



发展乡村特色产业本质上是在全球化背景下重构乡村比较优势的战略选择,通过激活地域性优势、嵌入全球价值链、重构地方生产网络,最终实现乡村从资源输出地向价值高地跃迁。云南澳洲坚果、黑龙江高端和牛、山东鹅肝……去年,网上一场轰轰烈烈的“农业大摸底”,“摸”出了不少被称为当地特产的“洋玩意儿”,各地网友却“一摸一个不知道”,纷纷惊叹家里咋还藏了这么多“隐藏款特产”?事实上,这些特产不只是单一的产品,它们早已悄悄成长为一个又一个乡村特色产业。支撑家乡“隐藏款”背后的乡村特色产业有哪些?它们的发展面临哪些现实挑战?如何避免“特色不特”的同质化、内卷式竞争?本期对话我们邀请了王国刚、魏冉、杨帆、刘晓东、马立君,他们有的是行业专家,有的负责乡村特色产业技术指导,有的是地方基层干部,有的是直接参与产业的从业者。我们将和他们一起来探讨乡村特色产业发展富民的新路径。

你的家乡有什么“隐藏款”

——对话王国刚、魏冉、杨帆、刘晓东、马立君

□韩松妍 李丹迪

嘉宾

王国刚 中国农业科学院农业经济与发展研究所研究员
魏冉 农业农村部农村经济研究中心产业发展研究室副研究员
杨帆 云南省农业科学院热带亚热带经济作物研究所丽瑞站副站长
刘晓东 黑龙江省齐齐哈尔市龙江县农业农村局副局长
马立君 山东临朐县春冠朗德鹅养殖专业合作社理事长、山东春冠食品有限公司总经理

主持人

记者 韩松妍 见习记者 李丹迪



▲王国刚



▲魏冉



▲杨帆



▲刘晓东



▲马立君

乡村特色产业正以开放化、科技化、融合化的姿态重塑农业版图

主持人:乡村特色产业是区域经济发展的有力支撑。当前,我国乡村特色产业呈现怎样的趋势与特征?还面临哪些现实挑战?

王国刚:我国乡村特色产业链不断延伸,龙头企业快速成长,特色农产品产量与产值不断提高。乡村特色产业正以开放化、科技化、融合化的姿态重塑农业版图,产业形态从“传统小众”向“规模化、国际化”跃升,发展模式从“单一生产”转向“三产融合+品牌化运营”,驱动逻辑从“资源依赖”升级为“科技引领”。

刘晓东:就拿黑龙江省齐齐哈尔市龙江县的和牛产业来说,经过多年的扶

持发展,全县已形成集种牛扩繁、冻精生产、基地改良、集中育肥、屠宰加工、上市销售于一体的全产业链发展模式,实现了从牧场到餐桌的全产业链布局。截至目前,全县已建成“龙江和牛”饲养场6家,养殖规模达到6万头;屠宰加工企业1家,年屠宰能力达到10万头;拥有世界最大的纯种和牛扩繁场和国内唯一的和牛单体种公牛站;“龙江和牛”品牌市场销路好,产品供不应求,品牌知名度和市场竞争力不断提升,成为富民强县的支柱性产业。

魏冉:然而,地方特色产业发展也面临着不少的现实挑战。一是市场波动风险大。特色农产品的市场需求相

对小众且不稳定,一旦市场出现波动,产品滞销的风险就会显著增加。二是技术瓶颈制约明显。例如一些特色农产品在种植、养殖过程中,缺乏先进技术支持,导致产量不高、品质不稳定。三是人才短缺问题突出。特色产业发展需要既懂农业又懂市场运营的复合型人才,但乡村地区往往难以吸引和留住这类人才,限制了产业的进一步发展。

杨帆:云南省从1981年引进澳洲坚果种植以来,目前已成为全国种植澳洲坚果面积最大的产区,产量占全国的61.47%,使澳洲坚果这颗“洋种子”变成了不折不扣的本土特色作物。但云南的澳洲坚果产业还存在不少问题,一方

面,种植端存在技术不匹配导致收益不高的现状。2023年云南平均亩产(壳果)仅为41.23公斤,远低于澳大利亚(141.1公斤/亩)、美国夏威夷(152.8公斤/亩)等主要产区,因病虫害防控技术不当损失了相当部分产量,少数地区虫害比例甚至高于30%,影响了产业的健康发展。另一方面,加工端产业链不完善,品牌打造不够,区域公用品牌未能充分发挥其品牌价值。

主持人:发展乡村特色产业,对于推进乡村全面振兴具有怎样的意义和作用?

王国刚:发展乡村特色产业是推进乡村全面振兴的重要抓手,有利于破解

乡村振兴多维困境。重塑乡村经济地理,打破传统农业低附加值瓶颈,推动乡村经济重构;传统技艺的非遗活化与产业转化可有效推动形成文化经济双螺旋,助力乡村文化振兴。同时,发展特色产业可以带动吸引资本、人才、技术等要素回流,为乡村带来“人气”。发展乡村特色产业本质上是在全球化背景下重构乡村比较优势的战略选择,通过激活地域性优势、嵌入全球价值链、重构地方生产网络,最终实现乡村从资源输出地向价值高地的跃迁。

魏冉:从产业上看,发展乡村特色产业是立足乡村资源禀赋,推动农业提质增效、农民增收致富的关键举措,有

助于激活和丰富乡村产业新业态,加快推进农业农村现代化。从人才上看,发展乡村特色产业,有助于引进人才,营造乡村人才发展环境,为乡村人才振兴注入澎湃活力。从文化上看,乡村特色产业本身就具有深厚的地方文化色彩,为乡村文化的传播和发展提供了物质基础和媒介渠道。从生态上看,乡村特色产业拥有特色资源禀赋和比较优势,可以促进生态资源的合理开发和利用,有效减少资源浪费和环境破坏。从组织上看,乡村特色产业有助于增强乡村社会凝聚力,带动和促进村级集体经济发展,为实现乡村全面振兴奠定坚实基础。

打破“贴牌”瓶颈,需从“卖原料”转向“卖品牌”“卖标准”

主持人:产业协同发展是实现一二三产融合和经济社会高质量发展的关键。乡村特色产业要实现“特而强”,还有哪些延链、拓链的思路?

王国刚:实现农业全产业链协同发展,需以“纵向延伸增值链、横向拓展功能链”为核心,重点从两个方面突破:一方面,构建“三链融合”的产业生态体系,前端以科技赋能夯实标准化生产链,建立可追溯的标准化体系;中端做强精深加工链,探索发展中央厨房、生物提取等高附加值业态;后端拓展服务价值链,通过数字营销、文旅体验等激活长尾市场。另一方面,打造“产业集群+产业联盟”的协同载体,以龙头企业牵引上下游集聚推动纵向集群化;通过跨区域组建产业联合体,共享技术、渠道资源推动横向联盟化。

马立君:乡村特色产业要想“特而

强”,关键得在产业链上“往深里挖、往广里拓”。就拿我自己从事的鹅肝产业来说,我们一开始就是养鹅取肝卖原料,附加值低,利润薄。2018年开始“往深里挖”,投资6000万元建设“3R厨房”(即烹、即食、即热)项目,建成6条生产线,开发出鹅肝酱、鹅肝水饺等共60多款深加工产品,实现了“孵化——养殖——填饲——粗加工——深加工——销售”的全产业链生产。如今,我们的产值翻了10倍,2024年达到3.64亿元。

杨帆:目前,云南省乃至全国的澳洲坚果还是以原料或粗加工的“开口笑”产品为主,不仅附加值低,不利于打造自主品牌,而且还会丧失定价权。未来我们将通过推进二产精深加工产品研发,比如澳洲坚果精油、澳洲坚果化妆品等,或将加工中产生的资源废弃物转化为产品,比如用果皮做有机肥、提取黄酮

类物质等,拿果壳做生物炭、吸附剂等,提升产业附加值。除此以外,也可以学习浙江安吉茶旅融合模式,打造“澳洲坚果+文旅文创”的产业融合模式。

主持人:刚才我们也谈到,一些乡村特色产业仍以原料生产和初级加工为主,多为“贴牌”式生产。您认为应该如何帮助这类产业打破瓶颈,提升农产品品牌的竞争力、影响力、带动力?

魏冉:首先,应加大科技投入力度,推动产业转型升级。通过建立农副产品加工技术创新平台,提升加工技术和装备水平,实现从初加工向精深加工的转变,提高产品附加值和核心竞争力。其次,加强品牌建设,提升品牌影响力。通过提升产品质量、加强营销推广等方式,打造一批具有影响力的农副产品品牌,实现从“贴牌”到“创牌”的转型。同时,建立健全品牌建设促进机制、标准规范

和服务体系,为品牌发展提供有力支撑。此外,政府应加大政策扶持力度,通过财政补贴、税收优惠、金融扶持等方式,降低企业运营成本,激发企业创新活力,推动乡村特色产业实现高质量发展。

马立君:打破“贴牌”瓶颈,需从“卖原料”转向“卖品牌”“卖标准”。我们在生产中,一是保证产品质量,全产业链闭环管理,从育苗到成品全程可追溯,严格把关产品品质;二是提升科技含量,与农科院合作研发功能性产品,用差异化突围。三是加强品牌建设,讲好品牌故事,突出地域特色和文化内涵。四是提升品牌影响力,通过线上线下多渠道营销,让消费者不仅为产品买单,更为背后的价值认同买单。

主持人:规模化生产可以提高产业效益和竞争力,但特色农产品往往具有“小而精”的特点。如何实现二者

之间的平衡?在您看来,应如何避免特色农产品出现同质化、内卷式竞争?

王国刚:平衡规模效应与特色农产品的“精品化”属性,关键在于构建“精准化规模”体系,以技术创新支撑可控规模,以文化内核守住特色本质,让“小而精”成为溢价支点,而非发展桎梏。第一,建立“分级生产+核心工艺保留”机制。将产业链拆解为可规模化环节与必须精细化环节;前端种养、初加工可适度集中,通过标准化管理降低成本;核心工艺保留传统技艺或专利技术,维持产品独特性。第二,以科技赋能“柔性生产”。利用物联网、大数据实现“小批量、多批次”精准调控。第三,推动“区域集群化+市场分层”策略。引导小农户组成产业联盟,通过共享冷链物流、检测中心等设施降低个体成本,形成“小单元生产、集群化运营”模式。同时,针对不同

消费层级开发产品线:精品礼盒主打高端市场,保留手工筛选、限量发售等“小而美”属性;标准包装产品通过机械化分选进入商超,扩大覆盖面。

刘晓东:我认为,避免同质化、内卷式竞争,最关键的就是要因地利制宜做产业,有什么资源就发展什么,没有资源基础的产业是不会发展长久的,绝不能盲目上项目。以龙江县的经验为例,当地养殖和牛有着先天的区域优势。一方面,我们每年可产玉米秸秆300万吨以上,为和牛养殖提供了充足的饲草饲料保障。另一方面,全县广大农民素有肉牛养殖习惯,拥有较强的专业养殖技术和丰富的实践经验。此外,全县县、乡、村三级畜牧技术服务网络体系健全,拥有486人的专业技术队伍,覆盖畜牧养殖、繁育改良、疫病防治、饲草饲料等各个领域,技术服务上更有保障。

“消除顾虑”与“重塑信任”双向突破,为农民建立“看得见”的参与信心

主持人:农民是生产主体,面对这些以前从未接触过的农产品,难免存在犹疑心理。怎样打消农户顾虑,提高参与产业的积极性?在种植养殖、加工和销售等全产业链环节中,怎样才能更好地发挥联农带农作用,帮助农民增收致富?

杨帆:农民有顾虑,这是很正常的,尤其对于澳洲坚果这样投资周期较长的农业产业,谁都不能保证一开始就能种成,种出后就能卖掉。对于新技术的应用,大家自然会考虑是提高收益还是造成损失。以往单靠技术培训鼓励农民参与产业往往效果不佳,专家来了讲完课就走,农民也学不到东西。近三年来,我们团队在云南临沧采用“建设示范基地+技术培训”的模式,开展澳洲坚果的提质增效工作。无论是新产业、新品种还是新技术,如果科研人员自己都没

有做成功的话,怎么能教得会农民。

马立君:农户最怕养好了卖不掉,我们创新“公司+基地+合作社+农户”模式,农民只需专注养殖环节,无需担心销售和销路。每只鹅明码标价,农户养鹅每只保底能赚10至15元,养得好还能赚更多。去年,我们合作社从农户那里就收了105万只鹅。全产业链中,联农带农的关键是利益共享机制。比如,我们流转村集体土地建设养殖场,每年支付租金20多万元;合作社带动3000多农户养鹅,其中有78家是家庭农场,一家四口养两三万只鹅,一年也能赚个十几万元。

王国刚:破解农民参与难题需从“消除顾虑”与“重塑信任”双向突破,通过“示范引领——风险兜底——技能赋能”构建动力系统,并以“多元联结机制”确保收益共享。一是通过“标杆示

范+可视化收益”,为农民建立“看得见”的参与信心。优先培育“先行户”,用身边案例增强说服力;搭建“田间数字展厅”,如云南普洱咖啡庄园在村口设置电子屏,滚动播放全球咖啡期货价格、本村咖啡交易数据,农民可直观感知“种得好就是赚得多”。二是完善风险共担机制,设立“产业风险金”,推行“订单农业+保险托底+保底分红”等模式;建设“田间学校+模拟实训”“田间学校+职业认证”让农户实现技能化转型。在此基础上,通过“土地入股+资产托管”“设施产权共享”“土地入股+资产托管”“设施产权共享”“土地入股+资产托管”等模式构建利益共同体,让“松散合作”变成“命运捆绑”,通过“生产收益+服务收益+资产收益”多组合让农户实现多元化收益。

主持人:许多国内认为的“隐藏款”农产品早已在国外热销,您认为,应如何畅通中国农产品的全球市场通道,响

应国际市场需求?未来乡村特色产业还应着重从哪些方面发力?

马立君:畅通全球市场,首先要“借船出海”。我们通过港澳“试验场”辐射海外。每年5月,我们依托“港澳山东周”活动推介产品,接触客户,积累下来的好口碑让我们在港澳拥有稳定的市场份额,去年达到了3000多万元。其次要“以质取胜”,对标国际标准,提升深加工产品的品质和品类,避免低价竞争。

魏冉:一是要提高产品质量,推动标准化生产。加强质量监管,建立从农田到餐桌的全程追溯体系,确保农产品在生产、加工、运输等环节的质量安全,提升国际市场对中国农产品的信任度。推广标准化种植和加工技术,确保产品质量稳定。二是要优化市场对接机制,拓宽销售渠道。精准把握国际市场需求动态,利用跨境电商平台拓展销

渠道,在目标市场建立仓储和物流中心,缩短供应链,提高配送效率,降低运输成本。三是要深化国际合作。加强与重点合作国家和地区间的农业发展规划对接,打造更具包容性的多边贸易平台。积极参与全球农业治理,进一步完善农业国际合作机制,构建更加开放、包容、互利的全球农业合作新格局。

王国刚:发展乡村特色产业需紧扣“创新驱动”与“利益共享”两大核心。一是强化科技赋能与产业适配性。依托农业科研机构与龙头企业,针对区域资源特性精准攻克技术瓶颈。二是延伸产业链条,构建“全环节增值”模式。推动农民从单一生产向加工、销售、服务等多环节渗透。需注重培育合作社、家庭农场等新型主体,通过土地入股、订单农业等形式强化利益联结。三是打造差异化品牌与市场通路。构建“区

域公用品牌+企业子品牌”矩阵,避免“有产品无品牌”困境,同时,利用直播电商、跨境电商等新渠道拓展市场。四是破解要素制约,激活内生动力。政策需向人才、资金等短板倾斜,通过“定制化培训”培养乡土专家、设立产业引导基金、完善基础设施等。

主持人:近年来,我国乡村特色产业快速发展,为乡村发展、农民增收提供了有力支撑,各种“隐藏款特产”也在各地扎根、走俏。今年中央一号文件明确提出,发展乡村特色产业。着力壮大乡村特色产业,既要推动产业向价值链中高端迈进,也要加强品牌建设管理,推动农业品牌由“小、散、弱”向“大、精、强”转变,还要在联农带农方面加强机制创新,让农民真正在产业的发展中受益,将特色产业做精做优,为乡村全面振兴注入持久动力。

链接

截至2024年,各地已建设优势特色产业集群220个,其中主导产业产值超1000亿元(含)的集群3个,超500亿元(含)的集群23个,超100亿元(含)的集群158个。空间布局上

形成“东部沿海集聚、中部沿江联动、西部特色发展、东北产业振兴”格局。建设农业产业强镇1709个,产值超10亿元的农业产业强镇逾390个。

建设乡村特色产业专业村镇4068个,主导产业总产值超过9000亿元,其中产值超亿元的村306个,超十亿元的镇199个,为各类人才留在乡村就业创业提供产业平台支

撑。大力推进农业品牌精品培育工作,重点培育粮油、果品、蔬菜、畜禽、水产、中药材等32个品类的区域公用品牌,培育计划品牌总数已达到

226个。我国已培育9000多个农业产业化联合体,培育全国县级以上农业产业化龙头企业超过9万家,其中市级以上龙头企业近7万家,省级龙头企

业近2万家,国家重点龙头企业1952家,规模以上龙头企业带动稳定就业约1400万人。全国各类返乡入乡创业人员超

过1200万人。