

中国西班牙特色农产品助推乡村振兴的比较研究

刘欢 张一江

浙江越秀外国语学院 浙江绍兴 312000

摘要：农业是乡村振兴的重要引擎，它承载着改善农民生活、促进经济增长的重任。而农产品作为农业的核心产物，在乡村振兴过程中具有不可替代的地位和作用。西班牙的伊比利亚火腿及瓦伦西亚柑橘以其独特的口味和丰富的营养成为当地乡村经济的重要支柱，而在中国浙江和江西的金华火腿及南丰蜜橘则因其口感和营养价值而备受瞩目。这些特色农产品不仅丰富着人们的餐桌，更成为推动乡村振兴的重要力量。然而，我们也必须正视农产品产业面临的现实问题和挑战。同时，我们也将探讨中西两国产业振兴的路径，以期为促进乡村振兴提供些许借鉴和启示。
关键词：农产品；乡村振兴；比较研究

引言

党的二十大工作报告中强调乡村振兴战略，全面推进乡村振兴，要坚持农业农村优先发展，充分发挥乡村产业助农增收效用，随着中国乡村振兴战略的全面推进，特色农产品的地位日益凸显。笔者旨在通过比较中国和西班牙多个地区的特色产品和知名农产品，以浙江金华火腿和西班牙伊比利亚火腿为例，深入探讨农产品品牌建设推广的关键因素。这些知名品牌的成功形成得益于优质的原料、传统的制作工艺以及精准的市场推广策略。同时，瓦伦西亚柑橘和江西南丰蜜橘的案例展示了农产品特色对于地方经济的重要性。借助优质的生态环境和独特的品质，这些特色水果成为当地乡村振兴的重要推动力量，为地方经济注入了新的活力。

然而，我们也必须正视农产品产业面临的现实问题和挑战。以金华火腿为例，尽管其在国内拥有较高的知名度，但在口感和市场定位上与伊比利亚火腿存在明显差异，这就限制了其在国际市场上的竞争力。另一方面，南丰蜜橘则面临着互联网渠道不畅等问题，这在当今数字化时代尤为突出。为了解决上述这些挑战，笔者将在

打响品牌、助推乡村振兴以及打好特色实现互惠共赢等方面展开分析。

一、具有地域标志的农产品品牌化助推乡村振兴

1. 西班牙伊比利亚火腿

西班牙的伊比利亚火腿是享誉世界的特色美食，以其精湛的制作工艺和独特的口感而闻名。^[1]伊比利亚火腿的成功品牌形成和全球推广，是多个因素巧妙融合的结果。首先，它依赖于优质的原料和传统的制作工艺，如在西班牙南部地区独特的地理环境和养殖方式，以及经过严格认证的产区标识。这为火腿赋予了独特的口感和品质，成为其成功的基石。其次，西班牙政府和企业通过积极的国际市场开拓，参与各类食品展览和贸易洽谈活动，向世界展示伊比利亚火腿的魅力。与此同时，通过与知名厨师、餐厅和美食媒体的合作，推广火腿的烹饪方法和食用技巧，增加了其在国际市场上的知名度和受欢迎程度。此外，西班牙作为一个具有悠久历史和文化底蕴的国家，通过文化交流和旅游推广，将伊比利亚火腿所蕴含的地域文化和饮食传统传播给世界各地游客，进一步提升了火腿的国际知名度和地位。伊比利亚火腿的品牌推广取得了巨大成功，在国际市场上占据了重要地位。火腿产业的发展为西班牙乡村地区带来了丰厚的经济收益，为当地的乡村振兴提供了强有力的支持。

2. 浙江金华火腿

浙江金华火腿是中国的传统特色美食，以其独特的制作工艺和鲜美的口感享誉全国。金华火腿的品牌知名

作者简介：

刘欢（2003.3—），女，汉族，江西抚州人，外国语言文学本科在读，浙江越秀外国语学院学生，研究方向：西班牙语语言与文化。

张一江（1973.03—），男，汉族，浙江上虞人，经济学与企业管理学硕士，浙江越秀外国语学院副教授，研究方向：西语国家经济与文化。

度极高，在国内外市场都有着广泛的影响力。^[2]金华火腿能够形成品牌并成功推广到全国，得益于多个关键因素的巧妙融合。首先，金华火腿依托于浙江金华得天独厚的地理环境和气候条件，以及丰富的养殖经验和传统的制作工艺，赋予了其独特的口感和品质，为其成功打造品牌奠定了坚实的基础。其次，地方政府出台了一系列扶持政策，为金华火腿产业的发展提供了有力保障，如资金支持、技术培训、市场推广等。同时，金华火腿企业积极开展品牌建设和市场推广活动，参加各类食品展览、美食节和商业活动，向消费者展示其独特魅力，拓展市场份额。此外，企业注重产品质量和品牌形象的提升，加强质量监控和管理，塑造了良好的品牌形象和信誉度。最后，随着互联网和电子商务的快速发展，金华火腿企业也积极利用网络平台和新媒体进行推广，开拓线上销售渠道，拓展消费市场。这些因素共同作用，使得金华火腿成为了中国饮食文化的重要代表之一，赢得了广大消费者的青睐和信赖。金华火腿产业的兴起不仅带动了当地农产品加工业的发展，也吸引了大量游客和消费者前来品尝和购买，从而促进了金华乡村经济的蓬勃发展。

二、特色水果柑橘产业的发展全面助力乡村振兴

1. 瓦伦西亚柑橘

瓦伦西亚柑橘的起源可以追溯到19世纪的美国，特别是在南加州。一位名叫威廉·沃尔夫斯基尔的农学家在那里杂交了瓦伦西亚柑橘品种，并以西班牙城市以柑橘树而闻名的瓦伦西亚命名。瓦伦西亚柑橘的独特甜味、丰富的营养以及抗贫血、调节胆固醇、促进消化、提供维生素C和类黄酮等多种健康益处，使其成为健康卡路里的美味来源，受到广泛欢迎。

一方面，由于其地形和气候条件，西班牙是世界上重要的柑橘栽培国，其产量稳居世界第五位，年出口柑橘占其总产量的一半以上，且根据世界柑橘组织的数据，中国柑橘产量在全球范围内同样占据重要地位。在2021/22年冬的柑橘产季，全球柑橘产量达到了1.585亿吨至1.59亿吨之间，而中国的产量为4460万吨，占全球总产量的28%。另一方面，通过温室农业技术的广泛应用，尤其是在气候不利的地区，农民可以控制温度、湿度和光照等环境因素，从而提高柑橘的产量和质量。这种技术的运用使得在西班牙的一些地区，如阿尔梅里亚省等，也能够种植瓦伦西亚橙等柑橘水果，从而扩大了西班牙柑橘产业的规模和影响力。

通过温室技术，西班牙的柑橘产量得到了有效提升，使得其在全球柑橘市场上占据了重要地位。同时，温室农业也为瓦伦西亚橙等柑橘类水果的生产提供了更为稳定和可控的生长环境，使得西班牙柑橘产业能够更好地适应市场需求和变化，为乡村经济振兴提供了重要支撑。

温室农业技术的应用为西班牙的柑橘产业带来了新的发展机遇，使得瓦伦西亚橙等柑橘类水果能够更加广泛地出现在国际市场上，为西班牙乡村经济的发展做出了积极贡献。因此，瓦伦西亚柑橘具有优越的生长环境和丰富的营养价值，是一种具有巨大发展潜力的特色农产品，可以成为西班牙乡村振兴的重要推动力量。

2. 江西南丰蜜橘

南丰蜜橘是我国著名的特色水果之一，起源于江西省南丰县，已有逾1300年的栽培历史。它又称为金钱蜜橘或贡橘，是芸香科柑橘属宽皮柑橘乳橘类的一种。其果实色泽鲜艳，香气扑鼻，口感柔嫩多汁，风味浓郁，营养丰富，享有国内外盛誉。南丰蜜橘自唐代以来一直被视为皇室贡品，并多次获得国家级优质水果评定。此外，南丰县还被确定为全国柑橘商品生产基地县和“蜜橘之乡”。^[3]

南丰县的 natural 生态环境极为有利于南丰蜜橘的生长。位于中亚热带季风气候区的南丰县，四季分明，拥有充沛的降水和光照资源，无霜期长达271天，这种气候条件非常有利于南丰蜜橘的生长和发育。

南丰蜜橘在口感、营养价值等方面具有独特的优势。果实小而多汁，皮薄色黄，酸甜适口，营养丰富，含有丰富的维生素和微量元素，具有健胃、解毒、润肺、化痰等药用价值，因此备受消费者喜爱。

南丰蜜橘的种植技术和管理方式也是其成功的关键。特定的种植环境、果树特征、苗木繁育、栽培技术等，都是保证南丰蜜橘品质和产量的重要因素。南丰蜜橘不仅拥有丰富的历史文化底蕴，而且在自然生态环境和质量特色上都具备优势，因此可以成为江西特色农产品，推动当地乡村振兴。

三、相关产业存在的现实问题与挑战

1. 金华火腿产业的现状及挑战

首先，金华火腿在口感上存在一定的局限性。尽管适合用于煲汤入菜，但生吃时口感偏硬偏咸，与伊比利亚火腿相比显得稍显逊色。这种口感上的差异可能限制了金华火腿在国际市场上的竞争力，因为越来越多的消费者更倾向于享用口感更佳的火腿产品。其次，金华火

腿在养殖方式和品种选择上与伊比利亚火腿存在差异。伊比利亚火腿采用纯种伊比利亚黑猪，其肉质紧实且油花丰富，而金华火腿可能在这方面不具备优势。这种差异可能导致金华火腿在口感和风味上无法与伊比利亚火腿相提并论。另外，金华火腿在市场定位和国际化方面也存在挑战。伊比利亚火腿作为西班牙的国民美食，已经在国际市场上享有盛誉，而金华火腿在国际市场上的知名度和竞争力相对较低。要想提升金华火腿的国际知名度和市场份额，需要加大品牌推广和市场开拓的力度。

金华火腿与伊比利亚火腿相比，存在口感、养殖方式、市场定位等方面的差异和挑战。要想提升金华火腿的竞争力和国际市场地位，需要在产品品质、营销推广等方面进行改进和调整。尽管金华火腿在品牌建设和市场推广方面取得了较大成功，但也面临着产品质量参差不齐、生产工艺陈旧、市场竞争激烈等问题，需要加强技术改造和产业升级，提升金华火腿产业的整体竞争力。

2. 南丰蜜橘产业的现状及挑战

首先，南丰蜜橘产业未能充分利用互联网直播销售等新兴渠道，也缺乏文旅局宣传力度，导致在省外的知名度不高，市场存在感较低。其次，设计理念不足，南丰蜜橘的设计理念较为单一，缺乏与时俱进的创新，没有太多的出圈机会，记忆点不够强，无法吸引消费者的注意。此外，它面临着同类产品竞争，随着砂糖橘等同类产品的出现，南丰蜜橘的市场地位受到了挑战。由于两者在外观和口感上相似度较高，消费者更倾向于选择口感更胜一筹的砂糖橘，导致南丰蜜橘的市场份额受到挤压。最后品质下降，部分地区种植的南丰蜜橘品质下降，失去了原有的风味和口感，价格也因此下跌。消费者更加注重品质，对于品质下降的产品不愿支付高价，这给果农带来了损失。

南丰蜜橘产业发展面临着互联网渠道不畅、宣传不足、设计创新不足、同类产品竞争激烈以及品质下降等多重挑战，需要制定有效的策略应对这些问题，提升产品竞争力和市场地位。南丰蜜橘在市场推广和品牌建设方面取得了一定成就，但也存在着供应链不畅、包装设计简单、产品附加值不高等问题，需要加强农业科技创新和品牌推广，提升南丰蜜橘的市场竞争力和附加值。

四、对我国推进实施乡村振兴战略的启示

首先，整合旅游资源与农业产业：西班牙政府将创意观赏农业与乡村旅游业相结合，通过开发农村旅游景点和体验项目，提升了农产品的附加值和市场吸引力。中国的农产品产业可以借鉴这种模式，将农业产业与旅游业相结合，打造特色农庄、果园景区等，吸引更多游客，促进农村经济的发展。^[4]

其次，加大科技创新和品牌推广：西班牙农产品在国际市场上具有一定竞争力，部分原因在于其注重科技创新和品牌推广。中国的农产品产业可以加大科技创新投入，提高产品品质和附加值，同时加强品牌建设和市场推广，提升产品在国际市场上的竞争力和知名度。

此外，强化农村基础设施建设：西班牙政府加大对农村旅游相关基础设施的投入，为乡村旅游业的发展提供了有力支持。中国可以加大对农村基础设施的建设力度，提高农村生活质量和旅游环境，吸引更多游客前来体验农村风情。

最后，提升产品品质和创新设计：西班牙农产品以其优质的品质和创新的设计而闻名，这为中国的农产品产业提供了借鉴。中国的农产品产业可以通过提升产品品质、创新包装设计等方式，增强产品的市场竞争力和消费者吸引力。

综上所述，借鉴西班牙的农业经济发展模式，中国的农产品产业可以通过整合旅游资源、加大科技创新和品牌推广、强化基础设施建设以及提升产品品质和创新设计等途径，实现农产品产业的转型升级，促进农村经济的发展和乡村振兴。

参考文献

- [1] 王盼盼. 伊比利亚火腿[J]. 肉类研究, 2008, (08): 1.
- [2] 周跃萍, 刘国奇. 夹缝之中的“金华火腿”[J]. 中华商标, 2003, (02): 8-10.
- [3] 王晓棠. 蜜橘之乡——南丰[J]. 农村百事通, 2012, (02): 59-60.
- [4] Song B, Li Y. Turismo rural: lecciones de España para Sichuan desde la perspectiva de revitalización rural[J]. Ibero-América Studies, 2024, 7(1): 38-49.