

<<我国“一村一品”发展理论与实践>>

图书基本信息

书名：<<我国“一村一品”发展理论与实践>>

13位ISBN编号：9787109145948

10位ISBN编号：7109145948

出版时间：2010-6

出版时间：中国农业出版社

作者：秦富 等著

页数：276

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

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。

”

书籍目录

在当前我国加快发展现代农业、推进社会主义新农村建设的关键时期，“一村一品”面向市场，通过深入挖掘和充分发挥地方的自然资源、传统文化、生态和区位等优势，积极培育具有鲜明特色和市场竞争力的主导产品和主导产业，有效促进了各地农业和农村经济发展，引起了涉农领域研究者和区域政策制定者越来越多的关注。

本书将比较优势、主导产业、产业集群、农业产业化经营和产业链管理等理论与我国“一村一品”发展实践相结合，重点探讨了“一村一品”发展的模式、特征、经验、成效、问题和建议，并结合典型案例进行了分析。

指出，依托现代农业组织培育具有地方特色和比较优势的主导产品和主导产业，是促进专业村的特色产品优势向区域化、专业化、产业化的块状或带状经济转变，形成“村域经济 镇域经济 县域经济 区域经济”圈层扩散式发展路径的关键。

本书对于农业经济理论与政策研究领域的专业人员具有重要参考价值；同时，本书结合大量实例分析，力求图文并茂，也适合政府相关部门领导者、涉农领域实践者和其他读者阅读。

章节摘录

2001年泰国“一村一品(OTOP)”销售收入已达8.3亿多美元,2002年达10亿多美元。

目前,OTOP计划有1万种以上的产品,主要包括泰国传统服饰、粮食、草药配制饮品、纪念品以及装饰品等,营业收入额达到23亿美元,其中460项产品经政府评价为高品质的产品。

除明显的经济效益外,“一村一品”项目还有力地加强了泰国基层政府的工作效率,密切了政府和基层群众的关系。

主要做法如下: 1.政府大力支持。

在泰国“一村一品”运动的发展过程中,政府发挥着重要作用,采取多种措施,促进“一村一品”运动的开展。

泰国前总理他信亲自倡导“一村一品”运动,并且从政策、资金、服务等方面采取优惠措施,促进“一村一品”运动的开展。

泰国政府不但把“一村一品(OTOP)”写进国家发展的规划中,并把其作为招商引资的一个重要条件,还成立了相应的工作小组,分别负责为各乡制定产品开发、营销、设备、信息、融资、出口和公关等具体计划,以帮助各乡开发和推广自身产品。

同时,泰国政府还在旅游景点和机场设立“OTOP产品”的展销中心,设立电子商务网站进行全球推广,通过国际展销手段,使“一村一品(OTOP)”产品打入了国际市场。

2.打造知名品牌。

泰国“一村一品”运动是政府大力推行的一项发展本土特色产品的运动,其内涵是要求泰国的每一个地区都推出一种“自己为之骄傲”的本地产品,并把其作为出口创收益的项目。

其中,这些本地产品可以是当地的土特产品,也可以是传统手工艺制品等。

在政府引导下,目前泰国丝、织锦、木雕、银首饰、民族服装等传统工艺及旅游等特色产品,已闻名于世,并且成为泰国出口创汇的主要项目。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>