

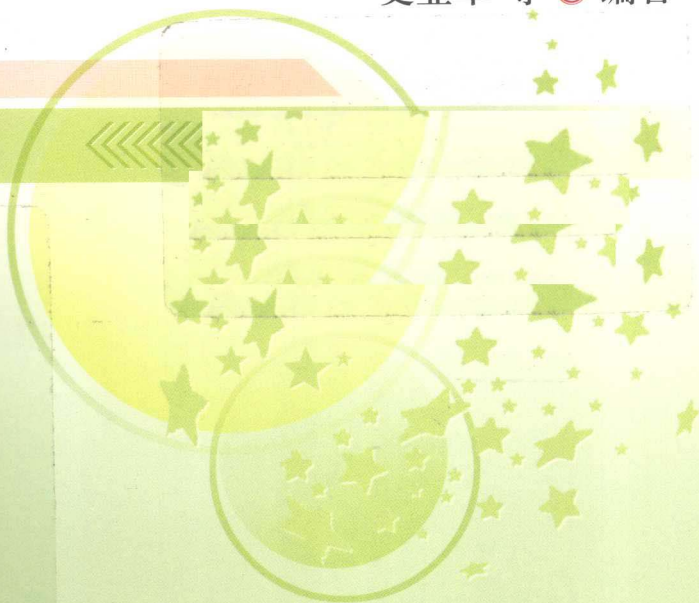


新型农村干部暨大学生村官培训丛书

XIN NONGCUN KECHIXU FAZHAN MOSHI
YU NONGYE PINPAI JIANSHE

新农村可持续发展模式 与农业品牌建设

史亚军 等 编著



金盾出版社
JINDUN CHUBANSHE

新型农村干部暨大学生村官培训丛书

新农村可持续发展模式 与农业品牌建设

金盾出版社

内 容 提 要

本书为《新型农村干部暨大学生村官培训丛书》的一个分册。内容包括：概述，我国农村划分和新农村建设重点，新农村发展模式，农业品牌类型及其发展趋向，如何进行农业品牌建设，农业品牌建设经验借鉴。内容系统完整，语言通俗易懂，适合党的各级组织部门，政府农业部门及负责农村干部、大学生村官培训的专门机构，在组织农村干部、大学生村官培训时使用，亦可供相关部门的干部、农业院校相关专业师生阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

新农村可持续发展模式与农业品牌建设/史亚军等编著. --
北京：金盾出版社，2010.2

(新型农村干部暨大学生村官培训丛书)

ISBN 978-7-5082-6186-7

I. 新… II. ①史… III. ①农村—可持续发展—中国②农产品—质量管理—中国 IV. ①F32

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 003545 号

金盾出版社出版、总发行

北京太平路 5 号(地铁万寿路站往南)

邮政编码:100036 电话:68214039 83219215

传真:68276683 网址:www.jdcbs.cn

封面印刷:北京凌奇印刷有限责任公司

正文印刷:北京万博诚印刷有限公司

装订:北京万博诚印刷有限公司

各地新华书店经销

开本:850×1168 1/32 印张:6.75 字数:164 千字

2010 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

印数:1~12 000 册 定价:11.00 元

(凡购买金盾出版社的图书,如有缺页、
倒页、脱页者,本社发行部负责调换)

新型农村干部暨大学生村官培训丛书编委会

主 任

王孝东 史绍洁

副主任

王有年 王慧敏 周立军

主 编

王有年

副主编

王慧敏

委 员

(按姓氏笔画排列)

王 玉 洁	王 有 年	王 孝 东
王 慧 敏	史 亚 军	史 绍 洁
华 玉 武	刘 芳	闫 仁 浩
李 刚	李 华	李 兴 稼
李 宝 龙	吴 国 娟	杨 纲
周 立 军	陈 学 珍	张 子 安
张 志 勇	何 忠 伟	佟 占 军
胡 勇	段 碧 华	蒋 林 树

序

党的十六届五中全会提出,推进社会主义新农村建设是现代化进程中的重大历史任务,是党领导亿万农民共同进行的一项伟大事业,是经济社会发展进入新阶段的客观要求,是全面建设小康社会、构建社会主义和谐社会的迫切需求,是巩固党的执政基础的重要举措。全面建设小康社会、推进现代化建设最艰巨、最繁重的任务在农村,落实科学发展观、构建和谐社会的重点和难点也在农村。农村干部是贯彻落实党在农村各项方针政策的组织者和领导者,担负着领导、管理、组织农村经济社会发展的重任,是推进农村改革发展的骨干力量。建设一支守信念、讲奉献、有本领、重品行的农村基层干部队伍,对做好农村工作至关重要。加强农村干部作风建设,关系到党的路线方针政策在农村的贯彻执行,关系到党和政府的形象,关系到农村的社会稳定。处于最基层的村干部群体,“官”虽不大,却掌管着农村政务及村民生活的大事小情。中国有8亿农民,分布在60多万个行政村中,约有500万村干部在管理这些村庄。建设社会主义新农村,他们的作用举足轻重。由此可见,不断提高他们的素质的重要性和紧迫性。

为了加强农村基层建设,不断提高农村的管理水平,党和政府做出了为广大农村配备大学生村官的重大决策。2008年,中央组织部等有关部门决定,用5年时间选聘10万名高校毕业生到农村任职。中共中央政治局委员、中央书记处书记、中组部部长李源潮同志指出,要切实做好选聘高校毕业生到村任职工作,这既是社会主义新农村建设培养骨干力量,更是新时期培养新一代德才兼备干部的重要途径,也是党和政府在十七大后所做出的最具战略意义的重大决策。实践证明,实施大学生“村官”工作计划对打破农村人才匮乏局面,改善农村干部队伍的人才结构,提高农村干部的整体素质,促进科技成果转化和推广,促进农村公共管理水平提高和城乡人才双向流动,拓宽培养选拔干部途径,推进新农村与和谐社会建设具有重要意义和积极作用。大学生村官在发展农业、

致富农民、建设新农村的过程中，不负重托、不辱使命、不畏艰难，扎根基层，扎实工作，历练人生，施展才华，以实际行动赢得了广大干部群众的欢迎和赞誉，用自己的智慧和汗水谱写无愧于时代的青春壮丽篇章。但是我们也应该看到，这些大学生刚从精美的“象牙塔”中走出，如何使他们尽快适应农村的生活、做好农村工作，尚需进行深入细微的引导、教育和培养。

多年来，以北京农学院院长、北京新农村建设研究基地主任王有年教授为代表的一大批长期致力于“三农”问题研究的专家、学者，开展了形式多样的科教兴村富民活动，他们在组织编写出版“城郊新农村建设丛书”（14本），“大学生村官培训教程”的基础上，为不断提高农村基层干部和大学生村官的素质，再次与金盾出版社联袂推出“新型农村干部暨大学生村官培训丛书”。这套“丛书”的出版，有助于加强对基层农村干部和大学生村官的岗位培训，提高他们的综合素质，实现带领广大农村群众奔小康、构建社会主义和谐新农村的历史使命。

编委会人员为出好这套“丛书”进行了多方调研和精心策划，从现阶段农村干部和大学生村官培训的实际出发，将培训的热点和重点归纳为15个选题，组织了数十位富有农村工作及农业科技实践经验的专家、学者精心编写。因此，“丛书”具有很强的针对性、实用性和可读性。我相信，这套“丛书”既可作为农村基层干部和大学生村官岗位培训指导用书，也是实施“科普及惠农兴村计划”的有益读本。

舒惠国

2009年11月18日

注：舒惠国同志为全国人大农业与农村委员会副主任、中国农学会副会长

目 录

第一章 概述	(1)
第一节 新农村发展模式与农业品牌建设是新农村建设的两个重要方面	(1)
一、新农村发展模式与新农村建设	(1)
二、农业品牌建设与新农村建设	(4)
第二节 新农村建设的科学内涵与原则	(5)
一、新农村建设的科学内涵	(5)
二、新农村建设的原则.....	(11)
第三节 农业品牌的概念、内涵与建设原则	(16)
一、农业品牌的概念与构成形式和农业品牌的内涵.....	(16)
二、农业品牌建设的原则.....	(28)
第二章 我国农村划分和新农村建设重点	(33)
第一节 我国农村划分	(33)
一、按区域划分.....	(33)
二、按类型划分.....	(49)
第二节 我国新农村建设重点	(53)
一、东部地区发展重点.....	(53)
二、中西部地区发展重点.....	(54)
三、东北部地区发展重点.....	(56)
第三章 新农村发展模式	(58)
第一节 我国新农村发展模式	(58)
一、工业企业带动型.....	(58)

二、特色产业带动型.....	(63)
三、休闲产业带动型.....	(69)
四、劳务经济带动型.....	(78)
五、城镇化带动型.....	(80)
六、合作组织带动型.....	(84)
七、商贸带动型.....	(93)
八、畜牧产业带动型.....	(97)
第二节 国外新农村发展模式	(99)
一、韩国的新村运动	(100)
二、日本的造村运动	(101)
三、印度的农村建设模式	(103)
四、德国农村改革发展模式	(104)
五、美国农村合作社成长模式	(106)
第三节 国外新农村建设对我国的启示.....	(109)
一、美国农村合作社的启示	(109)
二、欧洲新农村建设的启示	(112)
第四章 农业品牌类型及其发展趋向.....	(116)
第一节 农业品牌的类型.....	(116)
一、按农业品牌使用范围划分	(116)
二、按农业品牌使用形态划分	(118)
第二节 世界农业品牌发展的趋向.....	(119)
一、高新技术名牌农产品将成为国力竞争的焦点	
之一	(119)
二、呈现出跨国农业经营与重视全球品牌的兼并、	
联合与品牌延伸的趋势	(119)

三、加强对农业宏观调控,促进农产品品牌的良性 循环	(121)
四、农业品牌化已成为克服农产品国际贸易壁垒的 重要途径	(121)
五、加强品牌农产品的知识产权保护是大势所趋	(122)
第三节 我国农业品牌建设存在的问题与对策	(122)
一、我国农产品品牌建设的历史背景	(122)
二、我国实施农产品品牌战略的现状	(124)
三、制约我国农产品品牌经营的障碍因素分析	(125)
四、实施农产品品牌建设的对策建议	(127)
五、进一步推进农产品品牌建设工作的重要意义	(129)
六、采取有力措施,全面推进农产品品牌建设	(130)
七、加强组织协调,落实各项措施	(132)
第五章 如何进行农业品牌建设	(134)
第一节 保护与正确行使农业品牌的专用权	(134)
一、农业品牌专用权的特征与范围	(135)
二、农业品牌专用权的基本内容	(138)
三、农业品牌专用权的取得、期限、续展和行使	(141)
第二节 不断提高品牌农产品的品质	(148)
一、做好优质品种保护	(148)
二、提高产品的科技含量与生产的标准化	(153)
三、做好农产品品质的深入研究	(158)
第三节 做好农业品牌建设与市场接轨	(160)
一、不断提高农业品牌竞争力,防御市场风险	(160)
二、强化农业组织体系对农业品牌建设的带动力	(163)
三、创新品牌农产品的销售方式	(166)

第六章 农业品牌建设经验借鉴	(168)
第一节 中国农业第一品牌——北大荒集团品牌	
建设	(168)
一、北大荒集团品牌建设历程	(168)
二、北大荒品牌建设取得的成就	(168)
三、北大荒品牌的经营与管理	(169)
第二节 大兴西瓜品牌建设	(172)
一、大兴西瓜产业发展概况	(172)
二、大兴西瓜以品质保障品牌建设	(172)
三、大兴西瓜以制度促进品牌建设	(173)
四、大兴西瓜以文化提升品牌建设	(173)
第三节 阳澄湖大闸蟹品牌建设	(174)
一、大闸蟹主产地及主导产业基本情况	(174)
二、大闸蟹品牌发展历程	(175)
三、大闸蟹品牌效益	(177)
第四节 五常大米品牌建设	(177)
一、五常及五常大米概况	(177)
二、五常大米品牌开发历程	(178)
三、五常大米品牌建设经验	(179)
第五节 宜都蜜柑品牌建设	(180)
一、宜都蜜柑发展历程	(180)
二、宜都蜜柑品牌建设经验	(181)
三、宜都蜜柑品牌建设效果	(182)
第六节 吐鲁番葡萄品牌建设	(183)
一、吐鲁番葡萄主产地及主导产业基本情况	(183)
二、吐鲁番葡萄突出特色,优化结构.....	(183)

三、吐鲁番葡萄依靠科技,提高效益.....	(184)
四、吐鲁番葡萄制定标准,规范管理.....	(184)
五、吐鲁番葡萄挖掘内涵,带动旅游.....	(185)
六、吐鲁番葡萄搞活流通,走向世界.....	(186)
第七节 寿光蔬菜品牌建设.....	(187)
一、寿光蔬菜主导产业发展情况	(187)
二、寿光蔬菜品牌经营的主要做法	(187)
三、寿光蔬菜品牌建设的经验	(190)
第八节 章丘大葱品牌建设.....	(190)
一、章丘大葱主导产业发展历程	(190)
二、章丘大葱协会搭台申请地理标志商标	(191)
三、章丘大葱标准化生产保障了产品质量	(191)
四、章丘大葱适应市场打造系列农产品品牌	(192)
第九节 平谷大桃品牌建设.....	(193)
一、平谷大桃主产地及主导产业基本情况	(193)
二、平谷大桃品牌建设历程和意义	(193)
三、平谷大桃品牌管理经验	(194)
第十节 妙峰山樱桃品牌建设.....	(196)
一、妙峰山樱桃主产地基本情况	(196)
二、妙峰山樱桃产业发展优势显著	(196)
三、妙峰山樱桃品牌建设经验借鉴	(197)
四、妙峰山樱桃品牌建设成效斐然	(199)
参考文献.....	(201)

第一章 概述

第一节 新农村发展模式与农业品牌建设 是新农村建设的两个重要方面

一、新农村发展模式与新农村建设

从党的十六届五中全会提出建设社会主义新农村的重大历史任务,到党的十七届三中全会对农村改革发展进行新一轮战略部署,我国社会主义新农村建设走过了3年的光辉历程,其间涌现了很多成功的典型和模式。这些模式在推动我国新农村建设中,起到了重要的示范、推广作用。

所谓模式,是指前人积累的经验的抽象和升华,是对客观事物的内外部机制的直观而简洁的描述。它是理论的简化形式,可以向人们提供客观事物的整体内容,是客观存在的规律。模式是从不断重复出现的事件中发现和抽象出的规律,是解决问题的经验的总结。只要是一再重复出现的事物,就可能存在某种模式。

各个行业都有自己的模式,但任何模式都是在不断发展和创新的。

费孝通(1998)在小城镇和乡镇企业的研究中指出,“模式”是指“在一定地区、一定历史条件下,具有特色的发展路子”。“模式是一个系统结构,表现出来各种经济社会要素间搭配起来的特有格局”。不同的发展方式、路子就是不同的发展模式,它要求我们“从整体出发,探索每个地区发展的背景、条件和在此基础上形成的与其他地区相区别的发展特色”,从而可以对不同发展模式进行

比较。

党的十六届五中全会确立了“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”的社会主义新农村建设的总体目标,但建设路径和建设模式要各地在实践中去探索。近年来各地在实践中积累了很多宝贵的经验,涌现了很多成功的典型,专家学者从不同的角度对新农村建设的理论研究也非常活跃。但当前的理论研究基本还停留在对局部范围、个别村庄、个别示范点的实践经验的总结、归纳、概括阶段,属于对典型经验的个案研究、小区域研究,这与新农村建设的实践进程大体吻合。经过典型示范,然后逐步推广,最终整体推进是新农村建设的必然路径。各地在逐步推广和整体推进阶段急需系统科学的理论指导。然而目前对新农村建设模式进行系统研究的理论成果还不多见,特别是从宏观层面进行的分类研究、比较研究成果更为稀缺,对新农村建设区域整体推进模式的研究成果尚属空白。

文献检索显示,有的把我国新农村建设模式概述为内生产业化型、政府决定型、能源矿产资源发展型、原生态型 4 种类型;天津市则总结为融入城市型、城镇带动型、中心村聚集型、特色村开发型、自然村建设型 5 种类型;东北农业大学的李庆章归纳为以华西村为代表的苏南模式、以柳市镇为代表的温州模式、以深圳万丰村为代表的万丰模式、以河南南街村为代表的南街村模式、以贵州遵义镇龙村为代表的镇龙模式、以辽宁省铁岭县长沟沿村为代表的铁岭模式、以黑龙江赣南县兴十四村为代表的十四模式 7 种;刘勇、储文静梳理为都市型、郊区型、平原湖区型、丘陵山区型、少数民族地区型、库区型、矿区型 7 种;青岛市发改委总结为韩国的新村运动模式、四川成都城乡一体化模式、江西赣州的民主推进模式、河北迁安的结对共建模式、浙江富民工程模式 5 种;有的学者主张按产业发展划分为种植业主导型、畜牧水产业主导型、农产品加工产业主导型、资源产业主导型、生态环境产业主导型 5 种;中

国人民大学农业与农村发展学院的学者提炼为工业企业带动型、特色产业带动型、畜牧养殖带动型、休闲产业带动型、商贸流通带动型、旅游产业带动型、合作组织带动型、劳务经济带动型 8 种。

北京农学院史亚军、黄映晖等承担北京市哲学社会科学基金项目,主要研究城市郊区新农村建设。认为我国农村地域面积广阔,地形地貌、资源禀赋各异,自然条件差别较大,社会经济发展水平不均衡,决定了新农村建设具有动态性、层次性、差异性和个性化特点。遵循经济发展客观规律,结合部分发达国家经验,以产业层次为依据对新农村进行了科学分类,因地制宜、因势利导确定发展模式,以达到“优化提升一产、加快发展二产、优先促进三产、积极引导四产”的目标,促进农村产业结构升级换代。史亚军等认为,新农村建设的核心是“生产发展”,生产发展应包含第一、第二、第三产业乃至第四产业的全部内容。从第一产业划分,有循环农业发展带动模式、籽种农业发展带动模式、休闲农业发展带动模式、科技农业发展带动模式等;从第二产业划分,有农产品加工业带动模式、建筑业带动模式、工业企业带动模式等;从第三产业划分,有商贸流通发展带动模式、旅游产业发展带动模式、生产性服务业发展带动模式、文化创意产业发展带动模式等;从第四产业划分,有教育培训产业带动模式、信息产业带动模式等。

上述对新农村发展模式的实践与探讨,主要目的在于各地在新农村建设中以先进典型农村发展的经验作为参考,有利于农业科学技术的推广、有利于对农民的科学管理、有利于农业集约化发展、有利于农村工业化发展、有利于农村城镇化与城乡一体化建设、有利于各地新农村的建设。

当然,模式是随着时代的发展而形成的,任何一种模式都不能机械地照搬,只有在学习的基础上再去创新与超越,才是模式本身存在的真正价值。

二、农业品牌建设与新农村建设

随着现代农业发展,产业化步伐加快,农产品市场竞争日趋激烈,农产品的优势正在由传统的数量型向质量型转变。加强品牌建设是现代农业发展的必由之路,同时也是提升农产品市场竞争力和附加值,实现农业增效、农民增收的重要举措。如何打造农业品牌、建设强势农业,推进农业产业向更高层次发展,已成为当前农业领域共同关注的课题。

市场经济发展的经验表明,当规模经济发展到一定程度的时候,适时转化经济增长模式,发展企业及产品的品牌化,形成名牌经济,不仅是企业收获名誉、实现利润最大化的有效途径,更是产业发展的必然趋势。

农业品牌是农业商品的商标或名称。知名品牌是企业信誉的象征,是商品质量的保证,是对消费者的承诺。品牌赋予商品核心竞争力。纵观我国农业改革开放 30 年来的发展历程,农业已经经历了产品型农业向商品型农业的过渡。实践表明,知名品牌商品占据市场销售份额,通常倍增于其他同类商品。农业生产的根本特点是自然再生产与经济再生产的相互交织,对外界环境和自然条件具有特殊的依赖性。它决定了农业生产中农产品的生产增加了非人为因素,农产品标准化生产中对农艺技术提出了更高的要求。

当前,农产品贸易全球化,使国际竞争日趋激烈。创立农业品牌,走品牌营销之路,可使我国农业发展步入快车道。实施品牌战略,是改变我国封闭的、自给自足经营方式的传统农业朝现代农业发展的一大契机,必将有力地促进我国农业向国际化、标准化、产业化迈进。对推动我国新农村建设,提升农业生产质量与水平有着以下至关重要的作用。

第一,农业品牌建设是促进传统农业向现代农业转变的重要

手段。贯彻落实科学发展观,创新发展模式,加快传统农业向现代农业转变是新时期农业发展面临的重大任务。农业品牌建设是现代农业的一个重要标志。推进农业品牌建设,有利于促进农业生产标准化、经营产业化、产品市场化和服务社会化,加快农业增长方式由数量型、粗放型向质量型、效益型转变。

第二,推进农业品牌建设是优化农业结构的有效途径。随着人民生活水平的提高,社会对农产品品种、质量、安全、功能等提出了更高的要求。推进农业品牌建设,以市场为导向,以满足多样化、优质化消费为目标,引导土地、资金、技术、劳动力等生产要素向品牌产品优化配置,有利于推进资源优势向质量优势和效益优势转变,有利于推进农业结构调整和优化升级。

第三,推进农业品牌建设是提高农产品质量安全水平和竞争力的迫切要求。自我国加入世贸组织后农业的国际化进程明显加快,面临的国际竞争压力进一步加大。通过推进农业品牌建设,重点培育和打造农业名牌,有利于促进农产品质量安全整体水平的提高,有利于形成一批具有国际竞争优势的品牌农产品。

第四,推进农业品牌建设是实现农业增效、农民增收的重要举措。提高农业效益,增加农民收入,是建设社会主义新农村的重要内容。品牌是无形资产,打造农产品品牌的过程就是实现农产品增值的过程。大力发展名牌农产品,有利于拓展农产品市场,促进农产品消费,促进优质优价机制的形成,实现农业增效、农民增收,可显著地提高新农村建设质量与水平。

第二节 新农村建设的科学内涵与原则

一、新农村建设的科学内涵

党的十六届五中全会作出了加快社会主义新农村建设的重大

决定,提出实施以“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”为内容的新农村建设战略 20 字方针。建设社会主义新农村是我国现代化进程中的重大历史任务,是统筹城乡发展和以工促农、以城带乡的基本途径,是缩小城乡差距、扩大农村市场需求的根本出路,是解决“三农”问题、全面建设小康社会的重大战略举措。

(一)用全新视角看待社会主义新农村建设

建设社会主义新农村是中央对“三农”问题的重大决策,位列我国未来 5 年科学规划的十大方略之首,涵盖了经济、政治、文化和社会建设的方方面面,必须以全新的视角、系统的思维审视社会主义新农村建设的新背景、新内涵和新特征。

1. 社会主义新农村建设的新背景 建设社会主义新农村不是一个新概念。20 世纪 50 年代以来曾多次使用过类似提法,但在新的历史背景下,党的十六届五中全会提出的建设社会主义新农村具有更为深远的意义和更加全面的要求。新农村建设是在我国总体上进入以工促农、以城带乡的发展新阶段后面临的崭新课题,是时代发展和构建和谐社会的必然要求。当前我国全面建设小康社会的重点难点在农村。农业丰则基础强,农民富则国家盛,农村稳则社会安;没有农村的小康,就没有全社会的小康;没有农业的现代化,就没有国家的现代化。世界上许多国家在工业化有了一定发展基础之后都采取了工业支持农业、城市支持农村的发展战略。目前,我国国民经济的主导产业已由农业转变为非农产业,经济增长的动力主要来自非农产业。根据国际经验,我国现在已经跨入工业反哺农业的新阶段。因此,我国新农村建设重大战略性举措的实施正当其时。

2. 社会主义新农村建设的新内涵 十六届五中全会对新农村建设提出的“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”20 字方针,描绘出一幅新农村的美好蓝图。这 20 字方针,既