

从“价值共生”看“一村一品”产业发展的困境与路径 ——以连州顺泉村为例

蔡丹妮, 卢辉亮

广东交通职业技术学院, 广东 广州 510630

DOI:10.61369/SE.2026040014

摘 要 : “一村一品”是推进乡村产业振兴的重要政策抓手,但部分地区在实践中面临着“挂牌易、做深难”的困境。基于清远连州顺泉村的实地调研,本文系统分析了其特色产业面临的产业链条短、价值外溢严重、电商渠道缺失、劳动力老化等结构性制约。从“价值共生”的理论视角出发,提出从推动全产业链延伸、深化数字赋能、强化人才引育、塑造品牌价值四个维度协同发力,探索一条从产品销售向产业生态构建转型的可持续发展路径。

关 键 词 : “一村一品”; 乡村产业振兴; 产业链延伸

Dilemmas and Pathways for the Industrial Development of "One Village, One Product" from the Perspective of "Value Symbiosis" —A Case Study of Shunquan Village in Lianzhou

Cai Danni, Lu Huiliang

Guangdong Communication Polytechnic, Guangzhou, Guangdong 510630

Abstract : "One Village, One Product" serves as a crucial policy lever for advancing rural industrial revitalization; however, some regions encounter the dilemma of "easy to label, difficult to deepen" in practice. Based on field research conducted in Shunquan Village, Lianzhou, Qingyuan, this paper systematically analyzes the structural constraints faced by its characteristic industries, including short industrial chains, severe value spillover, lack of e-commerce channels, and an aging workforce. From the theoretical perspective of "value symbiosis," the paper proposes a collaborative approach across four dimensions: promoting the extension of the entire industrial chain, deepening digital empowerment, strengthening talent attraction and cultivation, and shaping brand value. It explores a sustainable development pathway that transitions from product sales to the construction of an industrial ecosystem.

Keywords : "One Village, One Product"; rural industrial revitalization; industrial chain extension

一、问题的提出

习近平总书记指出:“产业振兴是乡村振兴的重中之重。”在全面推进乡村振兴的时代背景下,“一村一品”作为乡村特色产业发展的制度化载体,已被纳入国家及各省市的乡村振兴政策体系,成为带动农民增收、激活乡村经济的重要抓手。自启动全国“一村一品”示范村镇认定以来,全国累计认定专业村镇4182个,各省也相继投入大量财政资金扶持本地特色产业发展。然而,随着政策覆盖面的不断扩大,一个现实问题逐渐浮现:大量“一村一品”专业村在完成政策认定后,产业发展是否真正实现了提质增效?“挂牌”之后,如何“做实”?

学界围绕“一村一品”开展了多维度研究。部分研究聚焦于示范村镇的空间分布特征与产业结构,揭示其发展的时间演进与区域差异;也有研究从新质生产力视角切入,探讨技术创新、资源配置优化对“一村一品”高质量发展的驱动作用;还有研究关注“一村一品”与文旅融合、服务经济相结合的转型路径。但总体而言,现有研究多从宏观政策评估或区域比较视角展开,基于深度田野调查的微观个案研究仍相对不足,尤其是针对粤北山区这一特殊地缘条件下“一村一品”发展实践的深入剖析较为欠缺。

本文以广东省清远市连州市大路边镇顺泉村为个案,基于实地调研数据,结合后续文献追踪,系统考察该村“一村一品”主

基金项目:广东交通职业技术学院大学生科技创新课题“乡村振兴战略背景下‘一村一品’专业村特色农业发展的调研——以广东省清远市顺泉村为例”(编号:GDGP-ZX-2022-027-N2)的阶段性研究成果。

作者简介:

蔡丹妮(1991.01-),女,广东汕头人,汉族,硕士,讲师,研究方向:大学生思想政治教育 心理健康;

卢辉亮(1996.10-),男,广东茂名,汉族,在职研究生,助教,高校教师,研究方向:大学生思想政治教育。

导产业——玉竹种植与初加工的发展现状、主要困境与优化路径。顺泉村作为清远首批入选省级“一村一品、一镇一业”专业村之一，兼具粤北山区的典型地缘特征与特色农业发展的代表性困境，其经验与教训对同类地区具有重要的借鉴意义。

二、理论基础与分析框架

（一）“一村一品”的内涵演进与理论根基

从政策内涵看，“一村一品”是指以行政村为基本单元，依托本地资源禀赋发展具有市场潜力、区域特色及高附加值的主导产业，通过规模化、标准化、品牌化和市场化建设带动乡村经济振兴的发展模式。从理论根基看，“一村一品”的发展逻辑可追溯到产业集群理论、分工与贸易理论和规模经济理论。产业集群理论认为，小企业在地域空间的扎堆集聚能够提高内部分工与专业化水平，产生规模效率；而交易成本理论则强调，专业化市场为“一村一品”提供了低成本交易平台，降低了生产者与市场的对接成本。这些理论共同揭示了一个核心机制：特色产业的价值实现不仅依赖于单一环节的效率提升，更依赖于产业链各环节的协同效应和集群化发展。

（二）“价值共生”：一种分析框架的提出

然而，许多“一村一品”实践并未真正形成产业集群，而是停留于“农户分散种植—中间商统购—外地加工销售”的初级模式。在这一模式下，产地村庄实际上只是价值链最低端的原料供应节点，产品的大部分价值在产地之外被吸收和转化。本文中的“价值共生”意指产地村庄与产业链各环节之间形成价值共享、协同演进的有机关系。具体而言，它包含三个层次：其一，价值内化，即通过本地化的加工、包装、仓储等环节将附加值留在产地；其二，品牌共塑，即产地农户、龙头企业与地方政府共同打造区域公用品牌，形成品牌价值的集体享有；其三，生态共育，即人才、技术、资本等要素在产地形成良性循环，支撑产业的持续迭代。

三、顺泉村“一村一品”发展的结构性诊断

（一）产业链条短导致附加值严重外溢

调研发现，产业链建设薄弱是制约特色产业发展的普遍性问题。加工环节的缺失不仅导致价值流失，更是影响整个产业持续发展。顺泉村玉竹产品中62.5%以初级原料直接销售，仅37.5%经过浅加工后销售。玉竹直接销售价格约为4.5元/斤，而加工成干片后的价格可达40元/斤。即便仅完成烘干切片这一最简单的初加工，每斤鲜玉竹的附加值就可从4.5元提升至约6.7元，附加值提升近50%。然而，由于当地加工能力有限，大量玉竹以鲜货形式被外地药材商采购运出，绝大部分附加值在顺泉村之外被吸收和转化。产地仅输出初级原料，而加工、品牌、销售等高附加值环节全部外移，产地陷入“增产不增收”的价值困境。

（二）数字基础设施薄弱制约市场对接

系统性物流网络在粤北山区尚未完善，电商发展的基础设施

瓶颈难以突破。顺泉村特色农产品销售主要依赖自产自销和外来药材商到村采购，网络销售渠道极为薄弱。全村尚未建立系统化的电商销售体系，村级电商服务站、冷链物流设施等基础配套几乎空白。在农产品上行面临“最先一公里”和“最后一公里”双重困境的背景下，顺泉村的数字基础设施短板尤为突出，物流成本居高不下、专业人才留用困难，进而制约农村电商发展。

（三）劳动力老龄化断档产业动能

“乡村振兴，关键在人。”当老龄化劳动力成为产业主力，产业的持续发展动能必然面临衰竭风险。顺泉村从事玉竹种植的劳动力中，老人占比高达87.5%，青壮年劳动力仅占12.5%。农业从业人数和农民平均受教育年限是影响“一村一品”建设成效的关键因素。顺泉村从业人员不仅年龄偏大，文化程度普遍偏低，对新技术、新模式的接受能力有限，更缺乏电商运营、品牌营销等新型技能。在人才引育方面的制度供给几乎是空白，返乡创业的“乡情牌”尚未打出，专业电商人才更是严重短缺。

（四）品牌建设滞后难以实现优质优价。

全村尚无地理标志证明商标或国家地理标志保护产品认证，区域公用品牌建设严重滞后。有品牌而缺乏品质标准、有商标而缺乏品牌传播，“有标无牌”的尴尬使得产品在市场上难以实现优质优价，农户之间也容易陷入低价竞争的内耗。品牌建设滞后的原因主要来自几个方面：主导产业标准化生产仅占25%，产品质量参差不齐，难以支撑稳定的品牌形象；农产品展示展销渠道单一，主要依赖个人网络宣传，缺乏系统化的品牌推广策略等。

四、优化路径：走向“价值共生”的产业生态构建

（一）纵向延伸：补齐加工短板，实现价值内化

产业链延伸是提升农产品附加值的关键。顺泉村应围绕玉竹主导产业，加快引进和培育本地化的初加工和精深加工能力。短期内，可依托种植公司通过技术改造和产能扩建，将烘干、切片、包装等初加工环节本地化，至少将每斤鲜玉竹的附加值保留50%以上。中长期，应探索开发玉竹茶饮、玉竹即食产品、玉竹功能性食品等高附加值产品，实现从“卖原料”向“卖产品”的转型升级。在全产业链建设方面，可建立“龙头企业+村集体+合作社+农户”的产业联合体模式，推动龙头企业与种植农户建立稳定的利益联结机制，形成种植—加工—销售的全链条协同。

（二）横向拓展：深化数字赋能，构建电商生态

“数商兴农”为乡村特色产业拓宽了发展空间，推动“一村一品”发展可以从以下三个层面系统推进电商发展：第一，完善基础设施。依托县级电商公共服务中心资源，建设村级电商服务站和冷链仓储设施，推行“统仓共配”模式降低物流成本。第二，培育电商主体。重点扶持种植大户、返乡青年、合作社带头人等开展直播带货和网店运营，形成“培育一人、带动一片、致富一方”的乘数效应。可探索与高校电商专业合作，建立“高校+基地+农户”的电商实训平台，为产业注入数字活力。第三，创新营销模式。发展订单农业和“一村一品一店”模式，探索短视频电商、社区团购、直播带货等新业态，将当地文旅资源融入产

品故事，打造“文化+特产”的差异化卖点。

（三）人才筑基：破解“新农人”断层，激活内生动力

面对劳动力老化困境，需要在“引、育、留”三个环节系统施策。在“引”的层面，应设立返乡创业专项扶持基金，对返乡从事玉竹种植、电商运营、产品开发的青年给予创业补贴和技术培训支持，吸引“归雁”变“头雁”。在“育”的层面，应联合当地农业农村部门、职业院校，定期开展标准化种植、病虫害防治、电商运营等专项培训，将“老把式”培育为懂技术、善经营的新型职业农民。在“留”的层面，应完善村级公共服务设施，畅通青年人才参与村级治理和产业发展的渠道，让人才“留得住、干得好、有奔头”。此外，可以充分发挥当地乡村新闻官的优势，通过系统化的新媒体培训，将其个人影响力转化为产业品牌传播力，形成“领头雁”效应。

（四）品牌筑基：从“有标无牌”到“区域公用品牌”

品牌建设是实现优质优价的核心路径。顺泉村可以从以下四方面推进：一是推进标准化生产，制定玉竹种植、采收、加工的技术规程，确保产品质量的稳定性和一致性，为品牌建设夯实品质基础。二是积极申报“三品一标”认证，争取“连州玉竹”地理标志证明商标或国家地理标志保护产品认定，形成区域公用品牌的法律保护和市场认知。三是构建品牌传播矩阵，整合“连州菜心节”、新媒体平台、电商直播等渠道，讲好“秦汉古道上的

玉竹故事”，将历史文化资源转化为品牌文化附加值。四是探索“文旅+产业”融合发展模式，开发玉竹采摘体验、古道徒步研学等乡村旅游产品，以文旅引流反哺产业品牌建设。

五、结论

在“一村一品”政策快速推进的背景下，专业村的“认定”仅仅是产业振兴的起点，而非终点。从“挂牌”到“做实”，需要跨越从初级原料输出到全价值链共建的产业跃迁。本文从“价值共生”的理论视角出发，系统分析了顺泉村玉竹产业面临的四大结构性困境。面对“一村一品”发展的结构性困境，需要超越单一环节的政策修补，转向多维协同的产业生态构建。从纵向延伸产业链、横向拓展数字赋能、系统培育人才梯队、持续打造品牌价值四个维度同向发力，形成相互支撑、协同演进的有机整体——数字赋能需要人才支撑，品牌建设依赖品质标准，产业链延伸则为价值提升提供技术基础。值得强调的是，顺泉村面临的困境在粤北山区乃至全国同类地区具有相当的代表性。在推进乡村全面振兴的进程中，“一村一品”政策不能止步于资金下拨和挂牌认定，而应更加注重产业生态的系统培育和长效机制的建立。唯有如此，才能真正实现从“地理标识”到“价值共生”的产业跃迁，让特色产业成为扎根乡村、惠及农民的富民产业。

参考文献

[1] 马骥. 乡村振兴背景下湖南“一村一品”特色产业发展现状与对策分析[J]. 邵阳学院学报(自然科学版), 2025(6).
[2] 以新质生产力助力“一村一品”高质量发展[J]. 人民论坛, 2024.
[3] 乡村全面振兴背景下“一村一品”转型路径探析——以江浙地区为例[J]. 人民论坛, 2024.
[4] 薛瑞汉. 关键环节精准发力 提升乡村特色产业发展空间[N]. 光明日报, 2025-12-09.
[5] “一村一品”视域下的地域品牌升级路径——以天然居品牌形象设计为例[J]. 明日风尚, 2025(15).
[6] 农业农村部乡村产业发展司. 大力发展“一村一品、一镇一业” 广东乡村特色产业成效显著[EB/OL]. 2021-06-30.
[7] 广东省农业农村厅“一村一品、一镇一业”建设工作方案[J]. 广东省人民政府公报, 2019(13).