

“黑土麦田”产业扶贫研究

——基于湘西州 N 村项目分析

王雪琳¹ 廖声兰²¹

(1. 西华师范大学管理学院, 四川 南充 637009;

2. 四川轻化工大学法学院, 四川 自贡 643002)

【摘要】“黑土麦田”是通过培养青年开展公益扶贫项目,与政府、社会力量对不同乡镇进行产业扶贫的公益性组织。湖南省湘西土家族苗族自治州 N 村(以下简称湘西州 N 村)是“黑土麦田”组织开展产业扶贫的一个实践点。“创客”扶贫队伍入驻 N 村后,在结构上将原有的“输血”式扶贫变为“造血”式扶贫,在设计上将原有的“开放”式扶贫变“参与”式扶贫,增强了 N 村内发展动力,提高了贫困人口的自脱贫能力。这一扶贫模式为产业扶贫提供了可参考、可操作和可持续的发展思路。

【关键词】黑土麦田 产业扶贫 贫困治理

【中图分类号】F323.8 **【文献标识码】**A

2020 年 3 月,习近平总书记在决战决胜脱贫攻坚座谈会上强调:“要加大产业扶贫力度。”湖南省人民政府提出要鼓励和引导社会组织、志愿者、爱心人士与社会救助兜底保障对象结对帮扶。湘西州 N 村有独特的地理优势,开发的农产品具有原生态特点,当地村民脱贫的需求性较大。“黑土麦田”作为全国公益性组织,关注少数民族地区的产业发展,致力于改善村民生计、助力乡村治理、促进乡村振兴的实践。“黑土麦田”组织孕育了一批“创客”扶贫队伍,“创客”扶贫队伍在 2016 年入驻 N 村,与政府、社会共同进行产业扶贫,一同扶持 N 村产业发展。“创客”扶贫队伍在进行产业扶贫过程中,采取了网上电商、企业扶贫采购售卖生态大米、竹笋、番茄辣椒酱等农产品的方式提高了农村人民的生活质量,但是在推进过程中也存在着扶贫村落条件艰苦等难题。本文以湘西州 N 村为例探讨产业扶贫,以为少数民族村落脱贫致富提供借鉴。

1 “黑土麦田”组织在湘西州 N 村的实践

1.1 “黑土麦田”N 村产业扶贫项目开展背景

湖南省湘西州 N 村属于纯苗寨,平均海拔 800m,与贵州、重庆接壤,全村有 GHS、NT、LK、DW、XBY 等 5 个自然寨,共有 11 个组,276 户人家,总人口 1380 人。该村现有耕地面积 101.93hm²,主要农作物为原生态水稻、黄豆、竹笋等,林地面积 698.07hm²。

作者简介:王雪琳(1996—),女,四川成都人,西华师范大学管理学院硕士研究生,研究方向:社会治理。廖声兰(1997—),女,四川自贡人,四川轻化工大学法学院硕士研究生,研究方向:基层司法。

基金项目:2021 年校级大学生创新创业训练计划项目:湘西 N 村“黑土麦田”产业扶贫实践研究(cxcy2021150)

该地属于丘陵地区，土壤以水稻土，红色石灰土为主，亚热带山地气候，光热水资源丰富。

产业扶贫需要政府部门与社会组织协作。2016 年县政府通过调查走访 N 村，决定开展驻村帮扶，同年引入“黑土麦田”组织，在 2017 年发布工作动态中提出：将政策优势与本村资源优势相结合，探索一条发展特色产业的好路子，破解特色营销推广的制约瓶颈。“黑土麦田”作为产业扶贫的辅助手段，政府每月都会给“创客”扶贫队伍发放生活补贴，“创客”扶贫队伍则通过实践努力改善 N 村的硬件和软件设施，提高当地村民幸福指数。

湘西州 N 村地处偏僻，没有公共交通工具，2018 年村内才修建水泥路，并且出入村靠步行或者仅有的一辆摩托车和一辆面包车，同时需经过约 10km 的盘山公路，一般通过“赶场”售卖原生态大米，但是由于村落无交通运输工具，进出村耗时耗力，再加之有时村民兜售大米会收到假钞，就导致大米堆积于村民家后院，产品经销困难。交通的不便阻碍了 N 村与外界的经济交流，村落又缺乏“互联网”，导致对外信息不畅通，所以 N 村大部分年轻劳动力选择流向城市，仅剩老年人、儿童、妇女留在村里，乡村空巢化愈来愈明显。

N 村有且仅有一所 NT 小学，设有六个年级及 1 个学前班，共有教师 7 名，学生 121 名，师资力量薄弱，学生文化水平参差不齐，中老年人知识水平低，在日常交流上，一部分村民汉语并不流利，与外界人员交流沟通上较吃力。村民的社会交往集中在本村的亲属和其他村民，大部分的活动区域便是 N 村，村民又缺乏脱贫致富的一技之长，自家种植的农产品便是生活的基础。自给自足型经济是 N 村主要发展方式，其本身具有较强的自我恢复和发展的特点，N 村依靠自给自足便能生存，但是自给自足经济又具有分散性和落后性的缺点，在近现代社会发展的市场狭小，N 村仅靠这一点是难以得到更长远的可持续发展。以上便是 N 村具体实况，N 村的经济条件、教育资源等不足以支撑其进一步发展，同时还致使 N 村农产品销路出问题，收益受损，当地的经济发展愈发困难，精准脱贫难度愈发的大，但是这些却为“黑土麦田”组织提供了扶贫方向。

1.2 湘西 N 村“黑土麦田”产业扶贫真实现状

1.2.1 组织建立之“蓝靛”水稻种植农民专业合作社

“黑土麦田”公益组织以“创客”扶贫队伍身份入驻 N 村，通过多次走访和调研当地村民，与部分村民达成一致，以村庄优势农产品——原生态水稻为主，成立“蓝靛”水稻种植农民专业合作社。这在带动 N 村经济发展中占据了很大比重，据 2016 年已有数据，该合作社创立初期便有 19 户村民加入。创客运用微店互联网新渠道，于 2017 年将收集到的 1 万多 kg 大米售罄，初次创收约 13 万元，惠及了 45 名村民。N 村微店通过 2017-2020 年为期四年的努力，购买人次达到 2 万，截止到 2020 年，共计运营收入 50 万余元，村民直接受益 30 余万元。原生态大米的销售成功为之后的产业扶贫、改善居民生活、提高生活质量奠定了良好基础。随着近几年合作社人员的增加，扶贫专员逐步确立了将 N 村打造成生态农业与生态旅游结合的发展方向。

1.2.2 品牌打造之“农产品+旅游”一体化扶贫项目

合作社发起生态大米试验田及品种试验种植，探索生态农业转型的产业发展道路，在原有水稻田的基础上增加 0.67~1.33hm²不使用农药化肥的生态水稻田，注册了 N 村健康食物品牌，发起“四季食”生态农产品项目，具体项目名单见表 1。

表 1 N 村黑土麦田“四季食”项目产品名单

农产品类型	农产品名称	内容
初次加工	原生态大米	11 元/500g
	老品种生态红薯	46 元/500g×8

	新鲜野山笋	38 元/250g
	绿豆	15 元/500g
	黄豆	8 元/500g
二次加工	野生金银花茶	29 元/70g
	农家腊肉	55 元/500g×2
	竹笋干	45 元/200g
三次加工	番茄酱(甜)	20 元/160ml
	番茄酱(辣)	29 元/240ml×2
	麦子酱	25 元/160ml
	红薯粉丝	25 元/500g*2
	枞菌油(含菌)	88 元/350ml

资料来源：采访“创客”扶贫队员获得

“黑土麦田”鼓励村民加入到产品制作过程中，调动村民自脱贫积极性。“创客”扶贫队伍着手进行生态旅游项目的开发和对接，与专业人才和机构合作打造生态农业和乡村旅游的一体化项目，培训和带动当地村民参与项目发展，提高基层自治的积极性。据调研组成员调研数据，2019 年至 2020 年，生态旅游项目为当地吸引部分旅游者，带动了当地农产品和旅游经济发展，农业项目共创收 251836.95 元，乡村旅游项目共创收 22211.95 元。“黑土麦田”组织通过开发“农产品+旅游”一体化扶贫项目在产业扶贫中做到精准扶贫，市场和产品的有效结合，拉动当地经济可持续发展。

1.2.3 村民培育之 N 村村民自我管理意识和能力提升

“蓝靛”水稻种植农民专业合作社由最初的 19 户创始社员发展至 138 户，家庭人口 653 人；由最初的 3 名理事组成的理事会发展至 7 位理事会成员(包括 5 名村民)。合作社带动 75 户建档立卡贫困户，309 位贫困人口参与“农产品+旅游”一体化发展项目。从 2018 年起，合作社的 4 位后备管理人员也开始接受培训，培训村民掌握基础的管理知识、财务知识，将市场行情与管理相结合，规范 N 村的产品运营环境，提升其管理合作社的能力同时也让他们更心系于产品，了解产品从生产到销售再到创收的整个过程。不仅严格把控生产进度、产品质量，同时也让村民更关心产品的走向，提高整个产业扶贫项目的透明度和民主化，让村民当家作主，自我管理。

2 “黑土麦田”组织在 N 村产业扶贫的具体特征

2.1 因地制宜：“黑土麦田”扶贫村落选择

“创客”扶贫队员评估自身能力，以及拥有提高阅历，增加经验，帮扶贫困村精准脱贫的意愿；N 村村风质朴，村民全是苗族，相互间认识，便于沟通，良好的交流氛围有益于“创客”扶贫队伍；N 村拥有的当地资源优势 and 现有产业基础便于“创客”扶贫队伍因地制宜地规划特色产业，所以“黑土麦田”组织选择 N 村。据已有数据，N 村 2016 年精准扶贫对象共有 53 户 242 人，村落基础设施薄弱，农业支柱产业发展滞后，贫困程度较深，村民脱贫致富愿望强烈；N 村村委会组织动员能力强，在当地

具有权威性，基于脱贫愿望，村民应招村委会活动程度高，且县政府支持社会组织扶贫，所以 N 村选择了“黑土麦田”。备选村寨与“黑土麦田”组织的双向选择，以项目实施的最大可能性和最小成本为前提，考虑 N 村的客观条件、村委会协调能力、村民脱贫意愿以及项目本身风险和投资回报周期等，N 村与“黑土麦田”达成脱贫攻坚意愿。“创客”扶贫队伍入户访谈、综合调研、与村委会的互动过程中，二者呈现出平等互惠特征，为日后关系型契约达成奠定了基础。

2.2 多元联动：“黑土麦田”、政府、社会多方参与

“黑土麦田”“蓝靛”水稻种植农民专业合作社从政府部门获得了一部分的经济支持，但又不仅限于政府支持，其还通过腾讯公益平台面向整个社会筹集资金，盘古电子商务有限公司、轻松筹、湖南卫视等平台均提供了帮助，因此整个扶贫工作是基于政府、“黑土麦田”、社会力量的三方联动(图 1)。

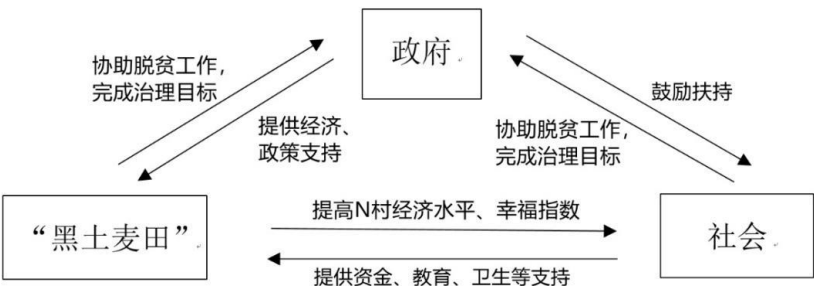


图 1 N 村“黑土麦田”、政府、社会多方联动图

以往的扶贫治理是对单纯引入市场机制的准市场进行了更为完整的改造，现在则是通过引入社群机制，将社会组织与政府行政工作相结合^[1]，“黑土麦田”组织与政府合作形成关系型的契约化模式，再建立民主网络，三方目的都是为了更好的服务 N 村村民，解决他们的主要矛盾，促进民生经济增长。政府和“黑土麦田”组织在相互依存的环境中分享公共权力，共同管理公共事务，两者作为产业扶贫的主体，以多种合作方式组成了公共行动体系，共同管理 N 村事务，一方面能更好的下到 N 村，通过实践改善 N 村贫困情况，比如 2019 年双方共同购置监控摄像头，实现田园全覆盖等；另一方面针对地区的实际情况采取不同的措施，开发“四季食”特色产品，并且大力发展旅游业，让乡村旅游成为链接外界的桥梁，带动生态农产品销售。

2.3 成果落实：“黑土麦田”切实保障扶贫对象

一是保障村民农产品销售。当地村民缺乏切入市场的媒介、进入市场所需的技术、生产能力、组织协调和管理能力等^[2]，也没有脱贫需要的实际性行动和构思，“创客”扶贫队伍入驻 N 村，在组织村民、调动村民实施脱贫计划的同时整合当地的生态大米、竹笋、黄豆等农产品资源，在售卖产品时，村民参与其中，并且所获收益都切实送到了村民。二是提升村民扶贫参与度。以合作社为介质，让当地村民加入到扶贫工作中，让村民成为产品生产的参与者，将自身利益与合作社利益捆绑在一起，实现共赢。三是保障 N 村村民管理能力提升。扶贫专员通过指导和带领潜在管理人员进入到产品的加工中，使其不断学习专业的管理技巧，并且合理地运用村民之间的非正式制度，建立规范的合作社管理体制。

3 N 村“黑土麦田”组织产业扶贫实践困境

3.1 扶贫村落的主观及客观条件艰苦

从村落条件来说，当地自然资源有限，产业基础薄弱，没有生产加工的专业技术。从村民素质上来讲，村民文化程度低，并

无经销经验以及相关知识,管理上存在一定难度。从硬、软件设施来说,首先“创客”扶贫队伍入驻 N 村,村里随时停电停水,网络建设也不健全,信号接收时断时续,“黑土麦田”后期投放的小黄车虽解决了出入村的问题,但安全系数不高;其次“创客”扶贫队员起初是生活在硬件设施完善的城市,而村里缺乏必要的生活条件,造成了扶贫队伍的不适应。由于以上几个方面条件有限,给项目开发带来了难度,而产业也难以得到可持续发展。

3.2 产品开发外部资源进驻困难

因为项目初期 N 村缺乏核心产业和明确的发展方向,所以结合开发可行性分析,“创客”扶贫队伍与村委达成一致,决定开发生态旅游项目,但是初期外部资源进驻困难。N 村基础设施和整体接待能力薄弱,旅游项目开发前期资金需求量大且见效慢,加之旅游淡季效益甚微,所以旅游不适宜做成现阶段的支柱产业。N 村缺乏专业的旅游开发团队以及科学的技术支持,仅靠“创客”扶贫队伍难以发展起来。再次,N 村适宜旅游者进行沉浸式体验,而有这方面旅游需求的旅游者相对较少。N 村旅游区宣传渠道匮乏,因为前期宣传只能通过“黑土麦田”组织相关的两个公众号以及“创客”扶贫队伍的推广,知名度不高,受众面不广,且恰逢疫情,旅游业大受冲击。

3.3 扶贫专员综合素质参差不齐

“创客”在整个扶贫过程中存在摸索困境,“黑土麦田”选择“创客”扶贫队员多为刚毕业的大学生,几乎没有工作经验,特别是缺少产业扶贫经验^[3]。“创客”扶贫队伍在进入贫困村时,不论是调研还是后期的收集农产品、加工、包装、销售均是他们自己摸索,并没有相关领域的专业人士进行指导,这对于扶贫工作来说会花费相对较多的时间进行前期探索,在缺乏足够的农村生活和扶贫经验条件下,一定程度上会影响扶贫项目的开展进度。扶贫队员来自不同的专业,对于项目中涉及到的管理、财务知识都知之甚少,从项目涉及到的资金到 N 村村民实际性收益和下一步的产出计划,都需要有所规划。N 村扶贫艰辛,“创客”扶贫队员容易产生心理上的倦怠以及退缩心理,甚至在实践过程中会受到部分村民的不理解、不信任和质疑,实践成果不被接受。

4 N 村“黑土麦田”组织实践困境的优化策略

4.1 建立健全防返贫帮扶机制

加快产业兴村,村民通过掌握到的财务、管理、运营等技能自力更生,“创客”扶贫队伍带领合作社后备管理人才掌握产业发展的生产线,在合理考虑市场的情况下,教会村民规避市场风险,提高村民的创新意识,他们在产业扶贫道路上做引路人,让村民自己进入到脱贫攻坚领域,实现自我脱贫。

发展农旅融合产业园,湘西州 N 村“四季食”项目为旅游项目奠定了良好的经济基础,为了促进旅游项目进一步发展,采取“生态农业+乡村旅游+村民共建社区”的三产融合方式打造生态农旅扶贫项目。N 村引入各方资源,建立农旅模型,从村民共建角度出发,一是让村民合作共管村内事务,推动乡村文化振兴,提升当地文化建设,改善风土人情,建设精神风貌,让文化自信融入到产业扶贫中;二是改建并运营民宿,协助旅游产品开发;三是给生态农业提供原材料以及劳动力,推动农业产品可持续发展。从乡村旅游建设出发,旅游产业链接外界社区,给 N 村带来人流量,给生态农业带来客源。从生态农业出发,打造 N 村村庄名片,打响知名度,让旅游者参与耕作和生态农业产品制作,丰富游客旅游体验。

4.2 引入多方资源助扶贫促振兴

当地政府和“黑土麦田”通力合作,招收志愿者,一方面可以促进大学生扶贫实践能力的提升,另一方面在 N 村人力资源上可以提供更好的帮扶。同时申请政府增加拨款,合理合法的向社会筹集资金,夯实产业基础,推进 N 村基础设施建设,完善道

路、路灯、监控等设施，增加基本公共服务，落实医疗、养老服务等。“创客”扶贫专员寻求相关企业对村落产品进行评估，深化“四季食”项目，由企业承包 N 村生态产品后续开发和售卖，这便能根据产品链提供相应的岗位，就地解决 N 村村民就业问题。同时企业联系类似村落，通过整合将小规模“农场”升级为大“农场”，解决效率低的问题。整合 N 村生活区、生态区、农业区，合理规划空间结构，实现村落可持续发展，为乡村振兴奠定基础。

4.3 提高 N 村扶贫专员文化软实力

政府建立健全驻村教师的薪资福利制度，鼓励大学生驻村教学，丰富 N 村小学教师资源，实现因材施教，政府组建阅览室，拓宽学生阅读面，推动学生横向发展，合理利用互联网，购进电脑等，让学生紧跟时代变化，引导他们合理利用网络，并运用多种方式获取知识。面对“创客”扶贫队员专业知识匮乏的问题，其可以通过互联网学习以及参加高校相关知识的讲座和培训，用情景模拟法等将理论运用到实践。扶贫队员还可以购买心理学等多领域书籍，提高学习能力，促进自我知识增长；采用阿 Q 的精神胜利法，与外界多沟通，转移压力，及时宣泄负面情绪，转变个人心态；及时反思，总结一周的工作，提炼出优缺点继而维持与改进。

“黑土麦田”组织给“创客”扶贫队员提供合理平台，针对我国收入差距扩大，分配不公加剧；经济增长超前，社会发展滞后；城乡差距扩大，地区发展不平衡的问题，重点扶持湘西州 N 村的经济的发展，切实做到了“蓝靛”水稻种植农业合作社项目精准，资金筹集并合理运用精准，措施到户精准，派人扶贫精准，四个精准缩小了 N 村与城市的发展差距，进一步缓解了不平衡发展问题。扶贫工作作为社会治理的重要部分，每一阶段的发展都关乎治理的成效性，政府应加大社会扶贫监管力度，拓宽扶贫宣传渠道，转变大众扶贫意识，让社会做扶贫的主人，并以此推进乡村振兴，实现城乡统筹发展。

参考文献：

[1]彭云，韩鑫，顾昕. 社会扶贫中多方协作的互动式治理一个乡村创客项目的案例研究[J]. 河北学刊，2019, 39 (03)：166-177.

[2]李卉，沈茜. 政府-社会组织-贫困对象治理格局下农村贫困治理实践——基于湘西州 H 村苗绣合作社项目的个案分析[J]. 贵州社会科学，2019 (04)：86-91.

[3]李松有，张海龙. 农村扶贫项目的运作理路与超越——基于“黑土麦田”在湖南省 A 镇的实证分析[J]. 沈阳大学学报(社会科学版)，2020, 22 (04)：446-451.