

创意农业的 道与术



陈国胜 著



中国农业科学技术出版社

創
意
農
業
的



陳
國
勝
著

道 與 術

中國農業科學技術出版社

图书在版编目(CIP)数据

创意农业的道与术 / 陈国胜著. — 北京: 中国农业科学技术出版社, 2016.10

ISBN 978-7-5116-2760-5

I. ①创… II. ①陈… III. ①农业经济发展—中国—
问题解答 IV. ①F323.44

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 229075 号

责任编辑 穆玉红

责任校对 贾海霞

出 版 者 中国农业科学技术出版社

北京市中关村南大街 12 号 邮编: 100081

电 话 (010) 82109707 82106626 (编辑室) (010) 82109702 (发行部)
(010) 82109709 (读者服务部)

传 真 (010) 82109709

网 址 <http://www.castp.cn>

发 行 全国各地新华书店

印 刷 者 北京富泰印刷有限责任公司

开 本 710 mm × 1 000 mm 1 / 16

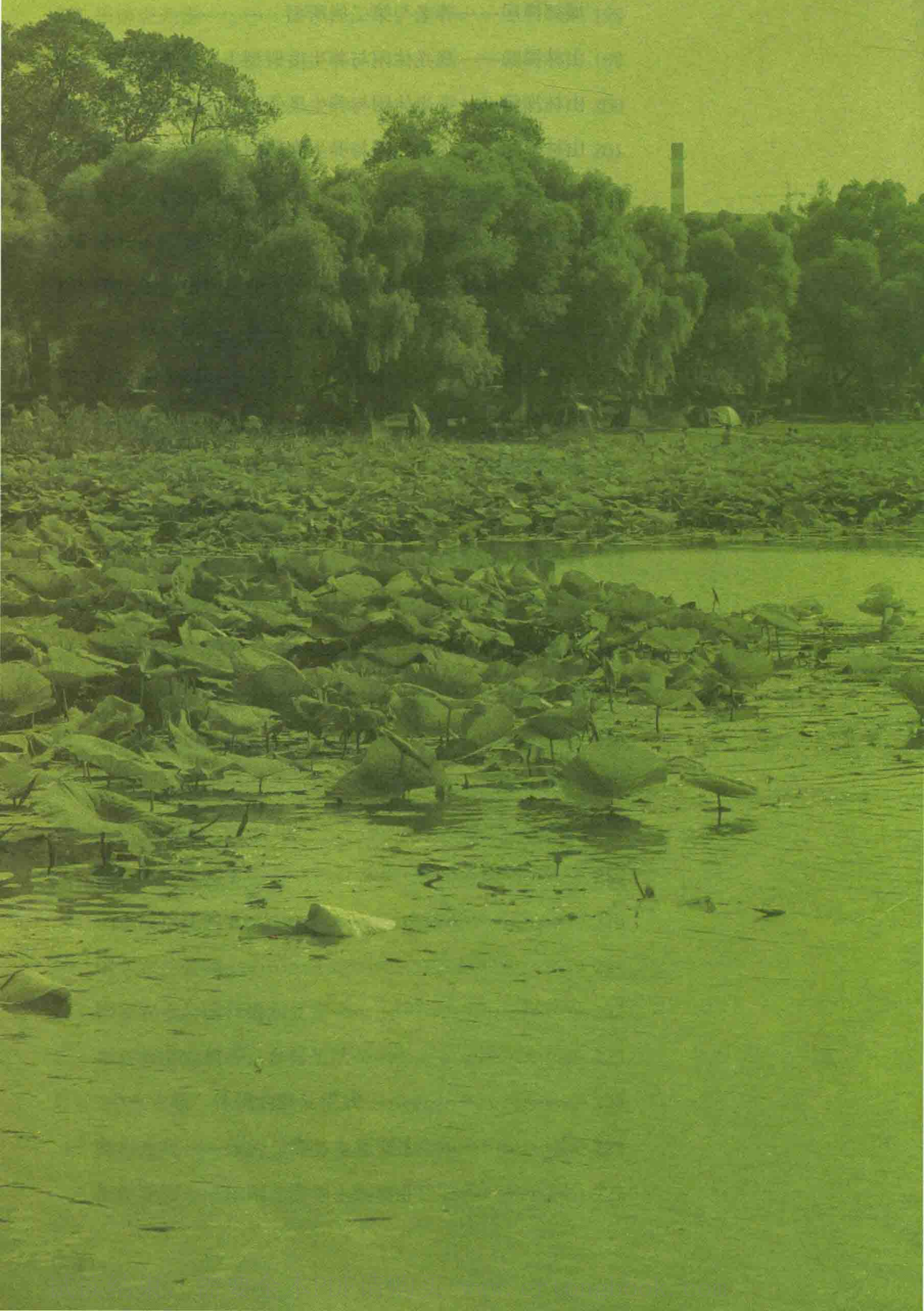
印 张 16.25

字 数 160 千字

版 次 2016 年 10 月第 1 版 2016 年 10 月第 1 次印刷

定 价 58.00 元

心旷神怡的感受来自于人与自然的完美结合



目 录

上 篇 创意农业之道

何谓“道”	002
农业生产动力要素	003
创意农业	004
创意农业的特点	005
现代人渴望田园生活的原因	007
坚守创意农业的定力	009
创意农业发展新理念	010
创意农业“六化”之道	011
创意农业生态化	012
创意农业品牌化	013
创意农业文创化	014
创意农业时尚化	015
创意农业产业化	016
创意农业信息化	017
产业链前延后伸	018
走深加工之路	020
农旅融合	022
发展农业的信念	023
田园城市	024

何谓乡愁·····	025
乡愁何处有·····	026
留住乡愁·····	027
关于艺术Ⅰ·····	028
关于艺术Ⅱ·····	029
农业·艺术·····	030
自然农法·····	031
三多原则·····	032
四生理念·····	033
五味思想·····	034
六种境界·····	035
经营理念升级·····	036
经营角色升级·····	037
资源整合升级·····	038
产品设计升级·····	039
农业品牌战略·····	040
品牌的本质·····	041
品牌三要素·····	042
品牌危机的表现·····	043
品牌危机公关五原则·····	045
茶道·····	046
花道·····	047

中 篇 农禅·诗和远方

何谓“禅”·····	050
何谓“农禅”·····	051
禅文化与旅游的天然同源性·····	052

云水禅心·····	053
禅诗·····	054
禅悟·····	056
乡恋·····	057
清雅·····	058
如园·····	059
竹·流水·····	060
心宁·····	061
清虚·····	062
偶遇·····	063
心融妙理·····	064
石泉·····	065
笔架红颜·····	066
映山红·····	067
雨·山·····	068
润茶·····	069
花自缤纷·····	070
寻梦·····	071
禅茶一味·····	072
时音·····	073
闻香·····	074
酒·月·····	075
光阴似水·····	077
桃花情·····	078
湖光山色·····	079
孤屿不孤·····	080
春光美·····	081

水桥古韵·····	082
寒极温来·····	084
望江山·····	085
古枫情·····	086
吟帜·····	087
天不老·情难绝·····	088
春·绿·····	089
故乡是根·····	091
小城故事·····	093
返乡·····	094
空·想·····	095
茶仙·····	096
雪山·····	097
人在草木间·····	098
花·岸·····	099
水流云在·····	101
山茶·榕·····	102
花恋·····	103
校园冬夜·····	104

下 篇 创意农业之术

何谓“术”·····	108
理念三变·····	109
创意农业的三大类型·····	110
都市型创意农业·····	111
连片开发模式·····	112
村镇旅游模式·····	113

创意农庄开发模式·····	114
民俗风情旅游模式·····	115
产业带动模式·····	116
园区型创意农业·····	117
品牌型创意农业·····	118
大品牌时代的十不要·····	119
创意农业的八大方式·····	120
农业资源替代·····	121
创意农产品·····	122
农业过程利用·····	123
创意农业景观·····	124
农业节庆开发·····	125
农业生态修复·····	126
创意农食文化·····	127
医农同根开发·····	128
国外创意农业的五种模式·····	129
荷兰模式：高科技创汇型·····	130
德国模式：社会生活功能型·····	132
英国模式：旅游环保型·····	133
法国模式：环保生态型·····	135
日本模式：多功能致富型·····	136
创意农业和旅游有机结合的八种方式·····	137
专业型文创项目·····	138
综合型文创项目Ⅰ·····	139
综合型文创项目Ⅱ·····	140
创意农业“两宜”原则：因时制宜·····	141
创意农业“两宜”原则：因地制宜·····	142

休闲农业的七种模式·····	143
田园农业休闲模式·····	144
民俗风情休闲模式·····	145
农家乐休闲模式·····	146
村落乡镇旅游模式·····	147
休闲度假模式·····	148
科普教育模式·····	149
回归自然休闲模式·····	150
“互联网+创意农业”的六大商业模式·····	151
跨界商业模式·····	152
工具+社群+商业模式·····	153
长尾型商业模式·····	154
免费商业模式·····	155
“O2O”商业模式·····	156
平台商业模式·····	157
休闲创意农庄之硬件建设·····	158
休闲创意农庄之软件建设·····	159
时尚农业之术·····	161
时尚农场功能定位Ⅰ·····	162
时尚农场功能定位Ⅱ·····	163
农产品电商最大的门槛是信任·····	164
“涟漪模式”的传播·····	165
社群化：让用户找到归属感·····	166
经营“强关系”·····	167
农产品电商品牌化·····	168
农产品包装之创意设计·····	169
实用版包装·····	170

基础版包装·····	171
进阶版包装·····	172
高级版包装·····	173
“高级+”版包装·····	174
创意农业微信营销Ⅰ·····	175
创意农业微信营销Ⅱ·····	176
把产品卖出去，把人引进来·····	177
高效益生态农庄之术·····	178
创意农场资本运作·····	179
创意农场主题定位·····	180
创意农庄发展七大主题·····	181
特色农业主题·····	182
科普教育主题·····	183
养生养老文化主题·····	184
商务会都主题·····	185
果酒庄园主题·····	186
体育公园主题·····	187
低碳环保主题·····	188
体验型农场餐厅·····	189
创意农庄直销营销·····	190
“尽力”不如“借力”·····	191
农庄运营的策略选择Ⅰ·····	192
农庄运营的策略选择Ⅱ·····	193
台湾地区创意农业的发展经验·····	194
创意果树种类的选择Ⅰ·····	195
创意果树种类的选择Ⅱ·····	196
创意亲子农园设计·····	197

采摘观光型·····	198
教育科普型·····	199
创意DIY型·····	200
休闲娱乐型·····	201
农业创意玩具型·····	202
礼品、赠品和纪念品型·····	203
婚庆创意植物景观设计·····	204
中式婚庆园·····	205
西式婚庆园·····	207
体育休闲·····	208
体育休闲活动之创意·····	210
景观小品之创意·····	211
小品的功能·····	212
小品的类型·····	213
小品的创作要求·····	214
小品的实用技法 I ·····	215
小品的实用技法 II ·····	216
创意盆栽·····	217
入地上天·····	218
创意屋顶花园 I ·····	219
创意屋顶花园 II ·····	220
国家农业公园·····	221
国家农业公园打造六要素·····	222
乡村旅游的核心：乡村生活·····	223
“禅意主题”休闲的开发模式 ·····	224
都市禅园——休闲与商务主题型 I ·····	225
都市禅园——休闲与商务主题型 II ·····	227

城郊禅居——养老与第二居所型	228
山林禅隐——观光休闲与养生度假型Ⅰ	229
山林禅隐——观光休闲与养生度假型Ⅱ	230
山林禅隐——观光休闲与养生度假型Ⅲ	231
以“禅”化境打造手法Ⅰ	232
以“禅”化境打造手法Ⅱ	233
以“禅”化境打造手法Ⅲ	235
以“禅”化境打造手法Ⅳ	236
民宿的吸引力	237
民宿之盲点	238
民宿的未来	239
我的杜拉克经典五问	240
最喜欢的三句话	242
后记	243

上篇

创意农业之道

在中国几千年的文化中，有哪一种文化比“农”更古老？

在所有的养生要素中，有哪个要素能比农产品更重要？

在所有的生存环境中，有什么比自然生态环境更有价值？

“国以农为本，民以食为天”

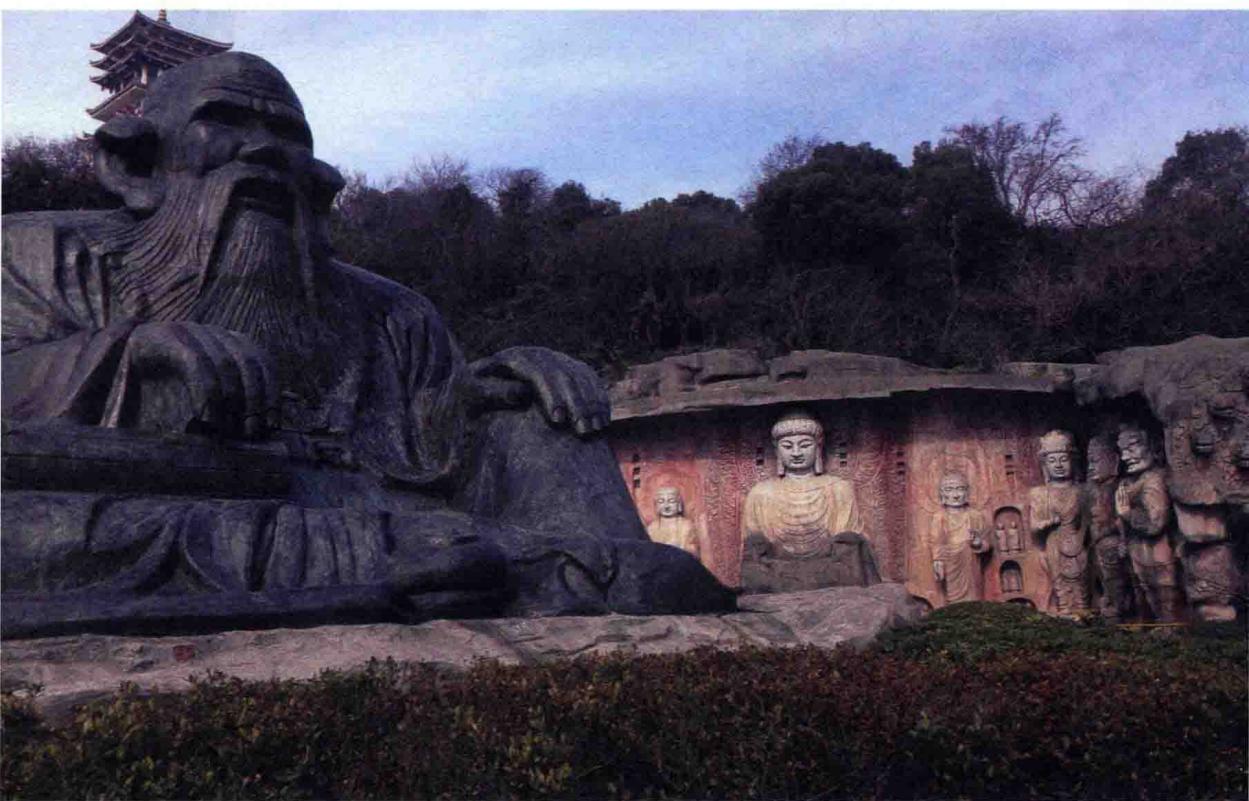
◆农业问题的核心：效益问题

◆农民问题的核心：增收问题

◆农村问题的核心：发展问题

■ 人生最大的遗憾，莫过于错误的坚持和轻易的放弃。有时候，你感觉很累，是因为想得太多。世事难以预料，遇事无须太执着，谁都无法带走什么，又何必纠结于某一事、某一事。只有看开了，想通了，才能随缘、随喜、随心，不急不躁，不悲不忧，静默淡然，随遇而安。

何谓「道」



■ 真正强大的人，人帮人，帮来帮去帮自己，互相成就了彼此。一般的人，人比人，比来比去气不顺，心生嫉妒恨。低俗的人，人整人，整来整去整自己，害人又害己。海纳百川，有容乃大，高瞻远瞩，放眼未来，多去帮助别人，多去支持别人，助人方能达己，互利方可共赢。

“一阴一阳之谓道，继之者善也，成之者性也。”（《周易·系辞上》）

“道可道，非常道。”（《道德经》第一章）

“人法地，地法天，天法道，道法自然。”（《道德经》第二十五章）

“道生一、一生二、二生三、三生万物。”（《道德经》第四十二章）

农业生产力有多种要素，这些要素按其作用方式的不同可分为不同的层次，大体可分为三个层次。

第一层次，是实体性要素，具体包括农业劳动力、农业劳动资料和农业劳动对象。

第二层次，是组合性要素，它的作用是将各种实体性要素按一定的方式组合起来，以形成现实的生产力，具体包括分工与协作、管理与信息。

第三层次，是渗透性要素，其作用是渗透到实体性要素和组合性要素之中，使这些要素发挥出更大的效率，具体包括科学、技术和教育。现代科技是目前的最重要的生产力，但是还有一种新的生产力正在成为一种同样重要的生产力，那就是文化创意，文化创意与农业结合，也有人叫创意农业。

■ 一个历经坎坷而仍然热爱人生的人，胸中一定藏有许多从痛苦中提炼的珍宝。