品牌强县实践与启示：
立足资源禀赋，走好特色发展之路

■中国城市报记者 常 亮

郡县治，天下安。县域经济是我国经济的基本单元，是发展经济、保障民生、维护稳定、促进国家长治久安的重要基础。2024年中央经济工作会议要求“大力发展县域经济”，2025年中央经济工作会议进一步部署“推动县域经济高质量发展”。

近日，习近平总书记作出重要指示强调，把“义乌发展经验”进一步总结好运用好，探索走出符合各自实际的高质量发展之路。这一重要指示，对新时代县域品牌建设与经济转型升级具有重大指引意义。

从江南水乡到西部山川，从平原沃野到丘陵秘境，广袤大地上，一批县域紧扣资源禀赋、深耕特色品牌，走出了一条“资源筑基、品牌赋能、产业兴县、富民强县”的发展之路，让县域经济的活力充分迸发，为区域协调发展注入强劲动能。

锚定禀赋 品牌领航
破解同质化发展困局

我国县域资源禀赋差异显著，自然资源、区位条件、产业基础、文化特色各不相同，这既是发展基础，更是差异化竞争的底气。品牌强县建设，核心在于尊重差异、发挥比较优势，摒弃“大而全”“一哄而上”的惯性思维，聚焦自身最具竞争力的领域，打造“人无我有、人有我优”的特色品牌，从源头上避免陷入“千县一面”的同质化困境。

县域经济绝非封闭的“小循环”，而是深度融入区域发展、城乡融合的“大循环”。各地主动打破行政区划壁垒，找准分工定位，立足资源禀赋布局特色品牌产业，推动中心城市研发、设计、营销等高端环节与县域产业深度对接，形成“区域联动、优势互补、品牌共建”的发展共同体，在协同发展中放大品牌价值。

培育新质生产力，是品牌强县的核心支撑。各地坚持立足基础、因地制宜，不盲目追逐热门赛道，紧扣绿色低碳发展要求，推动传统产业向价值链高端攀升，培育壮大契合本地实际的特色产业集群，让特色品牌成为新质生产力的重要载体，以创新动能激活县域发展潜力。

深耕特色 铸牌兴业
绘就县域振兴生动图景

一方水土养一方物产，一份禀赋育一方产业。各地深挖资源优势，以标准化筑牢品质根基，以强品牌拓展市场空间，推动“土特产”变身“金招牌”，“小产业”成就“大气候”。

陕西省西安市周至县地处秦岭北麓，自然环境优越，是猕猴桃优生区。依托得天独厚的气候与土壤条件，周至县深耕猕猴桃产业，打造“周至猕猴桃”核心品牌，构建全产业链标准体系，从种植管护到冷链物流、精深加工全程严控品质。2025年，周至猕猴桃品牌价值达75.31亿元，小小猕猴桃成为带动群众增收致富的“幸福果”。

福建省泉州市安溪县凭借优越生态与千年种茶历史，聚焦铁观音这一独特优质核心资源，打造“安溪铁观音”地理标志品牌，推动茶产业全链条升级。2025年，该品牌价值攀升至1443.07亿元，茶产业链综合产值达460.5亿元。从传统制茶到科技赋能，从线下茶市到电商直播，“中国茶都”正以茶为媒，绘就生态美、产业兴、百姓富的动人画卷。

重庆市酉阳土家族苗族自治县立足富硒土壤资源，打造“酉阳800”区域公用品牌，推动高山茶叶、茶油等特色农产品标准化、品牌化，让深山好物走向全国。

云南省大理白族自治州依托自然风光与南诏文化，打造“风花雪月·自在大理”文旅IP，推动民族文化与旅游深度融合，文旅品牌成为县域经济核心引擎。

浙江省义乌市打创新牌、吃改革饭、走开放路，义乌小商品闯出大市场、做成大产业，形成“义乌发展经验”，是因地制宜发展县域经济的成功实践。目前，义乌小商品市场经营主体突破126万户，贸易覆盖全球230余个国家和地区，2025年外贸出口额居全国县（市、区）首位。

此外，江苏省宜兴市深耕“宜兴紫砂”品牌，推动陶文化、生态旅游与高端制造融合；山东省菏泽市东明县培育千亿元级高端化工产业集群；河南省濮阳市清丰县培育“清丰家具”品牌，成为北方实木家居产业高地……各地实践表明，当每一个县域都找到并擦亮属于自己的“金字招牌”，“千县一面”的同质化困局便会迎刃而解，取而代之的将是各美其美、美美与共的县域经济新生态。



为进一步彰显城市文化底蕴，打造具有辨识度的城市文化IP，浙江省义乌市于2025年9月发布“有情有义 世界义乌”城市文化品牌标识。 义乌市委宣传部供图

分类施策 久久为功
夯实高质量发展根基

资源禀赋不同，发展路径也会各异。各地立足自身实际，分类探索品牌发展模式，强化保障凝聚合力，让不同类型县域找准赛道、持续成长。

农业资源型地区深耕“土特产”文章，围绕特色种养、农产品加工、农文旅融合发力，打造特色农产品品牌。河南省安阳市滑县聚焦甜瓜产业，推动规模化种植、标准化生产、品牌化运营，年产值超65亿元，成为农业县域品牌发展典型。

制造业基础较好的地区，以转型升级为核心，改造提升传统产业，培育特色制造集群，打造区域工业品牌。山东省青岛市平度经开区聚焦高端装备制造，完善产业链条、强化技术创新，形成链条完整、技术领先的产业集群，为制造业县域转型提供范例。

商贸或小商品聚集的传统地区，借鉴“义乌发展经验”，激活群众首创精神，推动小商品向大品牌、大产业跃升。通过市场迭代、电商赋能、业态创新，实现从“小集市”到“大市场”、从“小商品”到“大品牌”的跨越，释放商贸活力。

生态与边疆地区立足生态屏障或沿边开放优势，前者守好绿水青山屏障，后者用活沿边开放窗口，通过探索生态补偿、跨境贸易、绿色能源等多元路径，将屏障优势转化为绿色品牌，将开放势能凝聚成沿边名片。贵州省依托凉爽气候建设数据中心，内蒙古自治区立足风光资源布局新能源产业，皆在生态保护与经济发展之间找到了双赢的平衡点。

都市周边与交通枢纽地区，发挥区位交通优势，主动承接产业转移，发展配套制造、现代物流、都市农业等产业，打造配套服务品牌。北京城市副中心与河北省环京县市协同布局产业链，推动产业互补、联动发展，实现区位优势向发展优势转化。

品牌强县，非一日之功，需以完善保障体系持续赋能。金融机构创新服务模式，推出针对性金融产品，破解特色产业融资难题；鼓励县域设立“科创飞地”，加强产学研合作，以科技创新推动品质升级；打破城乡要素流动壁垒，畅通人才、资金、技术等要素流向县域；摒弃“唯GDP论英雄”评价模式，建立涵盖生态保护、民生改善、特色发展的评价体系，引导县域聚焦特色品牌建设。

纵观诸多品牌强县实践，成功的核心密码正是立足资源禀赋、因地制宜发展县域经济。锚定核心资源，聚焦独一无二的优势资源精耕细作，方能打造“一县一品”；坚持标准引领，建立全产业链标准体系，方能筑牢品牌根基；推动母子品牌联动，形成“母品牌背书、子品牌溢价”格局，方能凝聚发展合力；坚持实干创新，尊重基层首创精神，方能厚植发展底气。

郡县有特色，发展有活力。当前，各地正深入学习“义乌发展经验”，立足自身资源禀赋培育特色品牌、壮大优势产业。安溪的一叶茶、义乌的一件小商品、东明的一滴油、周至的一颗果——这些源于禀赋、成于品牌的“一县一品”，正汇聚成品牌强县建设的生动图景。随着品牌强县建设持续推进，越来越多县域必将走出符合自身实际的高质量发展之路，为县域经济高质量发展注入强劲动力。



近日，河南省安阳市内黄县6万余亩大棚甜瓜迎来丰收季，棚内果香四溢，瓜农正在忙着采摘销售。图为安阳市内黄县马上乡东马上村农民在采摘甜瓜。 中新社发 刘肖坤摄