

县级融媒体中心做好“土特产”文章赋能乡村特色产业

姚成

河北传媒学院研究生院, 河北 石家庄

收稿日期: 2024年3月14日; 录用日期: 2024年4月10日; 发布日期: 2024年4月17日

摘要

县级融媒体中心作为乡村振兴的助推器, 承载着服务乡村振兴战略的重要使命。产业振兴作为乡村振兴的核心, 特别需要聚焦“土特产”, 挖掘其独特价值, 拓宽农民增收途径。本文深入剖析“土特产”的基本特征与新内涵, 并针对当前面临的挑战, 提出促进乡村产业发展的有效路径与政策建议, 以期为乡村全面振兴贡献力量。

关键词

县级融媒体, 乡村振兴, 乡村特色产业

County-Level Financial Media Do a Good Job of “Local Specialties” Articles to Enable the Development of Rural Characteristics Industries

Cheng Yao

Graduate School, Hebei University of Communication, Shijiazhuang Hebei

Received: Mar. 14th, 2024; accepted: Apr. 10th, 2024; published: Apr. 17th, 2024

Abstract

As the booster of rural revitalization, county-level financial media center carries the important mission of serving the rural revitalization strategy. As the core of rural revitalization, industrial

revitalization is particularly necessary to focus on “local specialties”, tap their unique value, and broaden the way for farmers to increase their income. This paper deeply analyzes the basic characteristics and new connotation of “local specialties”, and puts forward effective paths and policy suggestions to promote the development of rural industries in view of the current challenges, in order to contribute to the overall revitalization of rural areas.

Keywords

County-Level Financial Media, Rural Revitalization, Rural Characteristic Industry

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

中央农村工作会议提出，产业振兴是乡村振兴的重中之重，土特产是乡村振兴计划的一个重要组成部分，要做好“土特产”文章，拓展农民致富增收渠道[1]。“土”，意味着要从一方水土中寻找乡土资源；“特”，就是打造特色、具有独特竞争优势的产品；“产”，即尊重产业发展规律来建产业，打造产业全链条。“土、特、产”三个字，大有智慧，大有文章可做[2]。

在乡村振兴战略背景下，县级融媒体作为地方主流媒体，应深入挖掘乡村“土特产”的独特价值，助力乡村产业振兴。通过精准定位市场需求、发掘文化价值、加强合作与支持，县级融媒体能够提升“土特产”的市场竞争力，推动乡村特色产业的发展，进而实现农民增收和乡村振兴的目标。因此，应充分发挥县级融媒体的作用，为乡村振兴战略的实施提供有力支持。

服务全面推进乡村振兴战略，是时代赋予主流媒体的职责使命；主动参与乡村振兴事业进程，是时代给予主流媒体的发展机遇[3]。县级融媒体在赋能乡村振兴、推动土特产产业发展中发挥着不可替代的作用。通过融媒体平台，不仅能够广泛宣传土特产的特色与优势，提升消费者认知与购买意愿，促进农民增收与就业，还能为土特产产业提供多元支持，如协助举办促销与展览活动，增强产业知名度与美誉度。县级融媒体与乡村振兴紧密相连，其深厚的本地资源使其能够精准定位市场需求，挖掘乡村文化价值，为乡村特色产业发展注入新动力。同时，与地方政府和社区的紧密合作，使其能够及时响应政策导向，为乡村特色产业提供有针对性的支持。

乡村振兴战略引领下，乡村特色产业发展成为提升农村经济活力与农民收入的关键。县级融媒体作为沟通乡村内外的重要媒介，其角色也日益重要。首先，政策导向明确，乡村振兴战略呼唤乡村特色产业的崛起，县级融媒体需积极响应，发挥桥梁作用；其次，市场需求旺盛，乡村特色产品备受青睐，县级融媒体需捕捉市场动态，助力产业发展；最后，技术革新不断，融媒体技术为乡村特色产业宣传提供新可能，县级融媒体应借此创新服务方式。

2. “土特产”文章的新内涵

“土特产”作为特定区域依托气候、土壤、水质等自然优势及历史人文传统、技术等人文优势所孕育的优质农产品或加工品，是乡村经济的重要支柱。而乡村特色产业，则以乡村为基础，农民为主体，充分利用乡村的自然与人文资源，致力于推动农民增收与乡村的可持续发展，形成独具特色的乡村产业体系，赋予了“土特产”更为丰富与深邃的内涵[4]。

在推动乡村特色产业发展，做好“土特产”文章过程中，县级融媒体应以“土”为基石，催生“新”意。这里的“土”，不仅涵盖气候、土壤等自然元素，更囊括了深厚的文化底蕴与独特的地域特色，应深入剖析新的市场环境、技术条件与营销手段，挖掘乡村产业的新功能与新价值，使“土”中孕育出无限的创新活力。

同时，县级融媒体应以“特”为核心，寻求“胜”机。地域特点与当地风情是乡村特色产业的灵魂所在，需深入挖掘地域特色，打造独具特色、具备竞争优势的产品，使乡村特色产业在激烈的市场竞争中脱颖而出。

此外，实现“产”“链”的深度融合也是关键所在。县级融媒体应着力延长农产品产业链，推动产业间的融合与协作，形成产业集群效应。在纵向上，要贯通产加销各环节，实现产业链的无缝对接；在横向上，要融合农文旅等多领域，丰富乡村产业的内涵与外延。通过产业链的拓展与融合，推动农村由单一的农产品销售向制成品销售、服务销售转变，实现乡村产业的全面升级。

3. 聚焦“土特产”助力乡村特色产业发展

3.1. 县级融媒体助力乡村“土特产”发展面临的问题

当前乡村“土特产”发展面临多重挑战，其中政策执行与落地难题、销售渠道狭窄、丰产不丰收以及发展能量未集聚等问题尤为突出。

政策层面，尽管各级政府出台支持政策，但执行过程中常遇阻，如执行力度不足、宣传不到位等，导致政策效果有限。销售方面，乡村“土特产”受限于传统渠道，难以进入更广阔市场，缺乏现代化销售网络和电商平台支持，导致销售量和影响力受限。

此外，乡村“土特产”往往难以实现优质优价，农民收益受限，影响生产积极性。产业联农带农机制不健全，农民多局限于初级生产环节，收益增长空间有限。同时，政府、企业、农民等各方力量未能有效整合，导致资源分散、效率低下，制约了乡村“土特产”的整体发展。

3.2. 县级融媒体助力乡村“土特产”发展可行性分析

县级融媒体在乡村振兴中，应充分发挥其媒介权威、分发及思维三大优势[5]。作为地方政府的重要宣传平台，县级融媒体具有高度的权威性和公信力，能够为农民提供准确及时的信息，引导其做出正确决策。同时，其广泛的传播渠道和覆盖面，有助于快速传递乡村振兴相关信息，提高农民的知晓率和参与度。此外，其敏锐的新闻敏感度和创新思维，能够深入挖掘乡村特色和亮点，为乡村振兴注入新活力。

基于这些优势，县级融媒体可助力乡村特色产业发展。通过挖掘乡村特色产业资源，传播其发展成果，推动与市场对接，引导农民参与，以及品牌塑造等方式，为乡村特色产业赋能。同时，借助县级融媒体的品牌塑造能力，提升乡村特色产业的竞争力，增强消费者购买意愿，为乡村产业带来更多商机。

此外，县级融媒体还能通过地区形象塑造，营造良好的投资与发展环境。积极传播乡村发展的正面形象，展示其投资潜力和发展活力，吸引外部投资，促进乡村产业多元化发展。在应对突发情况时，县级融媒体也能迅速反应，传递信息，修复和重塑乡村形象。

3.3. 县级融媒体助力乡村振兴现状

在乡村振兴的征程中，县级融媒体扮演着举足轻重的角色。当前，县级融媒体在助力乡村振兴方面已展现出一定的成效，但仍存在诸多挑战与不足。

在信息传播层面，县级融媒体通过内容创新与传播策略，努力提升农产品的价值与特色产业的数字化水平。例如，库车市融媒体中心通过节庆活动、直播推介等方式，成功提升了小白杏的市场价值，推

动了旅游业的繁荣。然而，在农旅资源开发方面，县级融媒体与旅游产业的合作尚显松散，缺乏深度整合。

在产品营销层面，县级融媒体致力于创新营销与乡村特色产业的对接策略。例如，清新区融媒体中心创立的MCN机构，通过电商新业态助力乡村振兴，但当前服务多限于直播带货和宣传报道，缺乏对产品全产业链的深入参与。同时，特色品牌孵化基地的建设虽取得一定成效，但品牌助农仍需面向乡村特色产业提供更为全面、深入的品牌建设服务。

在服务模式层面，县级融媒体中心积极探索构建乡村振兴的传媒营销服务体系。以安吉县融媒体中心为例，通过全案策划、全媒传播、全程服务等方式，强化产销对接，推动数字化转型，创新服务模式。然而，当前县级融媒体在人才、资源等方面仍面临诸多挑战，需要进一步加强自身建设，提升服务能力。

4. 县级融媒体助力乡村振兴的局限分析

4.1. 乡土资源发掘不深入

在乡村振兴的大背景下，县级融媒体作为地方媒体的重要力量，其对于乡土资源的发掘和呈现显得尤为关键。然而，目前县级融媒体在乡土资源发掘方面存在明显不足。首先，由于地域和人力资源的限制，县级融媒体对乡土资源的传播范围和深度有限，往往只能覆盖县域内的部分地区，且内容较为单一，缺乏深度和广度。其次，县级融媒体在乡土资源的市场调研和品牌建设方面缺乏经验和能力，导致乡土资源的开发和利用缺乏针对性和有效性。最后，县级融媒体在拓展乡土产品销售渠道方面存在瓶颈，缺乏与外部市场的有效对接，限制了乡土资源的经济价值实现。

4.2. 乡土产品特点开发不足

县级融媒体在助力乡村振兴过程中，对乡土产品的特点开发同样存在不足。一方面，由于缺乏对当地乡土产品的深入了解，县级融媒体往往无法准确把握产品的独特性和优势，导致在宣传和推广时无法充分展现产品的特色和价值。另一方面，县级融媒体缺乏专业的产品开发团队，无法对乡土产品进行深入的调研和开发，限制了产品的创新和发展。此外，县级融媒体在推广乡土产品时，往往过于注重销售和推广，而忽视了产品的品质和品牌建设，这也在一定程度上影响了乡土产品的长期发展。

4.3. 乡土产业服务链条较短

在乡村振兴的实践中，县级融媒体与乡土产业的结合往往仅限于报道成果或作为销售渠道，缺乏对乡土产业链条的全面了解和规划。这导致县级融媒体在助力乡土产业发展时，无法提供全面、深入的服务。一方面，由于缺乏对乡土产业链条各环节的深入了解，县级融媒体无法为乡土产业提供有针对性的服务方案。另一方面，县级融媒体的服务资源有限，难以支撑对乡土产业链条的全面服务。因此，如何延伸和完善乡土产业服务链条，成为县级融媒体在助力乡村振兴过程中需要面对的重要问题。

5. 县级融媒体助力乡村振兴的未来发展策略

5.1. 以“土”为财，立足资源禀赋，找准发展方向

5.1.1. 精准定位，发展特色产业

县级融媒体应精准定位，依托乡村地区的独特资源禀赋，发展特色产业。通过深入挖掘乡村的自然风光、气候条件和生态环境等资源优势，结合非物质文化遗产的传承与发展，打造具有地方特色的乡村旅游和生态农业产业。同时，结合县级融媒体自身的媒介资源，发挥主流媒体公信力、影响力和整合力的优势，为乡村特色产业的发展提供有力支持。

5.1.2. 品质为本，强化科技合作

品质是乡村特色产业发展的核心。县级融媒体应注重品质提升，通过建立和执行严格的生产标准，确保乡土产品的质量和安全性。同时，加强与农业科研院所的科技合作，引进先进的农业技术和设备，提高农业生产效率，增加产品多样性。通过科技合作，不仅可以提升产品的科技含量和附加值，还能在合作中培养人才，提升整个产业链的素质。

5.1.3. 政策引导，争取政府支持

政策是推动乡村振兴的重要保障。县级融媒体应积极宣传乡村特色产业的发展潜力和优势，争取地方党委政府的支持和政策倾斜。通过与地方政府的沟通协调，反馈生产者的需求和困难，争取有针对性的政策支持，为乡村特色产业的发展创造有利条件。同时，积极参与政策制定过程，提出建设性的意见和建议，推动政策的完善和优化。

5.2. 因“特”而立，依托比较优势，谋求差异发展

5.2.1. 挖掘文化资源，提升产业效益

乡村产业蕴藏着深厚的地理、历史与文化内涵。县级融媒体应深入发掘这些特色文化资源，通过媒体传播，将其转化为经济效益和社会效益。要避免同质化竞争，形成“一村一品”、“一乡一业”的特色发展格局，实现人无我有、人有我优、人优我精的发展态势[6]。

5.2.2. 转变发展路径，满足精神需求

随着消费升级，人们对于精神性需求日益增加。县级融媒体应引导乡村特色产业由单一的物质产品提供向精神性服务满足转变[7]。通过组织文化活动、开发户外项目、推广有机农产品等方式，满足消费者对于文化体验、休闲度假等多元化需求。

5.2.3. 创建品牌优势，提升市场溢价

依托乡村特色资源，创建或共建特色产品品牌，是提升产品附加值和市场竞争力的重要途径。县级融媒体应利用自身传播优势，助力品牌打造，通过创意设计、包装设计等方式，将乡土产品转化为具有市场价值的文化产品。同时，与电商平台合作，拓展线上销售渠道，打破地域限制，提升品牌知名度和影响力。

5.3. 以“产”为基，锚定特色产业，强化产业发展

5.3.1. 提供专业节目，提升观众认知

县级融媒体应深入挖掘并传播乡村特色产业的独特魅力，通过制作高质量的纪录片、专题报道等节目，提高观众对特色产业的认知度和兴趣。这些节目应涵盖农业科普、手工艺制作、民俗文化等多个方面，以专业而有趣的内容吸引观众，进而推动产业发展。

5.3.2. 深化专业服务，满足用户需求

除了节目内容，县级融媒体还应提供与特色产业相关的专业服务。这包括为农户提供技术咨询和市场信息，帮助他们提高生产效率；为消费者提供购买指南和售后服务，提升购物体验。通过满足用户的多元化需求，增强用户对特色产业的信任和支持。

5.3.3. 创新营销服务，助力市场拓展

在市场竞争中，县级融媒体应利用自身优势，为客户提供品牌宣传、产品推广等营销服务。通过精准的市场定位和创新的营销策略，帮助特色产业在市场上脱颖而出，实现销售增长和品牌提升。

5.3.4. 聚焦未来趋势，提供解决方案

面对科技和市场的不断变化，县级融媒体应关注国内外先进的农业技术和市场趋势，为特色产业提供未来发展的解决方案。通过推广智能农业技术、引导绿色有机农业发展等方式，推动特色产业的转型升级和可持续发展。

5.3.5. 强化人才支撑，激发创新活力

人才是产业发展的关键[8]。县级融媒体应发掘和培养本土精英，通过举办培训班、引进外部人才等方式，为特色产业提供专业的人才支持。同时，建立科学的人才评价体系，激发人才的创新活力，推动产业的创新发展。

5.3.6. 优化物流体系，提升市场竞争力

物流是特色产业发展的保障。县级融媒体应发挥信息传播和资源整合优势，协助构建高效物流体系。通过优化物流环节、降低运输成本和时间成本，提高产品的市场竞争力，进一步推动乡村特色产业的繁荣和发展。

6. 结语

县级融媒体中心在乡村振兴战略中发挥着举足轻重的作用，作为推动乡村发展的关键力量，致力于服务乡村全面振兴的伟大目标。产业振兴作为乡村振兴的核心支柱，特别重视挖掘和利用本土“土特产”的独特价值，为农民开辟新的增收渠道，从而增强乡村经济的内生动力。

本文深入剖析了“土特产”的基本特征及其在新时代背景下的丰富内涵，揭示了其在乡村经济发展中的巨大潜力。同时，我们也清醒地认识到当前乡村产业发展所面临的诸多挑战，如市场竞争激烈、品牌建设滞后等问题。

因此，本文提出了一系列具有创新性和可操作性的发展路径和政策建议，旨在促进乡村特色产业的蓬勃发展，推动乡村经济的转型升级。县级融媒体中心通过实施这些措施，将能够更有效地助力乡村振兴，为乡村经济注入新的活力，推动乡村全面振兴，实现农村的可持续发展。

参考文献

- [1] 习近平在中央农村工作会议上强调锚定建设农业强国目标切实抓好农业农村工作[J]. 中国水产, 2023, 566(1): 2-5.
- [2] 一号文件里的“土特产”，大有文章可做[J]. 求是, 2023(6): 78.
- [3] 盛若蔚, 王永刚, 刘中铠. 做好“土特产”文章，跨界合作赋能乡村振兴——解析纪录片《上新吧福味》[J]. 新闻战线, 2023(11): 56-59.
- [4] 杨永坤, 郑科, 黄思齐, 等. 关于做好“土特产”文章促进乡村产业发展的思考[J]. 中国麻业科学, 2023, 45(4): 193-196.
- [5] 肖天. 县级媒体转型要把握媒介优势——以浙江安吉融媒体中心为例[J]. 新闻世界, 2023(10): 63-65.
- [6] 李林峰. 立足比较优势做好乡村特色产业“土特产”文章[J]. 理论导报, 2023(10): 26-27.
- [7] 王炳春. 黑龙江省高质量做好“土特产”文章的深度解析[J]. 中国农垦, 2023(4): 39-42.
- [8] 曾梦宁. 培植“土”体现“特”做大“产”做好乡村振兴“土特产”这篇大文章[J]. 中国金融家, 2023(4): 35-36.