

以市场为导向推动乡村产业振兴

作者简介

李璟

中国长城资产管理股份有限公司
驻村干部

核心提示

如何因地制宜将当地特色资源与市场需求紧密结合起来，建立市场化的导向机制和运作模式，促进乡村产业按照市场化轨道高质量发展，助力乡村产业升级，实现经济、生态效益双赢的高质量 and 可持续发展，是我们当下以及以后相当长一段时间着重要研究和解决的重大课题。

充分认识从脱贫攻坚到乡村振兴转型的战略意义

党的第二个百年战略目标是建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国。从脱贫攻坚转到乡村振兴，是我党为实现这个目标的重要战略性决策。从城乡关系来看，中国与发达国家还有较大差距。发达国家的城乡关系具有两个基本特征：一方面，发达国家的城乡没有根本性的生活质量差距，有的国家甚至出现农民人均收入高于城镇居民的现象；

另一方面，发达国家城乡人口的比例与城乡创造的GDP相适应。而我国的农村落后问题则是实现第二个百年战略目标的短板，主要表现在城乡收入差距大、基础设施不完善、公共服务质量低、环境卫生差、治理水平低等方面。

同时，从脱贫攻坚转到乡村振兴，具有科学的逻辑关系，主要体现在以下三个方面：首先，从时间上看，脱贫攻坚时间

短，乡村振兴时间长。脱贫攻坚从2013年开始，到2020年结束，用了8年时间；乡村振兴从2018年开始，计划到2050年结束，需要33年时间。其次，从对象上看，脱贫攻坚主要针对贫困地区，乡村振兴则覆盖所有农村区域和农村人口，要达到城乡融合发展，实现资源双向流动。最后，从目标上看，脱贫攻坚解决的是绝对贫困的问题，要求贫困人口稳定实现“两

不愁三保障”和稳定增收；乡村振兴则是缓解相对贫困、缩小与城镇的收入差距，实现农业农村现代化，其标准远高于前者。

因此，要充分认识到，从脱贫攻坚转到乡村振兴，是切实提高农村经济战略地位的重要体现。实际上是要把农业农村工作由原来的以计划调节为主的方式转型到以市场化手段调节为主，按照市场化原则，从原

来的以“输血”为主转到以“造血”为主，以全面彻底激发农村的经济活力，最终实现农业强国的经济活力，最终实现农业强国。可以说，以产业振兴为核心的乡村振兴，将给我国农村带来巨大的市场机会，农村与城市必将高度融合，困扰多年的工农业经济“剪刀差”最终也将成为历史。所以，谁能在本次转型中抢得先机，谁就将掌握市场的主动权，否则就将一步落后、步步落后。

有效整合资源，高标准做好乡村产业规划

产业振兴的核心就是市场化。首先，要全面强化市场意识，生产符合市场需求、有竞争力的农副产品。土地是一个魔术师，需要什么土地就能生产什么。所以我们需要研究市场，以市场思维作为工作出发点，结合当地资源特点，统筹规划，生产和开发具有当地特色的系列产品，以满足市场不断变化的需求。

市场研究需要多方面的参与，一是政府部门要做好市场研究，主动深入市场、对接市场，精准分析市场的需求，并引导农民充分利用有限的资源，发展种养项目，如立体养殖、林下养殖等。建议乡村振兴局专门设立市场部，组织专业人员深入研究市场，发现和挖掘

市场需求，在此基础上科学规划辖区内的产业布局，不但在产业项目的审核和审批环节上提高成功率，同时也可以更好地为产品销售服务，防止生产资源的浪费。二是企业要适应市场要求，及时调整和研发新的产品类型，不断完善产品链和产品的升级换代，增强企业的竞争力和抗风险能力。三是专业合作社或行业协会要主动作为，充分发挥专业优势，真正成为农民生产经营贴心的服务者。

其次，高标准做好资源整合和产业规划。乡村产业发展要有“布大局、下大棋”的思路，其关键就是要充分用好一方水土，开发好乡土资源，加强龙头、培育大户，因地制宜

选准产业发展突破口，高标准建设，把乡村资源优势、生态优势、文化优势转化为产业优势。要以“一县一品”“一村一品”为总的指导原则，大力创新以品牌为纽带的资产重组和要素整合，开展“地名+特产”“知名景区+特产”的地方品牌建设，实行同一区域、同一产业、同一品牌、同一商标，挖掘和培养一批有特色、有市场辨识度的品牌。要将辖区内的资源按品牌类别进行整合，提高集约化程度，通过规模经营有效降低成本，不断引导和加强组织化程度，并能有利于形成一定的资源垄断优势和价格保护机制，增强村民的议价能力，力争统一收购、统一销售争取市场的话语权和主动权，有效解

决小生产与大市场的矛盾，逐步树立和巩固品牌地位，努力创造“精品”效应和“拳头”效应，使“小特产”升级为“大产业”。比如，很多农村地区出现多种品牌的相同产品，同质化、“小、散、弱”的现象非常普遍，这样就容易产生“内卷”，增加不必要的内耗，并且容易让消费者无所适从，反而会削弱产品的竞争力，影响市场的品牌价值。

再次，坚定做好深加工产业，提升产品附加值。农产品的深加工是巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的重要抓手，是切实解决农村经济发展的有力途径。要彻底改变以往以提供初级产品为主的经营理念 and 经营模式，推动农村

由卖原字号向卖制成品转变，由卖产品向“卖产品+服务转变”。中国从古至今一直是一个农业大国，然而，我国的农产品却没有竞争力，造成这种局面除了产业的集约化程度不高外，最主要的原因就是提供给市场的大都是初级产品，没有对产品进行深加工，产品附加值不高，多数产业停留在或种植或养殖卖原粮、原果和生鲜畜禽阶段，深加工、全产业链挖掘缺失。提高农产品附加值有两种方式：一种是对农产品进行深加工，并大多以精致的小包装形式出现，另一种是做品牌，通过对产品的全方位营销，树立良好的品牌价值和品牌形象。

创新融资模式，助力乡村振兴

在脱贫攻坚向乡村振兴转变的大背景下，随着市场化运作的不断深入以及农村的产业逐步壮大，所需要的资金规模不可避免地将会变得更大。为有效解决资金问题，产业与金融的配合尤为重要，需要我们集中智慧，健全乡村振兴多元投入机制，在资金筹集上采取比以往更超常的方式，以进一步发挥金融工具丰富多样的优势和长期支撑的作用，彻底改变以往仅仅依赖于财政和银行的简单方式，逐步扩大直接融资的份额，让政府、企业、农民真正成为市场的参与者和利益的共同体，灵活运用金融工具、利用多种渠道筹集建设所需资

金，有效提高项目的成功率和资金的使用效率。其中，以基金等市场化运作的筹资模式将会成为一种趋势。实际上，早在2021年，《中共中央 国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》中就已经明确提出以市场化方式设立乡村振兴基金，撬动金融资本、吸收社会力量参与，重点支持乡村产业发展的要求，部分地方像广东、江苏、浙江等地，已经敏锐地注意到了开发新的金融工具对于乡村振兴工作的重要意义，并已经开始了实务操作，多采取政府出资一部分、企业和社会投资人出资一部分、村集体和村民出资一部分的形

式设立基金份额。这样，政府在投入初始资金扶持企业走上正轨后，可以选择向社会转让并退出股份，实现财政资金的循环利用，最大化提高资金使用效益。据统计，地方性乡村振兴基金已有180多只，筹资已超千亿规模。这些资金对于促进乡村产业振兴、农业农村现代化建设正在发挥着举足轻重的作用。

与此同时，须加快乡村干部人才培养，充分发挥好驻村干部的作用。目前农村基层干部队伍存在着不少缺陷，一方面要加速农村基层干部的更新换代，做实做好选调生和大学生村官对村务的融入工作，另

一方面，也是更重要的是，对现有的这些基层干部加强培训，尤其要重视对村“两委”班子的培训，经费上要有保障，时间安排上要有保证。随着乡村振兴工作的不断深化，对驻村干部的工作也提出了新的、更高的要求，工作重心也将转移到产业振兴上来。驻村干部来自各行各业，有着各自的专业优势，掌握着大量的信息和客户资源，地方政府和部门要充分利用好，进一步关心驻村干部的生活，为驻村干部排忧解难。要转变以往的工作内容和管理模式，多方面支持他们的工作，及时沟通县、乡的产业规划和实施情况，多征求他们的专业

意见和建议，并不断完善激励措施，增强他们的参与感，确保驻村干部住得下、融得进，以切实发挥好他们应有的作用。可以考虑择优选拔符合要求的驻村干部，利用他们的专业优势和市场优势，以兼职、挂职的方式积极参与更高层次的产业振兴工作，不但能缓解县、乡人才不足、人员紧张的矛盾，还能借此在当地培养一批乡村振兴的后备人才队伍。

(摘编自《中国乡村发现》)