
四川凉山彝区消费扶贫中 提升供给端市场竞争力的对策研究

廖慧 王艳 常远 杜聿昊¹

(西南民族大学, 四川 成都 610225)

【摘要】: 贫困地区农产品竞争力的强弱与消费扶贫政策效用的强弱密切相关。为促进彝区消费扶贫的有效实现,从思想上形成脱贫的内生动力,本文以供给端竞争力为切入点,通过梳理消费扶贫与产品竞争力的有效联系,针对凉山彝区消费扶贫实施过程中农产品竞争力不足这一现状,提出提升竞争力的对策建议,并提出未来展望。

【关键词】: 消费扶贫 对策研究 凉山彝区

【中图分类号】:F27 **【文献标识码】:**A

0 引言

凉山彝区指包含大小凉山彝区在内的地区,分布于四川省西南部,是四川省四大连片贫困地区之一。本文研究的大凉山彝区指凉山州除木里藏族自治县以外的所有地区。据凉山州统计局官方数据,凉山州2016年总人口5123552人,其中彝族占比51.87%,汉族占比44.66%;凉山州第一产业从业人员达182.74万人,占总人口的35.67%,从业人员为三次产业中最多;第一产业生产总值2807115万元,占全州生产总值的19.95%,为三次产业生产总值最少;农林牧渔业总产值4829435万元。

受民族地区及贫困地区双重影响,凉山彝区贫困范围广、贫困深度大、贫困发生率高。2018年底,凉山州贫困人口降至31.1万人,贫困发生率降至7.1%,同期全国贫困发生率降至1.7%,凉山州贫困发生率远高于国家水平。

凉山彝区民族地区与贫困地区的双重身份,要求当地贫困治理必须激发贫困人口的自我发展意愿,提高贫困地区自我发展能力。消费扶贫政策则可以一方面通过收入效应增加贫困人口的收入,为贫困地区发展奠定物质基础,一方面通过意识效应改变贫困人口的小农意识,强化其经济意识,激发贫困人口自我发展意愿。消费扶贫作为实现脱贫攻坚的重要途径,与精准扶贫政策的内在逻辑相统一,其关于东西对口扶贫、动员社会力量参与的要求也与我国农村扶贫开发工作东西结合、主辅结合的特点相吻合。消费扶贫倡导积极使用市场机制,引导政府、市场、社会等多主体积极参与,鼓励各主体积极互动,协同推进扶贫工作开展,贫困地区通过与政府、企业、合作社合作,与电商扶贫相配合,借助电商平台将种植作物及蓄养牲畜等以生鲜产品为主的扶贫产品向市场供应。首先,消费扶贫过程中电商平台地搭建可以调动贫困户的积极性,引导贫困户参与电子商务活动;其次,生鲜产品价格与消费扶贫关联密切,合理制定的生鲜产品价格借助价格杠杆调节社会消费,为贫困人口带来收入,促进消费扶贫目标地实现。与此同时,农产品价值的实现促使贫困人口自我认识、自我反思、自我改变,实现自我赋权;经济利润的增加引导贫困户克服自身障碍,发挥个体能力,实现个体赋权,最终实现贫困人口的强能挖掘。

¹作者简介:廖慧(1999-),女,汉族,湖南衡阳人,西南民族大学本科在读。

基金项目:西南民族大学大学生国家级创新训练计划项目课题(S201910656023)。

1 问题提出

《国务院办公厅关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的指导意见》提出,消费扶贫旨在对接市场对于产品、服务的需求与贫困地区产品、服务的供给,将贫困地区的产品与服务引入全国大市场,并动员社会各界参与对其的消费,通过市场机制的运作实现贫困人口的增收,促使贫困人口接受社会主义市场经济价值观念的影响,修正重义轻利、安贫乐道等不利于脱贫的价值观,进而调动贫困人口自发脱贫的内在动力,鼓励其劳动致富,最终实现贫困人口的稳定脱贫,带动其所在地产业持续向好发展。贫困地区农产品进入全国大市场后势必直面众多竞品,较强的产品竞争力有助于实现产品销售、贫困户增收,因此贫困地区农产品竞争力的强弱与消费扶贫政策效用的强弱密切相关。《意见》要求贫困地区应当使农产品的供给能力得以提升;产品质量得以改善;销售途径得以拓宽,《意见》的要求有助于贫困地区农产品竞争力的提升,有助于消费扶贫总体目标的实现。

以凉山彝区 M、X 两县消费扶贫情况为例,其供给端由于受自然条件限制、生产文化约束、青壮年劳动力不足、专业技术人才的缺乏、农户购买农业保险意愿低下、合作社引导能力不足等因素制约,当地农业生产出现了包括规模化生产程度较低;专业化生产水平较差;抗风险能力较弱;销售市场本地化、销售途径单一在内的诸多问题。以上问题作用于农产品的成本、质量和营销能力,严重影响当地农产品竞争力地提升。

2 对策思考

2.1 重视教育事业,破除贫困代际传播

党的十八大提出,教育是民族振兴和社会进步的基石。良好的教育是提升产品竞争力的有效举措,更是预防返贫的重要途径、阻断代际贫困的坚定保障。

因此,要大力发展民族地区的教育,促进教育系统的均衡发展,如大力发展职业教育。凉山彝区具有明显的地域特色,应具有针对性地创办符合彝区、高质量的职业教育学校,创新发展民族地区“9+3”免费中职教育模式,为农业生产提供所需的智力支持。此外,还应重视教育潜移默化的移风易俗作用。教育事业的有效开展在一定程度上可以引导当地农户打破思维局限,更容易接受新兴的思想和技术,有利于加强当地与外界的交流联系与经济文化往来,如普通话的推广普及。推广普通话是开展教育扶贫、阻断贫困代际传递的重要举措,大力提升普通话普及率有利于通过语言的力量助力脱贫攻坚、促进民族交流交往。

2.2 汇聚多方力量,加强规模化经营

加快土地流转,发展规模化经营。首先,当地政府应通过提供资金、出台并落实相关政策等方式引导散户进行土地流转,将大量荒废土地、闲置土地流转至集体名下,进而耕地面积由点连接成片,在集体统一领导下形成规模化种植的基础。其次,村集体需要发挥联动作用,积极贯彻政府的政策,运作农村合作社;做好农户的思想工作,引导农户参与土地流转,形成良好的互动模式。此外,企业要承担社会责任,积极响应政府号召,为规模化生产提供一定的资金和技术支持。在政府、村集体、企业和农户等多个主体的共同努力下形成合力,共同推进农业生产规模化的实现。

发展集体产业,吸引青壮年劳动力回流,为规模化生产奠定劳动力基础。政府要通过政策支持、招商引资等方式等促进农产品深加工、提高农产品附加值,从而推动创造更多的就业岗位,引导青壮年回村就业。如此一来,青壮年劳动力的回归,既为农业规模化生产提供了劳动力,同时也有利于乡镇集体产业的发展。

加强产业融合,推动多元产业发展。加强农业与其他产业的融合,重点发展集农事体验、果蔬采摘、休闲观光为一体的乡村旅游,创新发展特色民宿、康养休闲、文化创意等跨界融合产业。产业融合发展既有利于提高农产品的附加值,发展多元化农业,形成产业集群效应;也有利于产业结构的优化,一定程度上也拉动了农产品的规模化生产。

2.3 培育引进专业人才与技术,推动农业生产专业化建设

彝区农业生产专业化不足的问题既不能只寄希望于外部人才引进,也不能仅寄希望于本地农户自觉总结的生产经验,而在于多措并举形成内外人才合力。

加强农民素质教育,培育新型职业农民。农民是农业生产的主体,专业化、职业化的农民是推动农业生产专业化的必要条件。一是要重视新乡贤的作用,鼓励退休公职人员下乡与乡村贤达、村两委密切合作,深层耕作基层的思想土壤,破除乡村不良风气,为新时代农民发展正本清源;同时重视现场生产,发掘农业生产的“土专家”,寻找技术精湛的带头人,树立生产模范、技术模范,充分发挥模范作用,通过互帮互助、夜校经验分享等形式,以农民教育农民。二是政府主导整合社会力量,通过设置专项资金、政府购买服务等形式引导高校涉农专业、职业院校、相关农业协会密切合作,共同搭建职业农民培育平台,为农民提供高密度、高质量的定期学习,通过补贴等形式鼓励并组织农民积极参与外出学习,开展对外交流,提升农民技能、拓宽农民视野,提高农民在农业生产中的专业性、创造性。

整合社会各界力量,引进专业人才技术。贫困地区的人才引进、农业发展离不开政府、高校、企业等社会力量的参与。首先应当营造人才引进的良好氛围,人才长期驻村不能只靠感情的羁绊,还要依托于物质的保障,一是要完善贫困农村的基础设施,保障贫困地区通路、通水、通电、通网,为人才进入贫困地区创造条件、为企业技术援助的实现奠定基石;二要完善贫困农村的公共服务供给、为下乡人才提供合理的薪资报酬,保障人才下乡后的基本生活需求;三是结合区位特色为下乡人才提供一展宏图的舞台。其次贫困地区应当与高校、农业人才协会密切合作,引导高校涉农专业学生、农业人才开展长期下乡实践,在田间地头为农民提供长期稳定地专业技术指导,帮助农户获利止损;消费扶贫不止与农业生产有关,当地政府还应当与专业的仓储企业、物流企业、销售企业相合作,引进先进技术,通过“PPP”项目等形式构建现代化、专业化的仓储系统、物流系统、销售系统。

2.4 建立农业灾害的预警机制,推动政策性农业保险普及

整体而言,彝区地形崎岖,气候复杂,自然条件相对恶劣,农业灾害较为频繁,给贫困户农业生产带来较大损失。因此,一方面需要通过灾害预警为农户生产决策提供信息支持,另一方面可以通过农业保险减少其损失。

善于运用农业数据,搭建灾害预警平台。随着互联网的高速发展,农业生产力的日益提高,相关数据呈井喷状态,农业进入大数据时代,大数据为农业灾害的监测预警提供了新的方向。一是构建农业信息数据库,汇总有记载以来彝区农业灾害数据、气象数据、水利数据、疾控数据,打通农业、气象、水利、疾控等部门信息流,实现农业相关数据互通及时、无障碍,通过联网设备时时监控田间情况、采集相关数据,为灾害监控、预警打下坚实的数据基础。二是保障灾害预警防治全过程有专人领导、专家参与。要组建农业灾害预警处理应急领导小组,州、县二级落实属地责任,保证一村一名报灾专员,开通灾情传递专线,保障州、县、村灾情信息传递畅通;同时聘请灾害专家组成专家智库,对数据库信息进行分析,对彝区整体灾害预警防治进行工作指导,对相关人员进行业务指导,对基层普及灾害知识。

增加险种提高补贴,推动农业保险普及。农业保险依据其风险保障和经济补偿功能可满足农户抗灾减灾的需求。首先要加大对政策性农业保险的宣传,通过夜校等途径普及农业灾害的危害、本地农业灾害现状、灾害的应对方式,并宣传部分农户通过购买农业保险取得的止损成果,提高农户的抗灾自信。其次要提高保费补贴标准,以种植业保险为例,2019年四川省补贴标准为75%,但由于补贴险种的保险金额原则上为保险标的生长期所发生的直接物化成本,未包含人力等成本,因此实际补贴比例仍较低,有继续提高的空间。最后要丰富险种,通过农业保险来撬动地方特色产业发展。彝区整体资源禀赋较差,贫困户脱贫与消费扶贫产品供给不能仅依赖于粮食生产,还应结合地方特色发展特色农业,并将特色农产品引入农业保险补贴范围,通过高补贴的特色农险引导农户进行种植,发挥比较优势,与其他地区开展差异化竞争。

2.5 完善电商运营模式,扩大品牌效应

组建专业运营团队,推动农村电商发展。发挥电商平台拓宽销售渠道、扩大销售市场的作用。首先,完善贫困地区电商运营的硬件设施,为电商后续的发展奠定基础;其次,吸纳专业人才,组建专业团队,并对其进行相关技能培训,为电商运营提供人才保障;再者,政府需要出台相关细则,为电商平台的发展提供政策扶持,并且要加强地方电商运营的规范性,促进其发展的同时也要规避可能出现的问题。最后,电商平台的运营旨在拓宽农民增收渠道,应鼓励当地农户以积极的心态接受新事物,共同促进电商发展,从而进一步扩大地方产品销售范围,助力农民增收。

树立品牌意识,扩大品牌效应。推动地方电商持续发展离不开特色农产品的品牌效应。对于品牌宣传可以通过新兴的社交媒体开展,如在微博、抖音等社交媒体建立相应官方账号,推广地方农产品,扩大品牌效应。此外,产品的营销随着科技水平的提高和人们生活方式的转变有了新的手段,首先,充分运用明星效应使农产品形象深入人心,从而带动部分农产品的消费。同时,把农产品与公益、创意广告相结合,进一步扩大影响力;其次,借势直播产业的发展和直播市场的火爆,可以利用直播平台进行公益销售,通过政府官员的参与直播来扩大影响力。基于品牌的宣传和营销等方面,最终建立起本地农产品品牌与贫困农民脱贫致富的联动机制,从而使农民增收。

3 结语

消费扶贫的基础是产业,前提是产品。而在扶贫工作中,产业扶贫是“造血式”扶贫,是贫困户真正脱贫致富的有效保障。因此,通过上述对凉山彝区消费扶贫政策实施过程中提升供给端竞争力的具体措施分析,可知“消费扶贫+产业发展”模式既是促进脱贫的有效措施,也是预防返贫的关键之举。

具体来说,教育是破除贫困代际传播的有效因素之一,通过发展教育事业可以引导贫困地区的农户发挥自身的主动性、积极性和创造性,激发自身的内生动力,进而从根本上提升贫困地区人口的脱贫意识和自身能力;通过贫困地区农业生产的专业化、标准化以及规模化的实现,可以提高农产品的有效供给,实现产品种类、质量的精细化,来促使贫困地区的农业产业的加快发展;通过疏通贫困地区农产品的生产、存储、销售、运输等全链条联动的难点和堵点,可以最大程度上实现产销契合,高质量地推动消费与产业发展、产品服务对接。

2020年是脱贫攻坚决战决胜之年,是全面建成小康社会和“十三五”规划收官之年。在此背景下,贫困地区不仅要脱贫,而且要致富。可以说消费扶贫是一种“自我造血”的模式,通过不断消费,进行物质循环,继而形成内生动力。因此,在收官之际,根植发展基因、构筑产业支撑、激活前进动力是持续发展的关键。如此,才能把脱贫基石筑得更牢,助力乡村振兴发展更稳。

参考文献:

- [1]凉山州统计局.统计年鉴 2017[EB/OL].http://tjj.lsz.gov.cn/sjfb/lsndsj/tjnj2017/202002/t20200226_1478497.html.
- [2]新闻办就“聚焦深度攻坚克难”情况举行新闻发布会[EB/OL].http://www.gov.cn/xinwen/2019-06/26/content_5403338.htm.
- [3]伟大成就历史跨越——两部门负责人回顾 70 年中国减贫成果[EB/OL].http://www.70prc.cn/2019-09/27/c_1125050481.htm.
- [4]李俊清,向娟.民族地区贫困成因及其治理[J].中国行政管理,2018,(10):57-61.
- [5]杨丹.扶贫政策、居民消费和乡村经济发展协调性研究[J].商业经济研究,2019,(05):108-110.

-
- [6] 厉亚, 宁晓青. 消费扶贫赋能脱贫攻坚的内在机理与实现路径[J]. 湖南科技学院学报, 2019, 40(02):3-7.
- [7] 杨占国, 于跃洋. 当代中国农村扶贫 30 年(1979~2009)述评[J]. 北京社会科学, 2009, (05):80-87.
- [8] 莫光辉. 精准扶贫视域下的产业扶贫实践与路径优化——精准扶贫绩效提升机制系列研究之三[J]. 云南大学学报(社会科学版), 2017, 16(01):102-112.
- [9] 颜强, 王国丽, 陈加友. 农产品电商精准扶贫的路径与对策——以贵州贫困农村为例[J]. 农村经济, 2018, (02):45-51.
- [10] 冯燕芳. 生鲜农产品消费扶贫模式与策略研究——基于生鲜农产品价格杠杆作用机理的分析[J]. 价格理论与实践, 2019, (08):42-45.
- [11] 卫小将. 精准扶贫与主体性塑造:再认识与再反思[J]. 中国行政管理, 2018, (04):39-43.
- [12] 胡锦涛. 坚定不移沿着中国特色社会主义道路前进为全面建成小康社会而奋斗[EB/OL]. http://www.12371.cn/2012/11/17/ARTI1353154601465336_7.shtml?tdsourcetag=s_pctim_aiomsg.
- [13] 朱蕊, 江生忠. 我国政策性农业保险的扶贫效果分析[J]. 保险研究, 2019, (02):51-62.
- [14] 四川省财政厅. 四川省财政厅 2019 年农业保险保费补贴资金公示[EB/OL]. http://czt.sc.gov.cn/new_web/new_NewShow.jsp?id=4970&tname=%E4%B8%93%E9%A1%B9%E8%B5%84%E9%87%91%E5%85%AC%E5%BC%80&TS=1587956098185.
- [15] 财政部. 关于印发《关于加快农业保险高质量发展的指导意见》的通知[EB/OL]. http://jrs.mof.gov.cn/zhengwuxinxi/zhengcefabu/201910/t20191012_3400537.html.