

# 乡村振兴战略助力农业农村经济发展研究

王福军

(商河县许商街道办事处, 山东济南, 251600)

**摘要:** 我国属于农业大国, 农业经济占据我国社会经济发展的重要地位。伴随社会经济的不断发展, 我国农业经济也取得了显著成绩, 乡村振兴战略的提出为农村经济复苏提供了坚实的发展基础。本文从农业经济发展的问题出发, 分析了我国实施乡村振兴战略以来的农业经济发展现状, 指出了影响农业经济发展的部分问题, 并提出了针对性的农业经济发展对策, 涵盖推进合作经营、促进经济发展, 注重特色农业发展、制定统筹规划, 完善营销网络、打通网销渠道, 加强龙头企业建设、发挥引领作用等维度, 致力推动农业经济发展, 落实乡村振兴战略。

**关键词:** 乡村振兴; 农业经济; 发展现状; 问题探究

中图分类号: F302

文献标识码: A

文章编号: 1003-5494 (2023) 10-0083-03

“三农”问题一直是阻碍农业经济发展的主要问题, 改革开放以来, 我国农业部门对“三农”问题的重视程度逐年提高, 在政策扶持、资源资金投入、机械自动化方面收效显著, 但仍然存在诸多问题, 亟须通过转型推动农业经济的发展。对此, 政府部门应紧跟时代步伐, 合理利用农业科技与网络技术, 带动农业生产持续发展。采用科学的管理方式提升现代化农业管理水平, 通过网络平台拓宽农产品销售渠道, 改进传统农业生产中存在的弊端, 在发展现代化农业的基础上, 实现乡村振兴战略的真正落实。

## 1 乡村振兴战略下农业经济发展现状

### 1.1 农业经营主体分散

目前, 国内农业生产与经营主要以散户为主, 此种农业生产模式很难高效利用土地, 且种植的农产品种类较多, 散户势单力薄, 无法与农产品收购市场建立正向的收购关系, 不利于打造农产品自主品牌, 制约了农业经济的发展。此外, 散户之间的合作意识淡薄, 缺乏长远性考虑, 对农业经济发展的认识不足, 导致农业的现代化发展受阻。总体而言, 农业经营主体小、散、乱, 造成农业经济综合劳效体系不够健全, 从而降低了农业生产质量, 影响了现代化农业提质增效。

**作者简介:** 王福军 (1973—), 男, 汉族, 山东济南人, 本科, 中级农业经济师, 研究方向: 农业经济发展与管理。

### 1.2 农产品市场定位不明确, 农业缺乏品牌特色

当下, 国内农产品市场定位不明确, 如合作社或者种植大户传统种植思想较深, 忽视品牌效应与品牌经营方式, 农产品销售过于传统。同时, 农产品价值是激发消费者购买欲望的核心, 可以有效提升消费者对产品的认可程度, 但当前国内大部分农产品在销售的过程中缺少核心价值, 没有明晰的市场定位以及品牌价值, 使农产品品牌很难真正立足于市场<sup>[1]</sup>。另外, 销售渠道不畅通也会制约农产品在市场中的销售效果, 对农产品线上与线下销售产生一定程度的影响。

### 1.3 农业基础设施薄弱, 科学技术利用率较低

目前, 我国大部分农业生产主体均以传统耕种模式展开农业生产活动, 且地区性的限制致使现代化农业设备无法发挥其作用, 更有甚者依然沿用民耕民种的传统种植手法, 对于机械化种植应用不足, 严重制约了现代化农业的发展进度。此外, 因大部分农民的知识水平较低, 其在种植品种、化肥选择环节中不注重科学性, 只是盲目购买, 科学技术利用效率低下, 机械化种植普及受阻, 造成农产品的产量与质量受到严重影响, 进而降低了农民的经济收入。

## 2 乡村振兴战略下农业经济发展对策

### 2.1 推进合作经营, 促进经济发展

乡村振兴战略背景下, 只有开展合作经营, 才能促进农业经济的快速发展。我国农业种植均以单户为单位,

严重阻碍了现代化农业的发展脚步，迫切需要一个契机打破这种局面。而合作经营模式可以充分利用有限的资源，推动当地农业经济的不断发展。①从建设农业合作社出发，政府应给予政策扶持，推动合作落实，给予典型农户专项农业贷款、为其拉合作项目等，以培育典型农户，激发散户参与热情<sup>[2]</sup>。②大力宣传农业合作经营模式，引导农户积极配合，如利用讲座与座谈会的形式，宣传合作经营模式的益处，将典型农户的经济收入作为宣传点扩大宣传，利用经济利益激发散户的参与意识，并利用典型农业合作事例作为对标对象，以此提升宣传的实际效果，让农户认识到农业合作模式带来的经济价值。农业合作社在经营中应以农民利益为先，在保证农民得到收益的基础上，有效延续合作社的生命力。③农业合作社的领头人需要具备统筹与规划能力以及影响力，以保证农业合作社的运行质量与运行效果，在树立其信誉度的同时，扩大宣传效果，使更多散户愿意加入、主动加入农业合作社大家庭。积极借鉴国外的农业经营模式，除去土地资源，其他设备如农机、农药、种子等，均由政府出面与相关单位进行协调统一配发。中期间管理、后期作物回收，则可以委托专业农机公司以托管式种植的方式进行。待作物收割结束后，将粮食存入合作企业建立的粮食银行，并与之签订合同，一切种植活动均由托管种植合作企业全权承担，保障作物在收割完成与烘干处理后，直接进入合作企业内部仓储<sup>[3]</sup>。当农业大户或者合作社急需资金，但粮食行情长期低迷时，可选择以暂借的方式向合作企业申请无息借款，待粮食行情回转粮食卖出后，合作企业可直接扣除借款金额。

## 2.2 注重特色农业发展，制定统筹规划

2.2.1 创新行政管理，发展特色农业。发展特色农业是推动农村经济发展的有效途径之一。但政府部门对特色农业缺乏统筹性，是制约特色农业发展的主要原因，因此，创新行政管理机制是目前政府部门需要解决的问题。乡镇政府作为党的基层部门，是国家与农民之间联系的桥梁，政府部门应明确自身责任与影响，积极转变传统发展理念，将特色农业作为地区内农业经济复苏的重要举措，并根据当地实际情况建立符合自身发展的行政管理机制，以此保证特色农业发展规划的科学性。

对于地方政府而言，特色农业作为区域性的产业布局，需要将合适的地理位置、优质的农产品种类、完善的配套服务、高质量的产品销售渠道相结合。对此，政府部门应明确特色农业与传统农业两者之间的区别，并在此基础上革新发展理念，在统筹分析特色农业发展布局的前提下，根据规划布局稳扎稳打，有计划、有谋略

地构建横向发展规划，进而推动特色农业整体性、持续性的发展。

特色农业在发展的过程中，会因阶段性变化会产生不同的发展诉求，因此，还需构建纵向发展规划，包括近期、中期、长期发展目标。特色农业发展前期，需要制定统筹性发展规划；发展中期，需根据发展现状进一步规划特色农业的发展方向；发展后期，则需建立内部发展体系。因此，当地政府应具备统筹意识，根据当地特色农业发展的实际情况，有计划地制定各时期、各阶段的特色农业发展规划，在落实政策的基础上保证当地特色农业发展的有效性。与此同时，政府部门还应从大局观考虑，将各个环节的发展目标相贯通，使其形成一环接一环、一环扣一环的发展模式，保证当地特色农业的长远性发展。

2.2.2 构建稳定的产销衔接机制。构建稳定的农产品产销衔接机制，即生产经营环节与销售流通环节的高效衔接体系，是保证特色农业有序发展的重要举措。由于农产品销售储存期较短，政府部门必须做好市场流通体系的构建工作，为农产品的流通做好前期铺垫，进而减少损耗、节省时间。同时，农业生产具有一定的局限性，会受季节性因素、生长周期性因素、产品销售波动性因素的影响产生动荡，因此要求政府部门重视农产品产销机制的建设与完善。政府部门在前期应根据地区实际特色农业发展情况，构建完善的农产品市场交易体系，以特色农产品种类为基础部署专项销售与交易地点，进而保证特色农产品的销售空间与销售质量。在特色农产品供销的过程中，主要面向特色农产品集中供货的初级、中级、终级市场。其中，初级市场为小规模农贸商品批发零售园区；中级市场为中型规模农贸市场销售园区，具有跨区域农产品销售能力以及网络销售能力；终级市场为大规模农贸销售园区，具有外贸出口销售能力。在特色农产品销售的过程中，政府部门需要重视市场秩序的维护工作，通过颁布地方性法规整治特色农产品市场销售环境，严厉惩治恶意扰乱市场运行秩序者，进而规范特色农产品市场经营者、特色农产品销售者，以及特色农产品购买者之间的经济行为。

①政府部门应构建特色农产品市场管理制度，保证市场内部各种销售行为的公平性，例如，审查入驻市场内部经营个人或者单位是否具备营业执照，并按照营业执照销售范围开展各项经营活动。②政府部门应确保特色农产品经营者遵守公平、自愿、诚实等原则，贯彻落实禁止哄抬物价、欺行霸市等专项管理条款，在整治不正销售之风的同时，保证农户的切身利益。③政府部门



应定期组织相关部门分管领导下到基层, 听取民声、组建专项督察小组维护市场环境等, 以树立正面政治形象。政府与市场之间应互相成就, 即政府需要市场正常运行而带动当地的农业经济发展; 市场则需要政府的相关调控与政策支持, 保证自身的经济利益, 通过将两者有机结合, 可帮助特色农业产业不断发展, 促进当地农业经济收入, 达到造福于民的最终目标。

### 2.3 完善营销网络, 打通网销渠道

以往, 政府部门与农民均将核心放在关注农产品的产量与质量上, 在新环境下应改变此种传统思想, 将关注重心转移至拓宽农产品销售渠道, 由“种得好”转向“卖得好”, 由“坐等上门收购”改为“主动寻求商机”, 由“产加销”转变为“销加产、产销结合”, 在自我拓宽市场的同时, 挖掘市场中潜在的销售机会, 进而真正做到提升农业经济收入, 实现乡村振兴的宏伟目标。

2.3.1 做好农产品的推广工作。产品是根, 推广是土。政府部门应根据当地农产品生产的实际情况, 制定针对性的宣传计划, 并在构建独立品牌的同时, 加大推广力度, 提升农产品在市场中的品牌影响力<sup>[4]</sup>。政府部门应以当地农产品品牌为名义, 举办农贸博览会, 在博览会开展前期组织当地媒体单位制作宣传片, 并将拍摄内容以多渠道传播的方式展开宣传, 在扩大农贸博览会声势的同时, 邀请业内知名企业以及代表人物至活动会议现场参与开幕式剪彩活动, 进而提升农贸博览会的社会影响力, 为农产品品牌的宣传与后期的销售奠定坚实的基础。

2.3.2 发展电子商务。①为实现乡村振兴, 政府部门要顺应时代的发展, 合理利用“互联网+”模式, 开展农产品电商平台销售, 在做足宣传活动的基础上, 利用网络资源搭建网上农产品销售平台, 并规划专项物流产业园区, 利用当地农产品品牌吸引助农电商聚集园区发展, 以助农电商主播的人气优势与平台流量展开直播带货, 提升当地农产品的销售数量以及利润。②政府部门也可以利用品牌招商的形式, 吸引企业入驻当地进行投资建厂, 建立农产品深加工企业, 为专项物流产业园区打造农产品专供产业区块, 以此保证销售过程中产品供货质量与供货数量的问题。③政府部门在促成这一销售模式的过程中, 需要利用品牌力量抢占发展先机, 加快电子商务的发展步伐, 为当地农产品品牌的推广与销售提供助力, 利用政策吸引优质企业进入构建产业园区, 以推动农业发展, 实现乡村振兴。

### 2.4 加强龙头企业建设, 发挥引领作用

2.4.1 以政策吸引招商引资。政府部门应颁布相关

政策、提高扶持力度, 吸引优质企业聚集发展, 形成全链接生态发展模式; 建立项目资源库, 根据当地产品特色制定专项发展技术, 吸引目标企业入驻, 降低企业适应时间; 锁定目标企业, 根据当地产品类型筛选符合地区发展的优质企业, 并将其作为主要引入目标, 制定引入计划实施政策吸引。同时, 政府部门还要在此基础上进行拓展创新, 利用政策吸引目标企业后, 采取“以商招商”的模式, 立足现有的食品企业进行二次招商活动, 并鼓励引进企业拓展产品产业链条, 与引进伙伴企业形成集群发展新模式, 进而打造地区性生态产业区块, 为振兴乡村提供助力。

2.4.2 培养内生企业。内生企业具有一定的发展优势, 在适应程度与配合力度方面均胜于引资企业。但内生企业具有规模小、产品品种单一、经济实力较弱、工人素质较低等问题。对此, 政府部门应加大力度扶持内生企业, 以扩大经营规模、提供贷款扶持、培养工人素质作为强化内生企业发展的切入点, 引导并协助内生企业制定相应制度, 为其提供专项政策扶持, 如免税、低息贷款等, 提升内生企业的发展动力。各相关职能部门应加大力度配合, 给予内生企业宽松的发展环境, 尤其是针对新兴且具有发展潜力的内生企业更应优待, 对于主动扩大生产规模的内生企业, 政府部门应将其与招商引资企业同等看待。

## 3 结束语

综上所述, 在乡村振兴战略背景下, 我国农业经济发展仍然存在诸多问题。只有建立科学的行政管理机制, 才能确保农业经济向品牌化方向发展。基于此, 为进一步促进乡村振兴战略的落实, 在农业经济发展过程中, 相关部门应以推进合作经营、促进经济发展, 注重特色农业发展、制定统筹规划, 完善营销网络、打通网销渠道, 加强龙头企业建设、发挥引领作用四个方面为切入点, 以促进农业经济的快速发展, 落实乡村振兴战略, 推动社会经济稳步提升, 全面落实共同富裕政策。

### 参考文献

- [1] 王云杰. 乡村振兴背景下农业经济发展机遇及对策 [J]. 农家参谋, 2022 (14): 72-74.
- [2] 代林红. 乡村振兴战略背景下农业经济发展机遇和对策 [J]. 农业工程技术, 2022 (18): 89-90.
- [3] 孙红瑜. 乡村振兴背景下农业经济信息化问题及发展策略探析 [J]. 商业观察, 2022 (17): 40-43.
- [4] 马美平. 乡村振兴背景下农业经济管理对农村经济发展的促进作用 [J]. 农业工程技术, 2022 (15): 90-91.