

# 发展特色产品小微企业，推动民族地区乡村振兴

■ 王景峰<sup>1</sup> 王刚<sup>2</sup> 王艳伟<sup>3</sup>

**摘要**：民族特色产品小微企业融合了民族地区一二三产业，是小农户、农业经营主体和现代农业发展的有机衔接，是民族地区实施乡村振兴战略的重要突破点。鼓励民族特色产品小微企业发展，有利于民族地区发挥特色资源优势，发展新产业新业态，推动民族地区乡村振兴。

**关键词**：民族地区 小微企业 乡村振兴

## 一、乡村振兴背景下发展民族特色产品小微企业的可行性

实施乡村振兴战略，解决人和钱的问题至关重要，发展民族特色产品小微企业既能够发挥民族地区特色产品的优势，又能够降低民族地区对人和钱的依赖。

### （一）发挥民族地区特色资源优势

中共中央国务院印发《乡村振兴战略规划（2018-2022年）》要求各地区应当以资源禀赋和独特的历史文化为基础，有序开发当地优势特色资源。少数民族地区有丰富的物质资源，多属于农牧业、种植业等“可恢复性”资源，只要开发合理，就可以实现补给平衡，并与少数民族文化相结合形成民族特色资源和民族地区小微企业赖以生存和发展的独特资源。民族特色产品小微企业能够比较容易获得这些特色资源，充分利用、加工、出售蕴含民族特色的产品。民族地区小微企业可以充分发挥民族地区特色资源优势，研发并生产具有市场竞争力的产品，避免特色资源无人赏识或仅出售原始资源的低端形态。

### （二）弱化民族地区人才缺乏的影响

乡村振兴，人才是关键。在中国工业化和城镇化的进程中，农村优质资源、要素和人才大量外

流，导致农业萧条，农村衰败，乡村活力下降。民族地区由于地缘弱势和经济落后等原因，人才流失更为严重。尽管国家号召有责任、有能力的企业家、专家学者等以下乡担任志愿者、投资兴业、行医办学等方式回馈乡村，但是在短时期内民族地区实施乡村振兴还是很难获得高级的人才。且从经济发展历史经验来看，民族地区现阶段经济发展水平对高级人才吸引力有限，民族地区现在更需要能够在短期内拉动乡村经济发展的人才。而发展民族特色产品小微企业所需人才数量大，且仅需有一定专长，比如城镇中的生产经营和创业人员，或致富愿望的乡村群众，甚至包括返现创业的农民，都可以在民族特色产品小微企业中找到用武之地。

### （三）降低资金依赖

乡村振兴无疑需要大量的资金投入，资金来源主要包括财政支持、土地出让收益和社会资本，但无论是财政支持还是土地出让收益都是有限度的，资金极有可能成为少数民族地区乡村振兴的一个绊脚石，所以，社会资本的持续投入成为乡村振兴的重要支撑。尽管社会资本的投入需要回报，但是需要利用有限的资金为乡村振兴做更多事情。乡村振兴过程中要求避免随意撤并村庄搞大社区、违背农民意愿大拆大建，因此，建

**基金项目**：国家社会科学基金项目（16BGL019）；教育部基金项目（18YJC630179）。

设大型企业困难较多。而民族特色产品小微企业恰恰能够满足条件，既降低了对资金的依赖，又不易破坏乡村环境，在民族地区乡村振兴的初期阶段将会发挥重要作用。

## 二、民族特色产品小微企业发展对乡村振兴的推动作用

### （一）缩小城乡差距

城乡二元结构是导致乡村地区相对贫困和落后的重要原因，发展民族特色产品小微企业有利于减弱城乡差异。由于民族特色产品小微企业投资少，见效快，可以成为乡村产业兴旺的突破点，为大中型企业的发展打前站。民族特色产品小微企业更多由当地农民主办，彰显了民族地区特色，有力地推动了一二三产业的交叉融合，提高民族地区农民收入，带动相关产业的发展，缩小城乡差距。

### （二）拓宽就业渠道

就业是民生之本，但是由于经济落后、生活困难，民族地区的劳动力多到发达地区打工为主，就业渠道单一。拓宽民族地区农民就业渠道是促进民族地区社会稳定，保障和改善民族地区民生的重要举措。发展民族特色产品小微企业，推进乡村经济多元化，为农民提供了更多的就业岗位，能够引导和支持农民就地、就近就业，支持和鼓励有创业愿望的农民自主创业，以创业带动就业。同时，民族特色产品小微企业的发展还会产生辐射效应，吸引外出务工人员返乡就业和创业。

### （三）增加农民收入

农业强不强、农村美不美、农民富不富，决定着亿万农民的获得感和幸福感，这其中农民感受最强烈、最直接的就是“富不富”。民族地区一直以来以务农放牧为主要收入，即使有部分特产出售，也是未加工的初级产品，也并未形成产业和规模优势，导致收入不足。民族特色产品小微企业创立和发展可以作为精准扶贫和精准脱贫的重要

方式，增加农民收入渠道，提高农民收入。民族特色产品小微企业一定程度上解决了特色资源的生产、加工和销售问题，提升了特色产品的价值。除此之外，民族特色产品多与生态涵养、休闲观光、文化体验、健康养老的产业进行结合，提升了产品价值与品位，增加了民族地区居民收入。

### （四）保护生态环境

欠发达地区的“生态保护”意识，不是自发形成的，需要通过一定媒介的刺激而激发出来。民族特色产品小微企业在一定程度上刺激了农民“生态保护”意识的产生。民族特色产品小微企业发展可以从三个方面起到保护环境的作用：一是通过提升农民收入，减少农民为获得短期收益对环境破坏行为，如毁林开荒、过度放牧、无限制出售特色资源等；二是通过对民族特色产品的深加工，提升产品价值，使农民意识到不能“涸泽而渔焚林而猎”，提升农民可持续发展的意识；三是促使农民牢固树立和践行绿水青山就是金山银山的理念，坚持人与自然和谐共生，从而保护了生态环境。

## 三、发展民族特色产品小微企业的建议

### （一）坚持高质量发展

习总书记在党的十九大报告中提出，“坚持质量第一、效益优先，以供给侧结构性改革为主线，推动经济发展质量变革”。《乡村振兴战略规划（2018-2022年）》不仅要求各地区以资源禀赋和独特的历史文化为基础，有序开发当地优势特色资源，而且要做大做强优势特色产业。民族特色产品小微企业应当摆脱出售原始特色资源或低附加值的产品，增加科技和研发投入，与科研院所、高校等进行合作，共同开发技术含量高、品质好、具有高附加值的特色产品，增强特色产品时代感和竞争力，在提升民族特色产品竞争力的同时，增加收入。同时，还应当结合各地资源禀赋，将民族特色产品与生态涵养、休闲观光、文化体验、健康养老等相结合，形成新的消费热点，增加乡村生

态产品和服务供给,开发民族特色产品的多种功能和多重价值。

### (二) 坚持协同发展

民族特色产品小微企业不应埋头孤立发展,而应协同发展。协同体现在三个方面:与自然协同,与众多小微企业协同,与相关产业协同。乡村振兴要求生态宜居,所以民族特色产品小微企业的发展不能以破坏生态环境为代价。坚持人与自然和谐共生,落实节约优先、保护优先、自然恢复为主的方针,统筹特色产品的培育生产与经营,严守生态保护红线,牢固树立和践行绿水青山就是金山银山,以绿色发展引领乡村振兴。民族特色产品小微企业在发展中还要与其他众多的小微企业协同发展,融合一二三产业,提升创新力和竞争力,成为推进乡村产业兴旺的重要力量。民族特色产品小微企业还要与其他产业协同发展,将民族特色产品与旅游、教育、文化、养老等行业融合,建设具有历史、地域、民族特色的乡村发展新模式。

### (三) 坚持特色发展

由于不同少数民族地区资源禀赋、经济发展状况不同,工业化、信息化和城镇化的方式不尽相同,所以各地区以特色资源为基础发展小微企业的方式和模式也应当因地制宜。民族地区小微企业发展的经验和模式可以相互借鉴,但是应当以我为主,找到自己的特色发展之路。尽管民族特色产品小微企业的发展都是依托特色资源,但是结果却可能迥然不同。如依托“互联网+”“旅游+”“生态+”等平台,可以创造性地发展若干特色发展模式,丰富民族特色产品小微企业发展的内涵。

### (四) 弘扬企业家精神

为振兴乡村,国家引导和支持企业家投资兴业,同时挖掘培养乡土文化本土人才,特别是要发挥涉农企业家的领头作用,这种作用体现出来就是企业家精神。企业家精神是企业成长的动力,也是企业稀缺的资源和最根本的竞争力。民族地区经济落后的原因之一就是缺少具有企业家精神的

企业家。民族特色产品小微企业生产经营和管理人员,应当以发展的眼光对待企业的发展,培养和弘扬企业家精神。民族特色产品小微企业的企业家精神应当包含至少三个内容:爱国、兴企和富农。首先是爱国,国家发布《关于营造企业家健康成长环境弘扬优秀企业家精神更好发挥企业家作用的意见》明确提出企业家精神的重要组成部分就是爱国,企业家应当具有国家使命感和民族自豪感;其次是兴企,企业家的首要工作是做好企业自身经营发展,无论是日常管理,还是产品和技术创新,都需要企业家的胆识、魄力与担当;再次是富农,当前脱贫攻坚是国家的头等大事,民族特色产品小微企业应积极参与脱贫攻坚,加入到乡村振兴的行动中,承担富裕农民的责任。

### (五) 建设基层平台

积极推进民族特色产品小微企业公共服务平台建设,将现有小微企业孤立运营的“小市场”建成基于“互联网+”、城乡一体化联网运作的“大市场”。公共服务平台应努力为民族特色产品小微企业提供有效服务,加强制度管理,规范服务行为,完善服务标准,提高服务质量,为小微企业提供高效信息服务、经营服务,推动民族特色产品小微企业发展,振兴乡村。■

### 参考文献:

- [1] 中共中央国务院. 乡村振兴战略规划(2018-2022年),2018,(9).
- [2] 姜长云. 科学理解推进乡村振兴的重大战略导向[J]. 管理世界,2018,(4).
- [3] 张红宇. 乡村振兴战略与企业家责任[J]. 中国农业大学学报,2018,(1).
- [4] 郭晓鸣, 张克俊. 实施乡村振兴战略的系统认识与道路选择[J]. 农村经济,2018,(1).
- [5] 张军. 乡村价值定位与乡村振兴[J]. 中国农村经济,2018,(1).

(作者单位:1.2. 内蒙古财经大学;3. 内蒙古统计局)

责任编辑:康伟