

浙江省自然科学基金(Y604564)资助

浙江山区特色农林产品 市场竞争力提升途径研究

徐秀英 等著



中国林业出版社

浙江省自然科学基金 (Y604564) 资助

浙江山区特色农林产品市场 竞争力提升途径研究

徐秀英 等著

中国林业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

浙江山区特色农林产品市场竞争力提升途径研究/徐秀英等著. - 北京:
中国林业出版社, 2008. 12
ISBN 978-7-5038-5346-3

I. 浙… II. 徐… III. ①山区 - 农产品 - 市场竞争 - 研究 - 浙江省
②山区 - 林产品 - 市场竞争 - 研究 - 浙江省 IV. F327. 55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 186239 号

著 者: 徐秀英 沈月琴 李兰英 石道金
费喜敏 邵同尧 闫伟伟

出版 中国林业出版社 (100009 北京西城区刘海胡同 7 号)

网址 www.cfph.com.cn

E-mail forestbook@163.com 电话 66162880

发行 中国林业出版社

印刷 北京林业大学印刷厂

版次 2008 年 12 月第 1 版

印次 2008 年 12 月第 1 次

开本 880mm × 1230mm 1/32

印张 8.25

字数 246 千字

印数 1 ~ 1000 册

定价 30.00 元

前 言

世界山区面积约为陆地面积的 1/4。长期以来,随着工业化进程的推进,世界多数山区资源逐渐萎缩、水土流失加剧、生态环境呈恶化趋势、山区居民生活相对贫困。山区问题已经引起了国际社会的广泛关注,在 1992 年联合国环境与发展大会上,181 个国家签署了《21 世纪议程》,其中第十三章专门论述了“山区——脆弱的生态系统及其可持续管理”。1998 年 11 月,联合国代表大会将 2002 年确定为国际山区年。2002 年 9 月,在世界可持续发展首脑会议上,不少国家、联合国机构和非政府组织承诺建立山区可持续发展国际伙伴关系,这标志着全球山区可持续发展问题已得到全世界的广泛重视和认可。我国也是一个多山的国家,山区面积占国土面积的 69%,山区人口占全国总人口的 56%,约 95% 的少数民族生活在山区。从 20 世纪 50 年代开始,中国政府和人民十分重视山区经济发展和建设工作,经过几十年的努力,山区的生态环境明显改善,人民的生活水平显著提高。但目前我国山区仍是社会主义现代化建设的薄弱环节,生态系统仍然十分脆弱,经济社会发展相对落后。

浙江地处中国东南沿海,山地面积占 70.4%,素有“七山一水二分田”之称。浙江省是中国最具经济实力与活力的省份之一,但省内区域发展不平衡,山区经济发展相对缓慢。在 1998 年召开的省第十次党代会上,提出了到 2020 年提前基本实现现代化的奋斗目标和战略步骤。《浙江省国民经济和社会发展第十一个五年(2006~2010 年)规划纲要》中提出到 2010 年全省基本实现全面小康社会的目标。浙江省全面建设小康社会,提前基本实现现代化的重点和难点在山区。同时浙江山区大多位于江湖水系的源头,是浙江省生态安全屏障的重点区域。山区的现代化必须走可持续发展之路,必须依据山区的资源禀赋条件,尤其是充分发挥浙江省经济林资源丰富的优势和沿海经济比较发达的区域

优势,大力发展山区特色农林产业,实现山区农民增收和山区经济发展,并获得较好的生态效益。为此,浙江省自20世纪90年代开始实行农林业产业结构调整,大力发展效益农林业,并取得了较显著的成效。目前,浙江省是我国经济林产业大省,已初步形成了名特优经济林果业、竹产业等多个优势产业,茶叶、柑橘、杨梅、山核桃、食用笋、食用菌等已成为具有山区特色的农林产品,而且初步形成了区域化格局,山区特色农林产业的发展对当地农民脱贫致富和山区经济发展发挥了重要的作用。但是,随着人民生活水平的提高,农产品生产供应的增加,尤其是中国加入WTO,国内市场国际化和国际市场国内化趋势日益明显,特色农林产品的竞争面临着严峻的挑战。而浙江山区特色农林业发展存在着产品质量不稳及安全性较差,品牌多而不强,营销以传统的价格竞争手段为主,保障措施不健全等问题。同时,生产以家庭小规模经营为主,缺乏有效的组织作为载体,标准化难以有效推广应用,统一品牌难度较大,营销能力较弱。因此,浙江山区特色农林产品面临着如何应对市场需求和竞争形势变化以提升市场竞争力的问题。

基于以上认识,我们于2004年申请并获得浙江省自然科学基金委的批准,立项“浙江山区特色农林产品市场竞争力提升途径研究”(Y604564)。课题计划书提出了“在对浙江山区特色农林产品生产-加工-销售状况二手资料收集和实地调查的基础上,选择合适的指标对特色农林产品的市场竞争力进行评价,通过借鉴国内外农林产品经营的成功经验,提出一套符合WTO规则和浙江实际的提升山区特色农林产品市场竞争力的有效途径。重点解决浙江山区特色农林产品生产经营中专业合作社经济组织不健全,标准化生产实施难,从传统营销转向绿色营销的问题。为提升浙江山区特色农林产品市场竞争力,促进山区经济持续、均衡发展,提前实现浙江现代化战略目标服务”。课题立项后,课题组按申请书,制定了详细的实施计划并设计和进行了问卷调查。经过历时三年的研究,达到了计划书所确立的目标,有关成果已在《华中农业大学学报(社会科学版)》、《浙江林学院学报》、《世界农业》、《林业经济问题》等刊物上发表。本书是研究成果的集中反映。

在课题的调研过程中,得到了浙江省农业厅、浙江省林业厅、台州市农业局、黄岩区林业局、临海市林特局、临安市林业局、余姚市农林

局、开化县农业局等的大力协助与支持，在此一并表示感谢！

由于该项研究工作涉及的知识面广，综合性强，更重要的是研究水平有限，书中难免存在缺点和错误，敬请各位同仁和广大读者批评指正。

著 者
2008 年 10 月

目 录

1 绪 论	(1)
1.1 研究背景	(1)
1.2 研究目的和意义	(3)
1.3 研究的主要内容	(4)
1.4 研究点基本情况	(5)
1.4.1 临安市基本情况	(5)
1.4.2 台州市基本情况	(6)
1.4.3 余姚市基本情况	(6)
1.4.4 开化县基本情况	(7)
1.5 数据和资料来源	(7)
2 国内外相关研究综述	(9)
2.1 竞争力理论研究	(9)
2.1.1 竞争力的内涵	(9)
2.1.2 竞争力理论的演变	(13)
2.2 农业与农产品竞争力相关研究	(16)
2.2.1 农业竞争力和农产品竞争力的定义	(16)
2.2.2 农产品市场竞争的主要特征	(19)
2.2.3 农业及农产品竞争力的实证研究	(21)
2.3 特色农业相关研究	(25)
2.3.1 特色农业概念与特征	(25)
2.3.2 发展特色农业的必要性	(27)
2.3.3 特色农业的形成条件	(29)
2.3.4 特色农业发展应遵循的规律	(30)
2.3.5 特色农业的类型和模式	(31)

2.3.6 各地特色农业发展的实证研究	(31)
2.4 小 结	(32)
3 浙江山区特色农林业发展及与山区经济发展的关系	(34)
3.1 浙江山区特色农林业发展的自然资源状况	(34)
3.1.1 土地资源	(34)
3.1.2 气候资源	(35)
3.1.3 植物资源	(37)
3.2 浙江山区特色农林业的选择	(39)
3.2.1 选择的原则	(39)
3.2.2 浙江山区特色农林业的选择	(40)
3.3 浙江山区特色农林产品生产的总体情况	(42)
3.3.1 总体情况	(42)
3.3.2 主要分布地区	(45)
3.4 典型区域特色农林产业发展状况	(50)
3.4.1 临安市山核桃、竹笋产业发展状况	(50)
3.4.2 台州市柑橘产业发展状况	(55)
3.4.3 余姚市杨梅产业发展状况	(57)
3.4.4 开化县茶叶产业发展状况	(60)
3.5 浙江山区特色农林产业发展与山区经济发展的关系	(61)
3.5.1 在当地农业经济中的地位	(61)
3.5.2 对农户家庭收入的贡献	(64)
3.5.3 与当地农民人均收入的相关关系	(65)
4 浙江山区特色农林产品市场竞争力评价	(69)
4.1 农产品市场竞争力评价方法与指标概述	(69)
4.1.1 国际市场占有率	(69)
4.1.2 贸易竞争力指数法	(70)
4.1.3 显示性比较优势指数法	(70)
4.1.4 国内资源成本法	(71)
4.1.5 综合比较优势指数法	(73)
4.1.6 盈利水平	(75)
4.2 特色农林产品市场竞争力评价	(75)

4.2.1	评价方法和指标的选择	(75)
4.2.2	利用 PRIM、RCA 对特色农林产品的国际竞争力进行 评价	(76)
4.2.3	利用 SAI、EAI、AAI 对特色农林产品的比较优势进行 分析	(77)
4.2.4	盈利水平比较分析	(97)
4.2.5	投资项目的经济效益分析——个案分析	(100)
4.3	特色农林产品竞争力的构成要素分析	(108)
4.3.1	来自消费者需求的调查	(108)
4.3.2	构成要素分析	(109)
4.4	结 论	(117)
5	浙江山区特色农林产品标准化研究	(120)
5.1	农业标准化概念及作用	(120)
5.1.1	农业标准化概念与特点	(120)
5.1.2	农业标准化对提升农产品市场竞争力的作用	(121)
5.2	国际农业标准化现状与发展	(123)
5.2.1	国际农业标准化总体情况	(123)
5.2.2	主要国家和地区农业标准化现状	(124)
5.3	农业标准化在农产品贸易中的应用：技术性贸易壁垒	(126)
5.3.1	不断颁布新的技术法规	(126)
5.3.2	制定严格的安全卫生标准，不断增加对农产品的检测 项目并提高标准水平	(127)
5.3.3	实行严格的食品标签制度	(127)
5.3.4	执行严格的商品合格评定程序	(128)
5.4	我国农业标准化发展历程与现状	(128)
5.4.1	发展历程	(128)
5.4.2	发展现状	(129)
5.5	浙江农业（含山区特色农林业）标准化现状	(131)
5.5.1	注重地方标准建设，制定了森林食品系列标准	(131)
5.5.2	标准化推广模式多样化	(136)
5.5.3	重视农产品质量安全监管制度建设，基本建立了	

农产品质量安全检测体系	(137)
5.6 存在的问题	(137)
5.6.1 农业标准缺乏系统性, 农药残留项目少, 且与国际标准有较大差距	(137)
5.6.2 标准化推广力度不够, 标准化生产技术应用率不高	(142)
5.6.3 农产品质量安全监管和检测体系建设有待于加强	(144)
5.7 对策与建议	(145)
5.7.1 建立完善农业标准体系	(146)
5.7.2 加快农业标准化的推广实施	(147)
5.7.3 加强农产品质量安全监管和检测体系建设	(148)
6 浙江山区特色农林产品绿色营销策略研究	(151)
6.1 农产品绿色营销概述	(151)
6.1.1 绿色农产品的界定	(151)
6.1.2 绿色营销的概念	(153)
6.1.3 绿色营销与传统营销的区别	(154)
6.1.4 农产品绿色营销的内涵与特征	(155)
6.2 实施农产品绿色营销的必要性分析	(156)
6.2.1 是迎合绿色消费, 提高农产品市场占有率的必然选择	(156)
6.2.2 是突破绿色贸易壁垒, 提高农产品国际市场竞争力 的关键	(157)
6.2.3 是提高农产品盈利水平的重要途径	(158)
6.3 国内外农产品绿色营销发展状况及趋势	(158)
6.3.1 国外农产品绿色营销发展状况	(158)
6.3.2 我国农产品绿色营销发展历程与现状	(159)
6.4 浙江山区特色农林产品绿色营销发展现状	(161)
6.4.1 绿色农产品开发现状	(161)
6.4.2 绿色食品管理和营销活动开展情况	(169)
6.5 浙江山区发展特色农林产品绿色营销的优劣势分析	(170)
6.5.1 优势分析	(170)

6.5.2 劣势分析	(171)
6.6 浙江山区特色农林产品绿色营销对策	(173)
6.6.1 龙头企业和合作经济组织应充分发挥绿色营销的主体功能	(173)
6.6.2 加快绿色农产品开发速度	(174)
6.6.3 科学制定绿色产品价格	(174)
6.6.4 加强绿色产品营销渠道建设	(175)
6.6.5 积极引导和推动绿色消费需求	(176)
7 浙江山区特色农林产品市场竞争力提升的组织保障	(177)
7.1 农民专业合作经济组织的内涵与原则	(177)
7.2 农民专业合作经济组织对提升农产品市场竞争力的重要性	(178)
7.2.1 是构建农产品市场竞争主体的关键	(178)
7.2.2 是降低交易成本,提高规模经济效益的有效途径	(179)
7.2.3 为农业科学技术和标准化推广提供新的、有效的介质	(180)
7.2.4 为农产品品牌化战略的实施提供重要的载体	(184)
7.3 国内外农民专业合作经济组织的发展	(184)
7.3.1 国外农民专业合作经济组织的发展	(184)
7.3.2 我国农民专业合作经济组织的发展	(192)
7.4 浙江山区特色农林产品合作经济组织发展现状和作用	(195)
7.4.1 浙江农民专业合作经济组织发展概况	(195)
7.4.2 浙江山区特色农林产品合作经济组织发展及作用	(198)
7.5 存在的主要问题	(211)
7.5.1 组织化程度较低,农户对合作社的认知程度较低	(211)
7.5.2 功能有待于进一步完善	(211)
7.5.3 内部运行机制不规范,利益分享风险共担机制尚未建立	(213)
7.6 对策与建议	(213)
7.6.1 大力发展特色农林产品专业合作经济组织	(213)
7.6.2 充分发挥合作经济组织提升特色农林产品竞争力的	

功能	(214)
7.6.3 注重规范化管理,完善内部管理制度	(216)
7.6.4 建立合作经济组织内部的利益分享风险共担机制	(216)
8 浙江山区特色农林产品市场竞争力提升的政策保障	(219)
8.1 政策保障的必要性	(219)
8.1.1 是激励市场竞争主体发挥作用的重要驱动力	(219)
8.1.2 农产品品牌化建设的外部性需要政策支持	(220)
8.1.3 是创新农业经营制度,培育现代农业主体的需要	(220)
8.2 发达国家的相关政策和经验	(221)
8.2.1 美国的相关政策	(221)
8.2.2 欧盟的相关政策	(224)
8.2.3 发达国家政策可资借鉴的经验	(227)
8.3 提升浙江山区特色农林产品市场竞争力的政策现状	(228)
8.3.1 国家层面的支持政策	(228)
8.3.2 省级层面的支持政策	(230)
8.3.3 山区县(市)支持政策	(231)
8.4 现行政策存在的问题	(239)
8.4.1 农林业产权政策有待于进一步完善	(239)
8.4.2 财政政策扶持力度较小,扶持结构欠合理	(239)
8.4.3 农业信贷扶持政策较为欠缺,特色农林业发展贷款 难	(240)
8.4.4 缺乏生产风险防范与保护机制	(242)
8.5 政策建议	(242)
8.5.1 加快农林业产权政策的改革	(242)
8.5.2 加大财政政策扶持力度,改善扶持结构	(243)
8.5.3 完善农业信贷政策	(244)
8.5.4 建立和完善农业生产风险防范与保护机制	(245)
参考文献	(246)

1.1 研究背景

党中央、国务院历来高度重视农业、农村和农民工作,2004、2005、2006年连续出台了三个中央一号文件,2005年出台的《中共中央国务院关于进一步加强农村工作提高农业综合生产能力若干政策的意见》对提升农业综合生产能力和农业竞争力方面作了系统部署。提出“要发挥区域比较优势,建设农产品产业带,发展特色农业”。2006年中央一号文件发布了《中共中央 国务院关于推进社会主义新农村建设的若干意见》,提出了建设社会主义新农村的重大历史任务,提出“积极推进农业结构调整。按照高产、优质、高效、生态、安全的要求,调整优化农业结构。加快建设优势农产品产业带,积极发展特色农业、绿色食品和生态农业,保护农产品知名品牌,培育壮大主导产业”。中央的两个一号文件都高度重视特色农业的发展,把特色农业的发展作为优化农业结构的主要内容和提高农业竞争力的重要途径。

我国是一个多山的国家,山区在国民经济中有着特殊的地位与重要作用。然而,长期以来,大多数山区由于资源开发不合理,采取广种薄收的单一农业生产模式,导致水土流失严重,生态环境恶化,农业生产力低下,山区经济始终处于落后状态,难以跳出“越穷越砍,越砍越穷”的生态经济恶性循环的怪圈。要建造一个良好的生态环境,必须先解决老百姓的吃饭问题,注重经济发展,提高经济系统的产出率。同时,山区经济的发展依赖于山区产业结构的优化,而山区产业结构优化程度的衡量标准又基本取决于该地区所具优势的发挥程度,一个地区的

优势得以充分发挥、综合效益高,证明其产业结构优化程度高,反之则低。山区特色农业是按照市场经济的客观要求,依托山区独特的地理、气候、资源优势及产业基础和条件形成的,是主导山区农村经济发展的高效农业。因此,扬长避短充分发挥各山区的优势,大力发展山区特色农林业是山区产业结构优化的基本要求,是山区发展的有效途径。近些年来,我国山区各地十分重视特色农业的发展,并取得了显著成效。

但是,随着人们生活水平的提高,农产品生产供应的增加,尤其是中国加入 WTO,国内市场国际化和国际市场国内化的趋势日益明显。我国农产品竞争力的提升,尤其是山区特色农林产品市场竞争力提升面临着严峻的挑战和问题:

(1)消费需求“买点”转移。从需求角度来看,由于人民生活水平的不断提升,特别是在大中城市,人们以从“数量型”追求转向“质量型”追求。不满足于吃饱穿暖这一基本生理需求,而更注重产品的营养、品位及安全性等特征。相应地市场竞争的重点也从价格竞争转向非价格竞争。进口农林产品虽然价格大大高于国产农林产品,但以其优良的品质、良好的包装及绿色安全等特性,受到越来越多消费者的青睐,市场份额不断扩大。反观我国山区农林产品的生产,由于生产技术水平较低,产品质量稳定性差;产后分级处理和销售包装不重视,较少使用绿色安全标志;在营销上仍以传统的价格竞争手段为主,难以满足市场需求。

(2)生产供给“组织化、标准化”程度低。从供给角度看,我国山区农林产品生产以家庭分户管理、小规模经营为主,难以实施标准化生产,产品质量参差不齐;对同种产品使用统一包装、统一品牌困难较大。同时,由于组织化程度低,缺乏组织分工与协调,山区农林产品经营者往往既是生产者,又是销售者,以单个经营者为单位进入市场,交易成本高。经营者对于生产什么、生产多少、为谁生产等基本生产决策问题,存在很大的盲目性。千家万户小生产和千变万化大市场之间矛盾日益突出。反观国外农林产品生产情况,以庄园式生产为主,其经营规模是我国农民经营规模的数十倍甚至上百倍;且通过组建行业协会等形式,进行专业化分工、标准化生产、社会化服务,以行业协会为单位统一对外谈判和交易,树立统一品牌,大大降低进入市场的交易成本,提

高其在市场谈判中的地位和能力,增强产品的市场竞争力。

(3)国外“绿色壁垒”的封杀。从外部条件来看,入世后各国降低了对我国农林产品出口的关税和配额限制,但为了保护其国内市场更多地转向使用SPS等较为隐蔽的非关税措施。我国山区农林产品的出口形势十分严峻。自2001年11月世界贸易组织第四届部长级会议审议通过中国加入世界贸易组织后,2002年1~9月,我国对欧盟茶叶出口量和出口额就分别比上年同期下降39.16%和34.35%。在美国市场,仅2002年1~3月,中国沿海地区被美国药物管理局扣留产品累计达896批次,中国成为受“绿色壁垒”限制最多的国家。

1.2 研究目的和意义

浙江省地处中国东部沿海,属经济发达省份。全省陆域面积10.18万 km^2 ,为全国的1.06%,是中国面积最小的省份之一。2006年全省实现国内生产总值15742.51亿元,人均国内生产总值31874元,城镇居民人均可支配收入18265元,农民人均纯收入7335元,各项指标均居全国前列。同时浙江也是多山省份,山地和丘陵占70.4%,平原和盆地占23.2%,河流和湖泊占6.4%,故有“七山一水二分田”之称。全省90个县(市、区)有51个是林区县,山区县人口占全省总人口的比例达70.4%。山区县经济发展相对缓慢,始终是浙江经济的薄弱环节。

浙江省委、省政府提出2010年全省要基本实现全面小康社会的奋斗目标,2020年提前基本实现现代化的战略目标。浙江省要提前基本实现现代化,其重点和难点是实现山区的现代化,没有山区的现代化就没有全省的现代化。同时浙江山区大多位于江湖水系的源头,是浙江省生态安全屏障的重点区域。山区的现代化必须走可持续发展之路,必须依据山区的资源禀赋条件,尤其是充分发挥浙江省经济林资源丰富的优势和沿海经济比较发达的区域优势,大力发展山区特色农林产业,实现山区农民增收和山区经济发展,并获得较好的生态效益。为此,浙江省自20世纪90年代开始实行农林业产业结构调整,大力发展效益农林业,并取得了显著的成效。目前,浙江省是我国经济林产业大省,已初

步形成了包括名特优经济林果业、竹产业等多个优势产业,山核桃、柑橘、杨梅、食用笋、茶叶、食用菌等已成为具有山区特色的农林产品,而且初步形成了区域化格局,如临安的山核桃和竹笋,台州的柑橘和杨梅,开化的茶叶,余姚的杨梅等。山区特色农林产业的发展对当地农民脱贫致富和山区经济发展发挥了重要的作用。但是,浙江山区特色农林产业的发展也面临着如何应对市场需求和竞争形势变化的课题,面临着如何提高标准化、组织化程度,如何实施绿色营销策略以提升市场竞争力的问题。

本项目拟在对浙江山区特色农林产品生产-加工-销售状况二手资料收集和实地调查的基础上,选择合适的指标对特色农林产品的市场竞争力进行评价,通过借鉴国内外农林产品经营的成功经验,提出一套符合WTO规则和浙江实际的提升山区特色农林产品市场竞争力的有效途径。重点解决浙江山区特色农林产品生产经营中专业合作经济组织不健全,标准化生产实施难,从传统营销转向绿色营销的问题。为提升浙江山区特色农林产品市场竞争力,促进山区经济持续、均衡发展,提前实现浙江现代化战略目标服务。

1.3 研究的主要内容

(1)浙江山区特色农林产业发展及与山区经济发展的关系。通过二手资料收集和实地调查相结合,掌握浙江山区特色农林产品生产经营发展过程,主要特色农林产品典型分布区域的生产、加工、营销状况,特色农林产业发展与山区经济发展的关系。

(2)浙江山区特色农林产品市场竞争力评价。选择合适的指标对浙江山区主要特色农林产品的比较优势和市场竞争力进行评价,从农产品市场竞争力的构成要素出发,分析影响制约特色农林产品市场竞争力的主要因素。

(3)浙江山区特色农林产品市场竞争力提升的主要途径。针对国内外市场需求及竞争手段的变化,在借鉴国内外农产品生产组织化、标准化和绿色营销成功经验的基础上,结合浙江实际提出山区特色农林产品市场竞争力提升的具体途径。重点解决浙江山区特色农林产品生产经营

中专业合作组织不健全,标准化生产实施难,从传统营销转向绿色营销的问题。

(4)浙江山区特色农林产品市场竞争力提升的政策保障。政策是支持山区特色农林产业发展和提升市场竞争力的主要激励因素,分析世界发达国家的相关政策和经验,深入剖析浙江山区特色农林产业发展的主要政策现状和问题,提出提升特色农林产品市场竞争力的主要政策建议。

1.4 研究点基本情况

本项目选取了特色农林产业发展较为典型的山区(半山区)县市作为研究点,山核桃、竹笋——以临安市为研究点,柑橘——以台州市为研究点,茶叶——以开化县为研究点,杨梅——以台州市和余姚市为研究点。项目研究中,除浙江山区特色农林产品市场竞争力评价部分外,其余部分的研究主要以上述研究点作为研究对象。研究点的基本情况如下:

1.4.1 临安市基本情况

临安市地处浙江西北部的天目山南麓,位于东经 $118^{\circ}51' \sim 119^{\circ}52'$, 北纬 $29^{\circ}56' \sim 30^{\circ}23'$, 东临省城杭州,西接安徽黄山,是太湖流域和钱塘江水系的源头,是长江三角洲的一方绿色宝地。全市辖 7 个乡、15 个镇、4 个街道,土地总面积 3126.8km^2 ,山地面积占 86%,森林覆盖率达 76.5%,是一个山多田少的山区市。2006 年末,全市总人口 52.61 万。2006 年实现国内生产总值 162.37 亿元,农民人均纯收入、城镇居民人均可支配收入分别为 8011 元和 16360 元。

临安市属中亚热带季风气候区,温暖湿润,四季分明,具有春多雨、夏湿热、秋气爽、冬干冷的气候特征,全年降雨量 1628.6mm,全年平均气温 16.4°C ,全年日照时数 1847.3 小时。优越的生态环境孕育着 4700 多个物种,享有“绿宝地”、“万宝山”的美称。自 20 世纪 80 年代中期确立“东竹西果”发展战略以来,山核桃、竹笋产业不断发展壮大,目前已成为临安农村经济的支柱产业和农民收入的重要来源。先后获得了“中国竹子之乡”、“中国山核桃之乡”等称号。临安山核桃主产