

宁波“土特产”提升发展的路径

□李斌 范立群 岑丞 冯辉强

宁波是农业经济大市，也是特色农业强市，“土特产”资源丰富，分布广泛，既有享誉全国的余姚榨菜、奉化水蜜桃、象山柑橘等，也有在省内具备较高知名度的鄞州雪菜、慈城年糕、镇海番茄、慈溪杨梅等。

发挥“土特产”优势，做好“土特产”文章，是加快推进以“千万工程”牵引城乡融合发展缩小“三大差距”的重要抓手。宁波“土特产”要进一步提升品质、打造品牌，并与地方经济、文化相结合，实现可持续发展。

出台产业规划，明确发展方向

一是出台产业规划。根据“土特产”内涵，明确全市“土特产”的种类、数量，建立宁波市“土特产”统计数据库。对重要的代表性“土特产”，编制详细的产业发展规划、计划及行动方案，明确发展目标、重点任务和实施路径。

二是充分利用优势资源。发挥国家地理标志产品和特色农产品优势区等特色资源优势，促进“土特产”与旅游、文创

等产业融合发展，实现资源共享、协同发展。

三是坚持科技创新驱动。应用5G、物联网、人工智能、区块链等技术，对农业生产、经营、管理和服务等各个环节进行全方位改造升级，实现种植、管理和销售的数字化转型，提高“土特产”的生产效率及产品质量，推动农业生产的现代化转型。

强化种源创新，推进产业集聚

一是强化优质品种选育。通过分子育种、精准育种等现代育种手段，培育出适应本地环境、抗病性强、产量高、品质优的新品种。加强对地方种质资源的保护和开发利用，挖掘具有独特特性的优良品种。例如，对于水果类“土特产”，注重选育耐贮藏、口感佳的新品种；对于蔬菜类“土特产”，注重选育抗病虫、营养价值高的新品种。

二是加大资源开发利用。加大对地方特色种质资源的收集、保存和研究力

度，持续完善种质资源库。通过基因组学、生物信息学等现代生物技术手段，对种质资源进行深入分析，发掘其潜在价值。

三是提升生产技术水平。引入先进的智能农业设备和技术，加强农业科技研发及成果转化。针对各地区的特色产业，建立以需求为导向的科研项目机制，确保技术创新能够解决实际生产中的问题。建立完善的质量管理体系和标准化生产流程，从原料选择、生产过程到产品包装，

注重文化挖掘，深化品牌推广

一是挖掘产业品牌文化。深入挖掘宁波“土特产”的文化内涵，通过文化节庆、旅游体验等方式，让消费者在享受产品的同时，感受到背后的文化内涵。将产品与地域文化紧密结合，提升品牌的文化内涵和市场吸引力。通过文化包装和故事营销，提升品牌的市场认知度。对于已有一定知名度的品牌，如慈溪杨梅、余姚榨菜等，加强品牌文化的塑造，提高品牌附加值。对宁波汤圆等“土特

产”，应注重挖掘历史故事及制作工艺，将传统技艺与现代生活方式相结合，开发符合年轻人口味的新产品。注重品牌发展建设，通过注册地理标志证明商标、制定品牌战略规划等方式，确立独特的品牌价值，构建独特的品牌个性，不断提高宁波“土特产”的市场认知度和竞争力。

二是拓展市场营销渠道。利用互联网平台，扩大在线销售网络，并加强线

延伸产业链条，加强融合发展

一是加快“土特产”精深加工。发展“土特产”深加工项目，创新产品种类与包装设计，满足消费者多样化需求。通过校企共建产业研究院、研发中心等方式，加速科技成果的转化应用。根据“土特产”发展的不同阶段，分阶段制定发展目标和实施计划，初创期可以重点提升生产技术和产品质量，成长期则侧重于品牌建设和市场推广，成熟期应致力于

产业链延伸和多元化发展。

二是立足优势资源推进产业融合发展。结合当地自然景观与文化遗产，开发一系列围绕“土特产”主题的旅游体验项目，促进地方经济发展。建设综合性示范园区，建立示范乡、示范区、示范基地等，为后续主导品种、主推技术推广提供科学依据。搭建综合发展平台，促进工业、文化产业与“土特产”融合发展，打

出台专项政策，保障要素供给

一是构建政策体系。制定专项扶持政策，为重要的代表性“土特产”提供制度保障。通过政策引导和支持，激发企业和农户的积极性，推动可持续发展。根据不同“土特产”的特点和发展需求，分类别开展针对性扶持。例如，对果品类“土特产”，可以重点支持新品种选育、标准化种植、保鲜技术等；对畜牧类“土特产”，可以重点支持疫病防控、饲料配制、屠宰加工等；对手工艺品类“土特产”，可以重点支持工艺传承、设计创新、市场开拓等。

二是优化投资机制。建立政府引导下的多元化投融资体系，吸引更多社会资本参与。通过设立专项资金、提供贷款贴息、税收优惠等方式，降低企业和农户的投资风险，鼓励更多的资本投入到“土特产”中。通过资金和技术支持，帮助地理标志产品较少或单位产值较低的地区提升竞争力，缩小地区间的差距，促进区域协调发展，实现资源优化配置。

三是加强人才引育。重视人才培养与引进，组建一支高水平的专业团队，助力产业创新发展。通过建立实习和培训基地，为学生提供实践机会，同时为推广队伍输送新鲜血液。加强与高校、科研院所的合作，培养更多具有专业知识和



象山“红美人”

来稿摘登

钟伟来稿说，当前，各地纷纷发布支持青年入乡发展政策，为有志青年扎根乡村搭建广阔舞台。

青年入乡发展绝非“一时兴起”的短期奔赴，而是一场需要政策护航、环境支撑、生态滋养的长远深耕。政策举措应深刻把握青年入乡发展的核心诉求与现实痛点，从破解“下得去、留得住、能作为”三道难关入手精准发力，让青年在乡村既能“安身”，更能“立业”，真正让青春力量成为乡村振兴的“常青藤”。

青年入乡发展，需要宜居空间，更需发展平台。各地以青年入乡实践站点建设为核心载体，精准打通青年入乡发展的“最初一公里”，让青年“下得去”更“引得进”。在硬件保障上，实践站点为青年提供集办公、住宿、交流于一体的综合空间，配套政策咨询、证照办理、后勤保障等“一站式”服务，彻底解决青年入乡“落脚难”的后顾之忧。在能力赋能上，站点立足乡村发展需求与青年专业特长，一方面链接高校、科研机构、龙头企业资源，开设农业技术、电商直播、乡村治理等定制化培训课程，补齐青年在乡土领域的的能力短板；另一方面组建“乡土导师+行业专家”双指导队伍，搭建项目孵化平台，促进青年抱团协作、经验互通。

“留得住”靠政策精准，“干得好”靠环境适配。各地通过举办乡村人才振兴创新创业大赛等，为青年搭建展示舞台，吸引社会资本、龙头企业关注，夯实青年扎根乡村的政策与资金根基。以农创客进高校活动搭建校地联动桥梁，让农创客走进校园分享实践经验，让青年提前储备“接地气”的创业能力，大幅降低试错成本。通过大学生暑期入乡实践推动青年与乡土“双向适配”，让大学生在沉浸式体验中摸清乡村产业禀赋、人文环境，让青年入乡后能快速融入、高效创业。

青年扎根乡村，最终要靠产业托底、人力支撑。各地坚持“产业为基、人力为要”，让青年既“能作为”更“用得上”。在产业培育上，立足乡村生态禀赋、文化底蕴、区位优势，引导青年深度参与产业链升级，从生产到流通，推动乡村产业从种养向“产加销”一体化转型，还鼓励青年运用大数据、物联网、人工智能等数字技术改造传统产业。在人力盘活上，构建“青年+乡土人才+村民”的协作共同体，将分散的农村劳动力整合起来，引导乡土人才成为青年干事创业的“本土智囊”，建立“保底收益+按股分红+绩效奖励”利益联结机制，让青年在乡村干事创业“有人可用、有势可借”。

为青年入乡发展搭建更广阔舞台

严格执行标准，确保产品质量。强化校地、校企合作，加强对“土特产”的研究，为每个“土特产”提供整体技术解决方案。

四是构建特色产业集群。依托各地特色农产品，如余姚榨菜、奉化水蜜桃、象山柑橘等，形成集生产、加工、销售于一体的产业链条，增强区域经济活力。打造“土特产”集聚园区，集中资源和力量，形成规模效应。如可以建设象山白鹅产业园、余姚榨菜产业园等，整合上下游企业，实现产业集聚。

下促销活动，多措并举扩大“土特产”的市场份额。开发高质量的短视频和直播内容，确保讲解科学、准确、实用，提高内容的权威性和可信度。通过有效的市场推广和渠道创新拓展市场，可利用电商平台、社交媒体、实体体验店等，增加与消费者的互动，提高品牌曝光率和市场占有率。同时，举办各类文化节庆活动，提升“土特产”的知名度和影响力。

造完整的产业链条。结合宁波港、天一阁、雪窦山等优势资源，带动“土特产”快速融合发展。

三是创新发展模式。根据市场需求变化，持续推出新颖的产品和服务方式，不断提升顾客满意度。探索符合产业和技术特点的商业模式和运行机制，例如全包式、半包式、菜单式等技术服务模式，不断丰富产品线，满足不同消费群体的需求。

实践经验的人才。引导现代“新农人”和农创客，奋力打造“1111”乡村人才矩阵，建设乡村人才振兴“四链”融合发展集聚区。

四是加大宣传推广。利用新闻媒体、网络平台等多种宣传渠道，加大对外宣传力度，进一步提升宁波“土特产”的品牌知名度和市场影响力。积极开发数字化智能化科普产品，全面提高设施农业等场景的科普技术水平，为技术的创新、转化、应用提供广泛的社会基础。通过举办各种宣传活动和展会，展示“土特产”的独特魅力，吸引更多消费者关注和购买。 作者单位：宁波市农业农村局