

- ★ 中国人文社会科学期刊 AMI 综合评价核心期刊
- ★ 中文社会科学引文索引(CSSCI)扩展版来源期刊
- ★ 中国农林核心期刊
- ★ 国家新闻出版广电总局第一批认定学术期刊
- ★ 中国知网(CNKI)数据库全文收录

主管单位 中华人民共和国农业农村部

主办单位 中国农业出版社有限公司

指导单位 农业农村部国际合作司

协办单位 农业农村部对外经济合作中心
农业农村部农业贸易促进中心
(中国国际贸易促进会农业行业分会)
农业农村部国际交流服务中心
中华人民共和国常驻联合国粮农机构代表处
中国人民大学农业与农村发展学院

WORLD AGRICULTURE

世界农业

刊名题字：吴作人

1979 年创刊

月 刊



世界农业编辑部
微信公众号

总 字 第 550 期
2025 年第 02 期

世界农业 编辑委员会

主 任 马有祥

副 主 任 (按姓氏笔画为序)

广德福 马洪涛 朱信凯 刘天金 杜志雄 何秀荣 张陆彪 顾卫兵 隋鹏飞

委 员 (按姓氏笔画为序)

王林萍 韦正林 仇焕广 孔祥智 叶兴庆 司 伟 吕 杰 朱 晶 朱满德 刘 辉
刘均勇 李先德 李翠霞 杨敏丽 吴本健 宋洪远 张林秀 张海森 张越杰 陈昭玖
陈盛伟 苑 荣 苑 鹏 罗小锋 罗必良 金 轲 金文成 周应恒 孟令洋 赵帮宏
赵敏娟 胡冰川 姜长云 袁龙江 聂凤英 栾敬东 高 强 黄庆华 黄季焜 程国强
蓝红星 樊胜根 潘伟光

主 编 刘天金

副 主 编 郭 辉 张丽四

执行主编 贾 彬

责任编辑 卫晋津 张雪娇 李 辉

编 辑 吴洪钟 汪子涵 陈 璿 程 燕

SHIJIE NONGYE

出版单位 中国农业出版社有限公司

印刷单位 中农印务有限公司

国内总发行 北京市报刊发行局

国外总发行 中国出版对外贸易总公司
(北京 782 信箱)

订 购 处 全国各地邮局

地 址 北京市朝阳区麦子店街 18 号楼

邮 编 100125

出版日期 每月 10 日

电 话 (010)59194435/988/990

投稿网址 <http://sjny.cbpt.cnki.net>

官方网址 <http://www.ccap.com.cn/yd/zdqk>

定 价 28.00 元

ISSN 1002 - 4433

CN 11-1097/S

◆凡是同意被我刊发表的文章，视为作者同意我刊将其文章的复制权、发行权、汇编权以及信息网络传播权转授给第三方。特此声明。

◆本刊所登作品受版权保护，未经许可，不得转载、摘编。

区域公用品牌带动特色产业发展的国际比较：动因、模式及成效	崔 丽 马英杰 李孝忠 (5)
择善而从：粮食供给稳定的国际经验、一般规律与政策启示	韩 冬 陈思思 蔡 荣 (18)
能人型村干部如何促进乡村环境参与式治理 ——以浙江省三个“千万工程”典型村为例	吴伟光 苗小波 马 荟 (31)
农业生产环节外包对农户种粮积极性的影响 ——基于双季稻种植的考察	陈江华 薛应如 (44)
数字技术何以赋能化肥源头减量？ ——基于浙江省“肥药两制”改革政策	卢泓钢 王益如 张俊飏 等 (56)
农业生产托管与农业经营方式创新	巩慧臻 芦千文 (69)
食品安全治理的嵌入式协作何以实现：基于 Z 农业企业的案例研究	董 丽 齐顾波 (81)
以文促旅：受教育程度如何影响农村家庭旅游支出？	吕笠瞻 戴 枫 (93)
粮食过度加工：影响效应、形成原因与治理方案 ——以稻谷为例	傅逸潇 曹宝明 胡 迪 (106)
迈向共同富裕的农村人居环境治理：实践表征、面临挑战与推进策略	王继应 杜永康 杜焱强 (117)
其他	
国际农产品市场价格与贸易形势月报 (第 39 期)	农业农村部农业贸易预警救济专家委员会 (130)
国际粮农动态：韩俊会见联合国粮农组织总干事屈冬玉等 6 则	(134)
2025 年 1 月世界农产品供需形势预测简报	赵可轩 (137)
再全球化背景下的中国农业贸易发展 ——第十五届农业贸易政策国际会议观点综述	赵立军 刘 柒 孙 玥 等 (141)
中国农业出海企业可持续发展风险研究 ——基于 ESG 信息披露视角的分析	王晓娟 于 敏 袁家辉 等 (145)

International Comparisons for Regional Public Brands to Drive Characteristic Industries: Movement, Mode and Effectiveness	<i>CUI Li, MA Yingjie, LI Xiaozhong</i> (5)
Choosing the Good and Following the Good: International Experience, General Laws, and Policy Implications for Stable Food Supply	<i>HAN Dong, CHEN Sisi, CAI Rong</i> (18)
How can Capable Village Cadres Promote Participatory Governance of Rural Environment —Taking Three Typical Villages of “The Thousand Villages Project” in Zhejiang Province as an Example	<i>WU Weiguang, MIAO Xiaobo, MA Hui</i> (31)
The Impact of Agricultural Production Outsourcing on the Enthusiasm of Farmers for Grain Cultivation —Investigation based on the Planting Behavior of Double Cropping Rice	<i>CHEN Jianghua, XUE Yingru</i> (44)
How Digital Technology Enable the Source Reduction of Fertilizer; Based on the Reform Policy of “Real-name and Quota System of Fertilizers and Pesticides” in Zhejiang, China	<i>LU Honggang, WANG Yiru, ZHANG Junbiao, et al</i> (56)
Agricultural Production Trusteeship and Innovation of Agricultural Management Methods	<i>GONG Huiizhen, LU Qianwen</i> (69)
How is Embedded Collaboration Possible for Food Safety Governance; A Case Study based on Z Agribusiness	<i>DONG Li, QI Gubo</i> (81)
Cultivating Tourism through Education: How Does Educational Attainment Affect Rural Household Tourism Expenditure?	<i>LV Lizhan, DAI Feng</i> (93)
Grain Over-processing: Effects, Causes, and Solutions —A Case Study of Rice	<i>NAI Yixiao, CAO Baoming, HU Di</i> (106)
Towards Rural Living Environmental Governance for Common Prosperity: Practice Characterization, Challenges, and Promotion Strategies	<i>WANG Jiyong, DU Yongkang, DU Yanqiang</i> (117)

区域公用品牌带动特色产业发展的国际比较：动因、模式及成效

◆ 崔丽¹ 马英杰² 李孝忠^{3,4}

1. 黑龙江科技大学管理学院 哈尔滨 150022;
2. 河北农业大学经济管理学院 保定 071001;
3. 东北农业大学经济管理学院 哈尔滨 150030;
4. 黑龙江省绿色食品科学研究院 哈尔滨 150028)

摘要: 特色产业是推动产业发展的重要力量, 培育区域公用品牌是促进特色产业发展的有力抓手。借助区域公用品牌将禀赋优势转变为市场优势, 以新思路破解中国特色产业发展难题, 以特色产业中高端发展推动区域产业结构升级。本文基于区域公用品牌带动特色产业发展动因和机理的阐释, 深入剖析代表性国家区域公用品牌带动特色产业发展的实践案例, 提炼各国实践模式的共性、差异和趋势, 归纳各国实践模式的实践成效, 进而为中国不同区域的特色产业发展提出可行性建议。研究表明: 区域公用品牌管理全过程渗透特色产业前端、中端和后端, 在不同国家实践中存在共性与差异, 各国实践模式的趋势体现为原料基地建设优质化、加工技术精进匠心化和产业链条发展绿色化等六个方向; 区域公用品牌带动特色产业发展的实践成效表现为强化了产业基础、促进了产业集聚、提高了产品质量; 未来中国特色产业发展应从三方面着手: 巩固特色产业基础优势、培建特色产业协作集聚、挖掘特色产业产品价值。

关键词: 区域公用品牌; 特色产业; 产业中高端发展; 产业升级

DOI: 10.13856/j.cn11-1097/s.2025.02.001

1 引言

“十四五”规划提出要因地制宜培育和大力发展特色产业以来, 各地区因势利导、不断加大特色产业发展力度。从整体来看, 中国大部分地区特色产业发展仍处于成长培育阶段, 存在区域布局不合理、产品附加值低、品牌影响力弱等堵点和痛点, 难以实现特色产业中高端发展^[1]。区域公用品牌建设能够深入挖掘产业特色和激活产业发展要素, 持续推进特色产业标准化、规模化和品牌化发展。借助区域公用品牌, 特色产业

收稿日期: 2024-05-06。

基金项目: 国家社会科学基金项目“基于异质性主体需求的农业产业链逆向整合机制研究”(21BGL286), 教育部人文社会科学研究青年基金项目“农产品区域公用品牌带动东北粮食主产区乡村特色产业发展的机理与路径优化研究”(24YJC630029), 黑龙江省哲学社会科学规划项目“大食物观下黑龙江省农产品区域公用品牌建设研究”(23GLD023)。

作者简介: 崔丽(1986—), 女, 黑龙江五常人, 博士, 讲师, 研究方向为公共政策与农业经济; 马英杰(1996—), 女, 山东潍坊人, 博士研究生, 研究方向为农业经济。

通信作者: 李孝忠(1980—), 男, 黑龙江大庆人, 博士, 教授, 研究方向为农业经济, E-mail: lee@neau.edu.cn。

向公众精准传递区域内资源特性、文化底蕴、技术工艺与产品质量等信息,将属地特色资源优势转变为特色产品优势,以特色产品带动产业发展进入“快车道”^[2]。特色产业中,全品类产品共享区域公用品牌带来的品牌效应,以品牌引领特色产业向中高端发展迈进,实现区域产业结构升级^[3]。

区域公用品牌是一个新兴研究对象,国内外没有与之直接对应的概念,但基本认同的是,它具有区域性、公共性和品牌性的特征^[4],已有文献集中在品牌建设主体和过程的研究^[5],围绕“搭便车”问题提出治理方案^[6-7]。现有文献关于区域公用品牌与特色产业直接关系的研究也较少,多聚焦果品类和茶叶类区域公用品牌与特色产业发展实践^[8],主要从品牌价值视角切入^[9]。相关文献可提供观点支撑:一是区域品牌与区域经济,区域品牌可以带动一个产业集群,带动该区域周边地区的发展^[10-11];二是农产品区域品牌与农村经济,农产品区域品牌能够提高一个地区特色产品的知名度^[12],促使特色农产品规模化生产和专业化分工^[2],优化农村产业结构,进而带动农村地区经济发展^[13]。已有研究还存在两点缺憾:一是现有研究更多探讨区域公用品牌助推区域经济发展,忽视了区域公用品牌的直接着力点是特色产业,且理论和实践也表明,特色产业是区域经济发展的重要支点;二是以区域公用品牌为代表的品牌经济改变了区域产业发展的实践逻辑,但是已有文献对区域公用品牌带动特色产业发展的机理、实践模式与成效等还缺乏系统总结与规律提炼。

综上所述,本文通过阐释区域公用品牌带动特色产业发展的动因与机理,进而分析不同国家的典型实践,总结萃取出各国实践模式的共性、差异和趋势,以及实践成效,最终探讨中国不同区域特色产业发展可借鉴的经验启示,以期为中国特色产业发展路径提供新思路。

2 理论逻辑

2.1 区域公用品牌带动特色产业发展的动因

区域公用品牌是联系生产者与消费者的关键纽带,其带动特色产业发展的动因表现在三个方面。

第一,特色产业产品销售的压力。区域公用品牌可以提升特色产业中多品类产品的销售数量。区域公用品牌的平台性与规模性降低了特色产业中众多企业在产品宣传、交易及品类升级等方面的成本。区域公用品牌注重优品培育及质量把控,增加消费者对特色产业产品的忠诚度^[14],晕轮效应会扩展到其他产品,增加其他品类产品的销售数量^[13]。

第二,特色产业产品升级的推力。区域公用品牌可以满足消费者对特色产业产品的中高端需求。区域公用品牌根植于区域深厚的历史与文化底蕴,特色产业产品物质属性和价值属性的叠加可以丰富消费者购物与使用体验,匹配消费者对产品个性化的中高端消费需求。区域公用品牌建设推动特色产业产品同国内外市场上同类中高端产品对标,为将来开拓消费者的中高端产品需求奠定基础。

第三,特色产业自身发展的动力。区域公用品牌可以推动特色产业中不同规模企业的经营与扩张。区域公用品牌吸引人才、知识、资本等生产要素在区域内聚集并快速流动,有利于加强产业链不同节点企业间合作与交流,提高企业经营管理能力与产品创新能力。通过扶持区域公用品牌建设,提供有利于特色产业发展的基础设施投资与扶持政策保障,进一步为特色产业中不同规模企业兼并重组、扩大经营范围提供支撑。

2.2 区域公用品牌带动特色产业发展的机理

特色产业是一种具有鲜明地域特征的产业类型,它以独特的资源为产业赋能^[15]。区域公用品牌带动特色产业发展的机理包含三个方面。

第一,在品牌价值共创视角下,区域公用品牌是特色产品附加值的宣传平台。区域公用品牌向消费者传递积极的地域文化形象、产品高品质印象等信息,形成消费者对特色产品附加值的认同,增加特色产业多品类产品销售数量。区域公用品牌向公众展示特色产业的传统工艺与匠心服务,进一步拉动特色产业产品的品牌溢价,满足消费结构升级下消费者对中高端产品的需求,推动区域的小特产发展为特色大产业。

第二，在品牌信息传递视角下，区域公用品牌是提升特色产业美誉度的重要载体。独特的自然生态禀赋与文化传统赋予区域公用品牌原产地效应，引导消费者对产品包装、原材料、加工工艺等特色产业基础要素形成积极联想，加深消费者对产品的优质印象。通过严格统一的原材料甄选、工艺与生产标准和营销推广等品牌管理措施，区域公用品牌将资源优势转化为特色产品比较优势，进而提升特色产业消费端形象力与市场竞争力^[16]。

第三，在产业集聚发展视角下，区域公用品牌是特色产业发展的无形资产。政府会统筹各类资源为区域公用品牌建设提供支持，展开多种类型的品牌推介活动，助力特色产品形成消费者识别与购买偏好，营造有利于特色产业发展的消费环境。区域公用品牌向广大投资者传递市场发展潜力信号，为特色产业规模扩张和创新升级创造有利条件，强化相关利益主体合作，形成特色产业在产业链中的独特竞争优势。

3 各国实践模式：共性、差异、趋势

3.1 实践模式的分析框架与方法

区域公用品牌的命名方式多种多样，有的采取国家、省、市或县级名称加产品名称的形式，有的采用组织名称加产品名称的形式，还有的是产地名称加产品名称^[4]。本质上，区域公用品牌是多元主体基于独特的资源禀赋，为追求共同利益价值而建立的一种公共使用的品牌。基于前文理论逻辑的阐释，本文设计一个系统剖析国外实践模式的框架（图 1），具体从区域公用品牌管理全过程渗透特色产业前端、中端和后端来剖析各国的实践模式。

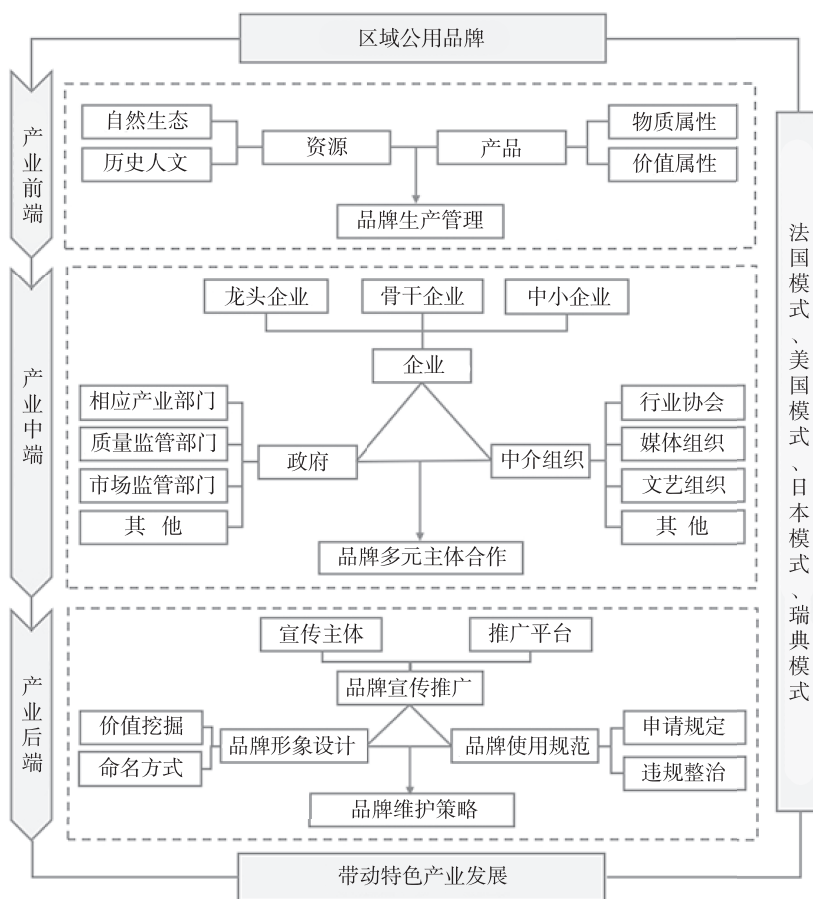


图 1 区域公用品牌带动特色产业发展实践模式的框架

产业前端——品牌生产管理。特色产业需要立足地区优势的自然生态和历史人文资源禀赋，建立生产

原料、生产地域、生产技术等产业基础要素的生产标准，因地制宜打造标准化特色产品原料基地、生产基地和加工技术，向消费者传递特色产品物理属性和价值属性的优质品质，持续向市场输送标准化的特色产品。

产业中端——品牌多元主体合作。特色产业各利益主体合作发展，促进特色产业经济组织的资源、技术和功能融合，以区域公用品牌相关利益主体的分工与协作为核心，推进特色产业品牌培育、认证、管理和评价等方面的建设，利用区域公用品牌拉动特色产业协作集聚，逐渐形成规模化特色产业集群。

产业后端——品牌维护策略。为从根本上解决特色产业面临的产品同质化、产业效益差和竞争优势弱等痛点，需要对特色产业的品牌维护策略进行持续更新，包括品牌形象设计、宣传推广和使用规范，形成全方位的质量监管体系和多层次的价值拓展机制，建立巩固特色产业发展基础的长效保障机制。

3.2 各国实践模式

3.2.1 法国实践模式

法国葡萄酒已经成为高档优质葡萄酒的代称，在区域公用品牌带动下，葡萄酒产业成为法国对外出口的重要支柱性产业之一，2022年对外出口值达123亿欧元，占据全球葡萄酒贸易的近1/3^①。

产业前端——品牌生产管理。法国通过划定葡萄酒种植产区、规范生产经营标准等措施，探索葡萄酒产业持续发展之路。法国先按照土壤和光照等生产因素科学精准规划出葡萄酒优势种植与酿造产区，再逐级划分次产区、小酒区、葡萄园或庄园。法国政府率先对葡萄酒生产实施原产地保护制度（AOC），规范葡萄酒产业的区域公用品牌经营活动。葡萄酒企业必须在选址、种植和生产等环节取得相应的许可权，再结合地区自然资源优势、品种种植特性及加工工艺等条件开展区域品牌葡萄酒生产经营。法国不同区域葡萄酒有不同的品质分级和等级认证标准，以保证不同区域不同等级葡萄酒的品质^[17]。

产业中端——品牌多元主体合作。法国政府推行农产品区域公用品牌管理与运作，将产业标准化建设与产区公用品牌战略相结合，推进葡萄酒特色产业发展。政府对产业发展关键技术与科研给予财政补贴，设置专业的葡萄酒大学和技术检测中心，为酒商、合作社、种植户等主体提供多种技术指标的分析与研究，保证食用安全与产品迭代培育。地方政府逐步在不同葡萄种植园区打造各具特色的旅游观赏景点，引导品牌葡萄酒种植主体融入特色旅游业^[18]。法国葡萄酒行业协会向葡萄酒种植、生产者提供技术指导与培训。葡萄酒生产经营企业根据市场反馈来不断精进酿造技术和更新葡萄酒系列产品等^[19]。

产业后端——品牌维护策略。法国协调农业部门、专业合作社以及种植户等各方利益，引导多主体维护区域公用品牌形象与声誉。依据法国法律规定，所有区域公用品牌葡萄酒企业必须采用归属地的原材料，按照传统工艺在属地内加工生产，经法定程序批准后才冠上原产地域名称。法国对葡萄酒品种选择、栽培技术与生产销售等环节都有严格监管规定，以增强国内外消费者食品安全信任度。对因含农药残留或非标准种植等违反规定的酒庄，法国葡萄酒协会取消其区域公用品牌的认证资格，违规情节严重的企业将面临巨额罚款^[20]，确保葡萄酒企业坚持规范经营。

3.2.2 美国实践模式

美国加利福尼亚州（简称加州）因天气干燥、昼夜温差大的环境特征，生产的柑橘外观澄亮、口感清甜。作为加州柑橘产业发展的领头羊，新奇士柑橘更是闻名世界，它的品牌价值早在2018年以前就已超过10亿美元^[21]。

产业前端——品牌生产管理。“新奇士”最初是部分加州柑橘经营主体在自愿结合的基础上，通过注册集体商标而建立的区域公用品牌，行业协会强制性要求区域果农保证生产经营规范化，以严格的自检制度保障新奇士柑橘品质^[22]。行业协会实施严格的分类分级管理，在特色产品质量标准下，设置专业部门负责柑橘

^① 资料来源：OIV网站。The spike in wine prices hit consumption, boosting export values to the highest levels, <https://www.oiv.int/press/spike-wine-prices-hit-consumption-boosting-export-values-highest-levels>.

的质量分级工作，加强新奇士柑橘的质量管控。行业协会适当调整新奇士柑橘品种与口味，满足不同国家、地区及不同文化消费者的消费需求。美国先进的农业科技创新和机械化水平支撑加州柑橘产品的研发，持续改善柑橘产品种植环境，提升产品营养价值和生产规模。

产业中端——品牌多元主体合作。美国的商标法保护体系对特色产品设有对应的质量监管法规，通过强制措施保障新奇士柑橘质量。行业协会采用现代企业运作模式，打造智能化、数字化产销管理体系，寻求与不同国家间柑橘买卖双方合作。经行业协会认证的经营主体，会将产品订单发送给加州行业协会总部，总部会指定旗下包装公司进行柑橘的采收与运输，推动加州柑橘产业实现经营专业化与规模化^[23]。联邦政府通过农业补贴和基础设施投入来逐步提高加州柑橘产业的生产力^[24]。加州政府制定一系列农业投资的税收减免或优惠政策，吸引国内外生产经营者来加州投资柑橘产业，推动加州柑橘产业发展集聚化。

产业后端——品牌维护策略。新奇士柑橘行业协会将差异化的品牌营销策略应用于产品宣传与包装，强化不同群体的消费体验。在新奇士柑橘进入全球市场前，行业协会充分调查市场信息并制定广告宣传计划；同时，行业协会利用产品包装、广告标语向消费者传递特色产品高品质、营养与健康等信息，传递新奇士的文化价值和加州地域优势特色。行业协会还借机拓展附加产品业务，推出柑橘果汁、汽水等产品，提高柑橘产业的产品附加值^[25]。在品牌认证方面，行业协会负责加州柑橘产业品牌认证过程的专业化管理，全方位管控加州柑橘行业的品牌美誉度，维护产业发展基础^[26]。

3.2.3 日本实践模式

日本从“一村一品”运动开始振兴属地特色农产品，随后部分特色农产品形成区域公用品牌全国影响力，宇治茶、静冈茶、青森苹果等成为国内外知名区域公用品牌^[27]。

产业前端——品牌生产管理。日本在全国范围内推行“本地本物”制度，从种植品种、工艺、质量等各方面对不同区域公用品牌的农产品进行严格的细节把控。“本地本物”制度明确要求特色产品要以地方原材料与传统工艺进行加工生产，并由品牌审查委员会对其名称、特色、卫生管理标准及加工工艺等内容进行认定。日本要求严格控制特色农产品的农药与化肥施用量，还要求包装印有产品名称、产地等产品信息，以保证特色产品信息可溯源，实现特色产品质量管控的标准化和精准化。日本不同地区的特色农产品从育种、收集切割、加工与销售等全过程都有严格的执行标准，铸就了日本特色产品高品质的形象。

产业中端——品牌多元主体合作。日本先后出台《反不正当竞争法》《商标法》《控制产品标签和营销》等法律法规，维护各类特色产业生产经营主体的合法权益^[28]，通过农林水产知识产权保护协会维护区域公用品牌，设立农业专项发展基金，推动特色产业集群化发展^[29]。日本中央政府和地方政府联合宣传属地特色产品的历史和文化，打造以属地特色农产品为核心的休闲、生态旅游观光项目。日本农产品行业协会检验生产者是否按规定标准进行栽培与种植等，为特色产业生产全过程提供咨询、学术研讨等服务。日本设有由经济学家、品牌营销专员等组成的工作小组，负责研究农产品区域公用品牌发展，为生产经营者提供相关咨询服务。

产业后端——品牌维护策略。日本特色农产品坚持高品质定位，将绿色、新鲜、健康作为特色农产品的品牌营销卖点，保障本地区居民就近购买高品质特色农产品。日本不同区域公用品牌的农产品采取差异化包装加工策略，强化地区特色，率先获得属地消费者的认可，这也契合日本推行“地产地消”的政策目的。地方政府还利用乡土情怀和名人效应来打造特色村庄建设，宣扬地域人文特色，宣传当地农产品^[26]。日本农协协会定期举办特色产品区域公用品牌建设研讨会，加强品牌海内外推广的培训工作。日本农产品生产经营主体借助众多品牌营销公司之力，向消费者传达特色产品亮点等品牌价值信息^[30]。

3.2.4 瑞士实践模式

“Swiss Made”作为全球钟表行业的品质标杆，已发展为国家层面的区域公用品牌，成为瑞士钟表制造业的唯一信誉保证。截至2022年底，瑞士手表出口额高达248亿瑞郎，创下历史新纪录^①。

① 资料来源：瑞士钟表工业联合会网站。钟表业统计，<http://www.fhs.hk/zht/statistics.html>。

产业前端——品牌生产管理。工艺传承和技术革新贯穿瑞士钟表产业发展全过程。瑞士钟表制造商最早利用特色工艺技术和艺术传承价值，凭借能工巧匠们高超的技艺和低价亲民的营销路线，逐渐超越英法制造商。随后瑞士钟表制造商持续对部分子品牌的钟表进行工艺技术革新，逐渐研发出较为先进的钟表生产、修复技术以及核心产品，打开“Swiss Made”极致追求卓越的品牌影响力。瑞士手表机芯、表带、手表的组装及检测需在瑞士境内完成并进行严格的品质检测，而表盒需要在瑞士完成至少 50% 的生产价值才具备“Swiss Made”的认证资格。瑞士认证了“陀飞轮”“三问”“万年历”三项顶尖制造技术，是世界机械表制造领域内最顶尖最复杂的三大技术。

产业中端——品牌多元主体合作。行业协会引导瑞士钟表企业兼并重组，推动钟表行业规模进一步扩大，打造全自动化的钟表制造工厂，推进钟表生产的规模化和高精尖产品的标准化。瑞士专利局会对不同钟表专利进行严格的资质审查，以品牌认证方式保障钟表工艺技术传承和申请专利质量。瑞士钟表行业协会吸纳斯沃琪集团、劳力士集团及历峰集团等顶尖钟表集团成为协会会员，不断提高瑞士钟表国际竞争力。行业协会持续推动瑞士钟表企业精进加工工艺与款式，促进钟表产业的经营规模不断扩大。瑞士政府也极其重视工匠精神的培养和钟表技术培训，设立多所专业钟表制造技术学院培养钟表技术匠人。

产业后端——品牌维护策略。瑞士钟表行业协会严格规定“Swiss Made”使用标准和适用范围，利用原产地保护法和“Swiss Made”标志使用条例等法律条例加强行业监管力度。行业协会还推动瑞士钟表行业打造集悠久历史和精湛技术于一身的行业形象，提高瑞士钟表制造技术和产品的认可度。在行业协会指导下，制造商把瑞士钟表制造理念融入品牌营销中，将生产钟表品质和产品用料的高标准通过多种渠道展示给消费者，如“钟表产品合格率必须达到 100% 目标，90% 都不行”。钟表制造工人追求完美的工匠精神使得瑞士钟表产品逐渐成为具备收藏价值的艺术品，进一步扩大了“Swiss Made”的影响力。

3.3 各国实践模式共性

从区域公用品牌带动特色产业发展实践中，可以发现法国葡萄酒、美国新奇士柑橘、日本农产品和瑞士手表的实践模式各具特点，但是也存在三点共性，如图 2 所示。

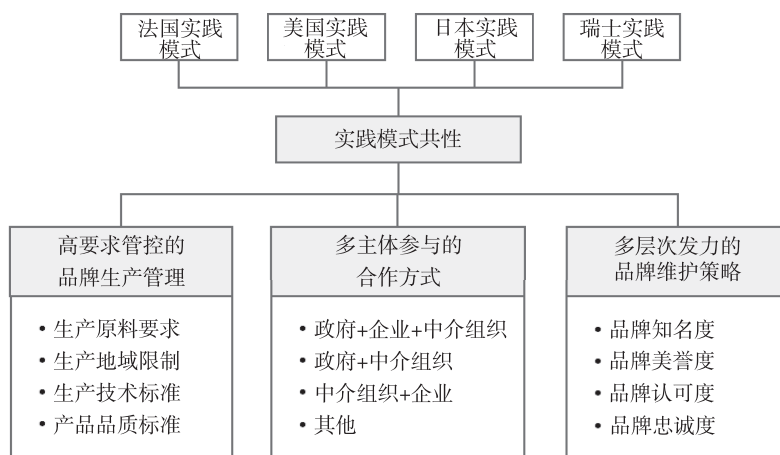


图 2 区域公用品牌带动特色产业发展的实践模式共性

3.3.1 高要求管控的品牌生产管理

各国通过制定严苛的特色产品质量认证标准，实施行业生产经营规范等措施，构建权威的区域公用品牌质量管理体系，逐渐形成特色产业竞争优势。法国通过原产地命名控制法以及覆盖全产业链的产品质量监控制度，从种植到销售的各个环节对不同区域葡萄酒实行严格的文件监管、现场监管和行政监管。美国对区域公用品牌的特色产品实行分类分级管理，政府设定生产、加工等众多环节的质量认证方式和严格的食物召回制度，保证生产商公开食物信息和质量安全保障措施。日本实施标准严格的有机农产品认证制度、特色栽培

农产品认证制度、原产地可追溯制度等农产品区域公用品牌质量安全监管制度，对已经成熟的特色农产品按品质分级筛选，以保障农产品的独特品质。瑞士钟表从机芯、表带和表盒等原材料到加工工艺都有明确的法律使用规定和使用范围，并由瑞士行业协会进行监督管理，保障瑞士手表的精湛工艺和精良品质。

3.3.2 多主体参与的合作方式

实践表明，区域公用品牌建设是一个系统且烦琐的工程，四个国家通过发挥政府、企业以及第三方组织等多主体协作的力量，从顶层设计、外部市场到企业内部品牌管理等畅通区域公用品牌信息输送渠道，保障特色产业持续健康发展。法国由政府制定和完善原产地保护制度，葡萄酒合作社和行业协会保障葡萄酒的质量认证和产品宣传，专门的葡萄酒酿造学校实现新葡萄酒与产品研发和技术升级。美国对农业投资、产品技术升级等财政投入保障了柑橘产业规模化发展，以严格的法律体系严厉打击违法行为，并由行业协会参与质量监控。日本政府负责制定特色农业发展战略，农协负责保障特色农产品品种开发和质量。瑞士钟表在行业协会的带领下打造高精尖钟表产品，政府制定准入门槛等有关法律政策维护“Swiss Made”使用者与消费者双方的权益，钟表制造院校向钟表行业输送匠心人才来维护瑞士钟表品质和行业形象。

3.3.3 多层次发力的品牌维护策略

作为宣传特色产品高品质、高价值的信息载体，区域公用品牌建设离不开品牌形象的宣传包装和销售推广。各国特色产品生产商利用创意包装设计、媒体与文化营销等品牌营销策略，传递区域公用品牌价值内涵。除了传统的广告营销，法国部分葡萄酒生产制造商以香槟邮票、插画大师绘制的明信片等名人名家营销方式，实现特色产品与区域自然、人文资源禀赋相结合。美国新奇士柑橘生产商坚持以个性化、差异化的柑橘广告策略精准投放不同市场，持续扩大柑橘产品的国内外市场占有率，促进柑橘产业规模化发展不断迈向新阶段。日本生产商借助广告、外观设计和新颖包装等宣传特色产品的独特优势，把区域传统文化作为首要宣传内容，提高消费者购买特色产品和体验当地文俗的意愿及行为。瑞士钟表制造商通过钟表展览会宣传产品的加工工艺、精密体验和历史传承价值，全方位包揽钟表行业低中高端消费市场。

3.4 各国实践模式差异

在区域公用品牌带动特色产业发展实践中，法国葡萄酒、美国新奇士柑橘、日本农产品和瑞士手表都不是简单复制其他国家实践。各国实践模式在资源禀赋、带领发展主体和品牌根植内涵三个方面存在差异，如图 3 所示。



图 3 区域公用品牌带动特色产业发展的实践模式差异

3.4.1 资源禀赋的基础不同

不同国家资源禀赋基础不同,特色产品种类和品质不同,建设区域公用品牌的方法和路径也有一定差异。法国自然地理条件优越,资源较为丰富,先天拥有不同品种葡萄种植的温度、日照、土壤和湿度等基础优势,形成口感、层次大不相同的波尔多红酒产区、勃艮第白葡萄酒产区等著名的葡萄酒产区。美国地广人稀、资源丰富,农业机械化程度高,加州生产的柑橘爽口甘甜且产量充足,生产商积极寻求海外市场,持续推动柑橘产业规模化发展。日本地少人多,自然资源匮乏,但南北延伸的地形特征使其拥有相对差异化的气候条件,不同地区农产品各具特色,利用旅游农业和生态观光农业实现旅游业与特色产业融合发展。瑞士地形复杂,自然资源相对匮乏,客观上趋向于发展占地少且原材料消耗少的工业,传统制表工艺具有深厚的传承价值,发达的旅游业和会展业也为瑞士钟表提供了广阔市场。

3.4.2 带领发展的主体不同

不同国家在区域公用品牌建设过程中引导主体不同,建设模式呈现差异化。法国葡萄酒产业主要依赖政府对葡萄酒产业的规划、品牌认证法律体系的制定,引导种植户、合作社和研发机构等多主体协调发展,指导葡萄酒产业与旅游业融合发展。日本在全国范围内实施特色农业发展战略,同时由基层、县级和中央三层农业合作社组成的农业协会与政府共同指导和监管产品质量和品质,为农户提供医疗、保险和信贷等服务^[31]。美国新奇士柑橘协会严格管控柑橘生产加工标准,协调农户与其他利益相关者的关系,统一全球营销订单的收录和派发,提供种植技术培训和品种升级等服务。瑞士钟表行业协会在缺少政府系统管理和规范钟表产业时发挥了推动作用,协会成员共同规范和管理区域公用品牌,保障品牌管理、使用和运营规范;行业协会吸纳斯沃琪等龙头企业,打造瑞士钟表产业发展规模优势,促进钟表行业技术创新和工艺传承。

3.4.3 品牌根植的内涵不同

各国区域公用品牌根植的内涵不同,生产者通过差异化的方式,向消费者传达不同特色产品的价值和理念。法国葡萄酒区域公用品牌的建设充分利用当地自然气候、葡萄酒文化等地域自然和人文特色,向消费者传递葡萄酒品质和品鉴文化,激发消费者体验酿造工艺流程与感受法式生活艺术。美国新奇士柑橘利用“喝一个橙子”的广告语传递味佳且健康的产品价值,采用“补充维生素C”的宣传卖点确立营养且健康的品牌灵魂;新奇士柑橘将切开一角的橙子设计成咧嘴微笑的模样,通过品牌的符号化来传播积极向上的生活态度。在日本“一村一品”发展过程中,当地村民通过创意将本地优势资源进行加工,转化为有品质且有故事的特色产品,带动寻源求知、文化体验、村庄度假及生态观光等类型的文化旅游发展。瑞士钟表制造业保留原有历史文化和品牌特征的同时迎合当代社会审美,以不同材质、肌理、色彩等形象设计形成独特的钟表设计语言,成功塑造不同品质档次的钟表产品形象。

3.5 各国实践模式趋势

在区域公用品牌带动特色产业发展实践中,法国、美国、日本和瑞士的实践模式在特色产业前端、产业中端和产业后端三个方面存在六种发展趋势。

3.5.1 原料基地建设优质化

产品是连通消费者和区域公用品牌的载体^[32],其原材料则是保障产品质量的重要前提。各国积极加强现代化的原料生产园区建设,通过划分原料产地等级、提升机械化水平和扩大园区规模等措施,持续提高生产合格率和储藏能力。不断提高新型大数据、生物防治等新技术的应用,提升原料生产基地的基础设施水平和装备数据化水平,打造优质原料生产基地以保障特色产品生产能力和生产质量。

3.5.2 加工技术精进匠心化

加工技术是特色产业将独特的资源转变为现实产品的工艺语言,是连接产品设计与制造的桥梁,也是支撑特色产品迭代更新的根基。不同国家加大对基础科研领域的财政支撑,引导企业与学校、科研院所为特色产业输送技术人才,引导高素质人才积极投入新产品研发。从国家层面不断突破核心加工技术,提升特色产

品生产装备和设计创新水平,建设核心技术研发体系,力求以匠心工艺支撑产业持续发展。

3.5.3 物流网络构建体系化

畅通物流体系,加快物流网络建设是各国建设区域公用品牌、发展特色产业过程中不可缺少的重要一环。各国鼓励生产经营主体开发、建设和利用产地市场、区域物流中心、直销配送中心和电商交易中心,不断提高特色产品运输和错峰销售能力,确保产品供需稳定。各国不断推进在线销售等物流新业态的发展,开发新的物流模式,通过全面系统的物流网络畅通特色产品销售与服务渠道。

3.5.4 产业链条发展绿色化

产业链条绿色化发展是实现特色产业绿色转型的重要途径,也是提升区域公用品牌绿色品牌价值的可行措施。各国利用区域公用品牌的知名度吸引游客实地体验,推动生态农业与旅游业融合发展;提倡环境友好的产品加工方式,加快应用节水、节能等绿色技术装备,推广清洁高效制造工艺;鼓励产品绿色研发、绿色物流运输、电子商务等,努力实现特色产业上中下游产业链集群的绿色化发展。

3.5.5 品牌营销推介新颖化

品牌营销可以激发消费者购买潜力,是提升区域公用品牌知名度的利器,也是树立特色产业良好形象的重要方式。各国在传统的广告营销基础上,利用名人效应、网络销售等措施创新品牌营销推介,通过展销会、交易会及网络视频等多种方式,传递特色产品物质属性、技术工艺和文化内涵信息,不断加强创意研发与特色产品创新迭代,挖掘特色产品的多重文化价值,持续提升特色产品附加值。

3.5.6 产品质量监管数据化

特色产品质量是区域公用品牌信誉度的核心要素^[6]。各国特色产品生产商运用数字技术精准统计生长发育状况和生产加工进度,在生产和包装阶段采取人工与全自动流水线相结合的方式执行质量品控检测,确保特色产品质量符合出厂标准;通过电子商务平台加强产品信息披露和运输能力,为消费者提供产品生产情况等服务,保障特色产品质量可溯源,不断推动特色产品质量监督数据化。

4 实践成效

4.1 特色产业基础标准化发展

产业基础是支撑产业形成和发展的基石,包含产品制作原材料、加工工艺、产业技术和资源要素基础等多个方面^①,产业基础能否实现标准化发展会对该产业竞争力产生重要影响^[33]。在区域公用品牌管理过程中,各国建设出一系列符合相关规定的原料生产基地,确保核心原料质量达到进入生产环节的标准,探索特色产品初加工和再加工的技术要求与标准规范,逐步推动特色产业基础实现标准化发展。法国对葡萄酒产业实行原产地命名控制制度(AOC),根据不同地区地理位置、气候特点和土壤条件等风土特征,形成属于每个产区特定的规范要求。各产区依据资源要素优越程度将葡萄酒种植地划分出头等、次等等诸多品级,法国逐渐培育出2 900多个葡萄酒品种。在葡萄原料培育方面,法国根据不同品种葡萄酒生长习性,形成一致的修剪手法、施肥和采摘等葡萄酒原料培育执行标准^②。在加工技术方面,地方政府会严格监管葡萄酒酿造工艺流程,规范葡萄酒单位面积葡萄浆果产量等步骤并进行监管,确保不同类型葡萄酒在产前、产中和产后全过程的标准化操作,由此法国十多个葡萄酒产区各自形成独属本地产区口感和风格的葡萄酒。

4.2 特色产业集聚规模化发展

特色产业集聚是相近或相似的产业不断竞合、学习与创新的过程,可以使产业逐渐形成集体产销优势,

① 资料来源:中华人民共和国中央人民政府网站。关于印发贯彻实施《国家标准化发展纲要》行动计划的通知, https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-07/09/content_5700171.htm。

② 资料来源:中国质量新闻网网站。从法国葡萄酒品质差异化细分要素看小产区模式(下), https://www.cqn.com.cn/zgzlb/content/2019-08/13/content_7413997.htm。

其所在的区域成为某些特色产品的主要供应地,有利于区域公用品牌形成与发展。区域公用品牌成长后进一步促进资本、创新技术和劳动力等要素自由流动,加强同类产品生产经营主体在区域内的分工与合作。在区域公用品牌顶层设计的引领下,产业配套服务逐步完善、经营规模持续壮大、产业链不断延长,培育出一批综合竞争力强的龙头企业、产业园区或产业基地。16世纪,瑞士钟表业兴起于日内瓦,以农闲生产的乡镇企业模式或家庭手工作坊为主,在空间上呈现分散格局。工业化生产后期,瑞士钟表行业逐步向汝拉地区集聚,2017年瑞士已有700家公司从事钟表行业,95%的公司聚集在汝拉地区的9个州^①。瑞士政府通过横向和纵向企业整合手段以及区域公用品牌策略,不断扩大产品生产规模和企业空间集聚,形成了以日内瓦、比尔和拉绍德三大钟表城市为主的钟表产业集群,囊括全球95%以上的高端手表品牌。法国和日本在产业集聚过程中推动特色农业与旅游业相融合,拉动教育、餐饮、住宿、休闲娱乐等相关产业在特定区域集聚,打造出诸如勃艮第庄园、宇治茶乡等特色产业集聚区。

4.3 特色产品质量品牌化发展

产品质量是区域公用品牌的核心,是产品附加值产生的前提,也是特色产业稳健发展的根基^②。区域公用品牌是产品物质属性和价值属性可视化的有效表现形式。特色产品借助区域公用品牌将产品外观、口感、质量和产地等物质属性向消费者真实披露,同时,向消费者传递产品特色蕴含的生活方式、消费理念和异域风情等价值属性,满足独特消费体验的需求。法国通过规范不同品种葡萄酒的口味和质量,使品牌能够展示出不同品种葡萄酒背后的异域风情和文化内涵;利用标签注明葡萄品种、酿造和储藏方法等信息,帮助消费者区分葡萄酒的品质和等级,满足多样化、差异化的消费体验。美国新奇士柑橘生产商持续打造“健康”的品牌定位,使人们只要想到健康的柑橘就能联想到新奇士品牌,使新奇士成为橙子的代名词;结合不同地区消费习惯开展社会宣传活动,增加新奇士品牌的曝光率,使五大洲近50多个国家有数十种不同的产品都在使用“新奇士”品牌^[34]。

5 经验启示

5.1 巩固特色产业基础优势,夯实特色产业发展基础

资源要素是特色产业形成的物质基础,是打造区域公用品牌的出发点。各国发展实践中,中央政府或地方政府均从国家和地区的资源禀赋特征出发,精准选择区域内最具代表性的特色产品及特色产业;同时,紧跟消费需求结构新变化,深度挖掘区域内自然生态和历史人文资源的优势,不断挑选能够匹配更多消费者和更高需求层次的特色产品,推动形成区域特色产品系列,建设优势特色产业集群。中国应该积极引导行业协会、企业和科研机构等解析区域内资源要素的地域性和优势性,提炼出特色产业独特的空间特征和经济特征,开发具有地域专属性的特色产品,优化特色产业发展基础要素,先支撑某一特色产业发展为区域内支柱产业,再以点带面形成特色产业集群。特色产品选择和特色产业发展绝不能脱离各地区资源禀赋,依据区域内种质资源、气候特点、传统饮食文化和传统技艺等发展不同类型的特色产业,如生产性特色产业、生活性特色产业和生态性特色产业,切忌盲目选择特色产品和照抄照搬其他地区特色产业发展模式。

生产特色产品是特色产业发展的前提条件,是塑造区域公用品牌影响力的重要来源。从各国的实践中不难看出,要建立严格的品牌生产管理体系和品牌维护体系,强化特色产品质量监管和品牌使用管理,并在法律制度、财政支持、研发与市场运作等方面提供有力支撑,夯实特色产业发展基础。因此,要立足地区优势资源禀赋,因地制宜打造标准化特色产品原料基地、生产基地和加工技术,通过区域公用品牌向消费者传递

① 资料来源:中华人民共和国商务部网站。瑞士钟表业发展趋势, <http://www.mofcom.gov.cn>。

② 资料来源:中华人民共和国国家发展和改革委员会网站。【专家观点】促进产业质量竞争力持续增强, https://www.ndrc.gov.cn/wsdwhfz/202309/t20230927_1360932.html。

特色产品质量更优、工艺独特以及产地优越等信息，持续向市场输送高品质、低成本的特色产品。要激励多元主体参与品牌顶层设计、政策推行和技术升级等环节，共同制定出程序简单、操作简洁、手续简化的区域公用品牌管理办法，推进特色产业品牌培育、管理和评价等标准化建设。此外，要立足各地特色产业发展实情，建立健全区域公用品牌认证和管理的法律法规，在各级金融机构合作建立区域公用品牌发展专项资金，鼓励开发性、商业性等金融机构开展融资支持，加快特色产业新产品开发与技术创新。

5.2 培建特色产业协作集聚，助力特色产业全链条发展

区域公用品牌具有区域共享的所有权特征，它是特定区域若干生产经营者共同使用的一种品牌，这决定了政府在实际中的作用是不可替代的。各国实践之所以取得成功，尤其是法国葡萄酒产业和日本宇治茶产业的全链条发展，关键在于两国政府注重特色产业集聚的政策引导，包括系列特色产品选择与定位、区域公用品牌形象设计与宣传推广、产业空间布局与发展模式、基础设施与公共服务配套等。中国发展实践中也要坚持政府的推动与引领作用，贯彻特色产业全链条发展理念，据此提高政策供给有效性，为特色产业协作集聚提供良好运营环境、健全平台支持和公平市场秩序等。要充分利用区域公用品牌已有的创新力、成长力以及抗风险力，拉动相关人才、加工企业以及资本等资源进一步向特定区域集聚，加快建设集研发、生产、电商和物流等功能于一体的特色产业园区，推动特色产业整合优势资源，使特色产业生产效率进一步提高，经营规模持续扩大；同时，要充分发挥区域公用品牌的辐射、带动作用，加快特色产业链条向其他产业延伸、壮大和优化，推动特色产业与旅游业或其他产业融合发展。

区域公用品牌还具有品牌本身的市场特征，品牌影响力能够使特色产品在市场上获得产品溢价，这决定了企业在实践中的作用不容忽视。美国新奇士柑橘和瑞士钟表的行业协会是区域公用品牌的拥有者和运营者，行业协会均以企业方式运营，把龙头企业作为特色产业集聚发展的核心，将产业链向上整合与向下纵向延伸，通过资源、技术和功能融合来横向拓宽产业链。中国加工集聚的产业应发挥龙头企业在产业链中的主引擎作用，吸引特色产业上中下游企业进一步向特色产区汇聚，如物流冷链、包装印刷和电子商务等企业，紧跟国内和国际市场消费需求新变化，充分挖掘特色产业新功能与新价值，扩充区域公用品牌的中高端产品品类，促进特色产业全链条发展。应该给予龙头企业更多政策优惠，将人才、技术和资金等生产要素向龙头企业倾斜，引导龙头企业参与实施优势特色产业集群项目，以加工集聚类龙头企业为核心，以公用品牌影响力吸引特色产业上中下游企业集聚，共同挖掘地方休闲养生、文化传承等功能，在特色美食制作、旅游参观、预制品加工等方面开展合作，持续扩大区域内特色产业集聚规模。

5.3 挖掘特色产业产品价值，积累特色产业品牌的无形资产

区域公用品牌是一种经过长期积淀而形成的被消费者所认可的、具有较高知名度和影响力的区域特色产品品牌标识，品牌知名度、品牌美誉度、品牌认可度和品牌忠诚度主要取决于特色产品价值。前面剖析的法国、美国、日本和瑞士实践中，政府引导相关利益主体深挖特色产业产品价值，通过区域公用品牌影响力赢得消费者对产品物质属性的信任度，以及产品价值属性的认可度，特色产业产品附加值逐步提升，逐渐在广大消费者心中形成独特的差异，积累成特色产业品牌的无形资产。中国特色产业应该立足特色产品本身的成色、口感和品质等物质属性，借助区域公用品牌向消费者传递产品品质绿色化、环境生态化和生产安全化等信息，健全全过程质量标准控制体系，确保特色产品物质属性达到进入中高端产品市场的要求；同时，特色产业发展中，也要注重挖掘特色产品包含的区域传统文化和传统加工工艺，加大传播特色产品的教育价值、审美价值和艺术价值力度，确保传统工艺和非物质文化遗产等制作技艺与文化的独特价值得到传承；此外，可以挖掘特色产品相关的传世典故和名人趣事，把历史人文作为区域公用品牌一个强有力的支撑点，形成区域公用品牌的不可复制性，提升品牌市场知名度和顾客忠诚度。

参考文献

- [1] 高鹏. 农村地区特色产业经济发展现状与改善对策研究 [J]. 现代经济探讨, 2022 (1): 124-132.
- [2] 丁洋, 刘慧, 李晨晨. 区域公用品牌的标准化实现路径 [J]. 宏观质量研究, 2022, 10 (5): 103-116.
- [3] 陆娟, 孙瑾. 乡村振兴战略下农产品区域品牌协同共建研究: 基于价值共创的视角 [J]. 经济与管理研究, 2022, 43 (4): 96-110.
- [4] 程虹, 乔怡迪, 覃美华. 区域公用品牌: 对基本概念的理论研究 [J]. 宏观质量研究, 2023, 11 (2): 1-11.
- [5] 张德海, 双海军, 邱晗光. 农产品区域公用品牌协同治理: 理论构建及案例证据 [J]. 农村经济, 2024 (4): 48-57.
- [6] 董银果, 钱薇雯. 新发展格局下农产品品牌发展路径研究: 基于农产品质量投入的视角 [J]. 中国软科学, 2022 (8): 31-44.
- [7] 李道和, 叶丽红, 陈江华. 政府行为、内外部环境与农产品区域公用品牌整合绩效: 以江西省为例 [J]. 农业技术经济, 2020 (8): 130-142.
- [8] 王小璟, 万怡, 邱欢. 我国区域公用品牌基本状况分析 [J]. 宏观质量研究, 2023, 11 (2): 12-23.
- [9] 乔怡迪, 吴祎炀, 卞佳玲. 区域公用品牌价值提升路径研究: 无形公共资产视角 [J]. 宏观质量研究, 2023, 11 (5): 16-32.
- [10] 迈克尔·波特. 竞争论 [M]. 北京: 中信出版社, 2003.
- [11] 熊爱华. 区域品牌与产业集群互动关系中的磁场效应分析 [J]. 管理世界, 2008 (8): 176-177.
- [12] 赵勤, 车丽娟. 以品牌农业引领农业高质量发展 [N]. 黑龙江日报, 2018-09-19 (10).
- [13] 李耀东. 农产品区域品牌助推乡村振兴的作用机理和实施路径研究 [J]. 经济问题, 2021 (9): 97-103.
- [14] 吴润清, 陈泓含, 袁芳芳. 区域公用品牌: 脱贫县产业发展的有效路径 [J]. 宏观质量研究, 2022, 10 (6): 84-105.
- [15] 朱启臻. 关于乡村产业兴旺问题的探讨 [J]. 行政管理改革, 2018 (8): 39-44.
- [16] BEVERLAND M. Can cooperatives brand? Exploring the interplay between cooperative structure and sustained brand marketing success [J]. Food Policy, 2017 (32): 480-495.
- [17] 王博文, 姚顺波, 杨和财. 法国原产地保护制度对推进我国优势农产品发展的启示: 基于法国葡萄酒原产地保护实证分析 [J]. 经济地理, 2010, 30 (1): 114-117, 130.
- [18] 何兰兰. 法国葡萄酒旅游业发展及对对中国发展的启示 [J]. 世界农业, 2016 (2): 162-165.
- [19] 杨大蓉. 乡村振兴战略视野下苏州区域公共品牌重构策略研究: 以苏州为例 [J]. 中国农业资源与区划, 2019, 40 (3): 198-204.
- [20] 丛德龙, 廖嗨烽, 高雷. 法国葡萄酒产业集群政策支撑体系 [J]. 中国果树, 2022 (2): 103-108.
- [21] 张月莉, 王再文. 农业集群品牌经营主体价值共创行为产生机理: 美国“新奇士”品牌的探索性研究 [J]. 经济问题, 2018 (5): 40-45, 93.
- [22] 查日升. 基于产业集群升级的区域国际品牌战略探究 [J]. 北京市经济管理干部学院学报, 2008 (2): 16-19.
- [23] 周云逸. 基于“新奇士”经验的柑橘区域品牌建设策略: 以廉江红橙为例 [J]. 安徽农业科学, 2011, 39 (33): 20769-20770, 20871.
- [24] 黄福江, 高志刚. 发达国家农业产业集群发展经验与我国的路径选择 [J]. 商业经济研究, 2015 (24): 133-135.
- [25] 孙华美. 结合美日经验论中国特色农产品品牌建设策略 [J]. 世界农业, 2016 (6): 36-39.
- [26] 王丽丽, 严春晓, 赵帮宏. 国外农产品品牌培育经验借鉴 [J]. 世界农业, 2017 (9): 21-27.
- [27] 周卫中. 日本区域品牌建设对中国中小城市发展的启示 [J]. 中国发展, 2016, 16 (5): 35-42.
- [28] 陈法杰, 李志刚. 国际农产品地理标志管理体系及经验借鉴 [J]. 江苏农业科学, 2017, 45 (9): 1-4.
- [29] 崔剑峰. 发达国家农产品品牌建设的做法及对我国的启示 [J]. 经济纵横, 2019 (10): 123-128.
- [30] 张姮. 日本“品牌农业”的农产品品牌建设研究 [J]. 现代商业, 2012 (7): 98-99.
- [31] 潘燕, 关海玲. 我国农产品区域公用品牌建设模式、影响因素与日本经验启示 [J]. 商业经济研究, 2023 (6): 101-104.
- [32] 胡世霞, 王红玲, 陈世雄, 等. 关于乡村振兴背景下农业区域公用品牌建设的探讨 [J]. 农业经济, 2022 (10): 124-126.
- [33] 盛朝迅, 李子文, 徐建伟, 等. 产业基础再造的国际经验与中国路径研究 [J]. 宏观经济研究, 2022 (2): 137-146, 154.

[34] 陈冬生. 国外特色水果品牌营销经验与启示: 以美国“新奇士”柑橘和新西兰“佳沛”奇异果为例 [J]. 世界农业, 2017 (10): 15-21.

International Comparisons for Regional Public Brands to Drive Characteristic Industries: Movement, Mode and Effectiveness

CUI Li MA Yingjie LI Xiaozhong

Abstract: Characteristic industries are an important driving force for industrial development, and cultivating regional public brands is an important lever for promoting the development of characteristic industries. With the help of regional public brands, the endowment advantages are transformed into market advantages, with new ideas to solve the problems of the development of China's characteristic industries, and promote the upgrading of regional industrial structure with the mid-to-high end development of the characteristic industries. Through the explanation of the driving forces and mechanisms, this paper deeply analyzes the practical cases of representative countries driving the development of characteristic industries through regional public brands, extracts the commonalities, differences, and trends of practical models in various countries, summarizes the practical effects of practical models in various countries, and proposes feasible suggestions for the development of characteristic industries in different regions of China. It shows that the entire process of regional public brand management permeates the front-end, middle and back-end of characteristic industries, and there are similarities and differences in practice in different countries. The trend of practical models in various countries is reflected in six directions; high-quality construction of raw material bases, advanced and ingenious processing technology, and green development of industrial chains, among others. The practical effectiveness of regional public brands in driving the development of characteristic industries is reflected in strengthening the industrial foundation, promoting industrial agglomeration, and improving product quality. In the future, the development of China's characteristic industries should start from three aspects: consolidating the basic advantages of characteristic industries, cultivating collaborative clusters of characteristic industries, and exploring the value of characteristic industry products.

Keywords: Regional Public Brands; Characteristic Industries; Industrial Mid-to-high End Development; Industrial Upgrade

(责任编辑 李 辉 卫晋津)

择善而从：粮食供给稳定的国际经验、一般规律与政策启示

◆ 韩冬¹ 陈思思² 蔡荣²

(1. 河南工学院管理学院 新乡 453001;

2. 南京财经大学粮食和物资学院 南京 210046)

摘要：粮食供给稳定是社会秩序稳定、经济持续发展的基础。本文分析了典型国家保障粮食稳定的经验和规律，梳理了中国当前维系粮食稳定供给面临的挑战。研究发现，依据主粮自给程度可将全球典型国家划分为外溢型、结构失衡型、自给自足型和进口依赖型；粮食供给稳定存在“掌握主动权—数量充足—价格优势—产业竞争力”四个阶段；中国当前实现了主粮自给自足，但尚未进入价格优势阶段，且面临粮食生产结构失衡想调调得难、饲料粮进口来源单一想多多不了等挑战。保障中国粮食供给稳定须尽快形成价格优势，可从加快推动粮食单产提升、继续引导粮食生产结构调整等方面给予重点支持。

关键词：粮食供给稳定；国际经验；一般规律

DOI: 10.13856/j.cn11-1097/s.2025.02.002

1 引言

粮食供给稳定是社会秩序稳定和政权稳定的基础。粮价及供给数量的频繁波动不仅会影响居民正常生活，还可能对区域政治稳定形成共振效应^[1]。当前，贸易摩擦和大国博弈持续引发了粮食供给波动风险。一是粮价变化显著。以大豆、玉米为例，大豆、玉米是中国进口量最多、受国际市场因素影响最大的粮食品种。自2023年1月以来，中国大豆、玉米市场价格波动明显，2023年4月玉米现货价格为2 816.35元/吨；到2023年9月上涨至3 012.95元/吨，涨幅为6.98%；再到2024年2月下降至2 544.77元/吨，降幅达15.54%。而大豆现货价格在2023年3月达到高点5 421.16元/吨，随后震荡下降至2024年2月的4 803.67元/吨，降幅为11.39%。二是粮食供应区域性失衡，部分国家面临粮食供给难题。2022年全球有24亿人无法全年都获得营养、安全和充足的食物^[2]。三是粮食产业发展受限。黑海粮食协议的中断阻碍了俄罗

收稿日期：2024-06-03。

基金项目：国家社会科学基金青年项目“中美贸易摩擦对中国大豆进口稳定性的影响机理与政策保障研究”（22CJY018），河南省软科学研究计划项目“河南粮食强省建设研究：实践路径与政策设计”（242400410259），2021年度南京财经大学服务国家特殊需求博士人才科研专项课题“最低收购价政策下粮食生产响应机制及政策溢出效应研究—以小麦为例”（BSZX2021-15）。

作者简介：韩冬（1989—），女，河南新乡人，博士，副教授，研究方向为粮食安全、粮食贸易，E-mail: handong0326@163.com；陈思思（1990—），女，河南鹤壁人，博士研究生，研究方向为粮食安全与农业经济；蔡荣（1981—），男，江苏盐城人，博士，教授，研究方向为农业经济与农村发展。

斯及乌克兰的粮食外运,也给全球化肥、农药足量供应造成了难题,影响了部分国家粮食产业发展^[3]。

全球粮食供给不仅受供求关系和经济周期的影响,还面临突发事件的冲击。尽管目前全球粮食供给整体宽松^①,但粮食市场与金融市场高度相关,经济下行周期引发全球粮食市场持续波动。此外,阿根廷新政府启动休克疗法,比索大幅贬值,加快了其玉米、大豆出口步伐,对国际粮食市场冲击加剧。可见,保障全球粮食供给稳定面临诸多难题。

保障中国粮食稳定供给同样面临挑战。在生产端,水土资源对粮食生产的约束日益突出,粮食产量持续提升更加困难^[4];在进口端,饲用粮对外依存度较高^[5],粮食进口受制于国际政治和当期博弈^[6];在消费端,消费者对粮食产品提出了更高要求^[7]。供给侧、需求侧出现的新变化,意味着保障中国粮食稳定供给面临的要求更高、挑战更大。汲取其他国家保障粮食供给稳定的经验,对维系中国粮食市场稳定乃至社会稳定都具有重要的现实意义。

为此,本文基于速水佑次郎“农业发展三阶段论”^[8],对全球典型国家进行分类,梳理其保障粮食稳定供给的经验,剖析其中的发展趋势和一般规律,进而提出中国保障粮食供给稳定的重心和应对措施。与以往研究相比,本文的边际贡献主要体现在以下几点。一是在“农业发展三阶段论”基础上,结合国家经济和农业发展情况,依据主粮自给程度将全球典型国家划分为外溢型、结构失衡型、自给自足型和进口依赖型。这一分类方式不同于以往从经济发展水平或地理特征进行的分类,提供了一个更为综合的视角来考虑粮食供给保障的经验。二是创新性地结合各类型国家粮食发展历程,提出粮食供给稳定具有四个阶段,即“掌握主动权—数量充足—价格优势—产业竞争力”。三是提出了中国在现阶段保障粮食供给稳定的重心,即促进价格优势的形成。

2 文献梳理与分析框架

2.1 文献梳理

粮食产业在经济发展中具有基础地位,对粮食产业提供政策支持是世界各国的普遍做法。在稳定粮食生产方面,欧盟、美国、日本等发达国家和地区一方面依靠发放形式多样的农业补贴保障本国(地区)粮食供给^[9-11],另一方面则注重种子科研及成果转化以保障粮源安全^[12]。非洲国家为提升产量而广泛采用的主要政策工具为投入补贴计划(AISP)^[13]。推动粮食产业可持续发展的典型做法,一是从供给侧推动技术创新,欧盟为绿色农业、生物多样性、环境改善和农业技术提供了更多支持^[9],巴西采取了发放补贴、自主研发等方式支持转基因技术的发展^[14];二是从需求侧减少食物供给与损失,日本、欧盟制定了系列法规,强化治理食物浪费与损失^[15-16]。在优化产业链方面,一是夯实了产业发展法律保障,欧盟制定了《共同农业政策》,日本制定了《粮食、农业、农村基本法》;二是支持农业经营主体发展,美国为农民和农场主提供了大量农业保险保费补贴^[17],巴西推动了公共食品采购计划(PFP)支持中小农户发展^[18],印度为粮食出口企业提供贷款等支持措施^[19],俄罗斯为粮食出口企业提供出口补贴、贷款等^[20];三是保障低收入人群的食物供给,美国建立了补充营养援助计划(SNAP)、巴西建立了“零饥饿计划”等^[21-22]。

另外,有研究梳理了典型国家粮食产业支持政策的历史演进,指出世界贸易组织(WTO)《农业协定》签订后发达国家农业支持政策向提供公共服务转型。美国粮食产业支持政策经历了三个阶段,分别为限产量稳高价、减少价格支持适应市场变化和补贴脱钩增强产业链韧性^[23]。《共同农业政策》早期以直接支付补贴为主,21世纪初开始逐渐向脱钩支付、降低市场支持、促进农村可持续发展转变^[24]。基于速水佑次郎“农业发展三阶段论”,欧盟、美国、日本等发达国家和地区均经历了农业补贴三阶段,即从直接支付向市场化、再向政府提供一般服务转型^[25]。

① FAO. 谷物供求简报. <https://www.fao.org/worldfoodsituation/csdb/zh> [2023-03-08]。

综上所述,已有研究从多角度、多方面梳理了各国保障粮食产业稳定发展的经验。但现有研究并未系统地阐述不同类型国家和地区保障粮食供给稳定的一般规律,对发展中国家、低收入国家及粮食进口大国如何保障粮食供给稳定的经验梳理也略有不足。中国作为发展中的粮食生产、进口大国,汲取不同类型国家保障粮食供给稳定的经验极为重要,特别是一些发展中国家、粮食进口国家,其维系粮食供给稳定的经验更具有参考价值。因此,本文系统梳理了不同类型国家和地区保障粮食供给稳定的经验、规律,为解决中国粮食供给稳定问题提供参考。

2.2 分析框架

速水佑次郎“农业发展三阶段论”为粮食供给支持政策的演变提供了理论依据。速水佑次郎指出,国家工业化进程中农业发展面临的问题可分为三个阶段。一是初期阶段,粮食问题优先。工业化发展初期,农业生产效率较低,农业产出赶不上人口和收入增长带来的粮食需求增加,此时政策重心应当是保障粮食生产和供给。二是中期阶段,贫困问题优先。工业化继续发展带来农业发展相对滞后、城乡二元结构明显的问题,农民相对收入下降,此时政策重心应当为防范农民陷入相对贫困。三是高收入阶段,农业调整优先。工业化进一步发展,可能导致粮食供过于求,农业支持政策重心应当转向解决过剩粮食供给、引导工业农业资源合理配置。

“农业发展三阶段论”与部分国家和地区发展历程较为吻合,如美国、欧盟等发达国家和地区粮食产业发展遵循了这一规律,其粮食产业支持政策也沿着“提升产量—保障农场主收入—解决粮食过剩”的重心演进。但“农业发展三阶段论”与日本、韩国、俄罗斯、印度、巴西等国家并不完全匹配。日本、韩国尽管已步入发达国家行列,但仍将稻米自给率作为重要的政策目标。俄罗斯、印度、巴西虽然为发展中国家,但粮食出口已经成为其支柱产业,粮食产业支持政策侧重于保障出口。“农业发展三阶段论”与部分国家粮食产业支持政策的非契合,与各国农业资源禀赋、人口数量有关。部分发展中国家人均农业资源丰富、粮食产量过剩,其粮食产业支持政策偏向于鼓励出口;部分发达国家人均农业资源不足,其粮食产业支持政策仍侧重于保障生产。为此,本文在“农业发展三阶段论”基础上,结合典型国家粮食产业发展情况,以主粮自给程度作为判断标准,将典型国家分为粮食外溢型、结构失衡型、自给自足型和进口依赖型。这一分类方法有助于更全面地理解不同国家在不同发展阶段和不同资源条件下的粮食供给稳定策略。

以主粮自给程度作为分类依据的原因:在全球化时代,国际贸易极大丰富了各国食物种类,鲜有国家能够实现全食物种类的自给,但主粮能否自给是判断一国粮食供给稳定的重要标准。因此,按照主粮自给程度对典型国家进行划分,梳理其保障主粮供给稳定的思路及措施,从而提出中国保障粮食稳定供给的重点与路径。本文分析框架如图1所示。

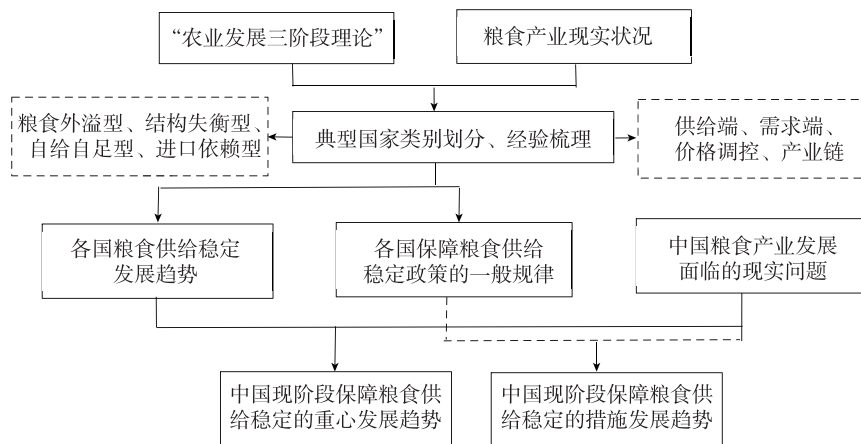


图1 研究分析框架

3 世界典型国家保障粮食供给稳定的思路与措施

3.1 外溢型国家

3.1.1 关键思路

美国、欧盟和俄罗斯是全球典型的粮食外溢型国家和地区，粮食产量长期过剩，稳定的出口是产量与价格稳定的基础，因此粮食外溢型国家注重从供给端、需求端同时发力保障供需平衡，并注重提升产业链竞争力。

3.1.2 具体措施

一是供给端。粮食外溢型国家主要采用了发放补贴、推动可持续发展等方式维系粮食生产稳定。发放多种形式的补贴是美国和欧盟的普遍做法^[9-10]，1995年WTO成员通过《乌拉圭回合农业协定》后，农业发达国家顺应WTO规则推动农业支持政策向直接补贴、收入保险补贴及社会化服务转变^[25]。

美国农业部1862年成立，负责制定实施农业支持和补贴政策，自南北战争时期已开始实施相关措施保障农业发展。第二次世界大战结束后，美国制定了《农业调整法》形成了以价格支持为核心、出口补贴为辅助的粮食支持政策体系。1996年美国出台了《美国联邦农业完善和调整法》，农业补贴转向了直接收入补贴和一般服务补贴^[8]，包括无追索权贷款、直接支付补贴和收入风险保障项目、反周期补贴和价格损失保障项目以及特殊补贴^[10]，推动了联邦农作物保险计划（FCIP），为农民和农场主提供农业保险保费补贴^[17]，且近20年来作物保险补贴力度持续提升。

1958年欧洲共同体制定了《共同农业政策》来保障粮食供给稳定，形成以目标价格、门槛价格和干预价格为核心的农产品价格支持体系。进入20世纪90年代，面对价格支持体系带来的沉重负担，CAP向直接补贴与价格支持相结合的市场化农业补贴政策转变。2003年后，CAP转向促进农业可持续发展，目前主要包括直接补贴（CDP）、脱钩直接补贴（DDP）、农业环境计划补贴（AES）、较不利地区补贴（LFA）等。

自2000年起俄罗斯推动了农业领域一系列改革，俄罗斯成为粮食出口大国。俄罗斯首先确定了国家和政党在俄罗斯农业领域的主导权，2001年《俄罗斯联邦土地法典》推动了土地改革，鼓励农工综合体发展，夯实了农业发展的基础。2006年《俄罗斯联邦农业发展法》、2011年《2013—2020年俄罗斯联邦农业发展和农产品、原料和粮食市场调控国家纲要》、2014年《农业发展纲要》等为粮食产业发展提供了多项支持，如设置了农机设备补贴、良种补贴，加大涉农贷款支持力度以及降低农业税等，还推行了“国家采购干预”和“国家商品干预”政策对粮食价格进行适度调控^[26]。与美国、欧盟相比，俄罗斯粮食产业支持政策市场化程度相对较低，侧重于夯实粮食生产基础，包括直接补贴、价格支持、扩大保险范围、降低税负等。

二是需求端。粮食外溢性国家主要采取鼓励出口、粮食援助等措施消化本国过剩产量，以促进粮食价格稳定、保障本国农民收益。

美国设置了市场准入计划（MAP）和新兴市场计划（EMP）等政策为出口农产品提供补贴，还通过技术援助、贸易服务等为粮食出口提供便利，提升粮食出口竞争力。此外，建立自由贸易区和签订经贸协议也是美国推动农产品出口的重要方式，如北美自由贸易区的建立、2020年1月《中华人民共和国政府和美利坚合众国政府经济贸易协议》的签订等都促进了美国的粮食出口。粮食援助是美国调整粮食平衡的另一重要方式，1954年美国通过了《农产品贸易开发与援助法案》意味着制度化的粮食援助时代开始，美国已承担了国际粮食援助市场中超过50%的份额^[27]。欧盟依托CAP为粮食出口提供了出口补贴，使得粮食出口价格低于生产者价格，提升了粮食产品国际竞争力，还在农产品宣传、贸易信息服务、国际商务展览等方面予以资金支持^[28]。2009年俄罗斯成立了国有“联合粮食公司”，开展粮食出口业务，降低了粮食运输费用，提供出口补贴，为粮食外贸企业提供贷款等服务^[18]，乌克兰危机爆发后，俄罗斯持续向非洲国家提供粮食援助并继续参与全球粮食安全治理^[29]。

三是产业链。近年来粮食外溢型国家注重推动粮食产业可持续发展,围绕产业链提供了多项支持。2014年后美国不再对粮食生产进行直接干预,政策支持以自然资源与环境补贴为主^[23]。《共同农业政策》以推动生态农业、农业农村可持续发展为主^[8],部分成员国已经推动了有机农田行动计划、拓展有机农业^[30]。俄罗斯推行了农业土壤和灌溉水利改良、技术合作等措施^[26]。

3.2 结构失衡型国家

3.2.1 关键思路

巴西、印度和阿根廷是全球典型的粮食供给结构失衡型国家,它们既是发展中国家,也是全球重要的粮食出口国,粮食出口是其获得外汇、维持经济增长的重要方式。与外溢型国家相比,结构失衡型国家仍然保留了价格支持政策以维护粮价稳定,并在促进出口的同时保障国内低收入人群的吃饭问题。

3.2.2 具体措施

一是供给端。发放多种形式的补贴是结构失衡型国家促进粮食生产、保障低收入人群食物供给的主要方式。印度从20世纪70年代开始为国内粮食生产提供基础设施投资、推广利用化肥和机械生产,至90年代已经实现粮食自给自足。2008年印度大幅提升了水稻最低支持价格,增加了肥料等补贴力度,促使印度于2012年成为全球大米出口量最多的国家。截至目前,印度以《2013年国家粮食安全法》为基础建立起了较为完善的农业支持和保护政策体系,包括最低支持价格政策、生产要素投入补贴、农业保险补贴、贷款补贴等,还为贫困家庭和弱势群体提供了食品补贴。

巴西农业支持政策包括价格支持、挂钩补贴、一般社会服务等,但近十年来已经向直接补贴和消费者支持转型^[28],还推动了公共食品采购计划(PFP)支持中小农户发展^[18]。此外,自2003年以来实施的“零饥饿计划”向穷人提供大众食堂、发放家庭补助金等,解决了部分穷人的饥饿问题^[21]。大豆是阿根廷最重要的农作物之一,20世纪70年代阿根廷政府取消了大豆出口税,90年代初降低了农业投入品进口税,引进了转基因技术,直接刺激了大豆生产与出口^[31]。

二是需求端。结构失衡型国家采取多项措施促进粮食出口。印度积极参与国际粮食贸易,向粮食贸易企业提供贷款等^[19]。巴西政府支持农产品市场营销推广^[32],注重拓展贸易关系,特别是与中国的贸易关系,2023—2024年巴西是中国大豆、玉米最大的进口来源市场。阿根廷完善了物流基础设施降低运输成本,进行税收减免和出口退税,与欧盟、智利等签署了自由贸易协议,为大豆、玉米等出口提供便利。

三是产业链。作为粮食出口国家,印度、巴西和阿根廷极为注重提升粮食产业链国际竞争力、稳固出口大国地位。印度注重优化粮食生产经营环境,还提供了一般服务补贴、金融支持政策等。巴西为农民提供农业知识与创新服务支持、完善农业基础设施建设与服务^[28],还通过引导融资、研发资助、政府推销等多种方式提升农业转基因技术自主研发能力^[14]。阿根廷以农业可持续发展为重点方向,推动了有机农业发展,加强了农户技术培训和农业技术合作^[31],资助了众多农业研究项目推动农业技术创新^[33]。

3.3 自给自足型国家

3.3.1 关键思路

日本、韩国是全球典型的主粮自给自足型国家。两国耕地面积少,为保障本国粮食供给稳定、防范国际市场冲击,两国政府将有限资源投入了主粮领域,确保稻谷自给自足。与粮食外溢型国家相比,自给自足型国家保障粮食供给稳定的重点在于数量和价格稳定。

3.3.2 具体措施

一是供给端。自给自足型国家主要采取发放补贴、海外投资等方式以维系粮食供给稳定。日本1961年出台了《农业基本法》,以禁止粮食出口、提高进口关税、直接买入的方式保障国内稻谷供给,第二次世界大战后,日本以价格支持政策和直接收入补贴为核心,1999年出台了《食品、农业和农村基本法》,粮食产业支

持政策向增强基础设施建设和提供公共服务转变^[8]。利用海外资源是日本保障粮食供给的重要途径，日本早期以海外屯田方式为国内供给稻米，但这一行为受到国际社会诸多非议，20 世纪末转为在海外投资粮食生产、仓储、物流等，获得了国际社会认可^[34]。与日本相似，韩国对稻谷产业也给予重点支持，采取收入支持政策、发放稳定农户所得直接补贴、农业结构调整直接补贴和维护农业公益功能直接补贴等，刺激农民种粮积极性。韩国粮食产业支持政策市场化转型明显，2000—2004 年以挂钩补贴为主，2004 年后逐步转向脱钩补贴^[28]。

二是价格调整。日本、韩国农业支持成本大部分由消费者承担，国内粮食价格维持在较高水平^[35]，为防范国际低价粮的冲击，日韩两国通过市场准入、价格调整等措施降低国际市场影响、平抑粮食市场价格波动。此外，日本、韩国通过严格的粮食进口关税和进口配额等限制措施，有效降低了国际市场低价粮食对本国的冲击。

三是产业链。WTO《农业协定》签订后，两国粮食产业支持政策逐渐转变，开始注重优化产业链发展环境。两国政府在农业基础设施建设与维护方面给予大量支持，包括农田水利、道路建设、土地保护、防灾等。日本还颁布了《促进食品资源循环回收利用法》《食物浪费削减推进法案》等，强化对食物浪费的治理^[16]。

3.4 进口依赖型国家

3.4.1 关键思路

中东、北非地区大部分国家粮食供给对外依赖度高，虽采取了一定措施稳定粮食生产，但受制于自然资源限制、动荡的国内环境等影响，其粮食安全始终处于脆弱状态。这些国家既鼓励粮食生产，又在国际社会上积极呼吁以获取粮食援助，提升粮食供给量。

3.4.2 具体措施

2003 年非洲国家制定了《非洲农业综合发展计划》促进农业发展，随后又制定了投入补贴计划（AISP）提高化肥使用量、作物产量和农民收入^[12]。其中，埃塞俄比亚推动了“一揽子”农业干预措施，为农民获取化肥、种子提供便利，促进农业现代化水平^[36]。但多数非洲国家财政收支不平衡，对农业领域的投资非常有限。此外，非洲国家积极争取获取更多粮食援助，如中非合作论坛下的“减贫惠农工程”等，以技术、资金和粮食援助等方式促进粮食供给量的增加^[37]。

综上，构建世界典型国家或地区保障粮食供给稳定的思路与措施对比表（表 1），以清晰了解其异同。

表 1 世界典型国家或地区保障粮食供给稳定的思路与措施

类型	典型国家或地区	关键思路	发力点	具体政策举例	政策效果
外溢型	美国、欧盟、俄罗斯	保障供需平衡、提升产业链国际竞争力	供给端、需求端、产业链	多种形式补贴、社会化服务、鼓励出口	供需平衡、产业竞争力提升
结构失衡型	印度、巴西、阿根廷	促进出口、保障低收入人群供给	供给端、需求端、产业链	多种形式补贴、促进出口、低收入人群补助	产量提升、出口增加、缓解饥饿
自给自足型	韩国、日本	数量、价格稳定	供给端、价格调整、产业链	多种形式补贴、粮食价格调节、关税非关税措施	产量提升、价格稳定
进口依赖型	中东、北非	供给量提升	生产、国际援助	鼓励生产、呼吁援助	供给量增加

4 典型国家粮食供给稳定保障政策的一般规律

4.1 粮食供给稳定的发展趋势

4.1.1 粮食供给稳定具有阶段性

从上述各国粮食产业发展情况来看，粮食供给稳定具有明显的阶段性特征。进口依赖型国家粮食数量尚

不充足,在粮食产业发展上主动权欠缺,自给率始终较低,必须依靠国际社会援助。自给自足型国家则更加注重防范国际市场冲击、保障价格稳定,但生产成本低、国际竞争力弱,此时粮食供给稳定的重点在于防范国际低价粮的冲击。结构失衡型国家的重心在于产业竞争力提升与饥饿问题解决,为获取外汇、推动经济增长,仍需要提升粮食产业竞争力,同时兼顾国内饥饿人群的供给。粮食外溢型国家则将更多精力放在提升产业竞争力上,通过维护粮食产业垄断竞争地位,继续保障其的粮食定价权、国际市场话语权以及在其他国际事务参与度上的稳定。可见,粮食稳定供给存在“掌握主动权—数量充足—价格优势—产业竞争力”四个阶段,四个阶段相互促进、相互支撑。

4.1.2 掌握主动权是供给稳定的根本

保障粮食供给稳定的根本之道在于将粮食产业主动权“牢牢掌握在自己手中”。外溢型国家依托良好的自然条件、有力的政府保障与政策支持掌握了粮食产业主动权,这是其粮食自给和大量出口的基础。自给自足型国家依托政府多项支持政策,建立起了稳定的生产体系和国际市场的有效“防御”体系,掌握了粮食产业主动权,保障了供需平衡。多数进口依赖型国家则由于政治局势不稳、政府支持和资源不足,粮食产业主动权较弱,难以实现粮食自给。结构失衡型国家主动权同样较弱,以至于面临粮食大量出口和国内供给不足并存的局面。上述经验表明,缺乏粮食产业主动权就难以保障本国居民的粮食需求,粮食供给稳定如无根之萍。

4.1.3 数量充足是价格优势和产业竞争力的基础

从上述典型国家粮食产业发展情况来看,数量充足是价格稳定、产业竞争力强的基础。以俄罗斯为例,近三十年粮食产业经历了“进口依赖—自给自足—大量出口”三个阶段,现已成为本国支柱产业之一,还成为俄罗斯提升国际社会影响力的重要支撑。俄罗斯在全球粮食市场中地位转变的主要原因,一是粮食产量大幅增加,二是能源丰富、土地富饶等便利条件促成了粮食价格优势,使得俄罗斯迅速占据国际出口市场份额,形成了较强产业竞争力。此外,美国、欧盟等粮食外溢型国家或地区粮食长期供过于求,这是其价格低、产业竞争力强的基础。巴西、印度等结构失衡型国家粮食大量出口也是以产量充足为基础的,而进口依赖型国家由于粮食生产能力较弱,只能被动接受国际风险。可见,粮食数量不足,价格优势和产业竞争力便无从谈起。

4.1.4 价格优势是形成产业竞争力的关键

全球化时代各国产业竞争剧烈,缺乏竞争力就会受到他国优势产业冲击。自给自足型国家能否抵御国际市场的冲击甚至形成较强的产业竞争力,关键在于能否从“数量充足”进入到“价格优势”。日韩两国政府给予稻谷产业大量补贴并设置了市场准入门槛,以财政支持方式建起“保护网”,虽实现了主粮自给自足,但粮食不具备价格优势,易受国际市场冲击,即两国并未从“数量充足”阶段进入“价格优势”阶段,仍需时刻防范国际市场风险。美国、欧盟、俄罗斯等外溢型国家或地区,甚至印度、巴西等结构失衡型国家均依靠相对低廉的粮食价格形成了较强的产业竞争力。可见,价格优势的形成是将“数量”转为“产业竞争力”的关键环节。

4.1.5 产业竞争力是价格优势和数量充足的倍增器

从外溢性国家情况可见,产业竞争力是价格优势和数量充足的“倍增器”。美国、俄罗斯、欧盟依托粮食产业较强的竞争力,掌握了国际粮食市场话语权,不仅能将粮食价格维持在有利于己方水平,还在国际粮食事务和贸易规则制定上有更多自主权;同时,粮食大量出口反向促进了生产、加工等环节的稳定。印度、巴西等结构失衡型国家通过粮食出口获取了经济利益,促进了国内粮食产量稳定和价格优势保持,还保障了社会与政权稳定。可见,产业竞争力的增强反向促进了价格优势、数量充足以及主动权的夯实。

4.2 粮食供给稳定保障政策的一般规律

4.2.1 政策具有普遍性、全面性、约束性

时至今日,粮食生产靠天吃饭的境况仍然没有改变,缺乏强有力的政策保护,粮食产业难以实现稳定发展。从上述典型国际粮食供给稳定保障经验来看,各类型国家或地区均积极对粮食产业进行保护,保障政策具有普遍性。而且,保障政策涵盖粮食生产、销售、储备、加工及价格调控等多个环节,具有全面性。此外,

保障政策走向规范化,具有强制约束性。一方面,已有多个国家或地区以法律形式规范了粮食供给保障措施;另一方面,以WTO《农业协定》为代表的贸易协定在全球范围内形成了更广泛的粮食产业保障政策约束。

4.2.2 政策侧重点呈现阶段性

从上述典型国家或地区粮食稳定供给的保障经验来看,保障政策的侧重点呈现出阶段性特征。粮食难以自给的国家,其粮食供给稳定保障政策的重点放在了提升粮食生产能力和获得国际粮食援助方面。粮食产量充足后,保障粮食稳定供给的措施集中于价格稳定,更加注重防范国际市场低价粮食对本国的冲击。结构性失衡国家保障粮食供给稳定的重心为扩大出口和实现内部供需平衡,注重对外扩大贸易关系、促进出口,对内加强低收入人群补贴。而粮食外溢型国家或地区保障粮食稳定供给的政策偏向于提升产业竞争力、持续扩大出口,走出了以出口保生产、保稳定之路。

4.2.3 保障数量充足是基础

全球多个国家都对本国粮食产业进行了保护,但无论何种保护措施均以提升粮食生产能力为基础,注重从供给端保障粮食产量稳定,尤其注重提升农民生产积极性。采取的主要方式包括多元化补贴的发放,如与产量无关的直接补贴、购买生产资料的补贴、价格补贴、休耕补贴等,在出现特殊情况时还会发放临时补贴。此外,还注重完善农业基础设施、推动农业技术创新、提供技术服务等,通过多种方式优化粮食生产环境,实现粮食产量稳定。

4.2.4 促成价格优势是关键

欧盟、美国、俄罗斯等能够成为粮食外溢型国家或地区,巴西、印度、阿根廷等结构失衡型国家能够成为主要粮食出口国,数量充足是基本、价格优势是关键。日本、韩国等自给自足国家,尚不具有价格优势,需时时防范国际市场冲击。可见,并非所有国家都能从数量充足阶段进入价格优势阶段,主要决定因素一是粮食生产成本,也是美国粮食价格优势形成的关键。以中美为例,2022年中国小麦、玉米亩^①均生产成本均高于美国,且与美国相比有较大差距。二是政策支持力度,为粮食出口提供便利。尽管当前美国、欧盟粮食产业已高度发达,但对粮食产业的补贴力度仍在提升,且补贴方式也需更为多元化。在丰富的自然资源条件及政府支持下,美国、欧盟粮食产业顺利从数量充足阶段过渡至价格优势阶段。

4.2.5 强化竞争力是导向

粮食外溢型、结构失衡型国家或地区均将提升产业竞争力作为当前政策重心,如欧盟出台了地理标志、美国提出了有机产品认证等,其本质仍是在价格体系之外为农产品贸易制造门槛,提升本国产业竞争力。此外,美国还利用“大国”地位在国际贸易中给己方诸多便利,如牵头制定WTO《农业协定》、限制其他国家农业补贴力度、要求他国购买农产品等,实质仍为维护本国粮食产业竞争力。乌克兰危机爆发后,俄罗斯粮食出口面临诸多制裁,但俄罗斯积极参与国际农产品贸易活动、增加对外粮食援助,维系好粮食出口大国地位。巴西、阿根廷、印度等结构失衡型国家通过签订自由贸易协定、鼓励农业科技创新等方式提升本国粮食产业竞争力。日韩等自给自足型国家的粮食保障政策也开始关注产业竞争力提升。可见,在WTO《农业协定》约束下、在产业持续发展背景下,强化产业竞争力已成为粮食供给稳定保障政策的发展方向。

5 现阶段中国保障粮食供给稳定面临的问题与挑战

5.1 重要问题

当前,中国粮食产业面临两大重要问题,一是生产结构性失衡,二是生产成本低,这又衍生出系列问题(图2)。一方面,中国口粮产量充足而饲料粮产量不足,必须依靠进口解决饲料粮供给难题。然而,中国大

^① 1亩=1/15公顷。

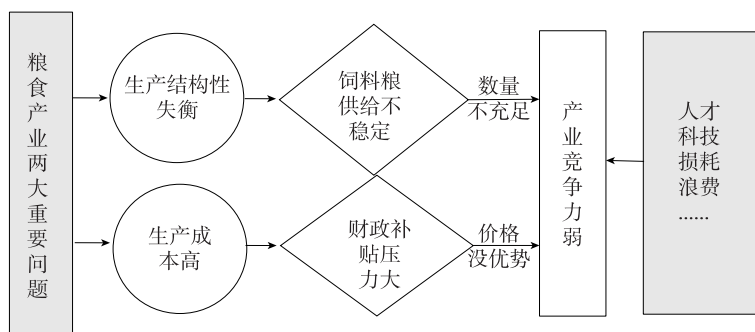


图2 中国粮食稳定供给面临的难题

豆、玉米进口量大且来源集中，影响了“数量充足”。另一方面，中国粮食生产成本高，导致粮食产业难以应对国际低价粮冲击，形成“国粮入库、洋粮入市”的局面。国粮销路不畅使得中国继续以财政资金“托住”粮食生产、“稳住”农民种粮积极性，不仅形成了较大财政压力，还导致粮食难以形成“价格优势”。数量不充足、价格没优势，粮食产业竞争力始终较弱。因此，保障中国粮食供给稳定面临以下几点挑战。

5.2 主要挑战

5.2.1 粮食生产结构失衡想调调得难

近年来，随着中国居民饮食结构的变化，以大豆、玉米为代表的饲料粮产能不足和稻谷、小麦供给过剩问题日益严重。2021—2023年中国稻谷和小麦产量合计占粮食总产量的比例分别为51.24%、50.43%、49.35%^①，远高于消费量。2021—2023年大豆玉米产量合计分别为28850万吨、29228万吨、30889万吨，消费量合计分别为38954万吨、39888万吨、39329.92万吨^②，进口依赖度较高。为调整生产结构，2022年、2023年中央一号文件提出大力实施大豆和油料产能提升工程，推广大豆玉米带状复合种植，开展粮豆轮作。从政策实施效果来看，大豆玉米产量有一定程度提升，2023年大豆产量上涨3%，玉米产量上涨5.88%^③，但产量提升又产生了新的问题。一是大豆、玉米带状复合种植仍面临诸多技术难题，如缺乏配套农机具等；二是大豆、玉米新增产量出现滞销。国产大豆主要用于制作各类豆制品，原有消费量稳定，产量上涨并未随之开辟新销路，出现销售不畅难题。国产玉米生产成本高，同样出现滞销。可见，中国粮食生产结构调整是一个长期、缓慢的过程。

5.2.2 饲料粮进口来源单一想多多不了

中国饲料粮需求量较大，可选择的进口来源有限，进口仍集中于少数国家。2018年中美经贸摩擦爆发后，中国加快了粮食进口多元化步伐，从表2可见，2019—2023年中国玉米、大豆进口市场集中度均呈现下降趋势、进口多元化似乎取得较好成效。但从进口来源看，大豆主要进口来源为美国、巴西，2023年进口占比分别为24.99%、69.96%；玉米主要进口来源为美国、巴西和乌克兰，2023年进口占比分别为26.32%、47.18%、20.36%^③。可见，中国玉米市场进口集中度的下降主要是增加了乌克兰、巴西玉米进口量，大豆市场进口集中度的下降主要是增加了巴西进口大豆数量，截至2024年，巴西已经成为中国大豆、玉米第一大进口来源。然而，巴西粮食产业的背后离不开国际四大粮商的掌控，且巴西、乌克兰对中国出口潜力有限，中国饲料粮进口来源单一的现状仍然没有改变。

① 数据来源：布瑞克农产品数据库。

② 数据来源：根据布瑞克农产品数据库相关数据整理所得。

③ 数据来源：根据中国海关总署官网相关数据整理所得。

表 2 2019—2023 年中国玉米大豆进口市场赫芬达尔指数

项目	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
玉米	0.444	0.483	0.476	0.463	0.334
大豆	0.751	0.459	0.574	0.585	0.553

数据来源：根据中国海关总署官网相关数据整理所得。

5.2.3 粮食生产成本提升想减减不动

中国粮食生产成本始终偏高，如表 3 所示，2015—2018 年美国小麦到港价低于中国小麦生产成本，2015—2021 年美国玉米到港价低于中国玉米生产成本。在 WTO《农业协定》约束下，中国对粮食生产的补贴力度已达“天花板”，若粮食生产成本不降低，则价格优势难实现。但近年来全球能源价格上涨，粮食生产中必要的人力投入成本增加，土地流转成本增加，以及化肥、农药等农资价格持续上涨，导致中国粮食生产成本持续走高。

表 3 小麦及玉米价格数据

单位：元/吨

年度	美国小麦到港价	中国小麦生产成本	美国玉米到港价	中国玉米生产成本
2015	1 862.43	2 288.2	1 630.48	2 151.0
2016	1 774.77	2 429.8	1 528.59	2 142.4
2017	1 821.83	2 317.8	1 426.70	1 982.8
2018	2 191.84	2 662.6	1 416.90	2 081.4
2019	2 595.94	2 212.6	1 609.54	2 037.2
2020	2 838.77	2 321.2	1 524.71	2 101.4
2021	2 861.26	2 190.0	1 819.63	2 218.0
2022	3 474.69	2 190.0	2 390.97	2 386.0

数据来源：布瑞克农产品数据库。

5.2.4 财政压力持续想补补不上

尽管 2004—2023 年中国粮食生产已经实现“十九连丰”，但粮食供需仍处于紧平衡，保障粮食数量充足、调整生产结构、防范国际低价粮食产品冲击需要大量财政资金。一是稻谷、小麦最低收购价政策执行要求政府及时、足额支付给粮农卖粮收入。2023 年中国稻谷、小麦产量合计 34 319.3 万吨^①，尽管有些省份并未启动最低收购价，但仍可估计政府为稻谷、小麦收购付出了巨额资金。二是大豆、玉米生产者补贴支出。为提升大豆、玉米自给率，中国为种植大豆、玉米的农民提供补贴，这无疑增加了财政资金的压力。三是粮食储备相关支出。布瑞克农产品数据库显示，2023 年中国粮食库存量达 41 905.15 万吨，这意味着政府承担了大量储备成本。另外，消费环节也离不开政府补贴。中国有 6 亿人口月收入约为 1 000 元，“米贵伤民”，因此，中国将粮食市场价格维持在一个较低水平，并未利用粮食销售获取高利润。可见，中国粮食生产、收购、储备、销售等环节都离不开财政资金补贴，而现阶段经济下行压力较大、财政收入增长乏力，在粮食领域持续提升财政补贴力度可能较为困难。

5.2.5 产业竞争力提升想提提得慢

当前，中国粮食产业存在的生产成本低、生产结构失衡问题，饲料粮供给不稳等问题尚未解决，导致产业链发展受限。如原粮成本高导致粮食加工业的利润偏低，饲料粮供给不稳导致养殖业发展受限。此外，优质品牌少、龙头企业辐射力不足等问题也制约了中国粮食产业竞争力形成。诸多因素影响下，中国粮食产业竞争力提升缓慢。

^① 数据来源：布瑞克农产品数据库。

6 世界各国经验对中国保障粮食供给稳定的启示

6.1 准确把握现阶段重心

中国是发展中的农业大国，保障粮食供给稳定首先应当准确判断本国粮食供给稳定所处的阶段、找准发展重心。依据主粮自给程度判断，中国目前已进入“数量充足”阶段。截至 2023 年底，中国粮食产量已经实现“十九连丰”，实现了谷物基本自给、口粮绝对安全。可以说，中国已经具备了“主动权”这一保障粮食供给稳定的先决条件和进入“数量充足”阶段的物质基础。

促成“价格优势”是当下中国保障粮食供给稳定的重心。现阶段中国粮食价格明显高于美国、欧盟等粮食外溢型国家或地区，也高于巴西、印度等结构失衡型国家，在国际粮食市场不具有价格优势，也就是说，中国尚未进入“价格优势”阶段。在全球化的开放市场中，缺乏价格优势难以抵御国际低价粮食产品的冲击，自然也难以形成产业竞争力，还会带来沉重的财政负担。因此，现阶段中国保障粮食供给稳定的重心应当为促进价格优势的形成。一方面，以具备价格优势的产品来抵御国际市场冲击，为提升粮食产业竞争力打好基础；另一方面，推动粮食供给保障政策向“绿箱”转变，顺应 WTO《农业协定》补贴要求，减少中国可能面临的贸易争端。

6.2 具体措施

从典型国家形成粮食价格优势的经验来看，持续推动产量提升、完善生产基础设施、加大补贴力度是可行之路。同时，从俄罗斯、巴西等发展中国家经验来看，优化产业链、积极参与国际贸易提升影响力也是有效举措。为此，中国可在以下几点重点发力。

6.2.1 加快推动粮食单产提升

降低生产成本，单产继续提升是关键。就农业科技水平和粮食单产水平来说，中国仍和世界农业强国有较大差距。以玉米为例，2022 年美国玉米单产为 743 千克/亩，而中国为 429 千克/亩，只相当于美国的 57.7%^[38]。若中国粮食亩产达到农业发达国家水平，增产效果将会十分可观，单位生产成本也将下降，有助于进一步充实粮食产量、形成价格优势。

推动单产提升，就要继续增强科技在粮食生产中的贡献度。一是持续推动种业创新，积极抢占世界种业制高点，夯实粮食高产的“前端”环节；二是继续推动高标准农田建设，加强最新科技成果在高标准农田建设中的应用，改善耕地质量、提升抗灾能力、推进智慧农业发展；三是促进地力持续提升，加大对土壤改良技术、培肥地力技术研发投入等，将粮食生产潜力保存在土地中；四是形成农业科技人才培养梯度，加强农村实用人才培养、现代农业人才培育和高素质农民培训，稳定基层农技推广人才队伍。

6.2.2 引导粮食生产结构调整

随着中国饮食结构的持续调整，饲料粮产不足问题仍将持续。引导粮食生产结构调整，一是要注重衔接好国产饲料粮生产与销售环节。积极为国产大豆、玉米找好销路，避免走入“发放生产补贴—产量提升—销不出去—政府收储”的老路。尤其是国产大豆，可鼓励粮食加工企业与豆农形成订单农业模式，确保农民大豆“卖得出、卖得好”。提升国产大豆精深加工水平，将初级大豆制品转化为以大豆为原料的高附加价值产品，确保大豆销路广、价值高。二是稳步推进“稳粮扩豆”。可在玉米主产区适度扩大大豆种植面积，在米豆轮作区稳步增加大豆种植面积，新增耕地面积以大豆种植为主，在超采地下水区域的非灌区范围内探索“稻改豆”。三是推动大豆产业合作的组织创新，充分发挥大豆加工龙头企业、龙头产业园的带动作用，拓展带动本地大豆就地转化增值，促进大豆产业振兴。

6.2.3 优化粮食补贴方式

推动中国粮食供给稳定进入“价格优势”，必要的补贴不可少。但在 WTO《农业协定》框架下，中国可

使用的“黄箱”补贴空间越来越小,为此必须优化粮食补贴方式,在符合国际贸易规则约束下保护中国农民利益。可借鉴美国、欧盟等农业补贴方式,在稳定生产者补贴的基础上,加快形成包括生产服务补贴、良种补贴、全成本保险及种植收入保险补贴等“一揽子”补贴政策,全方面保障农民收益、降低生产成本。同时,还可以以政府采购方式提供更多农业社会化服务,如开展化肥农药全国联防、农技推广活动。同时,还需要在土地流转方面多下功夫,加快促进适度规模连片生产,降低生产成本。

6.2.4 拓展产业链条长度深度

当前,中国粮食供给还未进入到价格优势阶段,产业竞争力的提升也就较为困难,但中国仍可采取多方面措施来促进产业环境的改善、拓展产业链条长度与深度。如继续培育国际大粮商,鼓励有实力有意愿的农业企业“走出去”,以大型企业带动中国粮食产业与国际市场的交流。注意增加产业链条的附加值,将低价值的原粮品转化为高价值的食品、工业品等,以终端附加值提升促进农民种粮收益增加。推动地方粮食产业发展与旅游资源、农耕文化及民俗文化有机融合,推动农文旅融合发展,力求形成“一个产区就是一个景区、一个景区带动多个产区”的发展格局,形成粮食产业增收新模式。

6.2.5 积极参与国际粮食活动

中国可参照俄罗斯处理国际粮食问题的经验,提升自身在国际粮食市场的影响力。乌克兰危机爆发后,俄罗斯仍然积极参与国际粮食市场活动,维系在粮食贸易中的正当权益。在诸多努力下,俄罗斯粮食出口得以持续。中国可参照相关经验,积极参与国际粮食市场活动,为缺粮国家提供粮食援助、技术支持,利用好“进口”大国地位提升自身在国际粮食贸易规则中的话语权,签订更多贸易协定促成更多贸易伙伴关系等,以更为负责任的大国形象,提升自身在国际粮食市场中的影响力,为中国粮食产业发展提供助力。

参考文献

- [1] 李董林,李春顶.乌克兰危机下中东和非洲地区的粮食安全问题、外溢效应及中国思考[J].农业经济问题,2023(3):132-144.
- [2] 粮农组织,国际农业发展基金,联合国儿童基金会,等.世界粮食安全和营养状况[R].罗马:粮农组织2023:8.
- [3] 杨玉苹,钟钰.黑海粮食协议中断对全球粮食市场影响及中国应对策略[J].世界农业,2024(3):18-28.
- [4] 程国强,朱满德.新发展阶段我国重要农产品保供稳价的调控思路与机制设计[J].农业经济问题,2022(11):18-24.
- [5] 杨崑,李光泗,祁华清.“立足自给”还是“倚重贸易”:农业强国进程中的饲用粮食安全困境[J].农业经济问题,2023(12):17-35.
- [6] 倪国华,王赛男, JIN Yanhong.中国现代化进程中的粮食安全政策选择[J].经济研究,2021,56(11):173-191.
- [7] 仇焕广,雷馨圆,杨三思,等.发挥需求侧管理在夯实国家粮食安全根基中的重要作用[J].农业经济问题,2023(11):4-16.
- [8] 李俊松,李俊高.美日欧农业补贴制度历史嬗变与经验鉴镜:基于速水佑次郎“农业发展三阶段论”[J].农村经济,2020(4):134-142.
- [9] 毕玉琦,张立中.国际农产品价格调控相关政策及经验借鉴[J].江苏农业科学,2018,46(18):351-357.
- [10] 杨巧妮,张宁宁,芦千文.深化农业支持保护政策改革:欧美镜鉴与推进策略[J].世界农业,2023(11):5-18.
- [11] 李文婧.构建粮食安全法治保障体系:国际经验和推进路径[J].广西社会科学,2023(8):116-124.
- [12] RICOME A, BARREIRO-HURLE J, FALL C S. Government fertilizer subsidies, input use, and income: the case of Senegal[J]. Food Policy, 2024, 124(5): 102623.
- [13] 高群,徐意.新发展格局下种业发展国际经验及对中国的启示[J].世界农业,2023(4):14-23.
- [14] TSIBOE F, TURNER D. The crop insurance demand response to premium subsidies: evidence from U. S. Agriculture[J]. Food Policy, 2023, 119(8): 102505.
- [15] CASAGRANDE D, EMANUEL L, FREITA S, et al. Public food procurement and production: evidence of the food acquisition program in Brazil[J]. Food Policy, 2024, 126(6): 102656.
- [16] 李丛希,杨世龙,谭砚文.印度应对粮食危机的政策演变与启示[J].世界农业,2022(10):46-56.
- [17] 高际香.俄罗斯农业发展与战略政策选择[J].俄罗斯中亚东欧研究,2011(4):43-49,95.

- [18] 徐振伟. 巴西与阿根廷转基因政策效果的比较及其启示 [J]. 江西社会科学, 2021, 41 (11): 200-210, 256.
- [19] 陈川. 欧盟反食物浪费实践经验及启示 [J]. 世界农业, 2022 (12): 24-33.
- [20] 牛坤玉, 申宇哲, 刘静, 等. 反食物损失和浪费: 日本经验与镜鉴 [J]. 自然资源学报, 2022, 37 (10): 2601-2616.
- [21] 马颖, 谢莹莹, VICTOR M. 巴西食品安全政策综述及对我国的启示 [J]. 武汉理工大学学报 (社会科学版), 2016, 29 (1): 14-20.
- [22] 刘景景, 钟晓萍, 钱龙. 美国防范食品安全风险的经验与启示 [J]. 世界农业, 2023 (6): 49-59.
- [23] 杨振, 韩磊. 美国粮食产业支持政策转型的制度路径与经验启示 [J]. 世界农业, 2020 (7): 25-31, 114.
- [24] 罗屹, 武拉平. 乡村振兴阶段的农业支持政策调整: 国际经验及启示 [J]. 现代经济探讨, 2020 (3): 123-130.
- [25] 金文成, 靳少泽. 加快建设农业强国: 现实基础、国际经验与路径选择 [J]. 中国农村经济, 2023 (1): 18-32.
- [26] 李典军. 普京农政思想与俄罗斯农政道路的形成 [J]. 俄罗斯东欧中亚研究, 2018 (3): 20-36, 155.
- [27] 高道明, 田志宏. 美国对外粮食援助政策演变及其对中国的启示 [J]. 中国农业大学学报 (社会科学版), 2018, 35 (2): 106-113.
- [28] 郭琰, 肖琴, 周振亚. 农业支持水平及政策结构变动的国际比较分析: 基于欧盟、美国、澳大利亚、日本、韩国、巴西、中国的考察 [J]. 世界农业, 2023 (1): 17-29.
- [29] 赵玉明. 从经济红利到战略工具: 俄罗斯粮食外交评析 [J]. 俄罗斯东欧中亚研究, 2023 (5): 61-83, 163-164.
- [30] REES C, GROVERMANN C, FINGER R. National organic action plans and organic farmland area growth in Europe [J]. Food Policy, 2023, 121 (11): 102531.
- [31] 费里南多·罗梅洛·维摩尔, 保拉·费里南兹·赫兰姆德, 张敏. 阿根廷大豆从小规模种植到转基因大豆的繁盛 [J]. 中国农史, 2020, 39 (1): 36-44.
- [32] 孙强, 关银龙, 谢宇. 农业一般服务支持政策的国际比较分析 [J]. 经济问题, 2019 (4): 106-116.
- [33] 刘希妍, 窦新月, 谢峥嵘. 阿根廷农业生产、贸易状况及中阿农业合作分析 [J]. 农业展望, 2024, 20 (4): 93-98.
- [34] 王学君, 晋乐, 朱晶. 中美农业国内支持争端: 争议点分析及对今后的启示 [J]. 农业经济问题, 2020 (5): 92-103.
- [35] 刘超, 刘蓉, 朱满德. 高保护经济体农业支持政策调整动态及其涵义: 基于欧盟、日本、韩国、瑞士、挪威、冰岛的考察 [J]. 世界农业, 2020 (4): 13-22, 30.
- [36] ORDONNIER V, COVARRUBIAS K A, CAMPOS A P. The impacts of widespread agricultural interventions on yields and food security in Ethiopia [J]. Food Policy, 2024, 124 (4): 102626.
- [37] 安春英. 非洲粮食安全困局及其治理 [J]. 当代世界, 2023 (2): 49-54.
- [38] 闫文义, 王大庆, 王翠玲, 等. 21 世纪以来不同主体玉米单产变化比较分析 [J]. 黑龙江粮食, 2023 (11): 20-21.

Choosing the Good and Following the Good: International Experience, General Laws, and Policy Implications for Stable Food Supply

HAN Dong CHEN Sisi CAI Rong

Abstract: Stable food supply is the foundation of social order stability and sustainable economic development. This article analyzes the experience and laws of typical countries in ensuring food stability, and outlines the challenges China currently faces in maintaining stable food supply. The study found that typical countries in the world can be divided into spillover, structural imbalance, self-sufficiency and import-dependence types according to the degree of self-sufficiency in staple foods. There are four stages of food supply stabilization: “mastery of the initiative-adequacy of quantity-price advantage-industrial competitiveness.” China has realized self-sufficiency in staple food, but has not yet entered the stage of price advantage. It faces challenges such as the imbalance of food production structures and difficulties in adjusting them, as well as the limitation of single sources for imported feeds. To ensure the stability of China’s grain supply, a price advantage must be formed as soon as possible, and support can be focused on accelerating the promotion of grain yield improvement and continuing to guide the adjustment of grain production structure.

Keywords: Stable Food Supply; International Experience; General Laws

(责任编辑 李辉 卫晋津)