

# 多中心治理理论视角下特色产业助推乡村振兴 ——以信宜市三华李产业发展为例

王祎婧, 梁志豪

华南农业大学公共管理学院, 广东 广州

收稿日期: 2024年6月8日; 录用日期: 2024年7月8日; 发布日期: 2024年8月15日

## 摘要

产业兴旺是乡村振兴的重要推手, 而产业的特色发展和差异化发展是乡村产业可持续发展的重要途径。广东省茂名市信宜市因地制宜发展三华李种植, 汇聚多元力量共同推进三华李产业的发展, 极大地带动了当地经济发展, 值得作为乡村特色产业发展的典例进行推广。本文将聚焦营销渠道搭建、品牌效应打造、产业升级发展、信息共享与技术推广四个治理领域, 并从多中心治理理论出发分析信宜市在这四个领域治理过程中各治理主体的功能与定位, 各主体间的相互关系与互动模式, 以总结出多元主体建设与发展特色产业的可取经验并反思其不足之处, 为乡村振兴事业提供理论与实践参考。

## 关键词

多中心治理理论, 多元力量, 乡村特色产业, 乡村振兴

# Characteristic Industries Promote Rural Revitalization from the Perspective of Polycentric Governance Theory

## —Taking the Industrial Development of Sanhua Plum in Xinyi City as an Example

Yijing Wang, Zhihao Liang

School of Public Administration, South China Agricultural University, Guangzhou Guangdong

Received: Jun. 8<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jul. 8<sup>th</sup>, 2024; published: Aug. 15<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

The prosperity of industries is an important driving force for rural revitalization, and the charac-

teristic and differentiated development of industries is an important way for the sustainable development of rural industries. Xinyi City, Maoming City, Guangdong Province, has developed the cultivation of Sanhua plum according to local conditions, gathered diverse forces to jointly promote the development of the Sanhua plum industry, and greatly promoted the local economic development. It is worth promoting as a model for the development of rural characteristic industries. This article will focus on four governance areas: marketing channel construction, brand effect building, industrial upgrading and development, information sharing and technology promotion. Starting from polycentric governance theory, this article will analyze the functions and positioning of various governance entities in the governance process of Xinyi City in these four areas, as well as the interrelationships and interaction modes among them. In order to summarize the valuable experience of constructing and developing characteristic industries with diverse entities and reflect on their shortcomings, it will provide theoretical and practical references for rural revitalization.

## Keywords

Polycentric Governance Theory, Diverse Forces, Rural Characteristic Industries, Rural Revitalization

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

乡村振兴产业兴旺是重点, 而产业的特色发展和差异化发展是乡村产业可持续发展的重要途径。近年来, 信宜市“三华李”特色产业有了长足的发展, 建立了“三华李”现代农业产业园区, 三华李产业已成为农民就业增收的支撑力量和乡村产业的重要增长极。

信宜市政府通过建设电商网络站点和平台, 整合邮政和快递物流企业资源, 与院校、电商协会等组织开展面向农村专业合作社和创业青年技能培训, 建立县-镇-村三级物流配送体系, 实现销售水平历史性革新。另外, 信宜组织特色农业生态旅游活动, 结合“三华李”生产建设成集山水景观、生态农业、历史文化于一体的休闲度假胜地, 并推出“李花旅游文化节”和“风情李乡‘银妃’品果节”系列节庆活动, 使特色农业和生态旅游相得益彰, 提高了经济效益和社会效益[1]。与此同时, 茂名市以服务“三农”、保障民生为宗旨, 建立由政府、种植户(企业)、保险公司共同参与的三华李和化橘红种植风险分担机制, 提升信宜市三华李、化橘红种植业抵御风险和自救发展能力, 保障农业生产安全和农产品有效供给, 促进农民持续增收。

在三华李产业发展带来良好效益的同时, 其产业在走向可持续、高质量方向发展道路中出现了发展问题与发展瓶颈: 一是三华李加工企业数量少, 深加工能力较弱, 市场以鲜果为主要销售产品, 产业链相对较短, 附加价值较低; 二是标准化生产规模小, 布局分散, 小生产与大市场的矛盾比较突出; 三是乱繁滥育等问题越来越突出, 加之果园管理粗放, 产业发展急于求成, 致使全市“三华李”品质不一, 效益悬殊。四是品牌影响力有待于进一步提高。

面对这一发展瓶颈, 想要三华李产业走向高质可持续发展, 更大程度上惠及全民, 我们引入了多中心治理理论。本文以信宜市三华李产业建设为例, 探讨乡村振兴中不同治理主体的功能与作用, 从案例中汲取其不同治理主体良性互动与发挥协同效应的治理经验, 总结其尚可优化改进之处。

## 2. 文献综述

### 2.1. 多中心治理理论概念阐释

朱明锋(2016)从多元治理主体为视角,探究了我国乡村治理的困境与出路,他在文中对于多中心治理理论做了详细解释[2]。“多中心”(Polycentricity)一词最早是迈克尔·波兰尼(Michael Polanyi)为了阐明社会管理可能性的限度以及证明自发秩序的合理性而引入的一个概念。随后,奥斯特罗姆夫妇(Vincent Ostrom and Elinor Ostrom)为代表的研究者在对发展中国家农村社区公共池塘资源的研究中详细阐述了多中心治理的理论。奥斯特罗姆认为,在社会公共事务治理中除了组织秩序和市场秩序、权力机制和价格机制外,还存在第三种秩序和机制即“多中心”。朱明锋从“治理”和“多中心”两个层面剖析了多中心治理理论的内涵,得出多中心治理理论的主要框架可概括为以下方面:一是治理主体的多元性;二是治理手段的多样性;三是强调参与自治组织的发展。我国传统的乡村治理工作是一种单中心治理模式,而这种模式存在许多弊端,但多中心治理能够吸纳新的力量参与特色产业发展,共助乡村振兴,这也是推动乡村治理能力和治理体系现代化的必然要求[2]。

### 2.2. 特色产业发展与乡村振兴战略的有效衔接

2021年2月21日,《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》发布,为我们擘画了新时期乡村全面振兴和“三农”发展新图景。黄立新(2021)认为2021年中央一号文件是在脱贫攻坚和乡村振兴交汇时期发布的,要推动脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接就要壮大产业,推进地区特色产业发展,产业振兴是实现乡村振兴的基础和前提[3]。

伏森(2021)认为实施乡村振兴战略的重要组成部分就是打好脱贫攻坚战,而特色产业扶贫是中国特色扶贫开发模式的重要特征,《乡村振兴战略规划(2018~2022)年》中也将壮大特色优势产业作为加快农业转型升级的重要措施之一[4]。徐绍峰(2021)对中央农村工作会议的解读中提到,乡村要振兴,就必须加快发展乡村产业。而我国幅员辽阔,地域差异巨大,各地资源禀赋不同,因此要发展乡村产业,必须因地制宜,立足当地特色资源,顺应产业发展规律,发展乡村特色产业,从而推动乡村产业发展壮大[5]。

因此,实施乡村振兴战略的重要一环便是发展产业,而因地制宜、遵循规律的特色产业充分利用了当地特色资源,把产业之根扎在乡村,其带动效应更为强大,成为推动乡村振兴的一个必不可少的引擎。

### 2.3. 多中心治理理论视角下的特色产业发展路径

推动乡村特色产业发展,需要构建多元化治理结构。付建平(2019)认为,发展乡村特色产业,应该形成多主体参与、多要素聚集、多业态发展、多模式推进的融合格局[6]。袁兴军(2020)认为,发展特色产业,除了政府积极参与外,还应大力发展和扶持各类中介服务组织,为企业和农户提供原料供应、技术指导、品牌注册、市场信息、产品营销、物业管理、宣传推介等服务[7]。

发展特色产业,政府应积极响应中央号召,落实政策要求,杨清波(2019)提到政府应高度重视并积极支持发展特色产业,加大政策、资金投入,加强组织领导,落实工作责任[8]。刘艳(2021)从“三个链条”角度出发,认为发展特色产业保障增产增收需要完善流通链、延伸产业链、拓展利益链,而推动这三个链条发展需要充分发挥市场作用、发展“互联网+”电商平台助农模式、引进龙头企业、培育新型经营主体、推进土地流转等,通过各方的合作助力乡村特色产业发展[9]。杨清波介绍到,信宜市在发展三华李特色产业的过程中,常年邀请华南农业大学、广东省农业协会、广东省农科院等知名专家教授前来授课,为三华李产业稳定发展提供了强有力的技术支持。

因此,推动乡村特色产业发展,要充分发掘乡村自身特色做到因地制宜,发挥政府组织领导作用,

发展各类社会团体及社会组织, 以提供政策、资金、技术、理论等多方支持, 共同促进产业发展, 助力乡村振兴工作。

### 3. 理论框架

在多中心治理理论中, 政府不再是治理的唯一中心与权威主体, 市场、社会等多领域的治理主体都可以提供公共服务与产品, 处理公共事务。发挥自身特点、优势, 在自己擅长的方面参与治理, 形成合力。

针对我们总结的信宜市三华李发展成果与瓶颈, 我们聚焦营销渠道搭建、品牌效应打造、产业升级发展、信息共享与技术推广四个治理领域。在多中心治理理论的基础上, 分析信宜市在以上四个领域治理过程中各治理主体的功能与定位, 及其相互关系与互动模式。构建了以政府、市场、社会作为做大做强特色产业三类主体, 以合作、监督、反馈等协同共治为原则、以发展壮大特色产业进而助力乡村振兴为目标的三中心治理模型, 如图 1 所示:

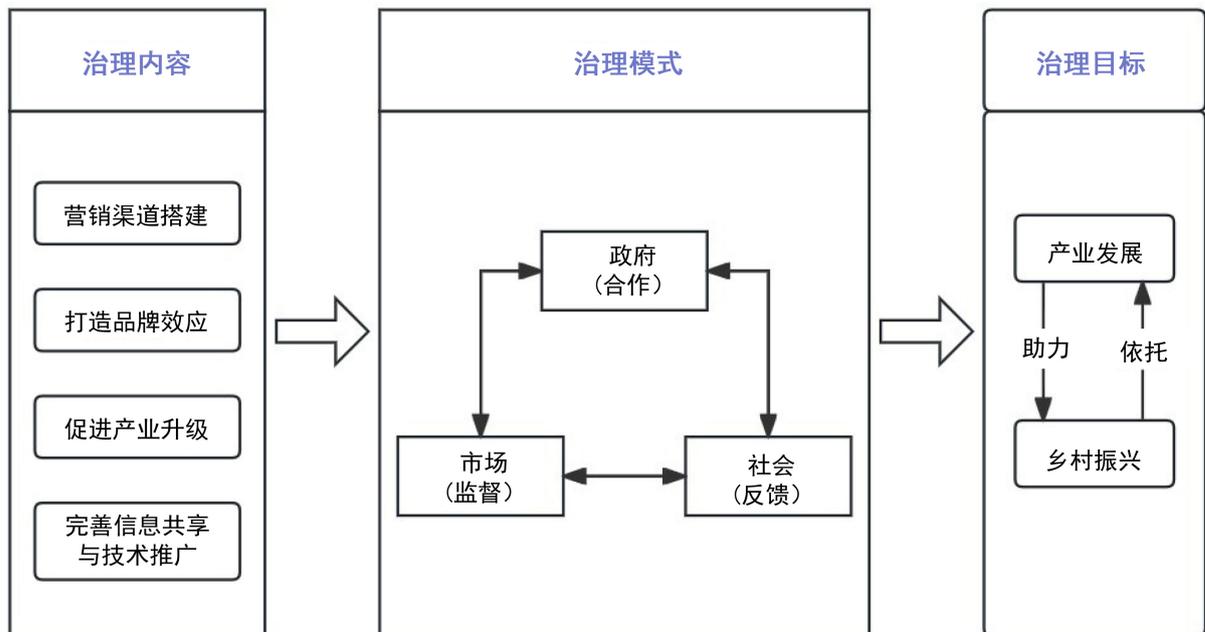


Figure 1. Theoretical framework of multi center governance of “Sanhua Li”

图 1. “三华李”多中心治理理论框架图

### 4. 案例分析

#### 4.1. “三华李”发展现状

##### 4.1.1. 销售模式

信宜市“三华李”目前采用两种主要销售模式：“农户 + 市场”的直销模式以及“农民合作社 + 市场”的营销渠道模式。

一是“农户 + 市场”的直销模式。随着信宜市三华李的知名度与影响力的提升, 其经营规模和销售市场不断扩大, 周边辐射能力不断强化, 许多农户开始自体经营产销。这种“基于农户的直销模式”由当地政府组织牵头, 农户在三华李上市季节集中到统一的农贸市场, 进行生产者直接对接消费者的模式交易。除却这一直销模式, 一些相对年轻的农户借助互联网, 通过淘宝等大型网购平台进行更大范围的

网络直销, 突破了对当地政府的组织依赖, 通过不断完善的基础网络设施与物流运输产业, 建立起了一种较为分散的、分布范围较广的农产品市场, 并且为营销水平普遍较低的农户与市场之间提供了直接的联系。

二是“农民合作社 + 市场”的营销渠道模式目前, 信宜市采取了“农户 + 农民专业合作社 + 其他中间商 + 消费者”这一模式, 通过农民专业合作社为农户与市场之间提供了纽带。信宜市钱排镇政府牵头成立了钱排镇年年红三华李专业合作社, 吸收该镇的种植大户和流通大户及农民入社[10]。

#### 4.1.2. 产业升级

2013年, 信宜三华李已发展到25万亩, 投产面积22万亩, 年产16万吨, 产值近10亿。但是产业加工企业较少, 精加工、深加工能力欠缺, 市场销售多以鲜果为主。为了改变以鲜果为主的单一销售经营模式, 2009年钱排镇携手高校, 邀请华南农业大学来当地开展产学研科技合作, 成功研发出“三华李”红酒, 提升了产业附加值, 开辟了三华李深加工工艺, 延长产业链。

同时信宜市钱排镇政府于2016年底, 引资成立中国首家以“三华李”为主要原料的深加工企业——信宜市龙显“三华李”发展有限公司。公司产品以生产全发酵红酒为主, 以“三华李”果脯类休闲绿色食品为辅, 预计每年可消化“三华李”500多吨, 年产“三华李”红酒100多吨, 年产值1100万元, 创税200多万元。公司的引进无疑进一步拉长了“三华李”产业链, 大幅提升全镇特色产业发展水平[11]。

#### 4.1.3. 三产融合发展

信宜市依托三华李产业对市内的旅游景区进行了建设与发展, 举办了李花节、品果节、百万人特惠游信宜和旅游文化节等旅游文化活动。此外通过多农户结合型、政府扶持企业型、企业独立经营型等多种形式, 发展了以下几种主要的休闲农业: 一是最基础的田园农业休闲模式; 二是以“农户 + 公司”经营为主的乡镇村落休闲模式; 三是由公司进行独立经营为主的体验度假休闲模式; 四是由政府建立并进行维护的生态自然休闲模式[12]。

通过多元主体的介入, 使得信宜市2015年全县旅游经济实现平稳、较快发展。2015年全年旅游接待人数80万人, 形成了一个集旅游度假、购物娱乐、康体休闲于一体的特色旅游胜地。

#### 4.1.4. 品牌打造

信宜市由政府统一引导, 企业自主参与, 创立了信宜市统一的三华李大品牌“银妃”, 将营销资源主要放在这一大品牌上, 防止宣传资源分散导致品牌效果减弱, 降低了营销成本, 更快速地拓宽市场, 提高三华李产业的发展速度。

通过多主体参与的品牌打造, “银妃”三华李的品牌效应与日俱增, 2015年信宜三华李荣获“最佳特色产品”, 2018年荣获“中国优质李金奖”, 被授予“广东省农业名牌产品”和“广东省区域公众品牌”的称号, 成为广东省特色农产品和特色乡村经济建设的典型代表, 拓宽了其在广东地区的知名度, 买家再考虑进行三华李交易购入存货时, 就会受到品牌效应的影响选择名声较大的信宜市三华李, 从而带动该地的农产品及加工产品的销量。同理, 为了进一步拓宽市场, 增加销售量, 品牌的进一步建设也尤为重要, 在华南地区更或者在全国范围内打造出脍炙人口的品牌, 就能够拓宽市场边界, 达到提升销售量的作用。

### 4.2. “三华李”品牌建设中的多主体参与

信宜市三华李品牌效应的打造主要有三个治理主体参与, 分别是政府、社会主体(媒体)和市场主体(企业), 以下将对三主体互相之间如何发挥协调治理机制进行阐述:

#### 4.2.1. 政府引导监督企业打造三华李产业品牌

在本案例中市场主体主要是企业,在两个主体的协调治理过程中,政府主要起到引导和监管的作用,为企业创造出良好的、标准化的品牌建设环境,监管企业的生产经营对品牌效应产生的影响;企业主要起到品牌的建设和推动作用,作为主体直接参与到品牌建设之中。

首先,信宜市大力支持企业、合作社注册“银妃”三华李商标,引导和协助企业申报无公害农产和绿色食品认证,打造三华李品牌“无公害”、“绿色食品”的品牌特点。其次,信宜市政府设立了相应的质量标准,定时对产品进行抽查,以保证品牌的良好发展,防止出现品牌名声下滑地情况。一是要加大对农业生产资料的管理力度。信宜市将三华李生产所需农资纳入常态执法监管过程中,不定期开展专项检查,大力整顿农资市场,保障三华李产业良性健康发展。二是要加强对农残的监测。包括对三华李产地环境、农药残留等情况进行监测,并对生产基地、企业、合作社、家庭农场等进行定期抽检,开展日常监管,建立健全质量溯源管理制度,为三华李的品质安全保驾护航。不仅保障了三华李的可持续发展,通过检测质量又能维持三华李良好的品牌效应,保障品牌建设的良好推进。

#### 4.2.2. 政府与媒体联合共同增强品牌效应

在本案例中参与品牌建设的社会主体主要是媒体,媒体作为社会中主要的一种宣传媒介,承包了大部分向外部环境输送乡村品牌信息、打造品牌效应的功能,在政府和媒体的协调参与中,政府主要的作用是为媒体创造品牌宣传的机会和环境、在一定范围内引导媒体进行正向的报道;媒体的作用则是正面直接地向外界输送品牌信息,提高品牌效应,直接地参与到品牌效应的打造中,同时,媒体还会通过新闻等模式对信宜市三华李的产业建设和政府的参与活动对民众进行一定的反馈,对产业发展起到监督作用,间接促进了品牌建设的良好运行。

在信宜市案例中,传统媒体的宣传和推广在一定程度上扩大了农村特色产品的知名度,同时它也会同步跟进农村经济建设的情况和问题,成为农户们对外传输信息的媒介之一。南方农村报新闻等多家主流媒体在实地探访之后书写了有关信宜市三华李的文章,向传统媒体的受众们输送了有关的信息,在推广信宜市三华李的同时,也对信宜的农村经济建设起到了一定的舆论监督作用。CCTV-17 频道《谁知盘中餐》栏目摄制组录制的专题片——《探寻网红李:“银妃”口味鲜,八旬老太化身李佳琦》也详细向观众们介绍了信宜三华李。这些栏目和文章有效地向外界输送了信宜市三华李的信息,给大众留下深刻的印象,对品牌打造起到了非常重要的作用,没有媒体的宣传,品牌构设得再美好也难以达到有效的宣传带动销量的效果。在媒体宣传的过程中,信宜市政府起到了引导和监管的作用,在此案例中,政府充分发挥新闻媒体和舆论工具的优势大力宣传和推介,通过举办“李花节”、“品果节”、“农博会”等活动,不断提升“三华李”的知名度。同时继续办好“李花旅游文化节”、“银妃”品果节等特色活动,深入发掘三华李的观光休闲功能及增收潜能,开发更多以三华李为主题的观光休闲项目,并借助传媒手段开展项目推广。通过挖掘特色,突出特色,打造特色品牌,从而扩大影响,吸引商家。

### 5. 存在的问题

#### 5.1. 直销模式缺乏组织化管理

“农户 + 市场”的直销模式虽然能够给更大范围的生产者带来一定利润,但受产销户的文化水平与经营能力的影响,仍然存在缺乏组织化管理的问题。

首先,个体经营处于劣势地位。

在电商平台开店销售自产的三华李,主要是以 80 后年轻群体为主,销售渠道主要集中在淘宝网。而三华李的个体产销户经营水平不高,大多数的农户缺乏网店经营知识与经验、缺少与直播带货新模式的

接触以及缺少公司化运作,其店铺装修、页面设置、网店运营等方面存在较多问题,甚至不规范经营现象也时有发生,导致网络销售量占比难以有进一步的提升。三华李品牌名声宣传需要电商平台的加入,需要更多的农户参与到线上营运中。但是根据数据统计,信宜市钱排镇的三华李销售以传统的线下方式为主,新鲜水果上市时每天的销售量在 350~400 吨之间,而电商销量则在 20 吨以下,占比仅为 5%。

其次,个体产销户组织化程度不高。

通过对规模经济理论、交易费用理论等相关理论与农民组织化的关系研究来看,农民组织化程度的提高是农民进入市场经济的内在需求。农户-消费者直销模式过于分散,质量参差不齐,外界知名度评价差距大,难以形成长期有效的产业供应联系,进一步加大了宣传以及运营成本。

## 5.2. 合作社专业性不足,市场缺乏稳定性

“农民合作社+市场”的营销渠道模式下,农民合作社在组织农户生产、对接市场需求及保护农民利益方面起到重要作用,有缓解了农业小生产与大市场之间的矛盾,减少由信息不对称带来的种种问题。但是该模式在三华李市场营销方面发挥的作用并不太明显。

首先,农业合作社专业性欠缺。

虽然年年红三华李专业合作社不定期地组织大学教授、专家等对农户进行技术培训,但对农户经营和管理技能的培训则比较缺乏,农业合作社的专业性仍然比较欠缺。因此三华李生产环节的技术指导科学性得不到保证,使得产品的科技含量及其附加值较低,缺乏市场竞争力。

其次,市场缺乏稳定的合作关系。

农民合作社未能与龙头企业或连锁超市等市场主体建立一个长期稳定的合作关系,导致农产品流通环节较多,成本耗费较大。同时,由于信息的不对称,农户可能面临市场价格起伏不定的风险。

## 5.3. 品牌效益低,创新驱动不足

首先,品牌宣传范围有待扩大,市场边界较狭窄。

信宜市三华李在华南地区享有一定的美誉,但在全国范围内的名声还不够响亮,市场的边界较为狭窄。三华李产业的大部分商单来自于省内,省外对于三华李这一水果的需求并没有因为品牌建设和品牌效应的打造有明显的提升。主要是由于信宜市政府和企业与省外企业、省外媒体的合作较少,有关信宜市三华李的报道和专栏节目大部分出自省内媒体,省外的客户群很少能接触到相关的信息。

其次,品牌挖掘不够深,产品单一难创新。

信宜市三华李的品牌建设主要集中在对原果的推广,很少对衍生产品、加工产品进行宣传,即使进行了大量的推广和宣传,打出了信宜市三华李的名声,大部分商人也只了解三华李果实的无公害和绿色食品等果实原有的卖点,很少会去购买相关的加工产品,交易货物也多半以三华李果实为主,市面上基本上见不到三华李加工产品的广告和宣传,相关产品的认知度也很低。这与加工企业的积极性有关,信宜市的加工企业并没有积极地参与到品牌打造中,很少有对其加工产品的宣传,在主流的电商平台基本只能搜寻到三华李本身而搜不到三华李加工产品。

## 5.4. 产业标准不统一,缺乏社会力量参与

首先,产业发展存在标准化问题。

虽然信宜市三华李产业已走在全国三华李产业发展的前列,产业发展实现了深加工,产业链不断延长,产品附加值不断增加。但从总体上看,生产单位仍然缺乏一套严密科学的生产标准,对诸如三华李的建园、苗木选择、种植方法及管理和采收等生产技术没有统一的规范,难以建立信宜市三华李产业在

全国三华李产业发展中的“领头”地位。

其次, 产业融合发展缺乏社会力量的加入。

截止到 2015 年, 信宜市的农业龙头企业 262 家, 农民专业合作经济组织发展迅速, 全县注册登记的农民专业合作社达到 766 家, 为信宜市产业融合发展也起到了不可忽视的重要作用。但是我们发现, 推进一二三产业融合发展的过程中, 社会这一主体的参与度较低, 有关学校、社会培训机构、文化服务机构等没有在乡村文化产业发展服务和民生改善工作中发挥其应有作用。或许可以通过高校派出志愿服务队、文化下乡, 政府出台相应优惠政策等途径, 吸引更多的社会力量和民间资本参与到乡村产业的融合发展中来。

## 6. 优化路径

### 6.1. 依托专业电商, 科学管理培训

信宜三华李产业缺乏种植技术人才以及自主管理能力, 管理专业化程度低; 农民组织化程度低, 多是“个体户”、“小作坊式经营”, 不利于产业的持续发展。因此, 信宜市三华李的发展应该引进专业的技术型人才、管理型人才, 对生产单位提供科学化、专业化的指导, 对农户发展互联网经营提供专业化的培训, 以规范生产管理和农户的经营管理。另外, 信宜市迫切需要高质量电商主体的培育, 引进专业的电商公司, 引导支持有能力的合作社或其他社会力量, 成立专门的电商公司, 提升农产品电商规模化水平, 并由电商主体为农户传授管理与销售方面的技术。引导农民间加强合作, 相互耦合, 发展规模化经营, 形成长期有效的产业供应联系, 提高市场竞争力, 从而降低产品宣传以及农民的运营成本。

### 6.2. 结合“数字化”延长产业链

信宜三华李产业多发展新鲜水果的直接销售, 没有经过深加工, 缺乏完备的产业链, 产业附加值低, 导致产业销售周期短, 不利于带动收入的持续增加。信宜三华李发展应深入挖掘三华李的食用、营养、药用以及美容养颜等价值, 将其作用发挥到极致, 同时, 也可以探索跨界合作研发相关的衍生产品, 引进拥有高新技术的新兴企业, 发展深加工, 不断延长三华李的产业链。数字化大生产已成为信息化时代下经济发展的主流, 信宜市应积极推动数字化生产与发展三华李特色产业相结合。大力发展电子商务, 探索新型营销模式。此外, 针对当前信宜三华李存在的品种混杂、品质不一的现状, 应尽快建设优质三华李育苗基地, 落实专人专管; 加强对三华李种苗繁育、品种研发、病害防治等研究力度; 通过采用高于行业、国家的标准, 生产高质量、绿色无公害的有机三华李果品, 推动信宜市三华李产业的健康高品质发展。

### 6.3. 健全监管体系, 统一规范生产标准

信宜市的三华李产业虽已走在全国三华李产业发展的前列, 但总体上生产单位缺乏一套严密科学的生产标准, 难以建立信宜市三华李产业在全国三华李产业发展中的“领头”地位。

第一, 制定科学严密的生产标准。技术标准: 组织农业技术专家、学者和经验丰富的种植户, 共同制定三华李种植的技术标准, 包括土壤管理、肥料施用、病虫害防治、修剪整形、采收储藏等各个环节的技术要求。质量标准: 根据市场需求和消费者偏好, 制定三华李的质量标准, 包括外观品质、口感风味、营养成分等指标, 确保产品符合市场要求。管理标准: 建立三华李生产单位的管理标准, 包括生产管理、质量管理、市场营销、品牌建设等方面的要求, 提高生产单位的组织化程度和管理水平。

第二, 推广标准化生产。加强宣传引导, 通过政府宣传、媒体报道、技术培训等方式, 向广大种植户宣传标准化生产的重要性和好处, 引导他们积极参与标准化生产。并通过示范带动, 选择一批条件较

好的生产单位作为标准化生产的示范点, 通过示范点的成功经验和做法, 带动周边地区和其他生产单位实施标准化生产。另外, 政府可以通过政策支持, 对实施标准化生产的生产单位给予资金、技术、市场等方面的支持, 降低他们实施标准化生产的成本和风险。

第三, 加强监管和认证。建立健全三华李标准化生产的监管体系, 加强对生产过程的监督和管理, 确保生产单位按照标准要求进行生产。并对符合标准要求的生产单位进行认证, 颁发相关证书和标识, 提高产品的市场认可度和竞争力。与此同时, 打击违规行为, 对违反标准要求的生产单位进行严厉打击和处罚, 维护市场秩序和消费者权益。

第四, 进行全国推广。开展经验分享, 组织信宜市三华李产业的相关人员参加全国性的农业技术交流合作活动, 分享他们在标准化生产方面的成功经验和做法。与全国其他地区的三华李产业进行技术合作和交流, 共同研究解决产业发展中遇到的问题和挑战。并利用信宜市三华李的品牌影响力和市场优势, 积极开拓全国市场, 将标准化生产的三华李产品推向更广阔的市场空间。

#### 6.4. 政府营造良好营商环境, 推动生产要素交融

第一, 政府应该对信宜三华李产业的发展提供更多的优惠政策, 扶持小微企业的发展, 以吸引更多的社会力量和民间资本参与到乡村产业的融合发展中来。政府提供优惠政策支持。政府可以设立专项资金, 对三华李种植户、合作社及加工企业直接的资金补贴, 以减轻其生产成本和运营压力。另外, 为三华李产业相关企业提供贷款贴息政策, 降低其融资成本, 鼓励其扩大生产规模和提升技术水平。并对从事三华李种植、加工、销售的企业和个人给予税收减免政策, 如增值税、所得税等方面的优惠。

第二, 加强技术创新与人才引进。鼓励高校参与到三华李产业的发展中, 通过搭建志愿服务平台、文化下乡, 为大学生提供社会实践的机会。制定优惠的人才引进政策, 吸引农业技术专家、管理人才等高素质人才投身三华李产业, 为产业发展注入新鲜血液。与此同时, 增加技术创新激励机制, 设立科技创新奖励基金, 鼓励企业和个人在三华李种植、加工、销售等领域进行技术创新和研发。

第三, 汇聚社会多元力量。加强企业间合作, 鼓励上下游企业加强合作, 形成完整的产业链条, 实现资源共享和优势互补。加强社会组织参与。发挥行业协会的桥梁和纽带作用, 组织会员企业开展技术交流、市场开拓等活动。引导公益组织参与三华李产业扶贫项目, 帮助贫困农户提高种植技术和收入水平。增加消费者参与, 通过媒体宣传、产品体验等方式, 提高消费者对三华李的认知度和满意度。推广三华李定制服务, 满足消费者个性化需求, 增强消费者与产业的互动和粘性。

### 7. 总结

产业兴旺是实施乡村振兴战略的总要求之一, 而要实现产业兴旺必须发展乡村特色产业。在贯彻落实乡村振兴战略中, 各地应积极发掘当地的特色产业, 遵守做精做强的原则, 在“特”字上下功夫。根据信宜市三华李产业的发展经验可知, 发展特色产业可以借助政府、市场、社会等多元主体力量, 打通营销渠道、打造品牌效应、促进产业升级、信息共享与技术推广, 充分调动各方要素, 构建发展合力, 为产业发展注入活力。同时, 除了多元主体的力量外, 产业发展还需要有更多新的探索, 如, 建设标准化生产示范基地、打造深加工产业链, 科学化组织化专业化生产等。产业发展要做到“少而精”、“精而强”, 靠品质靠特色取胜, 发动多元力量, 促进收入增加, 助力乡村振兴。

### 参考文献

- [1] 李舒展. 信宜市休闲农业发展现状、问题与对策研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 华南农业大学, 2016.
- [2] 朱明锋. 我国乡村治理的困境与出路研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中共中央党校, 2016.

- [3] 黄立新. 全面推进乡村振兴, 加快农业农村现代化[N]. 烟台日报, 2021-03-03(11).
- [4] 伏森. 产业扶贫与乡村振兴战略有效衔接的研究[J]. 吉林工商学院学报, 2021, 37(1): 61-64.
- [5] 徐绍峰. 如何理解发展乡村产业的政策内涵[N]. 金融时报, 2021-01-28(12).
- [6] 傅建平. 大力发展农村特色产业[N]. 宜春日报, 2019-09-21(03).
- [7] 袁兴军. 发展特色产业, 壮大集体经济, 团结带领农村群众迈上全面小康路[N]. 广安日报, 2020-12-29(07).
- [8] 杨清波. 发挥资源优势, 壮大特色产业[J]. 基层农技推广, 2019, 7(11): 64-65.
- [9] 刘艳. 产业扶贫显成效, 融合推进促发展——乡村振兴背景下承德市农村产业发展方向浅析[J]. 统计与管理, 2021, 36(6): 23-27.
- [10] 李敏. 信宜市农产品营销渠道模式优化研究——以三华李为例[J]. 黑龙江生态工程职业学院学报, 2018, 31(3): 19-21.
- [11] 章秋平, 刘威生, 何业华, 罗学优. 广东省信宜市‘三华李’发展状况[J]. 北方果树, 2019(5): 52-53.
- [12] 巫秀凤. 金融支持乡村旅游提质升级的探讨——以信宜市为例[J]. 南方论刊, 2017(10): 23-25.