



**A COMPARATIVE STUDY ON THE DEVELOPMENT MODEL OF
"ONE TAMBON AND ONE PRODUCT" IN CHINA AND
THAILAND—TAKE THAILAND AND
YUNNAN AS AN EXAMPLE**

**BY
YAO YIKE**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
INTERNATIONAL CHINESE COLLEGE**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2017**



中泰两国农村“一村一品”发展模式的比较研究
—— 以泰国和云南省为例

撰

姚懿珂

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

此论文为
工商管理专业
之专业学术毕业论文

兰实大学中国国际学院

公历 2017 学年



Thesis entitled

**A COMPARATIVE STUDY ON THE DEVELOPMENT MODEL OF “ONE
TAMBON AND ONE PRODUCT” IN CHINA AND THAILAND
—TAKE THAILAND AND YUNNAN AS AN EXAMPLE**

by

YAO YIKE

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Business Administration

Rangsit University

Academic Year 2017

Handwritten signature of Yang Shu Chen in black ink, positioned above a dashed horizontal line.

Assoc. Prof. Yang Shu Chen, Ph.D.
Examination Committee Chairperson

Handwritten signature of Chen Ao in black ink, positioned above a dashed horizontal line.

Chen Ao, Ph.D.
Member

Handwritten signature of Zhang Hong Lie in black ink, positioned above a dashed horizontal line.

Prof. Zhang Hong Lie, Ph.D.
Member

Handwritten signature of Liu Er Si in black ink, positioned above a dashed horizontal line.

Prof. Liu Er Si, Ph.D.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plt.Off.Vanee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

June 15, 2018

致谢

光阴似箭，日月如梭。转眼间在泰国的研究生学习已经进入了倒计时。回首过去的这段岁月，总是充满着感恩之情以及恋恋不舍。我可以完成这篇论文，顺利首先要对我的导师刘尔思副教授表示衷心的感谢。无论是论文的构思还是论文的修改都是给予了我很大的帮助。赵老师总是认真、耐心、及时的帮我批改论文，不辞辛劳，为我论文提出了很多宝贵的参考建议。然后感谢我研究生阶段遇到的每一个老师，刘尔思教授的严谨、杨书成老师的幽默、段万春教授的张弛有度……每一位老师都带给我们不一样的学习经验，不仅教授我们一些理论知识，更丰富了我们的知识和为人处事的经验。更感谢兰实大学的每一位老师，罗老师的尽心负责、曾老师和何老师的泰语教学、金老师的后勤保障……每一位老师的帮助都铭记于心。最后感谢我的各位同学们，时间虽短，但是我们依旧建立了深厚的友谊，无论是学习上的团结协作，还是生活中的互相帮助。感谢我的父母，因为有了他们的支持和关怀，我才有了这次学习的机会，无所畏惧，一路向前。总之对各位老师，亲朋好友有你们真好，谢谢你们！

姚懿珂

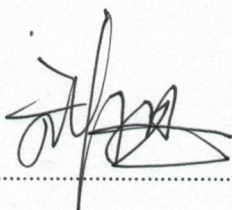
研究生

**5906945 : MAJOR: MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION;
M.B.A.**

**KEYWORDS : ONE TAMBON ONE PRODUCT, RURAL ECONOMY,
DEVELOPMENT ALPATTERN, COMPARATIVE STUDY
OF CHINA AND THAILAND**

**YAO YIKE: A COMPARATIVE STUDY ON THE DEVELOPMENT
MODEL OF "ONE TAMBON AND ONE PRODUCT" IN CHINA AND
THAILAND—TAKE THAILAND AND YUNNAN AS AN EXAMPLE.,
THESIS ADVISOR: PROF. LIU ER SI, Ph.D, 49P.**

"one tambon one product" concept of development is the core of the rural areas to make full use of local resources, the development of local unique characteristics of the product, to promote rural local economic development, so that the majority of farmers to improve their lives and increase income. Since the idea of Japan in 1979, 38 years ago, the concept of "one tambon one product" not only can effectively regulate the balanced development relationship between rural areas, farmers and agriculture, but also be of vital importance to the development of modern agriculture and the prosperity and development of rural economy effect. Many countries around the world began to learn and learn from Japan's "one tambon one product" successful experience and model to agriculture-based China and Thailand is no exception, and Thailand is in addition to Japan, "one tambon one product" development of the most significant One of the countries, so Thailand's successful transition experience is worth our country to learn and learn from.

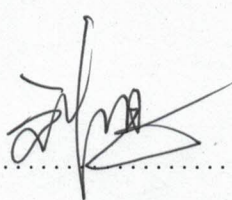
Student's Signature.....**YAO YIKE**.....Thesis Advisor's Signature.....

5906945 : 工商管理; M. B. A.

关键词 : 一村一品, 农村经济, 发展模式, 中泰比较研究

姚懿珂: 中泰两国农村“一村一品”发展模式的比较研究——以泰国和云南省为例; 指导教师: 刘尔思; 导师职称 教授; 49 页

“一村一品”发展理念的核心是使农村充分使用本地资源, 开发具有本地独特特色的产品, 促进农村当地经济的发展, 让广大的农民改善生活, 增加收入。自日本 1979 年提出这个理念至今 38 年里, “一村一品”理念不仅可以有效调节农村、农民、农业间的平衡发展关系, 而且对于发展现代化农业、促进农村经济繁荣发展都有着至关重要的作用。全世界太多国家开始学习和借鉴日本“一村一品”的成功经验和模式, 以农业为主的中国和泰国也不例外, 而泰国是除了日本之外“一村一品”发展成效最为显著的国家之一, 所以泰国的成功转型经验值得我们国家学习和借鉴。由于泰国“一村一品”是由政府自上而下集权式管理, 不同地区除了特色产品不同之外, 其发展模式都一样, 所以研究泰国“一村一品”就是一个整体; 另一方面云南省最近几年由于“一带一路”项目的推进和发展, 云南省对于中国和东南亚贸易对接的重要性也非常明显。重要的地理位置、丰富的传统民族文化促使了云南省快速发展“一村一品”。本文通过研究比较泰国和云南“一村一品”发展模式, 比如销售模式、政策扶持、金融支持等不同方面, 可以找到一些有利于加快云南省“一村一品”计划发展战略的经验和方法, 对今后云南省乃至全中国发展“一村一品”计划提供一些有利的策略和方法。

学生签字..... YAO YIKE 指导老师签字..... 

目录

	页
致谢	i
摘要	ii
Abstract	iii
目录	iv
附表清单	vii
插图清单	viii
第一章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 中国和泰国的研究现状	3
1.2.1 中国“一村一品”研究文献和现状	3
1.2.2 研究泰国“一村一品”的文献综述和现状	3
1.3 研究目的和意义	4
1.4 研究的方法	5
第二章 “一村一品”的概念及理论基础	8
2.1 “一村一品”的概念	8
2.2 “一村一品”相关理论基础	9
2.2.1 区域经济理论	9
2.2.2 产业集群理论	9
2.2.3 主导产业选择理论	10
第三章 泰国“一村一品”发展的现状	11
3.1 泰国“一村一品”发展现状	11
3.1.1 项目背景	11
3.1.2 项目发展规模	12

目录 (续)

	页
3.1.3 商品结构	13
3.1.4 组织结构	15
3.2 泰国“一村一品”发展特点	16
3.2.1 政府自上而下集权式管理	17
3.2.2 多渠道立体化营销	17
3.2.3 政府政策的大力支持	17
3.2.4 在不同阶段采取不同的发展策略	18
3.3 泰国“一村一品”发展成效及不足	19
3.4 泰国“一村一品”发展模式总结	20
3.4.1 打造统一名牌	20
3.4.2 “一村一品”与第三产业的结合	21
第四章 云南“一村一品”发展的现状及特点	22
4.1 云南省“一村一品”发展现状	22
4.1.1 “一村一品”产品类型丰富	22
4.1.2 促进当地经济发展	23
4.2 云南省“一村一品”发展特点	23
4.2.1 丰富的民族文化	23
4.2.2 “一村一品”项目与第三产业结合	24
4.3 云南省“一村一品”发展成效及不足	25
4.3.1 缺乏专业领导机构	25
4.3.2 缺少品牌的建立	25
4.4 云南省“一村一品”发展模式总结	26
第五章 泰国和云南“一村一品”发展的比较研究	27

目录（续）

	页
5.1 “一村一品”中政府作用的对比分析	27
5.2 “一村一品”中金融支持的对比分析	28
5.3 “一村一品”中生产组织的对比分析	29
5.4 “一村一品”中市场营销体系的对比分析	31
5.5 “一村一品”中生产规模和基础设施水平对比分析	34
5.5.1 民众参与程度	34
5.5.2 生产类型	34
5.5.3 “一村一品”项目发展的基础	35
第六章 泰国“一村一品”对云南省发展的启示	39
6.1 增强管理，加大资金支持	39
6.2 统一检测标准，大招本土名牌	39
6.3 增加销售渠道，加大招商引资	40
6.4 重视人才，提高自身素质	40
第七章 结论与展望	41
7.1 结论	41
7.2 展望与不足	42
参考文献	43
附录	45
附录 I “泰国馆”访问记录	46
个人简历	49

附表清单

表		页
3.1	泰国政府每年“一村一品”发展特点	11
3.2	泰国“一村一品”发展模式的重要历程	16
4.1	云南省“一村一品”特色民族工艺村(部分)	23
4.2	云南省“一村一品”发展模式的重要历程	26
5.1	泰国和云南金融支持的对比	29
5.2	泰国“一村一品”在2010年5星商品的数量分布	33
5.3	泰国与云南省“一村一品”项目特点综合比较	38

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

插图清单

图	页
1.1 研究技术路线图	6
3.1 泰国“一村一品”的商品结构	13
3.2 2001年—2008年泰国“一村一品”产量	14
3.3 2010年泰国“一村一品”企业类型	14
3.4 泰国“一村一品”组织方式	16
3.5 泰国“一村一品”品牌标志	20
5.1 泰国“一村一品”组织管理图	30
5.2 “一村一品”机场专卖店和商场零售店	32
5.3 2001年—2008年泰国“一村一品”产量	37

第一章

绪论

1.1 研究背景

日本在二战以后城市化的速度越来越快，再加上日本开始快速发展现代经济，因此传统的农村经济就慢慢滞后了，随着这样失调的发展方式以及城市和农村经济发展不均衡的状况越来越严重，日本人开始担心和重视到这件事的严重性，他们开始思考什么样的战略可以一方面保护农村的传统文化继续得以延续，另一方面怎样去发展农村经济，使得城乡经济发展均衡，提高村民的生活品质。于是当时的日本开始大力进行农村经济复兴的运动，想要在实践中找到正真可以解决这个问题方法。在那么多不同地区开展的运动中，不得不提到的就是“一村一品”运动的兴起。“一村一品”模式最早是由日本的大分县知事平松守彦提出的，提倡利用本地的有利条件，把传统的人文资源、当地的特色物产资源都整合起来，形成一个具有品牌化、特色化的村落，在保护传统文化的同时发展了当地的经济的好主意一经传播，成为了日本发展农村经济的重要途径。

泰国，一个作为日本之后发展“一村一品”最有规模和最有成效的国家，不仅学习到了日本对于“一村一品”的基本经验，积极发掘本地的特色自然资源或者人文资源，并且结合了自己国家的民情和风俗，创新了很多营销方式，一些真正只属于泰国风格的“一村一品”产品和销售方式。泰国最开始是把很多地方的特色农作物进行精美包装后进行出口外销，比如说泰北的碧差汶府的罗望子，泰南地区的椰子制品都已经通过政府的宣传从泰国国内出口到海外市场，这不仅带动了当地的经济，也建立起来一个个有名的特色村落。在这样的背景下泰国政府开始计划将“一村一品”的推广发展和旅游业结合在一起，多种方式同时促进泰国经济的发展，并且还能激发泰国人民对传承传统手工艺文化的热情。在泰北、

泰东北和泰南几个贫困状况尤为严重的地区，原本自然资源受限的情况，就因为充分挖掘出属于自己本地的人文风俗文化，通过“一村一品”的发展摇身一变成了旅游城市，所以说泰国推行“一村一品”发展最有成效的影响就是让一个以传统农业为主的国家渐渐发展成为一个文化创意的国家。清迈府、南邦府的陶器瓷器村、漆器村等极具盛名，但是之前因为泰国经济日益增强的情况下，很多人都投身于商品贸易中，或者进入城市进行工作，这些富有传统意义的手工艺渐渐被忘却，但泰国政府把“一村一品”和旅游业结合，在利益的引导下，手艺人开始重拾手艺，所以说在经济发展的同时也拯救了传统文化。

一直以来在世界上展示的形象都是农业大国的中国，农村人口基数大，农村经济发展不均衡，虽然早在1983年时，“一村一品”的提出者平松彦先生就已经到访过中国进行“一村一品”的演讲，普及过这个理念，这个发展的理念被当时的一部份人所接受，但发展缓慢而且仅仅局限于在江苏、江西、湖北等地，并且由于没有专业的指导，影响的效果微乎其微。随着近几年来，中国政府更加重视了民生问题，为了更好的解决“三农”问题，缩小城乡经济的差异，以及现在为了响应国家“一带一路”的政策，“一村一品”的发展显得尤为重要，在这个关键时期，要想增加农民收入、增加地方的收入、快速发展现代农业，那么只有加大力度的发展“一村一品”，战略，这样既可以解决一些社会问题，比如农村劳动力大量涌入城市，导致农村劳动力不足、留守儿童居多，也可以使一些传统文化和技术在经济快速发展的情况也不会消失，因为中国传统文化其实已经有很多失传了，我们应该重视到这个问题的严肃性和重要性。

选择泰国和云南作为对比研究的对象，一方面是因为就目前情况来看，泰国发展“一村一品”已经到了很成熟的阶段，发展的速度如此之快，效果如此明显，所以值得作为研究参照的对象。另一方面云南距离泰国较近，并且也同样是拥有丰富的民族文化资源，比如大理鹤庆的新华村、建水的碗窑村等，这些特色村落的兴起和泰国“一村一品”的发展有着很多相似之处，并且随着“一带一路”的开展，云南省和泰国之间的贸易往来更加密切，作为东南亚桥头堡地位的云南省

更应该利用地理位置的优势好好学习泰国发展“一村一品”的经验，取长补短，通过对比研究后希望可以找到有利于云南省发展“一村一品”的经验。

1.2 中国和泰国的研究现状

1.2.1 中国“一村一品”研究文献和现状

中国有关于“一村一品”的文献研究绝大部分都是定性研究，首先第一类主要是专业的学者把某个具体的地区做为研究对象，比如钱宁刚、杜健辉《云南省“一村一品”发展现状与对策研究》，特别的深入研究了“一村一品”在云南的发展现状，这是理论联系实际的研究，可以清楚明了的展示出云南“一村一品”发展的优势和劣势，更好的表现出“一村一品”发展的意义和效果。其次第二类主要是理论的研究，比如《国外“一村一品”发展与推广经验》（秦富，2011），普及“一村一品”的来由、概念、实质等基本理论，并且对世界各国展开的“一村一品”运动的成果和影响进行经验总结，用客观的态度评价我国现在发展“一村一品”的成果和影响。最后第三类是一些专家学者，都对各自感兴趣的“一村一品”方面进行了深入的研究，比如刘德平《中日泰三国“一村一品”地理格局与公共政策比较研究》，进一步深入的通过理论来分析了中日泰三国“一村一品”的起源和发展现状等。

1.2.2 研究泰国“一村一品”的文献综述和现状

泰国“一村一品”发展的速度很快，效果十分明显，所以泰国在研究“一村一品”方面的文献很多，就目前来说分为以下几类：第一类是研究泰国“一村一品”发展程度和效果影响。比如：Takanishi（2003）通过调查研究泰国东北部的19府发现了从2001年“一村一品”运动的引进和发展后，短短几年时间里在政府的号召指导下“一村一品”计划取得了显著的成效，一方面解决了大量农村人口涌入城市的现象，另一方面也使农村经济复兴了。这个研究表明了“一村一品”

对农村改善有着至关重要的作用，但是并不能证明“一村一品”计划对 GDP 的影响。还有 Takanashi 和 Izumi (2007) 共同研究了泰国“一村一品”在各个农村地区的发展状况，这个研究更加深入的调查了一村一品对泰国农村家庭收入的影响。第二类是主要研究影响“一村一品”发展的因素是什么。比如 Suekham(2004)、Chetsada Noknoi、Wannaporn Boripunt, Sunchai Lungtae (2012)，从管理、产品创新、政府支持、市场销售等不同方面来探究出影响泰国“一村一品”发展的原因是什么，怎么样可以达到泰国五星评比制度的要求。另外 Nirunkiat Livkunupakan (2007) 也是深入研究了泰南五个府“一村一品”发展状况，用数据分析的探究出对泰国“一村一品”市场销售的重要性。最后一类就是通过对农民的实地研究访问，更加真实的分析“一村一品”在农村、农民、农业发展中的作用，进一步的了解此项运动带来的经济效益是多少。比如研究农民这一领域的先驱 Kusuma Panyee (2008) 就在文献中清楚分析了在农村的“一村一品”中农民如何收益、如何得到更高的收益。

通过整理这些资料文献后，发现研究泰国和中国“一村一品”各自发展现状的研究很多，但是研究云南本地“一村一品”的文献很少，而且具体分析泰国和中国云南两地差异之处的文献更少，所以本论文通过比较云南省和泰国发展模式的不同，来找到适合于加快云南“一村一品”发展的方法或者说适用于云南省发展“一村一品”的经验。

1.3 研究的目的是和意义

“一村一品”目前都是中泰两国的重点经济项目之一，并且在“一带一路”的带动下，中国和泰国的合作与交流更加的密切，而已经发展的卓有成效的泰国值得被我国学习和借鉴。无论是在营销方面还是发展策略的制定上，泰国是由政府统一管理和决策的，是由政府内部与每个村镇进行合作，具有全国性和统一性；而中国则是不同地区根据本地的不同特色有自己的不同营销方式、不同的发展战略等。泰国政府的很多机构都直接参与了“一村一品”的计划，在不同的方面

都直接给予了农民帮助和支持。比如，泰国政府为了促进出口，每年都在曼谷举行两次“一村一品”贸易展销会，来自世界各地的商人们都会聚集来此参加，这样加快了泰国商品的出口等。云南省最近几年由于“一带一路”的发展，奠定了云南省对于中国和东南亚贸易对接的重要位置，加上云南这个由于自然条件得天独厚，在良好的气候条件下拥有着优质多样的农作物的地方，所以截至到2015年，已经建成专业乡镇106个、专业村777个。被农业部授予了36个全国“一村一品”的示范村镇。云南省目前“一村一品”的发展脚步很快，但是比起泰国这样发展成熟的地方还是有一定的差距，通过研究泰国和云南省“一村一品”的发展模式的比较，比如销售模式、产品多样化模式等不同方面，可以找到一些有利于加快云南省“一村一品”计划发展战略的模式。对今后云南省乃至中国发展“一村一品”计划提供一些有利的策略和方法。

1.4 研究的方法

本论文的研究方法主要有以下几种：

(1) 文献分析法。从中国的知网、云南省农业厅以及相关政府网站上的公告的数据、政府的年鉴记录、泰国政府的公报数据等处查阅大量、广泛的文献，更加深入了解有关“一村一品”的理论知识，也通过整理文献后可以归纳和总结出一些可以支撑本论文的基础论点的理论知识，找出了目前相对属于研究空白范畴的点来进行构思。

(2) 对比研究法。通过云南和泰国两个地区的发展模式的不同，表现在销售产品的途径、产品的种类、政府的支持、发展的目标、目前发展的现状等方面进行比较，这也是本文的重点，通过比较，找到“一村一品”发展的有用方法，这样才能表现出这篇论文探究的意义。

(3) 调查法。通过对泰国的环球集团旗下的“泰国馆”进行访问调查得到

了一些相关数据。针对访问结果更加深入的把各地区“一村一品”发展历程、发展优势还有发展中的不足之处都会有不同的分析，总结出两个地区在不同领域对于“一村一品”的成功或失败的经验。

(4) 主要研究内容和技术路线图

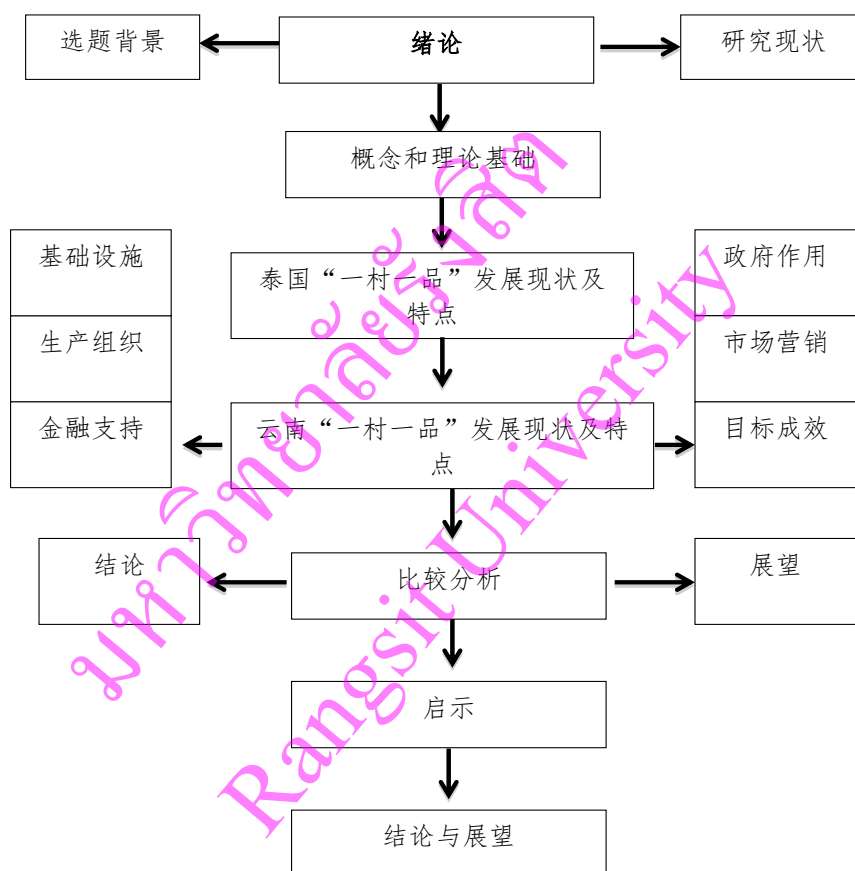


图 1.1 研究技术路线图

(5) 本论文在第一章介绍了研究背景和中国、泰国目前对于“一村一品”的研究现状，由此引出这篇论文的写作目的和意义，以及写作时所运用到的研究方法，明确了写作的逻辑以及论文的结构；第二章是阐述了“一村一品”的概念以及相关的理论基础，还有介绍了本文写作的相关理论；第三章和第四章分别阐述了泰国和云南省“一村一品”的发展现状，分析两地各自的成效以及不足之处，

通过总结其发展模式为泰国和云南省的发展“一村一品”的比较做出了铺垫；第五章就是本文的研究内容，通过前面几章的铺垫，通过不同的方面对两地的发展模式做一个比较全面的对比研究；第六章就比较的结果提出一些对云南省发展“一村一品”有利的建议；第七章是最后得出的结论，并根据结论发现自己论文的不足之处。

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

第二章

“一村一品”的概念及理论基础

2.1 “一村一品”的概念

“一村一品”最早是在 1979 年由九州的大分县知事平松守彦先生提出的，提出的背景是由于大分县有一个最贫困的地区叫做大山町，在 20 世纪 50 年代末期这个地方和日本其他地方一样也始以种植水稻为主，但是一年只能有一次收成，而且因为地理位置的原因，种出来的水稻并不属于精品。后来因为一些机缘凑巧，大山町的农民发现在这的水土更适合种植梅子和板栗，这两个产品产量很高的同时质量也不错，并且可以开展深加工，加工做成梅子酒、栗子酱、梅子膏、开袋即食的栗子等，这样不仅增加了农民收入，还提供了很多就业机会。整个大分县以“一村一品”为核心大力发展不同地区适合生产、地区独有的特色产品，于是短短几年间大分县的经济发生了翻天覆地的变化。当时“一村一品”这个理念在日本提出后影响巨大，这成为了振兴农村经济的成功典范。

所谓“一村一品”的主旨就是要在一个区域范围里开发和发展本地的特色自然资源或文化资源，在传承传统文化的同时，又可以创造出更多的经济效益，并且这样具备品牌化和规模化的特色村所开发出来的特色产品自然也就提高了综合的市场竞争能力。在“一村一品”这个概念中，“村”并不是特指的村落，这个是一个表达地域限制的概念，不仅是在一个村或乡镇里开展，也可以几个村镇都联合起来开发特色产品。而“品”也不只是指单一的农副商品，也包括了特色旅游业、手工艺业、文化产品等。总之来说“村”和“品”读不是单一的，而是泛指。“一村一品”这个发展理念被全世界重视始于从 1979 年“一村一品”运动在大分县开展至 2004 年，当地开发和生产的特色产品种类就已经高达 336 种，并且有 15 种产品的产值可以超过 1000 万美元，大分县农民的平均年收入也

高达 2.7 万美元，这个收入数目在当时全世界都名列前茅。看到了“一村一品”有效激活了日本大分县的经济，甚至让日本经济都有了改善，所以这个发展理念在全世界都开始盛行。

2.2 “一村一品”相关理论基础

2.2.1 区域经济理论

什么是区域经济理论？简单来说就是在某个资源、环境受到限制的情况下去充分利用现有环境中的有限资源，将资源进行最优化的组合，最终实现利益最大化。但在这个过程中，由于被指方式的选择不同、组合主张不同、资源利用的配置不同等原因造成了包括区域分工贸易理论在内的 12 种理论类型。其中包括了农业区位论、平衡发展理论、不平衡发展理论、工业区位论等，在“一村一品”最可以体现出的就是区域分工贸易理论。

区域分工贸易理论是指在任何领域里都有一定的绝对有利的生产条件，既可以使这个区域中的资源得到最优化的配置，也可以提高生产效率。如同“一村一品”就是提倡发展和生产“精品”，没有必要浪费过多的人力、财力在那些生产优势不明显的产业上，相反重点发展本地特色产品，既可以提高了生产效率，更有利于参与到市场竞争中。

2.2.2 产业集群理论

这是由迈克尔·波特受到德国经济学家韦伯提出的工业区位论的启发 1990 年《国家竞争优势》一书里提出的观念，是指某种产业领域里互相有关联的企业群体因为具有某些共同的特性或者具有互补性而共同发展在邻近区域里。

无论是泰国还是云南发展“一村一品”时，产业集群理论都已经应用到农村

区域经济发展中了。“一村一品”中的“村”已经解释过不是指单一的村，而是指一个或几个距离近，并且发展的特色文化或者产品很相似的统一村寨聚集地。就如同泰国的背部都是一些以手工业为主的特色村，而其中分布的不同类型的手工艺特色村镇。像 Bosang 村就是以雨伞的制作为名，而 Hai Ya 这个村镇就以漆器为主。在云南同样也是以发展类型不同而划分区域。就拿大理州来说，根据不同区域位置，也有了很类型丰富的“一村一品”发展村。大理鹤庆县是以银器的打磨和制作为主，而大理的剑川县是以制作木雕而闻名。这样打造出有规模、有统一性的村镇无疑成为了一个“品牌”形象，更有利于参与市场竞争。

2.2.3 主导产业选择理论

主导产业选择理论最早是由美国经济学家罗斯托提出的，他的观点是：主导部门不仅本身具有高的增长率，而且可以带动其他部门的经济增长，经济成长阶段的更替就是表现为主导部门系列的变化主导部门包括了回顾影响、旁侧影响和前瞻影响。

随着时代的变迁、经济发展迅速的背景下，有一些学者也提出了一些关于主导产业选择理论的不同看法或者补充。1958 年艾伯特·赫希曼提出的“产业关联基准”，这个新的修改意味着国家政府应该先扶持那些可以带动其他产业发展的事业。这个理论下的泰国实行的就很好，泰国在不同位置的地方发展不同的产物，比如东部的的新鲜水果、北部的手工、南部的蜡染等，当地政府都提倡共同打造主导商品，而云南省同样也是，比如昆明市的斗南仅仅在 2016 年就创下了 47.2 亿元的佳绩。总之都要先发展起来主导产业，然后通过这个平台去发展其他产业，比如大力开展旅游业、创办更多的协……。总之这是首先发展的基础。

总之“一村一品”要想发展的成功，就是发掘和利用好本地的区域优势，无论是传统文化还是自然资源都要发展起来，以地方特色提高农村经济。

第三章

泰国“一村一品”发展现状

3.1 泰国“一村一品”发展现状

3.1.1 项目背景

“一村一品”这个理念在泰国盛行于九世王时期，受人敬仰的普密蓬国王和诗丽吉王后为了推动泰国的工艺发展，缓解泰国的就业压力，改善泰国的经济问题，提出了“自足经济”的理念，而泰国前总理他信政府开始把“一村一品”作为这个理念发展的基础，在 2001 年签署了一份关于延长农民贷款期限 3 年以及每个村寨给 10 万泰铢作为政府扶持资金的文件，与此同时泰国政府还成立了农村复兴基金，用来鼓励和扶持农村大力发展“一村一品”，解决了农民资金不足的问题，自此以后泰国的“一村一品”开始大力发展，全泰国在吸取日本“一村一品”发展经验的同时，还结合自己的国情，找到了真正适用于泰国的“一村一品”发展路线，如表 3.1 泰国政府每年都会根据实际情况，来制定今年“一村一品”发展的主要目的是什么。现在“一村一品”所产生的经济效益是泰国重要的经济收入之一。

表 3.1 泰国政府每年“一村一品”发展特点

年份（年）	特点
2001	成立机构
2002	寻找“一村一品”
2003	“一村一品”冠军赛
2004	五星的统一标准

表 3.1 泰国政府每年“一村一品”发展特点（续）

2005	营销推广
2006	创建优秀品牌
2007	创新“一村一品”理念
2008	开展企业模式
2009	“一村一品”旅游村
2010	“一村一品”网络推广
2011	“一村一品”创造经济
2017	“一村一品”走向世界

3.1.2 项目发展规模

目前泰国“一村一品”的发展产业有手工业、农业、旅游业等，商品类型包括了传统布艺和刺绣、食品和草料、纪念品和装饰品等超过 500 个种类和超过 1300 种的商品。营销模式和途径也非常多，无论是在超市、百货商店还是在机场或者各大网络电视广告都总是可以看到有关于“一村一品”商品的信息。随着泰国“一村一品”的产品种类越来越多、质量也越来越好，泰国政府目前已经不仅仅局限在产品在泰国国内销售，而是加大和其他国家的合作，将产品卖到全世界。而随着中泰贸易往来频繁，泰国政府开始同产商合作一起到中国办发布会、做积极举办旅游节等来将泰国“一村一品”的产品带向全世界。中国的重庆、深圳、北京、武汉等地区都有了有关泰国“一村一品”的实体店。这是泰国“一村一品”走向国际市场的一次重大创举，也为泰国农业和工业带来了新的商机。

由泰国内政部发布的数据来看，泰国“一村一品”的销售额在这十多年里增长很快，增速已经超过 85%，截至目前，泰国“一村一品”的销售额已经超过 2000 亿泰铢。在刚结束的 2017 年 5 月 18 至 25 日举行为期一周的“一村一品”展销会就吸引了全泰国 3000 多个商家携带共 10000 多件“一村一品”的特色商品参加，这个展会也是泰国宣传泰国民间手工艺艺术和特色商品的最大的展会，

仅仅一周时间就创下了 8 亿 5750 万泰铢的销售金额。

如今“一村一品”在泰国既可以带动了各边远山区的经济，提高了很多特色村落人民的收入，增加了很多的就业岗位，从而振兴了泰国国家的经济，增强了泰国的国力。

3.1.3 商品结构

图 3.1 是 2015 年泰国“一村一品”的商品类型结构图。一共有 92538 件注册为“一村一品”的商品，商品的类型算是比较丰富的，几乎涵盖了生活中的衣食住行各方面。但值得注意的是其中家具、装饰品、纪念品所占比率高达 36%，这样也就说明泰国农民已经逐步离开以农业为主的时代，走向以手工业为主的时代。而装饰品和纪念品的数量又恰好可以体现出泰国政府大力推展旅游业与“一村一品”相结合的模式起到了作用，旅游业的发展带动了这些小商品的销量。

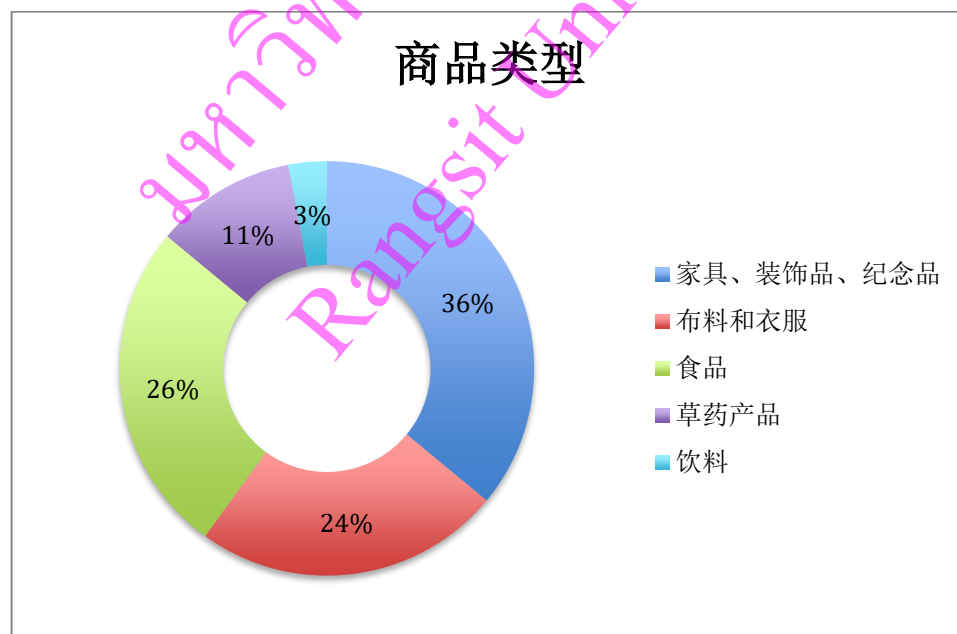


图 3.1 泰国“一村一品”的商品结构

参照下图 3.2 和图 3.3 的数据，可以看出“一村一品”的产量、生产的产品类型都从 2001 年开始，也就是发展“一村一品”的开始到 2008 年间都有了不同

的转变和提高。根据图 3.3 上的数据显示仅仅是从 2001 年 2002 年短短一年的时间，产品产量从 245 万泰铢上升到了 16714 万泰铢，增长了 68 倍的产量额。而其中内销和外销分别占有总销售额的 86%和 14%。但是这个数据到了目前来说一直走增高趋势，但是外销的销售额开始有赶超内销趋势。而从泰国社区发展部公布的 2010 年泰国“一村一品”企业类型图表上可以看出在 2010 年全泰国共计 3322 名“一村一品”注册人员中，社区导向企业所占比例是 67%，因此也就说明泰国政府的“一村一品”委员会在“一村一品”发展中有着领导性作用，只有这样以社区为单位抱团式的发展模式可以大大提高了效率，提高了市场竞争力。



图 3.2 2001 年—2008 年泰国“一村一品”产量

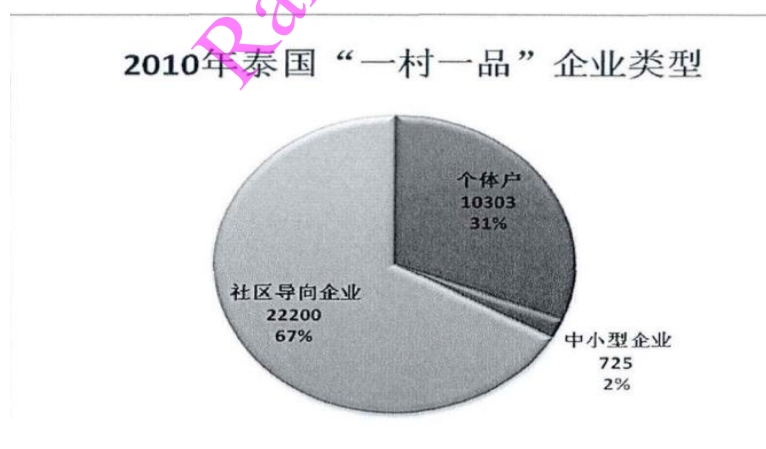


图 3.3 2010 年泰国“一村一品”企业类型

3.1.4 组织结构

泰国发展“一村一品”的目的是为了振兴国家经济，重新恢复国家经济，所以目前泰国发展“一村一品”都是由中央政府直接管辖和建设。泰国目前都在集中力量的发展这个项目，无论是政策上还是资金上都有专门的部门和基金。在泰国发展“一村一品”属于政府直接和农民合作的活动，这样大大的提高了泰国“一村一品”商品的知名度和质量，提高了这些商品出口的竞争力。一方面中央政府作为总指挥中心，在经济方面提供很大的支持，比如说国家储蓄银行可以给“一村一品”的集体或者个人提供低利息的贷款，每年也会针对的给予不同数量的政府补贴。另一方面整个“一村一品”的开展都是在国家直属的特别设立的委员会监督和帮助下执行，当地政府和中央政府都有明确的分工和部门执行不同的任务，比如有泰国的工业部门提供一些技术上的培训和普及，严格质检，只有符合五星标准的商品才会让商务部进行营销的推广，帮助农民创新或包装商品，对于出口方面也会有专门设立的出口促进部门对符合五星标准的商品扩大销售渠道，不仅在泰国国内销售，更是大力推向国际市场，所以在现在泰国每年都会有2次展销会，并且积极与外国联系，把优质的特色商品远销海外，比如在“一带一路”战略的引导下，中泰关系更加的紧密，中泰贸易往来更加频繁，泰国政府虽然有专门的“一村一品”的网络平台对全泰国的“一村一品”进行宣传和售卖，但是毕竟语言的障碍还是存在，因此一个由泰国众多“一村一品”的商品负责人和政府一起联盟，由华裔商人进行投资和创办的“泰国馆”就这样进入了中国的市场。泰国环球集团旗下的泰国馆集团公司就是泰国内政部区域由华裔商人进行投资和创办的“泰国馆”就这样进入了中国的市场，使中国大众既可以方便快捷的购买到真正来自泰国的商品，又扩宽了泰国“一村一品”的销售渠道。

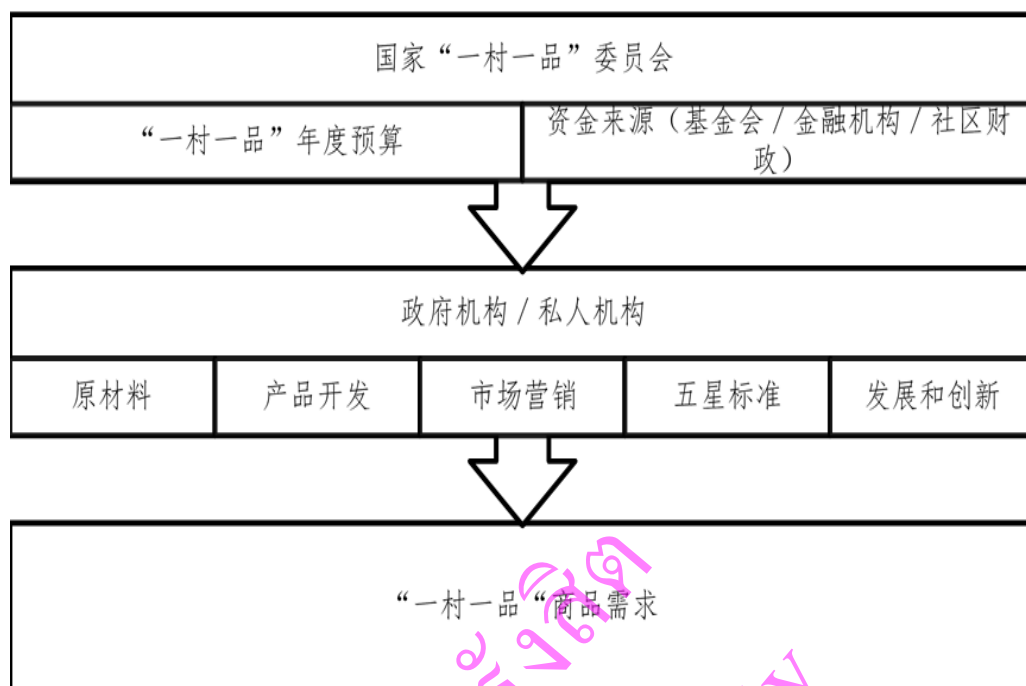


图 3.4 泰国“一村一品”组织方式

表 3.2 泰国“一村一品”发展模式的重要历程

时间	发展主旨
2001 年	完善“一村一品”的注册者信息，建立和整合管理机构
2002 年	积极寻找因地制宜的“一村一品”产品
2003 年— 2008 年	扩宽“一村一品”的发展范围，增加销售渠道 建立星级标准，冠军赛的评选
2009 年	“一村一品”的发展由第一产业向第二、第三产业转型
2010 年	增加网络营销
2011 年— 2017	增加销售渠道 扩大产品创新优势

3.2 泰国“一村一品”发展特点

泰国在发展“一村一品”战略的时候还是基于利用本地的特色人力、物质资源来创早高附加值的商品、非物质文化或者服务。主要的目的还是为了振兴经历金融危机重创后的泰国经济。其发展特点如下：

3.2.1 政府自上而下集权式管理

泰国政府根据每年“一村一品”发展情况的不同来制定不同的发展目标，比如在 2001 年刚开始推广“一村一品”理念的时候，泰国政府首先明确了这个活动的执行机构是中央政府直接下属的“一村一品”委员会，其拥有着农业部、内政部、商业部、工业部等部门，分工明确，农业部负责协助和管理产品的生产和创新；商业部负责市场的营销，推广产品，增加销售渠道；内政部负责协商和听取每个地区特色村镇“一村一品”发展中所面临的问题，统一协调和管理好全泰国“一村一品”实施村镇的情况。

3.2.2 多渠道立体化营销

泰国发展“一村一品”的特点还体现在营销方面。泰国政府不仅每年都会在曼谷举办两次全国“一村一品”展销会，还在各大知名商场、景点甚至是机场都会设立“一村一品”展销中心。随着互联网时代的日益盛行，泰国政府还建立了专业的网站，既可以了解泰国“一村一品”的发展经历，还可以进行购买。在 2017 年中国“一带一路”的战略影响下，泰国政府为了增进中泰友谊交流的关系，也为了抓住中国这个庞大的销售市场，在政府部门的扶持下，由泰国华裔在中国创办了“泰国馆”这个集网络和实体于一身的泰国“一村一品”的公司。

3.2.3 政府政策的大力支持

泰国政府为了调动人民发展“一村一品”的积极性，创建了很多福利政策。比如：冠军赛—每年举办的冠军赛都会吸引大量的“一村一品”的厂商或者个人

参加，因为一旦成为了冠军产品，那么不仅得到丰富的奖金，泰国政府还会帮助大力推广你的产品，甚至远销海外。泰国政府的特别之处还在于建立了“五星级认证标准”。根据产品的品质和消费者满意程度、产品出口的可能性、产品生产的持续性和质量的稳定性、产品的定位和功能来决定出“一村一品”所生产的产品星级，分为一星至五星，只要符合认证标准的产品都可以在产品包装上印有泰国政府“一村一品”认证符号，这样就可以在各大商场、超市进行售卖，甚至远销海外。超过三星标准的产品可以得到额外的资助，生产者还可以得到公费到国外学习的机会。

3.2.4 在不同阶段采取不同的发展策略

泰国发展“一村一品”初期的特点就是因地制宜。一方面积极发展农业产品，在泰国南部更为明显。南部地区不仅可以以临海作为优势可以发展渔业，还因为这里气候更为适合热带植物的生长，所以具有多种类的农作物，香蕉、椰子、橡胶、腰果等的收成以及加工后的水果罐头等附属产品都成为了南部地区的收入来源。而北部如清迈，清莱等地都是以种植大米或蔬菜为主。另一方面是好好挖掘传统的民族传统手工艺制品。比如泰国东北地区以扎染的丝绸、棉织物为主，中部也是以陶制品作为主打产品。

泰国发展“一村一品”发展中期，泰国政府开始大力推展“一村一品”的产品，更加深入发现泰国各地区的特色产品，但是产品类型始终单一，但是大力开展各种“一村一品”宣传活动，一年两次的展销会、一年一度的产品冠军选拔赛等，而且还定制了星级评比的标准，在快速发展“一村一品”的同时也能保证产品的质量。泰国在发展“一村一品”时最看重的就是建立“品牌”。比如现在闻名世界的 SPA 芳香精油品牌“THANN”曾经只是一个做手工香皂起家的家庭式小作坊，属于“一村一品”发展中成功的品牌之一，无论是产品类型从香皂到沐浴乳、精油、护肤等都有涉足，这个品牌在发展的同时也注重保留一些手工操作的步骤，不掺假、纯天然，如今这个品牌已经卖向了世界，成为了全球有名的顶级

奢侈的 SPA 品牌之一。泰国政府为了鼓励大家更加投入到“一村一品”发展中，会定期为不同类型的“一村一品”人员进行技能的培训，提高他们的技能。

现在泰国发展“一村一品”不仅注重创新，更加注重把产品发展由第一产业向第二、第三产业转型。以创新来说，泰国不再局限于单一的产品用途，比如大米，泰国利用了自己丰富的植物资源，提取了天然的植物染液，并且通过一些科技手段将普通的百米变成五彩斑斓的彩色米，这个理念的创新更加带动了泰国大米的出口量。另一方面，泰国政府认识到单纯靠农作物、手工作物来发展“一村一品”是很局限性的，因为随着周边越来越多的东南亚国家都在开始运用“一村一品”的理念，所以泰国的地理优势将会慢慢减弱。因此泰国政府开始将旅游业和“一村一品”结合在一起，开展了各种旅游村。清迈的伞村，清莱以长颈族聚集为主的特色文化村等既可以集中式的展示当地的特色文化和产品，也可以促进第三产业的发展，两者结合后经济增长速度更快。并且泰国政府还鼓励一些有能力的公司进行销售“一村一品”产品，比如“泰国馆”成为了泰国“一村一品”在中国的主要官方销售途径。

3.3 泰国“一村一品”发展成效及不足

泰国目前“一村一品”的发展已经到了成熟阶段，可以把文化传承和发展经济之间的关系处理的非常和谐。有了专业的管理团队，由中央政府统一管理和部署可以更加集中力量的发展经济，也提高了办事效率。自 2001 年发展“一村一品”运动以来，全泰国有超过 20000 个村镇带着超过 37800 种特色产品加入该运动，并且产品的质量和包装都在不断的改善。在 1997 年泰国受到亚洲金融风暴的重创后到 2002 年全泰国发展“一村一品”一周年时，参与这个运动的村镇平均家庭收入都增加了 10%—80%不等，也缓解了泰国北部、东北部等经济落后地区人向曼谷涌进的势头，因为在村民当地就可以从市一些生产加工或者文化创意等工作，有技术能力的还可以自己进行创业，降低了城市就业压力，减少了人力物力外移的现象，解决了 10 多万人的就业问题。

虽然泰国现在“一村一品”发展的很全面，但是有限的市场还是满足不了日益增多的“一村一品”的产品种类和数量，泰国政府虽然已经在扩大着海外市场，但目前来说除了中国之外在其他国家都还没有真正的进入国际市场。并且就算进入了中国市场，但是宣传不够和产品体验机会少，所以在中国市场的占有率也很小，所以目前来说泰国“一村一品”的不足之处就在与扩大海外市场，提高市场占有率。

3.4 泰国“一村一品”发展模式总结

泰国政府从 2001 年开始实行“一村一品”项目，除了坚持发掘每个地方的特色资源或者传统文化的同时，每年都会根据实际的国家情况制定出一系列的“一村一品”发展目标，也正是因为这样一步一步的积累，泰国政府慢慢的找到了真正适合泰国发展“一村一品”的发展模式。

3.4.1 打造统一名牌

泰国政府在发展“一村一品”中最看中的就是品牌的建立。一村一品发展委员会通过把“一村一品”，泰国简称为 OTOP 的标志来注册成为了一个品牌。



图 3.5 泰国“一村一品”品牌标志

这样统一的名牌标志出现在所有注册成功的“一村一品”商品包装上，通过

这样品牌的标注,从而提高了消费者的信任感和认可度。并且大家有统一的标志,无疑也是一种广告宣传效应,既可以增强品牌的认知度更有利于增强“一村一品”产品在市场中的竞争力。

3.4.2 “一村一品”与第三产业的结合

泰国政府在发展“一村一品”遇到瓶颈时,开始寻找新的方法来使其获得更好的发展。在2009年的时候,泰国的“一村一品”已经发展到了顶峰状态,全泰国130多万人参与到这个项目中,但是农民们和政府机构都发现很多产品的营销模式具有局限性,在泰北地区一些交通闭塞、信息滞后的地方,比如美斯乐、大谷地这些地方的最大资源就在于当地有历史悠久的文化资源,当地的农户们因为历史遗留的问题,导致很难拿到泰国的户籍,在那一片只属于他们的领土上,他们也想发展经济,但是由于土地等自然资源的有限,所以一直都只能备受穷苦。直至今日,泰国政府开始意识到要同时发展第三产业和“一村一品”并不矛盾,关键在于怎么样的结合,于是在泰北地区开始实验,有了越来越多的民俗文化村落,比如长颈族的乐园、美斯乐茶园等,用“一村一品”发展中发现和生产的产产品来吸引越来越多的游客至此一游,既可以促进项目商品的销售,也可以带动周围一些经济的发展。

第四章

云南“一村一品”发展的现状及特点

4.1 云南省“一村一品”发展现状

近几年来，云南省城镇化发展的速度很快，但是城乡发展的差距依旧很大，为了减小城乡发展的差异、使农民的收入可以持续增加、以及改善农村的经济状况，同时也是为了响应在 2005 年中央“一号文件”中所提到的“要按照国内外市场需求，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，实现农业增收增效”号召，所以云南省政府决定开展在全省大力推进“一村一品”的实施。而云南省凭借着独特的地理优势和民族文化促使了“一村一品”在云南发展迅速。截止 2015 年，云南省已经建成了 106 个“一村一品”专业乡镇以及 777 个专业村，其中有 36 个村镇获得了全国“一村一品”示范村的荣誉，比如说盛产红雪梨的大理州巍山县三胜村、盛产茶叶的普洱市澜沧县惠民镇等。并且有 35 个产品获得了省级以上的名牌产品称号。

4.1.1 “一村一品”产品类型丰富

由于自身独特的地理位置，舒适宜人的气候使云南适合很多珍贵的农产品生长，比如说烟草、茶叶、鲜花、野生菌等。就茶而言，云南拥有多种茶树，而种植的面积也超过了 35 万公顷，产量超过 18 万吨。云南也是中国植物种类最多的省份，无论是热带、温带甚至于寒带的植物都可以在云南种植，如西双版纳地区引进的热带地区才适合种植的巴西三叶橡胶，并且形成了全国橡胶单位面积产量最高的地方。并且全省拥有 2000 多种中草药，既有名贵的虫草、天麻等传统中药材，也有外来引种的胡黄连、砂仁等特殊药材。所以民族药也是云南的一大特色，因此云南被冠以“药物宝库”的称号。另一方面云南是一个拥有着 26 个少

数民族的地区,所以拥有着丰富的民族传统文化和工艺,这一点和泰国有些类似。颇具历史的民族文化工艺如蜡染、刺绣、木雕、陶器、银铜锡制品等在云南一直都存在于不同的村落。大理白族的扎染技术、西双版纳曼召村生产傣纸的技术、红河哈尼彝族自治州建水县碗窑村的烧窑技术等都是云南实施“一村一品”坚实基础。

表 4.1 云南省“一村一品”特色民族工艺村(部分)

地区	村镇名称	代表工艺品
大理州鹤庆县	新华村	银器、铜器
红河州建水县	碗窑村	紫陶
大理州喜洲镇	周城村	白族扎染
保山市腾冲县	雨伞村	玉雕
西双版纳	曼召村	傣纸
大理州剑川县	狮河村	木雕
昆明市石林县	阿着底村	刺绣

4.1.2 促进当地经济发展

随着“一村一品”在云南省深入的发展,每个特色村镇开始加大力度的推销当地的产品,将其包装成有属于当地品牌的产品。文山主打“三七之乡”、宣威变成了“火腿之乡”、罗平包装成了“油菜之乡”等,这样创建品牌效应的宣传方式,增强了整个乡镇产品的市场竞争力,也为当地的村民增加了收入。在2013年底,云南省特色村镇村民收入平均达到了10233元,比普通农民纯收入高出了15%。由于村民的生活得到了改善,也减少了农村外出打工的现象,缩短了城乡经济的差距,从社会学层面来说有利于维护社会的稳定。

4.2 云南省“一村一品”发展特点

4.2.1 丰富的民族文化

云南省“一村一品”的发展基础建立在传统的民族文化上，由于太多少数民族聚集在这里，民族文化中的一些特色技能，尤其是手工业，包括了扎染、烧窑、刺绣等都是以某个少数民族作为一个特色代表，然后将其聚集的村落来打造成一个符合“一村一品”条件和要求的特色村，这样不仅解决了当地民族百姓的就业问题，也使得民族传统文化得到了传承。

4.2.2 “一村一品”项目与第三产业结合

云南省发展“一村一品”还有一个特点是和泰国很相似，就是把“一村一品”中的“品”和旅游业的发展联系起来。云南省因为地理优势所以特色农产品居多，随着“一村一品”不断推进，于是每个地区的都开始举办各种主题的旅游节，涉及的产品类型多不胜数，昆明市斗南村的鲜花节、曲靖市罗平县的油菜花节、昭通市鲁甸县的樱桃节等，以罗平县的油菜花节来说，在刚刚结束的2017年一月到四月的菜花节期间，短短三个月不到的时间，全县就已经接待了国内外游客240多万，最后全县旅游综合总收入达到了166950.89万元，在过去的2016年，罗平这个小县城旅游综合收入超过了27亿元，而使得这个曾经贫困的小县城摇身一变成旅游胜地，完全是因为当地政府坚持发展“一村一品”的理念，罗平县每年都会有不少于3000万元来投入到“一村一品”的创新和维护中，一方面打造了以80万亩为主的油菜花地来作为创建特色村的“品”，将其作为本县的宣传重点，并同时推进这旅游业，在菜花节期间带动了当地温泉酒店、餐饮餐厅、农家乐等项目，让当地村民走向了致富的道路。值得一提的“一村一品”发展同样不错的昆明市斗南花卉村，不仅让超过20万的花农有了专业的技术指导，也让他们有了良性竞争的销售渠道，还解决了4000多下岗职工或失地农民的再就业问题，对于每年举办的花卉节，斗南更是代表了中国花卉市场的形象，和来自全世界的花农、花商进行切磋和贸易往来。这些坚持发展“一村一品”的地区，在实行把特色商品和旅游业联系起来的方法时，不仅增加了当地农民的收入，也打造出云南的特色品牌。

4.3 云南省“一村一品”发展成效及不足

近几年由于国家“一带一路”战略引导下，云南这个作为古代南方丝绸之路的要道，加上距离泰国、越南等国家相近，地理位置的优越性使云南省成为了中国与东南亚及南亚各国联系的中心，每年都会有“澜沧江—湄公河次区域国家商品博览会”、“南亚博览会”等促进经济贸易的商品会都是在云南举办，这样无疑就增加了宣传和销售云南“一村一品”商品的机会。虽然云南省的“一村一品”发展迅速，取得了一些不错的成绩，但是其中也有一些问题存在制约着发展。

4.3.1 缺乏专业领导机构

云南省各地方政府都没有对“一村一品”特色产品或者特色文化达到重视，没有成立专门的部门或者专款专用的资金对农户进行资金上、技术上的支持。这样就导致了地区“一村一品”发展缓慢。比如以世界最大天成花园闻名世界曲靖市的罗平县，早在明代就有大旅行家徐霞客的记载，可是并未受到重视，直至1999年才开始意识到打造一个拥有“一品”的“一村”是促进当地经济的好方法，于是才开始慢慢有了油菜花旅游节来配合着发展当地经济，但是由于财政支持的不到位，所以发展也比较缓慢，陆陆续续的才开始构建出有一定规模的旅游资源。

4.3.2 缺少品牌的建立

由于“一村一品”在云南乃至全国的发展都是“混乱的”，也就是没有统一的质检、没有创建品牌的概念，无论是产品的类型还是产品的包装等都缺少创新性和统一性。据云南省农业厅2009年公布的数据来看，全省记录在案的发展“一村一品”的村镇有464个，生产和展示的特色商品上千种，但是只有89个产品注册了商标，并且在所有农产品中通过国家绿色食品认证的只有24个，通过国家有机农产品认证的仅仅只有14个。由此来看，云南省想要继续深入发展“一村一品”首先得提高民众的品牌意识和质量检测，只有打响了知名度，确保了产

品的质量，这样才能增强竞争力。

4.4 云南省“一村一品”发展模式总结

云南省发展“一村一品”多以农产品和民族手工艺产品为主。以农产品为主的村镇，多还是在发展传统的“一村一品”模式。比如普洱的茶叶、文山的三七、通海的蔬菜等都是走规模发展的路线，增加当地特色产品的产量，提高产品的质量。并且产品都着重以展销会的模式来进行销售，举办各种主题的美食节、旅游节。营销的模式比较单一，这样局限的销售方式，造成了农副产品的挤压，并且大家大规模的统一种植一样产品，这样就造成了产品单一，而且缺乏创新度，这样其实在某种程度上也削弱了市场的竞争力。

就云南省的民族手工艺发展情况来看，相对比农副产品多了一些优势。一方面因为云南少数民族多的优势，所以民族文化丰富多彩，无论是手工刺绣、扎染、制造银器等不同的少数民族都有着不同的特色、不同的工艺技巧，所以“一村一品”的这类产品类型就非常丰富。另一方面，由于少数民族在云南都是以民族聚集居住的形式存在，所以就形成了很多有特色的民族村落，在这些村落中既可以展示独特的民族文化，也可以把一些特色手工艺制品进行售卖。比如大理白族地区的白族扎染、银器打磨、纸艺等一些传统的文化和手工艺制品。丽江纳西族地区，不仅拥有独一无二的东巴文化，还有很多传统的手工编织品、传统食物等。总之这样独特的村镇可以吸引更多的游客接踵而来，不仅可以促进当地的经济的发展，增加农民的收入，还可以起到传承传统民族文化的作用。

表 4.2 云南省“一村一品”发展模式的重要历程

时间	发展主旨
1996 年	明确发展目标—“民族文化大省”
1996 年—2000 年	发展特色产业，多以农副产品为主
2000 年至今	打造民族文化村落达成产供销一体化

第五章

泰国和云南“一村一品”发展的比较研究

发展“一村一品”对于泰国和云南省乃至中国来说目标和意义不一样。泰国是在经历了亚洲金融风暴之后，开始寻找振兴国家经济的战略，泰国政府才意识到农业发展在国民经济中的重要作用，所以说“一村一品”对于泰国来说是一个基本国策，是一个对外既是招商引资的重要政策之一，对内又是复新国家经济，尤其是农村经济的手段。而对于中国来说，“一村一品”的发展目标主要是为了缩小贫富差距，增加农民的收入。在云南发展“一村一品”的目标也是如此，没有像在泰国发展“一村一品”是直接参与国家重构的经济目的。由于目标和意义的不同，所以在泰国和云南实施和发展“一村一品”发展模式中有一些不同之处。

5.1 “一村一品”中政府作用的对比分析

无论是在泰国还是在云南发展“一村一品”的领导者都是政府，但是参与程度和作用就不同了。泰国政府是由“一村一品”委员会直接对整个泰国的“一村一品”村和产品进行统一的管理，也就是说这是集权式的管理，无论在泰国的哪个地区发展“一村一品”都是有统一的运营模式，整个流程变成了一种固定模式。而云南省的不同之处在于，地方政府只是为了响应国家的号召，积极推进“一村一品”的发展，但是在发展过程中真正参与到管理或者监督的并不是中央政府，也不是由中央政府直属的有关部门，而是云南省地方政府来进行调控。

在泰国由中央政府专门成立了“一村一品”委员会对全国“一村一品”项目的推广和实施进行统一的管理和执行。并且这个委员会拥有关于“一村一品”项目方面的最高执行权力，拥有着不同的下属部门，比如市场营销部门、生产推广部门、产品标准和质量等部门来调控和管理全泰国超过 3000 多个“一村一品”

的特色村和近万种特色产品。泰国“一村一品”从上到下都是由泰国政府主导下的，它在“一村一品”的发展中发挥着不可替代的作用。相对于泰国来说，云南省发展“一村一品”中政府只是起到一个宣传号召以及提供销售渠道的作用。省政府会把中央政府所下达的文件进行实施，但是具体的实施过程就是由当地政府协商，所以在云南地区真正实施起来的还是农民自己本身，从种植到收成、从包装加工到销售都是以个人为单位，政府部门缺乏一个专门的部门来对产品的质量进行检测和监督，所以造成市场上关于“一村一品”的产品种类会有重复性、质量参差不齐、销售渠道的局限性、价格恶性竞争等问题产生。例如云南省玉溪市的华宁县由于地理位置的特别，每年日照可达到 2169 小时，全年 320 天无霜，冬春干旱、夏秋雨量充足，昼夜温差大所以特别适合于种植柑桔，独特的气候环境使得华宁柑桔每年固定产量高、口感好、还早熟，因此还获得了中国地理标志产，并且得到了各级政府的奖励和检测认证，在 2008 年还获得了出口权。原本贫穷的小县城随着“一村一品”的理念发展，坚持发展本土柑桔，在 2010 年全县的柑桔销售收入达到了 2.24 亿元。本可以继续发扬光大的“柑桔之乡”如今已渐渐没有曾经的辉煌。因为当地政府大力宣传和号召全县人一起种植柑桔，但是既没有一个合理的分工或者是分配，也没有收益的划分，所以每当果子成熟的时候，果农无法找到途径销售那么多产量的桔子，通常选择降价出售或者高速公路边进行销售，在无法统一保证柑桔的质量下随意定价和销售，既会扰乱原本的销售市场，造成大家用价格来做恶性竞争，也会使得好不容易建立的品牌形象受到损失。其次，政府没有扩展销售的渠道，从开始到现在几十年过去了，政府依旧只设立一个分桔场，收购果农的桔子，但是现在货物的量已经远远供大于求。另一方面，华宁县政府想通过“一村一品”结合旅游的方式来带动经济，可是当地并没有建立完善的景区或者度假区，这样消费者也不可能选择华宁进行旅游消费。但是省政府每年也会有一次技能培训、抗冻防虫等一些培训课程。对于云南省政府来说，是非常注重宣传的，对于特色文化或者特色产品都会大力宣传，通过电视、广播等平台。

5.2 “一村一品”中金融支持的对比分析

在金融支持方面，泰国为“一村一品”提供了专门的政府补贴，以及和银行进行合作为农民提供低利息的贷款，比如与泰国农业银行在 2003 签订了一个联合贷款的贷款项目，使泰国 28 万个个人和团体解决了资金问题。还有泰国政府每年会举办一些展销会还有冠军赛，凡是得奖的优秀产品都会得到奖金，有官泽基金的支持，也有一些民间的赞助。在泰国每年平均下来 45000 个村镇都会得到政府提供的 100 万泰铢的资金，用于每个地方自己开发和创新符合“一村一品”的特色产品。而云南省目前“一村一品”项目发展的资金来源主要是国家农业银行和农村信用社所提供的针对农业发展的贷款，以及针对特殊或者优秀的商品会有财政补贴。

表 5.1 泰国和云南金融支持的对比

	泰国	云南
获取银行贷款的难易程度	提出申请 产品合格	审核个人信息 考虑偿还能力
贷款利率	低息或者免息	按国家规定
贷款金额	根据产品星级 2 万—40 万人民币	5 万—20 万人民币
期限长短	3 年	1-3 年
资金来源	泰国农业合作银行，Miyazawa 基金，比赛奖金，泰国中小企业发展银行	中国农业银行，农村信用社，政府补贴

5.3 “一村一品”中生产组织的对比分析

泰国从 2001 年正式开始发展和推进“一村一品”运动时，最开始选择了一些村镇来作为实验基地，渐渐的就发现了即使是在同一个村镇里面因为是以个人或家庭为单位进行“一村一品”产品的生产加工，所以经常会有产品的质量 and 外

形参差不齐的现象。就用传统的手工刺绣来说，有些人绣出来的针线平整，颜色鲜艳，可是有些人绣出来的就是很粗糙的感觉；有些人针脚密集，而有些人绣的针脚就比较松散……越来越多类似这样的质量问题出现也就导致很难扩展产品的销量，也使得政府和参与的村民都浪费了时间、精力和金钱，于是泰国政府开始考虑怎么样才能解决这个问题。在泰国政府意识到这些问题归根结底是因为没有统一的培训，大家啊技术水平不同，并且没有统一的质量标准作为衡量所以生长出来的产品也就形形色色，所以泰国政府首要的任务就是提高参与人员的个人素质和技能培训，于是泰国政府开始为每个参与“一村一品”发展项目中的村镇提供了人员的培训，还为其添置了现代的生产设备，对于城里有文化、有技术的大学生提供 6000 泰铢的补贴，让他们积极参与到这项运动中。“由 20 个不同部门组成的一村一品”委员会也会对不同的产品制定出一些质检标准，这样才能使产品规范化，加上“一村一品”五星评比要求，那么所生产的产品质量也就有了保障。并且委员会也会为这些特色产品进行不同的宣传，来帮助村民们增加销售收入。

总之在泰国“一村一品”产品的销售、研发设计、出口贸易等都会有专业的“一村一品”委员会来进行全程的支持，而且目前泰国已经有超过三分之二的村镇在发展“一村一品”，这是一个全民性的发展战略。

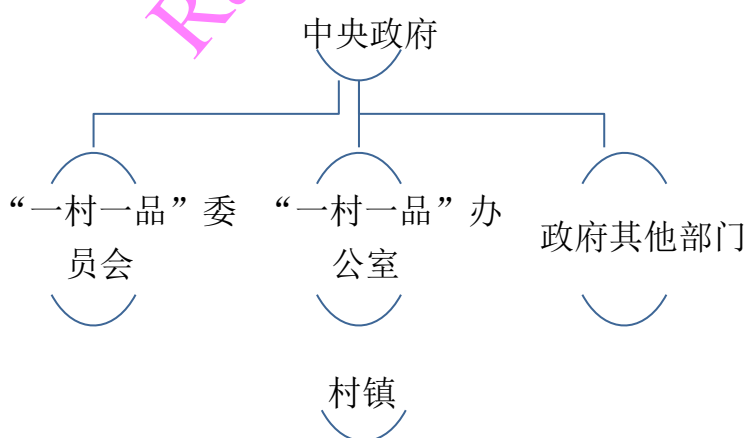


图 5.1 泰国“一村一品”组织管理图

而对于云南省来说，同样是有政府来推广和扶持发展起来的“一村一品”，可是在发展的过程中缺少了最关键的一个环节，那就是云南省政府并没有设立专门的部门机构来对“一村一品”这个项目进行管理和监督，而且至今为止云南省都还没有一个关于“一村一品”统一的品牌，没有“品牌”的建立，市场就不够规范，在市场宣传上就不能给消费者一个具有可信赖的映象。而且在一个没有监管的市场中，生产的产品就没有统一性，质量也都参差不齐，所用的材料、所花费的精力和时间不同，造成市场上同种“一村一品”的产品价格混乱。对于农户来说，会比较缺乏安全感。因为有时需要技术上的支持或者需要资金上的支持，但是很难找到一个可以咨询的部门，而且对于农户来说，很多时候只知道能生产什么但往往不太明白该生产什么，从而错失了市场。所以说，云南省政府目前在“一村一品”的招商引资方面、宣传方面都已经非常娴熟，随着越来越深入的发展“一村一品”，云南省政府应该重视监督管理这一方面，提高农户和企业的市场竞争力。

5.4 “一村一品”中市场营销体系的对比分析

市场营销在整个“一村一品”发展中是最为重要的环节，这是检验“一村一品”是否能为这个地区带来经济收益的最直接的方法。

泰国对于“一村一品”的营销模式真的是非常丰富，分为泰国国内营销和国外营销。首先是在泰国国内关于“一村一品”的营销模式有以下这些：由于泰国对于“一村一品”的重视程度非常高，所以对“一村一品”产品的质量都有着严格的检测标准，只有经过“一村一品”委员会重重检验之后的产品才有资格获得质量安全标准的“一村一品”的商标，拥有了这个商标无疑就是多了一种宣传效果，因为作为消费者，在购买商品时看到印有这个商标的商品会更有安全感，并且泰国政府如此大力在国内外发展和宣传“一村一品”，所以这个商标也成为了一种广告，而且产品还分别设有五个等级。泰国针对泰国国内市场所采取的营销手段就是“密集型销售”也就是说只要你身居泰国，无论是在普通的超市还是

高级商场，无论是在机场或者旅游景点总是可以看到印有“一村一品”标志的商品在销售以及在人流量大的地方还设有“一村一品”的专卖店。泰国政府每年都会举办一次冠军赛，两次商贸展销会，这些活动无疑都是为了让“一村一品”的生产者明白名牌的重要性，也给了这些产品一个宣传的平台，凡是参加冠军赛的冠军以及成为五星的产品都可以优先出口还有得到更多的补贴去继续创新产品。其次，泰国政府针对“一村一品”还有海外营销模式。泰国政府针对海外市场还设立了一个专门的网站，在这个网站上可以查询到全泰国关于“一村一品”产品的介绍，也可以进行购买，这无疑就是扩宽了销售渠道。尤其是近几年中泰关系良好，在中国实施“一带一路”的政策引导下，泰国政府支持泰国环球集团创建了“泰国馆”这个平台，这个既有电商平台又有实体销售的公司为泰国“一村一品”的中国市场提供了便利。并且泰国每年都会依托中国各地的大使馆，与不同地区的政府合作举办展销会。每年5月份的云南省昆明市都会举办“泰国节”，届时来自泰国的上百家“一村一品”企业都会莅临现场，展销的产品也很丰富，哟特色手工服饰、家居品、精油、食品、编织工艺品等，每年这样不同城市的展销会既为泰国的“一村一品”做足了宣传，也同时增加了很多销量。



图 5.2 “一村一品”机场专卖店和商场零售店

表 5.2 泰国“一村一品”在 2010 年 5 星商品的数量分布

星级（评比分數）	产品数量（件）
一星（<50）存在诸多缺点	477
二星（50-69）需要定期评估	2654
三星（70-79）平均质量	2904
四星（80-89）质量很好	3498
五星（90-100）质优，可出口	1449
总计	10982

对于云南省来说，“一村一品”的发展时间上落后于泰国，但是目前正在积极努力的扩宽市场，发掘更多的销售渠道。之前云南省对于“一村一品”的销售方式比较单一和保守，如同其他地区一样通过本地的展销会对产品进行宣传和销售，但是这样的方法有局限性，一方面是由于这些“一村一品”的产品品牌度不高，没有专业的机构对其有检验检测，而且市面上滥竽充数的商品也存在，就让消费者打消了购买的欲望。其次，由于没有统一的管理中心或者机构可以帮运输或者守护商品，导致一些特别的商品比如紫陶、傣纸等由于容易损坏，对运输要求高，或者类似大件木雕一类比较具有重量的产品，是无法轻易的将它们带到展销会的现场，一旦没人买，还得再花销一次运输的费用，承担一次运输的风险，所以造成了很多特色商品始终走不出本土的现象。有很多精美的或者美味的产品总是只有去到当地才能购买，不仅消费者不方便，商家也很苦恼，销售渠道单一让他们也损失了很多生意。终于在今年 7 月 11 日，由云南省商务厅、京东集团、云南出入境检验检疫局主办的“云南品牌电商企业入驻京东商城招商会暨云南省‘三同’企业上线启动仪式”顺利举行，这就意味着今后云南的“一村一品”特色产品即将可以在网上买到。而且这次与云南省还与京东的线下实体店“京东之家”也签约了，也就是说以后要买云南任何“一村一品”的特色产品不仅可以选线上“云南精品馆”购买，还可以通过线下的实体店购买，在全省建立了 16 个地州电子商务公共服务平台，这样不仅方便了消费者，也逐步打开云南“一村一品”产品的大门，让真正属于云南的“一村一品”走出省门，走向全国。

5.5 “一村一品”中生产规模和基础设施水平对比分析

5.5.1 民众参与程度

对于泰国来说，“一村一品”是一项国家重要的政策之一，这是全民参与的一项活动。作为领导者的泰国政府十分重视“一村一品”的发展，在全国各地都设立了“一村一品”委员会，让他们督促和指导每个地方开发具有新特色的产品，每个地区也会获得每年政府提供的100万泰铢作为发展的资金；另一方面，为了吸引更多有能力、有知识的青年加入，每年都会给予积极申请，主动参与“一村一品”的大学生一些生活补贴，让他们在参与“一村一品”发展的时候可以提供一些有现代化的方法和技能，提高了参与人员的素质和技能，才能更加高效有力的发展“一村一品”。“一村一品”在泰国是由中央政府的“一村一品”委员会发起的，并且集中社会组织资源，比如大学、银行、当地政府、专业基金会、等机构对参与到“一村一品”中的农民进行资金支持和技术指导，因为参加的门槛不高，只需要到内政部下属的社区发展部门注册后即可，但在发展过程中要经受五星评比标准等，凡是不合格的就不能有资格成为认证的“一村一品”产品，也就没有被推广的资格。并且泰国近年来都是把“一村一品”和旅游业结合起来，积极发展一些特色村，在发展“一村一品”的同时也可以推进旅游业的发展。

在中国“一村一品”的发展都不是统一的，而是由每个地方的地方政府协调发展的，所以在云南省发展“一村一品”就不会像泰国那样人人参与，而是自发性的去参与。但是在生产规模上远远超过泰国。目前为止，云南省建成了907个特色村，有超过50个产品获得了省级以上的优秀名牌称号，有48个全国“一村一品”的示范村镇。

5.5.2 生产类型

在泰国“一村一品”的发展影响是具备规模的，但是在某些领域里并不具备

生产规模。比如一些手工艺制造，比如清迈的 Muang 村生产的陶土制品、Baan Tawai 的木雕制品等都不是用科技取代手工，至今都还保持着传统的手工艺制作流程，全部都是由当地的工匠纯手工制作的，这样的靠人工生产的很难形成大批量的规模，因此市场经常有空缺，总是满足不了消费市场的大量需求，但这才是手工艺品的灵魂，也正是泰国手工艺品可以有那么高的市场评价以及造成吸引力的原因所在。

云南省由于地理优势和生态优势以及民族繁多的优势，所以在发展“一村一品”的时候多以农副产品和民族手工艺品为主。云南得天独厚的气候赠予了云南省有着丰富的农作物资源，普洱的茶、通海的蔬菜、昆明的鲜花等都是走规模发展的路线啊，把特色产品进行大规模生产，使其在市场上占有一席之地，增强了市场竞争力。并且云南省的农副产品类型非常丰富，无论是药材还是烟草、茶叶、鲜花，甚至水果、蔬菜、林业等在云南省的发展都是规模生产。而且在云南省一些民族手工艺品已经陆续用科技取代了人工，很多村落的特色手工艺品，像纺织、刺绣、银器加工、漆器等都变成了工厂形式，用机器来进行大规模的生产，这样既可以节省了人工成本，也增加了产品产量。但也因为这个原因，使得一些传统的手工艺品失去了原本的价值。

5.5.3 “一村一品”项目发展的基础

无论是泰国还是云南省，发展“一村一品”的主旨都是为了增加农民的收入，并且都是在农村发展，所以两个地方发展“一村一品”的基础设施水平都是相对较低的，但是起点的基础不一样。从发展的背景来看，泰国是当时经历了亚洲金融风暴，经济受到了重创。在这个事情之前泰国政府开始走工业化路线，扩大泰国的出口贸易，农业方面并未受到重视和改善。在金融风暴后，泰国整个国家的经济都垮掉，自然农村经济更加的萧条。所以泰国发展“一村一品”的基础设施水平很低，并且多是以贫困地区作为优先发展的地区。像清莱美斯乐地区的茶园，本来因为气候的原因快可以种植茶，但是由于本身地区的贫穷和落后，造成茶的

后期加工遇到了很多困难，营销方式也很局限，因为当地受教育程度不高，接受网络等高科技的营销模式的能力比较缓慢，而且交通等基础建设的不完善，造成了买卖得不方便。相对于云南地区，发展“一村一品”的基础条件更优越一些。因为随着近几年来，国家的西部大开发政策、三农政策等一系列国家政策的实行，云南省的经济得到了很大的提高。所以在云南省发展“一村一品”的基础是建立在已经有所改善经济状况的农村，这样的话，当地的政府部门以及国家的农业银行都可以给予更多的经济补贴，并且道路的畅通、交通的方便都为“一村一品”的营销提供了有利条件。像大理州巍山县因为红雪梨而走红，当地已经具有红雪梨栽培 200 多年的历史，所以发展“一村一品”时，只是扩大了种植面积，扩宽销售市场。总之云南省发展“一村一品”的基础设施水平是建立在已经发展过的基础上开展的。5.6 “一村一品”中目标成效的对比分析

“一村一品”在泰国发展的数十年以来取得了不错的成绩，对泰国的农村经济的提高有着很大的影响和作用，尤其是在解决就业问题方面。就目前为止，全泰国有超过 22762 个村镇在发展“一村一品”项目，生产了超过 37840 种的特色产品，这样大量的生产自然需要人力的投入，所以有 130 多万人参与了这个项目，其中有很大一部分家庭主妇和老年人，这样家庭式的工厂不仅可以让家人都参与到“一村一品”的发展中，也解决了妇女们无工作的现象，就连农村人口大量涌入城市导致城市过于拥堵等一些社会现象得到改善，产品因为销售渠道的增多而增加了销售额，农民的收入得到了质的改变，最少的都比往年高出 20%—50%，由于有“一村一品”委员会的协助，提供了很多技术支持、资金支持等使“一村一品”生产的产品提高了质量，增加了创新度。泰国发展“一村一品”的目标也是为了振兴泰国农村经济，增加农民收入，由此看来这个目标已经达到了，只是还可以有上升的空间。

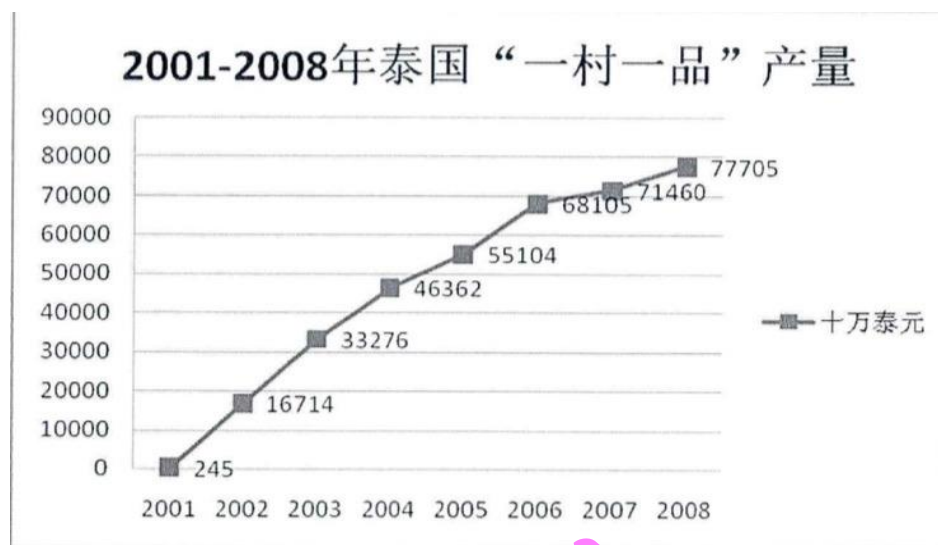


图 5.3 2001 年—2008 年泰国“一村一品”产量

云南省近几年发展“一村一品”效果显、速度快。由于云南省的地理优势和气候优势，造就了云南省是一个物产丰富的地方，不同的地区拥有着不同的特色产物，普洱的茶、昆明的鲜花、合情的银器、通海的蔬菜、腾冲的烧窑……虽然物产丰富，但是都有自己的特色产业，并且大力发展的特色产业已经成为当地农民增加收入、改善农村经济环境的主要方法。而在云南省有一个关于“一村一品”的发展特点，云南省各地州市都喜欢把自己的支柱产业打造成一张“名片”，比如文山是“三七之乡”、宣威是“火腿之乡”、昭通是“天麻之乡”、昆明是“鲜花之都”等，这样在提高产品知名度的同时也带动了旅游业的蓬勃发展。旅游业的兴起同样也是增加农民收入的重要方法之一，尤其是一些以传统手工艺为主的地方，云南省毕竟是一个少数民族聚集的地方，每个民族都有着属于自己本民族的传统文化，白族的扎染、彝族的刺绣、傣族的竹编等，这些产品不仅可以吸引中内外游客到访参观、购买以此来拉动旅游业，增加了经济收入，同时也传承了这些传统手工艺的文化。总而言之，“一村一品”在云南省的发展有着助力和推动的作用，在 2009 年全云南省 464 个特色村共计总收入为 93.38 亿元，参与“一村一品”的农民收入为 4009 元，比没参加的村民高出 277 元。云南省腾冲县著名的玉雕村，全村有 75% 的村民积极响应来额“一村一品”政策从市玉雕加工，在 2009 年全村的玉雕收入就已经高达了 600 万，是全村总收入的 72%，而从事玉

雕加工的村民纯年收入也达到了 4986 元，比以前的年均纯收入提高了 50%。云南省发展“一村一品”的基本目标就是缩小城乡的差距，增加农民的收入，目前情况来看已经很成功了，有一些还未注意到的欠缺指出也在逐步完善中。

总体来说，无论是泰国还是云南，关于“一村一品”的发展都存在着各自适合的发展模式，由于这些政策、资金支持、自然环境资源、营销思路 and 手段等不同，也就造成现在“一村一品”发展现状也不同，由表 5-5 也可以清晰看出泰国和云南省“一村一品”的综合比较。

表 5.3 泰国与云南省“一村一品”项目特点综合比较

比较内容	泰国“一村一品”	云南省“一村一品”
发起者	中央政府	中央政府
管理者	“一村一品” 全国行政委员会	各地区政府
参与者	中央政府；当地政府； 大学；特色文化村落	中央政府；当地政府； 特色文化村落
金融支持	泰国农业合作银行； Miyazawa 基金；民间企 业；奖金	中国农业银行； 农村信用社；财政补贴
科技支持	监督和保证产品质量； 管理；营销推广； 包装的统一设计	理论培训；管理； 技术的传授和创新
市场营销	“一村一品”装卖店； 展销会；冠军比赛；网络 营销；扩大出口；	展销会；当地销售； 网络营销
目标成效	促进地区经济发展	增加农民收入， 缩小贫富差距
产业类型	由农业向旅游业转型	农业为止

第六章

泰国“一村一品”对云南省发展的启示

6.1 增强管理，加大资金支持

云南省各地各级政府在宣传“一村一品”的同时也应该加大扶持资金，可以学习泰国提供低息或无息贷款，并且制定一些奖励政策，既可以提高民众的积极性，也可以加快全省“一村一品”的发展步伐。至于资金来源可以通过和一些银行或大型企业合作，设立专项的“一村一品”资金作为农民培训、组织管理、奖励资金等用途。另一方面，要培养有关的专业人员对农民进行指导，要深入到产品真正的生产环境中，而不是停留在口头宣传中。总之，要成为“一村一品”发展中的协调者，领导者，这是保证“一村一品”发展的有力保证。

6.2 统一检测标准，打造本土名牌

云南省内发展“一村一品”在注重速度的同时也要注意质量。但由于云南地处中国西部地区，消息相对比较闭塞，对品牌的认识度不高，大部分农民的意思还停留在小农经济的思想层面，市场观念还需要加强。要提高标准化，能够建立健全的不同产业的质量标准，无论是农产品还是手工艺产品都要加大检测力度，严格按照国家或者行业内的标准进行执行。这方面也可以学习泰国的模式，成立专门的监督小组，建立完善的监督机制，保证生产的产品不弄虚作假，大力推进农业标准化，确保“一村一品”产品的质量安全。同时要鼓励和支持村民把特色产品或者文化进行商标注册、地理标志产品登记、名牌评定等，甚至可以和泰国一样设计统一的“一村一品”品牌标志，任何符合规定的产品都可以印上此标志，这样可以扩大了品牌宣传度，也更好地保护了特色产品的独有性、特色文化的传承性。

6.3 增加销售渠道，加大招商引资

营销是检验“一村一品”是否适合本地提高经济发展的策略。云南省现在对于“一村一品”的销售模式很局限，要么就是去到当地进行购买，要么就是等在省会城市举办展销会，总之要想买到一些偏远地区的特色产品很不方便，云南省可以学习泰国的一方面统一有一个线上平台，由政府部门牵头创建，在这个网络平台上可以找到云南省各地区关于“一村一品”的产品，只要是符合国家安全标准、食品安全标准等法律法规的都可以进行销售，这样既可以方便了消费者对特色产品的购买，也增加了“一村一品”农户或者公司的销售额。

另一方面要将本地地区的优势发挥出来，无论是美丽富饶的自然风光，还是充满浓郁民族特色的传统文化，都可以通过包装和策划将其打造成一个“吸金”好项目。如果是自然风光魅力无限，那就可以加大开发旅游业，吸引更多的游客，增加第三产业的收入。如果是一些手工艺文化，比如刺绣、漆器等可以引入国内外的现代科学和技术来帮助农户们进行创作，总之要想弥补“一村一品”发展中技术不足、资金不够、市场占有率不高等不足之处就必须招商引资，用他人之常来补己之短。但是在招商引资时也要注意本地的需求，要有针对性，而且要注重对资源的保护和文化的传承。

6.4 重视人才，提高自身素质

泰国政府在“一村一品”发展过程中值得云南省学习借鉴的还有就是重视人才。泰国政府是十分鼓励大学生可以参与到农村发展“一村一品”的运动中，一方面是为了大学生好，这是半工半读为期十个月的一个活动，并且每个月拥有6360泰铢的生活补贴。另一方面大学生的加入可以提升整个团队的素质。加上政府定期的技术培训课程，可以提升他们的技能，也只有用知识才可以让他们相信科学，与此同时对于发展“一村一品”才会投入更多的热情。

第七章

结论与展望

7.1 结论

虽然“一村一品”在发展中的核心内容就是充分利用本地的资源，包括自然资源、人力资源、文化资源开发和创造价值更高或者附加值更高的产品。但是由于每个地区的发展的背景、发展的目标的不同，所以发展的现状和成效也就不同。泰国和云南省最大的不同在于泰国是全国具有统一性的发展模式。无论是销售方式、资金支持方式、管理组织模式等都是统一的“一村一品”委员会进行安排和扶持，所以泰国就是一个完整的比较样本，不需要用某个府或单独的地区作为研究对象，因为整个国家数据、发展过程、发展状况等都是是一样的。而中国就不同了，没有统一的监督管理部门，全靠地方政府的安排，所以无论是发展的现状、发展的数据、发展的过程等是不一样的，所以用泰国和云南省作为对比的对象，可以更直接的表现出泰国和云南省在发展“一村一品”方面各自的优劣之处，这样可以更加具有进步的空间。

无论是泰国还是云南，在经济角度上来说主张相同的，都是要促进农村地区经济发展，增加农民的收入。可是在社会目的的角度上来看就各有千秋，泰国主要是为了重建国家的经济，强化和复兴泰国，并且把传统的文化基础上进行创新。而云南省是为了缩小城乡差距，在经济发展的同时可以渐渐发展农业产业一体化，也就是实行“农、共、贸一体化，产、供、销一条龙的综合模式，而云南省现状最该积极的去做的就是要努力提高农民主动参与的积极性。

泰国已经发展“一村一品”近 20 年了，从泰国这一路发展的经验看出，要想使“一村一品”更快速的发展，必须要将销售者和生产者联系在一起，因为现

在的科技时代，要想扩宽销售市场就是要打开海外试产的门。当然要想产品出口到海外，最重要的因素就是要提高产品本身的质量以及时尚够吸引人的外表。

通过比较泰国和云南省每个地区的发展目标、生产组织金融支持、政府的参与程度等条件的不同，所影响的“一村一品”发展的脚步也不同，为了使“一村一品”在云南和泰国都发展的更好，要积极的抓紧自己的优势之处，比如泰国在稳定国内市场的同时要加大扩大海外市场的脚步。而云南省要善于利用本地那么多的文化资源和自然资源，扩大自己在中国国内的销售渠道，争取利益最大化。

7.2 展望与不足

经过本次论文的写作，我搜集和调查了很多有关“一村一品”的资料，学到了很多有用的知识和技能，为今后积累了经验。在这次论文写作中，由于时间和精力有限，所以论文有些不足之处。在本次论文撰写中，研究方法不够严谨，因为涉及到两个国家不同地区的数据调查，加上所涉及的产业类型较多，所以调查的数据有局限性，加上两国目前在文化、经济现状、综合国力等方面具有不确定性，所以调查的数据不够丰富。本论文可以更加深入的探究影响中国与泰国发展“一村一品”的差的根本原因是什么。

通过这次论文的写作过程，我会更加注意有关中泰两国“一村一品”的信息和政策，会进一步逐渐完善这次论文的不足之处，为云南省乃至中国发展“一村一品”提供有用的信息和建议。

参考文献

- 赵玮,陈军. “关于日本一村一品运动的考察与启示.” 湖北农业科学, 2007.
- 孔祥智,李圣军.”发展’一村一品’经济:背景,内容与原则.”贵州社会科学.2008.
- 一村一品专业村基本条件—中国农经信息网, 2015.
- 卢向虎,秦富. 国外“一村一品”运动对中国发展现代农业的借鉴[J],世界农业, 2007(10).
- 王玮琳. 泰国旅游业可持续发展的管理措施研究[D], 昆明理工大学,2009.
- 孙广勇. “一村一品盘活泰国村镇” 农村工作通讯 [J], 2011
- 刘德平. 中日泰三国“一村一品”地理格局与公共政策比较研究 [D]. 湖北: 华中师范大学, 2013.
- 刘文. 泰国经济现代化进程中地区差距与政府对策 [D]. 云南: 云南大学, 2011.
- Harry. 手工艺从边缘到中心 [J]. 中华手工, 2013.
- 郑海,王菁等. 云南民族传统手工艺品: 美丽背后的困惑 [J]. 今日民族, 2012
- 赵士林. 云南少数民族的文化产业与文化遗产机制研究 [M]. 北京: 民族出版社 2010
- 周意立. OTOP 度危机 [J]. 商界, 2009.
- 刘歌. 泰国“一区一品”打造精品 [J], 农村实用技术. 2005.
- 郑海,王菁等. 云南民族传统手工艺品: 美丽背后的困惑 [J]. 今日民族, 2012.
- 孔祥智,李圣军. (2008). 发展“一村一品”经济: 背景、内容与原则 [J]. 贵州社会科学,2008(2);92-98.
- 李峰. 他信经济学及其对后他信时代泰国经济政策的影响 [J]. 南洋问题研究,
- 聂聆,薛元. 中国与东盟创意商品贸易的比较优势与分工模式研究 [J]. 经济问题探索, 2012 (10): 112-118.

参考文献 (续)

Hiroshi Murayama. Significance of the Regional One-Product Policy: How to use the OVOP/OTOP Movements. The Policy Science Association, Ritsumeikan University.

Kyungmi Son. A Comparative Analysis of the OVOP/OTOP Administration in Japan and Thailand. 2012.

Lgusa, Kunio. The Problem of the Regional Revitalization in Asia and One village One Product-Adaptability of Oita Model to Asia Countries, Journal of OVOP Policy Vol.1 October 2008.

Miss Chayanit Boonma “Competency Enhancement Strategy for Community Enterprise (OTOP) in Phatuhmtani[D],2008.

Miss Phimonrut phakhun. Social Capital as an important factor supporting achievements of the one tambon one product(OTOP):A Case Study Of KhonKaen Naresuan University[D],2016.

มหาวิทยาลัย
Rangsit University

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

附录

附录 I

“泰国馆”访问记录

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University

“泰国馆”访问记录

访问时间：2017 年 6 月 5 日

访问方式：当面采访

访问人：姚懿珂

被访问人：泰国馆集团有限公司董事长李文莉女士

访问内容：

问题 1: 请问贵公司成立的目的是什么？

回答 1: 泰国与中国的友好建交历史悠久，中国的“一带一路”战略给华人华侨很多共同发展的机会。泰国有非常多特色优质的产品，“泰国馆”也是泰国馆集团在中国重点打造的泰国优质商品平台，我们将全力以赴将“泰国馆”打造成中国最大、最全、最具品质的泰国商品展示、体验、交易平台，致力于扩大和提高泰国商品在中国的影响力和知名度，共享中国“一带一路”战略的成果。非常荣幸能与泰国国家区域发展改革委员会牵手推动“OTOP”在中国的发展，为各府厂家产品销往中国市场寻找更多的渠道，为泰国的工农业发展贡献绵薄之力。

问题 2: 请问贵公司 OTOP（一村一品）的产品营销模式是什么？

回答 2: 泰国馆打造全新的互联网加商业模式，实现线上线下的联动营销体系。不仅在网站上可以购买到货真价实的泰国 OTOP 商品，更是在中国国内成立了“泰国馆”展销中心来集中展示泰国的 OTOP 的各色产品，包括农产品、保健品、SPA 美容产品、乳胶制品、工业产品等，到 2018 年我们会完成中国大部分省会城市“泰国馆”的开设项目。并且线下我们还与泰国各府一些著名的特色

OTOP 旅游景点联合建立泰国馆商品、文化、旅游一站式的服务，服务全世界的游客，打造泰国馆泰中供应链的核心竞争力。

问题 3: 在您眼中 OTOP（一村一品）项目的意义是什么？

回答 3: OTOP 的价值并不代表单一的产品，而是反映出泰国历史文化发展的过程，是对自然资源及环境的保护，对泰国历史、文化、旅游、艺术、宗教、习俗的传承。这个项目已经成为了让普通民众提高生活水平，促进经济繁荣发展的重要政策方针，也由此开启了泰国地方特色逐渐走向国际市场的道路。

问题 4: 请问贵公司会针对泰国 OTOP（一村一品）项目和云南省合作或者进行投资吗？

回答 4: 早在去年（2016 年）1 月 17 日，我们就已经和浩宏集团签署了合作协议，将一起把“浩宏·泰国馆”打造成为云南省规模最大、品质最优的泰国商品展示、体验、交易平台。同时我们会整合自己集团和云南浩宏物流双方的优势资源，推进泰国和云南的跨境贸易以及泰国商品的电商平台建设，让消费者在便捷选购优质泰国商品的同时，还能真正充分的体验到泰国的美食文化和人文风情。

我们这个项目也是昆明经开区跨境贸易 O2O 平台引进的一次重大项目。这个项目的实行也促进了昆明及云南跨境贸易产业的发展，引导更多的企业与互联网连接，通过“互联网+”实现与消费者、供应商、制造商的融合，激发各行各业驱动创新和发展。

个人简历

姓名 姚懿珂
生日 1991 年 11 月 2 日
出生地 中国 云南省 昆明市
教育背景 大学：云南师范大学文理学院
课程名称：汉语言文学 2014 年
硕士：泰国兰实大学
课程名称：工商管理，M.B.A. 2017 年
永久住址 中国 云南省昆明市人民中路 2 号

มหาวิทยาลัยรังสิต
Rangsit University