

# 云南高原特色农业发展战略的整体性与区域性

武友德

(云南师范大学 云南华文学院, 云南 昆明 650500)

**【摘要】**云南高原特色农业发展战略是中央和省委、省政府, 根据云南的资源禀赋和特色优势提出的关系云南全局和长远发展的重大战略任务。云南高原特色农业既复杂多元、差异明显, 又内涵丰富, 农业发展优势与劣势并存, 机遇与挑战同在。为厘清发展思路 and 方向, 制定实施措施, 可从宏观和中微观角度将云南高原特色农业发展战略分为整体性战略和区域性战略; 通过 SWOT 战略分析模型可将整体性战略细化为品牌战略等五战略, 将区域性战略细化为错位竞争发展战略等三战略, 战略的整体性与区域性二者有机统一, 相互促进, 共同推进云南高原特色发展战略目标的实现。

**【关键词】**云南; 特色农业; 战略; 整体性; 区域性

**【中图分类号】**F327

**【文献标识码】**A

**【文章编号】**1006-723X(2016)01-0059-05

## 一、云南农业发展现状分析

### (一) 云南农业发展的现状和问题

农业是云南的重要基础产业。云南农业人口占全省总人口的 66%, 75% 的国民收入、70% 的财政收入、60% 的创汇收入和 80% 的轻工业原料直接或间接来自农业。<sup>[1]</sup>可见, 在云南, 农业的重要地位无可替代, 在云南科学发展、和谐发展、跨越发展的背景下, 农业的持续、健康发展是一个重大的现实命题。目前, 云南的烟草、橡胶、花卉、咖啡产量均位居全国第一, 甘蔗、茶叶、柠檬等产量名列全国前茅;<sup>[2]</sup>核桃、板栗等经济林果发展迅速, 已成为中国干果生产大省。经过多年的发展, 云南农业取得了长足的发展, 整体实力和规模迈上了新台阶, 一些重要农产品在全国具有举足轻重的地位, 为促进现代农业产业结构调整、促进农民增收致富和农业可持续发展打下了坚实的基础。

然而, 由于历史基础、自然地理条件、社会经济发展水平和人文资源的差异, 与发达地区相比, 云南农业还存在一定的差距和问题。主要表现为, 在生产管理上, 布局雷同, 种植分散, 管理粗放, 生产方式落后, 机械化程度低, 科技贡献率不高; 在经营管理上, 经营分散, 优势农产品市场发育程度低, 产业化程度低, 品牌产品效应不明显, 竞争力不够强, 经济效益欠佳; 在科技支撑方面, 科技创新支撑不足, 产学研存在脱节现象; 在管理体制上, 众多涉农职能部门条块分割, 产业政策不配套, 扶持力度不大, 没有形成一个有效的协作统一、齐抓共管模式。

### (二) 云南农业发展的优劣势分析

#### 1. 区域内农业优势明显

**作者简介:** 武友德 (1964-), 男, 云南禄劝人, 云南师范大学云南华文学院教授, 博士, 博士生导师, 主要从事区域经济发展研究。

---

云南气候类型丰富多样，长冬无夏、终年如夏、四季如春在云南均有体现，囊括了北温带高原西南季风气候、热带雨林气候、高原寒温性湿润气候、低纬度高原亚热带季风气候、亚热带山地季风气候、低纬暖温带高原山地季风气候等多种气候类型，气候的区域差异和垂直变化十分明显。云南几乎集中了从热带、亚热带、温带至寒带的所有物种，云南是全球生物多样性最为典型的地区之一，素有“动物王国”“植物王国”“药材宝库”之称。云南省森林覆盖率达 54.64%，为全国第三，远超出世界和全国平均水平。云南植被良好、水源清洁、空气清新，是我国原生态、优质、有机特色农产品的重要生产基地。“生态”“多样”是云南农业区域优势的突出亮点。

## 2. 沿边开放优势突出

云南沿边开放条件极其优越。云南直接与越南、老挝、缅甸相连，与泰国、柬埔寨有河流相连接，距印度边境有 300 多公里，距孟加拉国也只有 500 多公里，是中国连接东南亚、南亚的重要门户，是我国毗邻周边国家最多、边境线最长的省区之一。云南与面向西南的周边国家民族同宗、文化同源，在云南生活着的 26 种民族中有 16 种民族跨境而居，与面向西南的周边国家往来十分密切，传统友谊悠久深远。随着国家“一带一路”、长江经济带、面向南亚、东南亚辐射中心等重大战略的实施，云南以其独特的地理位置、深厚的人文交流和优越的沿边优势，将抓住新的战略机遇，进一步提升对外开放水平，不断增强其区域经济聚集效应和辐射能力，成为连接大湄公河次区域、东盟、南亚、西亚的重要桥梁和纽带。

## 3. 农业小、散、弱问题突出

一方面，云南沟壑纵横、高山峡谷相间，山高坡陡，大面积的土地高低参差，极大地制约着机械化作业和规模化经营。在云南的很多贫困地方，农业基础条件落后，抵御自然灾害的能力弱，甚至还存在广种薄收、靠天吃饭的现象。另一方面，随着农产品商品化程度的提高，以家庭为单位的小规模生产分散、经营分散的碎片化模式在一定程度上制约着农业市场化进程。再有，传统的社会家庭结构植根于土地之上，世代以家庭为单位耕作于土地，形成的自给自足的传统观念、守家守土意识在一定程度上也影响着土地的流转和农业的市场化，这些因素导致了一些特色农产品难以形成规模，难以参与市场竞争，小、散、弱问题的长期存在。

## 4. 产业化程度低

农业小、散、弱问题形成的后果之一便是规模不经济、产业化程度低。农业的产业化是指以经济效益为中心，在优化生产要素配置的基础上，形成区域化布局、规模化建设、专业化生产，将产、供、销、农、工、贸的完整产业链有机统一为一体的运作模式。云南农业产业化水平低突出表现在农业生产、加工、销售整个链条不紧密；在生产上机械化程度低、科技支撑不足；在加工上龙头企业带动力度小；在销售上市场培育不够，销售渠道狭窄；在保障机制上产业化政策不健全，保障制度比较滞后、组织化程度低；因此，总体经济效益不高，聚集效应不明显，发展也不平衡。

# 二、云南高原特色农业发展战略的提出和构成

## （一）战略的提出

云南高原特色农业发展战略是中央和省委、省政府根据云南的优劣势和发展基础，结合国家良好的农业发展政策环境，为进一步改善民生、探索云南特色农业现代化道路，对云南农业做出的一个价值独特的定位。

云南高原特色农业早而有之，在 20 世纪 80 年代，农村土地制度发生重要改革之后，靠特色赚钱，发展优势特色产业已在红土高原萌生，一些先行先试的农民也从此尝到了一些甜头。此后，虽然一路充满艰辛，但优势农业产生了产业效应，一些传统农业优势产业如烟、糖、茶、胶，花卉、蔬菜、马铃薯……一批散发着红土高原芳香的农产品为一批敢闯敢干的农民、

---

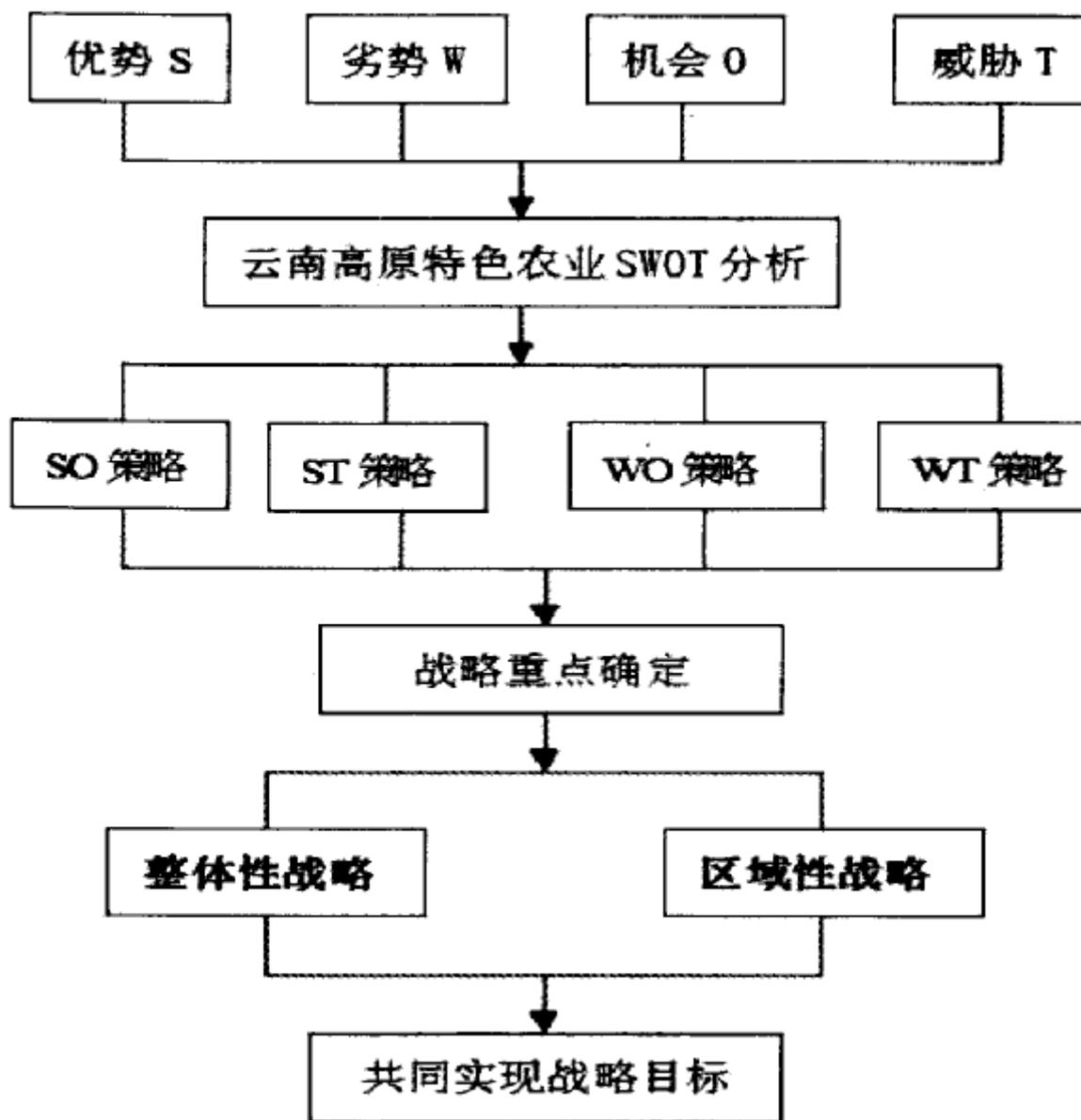
商人带来了很好的经济效益。为把云南丰富的资源优势转化为经济优势，云南省第九次党代会明确提出要大力发展高原特色产业，打造优势特色农产品品牌。2012年9月1日，云南省委、省政府联合做出了《关于加快高原特色农业发展的决定》，决定指出，要发挥云南高原特色农业“丰富多样、生态环保、安全优质、四季飘香”的特点，打响这“四张名片”。2015年年初，习近平在考察云南时，要求云南要打好高原特色农业这张牌，并着力推动现代农业建设。2015年9月23日至24日，云南省委书记李纪恒在红河哈尼族彝族自治州举行的“云南省高原特色农业现代化建设推进现场会”上指出，要遵循习近平总书记关于云南“三农”工作的重要论述，高原特色现代农业是关系云南全局与长远的重大战略任务，要求各级干部用心用力推动云南高原特色现代农业建设实现新跨越。

## （二）云南高原特色农业发展战略之整体性与区域性战略构建的基本逻辑

云南高原特色农业发展的整体性与区域性战略是基于SWOT战略分析模型构建的。SWOT战略分析法是在考虑组织综合体内外各种因素影响下，分析其优势（S）、劣势（W）、机会（O）和威胁（T）并加以综合评估，以充分利用自身优势，克服自身不足，把握外在机会，避免外在威胁，制定出最优决策方案。基于SWOT分析方法，我们可以把发展云南高原特色农业用如下SWOT分析模型来呈现。

### 1. 云南高原特色农业SWOT战略分析模型

如图1所示，用SWOT分析法，可将发展云南高原特色农业面临的内外部环境分析为优势、劣势、机会和威胁四个方面，通过配对得到四组策略，分别是SO策略：依靠自身优势抓住外部机遇；ST策略：利用自身优势避免或减轻外部威胁的不良影响；WO策略：利用外部机遇来弥补或改进自身劣势；WT策略：力克自身不足以避免或应对外部威胁。基于对云南农业发展现状的分析，结合上图分析模型，可将策略分析结果表示为如下矩阵形式。



**图1 云南高原特色农业SWOT战略分析模型**

2. 云南高原特色农业策略矩阵

表 1 中并未能囊括出四种组合策略的全部内容，但已可清晰地梳理出云南高原特色农业发展战略的发展基础、发展路径和发展目标。云南高原特色农业发展的基础优势在于生态、多样和开放，发展路径在于品牌的打造和走科研机构、企业、银行等多重主体联合发展的产业化之路，最终目标是实现“三农”利益的最大化、综合效益的最大化。简言之，云南高原特色农业总体发展战略的最核心的竞争力和突破点在于“特”，关键在于“产业化”，目标在于综合效益。结合 SWOT 战略分析模型和策略矩阵的分析，由总体战略的发展基础、发展路径和发展目标可细化出突出优势和特色的战略、开放战略、政府宏观调控战略、“互联网+农业”发展战略、科企银合作战略、品牌战略、区域内错位竞争发展战略、特色产业战略联盟战略等。在此，从市场参与主体和宏观角度分析，战略整体性的组成部分为品牌战略、科企银合作战略、“互联网+农业”战略、政府宏观调控战

略、开放战略。从区域特色农产品发展单元和中微观角度分析，战略区域性组成部分可分为突出优势和特色的战略、错位竞争发展战略、特色产业战略联盟。实践证明，一个好的发展战略，中心问题是处理好战略的整体性与区域性问题。战略的整体性与区域性二者有机统一，相互促进，共同推进云南高原特色发展战略目标的实现。

**表 1 云南高原特色农业策略矩阵形式**

类别	机会(O)		威胁(T)	
	①国家战略机遇 ②绿色生活潮流		①来自区域内的竞争 ②优质安全更高要求	
优势(S) ①生态多样 ②沿边开放	SO 策略	①突出优势和特色的战略 ②开放战略	ST 策略	①政府宏观调控战略 ②互联网+农业战略
劣势(W) ①小、散、弱 ②产业化程度低	WO 策略	①科企银合作战略 ②品牌战略	WT 策略	①错位竞争发展战略 ②特色产业战略联盟

### 三、战略的整体性

#### (一) 品牌战略

云南高原特色农业品牌战略的整体性是与各农产品单元品牌的单向性相对而言的。品牌是生产经营者与顾客间心灵的烙印。戴维·阿克(David Aaker)，认为，品牌是一个“精神的盒子”，是世界上最值钱的不动产，它存在于消费者的脑海中，会增加产品或服务的价值。<sup>[3]</sup>云南高原特色农业品牌是其产品产地和质量的重要标识，代表着产品经营者的信誉及其对消费者的承诺。高原特色现代农业要把品牌建设作为生命线，云南高原特色农产品在市场的占有率，决定因素就是其品牌竞争优势。可以这样说，市场份额是产品竞争地位的重要指标，品牌优势是市场的核心竞争力，有品牌就有市场。只要有云南高原特色农业这个大品牌，其下的各个农产品就将获得同等的“市场地位”，参与市场竞争。因此，要站在全局的高度，加大对品牌的建设和培育，强化农产品地理标志保护认证、生产工艺保护认证、企业商标认证管理，强化农产品食品安全的检测、监督管控，只要能纳入云南高原特色农产品品牌识别体系，就能顺利准入市场，并将在市场占有一席之地。

#### (二) 科企银合作战略

云南农业的科技含量相对较低，2013年云南农业科技贡献率仅为50%，长期以来均低于全国平均水平。农业发展的根本出路在科技。科研单位具有高层次人才聚集、科研仪器设备先进的优势；企业具有紧贴市场、市场推广能力强的优势。科研单位加入，可有效指导农产品的生产加工，提升农产品的科技含量；企业加入，可有效推动农产品的市场流动，有组织地参与市场竞争；再有银行的加入，将为产业的发展提供强大的金融保障，为高原特色农业品市场的专业化建设和运营提供支持。三方优势互补，可促进人才、设备、技术、资金、资源等创新要素在更广阔的创新体系中充分流动，优化资源配置。通过三方的战略合作，用现代科技提升农业，用龙头企业带动农业，用金融服务支撑农业，加强三方的互动交流，形成“科+企+银”联合发展战略模式；结合各方优势特色，将科技成果与市场需求紧密结合起来，有利于强化科技支撑，缩短科技成果的应用周期，加速科技成果的转化，实现云南高原特色农业产业的快速发展和各方利益的最大化。

#### (三) 政府宏观调控战略

农业是一个复合、开放、多元的大系统。云南高原特色农业实质上是涉及农业、林业、畜牧业、渔业、工业、服务业等多个产业，涉及食物保障、原料供给、生态保护、观光休闲、文化传承、就业增收、科学研究等多个领域的一个系统工程。某一生产领域或生产部门变动，可能会引起整个系统的连锁反应。任何环节的不可控将会导致全局的波动甚至不可控。任何环节的

扶持和培育将会导致结果的倾向性。此外，来自区域内外优质农产品的竞争压力，面对人们对生态、优质、安全更高的要求，都需要政府在扶持和监管的宏观调控方面，要有一系列可行措施。一方面，要大力改善农产品生产条件，调整产业政策，引导产业发展优化布局，加强各种有利于高原特色农业产业发展的政策倾斜；另一方面，要注意安全风险管控，顺应绿色经济发展潮流，切实做到高原特色农产品的“生态环保”和“安全优质”。

#### （四）“互联网+农业”战略

“互联网+”是指以互联网为平台，将互联网深度融入经济、社会各领域之中。“互联网+农业”战略即将互联网与农业深度融合，通过信息技术对地块的土肥情况、气候特征作监测，并依据监测数据提供相应的肥水、病虫害防治等解决方案；通过互联网链接市场，实现高原特色农业绿色安全生产加工的可视化，同时获取最新农产品价格走势，掌握市场供求情况；通过电商渠道，有效拓展农产品、观光农业的市场空间，减少中间的交易环节，实现电商、农户、农企的互利共赢。总之，随着“互联网+”时代的到来，我们要充分利用互联网快速、开放、便捷、高效的优势，弥补云南由于基础落后、交通闭塞、发展相对滞后方面的不足，构建云南高原特色农业信息大数据库，树立高原特色农业的品牌，传播云南多样的民族文化和观光旅游信息，实现信息与资源的无缝对接，有效助推云南高原特色现代农业的发展。

#### （五）开放战略

要充分利用云南与东南亚、南亚多国地缘与人文优势，抢抓时机、主动融入国家“一带一路”、长江经济带、面向南亚及东南亚辐射中心等重大战略，不断培育、探索和拓展云南沿边开放优势，加强对外经贸合作与人文交流。充分利用云南优越的气候资源，充足的光热和降水等条件，独特的自然景观和民族文化旅游资源，扩大热带、亚热带农产品在国内市场的份额，大力发展观光农业，不断提高云南高原特色农产品、农业观光旅游产业在国内和国外两个市场的知名度和影响力。开放首先在思想上要开放，要敢于打破制约发展的思想、观念；在体制改革上要开放，敢于深化农村土地和产权等各项制度的改革，深化经济服务体制改革，不断激活云南高原特色农业的发展潜力；在实际行动中要开放，要不断聚集改革发展动力，力克等靠、拖拉、不作为等不良心态，以时不我待、敢为人先的责任感和使命感，抢抓机遇，攻坚克难，发挥好云南战略基地和支点的作用，全力推动云南高原特色农业产业的强劲发展。

## 四、战略的区域性

### （一）突出优势和特色的战略

2013年，由省政协办公厅、研究室组织相关单位和政协委员组成的调研组调研发现，在一些地方，言必称“高原特色农业”，而实际上所从事的还是传统农业；在一些地方，市场调研了解不够，对高原特色农业的认识也很局限，不遵循生产经营规律，盲目跟风调整，不仅特色优势难以显现，造成产业雷同，反而丧失原有基础和优势。<sup>[4]</sup>农业有很大的差异性，特别是云南高原农业，更是千差万别。搞云南高原特色农业，必须因地制宜，必须立足于多样化资源这个独特基础，必须在“特”字上下功夫。比如丽江市玉龙县的“丽江雪桃”，依靠科技增效益，突出特色闯市场，2008年拉市乡的雪桃通过了有机食品转换认证和国家绿色食品认证，2009年雪桃首次被选为国庆60周年国宴用桃，并连续在国宴上一果独秀、绽放异彩；全县雪桃种植户年收入也显著提高。<sup>[5]</sup>又如新平县的“褚橙”，依托优美的基地环境优势，优质的产品优势，良好的品牌优势，被全国各地的消费者争相追捧，收获了越来越多的市场认可度；2015年11月初刚在昆明上市，诸多粉丝排队限购，半天时间便基本售罄。

### （二）错位竞争发展战略

随着云南高原特色农业的发展，市场竞争必然加剧不同区域或不同县（市）经济的激烈竞争，为充分发挥各区域内的比较优势，利用区域内的资源要素，实现功能互补，错位竞争发展战略便成为可持续发展的客观需要。错位竞争是指避开区域内强

---

势产业的正面碰撞，巧抓市场空白，努力挖掘自身潜力和特色的一种高效竞争方式。错位竞争发展战略要求避免盲目跟风、一哄而上、恶性竞争，要求科学发展、协同发展、特色发展、差异化发展。实施错位发展战略，要找准自身价值定位，瞄准细分市场的需求，坚持特色化、专业化的发展方向，做精做细做优，不断拓宽自身发展空间。实施错位发展战略，可以以某一特色农产品为单元，协同整合区域内产业优势，形成既错位发展又分工合理的产业体系。错位竞争发展战略是发现新特色、打造新亮点、拓展新机遇，完善云南高原特色农业产业体系很好的着力点，是一种策略，也是一种发展理念。

### （三）特色产业战略联盟

目前，为了增强国际竞争能力，各国（地区）通过组成区域经济共同体或战略联盟，以区域集团的整体优势参与国际竞争已成为一种重要的战略选择。就云南区域内来说，不具同质性的特色农业产业可走错位竞争发展战略之路，具有同质性的特色农业产业可组成特色产业战略联盟，作为一个整体参与市场竞争。比如，云南的小粒咖啡，以面积和产量均占全国 98 % 以上居全国第一，分布于云南普洱、版纳、文山、保山、德宏、临沧等地，品质非常好，驰名全球。根据区域布局的特点，云南组建了由科研单位、企业和其他组织共同组成的咖啡产业发展战略联盟。特色产业战略联盟的组建将有利于充分整合产业技术创新资源，加强区域内各资源信息合理流动，引导创新要素向优势企业集聚，促进技术集成创新，在很大程度上改变云南农业产业小、散、弱的局面，避免单一企业或组织在竞争中孤军作战，有效实现创新成果的快速产业化，提升优势高原特色农业产业在国内、国际市场上的核心竞争力。

## 结语

全力推进高原特色农业发展战略的实施，是云南省委、省政府贯彻落实习近平总书记对云南“三农”工作重要指示的一项重大举措，是云南省新时期积极融入国家战略机遇、主动适应和引领新常态下经济发展、推进现代农业转型升级的必然选择。高原特色农业发展战略是云南今后很长时期内的重大战略任务，目标宏伟，责任重大，意义深远。需要从全局战略角度，科学分析发展基础，厘清发展思路 and 方向，制定切实可行的实施措施，充分发挥整体性战略和区域性战略的协同作战功能，促进农业增产、农民增收、农村繁荣，为推动全省经济社会跨越发展贡献力量。

### 【参考文献】

- [ 1 ]徐体义，等．云南高原特色农业发展探踪之一：跨越从这里起[ EB / OL ] ．人民网，2015-5-12 ．<http://politics.people.com.cn/GB/70731/17880351.html>．
- [ 2 ]云南省统计局国家统计局云南调查总队．云南省 2014 年国民经济和社会发展统计公报[ EB / OL ] ．云南省统计局，2015-5-20．[http://www.stats.yn.gov.cn/TJJMH\\_Model/news-view.aspx?Id=3437585](http://www.stats.yn.gov.cn/TJJMH_Model/news-view.aspx?Id=3437585)．
- [ 3 ]戴维·阿克．建立强势品牌[ M ]．吕一林，译．北京：中国劳动社会保障出版社，2004 ．
- [ 4 ]陈晓波．云南省政协调研成果：怎样走好高原特色农业之路[ N ]．云南日报，2013-8-26 （007） ．
- [ 5 ]元正武．树牢云南高原特色农业示范县品牌[ J ]．中国农业信息，2013 ，（ 1 ） ．