

宁夏创意农业发展模式研究

郑文昭 (宁夏财经职业技术学院, 宁夏银川 750021)

摘要 社会经济总体发展水平的提升和人民消费能力的增强, 创意农业在宁夏也有了长足的发展。创意农业不仅能丰富宁夏文化创意产业内涵, 促进农民增收, 还能整合宁夏特色资源, 拓展宁夏农业发展空间。研究结果表明, 宁夏农业的发展必须依托现代农业背景, 立足于市场需求, 依赖多样化的自然资源, 借助丰厚的文化资源, 融合产品、技术、文化、营销等四大创意设计要素, 创新和完善产品导向型、技术创新型、文化创意型、市场拓展型、产业融合型等多种创意农业的发展模式, 发展具有宁夏地域特色的创意农业。

关键词 宁夏; 创意农业; 发展模式

中图分类号 S-9 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2014)30-10829-02

自从 20 世纪 80 年代开始, 全球范围内兴起了休闲农业、生态农业、绿色农业、科技农业、都市农业、观光农业等创意农业浪潮, 农业创新与转型升级也随之展开。从农业的创意要素来看, 上述农业形态皆可归类为创意农业的实践模式^[1]。随着社会经济总体发展水平的提升和人民消费能力的增强, 创意农业在宁夏也有了长足的发展, 全区各地出现了不同形式的创意农业发展模式, 成为现代农业发展的一个重要方向和农业经济新的增长点, 并对增加农民收入, 消除城乡二元结构, 推进城乡一体化建设起到了十分重要的作用。

1 创意农业的概念及特征

创意农业是创意产业的组成部分, 是借助创意产业的思维逻辑和发展理念, 通过对农业生产的过程、形式、方法、工具、产品等各环节进行创造和设计, 有效地将科技和文化要素融入农业生产, 从而创造出独具特性的产品和市场。创意农业进一步拓展了农业功能, 提升了农业附加值, 同时满足了人们不断提升的物质生活和精神生活的双重需要。

我国的创意农业起步于 20 世纪 90 年代。经济的发展, 科技的进步, 文化的繁荣所产生的巨大引擎作用, 为创意农业的发展奠定了物质基础。我国创意农业在 20 世纪初得到了迅速发展, 形成了各具特点的模式, 如北京都市型现代农业创意模式; 海南观光型农业创意模式; 山东出口型农业创意模式; 陕西杨凌高科技型农业创意模式; 四川休闲型农业创意模式等。创意农业具有如下主要特征:

(1) 创意农业具有融合性。创意农业是技术、经济、文化、科技、艺术等高度融合的产物, 完全颠覆了传统农业生产的观念和理念; 创意农业将传统农业的触角由第一产业延伸向二、三产业, 实现产业融合; 创意农业在实施过程中需要生产、加工、营销、服务全过程的分工配合。

(2) 创意农业具有独创性。创意农产品以原有的农业资源为载体, 以文化创意为核心, 运用新知识、新技术, 赋予农业和农产品以新内涵、新价值。独创性是创意农产品的主要特征之一, 是创意农产品竞争的重要手段和制胜的筹码^[2]。

(3) 创意农业具有高附加值。创意农业的核心生产要素

是知识、信息、文化和技术等无形资产, 是具有自主知识产权的高附加值产业。创意农业通过技术创新手段改良品种, 通过文化融合提高创意水平, 为社会提供智能化、特色化、个性化、艺术化的创意产品和服务, 大幅提高农产品的附加值。

2 宁夏创意农业发展目标

宁夏创意农业发展始于 20 世纪 90 年代, 经过几十年的发展, 从无到有、从小到大、从简单的果蔬改良、农业采摘、鱼塘垂钓等模式向农产品深度开发和区域特色产业链拓展, 融入了多领域的发展, 并呈现出快速发展的势头, 涌现出一批具有一定规模且功能较为齐全的创意农业企业。目前, 宁夏已形成园区创意型、营销创意型、文化创意型、节庆创意型等多种形式的创意农业形式, 创意农业的发展前景十分广阔。今后的宁夏创意农业发展目标主要由如下几点:

(1) 创意农业是宁夏文化创意产业的重要延伸。“十二·五”期间, 宁夏出台了文化产业倍增计划。该计划的主要内容包括打造全国最大的葡萄酒文化产业走廊, 利用地理优势打造“中国波尔多”; 建立枸杞博物馆和世界枸杞博览中心, 提升“枸杞之乡”的品牌影响力和知名度; 用文化产业发展理念, 包装晒沙瓜、红枣、葡萄、蔬菜等特色农产品品牌, 促进创意农业做大做强。当文化与创意赋予农业新的内涵时, 创意农业就成为文化创意与农业完美融合的产业形态, 从而带动农业的腾飞, 同时也成为文化创意产业的重要延伸。

(2) 发展创意农业是促进宁夏农民增收的新途径。创意农业在开发农业文化内涵的同时, 提高了农业生产过程及农产品的文化附加值, 实现了农业效益扩张, 从而促进农民增收。“十二·五”期间, 宁夏农业将实现从传统农业、产量农业向技术农业、创意农业、特色农业、高端农业转变, 培育一批特色鲜明、类型多样、竞争力强的专业乡、产业县, 形成产业集群, 农民人均纯收入达到 8 200 元, 年均增长 10% 以上。

(3) 发展创意农业可以整合宁夏特色资源。创意农业并不是要发明一种新的农业资源, 而是对现有资源、特别是特色资源的再发现和再整合。宁夏古往今来被称为“塞上江南”, 拥有丰富的旅游资源和文化资源, 形成了区域特征明显的农产品主导产业, 培育出了一批优质特色农产品, 为发展创意农业提供了物质载体。现阶段应不断挖掘现有特色资源, 通过科技开发、文化设计、产品营销, 满足新的市场需要。

(4) 发展创意农业有利于拓展农业发展空间。传统的农

基金项目 宁夏教育厅宁夏高等学校科学研究项目(NO:2012-137)。

作者简介 郑文昭(1969-), 女, 宁夏银川人, 教授, 硕士, 从事市场营销及职业教育研究。

收稿日期 2014-09-09

业主要为社会提供农产品和工业原料,发展的空间有限,而创意农业拓展了农业功能,充分利用了现有的农业资源,实现了农业经济的良性循环。

3 宁夏创意农业的创意设计

3.1 产品创意要素 创意大师黄霑说过一句话:“创意就是旧有元素的重新排列和组合”^[3]。产品创意要素是指将原产品与新兴市场需求联系在一起的创意要素。包含以下几种主要形式:

(1)“种什么”。传统农作物种植,品种单一,形式固定,创意农业可利用种植对象的加减组合,创造出新的农业产品。枸杞辣椒是宁夏知名专家王成玉夫妇经过 50 年攻关研究,用木本枸杞与草本辣椒进行远缘杂交培育成的新品种,既具有养生保健的元素,又有辣椒的营养成分。与羊角椒相比,无论是维生素 C、枸杞多糖,还是蛋白含量都具有绝对优势。

(2)“如何种”。就是在种植形式、功能拓展上进行创意。宁夏贺兰山葡萄产业文化长廊赋予葡萄酒这一传统优势产业以文化元素或特殊含义,将葡萄酒生产加工、葡萄酒文化、生态葡萄产业观光、采摘及制作过程体验融为一体,打造葡萄酒文化特色旅游地,形成新的市场空间^[3]。

(3)“在哪里种”。就是在种植区域、种植载体上进行创意。宁夏创意农业有限公司打破农作物必须种在田里的做法,选择合适的品种,种在不同形状、颜色的花盆里,让市民带回家摆在客厅里、阳台上,既能观赏,又能增氧、养眼,还能收获,食用绝对鲜、活、放心的农产品。

(4)“谁来种”。就是种植主体上进行创意。宁夏董洋果业向市场提供纯天然绿色无公害的果品(苹果、红枣、杏子、桃子)和蔬菜(西红柿、黄瓜、茄子、辣椒),同时将产品种植区域对游客开放,游客可以体验亲自采摘的快乐。

(5)“什么时间种”。传统的农产品收获时间较为固定,而改变其生长、成熟的时间,就会产生新的价值。宁夏通过温度调节、黑膜覆盖等技术,延长葡萄的成熟期。这种被称之为“活体保鲜”的葡萄,待价而沽,在年末岁初上市,错开了销售高峰,售价也就高出了三、四倍。

(6)“为什么种”。传统农业产品主要目的是食用,而创意农业将消费者的需要进一步细分,提供多种产品以满足消费者对农产品的物质和精神需要。可以观赏的西瓜,可以吃的盘子,可以作画的种子,无疑都是在农产品种植目的上的创意。

3.2 技术创意要素 创意农业中的技术创意要素指的是生物技术、数字技术、光伏技术等先进的科学技术在农业生产中的应用。这种技术上的革新打破了传统农业的种养模式,带来新的生产方式,为创意农业拓展了广阔无垠的巨大空间。如宁夏晒砂瓜出产自宁夏中卫市,因其采用压砂栽培技术种植,富含健康元素“硒”被誉为“石头缝里的西瓜”。每到收获季节,晒砂瓜便远销北京、上海和广州等大都市,成为超市里的抢手货^[4]。

3.3 文化创意要素 创意农业中的文化创意要素指的是挖

掘传统农业、农村文化风俗中有地域文化特色的部分,在此基础上建立农业品牌并进行有效推广。依托宁夏当地农业资源而创意设计的创意农产品,如隆德砖雕、彭阳纸织画、草编、根雕、隆德县老巷子、盐池美雅滩羊裘皮、贺兰皮影、西部影视城的剪纸、擀毡等创意农产品品牌,成为了宁夏现代农业的夺目名片。

3.4 营销渠道创意要素 创意农业的营销渠道创意要素指的是农产品或农业活动的推广销售不再局限于传统的商业渠道(例如集贸市场、超市贩卖等),而是利用整合营销、电子商务等新兴渠道作为农产品营销通路。百瑞源在 2010 年成为进驻上海世博会的宁夏地区唯一企业,取得了良好的品牌效应。“百瑞源枸杞养生馆”连锁经营的渠道模式符合产业特性和市场需求,成为枸杞行业一面创新营销旗帜。

4 宁夏发展创意农业的思路与模式

宁夏发展创意农业应以现代农业为背景,立足于市场需求,依赖丰富的自然资源,借助丰厚的文化资源,融合产品、技术、文化、营销等四大创意设计要素,发展具有地域特色的创意农业。

4.1 产品导向型模式 该模式重点在于特色农产品的创意开发。将产品与创意设计要素紧密结合,保留农产品自然、生态的品质,融入文化元素和消费潮流,将原有的农产品进行品质与品牌的双重提升,并与乡土地理挂钩,形成特色品牌,实现创意农业的效益最大化。该种模式可充分利用宁夏特色农产品种类丰富的优势,把农业生产与创意产品开发和地域文化相结合,发展特色牌农产品,丰富农产品的地域特色与文化内涵,提高特色农产品的品牌影响力和综合附加值,创造新的特色农产品产业。

4.2 技术创新型模式 该模式是将先进的生物技术、数字技术、光伏技术在农业生产加工、营销等各环节加以应用,提高创意农业科学管理水平及产品的技术含量。近年来,宁夏采用“企业+基地+农技人员”的多元化农技推广服务方式,激活了创意农业的科技能量。灵武市农业局与宁夏兴唐米业集团有限公司合作,在 2 万多亩优质稻基地实施稻蟹种养和套养雁、鱼、鸭、鹅项目,打造现代高效农业新典范。2012 年,该项目区有机水稻平均产值达 52 500 元/hm² 以上,比种植常规水稻平均增收 10 500 元/hm² 以上,水稻优质化率达 100%。彭阳县农技人员把先进实用农业技术应用到 8 个大型设施农业示范园区,辐射带动全县累计发展设施农业 0.55 万 hm² (8.3 万亩),已成为全国重要的辣椒和食用菌产区。

4.3 文化创意型模式 该模式在传承农业文化、民俗文化或历史文化的基础上,结合市场发展趋势和需求,整合农业资源,增加农业附加值,拓展产业发展层次,创意出适合消费者需求的创意农业发展模式。文化创意型适用于具有突出文化传统的乡村地区。宁夏具有丰富的历史文化资源、民族文化资源、民俗文化资源,因此在发展创意农业时,要充分运用这些资源,形成特色民族文化庄园、独特民间工艺产品等民俗文化植入模式,通过创意的手段将蕴含在宁夏乡村的优

(下转第 10832 页)

续深造学习,也有部分学生是为了缓和严峻的就业压力。另外,自由职业和自主创业 3 年都为 0,这也反映出毕业生缺乏自主创业和自由择业意识。

3 林学及涉林专业中从事林业事业的比重

林学及涉林专业的就业率都接近百分之百。笔者统计了近年来就业毕业生中从事林业事业的人所占的比重(其中升学、出国默认统计为从事林业事业)(表 3)。2009 年林学及涉林专业毕业生中从事林业事业的比重为 53.6%,2010 年为 51.4%,2011 年降到了 47.7%。从数据可以看出,从事本专业的毕业生逐年递减。林学及涉林专业就业率的逐年走低已经在各林业院校普遍存在,有关林业教育主管部门应该给予一定的重视。

表 3 林学(含林学方向)毕业生从事林业事业比重

年份	从事林业事业人数	毕业生总人数	毕业生中从事林业事业的比重/%
2009	62	110	53.6
2010	87	169	51.4
2011	139	291	47.7

4 总结

我国森林资源分布不均,大部分不在沿海发达地区。作为华中地区的林业高校,毕业生就业压力大,林学及涉林专业的毕业生有很大一部分从事其他工作,造成这种现象的原因是多方面的,笔者认为主要有以下 3 点。

4.1 社会对林业工作者的认识存在偏差 随着唯经济利益的发展观念被日益抛弃,可持续林业管理理念也被引入到林业教育中,人们对环境的关注程度和对资源的有效利用意识在逐步提高。但是,在公众的观念里,林业活动仍局限于木材生产和采伐,林业活动造成的负面影响却深深扎根于人们心里^[5-6]。很多民众对林业的认识还局限于山里的农民

或者文化层次不高的人员,很多毕业生由于社会对林业工作者的社会地位评价不高进而选择了其他行业。

4.2 林业经济效益周期长,见效慢,工作地点偏远艰苦 一项对北京林业大学农林经济管理专业 60 名学生的调查表明,报考大学时第一志愿选择林学专业的只有 45%,另有不到 10% 的学生选择森林保护与游憩专业,而学费低则是 60% 的学生选择林学类专业的原因^[7]。大家知道,林业经济效益周期长,有时甚至需要几代人的努力才能看到成效,而且工作地点经常在偏远的野外进行,生活环境恶劣,报酬相对也不高,很多学生由于调剂等原因进入林学专业学习,毕业的选择也就呈现了多元化。

4.3 学科设置不合理,专业不符合经济较发达城市的需求 南京林业大学地处经济发达的江苏省省会,很多学生都是来自城市,对于纯林学的专业,并不适应城市的发展,很多学生家庭条件优越以及教育基础较好,相当多的毕业生选择出国深造,学校林学及涉林专业很多,但是社会应用型专业还不多,要优化学科设置,创新教学模式,深刻探讨林学及涉林专业就业难问题。

参考文献

[1] 张琴羽. 对生态文明建设的法制思考[J]. 中共济南市委党校学报,2014(3):26.
[2] 周训芳,张莎. 生态文明制度建设背景下的森林可持续经营:研究与展望[J]. 中南林业科技大学学报:社会科学版,2014(2):12.
[3] 周新年. 加强高等林业教育推进林业现代化[J]. 中国林业教育,2008,26(1):10-14.
[4] 贾治邦. 科学谋划“十二五”林业发展[J]. 内蒙古林业,2011,2(1):1.
[5] LUCKERT M K M. Has the myth of the omnipotent forester become the reality of the impotent forester[J]. Journal of Forestry,2006,104(6):299-306.
[6] YANCIW P. Overcoming negative perceptions about forestry careers[J]. The Forestry Chronicle,2004,80(1):162-166.
[7] 柯水发,王战男,李红勋. 北京林业大学农林经济管理专业 2004 级本科毕业生就业情况的调查分析[J]. 中国林业教育,2009,27(5):38-42.

(上接第 10830 页)

秀民俗文化与农业相结合,形成以民俗文化为特色的新型农业发展模式。

4.4 市场拓展型模式 市场拓展型创意农业是由旺盛的市场需求引发的创意农业产品,该模式往往更加容易被消费者认可,因而具有持久的生命力。这类创意农业对传统农业基础没有必须的要求,更多受区域市场的引导。市场拓展型创意农业要求政府必须制定统一发展战略,注重发掘市场需求,以文化创意来推动农产品品牌的建设,以品牌拓展市场,克服同质化竞争,跳出价格竞争的重围。同时也应要通过农产品广告和农业农产品展览会、博览会,通过现代化、专业化的农产品信息体系和农产品物流体系,极大地推动农产品的市场扩张,增强创意农业对城市居民的吸引力和辐射力,赢得受众的认同,从而扩大市场规模,提高市场占有率。

4.5 产业融合型模式 随着人们生活水平的提高,越来越多的消费行为往往是一系列需求的实现,要求四大创意设计要素的全产业链整合。产业融合型模式是资源充分循环利用和产业拓展相结合的发展模式。即以第一产业(农产品生

产)为基础,第二产业(农产品加工)为延伸,第三产业(休闲旅游)为龙头,形成种植、加工、销售、旅游等功能为一体的综合产业发展模式。典型的案例,如“宁夏贺兰山葡萄产业文化长廊”,汇集一产种植(葡萄种植)、二产加工(葡萄酒加工)、三产服务业(休闲度假)为一体,通过产业融合,不断升级产品附加值空间,从而将利润放大,获得三产融合的效益提升^[4]。

5 结语

近年来,随着社会经济的进步,创意农业在宁夏迅速发展起来。但宁夏创意农业仍然需要借鉴多种成功模式,在产品、技术、文化、市场、产业等多个方面加以创新,才能不断拓展具有地域特色的创意农业。

参考文献

[1] 王小茵. 创意农业理论浅析[J]. 成都行政学院学报,2012(5):93-96.
[2] 徐慎娟,吴越. 福建创意农业发展的思路与模式[J]. 台湾农业探索,2013(6):43-45.
[3] 黄祥芳,周伟,黄爱萍. 民族地区创意农业发展模式探析[J]. 合作经济与科技,2012(7):10-12.
[4] 刘佳峰,秦川,贾雅慧. 创意农业——引领乡村发展的创意时代[EB/OL]. (2011-11-01)http://xxny.lwcj.com/StudyResut00003_1.html.