

做好“土特产”文章 壮大富民产业

浙江需以系统观念、创新思维和改革举措,推动土特产产业从“提篮小卖”向现代产业体系转变,从“卖原料”向“卖品牌”“卖文化”“卖体验”转型

文 / 郭红东

党的二十届四中全会强调“扎实推进共同富裕”,县域作为城乡融合的关键节点,其产业振兴是推动共同富裕的重要支撑。习近平总书记指出,“产业兴旺是解决农村一切问题的前提”。浙江“七山一水两分田”,地域特色鲜明,物产丰富多样,茶、竹、渔、果、菌、手工艺等土特产历史悠久,承载着深厚的文化底蕴与生态价值,是县域经济的重要组成部分和农民增收的重要来源。当前,浙江正处在高质量发展建设共同富裕示范区的关键阶段。2025年,全省农村居民人均可支配收入达4.5万元,城乡居民收入倍差缩小至1.81,但县域之间、城乡之间发展不平衡问题依然存在,乡村产业特别是土特产产业“小散弱”特征仍较明显。

浙江省委经济工作会议提出,全域建设诗画浙江和美乡村,坚持以市场化机制推进乡村片区组团发展,把产业发展作为农民增收和壮大村集体经济的主抓手,全链发展“土特产富”。这为浙江下一步推进乡村产业振兴、推动共同富裕指明了具体路径和着力方向。做好“土特产”文章,不仅是挖掘乡村多元价值、传承优秀农耕文化的需要,更是延伸产业链、提升价值链、畅通供应链,将资源优势转化为经济优势和发展优势的关键举措,对做大做强县域富民产业、持续缩小“三大差距”、夯实共同富裕物质基础具有重要现实意义。

浙江土特产产业发展现状与主要挑战

浙江土特产产业经过多年培育,已形成一批具有地域标识和市场竞争力的产品与集群,如安吉白茶、金华火腿、绍兴黄酒、龙井茶、临安山核桃、舟山海鲜、青田石雕、东阳木雕等。在“千万工程”引领下,不少土特产与乡村旅游、电子商务结合,实现了价值的初步提升。然而,对标高质量发展和共同富裕要求,仍面临一系列深层次挑战。

品牌多而不强,附加值偏低。许多土特产仍停留在原材料或初加工阶段,品牌影响力局限于局部区域,缺乏具有全国乃至国际影响力的高端品牌。同质化竞争严重,溢价能力

弱,“优质不优价”现象依然存在,制约农民收益持续增长。

产业链条较短,融合程度不深。生产、加工、销售各环节衔接不够紧密,精深加工不足,副产物综合利用水平低。土特产与文化旅游、健康养生、文创设计等产业融合不够,其文化、生态、体验等多重价值尚未充分释放。

科技创新支撑不足,标准化程度有待提高。品种选育、绿色种植、保鲜储运、精深加工等方面的关键技术研发和推广应用相对滞后。产品质量标准体系不健全,全流程可追溯体系覆盖率不高,影响消费信任和高端市场开拓。

市场主体培育不足,组织化程度有待提升。虽然涌现出一批合作社和龙头企业,但整体上仍以小农户和家庭作坊为主,应对市场风险能力弱,现代企业管理、市场营销和资本运作能力不足。

要素保障存在短板,基础设施仍需完善。乡村人才、资金、技术等要素外流压力依然存在。冷链物流、仓储设施、电商配套等基础设施在部分偏远山区和海岛地区依然薄弱,制约了土特产的流通效率和市场半径。

进一步做好浙江土特产文章、壮大县域富民产业的路径

贯彻落实党的二十届四中全会和中央经济工作会议精神,浙江需以系统观念、创新思维和改革举措,推动土特产产业从“提篮小卖”向现代产业体系转变,从“卖原料”向“卖品牌”“卖文化”“卖体验”转型。

强化系统规划与全链升级,夯实产业基础。一是实施“一县一品一策”深度规划。以县域为基本单元,科学编制土特产产业发展方案,明确主导产业、空间布局与支持政策,避免低水平重复建设。省级层面加强统筹,引导形成错位发展、优势互补的产业格局。二是推动产业链纵向延伸与横向融合。向上游加强优质种质资源保护与基地建设;向中游发力精深加工,提高科技含量与附加值;向下游拓展电

推进贸易投资一体化发展 促进高水平对外开放

促进贸易投资一体化发展,不仅是顺应经济发展规律的内在要求,更是培育国际合作与竞争新优势、深度融入全球经济体系的战略抉择

文 / 张善坤

当前,全球经济格局深度调整,产业链、供应链、价值链加速重构。传统上相对分离的贸易与投资活动,正呈现出日益显著的相互渗透、相互驱动的一体化趋势。单

纯的商品跨境流动或单一的资本跨国布局已难以适应新时代国际竞争与合作的要求。中共中央关于“十五五”规划建议中明确提出:“促进贸易投资一体化,引导产业链供应

(接上页)

商、直播、体验店等新业态。横向深度融合文旅、康养等产业,打造“土特产+”生态圈。三是加快基础设施与数字基建升级。将冷链物流、电商服务等设施建设纳入县域基础设施重点,推动5G、物联网、区块链等应用于溯源、仓储与供应链管理,建设数字农业工厂和智慧供应链。

突出科技赋能与标准引领,提升产品价值。一是强化关键技术攻关与成果转化。依托省实验室、农业科创平台等,围绕品种改良、生态种养、精深加工等开展联合攻关,落实“先用后转”机制,加速科技成果转化。二是健全全产业链标准体系。完善覆盖全过程的标准体系,推广绿色、有机、地理标志认证,建立全省统一的品质追溯平台。三是培育新业态。探索人工智能在定制营销、数字藏品开发等领域的应用,推动生物技术抢占未来食品新赛道。

实施品牌战略与市场开拓,扩大消费群体。一是打造“浙农优品”省级公用品牌矩阵。统筹策划省级形象标识,严格区域公用品牌管理,鼓励发展企业品牌与产品品牌,形成协同发展的品牌体系。二是创新多元营销与渠道建设。办好农博会,支持跨境电商,深化“直播+产业带”模式,设立城市展销体验中心,对接多元渠道。三是深度融入消费新场景。将土特产纳入“味美浙江”工程,结合银发经济、文旅消费等热点开发主题产品,提升文化附加值。

深化主体培育与利益联结,激发内生动力。一是梯度培育壮大新型经营主体。培育产业链“链主”型农业龙头企业,扶持合作社规范化发展,构建科技型、专精特新、龙头

企业的培育梯队。二是创新发展利益联结模式。推广订单农业、股份合作等方式,让农户分享产业链增值收益。探索“强村公司”“飞地抱团”等模式,壮大农村集体经济。三是大力引育乡村产业人才。实施“两进两回”升级行动,联合高校培育种植、加工、电商、运营等专业人才。

优化政策集成与服务保障,营造良好环境。一是加大财政金融精准支持。设立产业发展专项资金,用好“两新”政策支持设备升级,创新金融产品与保险服务,引导“耐心资本”投向产业早期项目。二是深化农村重点领域改革。稳慎推进宅基地“三权分置”与集体经营性建设用地入市,保障产业用地需求。三是构建高效协同的治理服务体系。深化政务服务增值化改革,健全多方协同治理机制,加强市场监管与产权保护,讲好土特产故事,营造良好发展氛围。

做好“土特产”文章,是一项连接历史与未来、融合传统与现代、统筹城乡与区域的系统工程。浙江拥有“千万工程”打下的坚实基础、改革开放积淀的市场活力、数字经济领先的赋能优势。只要我们坚定不移贯彻落实党中央决策部署,尊重市场规律与农民首创精神,以科技创新引领产业升级,以品牌建设开拓市场空间,以融合发展提升产业价值,以深化改革破解要素制约,就一定能把“土”的资源优势转化为“特”的产业优势,最终实现“产”的规模效益和“富民”的根本目标,为浙江在高质量发展中促进共同富裕、绘就现代版“富春山居图”增添亮丽而坚实的产业底色。

(作者单位:浙江大学中国农村发展研究院)