京市明确提出要以现代农业文化作为“都市经济”的增长点，强化其食品供应、生态屏障、休闲观光和科技示范功能，2003 年明确提出城乡统筹、建设现代农业的新举措。深圳市以发展现代都市型农业文化作为特区再创辉煌的重要战略选择。其他沿海地区的大中城市和中、西部地区的省会城市，发挥城市资源、技术、市场、信息和人力资本集中的优势，借助高新技术应用，发展现代高效农业文化，为建设现代都市型农业文化奠定了良好基础。

自 2006 年中央农村工作会议明确提出生产发展是新农村建设的主要目标，而发展生产的方向是建设现代农业以后，建设都市型现代农业成为我国广大城市农业发展的战略目标。北京、上海和广州等大都市经过多年实践已经初步构建了区域都市型现代农业的基本框架。目前，我国都市农业正在逐渐由点向面发展，越来越多的地区农业发展由传统的郊区农业向都市型现代农业演变，由单一功能向多功能转化。

（二）都市农业文化概念

我们认为都市农业文化是都市人在从事都市农业活动和改造自身思维的对象性活动中所展现出来的体现人的本质、力量、尺度的方面及其成果。简言之，都市农业文化是“人化”，是都市人所创造的“人工世界”及其人化形式的这一部分。都市农业文化随着人类社会的发展而不断地由低级向高级、由片面向全面发展。反过来，都市人所创造的都市农业文化，代代相传，形成特定时代特定的“都市农业文化人”，从而推动着社会 and 人的发展。都市农业文化总是通过历史的具体形式表现出来。因此，都市农业文化范畴概括的是每一种都市农业文化都具有的、不以地域、民族为转移的一般性东西。

都市农业文化的内涵是其本质属性的总和。都市农业文化内涵的深入解

释，必须通过分析都市农业的特点。都市农业文化的特点与有“文化意义”的都市农业的特点是一致的。因此，都市农业文化的内涵有以下几个方面：

1. 城乡一体化

都市农业的发展与大都市的经济、社会、文化发展是相互依托，相互交融，相互促进的。都市农业的产业结构布局、农业生产体系组成及其产业链中的环节都能主动服从和服务于大都市发展的需要，并在服务城市的同时，不断提升农业自身的产业层次，提高农村生活水平，改善农业生产条件，逐步缩小乃至消灭城乡差别，实现城乡一体和协调发展。

2. 多功能性

都市农业呈现出功能的多样性。都市农业不仅具有作为一个产业所具备的经济功能，为城市提供农副产品，同时还有为城市居民提供旅游、观光、休闲、娱乐的服务功能；为其他地区输出先进农业科技、管理和人才的辐射功能；为城市改善空气、景观、水源等生态质量的生态功能；创造新的农产品加工成品、新的农业生产模式、形态及新的物种的功能；基于农产品加工业和开放型农业的出口创汇的创汇功能。

3. 技术密集性

都市农业是技术密集型农业。由于都市农业距离腹地及周边近，可以及早而广泛有效地利用大都市提供的科技成果及现代化设备，大力发展设施农业、工程农业、加工农业、生物农业、生态农业、园艺农业以及休闲观光和体验农业，在生产过程中较早较早地渗透高科技和新技术，产品技术含量高，呈现技术密集型。

4. 可持续发展

都市农业是一种可持续发展的农业。其生产发展要在经济、生态、资源利用、社会进步等方面都能实现可持续发展。都市农业既重视提高农业经济效益，增加农民收入，也重视农业生产与生态的良性互动，强调合理利用、永续利用，保护和改善自然资源，千方百计保护和创造有益于人类生存的生态和生活环境。

5. 人文特色性

都市农业文化是一座城市的灵魂。城市不仅要有硬件设施等反映城市面貌的“形”，而且要有反映城市都市农业文化底蕴的“魂”。一座城市的都市农业文化，是一种独特的精神气质，代表着城市的独特竞争力，决定着整个城市在全国乃至世界城市体系中的地位。在新时期，城市建设从追求 GDP 到追求绿色 GDP，从打造“经济名片”到打造“都市农业文化名片”，是科学发展观带来的发展理念的新变化。在迈向现代化的进程中，新型城镇化是一种必然选择。随着新型城镇化战略的实施，各地的城市化规模快速扩大。城市建设要把

突出城市的都市农业文化个性和特色作为重要任务，确立城市都市农业文化品牌，对城市都市农业文化建设进行综合设计，进一步挖掘地域都市农业文化的独有内涵，维护好历史传承，留住城市的“都市农业文化命脉”。

6. 人的全面发展性

马克思主义所追求的人的“全面发展”，既是人的个性、能力和知识的协调发展，也是人的自然素质、社会素质和精神素质的共同提高，同时还是人的政治权利、经济权利和其他社会权利充分实现。都市农业文化是生动活泼的、充盈着创造性的都市农业文化，是有利于社会进步和人的全面发展的都市农业文化。都市农业文化把人的全面发展放在首要地位。人民群众是历史的创造者，是推动社会历史前进的根本动力。要倡导理解人、尊重人、爱护人，人人社会作贡献，社会更关注人、关爱人。都市农业文化尊重个性、承认差异，人们在差异中相互学习、取长补短、互相促进、共存共荣。都市农业文化，不是没有矛盾的都市农业文化，但这种矛盾不是根本利益相互冲突的矛盾，而应该有利于正确认识的形成并为大多数人所接纳，有利于维护广大人民群众根本利益，有利于推动社会的全面进步。都市农业文化是民主的都市农业文化，它要求坚持以人为本的执政理念，发展社会主义民主政治，尊重社会成员的主体地位，完善利益表达机制，协调各社会阶层的利益。都市农业文化是宽容的都市农业文化，要求引导人们用正确的立场、观点和方法去观察社会，培养人们用宽容的态度看待和处理各种问题，避免思想认识上的片面性和极端化，求同存异，相互包容，共同发展。都市农业文化的进步性体现在它既满足人们日益增长的物质文化需要，把人们的切身利益实现好、维护好、发展好，又要提高人们的智能、技能、潜能，为展示才华和能力提供舞台和空间，使人们始终保持健康积极、昂扬乐观、富于进取的精神状态，形成气顺、心齐、劲足的良好氛围，从而促进人的各种潜能得到全面而合理的发挥。

7. 以社会主义核心价值体系为根本性

决定社会意识的性质，涵盖社会发展的指导思想、价值取向，影响人们的思想观念、思维方式、行为规范，是引领社会前进的精神旗帜。都市农业文化必须有社会主义核心价值体系的引领和主导。一个社会的核心价值体系，反映社会意识的本质，社会主义核心价值体系是社会主义制度的内在精神和生命之魂，它决定着社会主义的发展模式、制度体制和目标任务，在所有社会主义价值目标中处于统摄和支配地位。

二、类型

从都市农业文化的实践发展看，各地因地制宜，将都市农业文化理论与实