
“一村一品”特色农业发展研究

——以武汉市蔡甸黎蒿为例¹

汪普庆¹，熊航²

(1. 武汉轻工大学 经济与管理学院，湖北 武汉 430023；

2. 苏黎世联邦理工大学 农业经济与政策研究组，瑞士苏黎世)

【摘要】：自“一村一品”提出以来，经过30多年的发展已经成为市场经济条件下我国农业和农村经济发展的一种有效模式。为更好地从微观的视角探讨“一村一品”特色农业发展的影响因素，选取全国“一村一品”示范村——湖北省武汉市蔡甸区侏儒山街金鸡村进行案例研究，分析其黎蒿特色农业成功发展的影响因素，以及当前面临的问题，提出针对性的对策建议，以期为其他地方发展“一村一品”特色农业产业提供借鉴。

【关键词】：一村一品；特色农业；黎蒿；金鸡村

【中图分类号】：F325.2 **【文献标识码】**：A

近年来，我国各级政府和相关部门对“一村一品”的发展高度重视，连续多年的中央一号文件都提及到，并明确提出，大力发展特色种养业、农产品加工业、农村服务业，扶持发展一村一品、一乡（县）一业。2017年10月18日，习近平总书记在党的十九大报告中指出，实施乡村振兴战略，并将产业兴旺作为乡村振兴的前提，视为农业农村现代化的动力，是乡村振兴的支撑。

经过近30年的发展，“一村一品”在我国已具有广泛的适应性和旺盛的生命力，并取得了非常显著的成效。根据农业部门统计，截至2014年底，全国范围内共有5.5万个各类专业村，其中，2419个专业村的经济总收入过亿元，214个超10亿元；其中，66.9%的专业村成立了农民专业合作社，专业村中加入农民专业合作社的农户占从业农户总数的近50%，远高于一般乡村的比例；有效龙头企业实现了对接的专业村占39.8%；2.3万个专业村的主导产品获得无公害农产品、绿色食品、有机农产品认证，拥有注册商标、省以上名牌产品、地理标志产品保护认证的专业村，分别占总数的26.9%、8.1%和17.4%；专业村的农民人均纯收入为11673元，与全国农民人均纯收入相比高出18%。

“一村一品”作为一种生产方式，特别是作为市场经济条件下我国农业和农村经济发展的一种有效模式，对于打造特色品牌农业、助推农业供给侧结构性改革、促进农村一二三产业融合发展、带动农民增收致富、积极助力脱贫攻坚，以及实施乡村振兴战略等都具有非常重要的现实意义。

¹[收稿日期]：2018-03-12

[基金项目]：教育部人文社会科学研究青年基金项目（编号：17YJC790144）。

[作者简介]：汪普庆（1977-），男，博士，副教授，研究方向：食品安全与供应链管理。

1、文献回顾

“一村一品”源自上个世纪 70 年代的日本，在当时处于快速工业化、城市化的背景下，为解决农村人才和资本外流，以及农业萎缩等困境，被作为一种振兴当地经济的措施而提出，并得以实施和发展。20 世纪 80 年代，“一村一品”的理念和经验随后被引入中国、泰国、马来西亚和菲律宾等许多国家，并逐渐成为发展中国家振兴农村经济的重要途径。

我国当前的“一村一品”已发展为：以村（乡、县或更大范围）为基础，在一定区域范围内，按照国内外市场需求，充分挖掘发挥本地资源优势、传统优势和区位优势，通过大力发展有特色、价值高、影响力大的拳头产品，推进规模化、标准化、市场化、品牌建设，使一个村（或几个村）以及更大的区域范围，拥有一个（或几个）市场潜力大、区域特色明显、附加值高的主导产品或产业，从而大幅度提升农村经济整体实力和综合竞争力的农业农村经济发展模式。

目前，关于“一村一品”的研究主要集中在以下几个方面。

1.1 介绍和借鉴国外“一村一品”运动的经验

卢向虎和秦富介绍了日本、泰国、菲律宾、蒙古等国家“一村一品”运动及其主要做法。李耕玄等学者重点分析日本“一村一品”发展历程和主要经验，以及对我国的启示。

1.2 “一村一品”相关概念、内涵及理论方面的分析

孔祥智和李圣军对“一村一品”经济的内涵与发展背景、主要内容和主要原则进行探索。秦富等学者对我国“一村一品”发展的理念创新与有效推进问题，进行相关的分析与探讨。张敏等基于对我国“一村一品”发展成效的系统认识，综合运用指标分解法、层次分析法、期望值法和综合值法，构建了尽可能全面反映农业生产能力、农民收入水平、农村经济贡献、服务水平 and 生态保障水平等的评价指标体系。

1.3 以某个具体区域为对象，研究该区域内“一村一品”发展中的相关问题

朱砚分析了广西省荔浦县“一村一品”农业产业化经营的现状，发展的有利条件及影响因素，然后，通过实地调研分析，总结出荔浦县“一村一品”农业产业化经营模式发展的成果与问题，最后提出相应对策建议。徐新平分析了山东省招远市“一村一品”特色农业发展的现状和存在的问题。周青林以吉林省永吉岔路河特色农业开发区为例，探讨特色产业开发与“一村一品”发展之间的关系。

通过对相关文献的分析，可以得出，“一村一品”的研究以定性的居多，且大多从宏观角度探讨发展“一村一品”的动因与效果，从微观的角度进行分析的文献非常少。因此，本文将以全国“一村一品”示范村——湖北省武汉市蔡甸区侏儒山街金鸡村（蔡甸藜蒿）为例，在深入调研的基础之上进行案例分析，探析其发展“一村一品”，形成藜蒿特色产业的过程和影响因素，及其面临的困境，以期为其他地方发展“一村一品”特色农业产业提供借鉴。

2、“一村一品”藜蒿特色农业的形成阶段

2014 年 4 月～2017 年 3 月，作者先后 5 次到金鸡村进行调研，走访了大量藜蒿产业发展的相关村民，了解藜蒿村及其特色产业的形成、发展以及面临的问题，详细情况如下。

2.1 案例介绍

金鸡村隶属湖北省武汉市蔡甸区侏儒街道，坐落于九真山南麓；距离武汉市中心约 15km，毗邻 318 国道，可快速通达多条高速公路，交通便捷；全村总面积为约 2.5km²，土地资源面积 357.6hm²，其中，农户耕地面积 222.7hm²；全村辖 12 个村民小组，总人口数 2287 人，户数 528 户。

金鸡村是武汉市远城区的生态综合型农业村，土地肥沃，环境优美，长期以来，沿袭传统种植模式，以种植水稻和棉花为主，2001 年开始试种藜蒿，2002 年开始推广，并逐年发展，形成特色产业，2006 年获得“楚天藜蒿第一村”的称誉，之后扩散到其他村镇，并逐渐成为负有盛名的武汉市特色农产品，2013 年“蔡甸藜蒿”成功注册国家地理标志证明商标，2017 年 7 月金鸡村被农业部认定为第七批全国一村一品示范村镇。

藜蒿学名狭叶艾，又名芦蒿、柳蒿、水蒿等，本是野生，经改良后可以作为一年生蔬菜栽培。藜蒿的嫩茎、芦芽和地下肥大的肉质茎均可食用。蔡甸藜蒿具有“清香、鲜美、脆嫩爽口”等独特品质，深受消费者欢迎。

2.2 第一阶段：试种

金鸡村是位于武汉市西部的一个普通农业村，传统农作物为水稻和棉花，后者是农户的主要收入来源。然而，20 世纪 90 年代后期，随着大多数农产品市场相继放开，传统大宗作物的价格大幅下降，严重影响了农户的收入。2000 年，金鸡村两委班子为带领农民脱贫致富，积极引导村民进行农业结构调整，后经过充分市场调研和多方考察，最终选取云南省的藜蒿为主推品种，并决定小面积试种。

2001 年 5 月中下旬，金鸡村所在的蔡甸区农业部门将从远在千里之外的昆明引进的藜蒿种苗运送到金鸡村，随即被分配给各个村民小组，并由组长分发到本组的每一个农户，两天之内所有的组都完成分发，每个农户免费获得可供扦插 0.01hm²地的一小捆种苗。然而，最终的结果是，当时全村 400 多个农户中仅有约 12 户尝试种植，其他农户要么直接把种苗扔了，

要么留到超过了保质期而无法种植；而且，即使在 12 户试种农户中，也仅有 8 户种植成功，其他农户均因管水不当而致种苗枯死；而试种藜蒿成功的农户当年就获得可观的收益。

2.3 第二阶段：推广

尽管第一年试种只有 8 户成功，但其带动示范作用非常明显。由于种出来的藜蒿品质好，口感佳，属新兴蔬菜，很受市场欢迎，而且，在农贸市场上的销售价格是水稻价格的 4~5 倍，此外，由于当时藜蒿一年至少可以收割三茬，比较而言，种植藜蒿的单位面积利润可达到种植水稻的近 10 倍，比种植棉花也要高出数倍。

因此，在第一批试种农户的带动下，2002 年，他们的亲戚、朋友和邻居便抱着试试看的心态也开始试种藜蒿。于是，第二年种植藜蒿的农户增加到几十户，皆种植成功，收益颇丰。随后几年，种植藜蒿的农户越来越多，种植面积也迅速扩大。2003 年 3 月，金鸡村以基地为依托，率先挂牌成立了金鸡瓜菜营销服务专业合作社。到 2006 年的时候，金鸡村藜蒿的种植已经覆盖了所有适宜种植的耕地的 70%，并超过水稻和棉花，成为金鸡村种植面积最大的农作物。到 2009 年，金鸡村几乎家家户户种植藜蒿，种植藜蒿的户数达到近 400 家，全村农业生产总值 4000 万元，人均纯收入 7800 元。

2.4 第三阶段：持续增长

2009 年之后，金鸡村的藜蒿种植户数基本稳定，维持在 400 户左右，而种植面积持续增长，到 2016 年，种植面积达

186.7hm²，村人均收入达到 14800 元，种植 0.67hm²（1 亩）藜蒿的纯收入可以达到 1 万元。同期，周边村（例如红星村和

薛山村等)的村民也意识到种植藜蒿的收益丰厚,开始通过各种途径从金鸡村村民获得种苗进行试种,并获得不错的收益。现在金鸡村已经成为武汉市蔡甸区最早种植而且种植面积最多的藜蒿种植专业村。

3、影响因素与存在的问题分析

3.1 发展成效

金鸡村自 2001 年试种藜蒿成功之后,种植藜蒿的户数逐年增加,种植面积持续扩大(见表 1),农民收入不断增长,2002 年以前人均年纯收入不足 1000 元,常年低于全国农村人均纯收入的水平。种植藜蒿两年之后,2003 年金鸡村人均纯收入则超过全国农村人均纯收入,并持续增长(见图 1)。2010 年以后,金鸡村从一个有名的贫困村一跃成为人均农业收入在全武汉市排名前列的村,而且,带动周边数百名村民就业。2013 年,藜蒿产业逐渐发展到整个蔡甸区藜蒿种植面积达 2666.7hm²,年产值近 4 亿元。

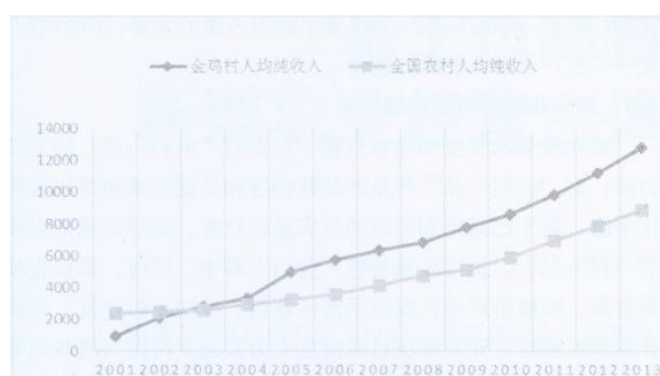


图 1 2001~2013 年金鸡村与全国农村人均纯收入比较

3.2 成功的因素分析

3.2.1 立足当地资源、区位优势,形成特色产业。第一,金鸡村自古就出野生藜蒿,当地气候、土壤、水源等自然条件都适合藜蒿生长,因此当引入藜蒿新品种时,试种容易成功;而同期其他一些引入藜蒿试种的村就未能获成功。第二,金鸡村的区域位置使得其从田间收割的藜蒿能快速方便地被运输到白沙洲农产品批发市场或武汉市中心城区的农贸市场进行销售,保证产品新鲜和质量。第三,藜蒿的市场价格比较高,而成本较低,因而种植藜蒿的利润比较高。

3.2.2 政府引导,干部带头。各级政府和相关部门都非常重视和支持农业发展,武汉市蔡甸区农业部门专门从云南省昆明市引进藜蒿种苗,免费给农民试种,并进行技术指导。金鸡村当年第一次试种成功的 8 户农民中,有 6 户是村干部,因此,村干部带头示范的作用很明显,效果也很好。试种成功后,村干部继续积极推广藜蒿种植,藜蒿种植规模快速扩大,规模效益逐步显现,农民收入大幅增长。试种成功的四年之后,藜蒿就成为了金鸡村的主导特色产品和主导特色产业,并被誉为“楚天藜蒿第一村”而远近闻名。

3.2.3 各类组织带动。其一,金鸡瓜菜营销服务专业合作社的成立更好地为藜蒿种植和销售服务,并注册了“金鸡寨”牌商标。目前,该合作社共有 487 名社员,带动农户近 1500 户,拥有约 20 名科技人员,约 80 台运输车辆,销售人员 86 人,并被授予“湖北省知名农村专业合作组织”。农民专业合作社起到了先锋带头作用,为村民购买农药、化肥和农膜等生产资料提供方便,为种植农户提供技术指导,并提供藜蒿的销售信息,总之,对藜蒿的生产和销售都起到了很好的带动作用。

其二，农业龙头企业带动金鸡村藜蒿特色产业发展。金鸡村附近有一家武汉荷香源农业发展有限公司，成立于 2011 年 7 月，主要从事以国家地理保护商标“蔡甸藜蒿”、“蔡甸莲藕”为主的农产品种植、收购、加工、销售和进出口等业务，并建有 2 条农产品保鲜加工生产线、1 条出口产品加工生产线、7 座冷库，具有年加工 5 万 t 净菜、鲜切菜和保鲜菜的生产能力。近 3 年来，该公司发展藜蒿标准化示范基地约 100hm²，实现销售收入 5000 多万元，出口创汇 50 万美元；带动周边 3 个街道办事处、6 个村近 300 名农民工在公司就业。该公司作为武汉市农业产业化重点龙头企业，在金鸡村建有标准化的藜蒿等蔬菜种植示范基地，助推当地藜蒿特色产业发展。

3.2.4 不断创新，加大基础设施建设力度。第一，金鸡村的藜蒿先后经过 4 次品种改良，口感清香、鲜美、脆嫩爽口，并带有特别新鲜的泥土芳香，地方特色明显；而且改良后的新品种还延长了藜蒿的采收时间，从当年的 8 月份可以持续采摘到来年的 4 月份。第二，种植技术和基础设施不断提高与完善，最开始露天种植藜蒿，一年只能收两茬；接着农户尝试竹质大棚种植，一年可以收获四茬；近几年又在逐步推行设施农业（钢架大棚），推进农业、产业设施进档升级。目前，金鸡村的农户可以每年收获 4~5 茬藜蒿，产量和收益均明显增加。第三，积极探索新模式，在引进藜蒿的同时，金鸡村也在不断探索不同的组合模式，例如，利用藜蒿收获后土地闲置期，种植西甜瓜，创立“瓜蒿模式”，即超甜小西瓜、藜蒿“高产高效配茬复种”栽培模式，0 前金鸡村种植西甜瓜的面积达 173.3hm²。此外，还探索出“稻蒿模式”，即水稻和藜蒿组合，利用藜蒿收获后土地闲置期，种植一季水稻。

表 1 金鸡村藜蒿种植面积

(单位：hm ²)									
年份	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2012	2013	2014
面积	28.3	42	60	86.7	113.3	146.7	156.7	166.7	180

3.3 存在的问题

3.3.1 市场竞争激烈，利润下滑。近年来，种植藜蒿的农户越来越多，市场竞争也越来越激烈，仅以武汉的市场为例，来自江苏和江西等地，以及湖北省内洪湖、阳新和监利等地的藜蒿对金鸡村的藜蒿生产和销售都产生了很大影响，冲击了藜蒿市场，使得价格处于低位。例如 2011 年 4 月，由于市场供过于求，藜蒿的收购低至 0.6 元/kg，连成本都难以收回。另一方面，随着农药、化肥等生产资料的价格和人工成本的逐年增长，种植藜蒿的成本也不断攀升。因此，种植藜蒿的利润相应地逐年下降，而市场风险增大。

3.3.2 品牌意识差，影响力低。当地农民的品牌意识差，商标使用率低，虽然，金鸡村早在藜蒿产业发展的初期就注册了“金鸡寨”绿色食品商标，但注册后很少使用，而且在品牌宣传方面几乎没有任何投入，因而，其品牌影响力非常弱，没能发挥品牌效应，也未能达到提高产品的竞争力和提升产品销售价格的效果。

3.3.3 产品品质下降。由于金鸡村连续种植藜蒿十多年，长期不合理的使用化学肥料，必然导致土地肥力衰减，致使藜蒿品质逐年下降；同时，部分农民产品质量安全意识比较淡薄，为了迎合消费者的心理，提高产量，滥用一些控制藜蒿生产周期的生长调节剂（例如：“藜蒿膨大嫩直长”调节剂），以改变藜蒿的自然生产规律，控制藜蒿的种植，使得藜蒿白、嫩、粗，这既影响了藜蒿的品质和口感，也存在着质量安全隐患。

3.3.4 产品加工程度低，食品链短。一直以来，金鸡村的藜蒿都主要是以初级农产品的形式通过商贩、批发商在批发市场进行销售。新鲜藜蒿收割后，仅仅只经过简单的加工，如：刷净、扎捆、切割和清洗等，没有产品的深加工，无法提高产品的附加值。曾有村民尝试制作刷藜蒿叶的机械，以及和研究机构合作开发“凉拌藜蒿”包装产品，然而均未获得成功。

3.3.5 土地流转难，种植规模小。由于受到各种主观和客观的因素的影响，部分农民不愿意调整土地，即使不从事生产，使土地荒废，也不愿把土地承包出去，从而使得土地难以连成片，藜蒿种植面积难以扩大，进而，无法发挥适度经营规模效益。

3.3.6 信贷紧张，融资困难。金鸡村藜蒿种植以散户为主，无论是扩大生产规模、品种改良、技术更新还是发展加工业、升级基础实施，都需要依靠资金的支持。但是因农民的抗风险能力差，偿债能力有限，几乎所有金融机构都不愿意贷款给农户，因此，资金短缺严重制约着藜蒿特色产业的进一步发展。

4、对策建议

“一村一品”是发展农业农村经济的有效模式，在推动特色现代农业建设中发挥了独特而重要的作用。武汉市蔡甸区侏儒山街金鸡村的“一村一品”藜蒿特色农业的成功经验可以供其他地方借鉴与学习，同时，金鸡村当前所面临的问题，其他地方在发展“一村一品”的过程中也或多或少会遇到，因此，针对这些共性的问题，提出以下对策建议。

4.1 转变观念，坚持以市场为导向

当前，我国农业发展的结构性问题是突出矛盾，其重要任务是推进农业供给侧结构性改革，提高供给的质量和效益。同时，我国已进入食品消费结构加快转型升级阶段，对农产品的消费需求呈现出多样化、差异化、个性化的特征，城乡居民对农产品的消费需求正从“吃饱吃好”向“吃得安全、吃得营养、吃得健康”快速转变，对优质、安全、生态、特色农产品的需求快速增长。

因此，推进“一村一品”特色产业发展，一定要瞄准市场需求，变“生产导向”为“消费导向”，适应消费结构升级的新变化，在做优、做精、做特上下功夫，提高产品的质量安全水平，确保产品适销对路。

4.2 不断探索与创新

发展“一村一品”特色产业，需要在生产、加工、运输和销售等整个供应链的各个环节进行不断创新。生产环节要提高生产技术，改良品种，同时也需要适时开发新产品和新品种，探索新模式（如：乡村旅游、社区支持农业、农产品短链和有机农业等）；加工环节要积极探索农产品精深加工，延伸农业产业链条，加强品牌建设；销售环节则要拓展渠道，创新模式，顺应市场销售模式的改变，积极发展农产品电子商务、网络营销等。总之，发展“一村一品”要不断引入新的元素，不断创新，走一二三产业融合发展的道路。

4.3 加强政策扶持和市场引导

要积极争取资金和项目支持，加大对“一村一品”的支持力度；对“一村一品”产品的品牌创建和认证应减免费用和简化手续；对于已制定和实施的支农惠农政策，要尽可能把发展“一村一品”、扶持区域特色产业纳入其中。同时，要整合政策资源，积极借助现代农业示范区建设、美丽乡村建设、扶贫开发和农业综合开发等项目或结合大力实施乡村振兴战略的契机，支持“一村一品”发展。

此外，要进一步发挥新型经营主体带动作用，培育壮大“一村一品”特色产业中的种养大户、农民合作社和龙头企业。鼓励和引导社会资本参与农村建设，积极发展适合企业化经营的特色现代种养业，带动区域特色产业发展。鼓励条件具备的地方探索与发展电子商务平台服务“一村一品”，支持专业村镇积极发展农产品网络营销。

[参考文献]：

-
- [1]陈晓华. 大力发展一村一品带动农民致富增收[J]. 农村实用技术, 2015 (12) : 11-13.
- [2]秦富, 钟钰, 张敏, 等. 我国“一村一品”发展的若干思考[J]. 农业经济问题, 2009 (8) : 4-8.
- [3]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) : 16-19.
- [4]李耕玄, 刘慧, 石丹雨, 等. 日本“一村一品”的启示及经验借鉴[J]. 农村经济与科技, 2016 (6) : 172-174.
- [5]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.
- [6]秦富, 张敏, 钟钰, 等. 农村特色产业发展的理念创新与有效推进——以“一村一品”为例[J]. 天津商业大学学报, 2010 (7) : 3-7.
- [7]张敏, 杨艳涛, 杨根全, 等. 我国“一村一品”发展成效评价[J]. 技术经济, 2010 (10) : 69-73.
- [8]朱砚. 荔浦县“一村一品”农业产业化经营模式研究[D]. 南宁: 广西大学, 2012.
- [9]徐新平. 招远市“一村一品”特色农业发展研究[D]. 青岛: 中国海洋大学, 2011.
- [10]周青林. 特色产业开发与一村一品发展的实证研究——以吉林永吉岔路河特色农业开发区为例[D]. 北京: 中国农业科学院, 2007.
- [11]陈健. 武汉市蔡甸区金鸡村藜蒿产业化发展研究[D]. 武汉: 武汉轻工大学, 2016.
- [12]Hang Xiong, Puqing Wang and Yueji Zhu. Diffusion on Social Networks: Survey Data from Rural Villages in Central China[J]. Data in Brief, 2016, 6 (3) : 1-5.