

我国“一村一品”发展现状与建议

韩萌 冯伟 赵威

农业农村部规划设计研究院

摘要：“一村一品”是指一定区域范围内，以村为单位，立足本地资源优势，聚焦主导产业，着重开发，打造地域特色鲜明、附加值高、市场潜力大、一二三产融合发展的主导产业或产品。全国“一村一品”示范村镇是深入推进乡村产业振兴、巩固脱贫攻坚成果的重要载体，在发掘特色资源、汇集先进要素、促进村镇产业规模化高质量化发展、促进农民就业增收、深入推进乡村振兴方面发挥着重要作用，但同时发展过程中存在布局不合理、政府部门重视程度不够、产业融合发展程度不高等问题。[结论]本文通过分析我国“一村一品”示范村镇的现状及存在问题，认为应从规划政策、产业、品牌等方面，加强规划引领，加大政策支持，汇聚资源要素，夯实产业基础，促进产业融合，培育知名品牌，做优做强特色产业，打造微型经济圈，促进我国“一村一品”健康发展，带动农民就业增收，深入推进乡村振兴。

关键词：一村一品；特色产业；产业发展；对策建议；乡村振兴

【DOI】10.12254/j.issn.2096-6539.2022.11.012

一、一村一品发展背景

“一村一品”起源于日本大分县，1979年，日本大分县前知事平松守彦发起，主要是聚焦某村最优资源，着重开发，打造品牌，使其成为全国乃至全世界知名品牌。大分县“一村一品”运动发起后，土特产品品种已由最初的143种增加到超340种，销售额从359亿日元增加至超1410亿日元，销售额已超运动发起前4倍以上，产生了良好的经济、社会效果，提高了农村地区发展活力，振兴了农村经济，成为日本农村开发成功典范，日本国内其他地区及中国、韩国、泰国、越南、菲律宾、马拉维、突尼斯、秘鲁等国家纷纷效仿。

20世纪80年代后期，我国部分地区学习日本“一村一品”经验，发展了一批专业村和特色镇。21世纪以来，我国发展进入新阶段，国家对农业农村发展重视程度进一步加强，我国“一村一品”迎来新机遇。2010年，原农业部印发《关于推进一村一品强村富民工程的意见》，部署启动“一村一品”发展工作。2015-2019

年连续5年中央一号文件，都提出发展“一村一品”。

《全国乡村产业发展规划（2020—2025）》提出，大力培育壮大“一村一品”，发展特色产业，形成“一村一品”微型经济圈，引导当地依托农业资源和生态优势，聚焦主导产业，推进整村整镇发展。

二、现状及成效

自农业农村部（原农业部）启动全国“一村一品”示范村镇认定工作以来，培育了一批地域特色鲜明、乡土气息浓厚、业态类型丰富、创新创业活跃、综合实力强的示范村镇。示范村镇在带动农民增收、促进产业链延伸、培育品牌、培育新型经营主体方面发挥了重要作用。

（一）数量规模不断扩大，带动增收效益明显

截止2021年底，农业农村部分11批共认定3673个全国“一村一品”示范村镇，涉及杂粮杂豆、蔬菜、食用菌、水果、道地药材、糖料、茶叶、咖啡、特色食品、特色手工、休闲农业等产业，产业总产值接近7000亿元。其中，主导产业总产值超一亿元的村249个，主导产业总产值超十亿元的镇174个。全国“一村一品”示范村镇产生较大带动作用，促进农民增收效益明显，村镇的参与农户人均可支配收入接近1.9万元，高出其他未参与农户收入的15个百分点。约85%的示范村人均可支配收入高于所在乡镇农村人均可支配收入10%以上，约60%的示范镇人均可支配收入比全国农村人均可支配收入高10%以上。

（二）产业链条延伸发展，产业融合不断加快

目前，我国大多数“一村一品”示范村镇主导产业以特色种养业为主，新业态、特色食品、特色手工等产业不断发展。全国“一村一品”示范村镇围绕主导产业，以一产为基础，向二三产业延伸，不断推动农业产销一体化发展，延伸农业产业链条，发展农产品加工、储藏、包装、运输、商品化处理等相关产业，拓展农产品加工、电子商务、休闲农业等新业态。其中，超30%的示范镇拥有加工园区，超40%的示范村和超50%的示范镇建有固定场地批发市场，超50%的示范村镇开展电子商务等新业态。推动示范村镇由“卖原料”向“卖加工品”转变，由“卖大路货”向“卖品牌产品”转

变，由“卖产品”向“卖服务”转变，实现全产业链开发、全产业融合、全价值链提升。

（三）培育新型经营主体，带动农民组织化发展

全国“一村一品”示范村镇中大多数村镇都成立了农民专业合作社，与龙头企业、专业批发市场实现有效对接，基本形成以龙头企业、农民专业合作社、家庭农场、农业产业化联合体为代表的新型经营主体。新型经营主体成为促进“一村一品”示范村镇发展的驱动力，示范村镇范围内正常开展生产经营的企业超10万家，其中，省级以上重点龙头企业超1000家；示范村镇范围内正常开展生产经营的农民专业合作社数超7万家，入社农户超300万户。新型经营主体一方面促进了村镇规模化、专业化发展，另一方面带动了农民组织化发展，提高了农民组织化水平，有效带动农业增效、农民增收。

（四）品牌化程度提高，品牌效应日益显现

随着“一村一品”日益发展，农产品品牌建设日趋提升。示范村镇获得注册商标，获得绿色食品、有机农产品认证数量显著增长，农产品品牌竞争力不断提高，品牌影响力不断增强。超90%的示范村镇获得了注册商标，约70%的示范村镇获得地理标志产品认证，超60%的示范村镇获得了绿色食品、有机农产品认证，打造了沙窝萝卜、平泉香菇、福鼎白茶、安吉白茶、阳澄湖大闸蟹、盱眙龙虾、广东荔枝、永胜软籽石榴、亚东帕里牦牛、易贡辣椒、“柴达木”枸杞等一批知名度高、地域特色鲜明的特色农产品品牌，促进了示范村镇标准化生产和品牌意识的不断提升，壮大农业产业，提升产业质量效益水平。

三、存在问题

虽然我国“一村一品”整体发展趋势向好，但发展过程中仍然存在布局不合理、政府部门重视程度不够、产业融合发展程度不高等问题。

（一）缺乏政策扶持，重视程度不够

缺乏深入谋划和具体规划，有些村镇有产业发展规划，但落实不够；约80%的村镇没有相应的县级规划指导产业发展，任其在自然状态下自由发展，主导产业发展缺乏整体规划性和发展前瞻性。各地对示范村镇引导力度不够，不利于产业的区域化布局、专业化生产、一体化经营等，影响示范村镇长远健康发展。

（二）产业融合发展程度不高，影响全产业链发展

一二三产业结构不优，部分村镇主导产业发展规模大，但产业化经营程度不高，产业链条短，加工产业规

模小，初加工占比高，精深加工占比小。一二三产业融合不够紧密，大多村镇主导产业以种养业为主，精深加工、休闲体验、农村电商等新产业新业态发展不足，如乡村休闲旅游业普遍存在同质化现象。

（三）要素供给不足，制约产业发展

在“一村一品”建设过程中，缺乏财政资金支持，人才、用地、金融等要素供给不足。财政资金支持方面，国家层面缺乏对全国“一村一品”示范村镇的资金支持，省级层面全国仅不足10个省对示范村镇有财政资金支持，多数省份对示范村镇投入不够。人才方面，缺乏专业技术过硬、管理经营和市场营销方面人才，企业存在招人难、留人难现象。土地方面，二三产业发展用地难落实农业产业融合和土地利用之间的矛盾依旧突出。融资方面，涉农经营主体普遍存在融资难融资贵问题，大部分经营主体贷款需要难以满足。要素投入的不足，制约村镇主导产业发展。

（四）拳头产品不多，品牌多而不强

一方面，部分村镇在发展特色种养过程中，还是在追求数量，不注重质量提高，忽视品牌效应的问题。另一方面，示范村镇品牌培育、保护、宣传推介能力较弱，品牌多且杂，像“阳澄湖大闸蟹”“五常大米”等在全国立得住、叫得响的知名品牌少，致使好产品卖不出好价格，品牌溢价相对小。

四、对策建议

（一）加强规划引领，促进协调发展

建议县域政府部门积极发挥能动性，依据国家“十四五”发展规划、《全国乡村产业发展规划》等国家地方层面规划及专项规划，依托“一村一品”资源优势、产业基础和市场条件等因素，因地制宜制定产业发展规划，明确发展规模方向，优化产业布局，合理配置资金、人才、用地、金融等资源要素，促进示范村镇与周边区域协调发展。

（二）加大政策支持，聚集资源要素

建议政府部门提高对“一村一品”发展重要性的认识，整合政策资源，设置“一村一品”专项财政、土地支持措施。建议政府加大与金融机构合作，支持鼓励银行创新担保、质押方式，缓解经营主体融资难融资贵问题。加大人才引进培育力度，引进技术型管理型人才，在职称评定、奖励政策等方面给予优惠措施，以及通过课堂培训、田间培训、网络课程等多种形式，强化本地新型职业农民培育。

（三）夯实产业基础，促进融合发展

夯实基础，聚焦示范村镇主导产业，持续推动产业提档升级，优化产业结构及空间布局，稳数量，提质量，补短板、强弱项，实现差异竞争、错位发展。培育引进龙头企业，挖掘乡村多元价值，大力发展农产品加工、乡村休闲旅游、农村电商等产业，提升二三产业占比，促进一二三产业深度融合。

（四）加大品牌培育，聚焦品牌建设

建议示范村镇及相关经营主体强化品牌意识，注重农业品牌提升，推进品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产。围绕主导产业积极进行绿色、有机、地理标志农产品认证，强化品牌建设，聚焦重点，加大品牌培育，培育一批消费者认可、质量信誉好、地域特色鲜明、乡土气息浓厚的区域公用品牌、企业品牌、产品品牌。加强宣传推广力度，充分借助电视、网络、书籍等媒介，全方位、多角度、多种形式宣传推广，打开品牌知名度。

参考文献

[1] 韩一军. “一村一品”可更进一步[J]. 中国经济网-《经济日报》. 2022

[2] 百扎提·包加克, 丁点点, 蔺彩霞. 新疆“一村一品”发展研究分析[J]. 新疆农业科技, 2021(2): 43-45.

[3] 冯川. 日本“一村一品”运动的推动机制与农村社会自主性[J]. 世界农业, 2021(10): 62-69.

[4] 杨辉鹏. 基于ArcGIS的一村一品示范村镇农产品流通研究——以湖北省一村一品示范村镇为研究对象[J]. 黄冈职业技术学院学报, 2018, 20(6): 104-108.

[5] 徐锋, 张璟. 为特色产业赋新能——全国“一村一品”示范村镇创建工作十年发展综述[J]. 农村工作通讯, 2021

[6] 杨小竹. 浙江省农产品品牌发展现状与策略研究——基于“一村一品”示范村镇的研究[J]. 中国商论, 2017(24): 118-119.

[7] 田先红. 论乡村振兴的县域自主性[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2021(3): 89-99.

[8] 张婧. 日本一村一品运动走向世界对中国乡村振兴的启示[J]. 日本问题研究, 2019(5): 57-66.

[9] 平松守彦(日). “一村一品”振兴亚洲农村[N]. 参考消息, 2008(1): 19.

[10] 李清泽. 日本大分县的一村一品运动发展情况[J]. 世界农业, 2006(3): 35-36.

[11] 李乾文. 日本的“一村一品”运动及其启示[J]. 世界农业, 2005(1): 32-35.

[12] 魏铭潇, 徐广才. 北京市“一村一品”发展空间差异研究[J]. 农业展望, 2021, 17(9): 122-128.

[13] 陈春林, 贺瑜婧, 石海霞. 国内外发展经验对江西省“一村一品”产业发展的启示[J]. 安徽农业科学, 2021, 49(7): 255-259. (起源于80年代)

[14] 张童量, 黄和亮. 三产融合视角下“一村一品”创新发展路径研究——以漳平市北寮村为例[J]. 台湾农业探索, 2019(1).

[15] 赵雪阳; 胡宝贵; 高运安. 北京市“一村一品”发展SWOT分析[J]. 农业展望, 2018(1)

[16] 冯炜. 陕西省一村一品品牌建设现状、制约因素与对策研究[D]. 西北农林大学, 2018

[17] 王苗苗. 发展特色产业 打造“一村一品”[J]. 江苏农村经济, 2017(5): 29-31.

[18] 刘喜. “一村一品”特色农业发展分析与对策研究——以武汉市蔡甸区莲藕产业为例[D]. 武汉轻工大学, 2020

[19] 隆海玉. “一村一品”促进农业产业化发展的实证研究[D]. 广西大学, 2020

[20] 毛黄鹤. 福建省“一村一品”发展对策研究[D]. 福建农林大学, 2013

[21] 张清. 基层自治制度的理论阐述与路径选择[J]. 法律科学, 2020(2): 45-53.

[22] 李耕玄, 刘慧, 石丹雨, 刘耀美. 日本“一村一品”的启示及经验借鉴 农村经济与科技 2016(11): 172-174

[23] 王燕青, 王广斌. 国外“一村一品”发展的主要做法及经验研究[J]. 山西农业大学学报(社会科学版), 2012, 第11卷(第9期).

[24] 何春红. 注重创新 形成特色——日本“一村一品”运动考察体会[J]. 区域经济, 2012(8): 33-35.

[25] 孔祥智, 李圣军. 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.

作者简介: 韩萌(1995-), 女, 北京昌平人, 工程师, 研究生, 研究方向为乡村产业经济。

通讯作者简介: 冯伟(1984-), 男, 安徽金寨人, 高级经济师, 博士, 主要从事乡村产业经济与政策研究。