



市级“一村一品”专业村补助项目申报表

专业村名称	洛江区罗溪镇洪四村村民委员会	主导产业名称	熟地
创建单位：福建泉州市洪岩生态旅游发展有限公司			
一、基本情况			
罗溪镇洪四村地处洛江区偏远山区，与莆田市仙游县、泉州市惠安县交界，全村辖 6 个自然村 21 个村民小组，人口 1265 户 5039 人，60%以上人口外出，党员数 72 人；地域面积 28.48 平方公里，耕地面积 1460 亩。洪四村在镇党委、政府的正确领导下，着力抓好班子建设，以党建提升推进新农村建设、乡村振兴，以新农村建设为抓手促进经济发展、农民增收，各项工作稳步推进，取得了积极成效。洪四村荣获市级生态村称号、省级生态村称号、泉州市新农村建设试点示范村、洛江区美丽乡村建设示范村、省“千村整治·百村示范”美丽乡村建设、省、市级农村社区建设示范点、省级“创建无邪教示范村”、省级卫生村、省级“乡村旅游特色村”、省级乡村治理示范村、泉州市先进党组织、省级乡村振兴示范村创建、福建省美丽休闲乡村、福建绿盈乡村（高级版）、泉州市移风易俗典型村、泉州市旅游村、全国乡村治理示范村等荣誉称号。			
二、主导产业发展现状			
通过发展“一村一品”产业，快速提升村的经济实力。洪四岩三宝之熟地市场潜力较大、区域特色比较明显的特点。有较高的附加值，能够快速提升经济实力。带动农民实施“一村一品”。积极引导农产品加工、努力扩大规模，带动优势农产品生产，形成产加销一条龙的经营模式，促进优势农产品产业结构调整。 一、产业发展规模：目前，洪四村熟地每年约先产 1300 斤，覆盖了 50 多户农户，通过联农带农机制，50 多农户年均增收显著，生活水平提高。 二、产业技术水平：邀请本村传统老艺人传承熟地九蒸九晒传统制作工艺，通过举办技术培训班 3 次，培训农户 100 左右人次，使广大农户掌握了熟地九蒸九晒传统制作工艺。 三、产业组织化程度：成立了洪四村村级企业，福建泉州市洪岩生态旅游发展有限公司。通过旅游公司伴手礼为农户提供采购、传统制作工艺技术指导、熟地制作、熟地销售等服务，保障了农户的收益。 四、产业发展成效：（一）经济效益：产业总收入达到 60 万元，户均收入 12000 元，特色产业迅速发展，带动了当地经济的发展。带动了村集体经济增长，为村基础设施建设提供了资金支持；（二）社会效益：产业发展吸纳了当地 50 多名剩余劳动力就业，拓宽了农民增收渠道。此外，为了产业发展，村里修缮了道路、新建了灌溉设施，改善了村庄的生产生活条件。 五、市场拓展与品牌建设：通过参加农产品展销会、建立电子商务平台等方式，拓宽了销售渠道，品牌建设和市场推广，提升了产品的知名度和市场占有率。 六、存在的问题与挑战：（一）存在问题：产业技术水平有待进一步提高，部分农户对新技术的应用还不够熟练；产业资金短缺，融资渠道单一，市场波动较大，价格不稳定；（二）应对措施：加大对农户的技术培训力度，提高技术应用水平；加强与金融机构合作，拓宽融资渠道；加强市场监测，建立风险预警机制。 七、结论与展望：洪四村通过发展“一村一品”主导产业——熟地，取得了显著的经济、社会和生态效益。未来，将进一步扩大产业规模，提升产业附加值，延长产业链条，推动熟地产业高质量发展的同时，为乡村产业振兴提供坚实支撑。			

三、今后发展思路

依托本地特色资源优势，大力开展“一村一品一标”创建活动，引导手工制作加工户整合资源，发展乡村特色产业。通过实施品牌培育提升行动，全面摸清商标品牌底数，优化服务供给，打牢品牌基础。

一、提升品牌价值：1. 打造独特的品牌故事，通过讲述产品从原材料选取到制作工艺，再到传承发展的历程，增加消费者对产品的认同感和情感连接。2. 保证产品品质，制定严格的生产标准和质量控制体系，确保每一个环节都符合高品质的要求。严格把控原材料质量和制作工艺流程。3. 统一品牌形象，设计统一的品牌标识、包装和宣传口号，使消费者能够在众多产品中迅速识别。品牌标识要简洁明了、富有特色，能够体现村庄和产品的独特魅力；包装设计要注重美观性、实用性和环保性，同时突出产品的特点和优势，维护品牌的良好形象。

二、延长产业链：1. 发展农产品深加工，在农业基础上，结合乡村旅游、休闲农业等新兴业态，拓展“一村一品”的产业功能。开展手工艺体验课程，让游客亲自参与制作，增加产品的文化体验价值。2. 推动产业融合发展，加强“一村一品”与农村一二三产业的深度融合。以“一村一品”为核心，打造产业集群，提高产业的整体竞争力和抗风险能力。

三、扩展销售渠道：1. 强化电商平台应用，加大对电商平台的投入和利用，建立村庄自己的电商网站或在主流电商平台开设专卖店等。培训村民掌握电商运营知识，包括产品拍摄、店铺管理、营销推广等。利用直播带货、短视频营销等新兴电商模式，展示“一村一品”的特色和优势，吸引更多消费者购买。与网红、主播合作，开展线上促销活动，提高产品的知名度和销售量。2. 拓展线下销售网络，加强与超市、农产品专卖店、农产品展销中心等传统销售渠道的合作，建立稳定的供销关系。积极参加各类农产品展销会、博览会、农博会等活动，展示和推销“一村一品”，拓展销售市场。在城市社区设立直销点或提货点，方便消费者购买产品。通过与社区团购平台合作，开展社区团购业务，提高产品的销售效率。

四、建设基础设施：根据产业发展需求，建设相应的加工厂房、仓储设施等。加工厂房要符合安全生产和卫生标准；仓储设施要具备良好的储存条件，如通风、防潮、防虫等，确保产品质量安全。

五、人才培养与引进：开展针对“一村一品”产业发展的各类培训，包括加工技术培训、电商运营培训、市场营销培训等，提高村民的专业技能和综合素质。制定优惠政策，吸引外部人才返乡创业，如大学生、外出务工人员、退伍军人等。鼓励他们新的理念、技术和资金带回村庄，参与“一村一品”的发展建设。

六、组织保障与政策支持：成立专门的“一村一品”发展领导小组或专业合作社，负责统筹协调产业发展中的各种问题，制定发展规划和政策措施，组织实施项目建设等。

通过以上发展思路的实施，全面提升“一村一品”的发展水平，实现农村产业的兴旺发达和农民的增收致富。

四、财政补助资金使用内容

建设项目	建设内容	项目建设总投资（万元）	其中，申请财政补助资金（万元）
洪四村熟地手工作坊	灶台、生地、熟地仿真模型、音像、墙面广告宣传等	8.95	3
洪四村特色农产品销售展厅	实木展示柜、展示架、灯具安装，熟地、麦冬、洪岩酸茶、洪岩三宝等农产品展示摆放	16.1	7
乡镇政府意见	同意申报。  (盖章) 2025年4月15日		
县级农业农村主管部门、财政部门意见	同意申报  (盖章)  (盖章) 2025年4月25日		

备注：1. 主导产业指主营产品归属的茶叶、蔬菜、水果、粮油、水产、畜禽、食用菌、林竹、花卉等产业之一。

2. “三品一标”认证指无公害农产品、绿色食品、有机农产品认证和农产品地理标志。

附件

市级“一村一品”专业村补助项目申报表

专业村名称	泉州市洛江区马甲镇 后坂村	主导产业名称	水果（皇帝柑）
创建单位（村委会或合作社、龙头企业）：泉州市洛江区玉叶山家庭农场			
一、基本情况			
专业村基本情况，包括区位、经济、社会、现代农业发展等方面情况。 后坂村位于马甲镇北部，东临莆田仙游，西接罗溪翁山。全村 963 户，人口 3564 人，下辖内曾、坂边、外曾、内李、外李、四甲、官借、后坑仔、水云坑九个村民小组，耕地面积 831 亩，山地面积 5253 亩。后坂村是革命老区据点村，先后获得福建省宜居村、泉州市文明村、泉州市乡村振兴试点村、绿盈乡村等称号。			
二、主导产业发展现状			
包括产业规模，从业人数，带动农户、低收入人数，组织化程度（家庭农场、合作社、龙头企业情况），生产、加工、销售、品牌建设等情况（三品一标认证情况）。 后坂村水果生产基地依山傍水，位于玉叶山下，后坂水库边，土质优良无污染，雨水充沛，是天然的优质水果生产基地。承担项目建设的玉叶山家庭农场是“福建省物联网应用基地”、市级数字农业建设项目，获得市、区级家庭农场示范场等荣誉称号，具有较好的产业发展基础。 后坂村山多地少，农业生产主要以山地开发为主，玉叶山家庭农场近年来引进皇帝柑等优良水果新品种 20 多个，不断加大生产规模，增加水果的品种、数量、投放市场，并积极与农贸市场及商超对接，今后将帮助本村农户扩大水果生产，指导生产技术，为城市供应做更大的贡献。 玉叶山家庭农场场创建于 2014 年，位于洛江区马甲镇后坂村玉叶山下，现有生产规模 300 多亩，是一个集生产、销售、观光、休闲采摘为一体的现代农场。于 2022			

年度获洛江区家庭农场示范场、2023 年度获泉州市家庭农场示范场等荣誉称号，并被推选为福建省“福农优品”品牌标识授权企业，农场推行食用农产品达标合格证（一品一码），今年计划对产品进行绿色食品认证。

多年来为周边的剩余劳动力 50 多人，解决了就业难的问题，并为他们进行了技能培训和各种水果种植技术的传授，还带动了周边 200 多户村民，带动农户注册泉州市玉叶农业科技有限公司等 3 家农业企业。近年来水果种植面积达到了 500 多亩，并对农户产品进行保底收购，对种植技术和新品种的引进开发，取得了很好的社会效益和经济效益，使每个农户每年都能增加收入 4 万元以上。

三、今后发展思路

包括提升品牌价值，延长产业链，扩展销售渠道，建设基础设施等“一村一品”产业规划。

通过深入调研，结合本地土壤、气候条件，确定以优质皇帝柑种植为主导的“一村一品”发展路径。牵头成立皇帝柑种植示范基地，整合土地资源，推广标准化种植技术，确保产业发展的科学性和可持续性。

品牌赋能，拓宽市场销售渠道。注册皇帝柑“鹿展鲜果园”农产品商标，统一包装、统一标准，提升产品附加值。同时，通过电商平台和线下展销会，打通销售渠道，不断扩大品牌影响力。

党群聚合力，让村民的口袋“鼓”起来。一花独放不是春，百花齐放春满园，通过结对帮扶，越来越多村民参与到特色皇帝柑种植的队列中来，通过“党员示范”，越来越多农技知识传播在田间巷尾。

数技共发力，让闸口的品牌“响”起来。一方面持续深化与省农科院的合作，推动皇帝柑品质再上新台阶，另一方面持续开展柑橘园“数字化、绿色化”改造提升，线上招募主播实施带货计划，线下积极参展持续扩张影响力。坚持将“农业+电商”模式作为拓宽皇帝柑销售的重要渠道，积极探索直播等新业态，与发展驻村工作队员组织电商直播卖货，利用“淘宝”“抖音”等线上销售平台，拓宽电商销售渠道。

四、财政补助资金使用内容			
建设项目	建设内容	项目建设总投资（万元）	其中，申请财政补助资金（万元）
扩种皇帝柑面积	扩种皇帝柑面积 30 亩	15.1	8
基地水利设施建设	皇帝柑生产基地钻井 1 口及输水管道铺设	5	2
乡镇政府意见			
县级农业农村主管部门、财政部门意见			

备注：1. 主导产业指主营产品归属的茶叶、蔬菜、水果、粮油、水产、畜禽、食用菌、林竹、花卉等产业之一。

2. “三品一标”认证指无公害农产品、绿色食品、有机农产品认证和农产品地理标志