

中文摘要

中国能否在本世纪中叶年实现现代化，关键在于农业能否实现现代化。可以断言，在中国没有农业的现代化，就没有整个国民经济的现代化。现代农业是继原始农业、传统农业之后的一个农业发展新阶段，农业现代化是中国现代化的重要组成部分，实现农业现代化，其核心是发展现代农业。建设现代农业是一项重大而紧迫的历史任务。建设现代农业是我国农业发展的必由之路。由原始农业到传统农业再到现代农业，是农业发展的一般规律。福建省作为我国一个重要的农业发展基地，实现农业的现代化对整个国民经济的发展具有重要意义。

农产品品牌化经营研究是福建省农业产业做大做强的必然要求，也是提升农产品国际竞争力的有效途径，更有利于解决农产品“卖难”问题，增加农民收入。针对农产品的附加值低，缺乏市场竞争力，打造福建省农产品品牌，并对品牌进行相应的管理，有利于提高福建省农产品的市场竞争力，进一步开拓国内外市场，增加农民和企业的收入。

关键词：现代，农业，福建，品牌，发展

Abstract


Can China by mid-century years of modernization, the key lies in the modernization of agriculture can be achieved. It is certain that there is no agricultural modernization in China, there is no modernization of the entire national economy. Modern agriculture is the second primitive agriculture, traditional agriculture, after a new stage of agricultural development, agricultural modernization is an important component of China's modernization, agricultural modernization, the core of the development of modern agriculture. Construction of a modern agriculture is an important and urgent historical task. Construction of a modern agriculture is the only way for China's agricultural development. From primitive agriculture to traditional agriculture, and then to modern agriculture, is the general law of agricultural development. As China's Fujian Province is an important base for agricultural development, the realization of agricultural modernization of the entire national economic development of great significance.

Agricultural research brand management is bigger and stronger agricultural industry in Fujian Province inevitable requirement, but also to enhance the international competitiveness of agricultural products effective way, more conducive to the solution of agricultural products "are difficult" issue, increase their income. Against the value of agricultural products is low, the lack of market competitiveness and create the brand of agricultural products in Fujian Province, and accordingly the brand management, help to improve the market competitiveness of agricultural products in Fujian Province, and further develop domestic and foreign markets and increase the income of farmers and businesses.

Keywords: modern, agriculture, Fujian, brand, development

独创性声明

本人声明，所呈交的学位（毕业）论文，是本人在指导教师的指导下独立完成的研究成果，并且是自己撰写的。尽我所知，除了文中作了标注和致谢中已作了答谢的地方外，论文中不包含其他人发表或撰写过的研究成果。与我一同对本研究做出贡献的同志，都在论文中作了明确的说明并表示了谢意，如被查有侵犯他人知识产权的行为，由本人承担应有的责任。


学位（毕业）论文作者亲笔签名： 日期：2019.12.30

论文使用授权的说明

本人完全了解福建农林大学有关保留、使用学位（毕业）论文的规定，即学校有权送交论文的复印件，允许论文被查阅和借阅；学校可以公布论文的全部或部分内容，可以采用影印、缩印或其他复制手段保存论文。

保密，在 年后解密可适用本授权书。

不保密，本论文属于不保密。

学位（毕业）论文作者亲笔签名： 日期：2019.12.30

指导教师亲笔签名： 日期：2019.12.30

引言

1.1研究的背景

中国能否在本世纪中叶年实现现代化，关键在于农业能否实现现代化。可以断言，在中国没有农业的现代化，就没有整个国民经济的现代化。现代农业始于二战后，是在近代农业的基础上发展起来的以现代科学技术为主要特征的农业，是广泛应用现代市场理念、经营管理知识和工业装备与技术的市场化、集约化、专业化、社会化的产业体系，是将生产、加工和销售相结合，生产和生态相结合，农业与农民发展、农业与工业发展统筹考虑，高效利用资源与生态环境保护高度一致的可持续发展的新型产业。

现代农业是继原始农业、传统农业之后的一个农业发展新阶段，从世界范围看，传统农业向现代农业的转变，大体上起始于19世纪中叶，至今已经历了百余年的历史，第二次世界大战后，现代农业迅速发展，许多国家实现了农业现代化，农业劳动生产率、土地产出率和商品率达到了前所未有的高度，使农业发展成国民经济中一个高度发达的现代基础产业。先起步的发达国家已经在农业现代化基础上进一步向更高层次迈进；一些发达国家和地区从第二次世界大战后，在夯实农业基础的同时，调整产业结构，在20世纪60年代逐步进入农业现代化行列；并且随着整个国民经济和产业结构提升，使农业现代化的水平不断提高，形成了独具特色的现代农业模式。

我国自1949年以来，全面进行大规模的农业现代化建设。回顾60年的历程，现代农业的内涵由浅及深，由简单向综合发展。20世纪50年代我国将农业现代化的内涵确定为机械化、化学化、水利化和电气化，60年代初农业现代化成为四个现代化的内容之一。农业现代化是中国现代化的重要组成部分，实现农业现代化，其核心是发展现代农业。党的十六大报告指出：“统筹城乡经济社会发展，建设现代农业，发展农村经济，增加农民收入，是全面建设小康社会的重大任务”。现代农业在不同的地区，不同的空间尺度下有着不同的形式。山区、平原、丘陵、滩涂、水域等不

同的地貌类型；不同社会经济条件地区，如发达地区、落后地区，初具现代农业雏形的地区、生产力极其落后的地区发展现代农业的理论和模式都有所不同。

在我国加入WTO和经济全球化的大背景下，发展现代农业已经成为农业发展、农民增收、农村经济繁荣和全面建设小康社会的必然选择。如何发展现代农业，是新的历史条件下具有探索性的问题之一。在农业生产力相对落后，社会经济发展总体水平比较低的条件下，我国在从事农业生产活动过程中，主要关注如何获取更多数量的农产品，以解决温饱的需要。但是，随着农业生产力水平日益提高和社会经济发展总水平不断提高，农产品数量已不再是农业生产的主要目标，此时，农业经济发展与工业经济发展一样，随着短缺经济时代的结束和市场经济向纵深发展，需要寻找新的市场和出路。纵观一些发达国家工业化历程，在工业化初始阶段，农业支持工业、为工业提供积累；在工业化达到一定程度以后，工业反哺农业、城市支持农村，实现工业与农业、城市与农村协调发展，已成为一个普遍的规律。目前，我国总体上已经达到以工促农、以城带乡的发展阶段。同时，随着市场经济的发展和竞争的日益激烈，农产品的竞争也进入了品牌竞争时代。现代农业是农业发展进步过程中的一个重要阶段。以市场机制推动现代农业建设是无可争议的，但市场经济并不是全能的，特别是对于农业这样一个特殊的产业，其产业特质比较脆弱，更易发生市场失灵。在从传统农业向现代农业的转型过程中，会产生许多不稳定、不公平的现象，没有政府的参与，既不可能实现现代农业的规范发展，也不可能减少农业的转型成本和社会风险。因此政府有必要在市场调节的基础上发挥自身的作用，以影响或控制现代农业的发展。

建设现代农业是一项重大而紧迫的历史任务。建设现代农业是我国农业发展的必由之路。由原始农业到传统农业再到现代农业，是农业发展的一般规律。发达国家的经验表明，随着经济的发展和科学技术的进步，农业发展必然由传统农业进入现代农业阶段。我国现在正处在由传统农业向现代农业转变的过程中。我们不仅要充分认识建设现代农业这一必然的趋势，更要清醒地看到我国发展的差距，进一步加快建设现代农业的步伐。建设现代农业是解决“三农”问题的重要前提。农业问题始终是“三农”问题的前提和基础。没有农业也就无所谓农村和农民。农业问题不解

决，农村的繁荣和稳定就没有基础，农民收入的增加就会受影响。而解决农民问题的根本出路是建设现代农业。建设现代农业是增加农民收入、从根本上解决农民问题、繁荣农村经济、实现农村全面小康的重要条件。

建设现代农业是提高农产品国际竞争力的重要途径。通过建设现代农业，能够大幅度提高农产品加工增值率和资源综合利用率，把农业建设成为发达的基础产业；能够形成高水平的农业教育、科研与推广体系，培养适应现代农业体系的高素质农民，把农业建设成为科学化的基础产业；能够实现农业与非农产业的公平交换与分配，促进生产要素的合理流动和组合，把农业建设成为高度商品化的基础产业；能够形成与现代市场经济相适应的经营机制，并逐步实现与国际接轨，把农业建设成为市场化、国际化的基础产业。

发展现代农业在我国已经有了相应的基础。纵观世界农业发展历程，发展现代农业既是现代经济发展的重要组成部分，同时又与国民经济其他部门的现代化互为条件。工业化、城镇化的发展需要发挥农业的基础作用，现代农业建设又必须以科技进步和工业体系的完善为前提。目前，我国总体上已进入工业化中期阶段，统筹城乡经济社会发展和实行工业反哺农业、城市支持农村的条件基本具备，发展现代农业有了相应的基础。发展现代农业，促进农民增收，解决“三农”问题是全国的重要任务，更是福建的重要任务。福建农业必须遵循现代农业的基本原则和要求，积极努力推进建立现代农业的进程。近年来，福建省的农业品牌面临着两难的尴尬处境：一方面拥有全国最丰富、最好的农业资源，另一方面却不能够将这些资源优势转化为品牌优势，农业发展水平不高。为了解决福建省农产品品牌化经营中存在的问题，对福建省的农产品进行品牌整合，加强品牌管理，打造福建省农产品绿色品牌，拓宽国内外市场，提高农产品的质量和市场竞争力，增加农业生产者的收入。

1.2 研究意义

现代农业发展是区域农业理论研究中的一个热点话题。本研究在宏观与微观、理论与实践、现实与未来之间寻求最佳契合点，探讨福建现代农业的发展状况与发展的模式选择，不仅具有很强的理论价值，而且对于加快福建现代农业发展具有直

接的实践意义。

1.2.1 理论意义

我国虽然已经初步建立起以现代农业为主体的学科理论体系,但发展尚不完备,存在一系列亟待解决的问题,不利于指导生产实践。主要表现在:一是我国现代农业学科体系群尚未建立起来,对现有的多样化现代农业模式的多学科交叉与综合研究仍较薄弱;二是从研究区域来看,已有的文献资料大多从我国宏观全局对问题加以把握,而对中观或微观区域发展的研究则略显滞后。本研究以福建为分析对象,深化了该领域的研究内容,创新了相关研究方法。同时,本研究涉及区域经济学、农业经济学、战略管理学等多学科内容,能够增强人们对现代农业发展特征、模式等问题的认识和把握,进而在既有认识的基础上,启发人们对现代农业理论进行比较全面的思考。

1.2.2 现实意义

本课题研究还具有现实紧迫性。在当前工业化、城镇化、市场化和国际化加快推进的大背景下,农业农村经济与经济社会发展的联系越来越紧密,对国际国内市场的变化越来越敏感,受资源环境约束越来越明显。地处海峡西岸的福建,现代农业产业体系建设既有与全国各省市相同的大背景、大趋势,又有其独特的区位特点、地理条件、气候资源和外部环境,但发展中仍面临着农业基础设施投入不足、农业生产手段比较落后、农业比较效益依然偏低等诸多现实难题。在这样的背景下,如何立足比较优势,因地制宜、因时制宜,明晰未来的发展走向、选择合适的发展战略对于福建现代农业的持续健康发展显得尤为重要。本课题的研究成果建立在定量研究、全面分析的基础之上,不仅对我省有关部门制定合理的政策和产业发展规划具有一定的实际参考价值,而且对其他相似区域现代农业发展具有借鉴意义。

1.3 国内外研究概况

1.3.1 国外研究概况

现代农业是以现代化理论为基础,并结合农业的特点提出的。农业经济学家和

发展经济学家对此给予了较大关注。其中最具代表性的是美国的著名经济学家西奥多·W·舒尔茨，他认为，发展中国家的经济成长有赖于农业的迅速稳定增长，而传统农业并不具备迅速稳定增长的能力，出路在于把传统农业改造为现代农业。

对农业发展阶段的划分有不同的观点。美国著名农业经济学家约翰·梅勒(John W·Mellor)于1966年提出“梅勒农业发展阶段论”。该理论把农业发展分为3个阶段：传统农业阶段、传统农业向现代农业的过度阶段、现代农业发展阶段。日本著名经济学家速水佑次郎和美国的弗农·拉坦，同样把农业发展分为3个阶段：以增加生产和市场粮食供给为特征的发展阶段；以着重解决农村贫困为特征的发展阶段；以调整和优化农业结构为特征的发展阶段。尽管对农业发展阶段理论的划分标准、分析视角和研究侧重有所不同，但是我们可以看出，他们都非常注重农业资源的配置和生产要素的投入对现代农业发展的推动作用。这些成果尽管依据的历史背景不同、理论假设条件也存在差异，但仍对我国现代农业的发展有很多启示：第一，现代农业发展的全过程是农业资源、生产要素、技术和制度相配合的结果；第二，由于农业资源和生产要素的相对稀缺性，建立高效的资源配置市场体制对现代农业发展尤为重要；第三，政府在现代农业发展中扮演着重要的角色。

与此同时，欧美等发达国家在20世纪70年代初开始了可持续农业发展进程。它们在各自的现代农业发展进程中寻找和总结了现代农业的代表性模式——美国、加拿大等国的规模化、机械化、高技术模式；欧洲的生产集约加机械技术的复合型模式以及以色列、日本、韩国等的资源节约和资本技术密集型模式。这些现代农业发展模式为中国农业现代化进程提供了有利经验借鉴。但鉴于中国农业发展的特殊性，上述各农业现代化道路在中国的推广还必须加以调整。

近年来，国外在品牌农业相关理论研究方面取得了丰硕的成果。其中有代表性的如：Helga Willer和Minou Yussefi在2004年编写的《世界有机农业的统计数据与发展现状研究》，文中介绍了有机农业在各国、各地区的发展现状，有机食品在各国的销售情况，现行有机农业发展的标准和规范，对有机食品的鉴定，等等。从宏观上描述了有机农业的发展以及提供了许多最新的有机农业发展数据。Thomas van Elsen在2000年发表了关于有机农业对恢复物种多样性的重要意义以及如何恢复，从

生态学角度对有机农业的发展提出了要求。Rifkin和Jeremy 2005年三月/四月的环境杂志上发表文章，强调当今世界应该是全球化发展有机农业的时代，他从食品安全，人类健康，自然环境的保护。Steven C. Blankand Garyd在2005年提出有机农业将由小规模向有序化及大规模生产发展，明确肯定有机农业短暂的历史，长远的未来。

综合来看，国外学者对品牌农业的研究主要集中在以下方面：（1）有机食品生产和销售体系的研究，如有机食品的机构认证、标准体系、环境审核、质量监控管理；（2）有机农业发展的政策体系研究，如政府对有机食品的生产、加工、销售的政策上的支持；（3）绿色消费和绿色市场的研究，如有机食品市场特点和发展趋势、消费行为、产品开发策略、营销网络及市场服务等。国外关于有机食品的理论研究和实践已有比较完整的体系和成熟经验，形成了在有机食品生产、流通及消费者行为等方面比较完整的理论体系。

1.3.2国内研究概况

自上世纪80年代初我国现代农业开始萌芽以来，学术界对其开展了广泛的研究、试验和示范，对形成富有我国特色的现代农业体系和推进中国现代农业的发展做出了积极贡献。相关研究主要集中和围绕现代农业的必要性和重要性、现代农业的定义、内涵、理论及技术体系等问题展开辨析与争鸣。主要的研究情况如下：

第一，在现代农业的概念与理论支撑体系问题上，看法很多，讨论热烈。总体上表现为由简单化向综合化发展的过程。这些争议符合中国国情的发展过程，符合新生事物发展的一般规律。目前较一致的看法是：现代农业的核心是科学化，特征是商品化，方向是集约化，目标是产业化。如张晓山（2007）认为，现代农业是指处于一个时期和一定范围内具有现代先进水平的农业形态。具体就是指用现代工业力量装备的、用现代科学技术武装的、以现代管理理论和方法经营的、生产效率达到现代先进水平的农业。贾乃新（2007）认为，现代农业是用工业装备、使用现代科学技术进行商品化生产的高效农业。

第二，我国农业面临的问题和国情背景与发达国家有质的差别。绝大多数发达

国家实施现代农业的唯一目的是维护和提高农业现代环境质量和产品质量。而中国现代农业的基本追求目标按照柯炳生（2008）的归纳是确保农产品的有效供给、提高农民务农收入和资源可持续利用。也就是说，中国的现代农业发展既要保证生产和农业经济的持续发展，又要保护和建设好农业生态环境。所以，中国现代农业实质上是现代与经济高度协调的生产体系，是综合农业，其基本特征是具有整体性、综合性、区域性和可持续性。突出体现在：以追求高产、优质、高效为目的，将我国传统农业精华和现代科学技术相结合，注重高新技术的应用，将增加粮食生产、促进农村综合发展与保护与改善自然资源与现代环境三者相结合等方面。

第三，对现代农业建设水平的衡量与评价。国内如蒋和平、卢江勇、张坤宁等先后使用多级指标综合指数分析法、多元统计分析法、综合评价法等对中国或局部省市的现代农业发展进行了量化评价与分析。目前在中国研究者中使用较多的是综合评价法，其评价指标体系主要包括社会人均GDP、农民人均纯收入、科技进步贡献率、农业机械化率、从业人员素质、劳均粮食产量等方面内容。

第四，中国现代农业的发展途径和对策一直是讨论较多的一个热点问题。综合多数专家学者的看法，必须走中国特色的农业现代化道路。对此，黄佩民认为要通过农村工业化、农业产业化和农村城市化三者互动并举（2007）；陈锡文（2007）则提出要坚持统筹城乡经济社会发展的基本方略，实施工业反哺农业、城市支持农村的方针，着力增强农业综合生产能力。同时，在中国式农业现代化实施过程中，张晓山认为必须理清走中国农业现代化道路必须巩固和完善社会主义的生产关系，发展多种形式的适度规模经营，探索农业中的家庭经营与公司化经营，解决好土地资本化问题，确保农产品的有效供给和粮食安全问题等。

第五，中国现代农业发展的主要趋势与走向。郭晓鸣、廖祖君（2006）认为基本的走向是农业生产规模适度扩大、农业生产领域进一步拓展、农业生产日益科技化，农产品向多品种、高品质、无公害方向发展，可持续农业成为发展标的，农业日益商品化、国际化。而辛岭（2008）则认为高科技农业、多功能农业、可持续农业、标准化农业、信息化农业、工厂化农业是现代农业发展的趋势。

最后，关于福建现代农业发展的情况研究，刘飞翔、刘伟平（2007）等认为站在福建农业发展的实际情况与内外支撑环境基础上，福建现代农业建设应当从过去偏重生产目标的传统农业向生产、生活和生态目标并重的现代农业方向转变，努力实现农业发展的主要目标：基础设施完善，农业投资多元化，中介组织和社会化服务体系健全，市场流通效率高，机械化水平高，农业附加值高，生态环境优美，管理科学和标准化，从而最终实现价值取向从自给型向市场型转变，产业结构从分割型向联动型转变，经营方式从粗放型向集约型转变，劳动者技能从生产型向经营型转变。他们还提出了福建现代农业建设的两步走战略。而张坤宁则从量化方面对福建现代农业建设的现状进行了全面评价。在该方面研究中最有特色的是主张利用闽台合作推动福建现代农业发展。对此、李建华、曾玉荣（2006）重点谈了闽台农业合作对福建现代农业发展所起到的促进作用，而林鹰彰、丁中文（2007）则着重提出闽台农业合作新思路，尤其在合作方式、合作领域、合作重点等方面提出了新的见解，为福建现代农业发展提供了有效的思路借鉴。但综合各类对福建农业现代化建设研讨的文献观点，可以看见研究者主要是探讨福建农业现代化道路上的问题解决与实践对策，但没有能够将福建现代农业发展进行总体解读，整理与归纳出福建农业发展的阶段性与模式特征，也没有能够从现代农业的发展趋势出发，为福建农业发展指明方向，并进而提出一整套的现代农业建设的战略规划，为福建现代农业可持续发展提供方略指针。

在品牌农业方面，国内学者主要在农产品品牌化，品牌农业理论和品牌农业实证方面做出了研究：

第一，国内学者在农产品品牌化方面的研究主要集中在农产品品牌创建、农产品品牌营销以及实施农产品品牌战略。对于如何创建农产品品牌，龙春霞（2007）提出具体四步走的战略：一是规范主体，合理选牌；二是巧妙营销，有效传牌；三是纵横发展，积极扩牌；四是脚踏实地，用心护牌。赵淑杰（2007）从分析我国现代农业建设中问题出发，认为要充分认识实施农产品名牌建设的重要意义，扶持品牌；要鼓励创建农产品知名品牌，扩大市场竞争力；要整合农产品品牌管理市场，依法保护知名品牌农产品；要改变传统营销观念，用现代科学的营销手段扩大品牌。

对于农产品品牌营销问题，程好（2005）针对我国农产品品牌营销方面存在的问题简要探讨了农业生产经营者应该采取的措施；郭红生（2006）则主要探讨了区域农产品品牌文化营销策略，强调要创造良好的产地形象；包装设计突出产地文化特色；巧打名人牌；开展事件营销等。在农产品品牌战略研究上，比较有价值的成果有：奚国泉（2001）分析了农产品品牌的现状及品牌形成的因素，提出企业化组织、个性农产品、国家扶持等具体措施；翟秀海（2006）探讨了实施农产品品牌战略的障碍性因素，认为品牌意识淡薄、产品科技含量低、农产品生产加工的产业化程度较低、不健全的农产品质量认证及检测体系等阻碍了农产品品牌的发展。

第二，关于品牌农业的理论研究。干经天等（2003）探讨了区域品牌农业的功能。他认为，区域品牌农业是农业产业化经营力量的巨大聚集器、龙头企业的有效孵化器、实现城乡一体化和农业现代化的强大加速器。章军（2007）认为，品牌农业是指在生产过程中实行区域化布局、标准化生产、产业化经营和规范化管理，产品通过质量安全认证和商标注册，具有较高的市场知名度和消费者认可度，拥有较强的市场竞争力和占有率，经济效益显著的新型农业。吴桂林等（2005）认为，品牌农业是经过相关质量体系认证，取得商标注册权，具有较高市场认知度、知名度以及消费者信任度，有较强市场竞争力和较高经济效益的农业。白光（2006）指出，农业品牌化是传统农业通过不断应用现代先进科技，提高生产过程的物质技术装备，不断调整农业结构和农业的专业化、社会化分工，以实现农业总要素生产率水平的不断提高和农业持续发展的过程，认为农业品牌化即是由传统农业向现代农业转化的历程过程。从特征和层次的角度看，冷志明（2004）提出，品牌农业具有六个主要特征：即产品品质的主导性、市场环境的适应性、生产经营的规模性、发展模式的多样性、产业发展的持续性、消费安全的保障性。方中友（2006）认为，品牌农业主要有两个层次：一是指“品牌农产品”，就是使用知名度较高的注册商标的农产品；二是指“品牌农业产业”，是指在一定区域内市场占有率高、信誉良好、经济效益显著、具有地方特色的农产品。

第三，关于品牌农业的实证研究。俞菊生等（2005）通过对上海青浦的品牌农业发展现状进行研究，提出青浦农业创名牌的对策措施，认为树立名牌观念是实施

企业创名牌的先决条件；实施标准化是创名牌的关键环节；发展特色农业是农业创名牌的突破口；建立和完善品牌管理体系是农业创牌的有效保障；企业和农户联合运作是品牌发展的有效组织形式。方中友（2006）以南京市为研究对象，通过考察南京市品牌农业发展的基本情况，构建了南京市品牌农业的发展战略和发展目标。他认为，南京品牌农业的战略重点在于三个方面：一个国家级品牌的保级；二是大力发展区域优势农产品；三是保持对弱势产品的扶持。马建中等（2007）分析了湖北省品牌农业发展的基本态势、潜在优势、主要问题及其深层原因，并提出湖北省品牌农业的发展思路。他建议，要大力发掘特色资源，实施特色农产品品牌带动战略；加强优质产品生产基地和产业带建设，扩大产品市场规模，增强品牌产品的市场影响力；大力推进农业产业化发展，增强龙头企业对品牌农业的带动力；采取品牌延伸方式，不断拓宽品牌范围，建立和完善品牌体系，丰富品牌农业的发展内涵；加大农业技术创新，强化农业科技对品牌价值的增值能力。张屈征（2007）对陕西品牌农业发展中存在的问题与原因进行了针对性分析，并就如何培育陕西区域品牌得出了自己的结论。他建议，要提高农业的组织化程度，推动农业产业化经营；要加强产学研合作，提高生产科技水平；要调整产业结构，实行区域化布置，专业化分工，形成特色产业；应强化品牌管理和推广工作；同时还要切实改革农村政府机构，转化职能，提高服务水平。

1.4 研究目标、主要内容和研究重点

1.4.1 研究目标

本研究以探求福建现代农业发展的模式选择为核心，通过理论分析与发展实践剖析，规划与提升福建现代农业战略发展模式，为福建现代农业发展提供理论支持和政策依据。

1.4.2 研究内容

- (1) 福建现代农业总体发展水平分析
- (2) 福建现代农业发展的阶段划分与主要模式归纳

- (3) 福建现代农业发展的SWOT分析
- (4) 国内外现代农业发展比较与借鉴
- (5) 福建现代农业发展的模式选择
- (6) 福建现代农业发展的对策建议

1.4.3 研究的重点

本课题研究的重点在于评价福建现代农业发展的总体水平，归纳福建现代农业发展的主要模式以及依据福建现代农业的发展模式进行战略规划设计。其中，可能的难点包括：福建现代农业发展水平评估、福建现代农业发展的模式归纳、福建现代农业的发展模式选择等。

1.5 本项目的创新之处、立论依据及成果

1.5.1 本项目的创新之处

本研究的创新之处主要体现在以下几个方面：一是对福建现代农业发展实践进行科学总结，阐明福建现代农业发展的主要模式，在理论上具有一定的创新性；二是首次运用SWOT分析法对福建现代农业发展的内外部环境进行全面解读，从而为全面研究福建现代农业发展的未来走向提供科学依据；三是从国际现代农业发展趋势出发，结合福建现代农业发展实际，分析了福建现代农业未来发展的功能走向、产业走向及发展模式选择，从而为福建农业现代化的具体战略部署指明了方向。

1.5.2 立论依据

理论依据主要有以下三个方面：（1）SWOT分析法；（2）现代农业管理理论；（3）品牌农业理论。

1.5.3 研究工作的预期成果

- （1）完成一篇有理论参考价值实践指导意义的硕士论文；
- （2）在研究的过程中发表文章1-2篇。

1.6 本论文的研究方法、步骤以及可行性及技术路线

1.6.1 研究方法

(1) 规范分析。对现代农业的基本概念、评价指标体系做规范分析。对福建现代农业的发展现状及其未来走向做分析。

(2) 文献研究和实地调查相结合的方法。在努力开展文献调查研究的基础上,进行一定的现代农业和现代农村的实地调查研究,掌握第一手资料,力争两种方法相结合。

(3) 定量分析和定性分析相结合。在已有现代农业的分析研究体系的基础上,针对福建现代农业的特性构建符合福建特色的分析研究体系,并利用这一体系对福建现代农业的发展状况和未来走向进行分析。

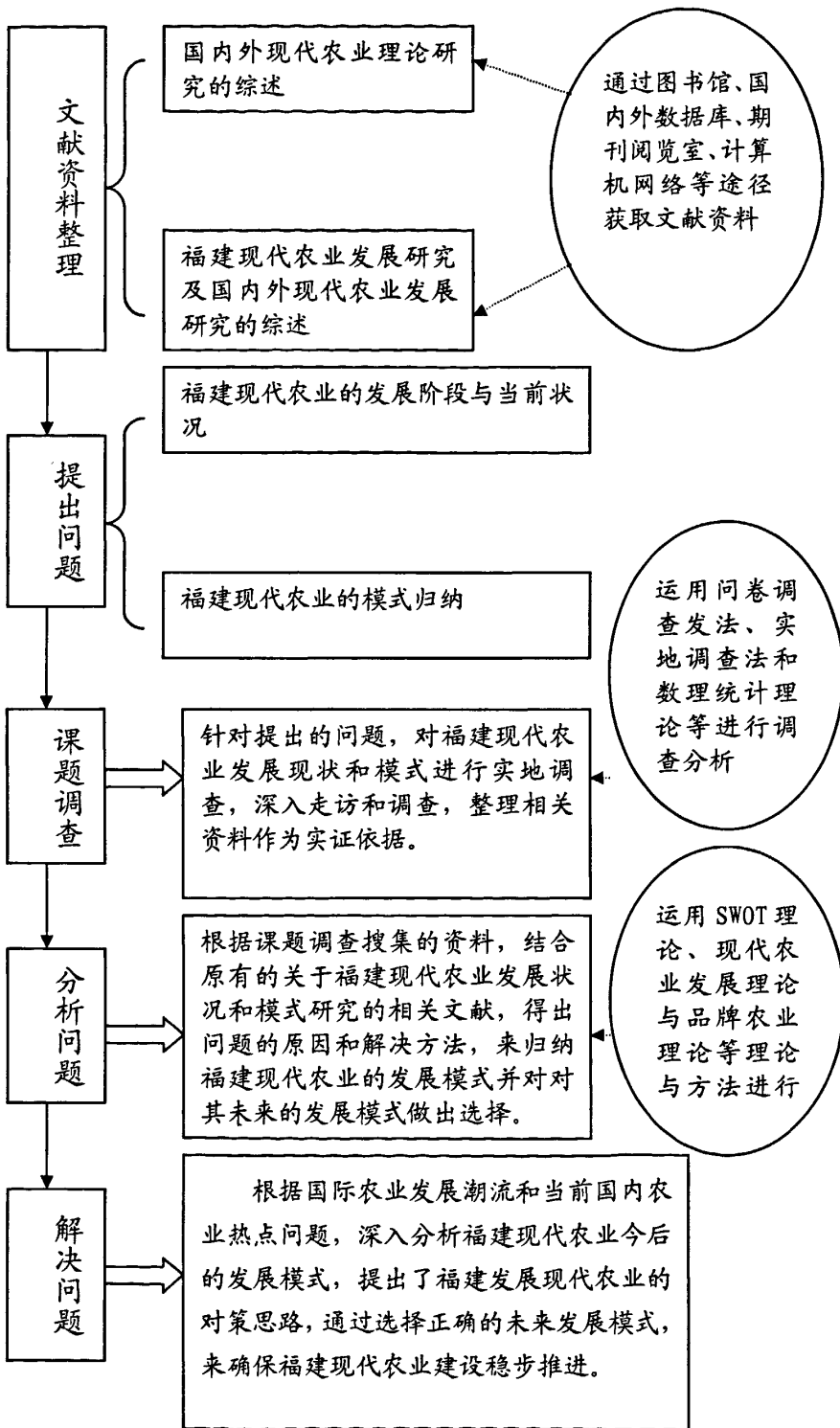
1.6.2 研究步骤

(1) 收集国内外现代农业发展的资料以及福建现代农业发展的资料,并进行相关的理论学习。(2) 与所要调研的福建农业和福建农村的相关部门和人员等通过访谈、问卷调查等形式取得合作,深入调查分析福建现代农业发展现状并收集相关数据,分析其当前的发展状况以及未来走向。(3) 对所收集的资料进行整理、分析、研究、修改,完成学位论文。

1.6.3 可行性论证

(1) 导师在现代农业经济管理等方面有较深的造诣,已经取得了相当多的研究成果,不论是在理论上还是实践上都能够给予相应的指导,这是一个很重要的前提条件。(2) 本项目所参考的文献和所使用的数据,可以从各种文件和理论研究资料中获得,有很高的可信性和权威性,为进一步打下坚实的基础。(3) 所采用的研究方法在前人的研究过程中已经证明有效成熟。(4) 本人在研究生期间阅读了大量相关书籍,有了一定的研究基础,有充足的时间和精力做该项研究。

1.6.4 研究的技术路线



2. 现代农业的内涵及其在福建的发展态势

2007 年中央1 号文件明确提出:发展现代农业是社会主义新农村建设的首要任务。党的十七大报告再次强调,坚持把发展现代农业、繁荣农村经济作为推进社会主义新农村建设的首要任务。因此可以说,发展现代农业具有重大的理论意义和现实意义。现代农业的内涵问题,学术界还有很多争论,不同的学者给出的定义也不相同,关于“现代农业”的外延也不一样。本部分将着重讨论现代农业的内涵及其相关理论的发展,进而深入领会关于现代农业问题的理论发展脉络,这对于我们今天讨论福建地区农业品牌化问题也是有益的。

2.1 现代农业的内涵及其相关理论发展

现代农业是继原始农业、传统农业之后的一个农业发展新阶段,从世界范围看,传统农业向现代农业的转变,是在封建土地所有制废除、资本主义商品经济和现代工业有了重大发展的基础上逐步实现的,这一转变起始于19世纪中叶,至今已经历了百余年的历程。第二次世界大战后,现代农业迅速发展,许多国家实现了农业现代化,农业劳动生产率、土地产出率和商品率达到了前所未有的高度,使农业产业发展成为国民经济中一个高度发达的现代基础产业。一般来说,现代农业是指:以现代工业和科学技术为基础,重视加强农业基础设施建设,充分汲取中国传统农业的精华,根据国内外市场需要和WTO规则,建立起采用现代科学技术、运用现代工业装备、推行现代管理理念和方法的农业综合体系。^[1]

美国等发达国家在70年代以前已经实现农业现代化,此时的现代农业表现为“石油农业”,即用现代工业装备农业,现代科学技术武装农业,现代经营管理方法管理农业,用开放式的商品经济替代封闭式的自给性传统经济,强调高投入、高产出、高效率。这种模式经济效益往往能够达到最优,但它是牺牲生态效益与社会效益为代价的。随着“石油农业”对资源的掠夺和对环境的破坏,西方一些学者在20世纪70—80年代提出自然农业思想,具有代表性的有英国的霍华德提出的“有机农业”,美国的艾希瑞克提出的“生态农业”,日本的福冈正信提倡的“自然农业”等等。这种思想强调运用传统农业技术,排斥化学制品,尽量减少人为影响。自然农业在生产

中不追求效率，土地的产出率低，无法解决人类生存发展问题，很快衰落下去。20世纪80年代中期以后，持续农业（Sustainable Agriculture）成为发达国家农业理论的热点。最初持续农业的涵义局限于资源环境的持续性，实际上是自然农业涵义的延伸。1985年美国加利福尼亚州立议会通过的“持续农业研究教育法”中首先提出“持续农业”。1986年波林塞特将持续农业定义为“通过对可更新资源的利用达到农业的持续发展。”仅注重资源环境的持续性而不注重生产能力的提高，必然被时代淘汰。1988年以来，由于生存、发展问题是大多数发展中国家的首要问题，所以持续农业的涵义由窄变宽，开始注重生产的效率。

2.2 现阶段福建现代农业的总体水平评价

福建现代农业的发展过程是一个历史的、连续的过程，福建现代农业的发展是国家宏观调控和市场经济发展规律综合作用的结果。我们必须重视农业的发展，引导农业的发展，促进和鼓励农业发展，农业的发展关系到社会主义市场经济的全局。现代农业是从工业革命以来形成的农业，是逐步走向商品化、市场化的农业。这一阶段，农业在市场经济框架下，广泛运用现代工业成果和科技、资本等现代生产要素，农业从业人员不断减少，但农业劳动者具有较多的现代科技和经营管理知识，农业生产经营活动逐步专业化、集约化、规模化，农业劳动生产率得到大幅度提高。现阶段福建现代农业的总体水平与世界先进国家相比还有很多差距，但是也取得了不少成绩。现阶段福建现代农业的总体水平还是比较低的，虽然在全国范围内处于先进水平，但是与世界发达国家的农业相比，福建地区还有很大的差距。造成这些差距的原因是十分复杂的，既有主观方面的也有客观方面的。

2.2.1 福建现代农业发展现状

2006年，全省农林牧渔业总产值达1496.35亿元，其中，农业总产值628.67亿元，林业105.78亿元，畜牧业279.71，渔业463.44亿元，农林牧渔服务业18.75亿元。农民人均纯收入4833元，比全国平均水平多1246元，高出34.7%，在全国各省（市、区）排名中位居第七^[9]。现代农业发展呈现出如下特点：

(1) 现代农业产业结构趋于优化

福建农业产业化发展，带动了千家万户按照市场需求，进行专业化、规模化、集约化生产，促进了农村生产要素优化组合。蔬菜、花卉、烤烟、水果、食用菌、茶叶、畜禽等一批优质高效的特色农产品及加工产业迅速发展，加快了农业产业结构的调整。2006年全省粮食作物播种面积139.58万公顷，非粮食作物播种面积103.87万公顷，非粮作物的播种面积比例由2005年的41.9%上升为42.6%。全省共有温室面积2260.56公顷，其中种植蔬菜6075.40公顷，食用菌10400.77公顷，水果2248.81公顷，园艺苗木1577.49公顷。

(2) 基础设施建设进一步强化

福建进一步加强农村基础设施建设，在交通、电力、通讯和专业市场建设等方面得到较好发展，在一定程度上强化了基础设施对现代农业的支撑和带动作用。2006年末，全省7.4%的乡镇地域内有火车站，49.8%的乡镇地域内有二级以上公路通过，93.0%的乡镇有邮电所，94.3%的乡镇有储蓄所，79.8%的乡镇有综合市场，13.8%的乡镇有农产品专业市场，30.8%的村域内有50平方米以上的综合商店或超市，98.0%的村通公路，99.6%的村通电，99.1%的村通电话，96.8%的村能接收电视节目。

(3) 农机化装备和作业水平显著提高

近年来，全省主要农业机械数量增长较快，农业机械化水平进一步提高。2006年末，全省大中型拖拉机6136台，比1996年末增长1.2倍；小型拖拉机60570台，减少45.4%；大中型拖拉机配套农具1234台，增长86.7%；小型拖拉机配套农具27354台，增长31.8%；联合收割机2118台，增长5.8倍。机耕面积占耕地面积的比重21.7%，比1996年提高6.7个百分点；机电灌溉面积、喷灌面积和滴灌渗灌面积占耕地面积的比重分别4.2%、0.6%和0.3%。机播面积占播种面积的比重0.3%，比1996年提高了0.2个百分点；机收面积占播种面积的比重3.9%，比1996年提高了3.8个百分点。

(4) 农村劳动力素质得到改善

普及九年义务教育的深入开展，特别是近几年国家对农村教育实行的“两免一补”政策，对贫困家庭和困难学生上学提供了经济保障，农村教育事业较快，对农民素质的提高起到了极大的推动作用。2006年福建农村劳动力为1403.18万人，其中初中以下文化程度占42.1%，初中文化程度630.28万人，占44.9%；高中文化程度

度158.85万人，占11.3%；大专及以上学历文化程度23.86万人，占1.7%。另外，福建省实施了农村“六大员”培训工程、“绿色证书”、“农民创业”和“核心农户”等培训工程，提高了农民的创业就业能力和种养水平。

(5) 农业产业化水平不断提升

福建把促进农业产业化龙头企业的发展作为工作的出发点和突破口，龙头企业呈现良好的发展态势，企业经营规模不断扩大，效益稳步提升，带动作用日益增强。2006年市级以上企业数达733家，省级及以上企业150家，国家级23家，分别比2003年增加160家、150家和8家。全省市级以上企业共实现销售收入684.97亿元，比上年同期增长14.3%，销售收入过亿元的企业有142家，过十亿元的企业有9家。获得国际质量认证企业数477家，获得绿色食品标志企业数239家，分别比2003年增加167家和62家，全省市级以上企业带动农户数389.91万户，比上年同期增长5.4%，其中国家级和省级重点龙头企业带动农户191.71万户，占带动农户总数的49.2%；订单联系农户数131.89万户，比上年同期增长5.8%。

2.2.2 福建现代农业发展面临的一些问题

(1) 农业资源的短缺，农业生态环境恶化

我省人均农业资源相对较少，加之人为破坏，使其总量不断下降。全省耕地资源十分有限且分布不均。土地总面积仅12.40万平方千米，占全国土地总面积的1.3%，居全国第23位；山地丘陵约占土地总面积的90%，宜林地多，宜耕地少，宜林地约占土地总面积的74%，宜耕地仅占21%。2006年末，全省耕地面积为133.70万公顷，人均耕地面积0.038公顷，人均土地和耕地面积均不到全国人均的一半，是最少的省份之一。耕地中高产田少，中低产田多，耕地供求关系与人地矛盾十分突出。在福建的人均农业资源原本就远低于世界平均水平的情况下，最近20多年来，工业化和城市化的快速推进又大量占用耕地，与农业争水，导致农业资源利用空间缩小，加之农业资源的过度开发，增长方式粗放，导致了农业生态环境总体上呈不断恶化的趋势，生物多样性保护形势严峻，大量宝贵的农业物种资源遭到严重破坏，部分物种资源退化、流失或灭绝。受工业“三废”污染影响，区域水环境，尤其是近海水域环境污染较为严重，成为现代农业可持续发展的最大障碍。

(2) 农村金融和保险服务业发展落后、现代农业发展资金短缺

由于农业比较效益长期偏低，农业自身积累不足。许多地方基层财政仍然困难，财政支农资金被拖延、挪用、挤占的现象依然存在，虽然“多予”政策开始实施，但从中央到地方，支农资金高度分散在各个部门，各自为政，大大降低了资金的使用效率，在短期内新增较大幅度的投入也存在一定难度。农业生产周期长，面临的自然、疫病、市场风险大，社会资本投入农业的积极性不高，商业银行的农村网点缩减，农村资金外流严重，农业项目融资困难。四大国有银行逐步减少农村网点，农村信用合作社尚在进一步改革中，农业开发银行作为政策性金融机构，目前无法面向农民开展信贷业务。在农业保险方面，由于福建省是台风、干旱、暴雨等自然灾害的多发省份，农业保险赔付率高，农业保险业务呈萎缩状态，农民经常投保无门，无力与自然灾害抗争。

(3) 农产品加工发展相对滞后、农村现代流通服务体系不健全

2006年全省规模以上农产品加工业产值为2500多亿元，与农林牧渔总产值的比例不足1.7:1，与发达国家4:1的比例相差甚远，主要问题：一是中小型企业居多，缺少具有较强国际竞争力的名牌企业或企业集团；二是技术创新能力不强，加工企业技术、设备、管理落后；三是产加销结合不紧密，粗加工多、精加工少、高档产品生产能力不足；四是标准化程度低，质量安全问题依然严重，名牌农产品总体偏少。同时，农村的现代流通服务体系尚不健全。以农民专业合作社为例，2006年，福建有实体型农业专业合作经济组织的乡镇比重仅为12.1%，而北京、江苏、浙江、上海的比重则分别为69.5%、45%、40.3、32.4%。

(4) 农业技术综合实力不强，标准化体系不健全

目前，农技推广体系薄弱，农业科技成果转化率低。全省农业科技对农业生产的贡献率不到50%，与发达国家60%—80%的贡献率相比差距仍然很大。2006年末，全省共有农技推广服务机构1982个、农业技术人员9.24万人，每万名农业人口仅有10名左右的农技人员，而美国、日本、德国等发达国家，每万名农业人口就有40名农业科技人员。全省现有农技人员专业技术职务层次偏低，初级农技人员有7.5万人，占到了81.17%；中级农技人员1.45万人，占15.69%；高级农技人员仅占3.24%，难以适应农业结构调整的需要。基层县乡农技推广体系不健全，原有的公益性基层科技

推广体系仍基本处于体制、经费、人员和任务不够明确的状态，而农民专业合作社等新的合作方式还处于刚刚起步阶段。此外，农业标准化体系和质量监测检验体系建设滞后。农产品标准化生产水平低、检测手段落后，直接影响了农产品质量和市场竞争力。这种状况从整体上制约着现代农业的发展。

(5) 资金技术投入不足，政策支持力度不够

20世纪80年代中期，世界各国农业科研投入占农业总产值平均值约为1%，发达国家为2%，北美等国家高达3%。2005年我国农业科研投入占农业总产值达0.4%，福建省农业科研投入占农业总产值达0.33%，是世界发达国家的1/8。目前我省农业科技投入和科技推广投入增长速度为7.84%、8.9%，低于财政收入的增长速度。

(6) 全球化的挑战

目前，我省现代农业发展还面临着全球化的挑战。随着我国入世过渡期的结束，农产品国际统一市场已经基本形成。根据我国入世承诺，农产品配额管理的品种将越来越少，农产品关税将进一步降低，我国农产品关税水平已由2001年的21%，降为目前的15%，不到世界平均水平的1/4。加上2010年中国——东盟自由贸易区的实施，我国保护农业的传统手段如关税、配额等也将逐步消失，我国农产品市场已经高度融入国际市场。在新形势下，福建现代农业发展面临更加严峻的挑战。福建蔬菜、水果和花卉等产品，虽然具有一定的比较优势和出口潜力，但受国外较高的技术壁垒的限制，这些产品的质量和卫生标准很难达到国外市场要求，使比较优势不能转变成出口现实，从而不利于促进农民增收。

3 福建现代农业发展的 SWOT 分析

在当前工业化、城镇化、市场化和国际化加快推进的大背景下，现代农业与经济社会发展的联系越来越紧密，对国际国内市场的变化越来越敏感，竞争态势越来越激烈。福建现代农业发展既面临前所未有的机遇，也面临前所未有的挑战。

3.1 福建现代农业发展的优势

3.1.1 自然资源优势

福建地处亚热带、半亚热带地区，基本上属于亚热带海洋性季风气候。背山面

海，气候温和，雨量充沛，四季常青，有丰富的农作物品种资源，盛产水稻、花果和多种经济作物。森林资源丰富，是我国南方的重点林区之一。森林覆盖率60.5%，居全国第一，有“绿色宝库”之称。海岸线长度3324公里，居全国第二位，全省沿海有大小港湾125个，其中较大港湾22个，是我国沿海港湾最多、港口资源最丰富的省份，具备了山、海、田相互依存、相互补充，有利农、林、牧、渔全面发展的优越条件。

3.1.2 产业基础优势

近年来，福建初步形成了优质茶叶、畜禽加工、创汇蔬菜、特色水果、食用菌类、优质粮食和农业“三品”（无公害产品、绿色食品、有机食品）等特色农业产业链。截至2006年，福建茶业茶叶生产连续13年稳步增长，总产量、出口量、面积分别居全国第一、二、三位；食用菌年出口创汇、产量、产值连续十多年居全国首位；水果产量和人均占有量分别居全国第七位和第四位；蔬菜产量人均占有量大大高于全国人均水平；畜牧业实现连续24年增长。

3.1.3 经济基础优势

福建人均GDP、人均地方财政收入、第一产业劳动生产率在全国均居于前列，属于我国经济较发达的地区，具备了支持现代农业发展的经济基础。在一系列支农惠农政策的支持下，福建农村基础设施逐步改善，农村公共服务有所加强，农业经济结构与农业产业结构日益合理，具备推动现代农业发展的内在动力和能力。

3.1.4 闽台合作优势

福建与台湾隔海相望，两地在气候、耕作习惯方面存在诸多相似之处。台湾在资金、技术、优良品种、经营管理、市场开拓方面拥有更多的优势，而福建在劳动力、土地、市场等要素方面具有明显优势，两地农业互补性强，互惠合作的空间巨大。蓬勃发展的闽台农业合作已成为福建现代农业发展的一大特色优势。

3.2 福建现代农业发展的劣势

3.2.1 耕地资源的约束

全省土地总面积12.40万平方千米，仅占全国土地总面积的1.3%，居全国第23位；山地丘陵约占土地总面积的90%，宜林地多，宜耕地少，宜林地约占土地总面积

的74%，宜耕地仅占21%。2006年末，全省耕地面积为133.70万公顷，人均耕地面积0.038公顷，人均土地和耕地面积均不到全国人均的一半，是最少的省份之一。耕地中高产田少，中低产田多。

3.2.2现代农业发展资金短缺

由于农业比较效益长期偏低，农业自身积累不足。许多地方基层财政仍然困难，财政支农资金被拖延、挪用、挤占的现象依然存在，虽然“多予”政策开始实施，但从中央到地方，支农资金高度分散在各个部门，各自为政，大大降低了资金的使用效率，在短期内新增较大幅度的投入也存在一定难度。农业生产周期长，面临的自然、疫病、市场风险大，社会资本投入农业的积极性不高，商业银行的农村网点缩减，农村资金外流严重，农业项目融资困难。

3.2.3农产品加工发展相对滞后

2006年全省规模以上农产品加工业产值为2500多亿元，与农林牧渔总产值的比例不足1.7:1，与发达国家4:1的比例相差甚远，主要问题：一是中小型企业居多，缺少具有较强国际竞争力的名牌企业或企业集团；二是技术创新能力不强，加工企业技术、设备、管理落后；三是产加销结合不紧密，粗加工多、精加工少、高档产品生产能力不足；四是标准化程度低，质量安全问题依然严重，名牌农产品总体偏少。

3.2.4农业社会化服务体系不健全

第一，农技推广体系薄弱，农业科技成果转化率低。目前，全省农业科技对农业生产的贡献率不到50%，与发达国家60%—80%的贡献率相比差距仍然很大。2006年末，全省共有农技推广服务机构1982个、农业技术人员9.24万人，每万名农业人口仅有10名左右的农技人员，而美国、日本、德国等发达国家，每万名农业人口就有40名农业科技人员。全省现有农技人员专业技术职务层次偏低，初级农技人员有7.5万人，占到了81.17%；中级农技人员1.45万人，占15.69%；高级农技人员仅占3.24%（见表1），难以适应农业结构调整的需要。基层县乡农技推广体系不健全，原有的公益性基层科技推广体系仍基本处于体制、经费、人员和任务不够明确的状态，而农民专业合作社等新的合作方式还处于刚刚起步阶段。

第二，农村现代流通服务体系不健全。以农民专业合作社为例，2006年，福建有实体型农业专业合作经济组织的乡镇比重仅为12.1%，而北京、江苏、浙江、上海的比重则分别为69.5%、45%、40.3、32.4%。

第三，农村金融和保险服务业发展落后。在金融方面，四大国有银行逐步减少农村网点，农村信用合作社尚在进一步改革中，农业开发银行作为政策性金融机构，目前无法面向农民开展信贷业务。在农业保险方面，由于福建省是台风、干旱、暴雨等自然灾害的多发省份，农业保险赔付率高，农业保险业务呈萎缩状态，农民经常投保无门，无力与自然灾害抗争。

第四，农业标准化体系和质量监测检验体系建设滞后。农产品标准化生产水平低、检测手段落后，直接影响了农产品质量和市场竞争力。这种状况从整体上制约着现代农业的发展。

表 1 2006 年福建农业技术人员数量

单位：万人

	全省	福州	厦门	莆田	三明	泉州	漳州	南平	龙岩	宁德
农业技术人员合										
计	9.24	1.52	0.17	0.49	0.94	1.62	1.38	0.99	0.94	1.19
初级	7.50	1.25	0.12	0.39	0.70	1.32	1.15	0.76	0.78	1.03
中级	1.45	0.21	0.04	0.08	0.21	0.25	0.20	0.20	0.14	0.13
高级	0.30	0.06	0.02	0.02	0.03	0.04	0.04	0.03	0.03	0.02

数据来源：福建省第二次全国农业普查数据。

3.3 福建现代农业发展的机会

3.3.1 良好的支农惠农政策

党的十七大报告指出，要加强农业基础地位，走中国特色农业现代化道路，建立以工促农、以城带乡长效机制，形成城乡经济社会发展一体化新格局。坚持把发展现代农业、繁荣农村经济作为首要任务，加强农村基础设施建设，健全农村市场和农业服务体系。这一纲领性文件为现代农业产业体系建设指明了发展道路和工作的重点，将极大地调动广大群众参与现代农业产业体系建设的主动性和创造性。

3.3.2 社会主义新农村建设拓展了现代农业的发展空间

福建省委、省政府制定的《关于加快建设海峡西岸社会主义新农村的决定》、

《海峡西岸社会主义新农村建设规划纲要》和《福建省国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》，都提出要加快发展现代农业，坚持把发展农业生产作为建设社会主义新农村的首要任务，为现代农业建设提供了广阔的舞台。

3.3.3 海峡西岸经济区战略层面的提升

中央继续鼓励东部地区率先发展、支持海峡西岸经济区建设，使海峡西岸经济区战略从地方决策上升为中央决策，从区域战略上升为全国战略，为福建建设海峡西岸现代农业提供了历史性机遇。

此外，我国加速融入WTO和海峡两岸全面三通的实施，将为福建现代农业取得新的发展创造强大动力和重大机遇。

3.4 福建现代农业发展的风险

3.4.1 现代农业可持续发展的条件恶化

福建的人均农业资源原本就远低于世界平均水平，最近20多年来，工业化和城市化的快速推进又大量占用耕地，与农业争水，导致农业资源利用空间缩小；加之农业资源的过度开发，增长方式粗放，导致了农业生态环境总体上呈不断恶化的趋势，受工业面源污染和工业“三废”污染影响，区域水环境，尤其是近海水域环境污染较为严重，成为现代农业可持续发展的最大障碍。

3.4.2 现代农业发展面临全球化的挑战

随着我国入世过渡期的结束，农产品国际统一市场已经基本形成。根据我国入世承诺，农产品配额管理的品种将越来越少，农产品关税将进一步降低，我国农产品关税水平已由2001年的21%，降为目前的15%，不到世界平均水平的1/4。加上2010年中国—东盟自由贸易区的实施，我国保护农业的传统手段如关税、配额等也将逐步消失，我国农产品市场已经高度融入国际市场。在新形势下，福建现代农业发展面临更加严峻的挑战。福建蔬菜、水果和花卉等产品，虽然具有一定的比较优势和出口潜力，但受国外较高的技术壁垒的限制，这些产从而不利于促进农民增收。

4 福建现代农业的发展模式分析

4.1 现代农业的主要模式

4.1.1 科技农业模式

在知识经济时代，生物技术、信息技术、航空技术广泛的应用到农业领域，使农业生产发生了巨大的变化，出现了基因农业、白色农业、精确农业、网上农业、太空农业等现代农业模式。以生物技术为主的现代农业主要包括基因农业和白色农业。基因农业就是指人类利用DNA重组技术、克隆技术及新的尖端生物加工法的应用等生物技术培育新的、安全的食物，突破了动植物、微生物之间和物种之间界限，实现了基因的界间转移，极大地拓宽了生物界种质优势和利用。到1997年全世界转基因作物的栽培面积已达到1000万公顷，转基因猪、牛、羊、兔等都已经获得成功。基因农业将使人类1万年的家畜饲养史和6000年的作物栽培史出现一场空前的革命。^[3]白色农业主要指利用微生物发酵工程技术生产微生物肥料、微生物兽药、微生物食品和饲料添加剂、农业酶制剂、动物生长调节剂以及微生物环境保护物质等，据测算，如果利用每年世界石油总产量的20%进行微生物发酵生产，产生的单细胞可供20亿人吃一年。白色农业与传统的绿色农业相比，其基本形态和生产模式有很大不同，因此发展微生物工程科学，创建节土、节水、不污染环境、资源可循环利用的工业型白色农业，是农业持续发展的重要途径。

以信息技术广泛应用的现代农业模式有精确农业、网上农业。精确农业在国内对其有不同译法，如精确农业、精细农业、精准农业、精细农作、定位农业、农作物定位管理和处方农作等等，其内涵都是一致的，主要是指利用全球定位系统、遥感、地理信息系统、人工智能等高新技术尽可能多地获取作物和农田的有用信息，因地制宜地做出决策，并准确地付诸实施，以节约投入、增加产出、提高投入物利用率、减少环境污染为目的农业系统。网上农业是指人们利用电脑网络开展农业信息技术服务指导农业生产的方式。在知识经济时代，农业各个方面的信息进入电脑网络。气候、土壤、水与物种等环境资源信息，生产资料供求信息、农产品生产、流通、价格信息，科技、教育、政策法规等信息通过计算机联网成为人类共享资源。

从网络中可以便捷的获得生产经营需要的各种信息，增加了生产预期，克服了盲目性。通过网络可以随时和世界各地的用户乃至潜在用户进行沟通。通过网络购买生产资料、销售农产品是知识化农业的显著特征。以航空技术在农业中的应用出现了太空农业的现代农业发展模式。太空农业是指人类利用太空这一特殊的环境研究和培育农作物新品种的农业技术，随着人类航空技术的发展，太空农业将为现代化农业发展提供新的方式和手段。随着航天技术的发展，科学家开始利用太空这一特殊环境研究和培育农作物新品种，具有一定规模的太空农业科学可望诞生。未来人类将有可能在太空或月球上大规模的种植农作物。太空农业在21世纪将形成新产业和新的经济增长点。

4.1.2环保模式

随着人口的增加和人们生活水平的提高，人类对粮食和各种农副产品的需求在数量上不断增加，在质量上的要求不断提高，各国为满足粮食和食物的需要已经做出了巨大的努力，并取得了显著的成果。然而，人类为发展农业付出的代价也是巨大的。大量的化肥和农药的使用、毁林开荒、过度放牧、破坏性的耕作方法和滥用土地等，导致了大量的农田土质退化、水土流失、甚至出现盐碱化、沙漠化和生物资源减少等不良后果，严重影响了农业长期发展的基础。为了保持资源与环境的永续利用，保护生态环境，保障食品安全，许多专家提出了可持续农业，生态农业、绿色农业。可持续农业是指“在不破坏或甚至提高农业所依赖的资源基础的同时，满足人类不断增长的需求的农业系统。”

生态农业其基本内涵是：在环境与社会、经济协调发展的思想指导下，按照农业生态系统内物种共生、物质循环、能量多层次利用的生态学原理，因地制宜地使现代科学技术与传统农业技术相结合，充分发挥土地资源的优势，依据社会、经济发展水平及“整体、协调、循环、再生”的原则，运用系统工程的方法，全面规划，合理组织农业生产，实现高产、优质、高效和持续发展，达到经济、生态、社会系统的良性循环和生态效益、社会效益与经济效益的统一。绿色农业，主要是指以生产绿色食品来满足市场需求的农业形态。所谓绿色食品，是指遵循可持续发展的原

则，按照特定方式进行生产，经专门机构认定的、允许使用绿色食品标志的无污染的安全、优质、营养类食品。我国发展绿色食品从选择、改善农业生态环境入手，在绿色食品生产过程中，执行特定的技术规程，限制或禁止使用化学合成物质及其它有毒、有害生产资料，并实施“从土地到餐桌”全程质量监控，以保护生态环境，保障食品安全，促进可持续发展。

4.1.3 区位优势模式

由于各地区所处的地理位置，农业资源状况和发展水平不同，譬如在海滨地带，在大都市周围，在城市的郊区，在有资源特色的地区，根据区位优势，利用当地自然、经济和社会资源形成了蓝色农业，都市农业，城郊型农业，特色农业，观光农业等现代农业模式。蓝色农业，是指人类利用海洋这一巨大的宝库，营造“海洋农场”、“海洋牧场”、“海洋林场”的生产方式。占地球表面71%的海洋将成为21世纪农业发展的重要特点。它是利用海洋这一巨大资源宝库，发展以海洋捕捞、海洋养殖为重点的新型农业。都市农业，是指在城市化地区及其周边地区，充分利用大城市提供的科技成果及现代化设备进行生产，并紧密服务于城市的高层次、多形态的绿色产业。它是现代科技为基础，以农业产业化为依托，以规模经营为条件，集生产、服务、消费为一体的经济和生态等多种功能并存的现代农业模式。城郊型农业，是指生长区域是城市化进程中较为缓慢的非现代大都市的周边地区，从一般农区中分化而成，以生产本地城市需要的鲜活农产品为主要目标和功能的农业生产类型。特色农业，是指以充分挖掘和利用当地自然、经济和社会资源，或者创造条件，以一定的资源为依托，以建立农业主导产业为重点，通过产业化经营、市场化运作，使产品在数量、规格、质量、规模等方面具有独特优势，并形成具有较强竞争力的产业优势，从而获得较高经济效益的现代农业模式。观光农业，是指合理地开发利用农业自然资源，把农业生产经营活动和发展旅游结合起来，通过优化农业生产结构和品种结构，合理规划布局，达成美化景观、保护环境、提供观光旅游、调剂性劳动、学习及享用新鲜食物的一种融直接效益与观赏效益、长远效益与社会效益于一体的现代农业新模式。

4.1.4 集约经营与产销一体化模式

集约经营与产销一体化的现代农业形态主要包括外向农业，订单农业，工厂化农业。外向农业即外向型农业，就是根据比较优势原理（包括静态比较优势和动态比较优势）、要素禀赋原理，以国际市场的需求为导向，以经济效益的提高和企业利润最大化为原则，以促进农业经济乃至整个国民经济的发展为目标，涵盖科研开发、信息及金融服务等各种服务体系的农产品及其加工品的生产、流通系统。订单农业，也称合同农业或契约农业，是指农户在农业生产经营过程中，按照与客户（农产品购买者）签订的合同组织安排生产的一种农业产销模式。订单农业通过合同的形式，把购销双方紧密联结起来，明确各自的权利、义务，按照合同的规定完成生产经营中产销活动的全过程，其实质是通过订单的形式把市场需求反映出来，引导农民按照市场需求进行生产，其前提是市场化运作。工厂化农业是指采用工业化设施设备、工艺流程、管理体制的生产方式，这种通过现代化技术以集约型农业技术的密切配合，实现人工控制栽培和饲养，从而取得高产、优质、无公害的新型农业经营形式正在普遍的被人们所重视。^[4]

4.2 福建发展现代农业模式的选择

由于各地区的农业资源状况和发展水平不同，农村经济社会形态各异，不同发展水平的地区对现代农业的理解存在着一定的差距，福建现代农业的模式选择重点应发展以保护农业生态环境为基础，提高农业生产水平，促使农民快速增收，达到小康目标的农业。基于上述情况，在发展福建现代农业的过程中必须注重品牌建设，除了品牌建设林草田综合型生态农业模式、订单农业模式、避灾型高效特色农业模式等也十分重要。

4.2.1 品牌化发展模式

农产品市场化的核心是品牌，实施品牌化战略是市场经济条件下农业发展的客观要求，对提升农产品品质，增强市场竞争力，提高产品附加值，实现农业增效、农民增收具有重要意义。近几年来，我省将实施农产品品牌战略作为促进农业发展的

一项重要工作，进行了积极探索，取得一定成效，实践证明发展我省的现代农业必须走“农业品牌化的发展模式”。

农业的“品牌化发展模式”政府在其中发挥着关键作用。政府等农业主管部门应该在调查研究的基础上，结合实际，制定本区农业品牌的近期、中期和长期发展规划。此外，品牌化发展模式还应该注重大力开展讲品牌、创名牌的宣传教育活动，进一步提高农业生产经营者和消费者的质量意识、品牌意识和名牌意识。农业的品牌化发展模式首先应该加强产业化建设，拓展农业品牌。推进土地向规模化经营集中，通过土地使用权的流转，将土地集中到农业企业和具有一定能力、实力的生产经营者手中，减少千家万户分散经营的现象，提高本区农业规模经营档次和比重；此外还应该积极扶持发展一批农业企业，使其做强做大，鼓励现有品牌的农业企业和龙头企业要强强联合，优势互补，不断扩大经营规模，向集团化经营模式发展，向统一名称的品牌、名牌产品方向发展，提升产品市场知名度和市场占有率；此外还应该大力发展多种形式的农民专业合作社鼓励制定统一的生产技术标准，组织社员进行生产，创立自己的农业品牌，拓展产品销售市场。

品牌化发展模式还应该特别注重依靠科学技术，提升品牌质量和档次。发挥农业科技人才优势，整合农业科技力量，加强与有关农业院校、科研单位的合作，大力培育、引进和推广优质、高附加值符合市场需求的优良品种，加快农业科技成果的应用，加大农业先进技术和高新技术的推广力度，提高农业科技含量；其次，建立健全粮食、蔬菜、瓜果、畜禽、水产等主要农产品质量标准、生产(加工)技术操作规程、管理标准及农业生态环境、基础设施建设标准，扩大标准化生产、管理的覆盖面，提高农业科技生产率；最后还应创新农业科技推广服务体系，加强农业技术指导和服务，提高农业生产经营者的整体科技水平。

4.2.2 发展现代农业的其他模式选择

(1) 林草田综合型生态农业模式。生态农业是针对在农业发展中，污染严重，破坏生态环境等弊端，从保护资源环境的角度提出的。福建生态环境脆弱，由于农业基础设施薄弱，抗灾能力低，农业发展水平较低。这种自然状况严重的制约福建

农业的发展，所以应该选择林、草、田综合生态农业模式，即充分利用福建的荒山荒地，发展种植经济林，优质饲草，以饲草资源发展畜牧业，开发盐碱地为稻田，达到“以稻治碱”、“以稻治涝”的效果。通过种植经济林，畜牧饲草和开发盐碱地为稻田相结合，进行全面规划，合理组织农业生产，达到经济、生态、社会系统的良性循环和生态效益、社会效益、经济效益的统一。

(2) 订单农业模式。订单农业是农户与中介组织通过签订农产品购销合同来组织农业生产的新颖农业生产经营模式，是我国发展现代农业和农业经济的必然选择。作为福建地处偏远、信息闭塞农村地区，生产出来的农产品流通不畅，即使丰收了也买不了一个好价钱，农业的商品程度较低，农民不知道“种什么，种多少”，缺乏市场经济概念，福建农业的发展必须要解决这一问题，使农户的生产与公司结合起来，也就是农业生产与市场结合起来。这样，减少了农业生产的盲目性，提高了农业生产的自觉性和主动性，扩大了农产品的销售渠道，促进了农业结构调整和优化，起到了农民增收、农业增效、财政增长的联动效应。

(3) 避灾型高效特色农业模式。高效特色农业是指福建根据本地区的地理位置、生产环境、资源状况及其他相关条件，以市场为导向，以效益为目的，通过应用科学技术和科学的经营管理，获取较高经济效益的农业。提高农业效益，增加农民收入是实现农村小康目标的关键。目前摆在福建面前最大的农业问题就是农业增收问题。发展高效农业，是促进传统农业起着特色化，产业化方向发展和农业生产的粗放型向集约型转化的一条重要途径。发展现代农业，促进农民增收，必须结合本地的资源优势，合理的利用资源，用现代的经营，先进的农业科学技术构建高效农业生产体系。

4.2.3 福建发展现代农业战略目标、战略重点和战略措施

(1) 战略目标。现代农业以效益和质量最大化为目标，资本技术密集型、集约经营农业发展模式。福建发展现代农业的总体目标主要体现以下几方面：农业装备方面、农业科技应用方面、农业产业化方面、农业经营管理方面、农业生态环境保护方面、在农业收入农民生活水平提高方面。

(2) 战略重点。提高农业集约化水平，培育农村支柱产业。重点发展资源产品加工业，加快推进农业产业化、工业化进程。大力发展劳务经济，促进农村剩余劳动力非农化转移。大力加强小城镇建设，提高农村城镇化水平。深入开展科技兴农，提高农业科技进步贡献率。加快生态示范区工程建设，改善农业生产条件和生态环境。继续深化农村改革，完善农村经济体制。

5. 国内外现代农业发展的比较以及对福建的启示

5.1 国外现代农业的发展概况

从20世纪30年代开始，发达国家对传统农业进行了全面的改造，完成了从传统农业向现代农业的转变，虽然形式不同，但总体上具有代表性的有三种主要模式：

一是以美国为代表的资源优势型发展模式。采用这种模式的国家包括美国、加拿大、俄罗斯等，其中美国最有代表性。美国农业现代化先后经历机械化、化学化和良种化三个阶段。目前，随着计算机技术和生物技术的应用，美国相继出现了“精准农业”和“基因农业”等形式。许多特大农场走向了“计算机集成自适应生产”，即将市场信息、生产参数信息、资金、劳动力信息等集成在一起，选定最佳种植方案，农业生产更趋向工厂化、自动化。他们的主要经验是：以强有力的政策措施保障农业，以现代化的农业机械装备农业，以日新月异的科学技术支撑农业，以高度发达的农产品加工业提升农业，以先进的社会化服务体系支持农业，以农村城市化衬托农业。

二是以日本为代表的资源短缺型发展模式。日本、韩国、以色列等采用这种模式，其中以日本最为典型。日本人多地少、土地高度紧张，在发展现代农业的过程中，主要依靠科技创新，特别是通过常规杂交、生物工程等育种技术，改良培育新品种，以现代的工业物质装备农业，以现代科学的生产技术（生物技术、信息技术等）支撑农业，大力发展设施栽培、工厂化饲养等精细农业，大幅度地提高单位土地面积生产率，提高农业经济效益和生态效益。这些国家的政府和消费者对食品安全和环境保护的关注，促使了有机农业的兴起，农业可持续发展的理念已深入人心。

三是以法国为代表的资源适中型发展模式。英国、法国、德国、意大利等国家主要采用这种模式，其中以法国代表。就发展农业应具备的人力资源条件和自然资源条件来讲，法国没有什么制约农业发展的特别因素。在现代化的进程中，法国既注重发展以现代工业装备为基础的农业机械化和化学化，又重视发展以科学技术进步为基础的农业科学研究和技术普及；既注重提高劳动生产率，也注重提高土地产出率。

5.2 国内现代农业的发展概况

台湾现代农业发展水平走在世界前列，其主要做法值得福建借鉴。而国内其它地区如浙江、江苏、河北等在现代农业发展过程中结合实际、因地制宜，其成功经验对福建同样具有启示意义。

5.2.1 台湾现代农业的建设经验

台湾农业的发展历程从动态的角度展示了当今世界上发展中国家或地区农产品生产和贸易政策的一条成功道路，其主要做法包括：

一是以食品加工业有效带动农业发展。台湾经济发展过程是由农业、到以食品加工业为主的轻工业、再到重工业的发展。食品加工业作为农业的下游企业，不仅带动农产品的加工增殖，而且也通过产品的外销创汇，带动轻工业、重工业的全面发展。

二是以应用研究为主的农业科研体系建设，促进了农业科技进步。在发展过程中台湾的农业科研体系渐而形成了较为明确的分工，即高等院校以基础性研究为主、省级农业科研院所以应用研究为主、各地区农业改良场以中试和推广为主，从而形成一套连贯的农业研究、推广、应用体系，加快了农业科技的生产应用。

三是产销班等农民组织在农村经济、社会中发挥重大作用。台湾通过产销班等农民组织的有效运作，极大地推动了农户共同经营和产销一体化，不仅增强了农民的竞价能力、降低了农业的生产成本、提高了农产品的质量、促进了农业的品牌化发展，而且培养了一大批的现代农业和管理人才。

四是重视农产品运销体系，促进农产品流通。台湾小农规模的经济发展的一个重要支柱是建立了较为有效率的农产品共同运销组织和各级农产品市场硬体的建设。

五是重视人力资源开发，积极发展教育，提高人民素质。在农业教育方面，各地广泛举办初、高级农业职业学校、专科学校、技术学院、农学院等，培育青年农民和专业技术人员。基础教育的普及、农民素质的提高，使农民易于接受新知识、新技术，尤其是更新观念，创新技术，有效提升劳动生产率。

5.2.2 其它地区现代农业建设经验

浙江把高效生态农业作为现代农业的目标模式。它主要体现五个特点：一是以

绿色健康消费需求为导向，体现农产品的绿色化、特色化和品牌化的统一性。二是以经济生态化、生态经济化理念为指导，体现农业的经济、社会、生态综合效益的最大化。三是以农业资源集约、精细、高效和可持续开发利用为前提，体现集约化生产经营方式与生态化循环经济方式的有机耦合。四是以科技创新为农业增长的主动动力，体现高产优质高效科技与绿色安全生态技术的有机结合。五是以贸工农一体化的产业体系为支撑，体现专业化、企业化、规模化的生产主体与合作化、产业化、社会化的经营服务组织的有效连接。

江苏发展现代农业的一个重要特色是实施“精准农业”。2006年，全省实施测土配方施肥面积达160万公顷，占全省耕地总面积的30%，涉及355万农户，占农户总数的24%。实施测土配方施肥后，稻麦两熟作物生产亩均用肥由原来的44.5公斤（折纯）下降到41公斤，减少了3.5公斤。精准农业在测土配方施肥上的运用，给农业带来的节本增效很明显，如果进一步推广到用药、用种、灌溉等措施上，现代农业的发展成效将会大增。

河北发展现代农业的一个重要经验是对主导产业——粮食实行技术集成示范，推动现代农业发展。河北针对水资源匮乏、热量资源紧张以及夏秋粮生产不均衡等限制粮食产量水平提高的关键问题，通过对现有的小麦、玉米高产单项技术进行优化配置和系统集成，建设了“太行山山前平原区节水型小麦玉米两熟高产优质一体化技术”、“黑龙港地区小麦玉米两熟节水丰产一体化技术”、“冀东平原区小麦玉米两熟资源高效利用一体化技术”三套技术模式，并积极在河北平原小麦、玉米主产区示范推广，粮食增产增收效果显著。

黑龙江垦区发展现代农业的重要经验是大力推进农业产业化经营，垦区采取措施推进龙头企业加强原料基地建设，加强与原料基地、农户的利益联结关系。利益联结发展模式的特点是：“行政干预、基地入股、订单管理、大户参股”。根据龙头企业发展的不同阶段，垦区采取了不同的方式，促进龙头企业与基地、农户的利益联结，促进其形成有共同利益的统一经营体。龙头企业通过反哺基地稳定原料来源，反哺的方式主要有：向基地分红利、最低保护价收购、优质优价、灾年降低质量标准、对大户垫付生产资金、加价收购以及支付基地服务费用等。

5.3 国内外现代农业发展对福建的启示

5.3.1 完善制度安排、组织管理和政策支持体系

要借鉴农业发达国家建立的合理的制度安排，建立的结构合理、分工明确、运转高效的农业管理体系，以及政府部门有较强的服务意识等方面的经验，加强对农业的技术推广体系、科技教育支持体系、财政金融支持体系、中介服务支持体系等方面的建设。

5.3.2 进一步推进农业产业化经营

福建农业经济效益低，最重要的一条是农产品的生产链条短，附加值低。发达国家和地区农产品加工的数量一般占农产品总量的80%，福建只占20%左右。因此，要继续学习发达国家和地区在农业产业化经营方面的先进经验，把农业产业化经营提高到一个新的水平。

5.3.3 发挥农民专业合作社的作用

政府、市场和民间组织是现代社会相互作用又各司其职的三驾马车。综观国内外发展现代农业的经验，任何一个现代国家都高度重视民间组织的力量。其中最关键是要促进农民专业合作社的发展，而这恰恰是福建在农业产业化经营的薄弱环节。

5.3.4 促进现代农业的集约化发展

日本、以色列、荷兰等国地少人多，主要依靠生物技术的突破，提高土地生产率，即发展资本技术密集型的集约农业。从福建实际出发，应当发挥劳动力资源优势，走劳动技术密集型的集约农业道路，在引进先进适用的农业技术和加快农民技能培训上下功夫。

5.3.5 坚持走农业可持续发展道路

无论是美国的低投入可持续农业模式、日本的环保型可持续农业模式，还是浙江的生态高校农业、江苏的精准农业，其共同点都是通过尽可能减少石油制品为原料的化肥和农药的投入，通过立法规定废弃物的排除、污泥用作肥料、防止施肥过量等等，达到保护生态和节能减排的目的。福建也应当坚持走资源节约型和环境友好型的可持续农业发展道路。

6品牌化：福建现代农业发展的模式选择

6.1 品牌概述

美国市场营销协会对品牌的定义是：品牌是一种名称、术语、标记、符号或设计，或是他们的组合运用，其目的是借以辨认某个销售者或某群销售者的产品或服务，并使之同竞争对手的产品或服务区分开来。从本质上说，从一个品牌上能辨别出销售者和制造者。菲利浦·科特勒阐述了品牌的6层意思：一是属性，即一个品牌固有的外在印象；二是利益即使用该品牌带来的满足；三是价值，即该品牌的使用价值和价值感；四是文化，即附加和象征该品牌的文化；五是个性，即品牌可以给人带来浮想和心理定势的特点；六是使用者，即品牌还体现了购买或使用这种产品的是哪一类消费者。品牌的内涵在于它除了向消费者传递品牌的属性和利益外，更重要的是它向消费者所传递的品牌的价值、品牌个性及在此基础上形成的品牌文化。

从更广的意义上讲品牌包含三个方面的内涵：（1）从法律意义上说，品牌是一种商标，强调它的商标注册情况，使用权、所有权、转让权等权属情况。（2）从经济或市场意义上说，品牌是一种牌子，金字招牌，它不仅代表商品及其质量、性能、满足效用的程度等，还代表着商品的市场定位，文化内涵，消费者对其认知程度等。（3）从文化或心理的意义上说，品牌是一种口碑，一种品味，一种格调，强调的是品牌的档次、名称、美誉和给人的好感等。

6.2 农产品品牌化经营基本特点与必要性

农产品品牌化经营是指农产品经营者根据市场需求与当地资源特征给自己的产品设计一个富有个性化的品牌，并取得商标权，实行企业化经营，使品牌在经营过程中不断得到消费者的认可，树立品牌形象，扩大市场占有率，实现经营目标的一系列活动。农产品品牌化经营具有以下特征：农产品品牌化经营行为是一个高效、准确、集约化的市场行为；农产品品牌化经营是基于对各类资源的整合基础上进行的；农产品品牌化经营是对新经济要素、超经济要素的创造与整合；农产品品牌化经营下的营销是一种全面的营销；农产品品牌化经营具有地域性。农产品品牌化经

营是基于对自身各种资源与优势整合下的经营，在这种经营模式下，不会出现传统经营中出现的物质、精神分离经营带来的后果，更不会是在生产后期才考虑到用广告包装自己，寻求创意支持和市场适应性分析。

6.2.1农产品品牌化经营是农业产业化有效途径

(1)农产品品牌化经营是龙头企业经营的必然选择龙头企业是农业产业化经营的支柱，农业产业化经营的拉动力就来自于龙头企业，而龙头企业要能成为龙头企业，品牌就是其通行证。因此他们必须实施品牌化经营、企业化管理和市场化运作。首先，龙头企业必须塑造自己的品牌，并培育成名牌，才能成为消费者的购买首选，才能有稳定的市场，并逐步扩大市场占有率。其次，实施农产品品牌化经营就是要以“质量”为核心，按照品牌化要求组织生产、优化品种、提高质量、精深加工、精美包装，从而能树立品牌形象和信誉。再次，农产品品牌化经营就是特别注重经营效益，而且品牌的价值就在于它可以稳定商品的市场价位和创造新的价值。实行品牌化经营可使龙头企业的经济效益稳步上升，资产不断升值。^[7]

(2)实施农产品品牌化经营可以形成专业化生产和规模化布局的农业产业化生产基地，提高农业产业化经营水平。农产品品牌的创建一般沿着自然资源型——加工型——文化型的途径展开的。由于气候、土壤、水资源等自然资源因素形成了某种农产品的地域品种优势，龙头企业可以利用地域品种优势，发展加工业，同农户建立起经济关系，创建生产基地，给予农户技术和经济上的支持，实施专业化生产和规模化经营，从而创建自己的品牌。实施农产品品牌化经营可以促使龙头企业不断创新，农业产业结构不断升级。农产品品牌化经营是以科技为支撑，以整合区域资源为基础，对品牌的制定、实施、修订、再实施、再修订，呈现螺旋式发展的过程，使龙头企业不断创新，保持自己品牌的比较优势和个性。区域农业产业结构也会随着龙头企业的创新与整合而不断升级换代。农产品品牌化经营促使农业产业化理念提升。农产品品牌化经营不仅是一种经营方式，而且是一种经营理念。品牌化经营的理念必须符合消费者的消费理念，品牌营销行为要维护消费者的现实利益、长远利益和社会整体利益。农产品生产经营者必须把当前的绿色营销观念和社会

会经济可持续发展理念转化为自身的品牌理念。这样使得农业产业化不仅仅是农业工业化，而应该是与环境发展相协调、合理开发利用资源，确保农业经济和整个社会可持续发展的农业现代化过程。

6.2.2农产品品牌化经营是解决农产品“卖难”问题，增加农民收入的有效途径

近些年，农产品产量逐年增加，但农民的生活水平却没有得到根本性的改善，这主要是因为农产品存在“卖难”问题。

6.2.3农产品品牌化是发挥我国农产品比较优势，提升国际竞争力的有力武器

(1)农产品的价格竞争力分析农业生产资源中，明显影响农产品国际竞争力主要因素是土地、劳动力和生产技术水平。我国劳动力资源极其丰富，人均耕地面积很少，这就决定了我们在生产劳动密集型农产品方面具有优势，而在土地密集型农产品方面不具有优势。

(2)农产品的非价格竞争力分析品种结构。中国的农产品大部分以初级产品投向国际市场，精深加工品种少，在初级农产品中，也存在品种结构在国际市场上不适销，因此从品种结构上看，我国农产品的国际竞争力较弱。质量状况。质量的好坏直接影响着农产品的销量，我国农产品在质量方面存在着以下问题：品种因种植不适宜地区，使其不具有该品种所特有的风味；过量使用化肥和饲料使风味淡化；不适当或过量使用农药和抗生素，使农产品的药物残留过高，难以达到国际市场标准；疫病防疫不严，使农产品遭感染，不符合国际市场卫生标准。因此，我国的农产品质量在国际市场上的竞争力不强。我国农产品大多以鲜活形式销往市场上，农产品的储藏保鲜技术落后，运输网络不发达，这一点削弱了我国农产品的国际竞争力。农产品的营销能力。农产品价值必须通过市场交换来实现，农产品市场营销能力如何，决定了农产品在市场上的地位和份额，直接体现农产品市场竞争力的大小，我国的农产品生产经营者市场营销意识淡薄，市场营销能力很弱。因此，在国际市场

上，我国农产品的市场营销能力处于劣势状态。

(3) 农产品品牌化经营能较好发挥我国农产品比较优势和提升市场竞争力。农产品品牌化经营可以降低经营成本，提升农产品价格竞争力，充分发挥我国农产品的比较优势。这里所说的农产品比较优势主要是指我国的农产品在国际市场上的成本和价格的优势。实行农产品品牌化经营，不仅可以提高农产品的价格竞争力，而且还可以增强农产品的非价格竞争力。首先，农产品品牌化经营可以促使农产品生产经营者改善农产品质量状况。农产品实行品牌化经营，会促使生产经营者为了维护品牌而注重产品质量，优化品种结构，为了提升品牌而提高产品质量，最终为增强农产品整体竞争能力提供物质基础。其次，农产品品牌化经营可以提高农产品的市场营销力。品牌营销包括市场调研、市场细分品牌的市场定位、品牌管理、品牌市场促销和品牌服务等。市场营销能力就是上述各种活动能力的综合体现。农产品实施品牌化经营以后，品牌营销的各个方面将会得到很好的执行与实施。再次，农产品品牌化经营使农产品生产经营者拥有一种有力的知识产权和市场垄断权。消费者对品牌的购买决策源于品牌的知名度、美誉度和品牌所提倡的价值理念而建立的品牌情结，并不是因为产品的本身的有形差异。农产品生产者根据市场需求和经济环境等因素的变化，不断调整品牌定位，通过产品组合的调整，充实和巩固品牌从而使农产品经营者在经营过程中很顺利地实现经营业务方向的调整。并能把品牌的荣誉带给新的业务，达到维持和提升自己的竞争力的目标。最后，品牌化经营行为是一种超越国界的经营行为。农产品品牌化经营有利于把产品打向国际市场，超越国界和民族的局限，为全球消费者接受。

6.3 品牌农业发展存在的问题

近年来，福建省各地积极调整农业产业结构，着手品牌资源的整合，各级各类农业企业品牌不断涌现，目前我省已有绿特名优农产品品牌上千个，并有一大批农产品品牌陆续走出省门、国门。但从总体上看，福建省农产品品牌开发中仍然存在着一系列的问题。

6.3.1 品牌意识淡薄，名牌产品少

品牌是一种无形资产，创造品牌就是创造财富。但是计划经济的传统意识仍然根深蒂固，福建省普遍存在着企业品牌意识淡薄，不重视创建品牌，不会利用品牌来保护自己的利益。很多出口企业和生产加工企业，对商标和打造名牌不够积极主动，大多数农产品都需要经过出口商重新包装后进入国际市场。真正在国内外市场上享有知名度和形成规模的也不多。产品结构单一，既缺乏微观基础上的组织规模和产品系列，也缺乏产业规模。

6.3.2企业生产规模小，影响品牌竞争力

福建省农产品及其加工企业虽然很多，可是有规模的企业比重整体偏小，根本没有形成一定的经济规模，在国内市场中缺乏品牌竞争的能力。以稻米加工业为例，按福建粮食中心批发市场信息部统计，截至2004年末，全省水稻后加工能力约在1008万吨，是全省稻米总产量的2.83倍。其中，日加工能力在100吨以上的企业47家，年加工能力为155万吨，占全省年总加工能力的15%；日加工能力在30—100吨的企业有195家，年加工能力为224万吨，占全省年总加工能力的22%；日加工能力在30吨以下的，主要是农村小加工点，大约3000个左右，年加工能力大约629万吨，占全省年总加工能力的63%。据统计，福建省242户日加工能力30吨以上的企业实际加工总量仅为50万吨，平均加工率只有13.2%，而当年实际加工水稻2万吨以上的企业只有6户。中小型加工企业使用的制米线多是国产设备。由于市场价格竞争激烈，市场多元化主体增加，使得不具有规模的大米加工业面临前所未有的挑战，同时也极大地限制了自身品牌的发展。

6.3.3品牌之间恶性竞争

许多地方农产品有抢注商标，造成品牌规模偏小和过于分散的倾向。产品特色也不明显，不论是品质、加工，还是名称、包装设计，甚至在宣传上都有雷同之处。由于生产者和企业间在各自小圈子里分散经营，加工落后，量少质低，宣传乏力，恶性竞争，没有形成合力和品牌效应，发展存在很大困难，更是无法创建出全国知名品牌。尤其有些规模小、竞争力差、市场前景黯淡的企业，推出所谓的品牌产品，而忽视了产品的质量和环境管制，严重干扰了正常的市场秩序和福建省进入国际国

内市场的整体形象。

6.3.4农产品品牌开发缺乏宏观统一的规划与指导

农业生产在计划经济时期，绝大多数农民或农业经营者几乎没有品牌的概念。当分散的农民作为市场主体面对市场时，很容易受自身眼前利益驱使而出现不规范的市场竞争行为。由于农产品生产经营主体的分散性，给农业品牌的开发、培育、管理和使用上带来了很大的难度。目前全省农产品品牌建设中表现出“品牌不明、有牌无品；同品异名；缺乏规划、管理滞后”等诸多问题，根本原因是农产品品牌管理体系存在问题。由于缺乏统一规划与指导，许多企业的品牌简单随意，品位较低，缺少文化内涵，出现了农产品品牌较为混乱的现象。

6.3.5产品附加值低，市场竞争力弱

主要体现在：①科技含量低。科技含量是农产品附加值的重要内容。要想提高农产品的科技含量，首先必须提高企业科技人员的素质。目前福建省很多农产品加工企业的科技人员素质偏低。②产品深加工程度低。福建省农产品多为级品或只是经过简单加工便流入市场，参与市场竞争。初级产品与半成品、成及深加工产品在价值上的差距显而易见。③农产品市场占有率低、市场竞争低、出口创汇率低。

7 若干政策建议

7.1 战略措施

7.1.1 多渠道筹措现代化农业发展建设资金

发展现代农业需要资金作保障，没有资金，很多农业项目不能实施。基础设施得不到建设，因此必须多渠道筹措资金来支持现代农业的发展。第一、要加大财政投入，作为各级政府必须加大对农业的投入。在财政投入的各项事业中，农业的比例应逐年增高。第二、要增加农业的自身积累，一方面通过发展生产，增加收入，以提高农民向农业投资的能力。另一方面，政府要通过政策引导富裕农民向农业投资。第三、要积极利用外部资金，通过政策引导项目建设，招商吸引大型企业投资发展现代农业。

7.1.2 依法保农，以法促农

随着现代农业的发展，市场经济的深入，农业生产将会出现各种各样的问题、矛盾和损农害民的违法行为。而解决这些问题只有严格按照法律办事，坚持依法治农。只有这样，才能够依法保农，以法治农，才能为现代农业的发展铺平道路。^{〔9〕}

7.1.3 加强农业的交流与合作

福建传统农业在农业发展中还占有重要地位，如何来发展现代农业，需要和现代农业发展好的地方进行交流合作，走后发优势的道路。各级政府应有计划的组织相关人员到外地参观学习、洽谈等，通过学习参观，借鉴农业发展现代技术途径，引进先进的管理方法，寻找自然条件和农业生产相近，作物生长节律相似的农业的耕作制度和栽培技术来发展本地的现代农业。通过交流洽谈建立同外部的合作关系，使两地优势互补，资源共享，共同发展有和吸收外部资金，发展农业，促进农民增收。

7.1.4 思想观念方面

有什么样的农业发展理念，就会有怎样的发展道路。建设现代农业，必须树立五大现代理念：(1) 树立和运用大资源的理念。一是要立足全国的所有资源，而不能把眼光盯在有限的耕地资源上；二是要合理利用各种自然资源和社会资源，不断向资源利用的广度和深度进军。(2) 树立和运用大农业的理念。建设现代农业必须挖掘农业的内涵，拓展农业的外延，突破我们原来所界定的广义农业。(3) 树立和运用大食物的理念。要积极地开发粮食和非粮食食物，广辟食物来源，逐步提高绿色食物、有机食物的比重。(4) 树立和运用大市场的理念。要充分利用农村市场和城市市场、国内市场和国外市场、产品市场和要素市场、现货市场和期货市场，大力发展现代流通业。(5) 树立和运用大生态的理念。要发展循环农业、集约农业，不断改善外部生态环境，实现经济社会(包括农业)的可持续发展。

发展现代农业，必须树立以下意识：(1) 树立和强化农业资源循环利用意识，构建人与自然和谐相处的局面。(2) 树立和强化区域现代农业经营意识，按照农业经营现代化、国际化、市场化的要求，促进我国农业产业化和经济增长方式的转变。(3) 树立和强化现代农业科技创新意识，形成优化、配套的农业技术体系。(4) 树立和强化农科教统筹运作意识，提升农民整体素质。(5) 树立和强化优惠政策引导扶持意识，使现代农业建设走上规范化、制度化的轨道。

7.1.5 制度环境方面

落实好《农产品质量安全法》，增强农产品质量安全依法监管能力；要落实好《农民专业合作社法》，提高农民组织化程度。深化农业科技创新体系改革，解决好农业科技创新主体问题、应用研究与基础研究问题、农业科研机构的公益性问题；深化农技推广体系改革和兽医管理体制改革，为农技推广和疫病防控提供组织保障和制度保障；加快农村金融改革步伐，逐步建立农业政策性保险。

7.1.6 支撑体系方面

发展福建现代农业必须构建现代农业的支撑体系。(1) 构建以工促农、以城带乡的新机制。第一，构建城乡一体机制，努力改变计划经济体制下形成的城乡分离制度，构建新的制度框架；第二，构建城市反哺机制，农业不再为工业贴补，

而成为接受补助的对象；第三，构建城乡互动机制，实现自然资源、信息资源和生产要素的互动。(2) 构建现代农业投入长期稳定增长的新机制。在财政使用方向上向“三农”倾斜，增加投入总量，建立起政府引导、全社会投入和农民自身投入相结合的新机制。(3) 完善现代农业经济核算和考核体系。要逐步建立起以绿色GDP为主要内容的国民经济核算和考核体系，各级政府要从注重经济增长转到注重经济、社会、环境协调发展上。(4) 建立领导重视、政策引导、法律保障的现代农业运行机制，充分发挥政策和法律在现代农业建设中的支持、引导、保障作用。

此外还应建立农业支持政策体系。(1) 扩大农业补贴范围。一是对水稻、小麦和玉米以外的种植业(如棉花、油料、杂粮、豆类等)给予补贴；二是对畜牧业给予补贴；三是扩大生产资料补助范围，以降低农业生产成本。(2) 完善补贴机制。作为我国农业补贴核心内容的粮食补贴，需要借鉴国际经验，在粮食直接补贴的同时，引入反周期补贴，建立具有完整风险控制的补贴体系。从农业生产的特点、我国农业发展的状况和我国经济发展所处的阶段来看，现代农业的发展必须得到公共财政的支持。公共财政应在以下几个方面重点支持现代农业的发展：(1) 加大农业科技投入，提高农业生产的科技贡献率。(2) 完善农村社会化服务体系，给予农业服务性组织财政支持。(3) 扶持农村教育和技术培训，培育新型农民。(4) 加大对农产品加工企业的扶持力度，提高农业的附加值和综合效益。

7.1.7 生产经营方面

开发和拓展农业功能，我们应注重开发农业的多功能性。(1) 要继续稳定和发展粮食生产，提高福建粮食的综合生产能力，保证粮食安全。(2) 积极培育各具特色的主导产业和特色产业，形成专业化、基地化、规模化的生产格局。(3) 积极拓展农业的经济功能、社会功能和生态功能，大力发展都市设施农业、循环农业、绿色农业、创汇农业、观光休闲农业、生态农业、旅游农业等各种现代农业模式，使其成为我国农村经济新的增长点。加强基础设施建设。应加强农业基础设施建设，为发展现代农业提供物质基础。(1) 农业投入增加后，应将资金重点投向基础设施领域，搞好大型农田水利设施的新建、续建和配套工程建设。(2) 进一步搞好农业综

合开发，支持土地平整、土壤肥力改造和高标准农田建设，同时，鼓励农民发展现代设施农业、新型农产品加工业等。(3) 利用财政资金，动员社会力量，建设现代流通设施和新型流通业态，积极培育农村要素市场。^[9]

7.2对已实施品牌化战略的农产品的建议

7.2.1整合福建省农产品品牌

从总体上看，福建省目前存在着农特产企业整体规模小、观念狭隘；产品竞争力弱、科技含量不高、标准水平低；品牌多、乱、杂，地方保护主义严重；品牌意识不到位，产品开发水平不高、同品异名的现象普遍存在；企业各自为战、不能形成合力、在市场竞争中弱势地位十分突出等问题。为此，紧紧围绕全面建设农村小康社会的奋斗目标，抓住历史性机遇，坚持实施工业化思维谋划农业发展战略，以消费需求为导向、以项目建设为载体，以扩大企业规模和生产水平为核心，以企业体制创新和科技创新为动力，大力推进农业产业化经营、集团化运作、标准化生产、规范化管理、规模化发展，强化扶持政策，构筑福建农产品品牌体系，形成一批具有相当规模效益的名牌企业群体。加快农业和农村经济结构战略性调整，带动全省农村经济持续、快速、健康发展。

7.2.2对福建省农产品品牌化经营的建议

从消费者角度来看，由于信息的不对称，消费者很难确定市场上商品的具体质量，他们知道品牌商品的质量要高于非品牌商品的质量，尽管并不是每件品牌商品都是高质量产品，但消费者购买非品牌产品遇到低质量的概率要大大高于购买品牌产品遇到低质量产品的概率，并且购买低质量产品的效用损失可能高于品牌商品与非品牌商品的市场价格之差所带来的效用损失。在这种情况下，消费者自然会选择高价格的品牌产品。假定市场上有两种质量标准不同的葡萄酒产品，其中一半产品是整合后的高质量、统一标准的品牌葡萄酒，可以给消费者带来300单位效用，另一半为低质量普通品牌的葡萄酒，只能给消费者带来200单位效用，同时假定消费者每进行一次探询损失的效用为10单位(消费者事先不知道这种商品的质量如何)。由此

可见，随着探询次数的增加，消费者获得高质量、统一标准的品牌产品的概率在不断增加，其可获得的名义效用在不断增加。但由于探询而损失的效用会导致其实际效用减少。而事实上，消费者往往注重的只是买普通商品(普通品牌商品)需要花费的信息成本，而不去关心信息成本的具体值是多少，所以经过整合后的品牌商品的价格虽然可能较普通商品偏高，但消费者仍会选择高质量、统一标准的品牌商品，从而也能给通过品牌整合的葡萄酒生产商带来利润。

品牌定位策略通常集中于目标顾客或竞争者，这两种方式都要满足目标顾客所需要的品牌利益，前者将品牌与目标顾客能获得的利益相联系并建立有利的品牌形象，后者通过与竞争者品牌联系并加以区别，以获得目标顾客对本品牌的独特认识。企业在对产品进行定位是有如下几种选择：按品牌属性或利益定位；按价格/质量定位、按产品用途定位；按产品种类定位；按品牌使用者定位；按竞争者定位；按文化定位；按品牌再定位。根据农产品自身特点以及福建省农产品品牌化现状，给出如下几点建议：一是按价格质量定位。福建省土壤肥沃，大米的质量非常高，而且在同类产品中相对价格比较低。一种方式是可以透过广告宣传品牌具有一流的质量，同时与质量相比只有二流的价格；另一种方式是强调具有竞争性价格的产品的质量或价值。采用这种定位策略要求品牌要能够说明确实具有一流的质量并且要让消费者信服，同时对品牌的价格消费者能体会到的确是实惠的。二是按产品用途定位。使用产品用途定位策略时要求产品的多种用途能给消费者带来实际的利益，同时消费者也不会因为享受了多用途而支付更多。福建省的人参市场前景良好，鉴于人参的用途非常多，在进行品牌定位时可以突出这一特点，在宣传时把重点放在用途的宣传上。

7.3 加大农产品品牌文化的建设

在知识经济时代，企业之间的竞争更多的表现为企业文化的竞争，品牌文化构成了品牌的核心文化，消费者对品牌的重视在于品牌带来的文化价值和心理利益，因为品牌不仅仅是一个名称标志，而且意味着一定的形象价值和文化内涵。农产品品牌文化的建设包括以下几个方面：

首先，制定科学的品牌文化定位策略。品牌文化定位是在品牌定位中通过文化因素的作用来突出品牌形象和价值。品牌文化定位策略按品牌内涵分为产品特征定位策略、品牌利益认知定位策略和形象定位策略。

(1) 产品特征定位策略。产品特征是品牌文化的基础，以产品特征作为定位要素，需要在同类产品中，突出自己产品的独特之处。

(2) 品牌利益认知定位策略。利益认知定位将顾客对产品功能价值的感受作为定位对象，是消费者心目中的品牌定位。

(3) 品牌形象定位策略。品牌形象定位通过品牌个性的塑造确定品牌的独特形象，利用其独特形象吸引目标消费者。目标消费者在选择特定的品牌时，会参照树立的品牌个性给自己定位，从而产生与品牌产品强烈的认同感，成为品牌的忠实消费者。其次，不断提升农产品品牌。农产品的品牌形象经过一段时间以后可能会老化，或者由于竞争对手的品牌强势发展，从而导致消费者的转移。因此，农产品的生产者必须实施品牌提升战略。品牌提升是指品牌经营者运用多种营销手段，开展全方位的形象定位，使品牌形象在消费者心目中的位置更加突出的营销过程。

品牌提升有三种策略，农产品生产者可以根据实际情况进行选择，一是产品提升策略，农产品生产经营可以通过改变产品的价格、增加产品的特殊功能、改良品种、提高农产品质量、增加品种花色、改变包装和完善销售服务等途径达到向消费者传达强烈的产品品牌形象的目的。二是市场提升策略。一般通过广告宣传和公共关系等营销手段在市场上树立产品的独特卖点或品牌的鲜明个性。三是文化提升策略，农产品生产经营可以在品牌形象中注入文化因素来提升品牌。依靠深厚悠久的传统文化是我国许多企业提升品牌的有效手段。

7.4 大力宣传农产品品牌

福建省在宣传农产品品牌这方面做得很不够，只知生产，不懂经营，不懂宣传。选择恰当的传播对象，选择合适的传播形式，对各种形式进行整合：即在品牌的传播过程中，综合各种方式的特点，将广告、公关、事件、新闻等各种传播形式有机地

整合起来，更有效地强化品牌的传播力量。品牌传播的整合具有策略性和动态性，策略性要求品牌的传播必须符合策略的规划，针对品牌的目标群体，运用统一的传播主体；动态性则要求品牌的传播必须循序渐进，充分考虑品牌的成长规律，根据市场和竞争态势将传播分为不同的发展阶段，每个阶段都有相应的品牌发展目标和传播重点。福建省农产品企业可以从以下几方面着手：第一，加大品牌宣传投入。品牌具有很强的获利效应，品牌农产品的价格一般比非品牌产品价格高很多，因此，在准确的品牌定位基础上，追加品牌宣传投入的回报率很高。而福建省一些农产品企业的广告投入仅占企业产值的10%左右，追加广告投入的空间很大，关键是要强化品牌观念，舍得投入。第二，综合运用电视、广播，报纸、杂志、展会等多种宣传方式，进行品牌宣传，迅速提高品牌知名度。在宣传过程中要注意找准品牌的特色与优势，集中力量将品牌的特色和优势作为品牌的核心诉求，清晰明了地传达给消费者。第三，充分开发公共关系资源，塑造和宣传品牌的良好形象。企业可以通过赞助公益活动、向灾区捐款、支持贫困儿童上学等公关活动，塑造公司良好形象、提升品牌的文化内涵，进而提高品牌的知名度和美誉度。

7.5 注意农产品品牌延伸

农产品品牌延伸是农产品生产经营者对新投资生产的产品延用过去的品牌。品牌延伸有两种途径：一是产品档次的延伸，即农产品的生产经营者推出与原有产品不同档次的新品，以满足不同层次的消费者的需要，这种延伸可分为向上延伸、向下延伸和双向延伸。二是产品线的扩充，即通过开发增加新的产品项目来延伸产品线。延伸农产品品牌首先要从自身资源和当地的资源优势以及市场需求出发。对福建省农产品品牌化经营的建议如果企业有足够的资金、技术力量和市场推广能力，当地又有充足的农产品资源，可以从市场需求出发适当延伸。其次在进行农产品品牌延伸时要根据市场需求特点进行，如在我国各地区的人们饮食习惯和口味差异较大，那么在进行品牌延伸时就要满足这种差异性。再次，农产品品牌有很强的行业特色，跨行业延伸时，一定要慎重考虑。关于品牌延伸，营销界有这么一种说法：一个品牌一般能覆盖四个产品，一个品牌只能有一种风格，一条产品线最多只能容纳四个产品项目。福建省的农产品生产经营者可以结合企业的自身状况，福建农产品的特点，

市场的需求状况对品牌进行相应的延伸。

7.6 保护农产品品牌

建立农产品行业协会，把农民组织起来，进行各种形式的管理，如让农民遵守一些特定的质量标准。一个龙头企业与农民进行交涉时不再是与一家一户单独谈判，而是直接与协会的领导谈判，大大节省了交易成本。而且还可以提高农民的品牌意识，提高农产品的质量。对品牌进行规范注册。首先要让生产者有注册的意识，而且在注册时要将商标名与品牌名统一起来。必要时进行防御注册和原产地名称注册。政府部门应加大对农产品品牌的保护力度，对不作为的政府官员进行处罚，并形成一种制度。

7.7 政府必要的引导和支持

经济制度的职能是指经济制度如何运行、经济运行的方式和为谁的利益服务。一切经济制度都是由两个基本过程即实际的生产过程和资金运动或收入—支出过程组成的。实际的生产过程是指在生产单位内把土地、劳动和资本结合起来创造实际的商品和服务的过程，它涉及的事情包括生产单位的组织，生产技术的选择，用最少的原材料、半成品和生产设备生产出最多的物质产品。在非原始经济中，实际的生产过程伴有资金运动过程。诺斯认为经济增长的关键因素在于制度，一种能够提供个人刺激的有效的制度是使经济增长的决定因素，在诸多制度因素中，产权的作用最为突出。根据新制度经济学理论，科斯认为，除了企业这种资源配置方式外，政府也是一种不通过市场配置资源的方式。纵观世界上已实现农业现代化的国家，它们在农业现代化进程中都离不开政府部门的大力支持。例如，日本政府的宏观调控及对农业积极扶持的政策对日本的农业现代化进程起了重大的作用，主要有：政府通过投资及金融政策承担农民自己无法承担的巨额投资部分，上世纪50年代日本政府对农业的投资已占国民经济投资的20%左右，目前已超过40%；日本政府对农业的资助很多，但农业生产者的税收却比非农业要低得多，大体上只有非农业税的一半。

另外一个方面是：农民不可能独自提高农业生产率，即在既定数量的土地、劳动力、资本和其他要素投入下生产更多产出的能力。同时，每一个产业在它兴起的最初时间，总是需要一个成长过程，而减少成长时间最好的助推剂之一就是政府制定激励政策，给予资金资助和政策倾斜。当然，农业政策有它的预见性和先导性，然而更多是因时循势而采取的战略措施。目前，由于国家财政不可能拿出太多钱来扶持农业，为了解决农业信贷资金的问题，很有必要大力开展农业中长期低息的建设性信贷业务。为此，一要尽快建立政策性农业开发银行；二要建立多种与农业有关的制度性金融机构。现阶段，淮安地区为了吸引外资投资农业，对外资来淮安地区投资农业给予下列一系列的优惠政策：一是凡外地来投资的企业或个人，从事农、林、牧、渔业开发对种、养、加项目，都将予以支持。同时享受淮安地区政府的招商引资政策。二是外地企业或个人依法在新开发的荒山、荒地、滩地、水面上从事种植业、养殖业、林业和园艺业的农业企业，自有收入起，3年内农业税与农林特产税先计征、后由地方财政补贴。三是运用农业开发资金对合作的项目予以扶持。对从事优质农产品生产的项目，运用土地治理资金给予支持，项目资金90%无偿，10%有偿，有偿部分第四年开始还款，四年还清；对从事龙头加工项目经营的，运用多种经营扶持资金予以扶持，项目资金20%无偿，80%有偿，有偿部分还款同上。对带动产业能力强、带动农民增收多的项目，可以配套支持基地建设。外来投资者无论是集体或个人，在开发项目区内建设基地或兴办农产品加工企业，都可用开发26资金予以扶持。四是利用开发系统自身优势，为外来投资者建设项目提供无偿的技术和咨询服务，并对项目产品的销售提供信息，协同做好产品销售工作。五是竭诚为外来投资者创造宽松的生产环境、舒适的生活环境。对合作项目提供全程、优质和配套的服务。

此外，现阶段淮安地区政府应该制定相关的政策，引导农产品生产，建立新的激励机制，以激励农户扩大生产规模，并实现资本（机器）对劳动力的替代。

7.8 实现农产品生产企业的规模集聚效应

戴维斯和戈登堡定义农业企业为：农场供应品的制造和销售，农场的生产经营，

直到农产品及其制品的贮藏、加工和销售所涉及的全部经营项目。农业龙头企业作为农业产业化经营的组织者、带动者、市场开拓者，内联农户，外接市场，具有搞好生产、开拓市场、提供服务、带动农民致富的功能，是发展农村经济、提升农业竞争力，创建品牌农业的主体。初级农产品经过农业企业的深加工，不仅可以解决卖难、储存难等问题，还可延长销售时间，增加经济效益。按照产业经济学理论，产业组织结构决定产业组织行为，产业组织行为决定产业的绩效。产业价值链是企业和企业之间为生产最终交易的产品和服务所经历的增加价值的活动过程。农业产业链中的每一个农产品生产企业都应专注于其中一两个价值增值环节，培养其竞争力，但是，依靠产业集群内部企业之间自发形成一个相互协调、避免过度竞争的价值链体系是不现实的。比如说金湖县蒿茶产业，蒿茶是金湖县的特色产品，生产厂家众多，具有一定的技术加工水平，本应形成一个良好的产业，却因为无人牵头，导致人力、财力分散，无序竞争。因此政府应积极培育龙头企业，发挥龙头企业带动力，纳入小规模农业生产企业，引导农产品生产企业之间形成基于农业产业链的协作体系，通过各个价值增值环节上的企业间的密切合作，形成该产业的竞争优势，实现农产品生产企业的规模集聚效应，为品牌农业建设提供效率基础。

参考文献

- [1] 卢良恕, 论新时期的中国现代农业建设[J], 科技进步与对策, 2004(3)
- [2] 陶武先, 现代农业的基本特征与着力点[J], 中国农村经济, 2004(3)
- [3] 杨万江, 农业现代化测评[M], 社会科学文献出版社, 2001年7月
- [4] 韩波, 杨俊杰, 现代农业产业化的新途径—工厂化高效农业[J], 中国农村经济, 2002.2
- [5] 武文, 赵长宝, 农业现代化与现代农业农业现代化问题综述[J], 2003
- [6] 叶荣裕, 厦门现代农业发展战略研究林业经济问题[J], 2004(8)
- [7] 李昌勤, 等. 全面启动品牌农业发展战略是一项紧迫任务团[J], 垦殖与稻作, 2002第5期
- [8] 张军, 我国建设现代农业的基本对策研究, 东北师范大学硕士生论文2003
- [9] 马晓河, 发展现代农业是新农村建设的重要支撑[J], 中国乡镇企业, 2007, (6)
- [10] 周琳琅, 关于现代农业发展的几个问题[J], 经济问题探索, 2007(5)
- [11] 黄传武, 唐任伍, 我国现代农业发展的困境和出路[J], 中南大学学报(社科版), 2006(5)
- [12] 李炳坤, 发展现代农业支撑新农村[J], 瞭望新闻周刊, 2006(7)
- [13] 吴越, 循环经济兴起与现代农业发展[J], 福建农林大学学报(哲社版), 2007(1)
- [14] 万宝瑞, 把发展现代农业贯穿新农村建设始终[J], 农业经济问题, 2007(1)
- [15] 毕美家, 尽快建立适合国情的现代农业制度[N], 中国经济时报, 2006(11)
- [16] 李成贵, 我国发展现代农业面临的主要问题和政策选择[J], 学习与探索, 2007
- [17] 张晓山, 发展现代农业——社会主义新农村建设的首要任务[J], 前线, 2007, (4)
- [18] 贾乃新, 解析现代农业[N], 福建日报, 2007. (4)
- [19] 孔祥智, 李圣军, 公共财政支持与发展现代农业[J], 河南社会科学, 2007,

(2)

[20] 张宝文, 现代农业: 一项重大而紧迫的历史任务[J], 农业经济导刊(中国人民大学报刊复印资料), 2007, (2)

[21] 柯炳生, 加快推进现代农业建设的若干思考[N], 农民日报, 2006(12)

[22] 裴淑娥, 对发展现代农业的思考[J], 安徽农业科学, 2007(19)

[23] 程恩富, 完善集体产权发展现代农业[N], 光明日报, 2007(1)

[24] 柯炳生, 正确认识和处理发展现代农业中的若干问题[J], 小城镇建设, 2007(4)

[25] 张红宇, 发展现代农业需要关注的几个问题[N], 人民日报, 2007(2)

[26] 郭秀芳, 姜会明, 福建省现代农业模式的选择[J], 福建农业大学学报1994

[27] 吴文良, 我国农业科技园区的发展定位与发展策略[J], 中国农业科技导报, 2001.5, P13

[28] 牛若峰, 夏英, 农业产业化经营的组织方式和运行机制[M], 北京: 北京大学出版社, 2000, P48

致 谢

论文是在我的导师吴声怡教授的悉心指导下完成的。回首求学历程，导师的悉心指导历历在目，导师丰富的学识、注重实践的学术风格和深厚的人格修养深深滋养着我，给予我的不仅是学术研究上的指导和教诲，更多的是对人生的把握和启迪。

在此还要特别感谢陈清福老师，在学习和论文的写作过程中，给予了许多关心和帮助，在论文的选题、思路和框架结构方面，各位老师提出了很多宝贵的意见。在此表示衷心的感谢！

感谢众多同门师兄们三年来的关怀与帮助，是你们让我始终感受到友情的温暖和力量，在论文完成之际，向你们一并表示感谢！

还要感谢的是我的同事及家人，他们在我求学和论文写作期间自始至终给予了无私的帮助和支持，使我能顺利完成学业。