

【专题：乡村振兴与乡村产业发展】

# 乡村振兴战略背景下产业振兴路径研究

## ——基于一个药材专业市场的分析

黄思

(武汉大学 社会学院,湖北 武汉 430072)

**摘 要:**乡村产业振兴的关键在于农业产业化,其重要实现机制是以专业市场组织农民,形成有竞争力的地方产业。通过对中部农村一个药材专业市场的调查,分析农业产业化发展中的专业市场特征、形成机制及其社会经济效应。专业市场形成的基础是在地域范围内围绕产业链发展形成农户主导的专业分工,而产业发展服务于小农的条件,也是小农支持产业发展的前提。专业市场的形成过程有不同阶段、不同层次,涉及农民、村级组织和地方政府等主体。村民精英带动形成自发性的基层集市,村级组织建设地域性市场,地方政府扶持建设全国性专业市场。专业市场和农业产业化发展产生了综合效应,表现在农民家庭、农村社会秩序及城乡关系三个方面。研究发现农业产业化有其自身发展的客观规律,地方政府需要通过专业市场这种具有中国特色的基层市场组织形式,在农户和集体发挥作用的基础上优化市场体制机制,从而促进产业就地化发展,实现产业振兴的目标。

**关键词:**乡村振兴;专业市场;农业产业化;产业振兴

**中图分类号:**C912.82      **文献标志码:**A      **文章编号:**1671-7465(2020)03-0026-08

### 一、问题与进路

经过几十年的发展,中国建立了比较完善的工业体系,经济增长和城市建设都取得举世瞩目的成绩,但是农业、农村、农民在现代化发展过程中始终处于边缘地位。城市快速发展使得发达地区产生吸纳大量农村劳动力的空间,农民向大城市流动,人口外流成为农村普遍现象。实施乡村振兴战略,从整体着手扭转“乡村空心化”的趋势,首要考虑发展地方产业,其关键在于农村产业发展的组织方式能够将小农户纳入产业链,让农民分享地方产业发展的经济效益。

中西部农村主要产业是农业,农业产业化对于农村产业发展具有普遍意义。在中国,农业产业化的概念最早是在 1993 年由山东潍坊市提出来的,以寿光的蔬菜产业化为典型<sup>[1]</sup>。农业产业化的组织模式主要有龙头企业带动型、合作组织带动型、专业市场带动型等<sup>[2]</sup>。政府寄希望于龙头企业带动地方产业发展,但是政府扶持并没有直接带来期望的产出增长,反而企业以获取政策补贴为目标<sup>[3]</sup>。合作组织也存在相同的问题<sup>[4]</sup>,关键在于合作社能否实现其本质性规定“所有者与惠顾者同一”而与“龙头企业+农户”的模式区别开<sup>[5]</sup>。因此,有学者从农户和村庄着手寻找产业规模化的路径。陕西冬枣产业规模化正是通过村社力量统筹实现外部规模经济,从而推动以家庭经营为基础的农业规模化发展和农业转型<sup>[6]</sup>。内蒙古赤峰的农业规模化路径是利用社会关系提供农业生产的规模化服务,将小农的外部组织形态网络化,从内部将小农联合起来<sup>[7]</sup>。以上经验研究立足农村、农户探讨农业产业化的实现路径,分析发展产业振兴乡村的地方因素,但是以上研究侧重推动产业化发展的社会力量,却忽视了产业实现就地发展的其他主体和整体过程。

从社会学视角对龙头企业带动农户的研究比较全面,近几年对新型农业经营主体的研究也比较丰富。相对而言,对于农业产业化重要组织方式之一的专业市场的研究比较少。已有文献

收稿日期:2019-09-07  
作者简介:黄思,女,武汉大学社会学院博士生。

表明,国内浙江的专业市场发展历史最久<sup>[8]</sup>,其依据比较利益原则实现地域范围内的专业分工,形成产业发展与专业市场相互促进的地方经济发展格局<sup>[9]</sup>。专业市场的集群发展是商业交易关系在产业专业化分工下的地方化体现<sup>[10]</sup>,农村产业规模发展与区域间分工相结合,直接促成专业市场的形成<sup>[11]</sup>,因此专业市场的形成可以作为农业产业发展的重要标志。但是针对农村专业市场的研究大多是经济学研究进路,将专业市场视为独立的研究对象,强调专业市场与产业集群的互动<sup>[12]</sup>,针对专业市场与地方产业的发展产生的社会基础和社会经济效应研究较少。在乡村振兴战略背景下,对专业市场的研究对农村产业发展具有新的现实意义。

本文意在研究农业产业化的组织形式和过程。首先通过对一个药材专业市场的分析,梳理农业产业化发展的结构性特征;然后讨论专业市场形成过程中农民、村庄与政府的角色及市场结构;最后讨论农业产业化的经济社会效应。研究结果表明,农业产业化需要特定的基层组织方式,可以采用专业市场作为农村产业发展的组织形式,有助于新时期产业振兴的实现。

## 二、农业产业化的基础:农户主导的专业市场

### (一) 案例呈现

本文的案例来自鲁西南一个药材专业市场,它是一个农村的国家级中药材市场,主营初加工的中药材和药材原料。虽然药材原料是比粮食作物经济价值更高的经济作物,但是初加工环节技术含量较低,因此,该类型专业市场是农民可以广泛参与的。药材专业市场是2014年以地方政府招商引资的方式建成的,设立市场管委会管理市场,总投资7.8亿元,占地700亩,共有商铺400多间。地方政府正在建设中药加工产业园、物流基地,并规划在药材专业市场周边征地900亩建设药材小镇。专业市场的核心是S村,村庄有400多户农户。虽然S村不是乡镇驻地村,但相当于周边村庄的集镇中心村,有一条主街道是药材集市摆摊的固定地点。全村共有1540亩土地,其中三分之一流转出去种植中药材,主要是白芍、牡丹和山药。根据种植品种不同,每年每亩土地流转价格500~1000元。S村及周边村庄的农民主要以药材产业谋生,专业市场内的商家约一半是S村的农民。

### (二) 专业市场中的分工及其农户主导的市场特征

药材产业可以粗略地分为种植、加工、销售、物流四个环节,每个环节还可以细分,尤其是加工环节中细分项最多。四个环节的共同特征在于技术含量低、准入门槛低、雇佣成本低,因此农户比较容易进入该产业。农户根据家庭劳动力配置和资金量选择相匹配的产业环节,并且逐步在地域范围内围绕产业链上下游形成专业分工。

药材种植环节有两类种植主体:一类是公司建立种植基地,大规模流转土地实行连片规模种植;另一类是小农户分散种植,包括老年人种植自留地或以“公司+农户”订单式农业种植企业流转的土地。全镇共种植约2万亩中药材,连片种植约3000多亩,其余则为小农户。中药材的种植收益高于粮食作物,以丹参为例,每亩机耕50元、埋种200元、丹参苗200元,机井浇水每次60元,除草不需要额外雇人。土地归集体所有,村庄成员都有土地承包经营权,种植需要的生产资料投入和劳动力投入在可接受范围内,能满足家庭内剩余劳动力的劳动需求。

加工环节集聚了部分以农业收入为主的农户,单纯的种植收入难以满足他们的家庭支出,因此对药材进行初加工以获得更高收入,最后发展为专业加工户。S村山药加工户有40多户,山药加工户从收购山药到出售山药片要经历收购、运输、刨皮、熏硫磺、晒干、泡水、切片、晒干等7个环节,不需要特殊技术和大量资本投入,如山药切片机2000多元就可以买到,且刨皮的雇工成本很低,一次收购10吨,一天刨完需要60多人,按斤计算刨皮的工费,老年人刨一天山药工费约40元,中年妇女约50元。刨皮工作技术含量低,而且周边村庄有大量在村老人和妇女。

销售环节是药材产业的核心环节,是该地区药材市场具有竞争力的关键。S村约60%的农户从事药材销售,主要有两种渠道:一种是在专业市场经营门店,农户购买专业市场内的商住

房,一楼做店面,二楼居住,生产和生活是合一的;另一种是在传统的药材集市上摆摊。专业市场上的店面一次性投资大,资金少的家庭可以选择在集市上摆摊卖药材。正因为进入门槛比较低,单家独户难以获得垄断优势且无法排斥其他农户销售。

物流等配套环节是市场化专业分工的产物。随着市场化程度的提高,最初不从事药材种植、加工或销售的农民也逐步被吸纳到服务于药材产业的配套环节。S村有8户专门从事物流的农户,以夫妻搭档为主,购置货车专门服务于本地药材运输。此外,还有部分村民从事餐饮业、快递业等服务行业,为从事药材产业的农民提供生产、生活配套服务,不断完善产业链。

总之,以种植为产业发展起点,小农家庭不断加入加工、销售、物流等产业环节,在地域范围内形成规模集聚,形成有竞争力的药材专业市场。

### (三) 农户家庭经营的优势

家庭经营在中国的发展历史由来已久,在农业产业化发展背景下,家庭经营的形式已经发生改变,转向以家庭为单位、以获得最大收入为目标的市场经营模式。S村及其周边村庄的农户分布在中药材产业的种植、加工、销售、物流等环节上。以家庭经营为基础的药材产业具有四方面的优势:一是低成本使用劳动力,家庭成员可为家庭发展目标实现最大限度的自我剥削;二是低成本使用生产要素,利用居住的房屋作为经营场所等,浙江的“客厅工厂”也是如此;三是低水平的内部交易成本,家庭成员之间的合力、信任是降低沟通成本的关键,劳动的监督成本低;四是社会网络和专业知识的传承。最后一点尤其体现出以市场为导向的家庭经营的优势,家庭经营的模式让生产与生活的边界模糊,从小就在经营环境里成长比后来进入该产业的人学习、适应的成本更低,S村的村民形容为“像搓麻绳,慢慢就捻进去了”。比如药材销售,采购与销售对应不同的关系网络、渠道,药材辨别、储存都需要专业知识,要求有一定的技巧和成本积累等。销售所需要的知识、资金、人脉等,在家庭内部以低成本实现传递和积累,而一个外人很难迅速通过书本学习产业知识或进入产业体系。

家庭经营低成本的特征与中药材产业的多环节、技术含量低、准入门槛低、雇佣成本低等特征不谋而合。单个家庭容易进入产业环节,多个家庭在同一个产业环节中难以互相排斥,在地域范围内通过地缘、血缘关系扩散经营模式,自然发展成为具有集群效应的规模产业,实现产业横向一体化。

## 三、农业产业化和专业市场的形成机制

### (一) 精英领头自发形成基层市场

从家庭经营发展到区域范围内的主导产业,发展路线一般是由先行者发起、实现经济效益、引发群众模仿、初步形成规模,到后来生产体系完善、实现可持续发展,这类以产业集群为特征的农业规模化能够带来外部规模经济<sup>[1]</sup>。本地的药材产业发展过程类似,农民为获取货币收入,以家庭为经营单位进入种植、销售环节。进入产业的家庭越来越多后分工体系愈加细化,为了在产业链中获取更多利润,随后出现其他环节,从而产业规模不断壮大。

药材产业最初的源头是集体时期作为市医药公司的种植基地,在政府号召下把种植牡丹和白芍作为副业,当时一个生产队种植规模约40亩,种植的白芍和牡丹直接交给医药公司。1979年分田到户后,农民有了种植经验和技能而且种植药材的收益高于种植粮食的收益,出于增加家庭收入的考虑农民继续种植药材。当时政策尚不明朗,一些农民冒政策风险在集市上偷偷卖,形成了一定市场规模。此阶段农民仍然以种植粮食作物为主要收入来源,种植和卖药材只是家庭副业。1980年代之后,有经营意识的精英为增加非农收入,满足多样化的客户需求,效仿大型药材市场,丰富销售的药材品种。当时,S村有12个村民相约去外地采购药材回来卖,以集市为空间的初级药材市场开始成形,主要采购常见的药材,比如去甘肃采购当归、四川采购川芎等,以血缘和地缘关系为纽带带动本村村民,诸如有进货渠道的村民向想加入的村民传授



经验。当时的药材市场一个月六天集,有三四十个村民聚集在特定区域摆摊卖中药材。

早期药材市场的产生有一定的特殊性,因为当地种植高品质的当地药材,包括白芷、白芍、牡丹、山药、红花等,药材的优质原产地会吸引药材采购商聚集到产地,有发展成市场的先天优势。药材集市的主要优势是价格低廉,集市上的药材统称“地摊货”,具有明显的低端市场特征,而相对于传统农业,药材种植和销售的收入较高。药材市场的规模越来越大,辐射范围越来越广,为当地农民提供大量本地就业机会,增加农民家庭收入。1990年代初在集市上卖药几天就可收入50元左右,对务农的村民来说吸引力很大,几乎80%的村民加入卖药材行业,中药材经营的收入逐渐成为家庭的主要收入来源之一。药材产业自发形成一定规模后,后期才有村级组织和地方政府介入,形成农户、村庄和地方政府的紧密互动。

### (二) 村级组织统筹建设地域市场

中药材产业的发展初期是农户的自主行为,但是发展到一定规模后只有借助集体的力量才能供给单家独户无法提供的公共品,例如基础设施建设和交易场所建设。最典型的是随着自发集市的规模扩大,加入集市销售的农民越来越多,导致摆摊无序、占道严重、交通拥挤等情况。村级组织招聘清洁员,在集市出摊时打扫卫生、维持市场秩序,向摊主收卫生费作为他们的酬劳。由于清洁员和大部分摊主都是本村或邻村人,熟人社会的关系使得收卫生费、维持秩序能得到比较好的执行,因此村级组织通过内部化的方式实现对集市低成本的管理。

为扩大集市规模、改善交通条件,同时促进村庄发展,村级组织开始积极介入药材市场的发展。1993年村集体向乡镇政府申请修建主干道,从4米拓宽到16米,统一要求每个村民提供修路用的10个土方并且出义务工将土方拉到指定路段,路面硬化和施工的大额投入则由政府承担。后期集市规模继续扩大,外村甚至其他乡镇的人到集市上售卖药材,但是集市流动性大,不便管理。因此,村级组织和乡政府建立固定市场,利用空闲的小校园搭建简易市场,村级组织动员摊贩搬到新市场,由工商管理部门统一管理。村级组织统筹、国家财政投入和农民自筹形成合作,以较低的建设成本完成了村级道路拓宽和交易场所建设。药材市场在规模扩大的同时,提高了专业化和正规化水平,这是药材市场的第一次提档升级,初步形成了地域性市场。

村级组织的统筹功能还体现在以村庄社会内部的社会资本为纽带统筹药材产业各环节的生产合作。最初跨省采购药材的物流成本很高,一车货物只有达到十吨才能将运输成本控制在可接受的范围内。因此村级组织通过村庄内部的亲缘、地缘关系,将有需要外出采购和跑运输的农户组织起来,在信息沟通成本高、交通不便时降低沟通成本和合作成本。加工户利用熟人社会的关系联系雇工,不需要在正式的劳动力市场寻找劳动力,就可以在较短时间内集合需要的人手。专业市场上的销售户面对需求量超出供货能力的客户,通常寻求同一个家族或小组的其他销售户调货或者介绍生意。熟人社会的社会资本所包含的稳定的信任关系可以视为内生公共品,而社会资本的激活反过来不断强化这种信任关系。产业链建在乡土社会中,社会资本可以在地域性市场发挥作用。

### (三) 地方政府投入建设国家级市场

在乡村振兴战略背景下,地方政府把扶持农业产业作为“三农”政策的核心。地方政府的扶持将地域性市场升级为国家级专业市场,延长了产业链并引进了社会资本,其主要表现在地方政府创办工业园区引进17家大型中药材加工企业,增强本地产业的市场竞争力,带动就业。政府主要在三个方面推动农业产业化发展:

一是将交易市场建设作为整体项目,国家财政投资建设。1990年代后期药材市场获批国家级专业市场;2000年左右地方政府征地300亩,引进开发商建专业市场;随着产业规模扩大,2014年政府招商引资建设国际交易市场,设立市场管委会。目前有400多家商户,其中S村村民占比50%。为应对国家对中药材加工资质认证问题,地方政府向省药监局申报在专业市场内搭建检验中心,引进有资质的药材流通电商平台,对接没有资质的散户,统一运输和网售。同时政府在专业市场周边征收900亩土地建设药材小镇和物流基地,将产业全面升级,以中药材产

业为核心打造地方特色经济。

二是为农户提供财政资金支持 and 金融服务,有利于扩大经营规模,提高资金流通效率。因为药材种植环节利润低于销售环节,农户大都转向销售环节。地方政府大力补贴规模种植主体,提高资本进入种植环节的积极性。资本种植药材具有技术优势,药材品质比较稳定。另外,为有需要的农户提供低息贷款,特别是销售户的资金流动性低,但对现金的需求量大。因为销售户要采购各类药材,品种最多有三百种,但是很难迅速卖出,囤积的药材将资金固定在存储药材上。针对农民的贷款需求,地方银行推出“药商贷”低息贷款,2018年给药材专业市场上的销售户总共贷款3000万元,解决了销售户流动资金不足的现实问题。

三是规范市场秩序。药材的特殊性在于关涉人体健康,因此国家对药材质检有专业标准和行业规范,食药监局是专门检查食品与药品安全的政府部门。为方便市场管理,食药监局在专业市场设立办公室,不定期从市场门店随机抽检。食药监所每年会邀请药材鉴别专家培训专业市场的销售户,从进货环节提高鉴别能力,从而保证药材质量,减少市场纠纷。针对产业环节存在的质量问题,执法部门回应消费者反映的问题,并对违法者进行处罚,这维护了专业市场和地方产业的专业性和市场竞争力。

基于乡村精英、村级组织以及政府等主体的参与,药材专业市场发展不断提档升级,从基层市场过渡到地域性市场,再到国家级市场,最终实现农业产业化。虽然地方政府投资建设国家级市场,但是基层市场仍然具有存在的必要性,它能有效对接多元化的市场需求。目前,药材市场仍然是农户主导的,村级组织和国家为农户提供社会化服务。随着产业升级,产业链的经营主体不再是单一的农户,政府引进种植基地和大型加工企业等规模主体,完善产业体系,壮大产业规模,将产业融入本地经济。

## 四、农业产业化的经济社会效应

### (一) 吸纳农民就业,维持完整的家庭生活

第一,产业发展吸纳劳动力,解决农民就业。农业产业化发展的最直接经济效益是为农民提供大量就业机会,围绕产业链上下游形成专业分工,使得不同年龄阶段的人都能在产业链中找到合适的就业机会。对于就业机会较少的中西部农村,大部分家庭都要忍受家庭成员分离,一年仅在春节等少数时间相聚,产生留守老人和留守儿童等社会问题。家庭生活的不完整导致小农家庭的生活内容本身的价值和意义被架空<sup>[13]</sup>,充分的本地就业保证家庭生活的完整性。家人在一起生活、生产,能有效实现对子代的照顾和父代的赡养,在本地生产生活可以兼顾家庭发展的需求和家人陪伴的需求。而且市场化的专业分工为剩余劳动力提供就业机会,尤其是老年人,使他们具备一定的自养能力。

第二,提高农民家庭收入,满足家庭发展需求。相较于纯农业收入的农民家庭,参与药材产业的农户能从专业市场及其产业链中获取较高的非农收入。而且以家庭为单位参与产业环节一方面能低成本使用劳动力,另一方面能实现家庭劳动力的最优配置。劳动力配置主要体现在半劳动力的使用上,老人或小孩做力所能及的事情,而不涉及道德、法律问题。老年人负责家务劳动、照顾小孩,极大地解放了年轻人的劳动力,在家庭发展动力比较强的时期能充分调动家庭劳动力,因此家庭积累能力也比较强。

第三,农民家庭收入提高,增强家庭养老功能。农业产业化整体提高了村民的收入水平和经济能力,农民家庭内部资源宽裕。家庭经营的方式保证家庭内部资源共享,内部没有形成资源剥夺和挤压,代际关系良好,子辈在身边生活也能为老年人提供基本的生活照料,老年人的养老能实现有效的家庭保障。

### (二) 完善村庄公共服务,维持村庄社会秩序

第一,完善基本公共服务,满足农民生活需求。首先,村集体和地方政府为促进产业发展为

专业市场所在地 S 村提供优于周边村的基础设施,在产业发展过程中逐步完成水、电、路等基本设施建设。S 村的村民因在地就业,村庄又因为产业规模扩大实现整体性发展。其次,人口聚集使得村庄的基础教育得到保障,在村就能让孩子上幼儿园、小学,村庄还有舞蹈、武术、美术等培训班。再次,娱乐消费比一般中西部农村发达。为满足妇女的美容需求,村庄内部产生了数家美容店。村庄内的超市、服装店也不少,各类餐饮小吃很常见。专业市场有物流需求因此伴生快递服务,满足了农民日益增长的生活需求。

第二,保持村庄社会结构完整,维持良好社会秩序。农业产业化使村庄生活完整,对村民的吸纳程度高,村庄空心化程度较低,因此农民思维方式和社会交往依旧是传统形态。加之,专业市场面向的是外部市场,村庄内部遵循的是自己人的人情交往逻辑,市场对村庄传统秩序的冲击不强。因此形成了经济的现代化和社会的传统性并存的特征。产业发展保持完整的家庭生活和村庄社会,维持了一致性的社会结构,村民的生活意义指向村庄,而经济收入宽裕的村民参与村庄公共文化活动的积极性更高。而且村庄共识能被农民接受和认可,村委会制定的公共规则能发挥有效作用。此外,在乡镇派驻的管区干部支持下,兼业化的村干部可以通过简约治理低成本达到良好的治理效果。

### (三) 实现农业产业化发展,促进城乡关系均衡

农业产业化发展带来的就业机会吸引村民留在村庄,农户的家庭经营方式与产业发展相互促进带动村庄的集镇发展,呈现出乡土社会有活力的一面。在城镇化的背景下,中西部农村因婚姻、教育等城镇化比率逐年升高。而在专业市场及周边村庄的农民在城里买房的人比较少,S 村 400 多户农民只有十几户因孩子教育在市区买房。他们不买房的最主要原因是农民实现本地就业,去城市买房既不必要也没有需求,反而不方便。目前,专业市场的建设也推动了交通设施的建设,并且改善了公共交通条件,专业市场有到县城和市区的直达公交车。为方便出行,几乎家家户户都购买了私人轿车。销售户和加工户有不少 30 岁左右的年轻人,他们接手父代的生意,主动选择留在村庄就业。

在人口和产业集聚的条件下消费和产业规模的扩张带动村庄向集镇发展。除去已经开发的专业市场的商铺,有开发商在 S 村建楼房,且不乏购买者。村庄内有基础医疗、教育、交通等公共服务,并且随着经济发展提供多样化的娱乐消费服务,包括餐饮、服装、美容、养生、培训班等,农业产业化带来的产业和人口集聚基本实现了就地城镇化。而且随着产业发展规模扩大,地方政府开发建设中药材产业园,吸引十几家具有国家要求相关资质的中药材加工企业落地。可以说产业发展有活力,不仅留住了村民,还能吸引外面的企业、开发商。

乡村振兴的目的在于让乡村恢复活力,人口外流严重的村庄大多通过资源下乡吸引人口回流,但是成本太高、发展的产业可能与当地不适应最终造成资源浪费。而在有产业基础的村庄,地方政府在公共服务和平台搭建上着力,就能提高村民的生活福祉,不需要投入过多的资源和精力创新经济发展方式,吸引返乡创业的村民。由此可见,尊重和保障小农户参与产业发展的基础地位,发挥村级组织和地方政府的统筹作用,提高产业的市场化和规范化水平,实现农业产业化,最终能带来产业兴旺、人口聚集、村庄繁荣的社会经济效应,促进城乡关系均衡,城镇化和乡村振兴协调发展。

## 五、结语与讨论

农业产业化是乡村振兴的重要内容,农业产业化需要可靠的载体。在市场经济发展条件下,可靠载体之一是专业市场。本文通过一个药材专业市场的经验研究,初步揭示了专业市场的结构性特征及其形成过程中农民、村级组织和地方政府的互动关系,并分析了专业市场为农村发展带来的综合效应。专业市场的发展为农民提供了就业机会、增加家庭收入,完整的村庄生活让村庄社会和治理秩序得以维持,并且农民在本地就业和居住。与空心村的依附型城乡关



系不同,它能实现城乡关系均衡发展。

农业产业的发展从来都不是孤立的,必然受到市场和政府的影响。国家治理对接千家万户的小农成本非常高,为节约交易成本,政府选择抓重点对象<sup>[14]</sup>。具体到药材产业,专业市场通过政策法规要求中药材成品生产具备相应资质,政府管控资质认证,可以对产业体系进行正规化再造。随着国家对市场的规范治理越来越严格,以家庭经营为主要模式的农户难以申请加工和销售成品中药的资质认证,因此不能将药材销售给医院等大型机构,中药材市场的利润空间被压缩,亟待转型。需要强调的是产业发展面临各类市场风险和政策风险,家庭经营是一种经营模式,并不限于某一特定产业或某一特定环节,家庭不会破产,家庭经营的模式就不会破产。而且家庭经营的优越性在于经营成本低以及经营的灵活性,能根据市场环境压缩利润空间、调整经营策略。更重要的是,家庭经营的低成本优势使得经营成本远远低于正规化的大企业,包括种植、加工、销售、物流等环节。因此,正规企业出于控制成本的考虑尽量分包出利润较低的环节。中药材种植基地通过“公司+农户”的方式与农户合作,降低种植环节的成本。因为机械设备和人工成本较高,对于技术含量较低的药材初加工环节,中药材加工厂采取向加工户收购的方式降低加工成本。对于销售,部分药材企业在专业市场设立营销部,与专业市场的销售户合作,让其担任销售代理。当然,产业链的前置环节有存活机会,作为配套服务的物流等环节也能继续生存。即便在国家治理的干预下面临产业转型,家庭经营的低成本优势与大企业的逐利性相契合,使其仍然具有生命力。

乡村振兴并不必然要求乡村经济发展体量增大,更不在于政府扶持或资本主导的龙头企业带动乡村经济发展,重要的是在于恢复乡村的活力,尤其是调动农民的积极性、主动性。中西部农村小农普遍存在是客观事实,大量劳动力外流也是事实<sup>[15]</sup>。受到以市场为代表的现代性力量的影响,农民的家庭发展目标从简单再生产升级到扩大再生产,他们是具有能动性的主体,以家庭经营的方式主动卷入城镇化、现代化进程。只有少数农民通过做生意或受教育获得高收入,从而举家迁入城市生活,大部分普通农民在城市与农村之间双向流动,形成“以代际分工为基础的半工半耕”的家计模式<sup>[16]</sup>。在此背景下乡村振兴就很难走激进式道路,应该在尊重农民主体性的情况下,将地方产业发展与乡土社会关联起来,使产业链建立在乡土社会之中。因此以家庭经营为基础实现规模集聚的农业产业化可视为产业振兴的一种可行路径,对乡村振兴战略实施具有现实意义。

## 参考文献:

- [1] 张建云.转变传统城市化理念 以农业产业化带动农村就地城市化[J].理论学刊,2010(9):45-48.
- [2] 郭晓鸣,廖祖君,付娆.龙头企业带动型、中介组织联动型和合作社一体化三种农业产业化模式的比较——基于制度经济学视角的分析[J].中国农村经济,2007(4):40-47.
- [3] 林万龙,张莉琴.农业产业化龙头企业政府财税补贴政策效率:基于农业上市公司的案例研究[J].中国农村经济,2004(10):33-40.
- [4] “促进农民专业合作社健康发展研究”课题组,苑鹏,曹斌,等.空壳农民专业合作社的形成原因、负面效应与应对策略[J].改革,2019(4):39-47.
- [5] 邓衡山,王文烂.合作社的本质规定与现实检视——中国到底有没有真正的农民合作社?[J].中国农村经济,2014(7):15-26,38.
- [6] 陈靖,冯小.农业转型的社区动力及村社治理机制——基于陕西D县河滩村冬枣产业规模化的考察[J].中国农村观察,2019(1):2-14.
- [7] 韩启民.城镇化背景下的家庭农业与乡土社会——对内蒙赤峰市农业经营形式的案例研究[J].社会,2015,35(5):122-141.
- [8] 朱文峰.浙江专业市场的形成、发展与转型:一个理论评述[J].商业时代,2013(12):131-133.
- [9] 郑勇军.浙江农村工业化中的专业市场制度研究[J].浙江社会科学,1998(6):11-17.
- [10] 刘米娜,丘海雄.基于学科视角的专业市场集群形成机制研究述评[J].经济地理,2011,31(7):1134-

1138,1177.

[11] 郑勇军,金祥荣.农村制度变迁中的专业市场[J].经济学家,1995(1):88-92,123-124.

[12] 杨强,姚岗.产业集群与专业市场的互动发展[J].统计与决策,2005(11):99-100.

[13] 贺雪峰,董磊明.农民外出务工的逻辑与中国的城市化道路[J].中国农村观察,2009(2):12-18,95.

[14] 吴重庆,张慧鹏.小农与乡村振兴——现代农业产业分工体系中小农户的结构性困境与出路[J].南京农业大学学报(社会科学版),2019,19(1):13-24,163.

[15] 贺雪峰.关于“中国式小农经济”的几点认识[J].南京农业大学学报(社会科学版),2013,13(6):1-6.

[16] 夏柱智,贺雪峰.半工半耕与中国渐进城镇化模式[J].中国社会科学,2017(12):117-137,207-208.

(责任编辑:宋雪飞)

On the Path of Industrial Revitalization under the Background of Rural Revitalization Strategy: Based on the Analysis of a Medicine Professional Market

HUANG Si

**Abstract:** The key to the revitalization of rural industries lies in agricultural industrialization, and its important realization mechanism is to organize farmers in specialized markets to form competitive local industries. Through the investigation of a specialized market for medicinal materials in rural areas in central China, the characteristics, formation mechanism, and socio-economic effects of specialized markets in agricultural industrialization are analyzed. The foundation of the professional market is dominated by farmers, and the formation of professional division of labor around the industrial chain within the region is only a condition for industrial development to serve small farmers, and it is also a prerequisite for small farmers to support industrial development. The formation of professional markets has different stages and levels, involving farmers, village-level organizations, and local governments. The peasant elite drives the formation of spontaneous grassroots bazaars, village-level organizations build regional markets, and local governments support the construction of national specialty markets. The development of specialized markets and agricultural industrialization has had a comprehensive effect on the countryside, manifested in three aspects: peasant families, rural social order, and urban-rural relations. The study found that agricultural industrialization has its own objective laws of development. Local governments need to optimize the market's institutional mechanisms based on the role of farmers and collectives through a market organization with Chinese characteristics at the grass-roots level through a professional market development and achieve the goal of industrial revitalization.

**Keywords:** Rural Revitalization; Professional Market; Agricultural Industrialization; Industrial Revitalization