



我国“一村一品” 发展理论与实践

WOGUO YICUN YIPIN
FAZHAN LILUN YU SHIJIAN

秦富 张敏 钟钰等◆著

 中国农业出版社

我国“一村一品”发展 理论与实践

秦 富 张 敏 钟 钰 等著

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

我国“一村一品”发展理论与实践 / 秦富等著. —
北京: 中国农业出版社, 2010. 6
ISBN 978-7-109-14594-8

I. ①我… II. ①秦… III. ①农业经济—经济发展—
中国 IV. ①F32

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 090747 号

中国农业出版社出版
(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)
(邮政编码 100125)
责任编辑 柯文武

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行
2010 年 6 月第 1 版 2010 年 6 月北京第 1 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 9.25

字数: 225 千字 印数: 1~2 000 册

定价: 30.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

本书得到农业部发展一村一品办公室“我国‘一村一品’发展模式、成效及趋势研究”、“我国‘一村一品’发展理论与实践研究”课题资助，特此感谢！

顾 问：黄连贵 郑大豪 王维友 张 涛

著 者：秦 富 张 敏 钟 钰 杨艳涛

卢向虎 杨根全 王 茜 郭淑梅

李 瑾

协助调查研究单位

陕西省一村一品指导中心
陕西省外国专家局
陕西省咸阳市农业局
陕西省眉县农业局
陕西省周至县农业局
陕西省周至县欲盛村村委会
陕西省眉县金桥果业专业合作社
陕西省眉县齐峰富硒猕猴桃专业合作社
陕西省西安市秦美食品有限公司
陕西省蒲城兴文麦草艺术厂

江西省农业厅农业产业化指导处
江西省南昌市农村工作部
江西省外国专家局
江西省南昌市湾里区招贤园林苗木行业协会
江西省新建县望城镇小桥苗木花卉有限公司
江西省南昌市安义县花果山农民专业合作社
江西省南昌县向塘镇剑霞村蔬果种植合作社
江西省煌上煌集团有限公司
江西省正邦集团
江西国旺实业公司

江西省南昌市鄱阳湖农牧渔产业发展有限公司
江西国海生态农业旅游发展有限公司
江西鑫和源绿色农业开发有限公司
江西跃鸣食品有限公司
江西天地缘崇仁麻鸡食品有限公司
江西省梦龙果业有限公司
江西省南丰振宇集团

浙江省农业厅产业处
浙江省金华市农业局
浙江省金华市金东区经济特产站
浙江省诸暨市农业局
浙江省义乌市农业局
浙江省义乌市赤岸镇镇政府
浙江省龙泉市农业局
浙江省龙泉市龙南乡上田村村委会
浙江义乌农村经济发展有限公司
浙江天和食品有限公司
浙江李子园牛奶食品有限公司
浙江诸暨阮氏珍珠
浙江诸暨绿剑茶叶有限公司

山东省农业产业化办公室
山东省潍坊市委党员干部远程教育中心
山东省潍坊市农村经济管理处

前 言

“一村一品”是与地方资源、经济、社会、文化发展密切相关的一种区域农村经济发展形态，是农村市场经济和社会化大生产发展的产物。自1979年“一村一品”运动在日本大分县成功开展以来，就成为振兴当地农村经济的典范。随着许多国家和地区纷纷效仿，“一村一品”运动的基本理念——立足本地、放眼全球、自立自主、锐意创新、培养人才，逐步被接受，也使得该项运动成为许多国家、尤其是发展中国家振兴农村经济的重要途径。

20世纪80年代中期以来，我国各地充分发挥区域和经济优势，积极培育主导产业和主导产品，涌现出一批农产品生产、加工、销售和休闲观光旅游的专业村、专业镇（农场）等“一村一品”的发展模式。许多地区“一村一品”发展已初具规模，成为带动当地农村经济发展、促进农民增收的重要产业支撑。近年来，国家对发展“一村一品”高度重视，并通过中央1号文件的形式加以强调。2006—2008年连续3个中央1号文件分别明确地提出“积极发展品质优良、特色明显、附加值高的优势农产品，推进‘一村一品’，实现增值增效”；“通过规划引导、政策支持、示范带动等办法，支持‘一村一品’发展，加快培育一批特色明显、类型多样、竞争力强的专业村和专业乡镇”；“支持‘一村一品’发展”。2010年中央一号文件中又明确提出“推进‘一村一品’强村富民工程和专业示范村镇建设。”

然而到目前为止，我国“一村一品”发展的理论体系尚未建

立,模式解析还有待深入,各地区“一村一品”发展成效和差异特征还缺乏客观、系统的评价和认识,这都影响着各地未来“一村一品”的深入推进和当地农业和农村经济发展。因此,迫切需要全面总结各地“一村一品”发展的理论、实践和经验,准确判断未来“一村一品”发展趋势和面临的问题,为各地依据实际情况推进“一村一品”发展提供理论指导、决策参考和经验借鉴。本书正是力图在上述层面进行有益的探索。基于2008年以来受农业部农业产业化办公室委托完成的“我国‘一村一品’发展理论与实践研究”和“我国‘一村一品’发展模式、成效及趋势研究”两项课题,将理论研究成果与各地“一村一品”发展实践和成功案例进行系统整合,以期为相关研究、管理和实践工作者提供一本理论性和实用性较强的参考书。

全书共八章。第一章重点介绍“一村一品”的内涵和国外“一村一品”发展的主要做法,阐述我国发展“一村一品”的背景、历程和现状,分析新形势下我国“一村一品”发展的环境和趋势。第二章主要探讨新形势下我国发展“一村一品”的创新理念、有效途径和工作方式,解析“一村一品”运动与现代农业组织发展的互动关系,构建“一村一品”发展理论体系。第三章梳理出几种“一村一品”发展的有效模式,包括龙头企业拉动型、服务组织带动型、专业市场依托型、政产学研支撑型和旅游文化主导型,分别从模式的形式、特点、理论依据和主要作用等方面进行系统解析。第四章从种植业、畜禽业、水产业、旅游文化业和农产品加工业角度,总结不同产业类型“一村一品”发展的模式。第五章将我国“一村一品”发展区域划分为若干类型,包括传统农业区、林业优势区、畜牧主产区、沿海渔业区、都市郊区和贫困山区,分别就不同类型区域“一村一品”发展的共性特征和差异个性进行总结。第六章选择西部地区的陕西省、中部地区

的江西省、东部地区的浙江省和山东省，重点就各省发展“一村一品”的基本情况、主要做法、典型模式和经验进行梳理。第七章建立了由5个大类指标、10个亚类指标和22个单项指标构成的评价指标体系，对我国2006—2008年除西藏以外的30个省、自治区、直辖市“一村一品”发展成效进行评价。第八章以上述各章为基础，分析当前我国“一村一品”发展面临的形势与问题，提出问题解决对策和推进我国“一村一品”发展的政策建议。

本书是集体研究的成果。全书由秦富负责总体设计、内容审核和最终定稿。张敏负责全书的写作组织和系统修改。第一章由杨艳涛、秦富、卢向虎、钟钰、王茜、李瑾撰写；第二章由张敏、秦富、王茜、卢向虎、李瑾撰写；第三章由张敏、王茜、杨艳涛撰写；第四章由钟钰、张敏、王茜撰写；第五章由钟钰、杨艳涛、张敏撰写；第六章由杨根全、张敏、王茜、杨艳涛、钟钰撰写；第七章由张敏、郭淑梅撰写；第八章由秦富、卢向虎、杨根全、钟钰撰写。本书在写作过程中参考了许多资料，作者已尽可能详细地在参考文献中列出，在此对专家学者们表示深深的谢意。敬请广大读者对《我国“一村一品”发展理论与实践研究》中存在的不足提出宝贵意见。

作 者

2010年4月25日

目 录

前言

第一章 国内外“一村一品”发展概述	1
第一节 “一村一品”的内涵及在我国的发展	1
一、“一村一品”的内涵	1
二、我国发展“一村一品”的背景及意义	3
三、我国“一村一品”发展的本质	5
第二节 国外“一村一品”发展的主要做法	6
一、日本“一村一品”运动	6
二、泰国“一村一品”运动	8
三、菲律宾“一村一品”运动	10
四、巴拉圭“一村一品”运动	11
第三节 我国“一村一品”发展的历程和现状	11
一、“一村一品”在我国的发展历程	11
二、我国“一村一品”的发展现状	14
第四节 我国“一村一品”发展的环境和趋势	26
一、新形势下我国“一村一品”发展的挑战与机遇	26
二、我国“一村一品”发展趋势判断	30
第二章 我国“一村一品”发展的理论研究	37
第一节 我国“一村一品”发展的主体及其需求	37
第二节 我国“一村一品”发展的理念和有效途径	40
一、我国“一村一品”发展的核心理念	40
二、我国“一村一品”发展的有效途径	41

三、我国“一村一品”发展的工作创新	44
第三节 我国“一村一品”与现代农业组织的关系	46
一、“一村一品”运动与现代农业组织发展的互动	46
二、依托现代农业组织推进我国“一村一品”发展	48
第四节 我国“一村一品”发展的基础理论及应用	51
一、“一村一品”发展的理论体系	51
二、比较优势理论及其应用	51
三、主导产业选择理论及其应用	53
四、产业集群理论及其应用	55
五、农业产业化经营理论及其应用	56
六、农业产业链管理理论及其应用	58
第三章 我国“一村一品”发展的模式解析	60
第一节 我国“一村一品”发展的有效模式	60
第二节 龙头企业拉动型发展模式及其理论解析	62
一、龙头企业拉动型发展模式的具体形式和特点	62
二、龙头企业拉动“一村一品”发展的理论依据	63
三、龙头企业在“一村一品”发展中的作用	64
第三节 服务组织带动型发展模式及其理论解析	71
一、服务组织带动型发展模式的具体形式和特点	71
二、农民专业合作经济组织发展的理论依据	72
三、农民专业合作经济组织在“一村一品”发展中的作用	73
第四节 专业市场依托型发展模式及其理论解析	81
一、专业市场依托型发展模式的具体形式和特点	81
二、专业市场形成与快速发展的理论依据	83
三、专业市场在“一村一品”发展中的作用	84
第五节 政产学研支撑型发展模式及其理论解析	89
一、政产学研支撑型发展模式的具体形式和特点	89
二、政产学研支撑“一村一品”发展的理论依据	90
三、政产学研合作平台在“一村一品”发展中的作用	91
第六节 旅游文化主导型发展模式及其理论解析	94

一、旅游文化主导型发展模式的具体形式和特点	94
二、旅游文化资源推动“一村一品”发展的理论依据	95
第四章 不同产业“一村一品”发展的模式	102
第一节 种植业类“一村一品”发展的模式	102
一、种植业类“一村一品”实施原则	102
二、种植业类“一村一品”主要做法	103
第二节 畜禽业类“一村一品”发展的模式	108
一、畜禽业类“一村一品”实施原则	108
二、畜禽业类“一村一品”主要做法	109
第三节 水产业类“一村一品”发展的模式	114
一、水产业类“一村一品”实施原则	115
二、水产业类“一村一品”主要做法	115
第四节 旅游文化类“一村一品”发展的模式	118
第五节 农产品加工业类“一村一品”发展的模式	123
一、原料基地依托型“一村一品”	123
二、产品市场依托型“一村一品”发展模式	125
三、产业体系依托型“一村一品”发展模式	127
第五章 我国“一村一品”发展的区域特征	136
第一节 我国“一村一品”发展的区域类型	136
一、我国“一村一品”发展的区域条件	136
二、我国“一村一品”发展的区域共性	145
第二节 传统农业区“一村一品”发展的差异特征	147
第三节 林业优势区“一村一品”发展的差异特征	153
第四节 畜牧主产区“一村一品”发展的差异特征	157
第五节 沿海渔业区“一村一品”发展的差异特征	161
第六节 都市郊区“一村一品”发展的差异特征	166
第七节 贫困山区“一村一品”发展的差异特征	171

第六章 我国“一村一品”发展的经验借鉴	177
第一节 陕西省“一村一品”发展的经验借鉴	177
一、陕西省“一村一品”发展基本情况	177
二、陕西省推进“一村一品”发展的主要做法	180
三、陕西省发展“一村一品”的典型模式和经验	182
第二节 江西省“一村一品”发展的经验借鉴	191
一、江西省“一村一品”发展的基本情况	191
二、江西省推进“一村一品”发展的主要做法	195
三、江西省发展“一村一品”的典型模式和经验	197
第三节 浙江省“一村一品”发展的经验借鉴	204
一、浙江省“一村一品”发展现状	205
二、浙江省扶持“一村一品”的主要做法	206
三、浙江省发展“一村一品”的典型模式和经验	209
第四节 山东省“一村一品”发展的经验借鉴	215
一、山东省“一村一品”发展的基本情况	215
二、山东省“一村一品”发展的特点	217
三、山东省推进“一村一品”发展的主要做法	218
四、山东省发展“一村一品”的典型模式和经验	221
第七章 我国“一村一品”发展的成效评价	226
第一节 “一村一品”发展成效评价的目的和原则	226
一、“一村一品”发展成效评价的目的	226
二、“一村一品”发展成效评价的原则	227
第二节 “一村一品”发展成效评价的指标选择	229
一、“一村一品”发展成效评价指标体系	229
二、综合生产水平评价指标	229
三、社会服务水平评价指标	232
四、生态保障水平评价指标	233
五、农民收入水平评价指标	234
六、农村经济贡献评价指标	235

第三节 “一村一品”发展成效评价基准和指标权重	236
一、评价基准和指标值求解	236
二、评价指标权重的确定	240
第四节 “一村一品”发展成效评价及结果分析	244
一、评价指标的数据来源	244
二、评价综合值的计算	245
三、2006—2008 年各地区“一村一品”发展成效评价结果	246
第八章 我国“一村一品”发展的问题和建议	255
第一节 我国“一村一品”发展的形势与问题	255
一、我国发展“一村一品”面临的新要求	255
二、我国“一村一品”发展面临的主要问题	259
第二节 我国“一村一品”发展的对策	262
一、健全工作机制，为“一村一品”发展提供保障	262
二、充分发挥龙头企业和农民主体作用	262
三、推动土地要素聚集，实现“一村一品”集约化发展	263
四、推进涉农金融改革和创新，缓解产业资本缺口	264
五、做好人才培养，把人才发展作为“一村一品”的 基础工作	265
第三节 推进我国“一村一品”发展的政策建议	266
一、加强规划与扶持	266
二、强化引导与支撑	268
参考文献	271

第一章 国内外“一村一品” 发展概述

国内外实践已充分表明，发展“一村一品”是加快现代农业建设的重要途径。随着粮食安全问题的基本解决、农村市场化程度的提高、城乡统筹发展战略的提出、经济发展进入新阶段，我国“一村一品”的发展条件已经基本具备。未来，我国农业产业化经营将不断推进，“一村一品”也将随之逐渐形成规模。本章重点介绍“一村一品”的内涵和国外“一村一品”发展的主要做法，阐述我国发展“一村一品”的背景、意义和历程，总结我国“一村一品”发展的现状特点，分析新形势下我国“一村一品”发展面临的机遇与挑战，并对“一村一品”发展的未来趋势做出判断。

第一节 “一村一品”的内涵及 在我国的发展

一、“一村一品”的内涵

“一村一品”运动起源于日本大分县，是由大分县前知事平松守彦先生于1979年倡导发起的，是在日本快速工业化、城市化背景下，为扭转大分县农村人才、资本外流、产业萎缩的局面而提出来的。该运动以“立足本地、放眼全球、自立自主、锐意创新、培养人才”为基本理念，其中“立足本地、放眼全球”，强调利用本地资源，开发生产具有本地特色的产品，使这些产品走向国内外市场；“自立自主、锐意创新”，突出当地居民自主决

策，选择和培育本地主导产品和主导产业、创新技术和开发市场等；“培养人才”，重点发掘本地年轻人的热情，培养一批既具有全球战略眼光、又能扎根本地的人才。

“一村一品”的传统含义是指以村为基础，在一定区域范围内，按照国内外市场需求，充分挖掘发挥本地资源优势、传统优势和区位优势，通过大力发展有特色、价值高、影响力大的拳头产品，推进规模化、标准化、市场化、品牌化建设，使一个村（或几个村）以及更大的区域范围，拥有一个（或几个）市场潜力大、区域特色明显、附加值高的主导产品或产业，从而大幅度提升农村经济整体实力和综合竞争力的农业农村经济发展模式。

之后，“一村”和“一品”都有拓展，其中“一村”以村为基础，进一步扩展到村以上的区域，比如一乡、一县或更大的范围。“一品”也从单纯的农产品，扩展到在保持特色农产品（地方特色、民族特色、高附加值、易规模化）、形成该“村”主导产业的同时，强调“一品”本身的品牌，以及生产该“品”者的品格，特别是精神和风貌。

由于“一村一品”运动符合日本当时的社会、政治、经济状况和农民的实际需求，一经推出便引起巨大反响，不但使大分县农村经济焕发出新的活力，而且还被作为振兴当地农村经济的成功典范在世界上广泛推广。法国、英国、美国等发达国家以及俄罗斯等国，都与大分县在互惠互利的基础上进行交流，如美国洛杉矶市推出了“一村一品”节，路易斯安那州开展了“一州一品”运动并把其作为降低失业率的一项重要措施。

随着“一村一品”国际交流的不断深入，“一村一品”运动逐渐成为许多国家，尤其是发展中国家振兴农村经济的重要途径。例如，泰国开展了以开发农村的特色农产品、工艺品、手工艺品、食品等为重点的 OTOP (One Tambon One Product)；马来西亚开展了“SKSP”运动，重点开发当地的食物、纤维、手工艺品、陶器以及旅游服务等产品；蒙古、马拉维、突尼斯等国