

【专栏：乡村振兴的理论与实践】

脱贫攻坚同乡村振兴有效衔接中的企业角色及其调适

——以贵州省乌蒙山区乡土企业 X 茶园为例

吴新叶

(同济大学 政治与国际关系学院,上海 200092;湖北工程学院 政治与法律学院,湖北 孝感 432000)

摘 要: 鉴于企业成功地参与了精准扶贫实践,政府和社会对有效衔接阶段的企业作用寄予了更多新期待,乡土企业位列其中。通过对贵州省乌蒙山区乡土企业 X 茶园的调查发现,在处理政府、市场、所在社区的复杂关系中,该企业扮演的多重角色存在叠加效应,基本达到了多方预期。随着乡村振兴的推进,基层政府与 X 茶园的角色互动再次开启,双方合作的领域围绕特色产业融合、村社一体化、利益联结机制等方面展开。进入衔接阶段之后,在政府产业规划、企业布局、社区治理等政策激励与规制下,X 茶园经历了新的角色扮演、巩固与强化过程。这个新的角色建构使乡土企业塑造了双方合作的新伙伴角色,其特征是企业具备了在本乡本土开展对话的能力,显示出企业参与乡村振兴的相对自主性,但也存在企社角色建构不均衡的事实。在政策既定背景下,实现从产业扶贫到乡村振兴有效衔接的关键是实现企业、政府、社会等多元角色互动,未来乡土企业应围绕新型政企关系生态营造和乡村治理共同体构建而制定行动规划和行动方案。

关键词: 乡土企业;产业扶贫;乡村振兴;有效衔接;角色互动

中图分类号: D669;F323.8 **文献标志码:** A **文章编号:** 1671-7465(2022)01-0067-11

一、问题的提出

中国多年来的扶贫开发经验表明,产业发展是推动贫困人口脱贫致富的根本性和长远性的重要举措,在基础设施条件较差的地方尤为如此。2018 年出台的《中共中央、国务院关于打赢脱贫攻坚战三年行动的指导意见》强调了组织企业参与贫困地区产业建设与发展的重要性。单纯从扶贫资金投入看,中国社会力量投入的资金量已经超过政府专项扶贫资金总额,其中企业贡献最大^[1]。一些龙头企业的参与更是产生了积极的扶贫效应,大型外来企业和国有企业扶贫的成功案例与模式屡见报端,如光彩事业开展的扶贫项目、恒大帮扶毕节市、华润在革命老区建设的希望小镇等,都是企业参与精准扶贫的典型案例。

当前,中国进入脱贫攻坚迈向乡村振兴的新阶段,如何实现从“扶”到“振”的有效衔接,企业被寄予了新的角色期待。《中共中央、国务院关于实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的意见》指出,“到 2025 年,脱贫攻坚成果巩固拓展,乡村振兴全面推进,脱贫地区经济活力和发展后劲明显增强,乡村产业质量效益和竞争力进一步提高”。这标志着产业在农村未来发展中的支柱地位不可动摇,也意味着企业在精准扶贫中取得的成功经验需要在有效衔接阶段加以复制和持续创新。

收稿日期:2021-05-07
基金项目:国家社会科学基金重点项目“完善党领导社会组织的制度研究”(20AZZ003)
作者简介:吴新叶,男,同济大学政治与国际关系学院教授,博士生导师,上海市浦江学者;湖北工程学院楚天学者特聘教授。

需要指出的是,目前关于企业参与精准扶贫的讨论鲜有关注本乡本土企业(下文统称“乡土企业”)的角色和运作机制。基于此,本文主要围绕以下几个方面展开讨论:为什么衔接阶段需要乡土企业?与政府主导和外来企业投资的产业项目相比,乡土企业能够发挥怎样的独特作用?在脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接的特殊阶段,乡土企业如何处理政企、企社、政社诸关系?针对上述问题,本文通过乌蒙山区的一家乡土企业的案例开展研究,借用角色互动理论来分析乡土企业的动力机制,为衔接乡村振兴积累经验。

二、文献回顾与本文的分析框架

(一) 文献回顾

学界关于企业参与贫困治理的研究成果多集中于企业社会责任(Corporate Social Responsibility,简称CSR)领域。在这一理论框架下,研究成果关注企业生存和发展同特定社会环境之间的关系,讨论企业如何与各种社会元素发生互动或产生关联^[2]。比如,市场嵌入社会关系,就会影响到企业的商品和服务,CSR是企业不可忽视的动力机制^[3]。在中国的精准扶贫研究中,大量企业也不乏CSR定位,比如央企帮扶的革命老区“百县万村”工程和参与“救急难”行动的“同舟工程”等^[4]。在市场效应方面,针对国内上市公司参与精准扶贫的研究发现,企业行动非但没有对绩效产生消极影响,反倒形成了“同群效应”,张扬的企业伦理激发了同类企业参与扶贫的热情^[5]。在企业与贫困群体的互动方面,企业参与带动了贫困人口脱贫,而后者的农业生产技能则可以提高产品质量,回报给企业更好的盈利^[6]。

与此同时,企业社会责任视角的研究遭遇了一些挑战。有学者认为不宜放大CSR在中国“开发式扶贫”的实践效应,通过市场机制获取利润是企业的基本动力和追求,任何企业运作的首要目标就是利润,需要考虑投入产出比例和股东的利益,因此所谓的CSR必然是有限的^[7]。很多企业参与精准扶贫并非是主动履责(自主性)的结果,而是国家动员或政府激励使然^[8],一旦出现“地方政府过于依赖单一化、规模化的农业产业”的规划设计,企业参与的空间就会变得更加有限^[9]。另外,在国家战略背景下,无论是多大规模的企业都无法通过CSR来解决整体性脱贫问题,在一些集中连片贫困地区,企业微观的、自发的贡献并不能从根本上解决问题^[6]。那么,从“扶”到“振”的有效衔接中,企业以何种方式参与才具有可持续性呢?

扎根本地的乡土企业提供了一个现实选项。在概念上,乡土企业须具备两个显性特征:一是属地在乡村本土,二是企业生产力要素主要来自乡村市场。一定意义上,乡土企业具有费孝通“差序格局”“私人道德”的社会特质^[10]。在这个熟人关系圈子里,乡土企业参与扶贫,大的层面是协同政府实现公共治理目标,而小的层面则是人情伦理使然。正如梁漱溟所言:“吾人亲切相关之情,几乎天伦骨肉,以至于一切相与之入,随其相与之深浅久暂,而莫不自然有其情分。因情而有义。……伦理关系,即是情谊关系,亦即是其相互间的一种义务关系。”^[11]在扶贫和乡村振兴成为公共治理日常内容的背景下,乡土企业的参与及其参与程度同企业自身发展密不可分。一方面,这是对既往产业扶贫实践经验的反思。无论是地方政府偏好的国有企业,还是全国工商联推动的“万企帮万村”工程所动员的民营企业,在实践中都遭遇可持续扶贫的问题。在政府政策激励下,多元化的企业参与改善了多数人的贫困状态,但企业对精准扶贫政策的响应也存在不理想的现象^[12],有些地方甚至因企业主体性不彰而导致扶贫政策失败^[13]。相较而言,乡土企业的主导产业更容易结合区域实际进行布局,更懂得如何利用和开发本地市场资源。另一方面,产业振兴的特殊机理决定了乡土企业在衔接阶段需要长期在场。关于产业扶贫的既有研究成果能够反证这一立场:有学者们研究“地方性知识”与“地方感觉”,认为精英带动的扶贫路线有局限性,上层精英的脱贫思想和治理能力不能改变下层贫困户的生活状态,因而研究

议题聚焦于身份特征^[14]、本地化背景^[15]等。必须承认,在本地语境下讨论贫困治理凸显了“鱼与渔”的实践命题,强调自主力量的生成与成长,但所坚持的对立立场也存在逻辑冲突,如刻意回避了“外地”与“本地”的互动。

上述研究成果十分丰富,对解释扶贫与企业间关系作出了有益的学术贡献。需要指出的是,这些研究大多是从关系建构的角度展开,即通过构建市场(企业与企业)、政府(政策激励与政策规制)与社会(目标对象)之间的关系来探求企业的行动策略及其选择。受此启发,本文认为乡土企业的根本动力来自自身的省察和理性判断,因此企业角色视角对于理解中国企业的行动逻辑具有直接说服力,对于解读从产业扶贫到产业兴旺过渡阶段的企业行动更具有解释力。为此,本文探讨在经过精准扶贫“洗礼”后的乡土企业如何能够在向乡村振兴的衔接阶段,进行具有乡土特征的角色建构,使其既符合国家与地方政府的角色期待,又能够在企业与政府、企业与社会之间的角色互动中找到企业成长的新路径。

(二) 本文的分析框架

论文选择的案例是一个相对成功的样本。该乡土企业位于全国14个集中连片特殊困难地区之一的贵州乌蒙山区,在长期的脱贫攻坚战中绩效明显,并成长为“生于斯长于斯”的本地明星企业。本文借助角色互动理论,尝试解释该乡土企业的行动逻辑,并结合有效衔接阶段的特殊性进行角色分析,为企业的角色调适进行把脉,并期待这一框架能够契合脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接的实践,进而为治理实践提供理论支撑。

角色互动理论,是以不同主体间互动为架构的知识体系和分析方法,强调“在具体经验命题与抽象理论陈述之间保持具有创造性的对话”^[16]。角色互动理论源于社会角色理论,用来描绘个人的态度、观念和社会交往方式,以及由此所呈现的社会位置与社会身份。《布莱克维尔社会学百科全书》给社会角色的定义是:社会人期望他人承担特定社会责任或者被期望占有特定社会地位^[17]。拉·林顿^[18]认为,角色反映了个体在科层制序列中的地位,是权利与义务相匹配的集合,既涉及行为规范,又同行为模式密切相关。更多的研究将个体角色加以拓展,并逐步适用于所有行动主体。比如,默顿^[19]的“角色集”概念就是一个集体术语,已经触及社会互动领域,用来解释彼此联系的个体与组织在交往情境中所形成的特殊地位。杰克逊和舒勒^[20]以“元分析”模型研究工作环境是如何影响工人群体的角色认知的,提出角色模糊与冲突是加强对角色紧张管理的理论依据。大体上,角色互动说强调交往过程中的角色变化,相关的角色期待、角色行为与角色建构等概念和术语越来越多地应用于管理学、社会学、政治学等不同议题。诸如此类的研究为角色互动说提供了理论依据,也丰富了角色互动研究的广度和深度。

在中国的基层治理经验中,企业角色是一个颇具多面性的术语,是解释企业参与动机和行动策略的有效框架。企业的本原角色是市场盈利机器,表现为追求利润和服务于股东利益。但是当企业发展遭遇产业化扶贫和产业兴旺政策的机会时,其市场属性的过度张扬态势受到抑制,企业角色及其行动策略因此发生变化。乡土企业也不例外。这个互动的角色建构过程大体可以分3个阶段:

其一,角色扮演。在角色互动理论框架下,角色扮演强调行动者在“自我”与“他人”互动中所形成的角色认知和角色行动。角色扮演成功与否的标志是个体能否有效介入社会结构,并能否在复杂社会网络中履行责任。经典社会组织学认为,社会是一个若干共同活动的集合,行动者建构了系统,而系统又约束着行动者^[21]。因此,可以认为角色扮演是开展社会互动的角色行为,对于解释衔接阶段多方主体的“建构系统”行动具有解释力。

其二,角色适应。角色互动需要人们在合作中彼此接纳,通过角色担当和自我评价来实现。这个角色体验过程由自我反思、不断学习、发展自身行为等要件构成,意味着行动者经历了角色“入戏”阶段,继而去寻找个体连接社会的结合点。随着角色适应的不断深入,团队合作强化了

行动者的自我形象认知,遂形成自身角色与社会需求相匹配的行动能力。

其三,角色调适。角色互动是一个不断变化的过程,一个共识性的角色建构需要在各种角色扮演的长期碰撞中才能形成。以乡土企业为例,为了实现精准扶贫与乡村振兴的有效衔接,国家和社会对乡土企业寄予了差异化的角色期待,在落实国家大政方针的同时,企业更关心自身成长前景,这两种角色扮演是存在张力的。也就是说,从角色期待到角色扮演、再到角色适应的递进逻辑链条中,必须存在一种可以调和市场与政府关系的机制。在过去的产业扶贫实践中,国家的政策激励的确消解了这种紧张,企业和其他社会力量可以自主决定参与的深度和广度。本文要解决的问题之一是,从产业扶贫(精准扶贫)向产业兴旺(乡村振兴)的衔接中,怎样的良性互动才能确保乡土企业作出积极的政策响应。

综上,本文构建了乡土企业参与治理的整体性框架,以期解释从产业扶贫向产业兴旺有效衔接可能出现的治理图景(图 1)。

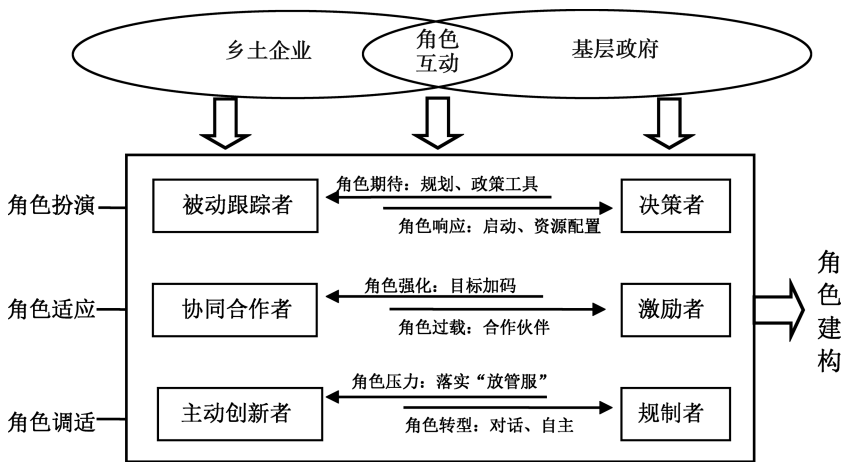


图 1 乡土企业参与治理的角色互动分析框架

三、案例呈现：乡土企业入场与角色互动

本文选择的案例对象 X 茶园位于贵州省乌蒙山区 W 县。当地具有低纬度、高海拔(2200 米以上,最高海拔达 2279 米)的地理特征,昼夜温差大(10℃ 以上)和年温差小(不超过 30℃),以及年日照时间充足(300 天以上)等自然禀赋成就了茶叶的优良品质。W 县是贵州省最大的少数民族自治县,地理环境的条件约束使当地居民长期处于生活贫困状态。X 茶园在当地有一定的影响力,多年来参与贫困治理的成绩得到了政府和当地居民的普遍认同,因此对于有效衔接阶段的企业参与行动研究而言是一个有价值的样本。

(一) 立足本土：X 茶园定位

X 茶园公司于 2003 年正式注册,是一家由当地村民承包的独资私营企业,主要业务是从事精制绿茶的生产加工和茶叶基地建设。X 茶园前身是 W 县政府于 20 世纪 80 年代建立的乡镇企业——L 镇国营茶场。随着国家的分税制改革和农村税费改革,W 县也出现了乡镇政权“悬浮”和财政“空壳化”现象^[22],导致乡镇企业的管理缺乏活力、效益不佳,国营茶场开始亏损,并逐渐荒废,最终以承包经营方式实现政企分开。在双方签订的 20 年承包合同的前 10 年,X 茶园利用乌蒙山区区位优势,采取“抓基地、重技改、保质量、上品牌”的发展思路,使企业步入正轨。L 镇在转包茶场时“慷慨”赠送了附属设施,为 X 茶园的后期经营节约了资金投入。

目前,X 茶园拥有 800 亩左右的茶林可供采摘茶青,业务辐射范围可达周边村庄 2000 多亩茶林。茶园已建成 2000 多平方米的半人工、半机械化的生产车间,每年的成品茶产量增长到

60000多斤,形成了集生产、加工、销售于一体的完整产业链条。X茶园所生产的烤茶获得了贵州省的省级“名特优产品”称号,并先后获得“黔绿之星·绿色消费品牌”“中国知名品牌”“2016年贵州省手工制茶大赛金奖”等荣誉称号。X茶园生产的茶叶成为能代表当地的特色产品和招牌,不仅受到周边群众的好评和支持,而且销往外地省市。2019年4月,X茶园通过了国家有关专业部门有机认证,成为市级龙头企业,由此奠定了其在本地的地位。由于乌蒙山区是国家14个集中连片特殊困难地区之一,贫困发生率一度超过30%,X茶园作为地方的龙头企业,带领本地村镇脱贫责无旁贷。

(二) 被动跟踪者:积极响应当地政府扶贫政策,锚定茶农帮扶

最初阶段,茶园在本地的各种社会责任行动还仅限于公益层面,比如在当地投资修建公路、水库、桥梁等基础设施,出资兴建了C村小学和L镇第一所养老院等,而全面参与扶贫开发则是2014年之后。为了落实贵州省精准扶贫工作部署,W县出台了激励企业参与产业扶贫的政策,X茶园瞄准特色产业创新开发项目而一举中标,获得了第一笔共80万元的专项扶贫资金和税收优惠,还获赠了价值20万元的配套设施。作为回报,W县提出的条件是帮扶周边贫困户实现脱贫。这一项目成效显著,X茶园不但帮助周边茶农全面脱贫,而且所在社区还成了全县的产业示范村,目前正在开展退耕还林,发展乡村旅游等,同步对接乡村振兴战略的实施。

X茶园落实地方政府激励产业扶贫政策的措施之一是雇用当地村民。据统计,X茶园雇用建档立卡贫困人口42人,高峰时期超过50人。制茶是劳动力密集型产业,以干茶生产线为例,传统工艺包括摊青、杀青、摊凉、揉捻、初干、整形、干燥、烤制、提香、选剔等工序,尽管引进了机械化的炒茶设备,但作为特色化的烤茶仍有诸如揉捻、烤制、挑剔等工序需要人工操作。所幸当地人多掌握制茶技能,稍加培训即可成为熟练工人,X茶园的投入成本基本可以忽略不计。值得一提的是,精品茶都是本地技师完成的,培养的炒茶能手都是公司骨干,他们稳定的工作和不菲的收入,对周边贫困人群产生了良好的示范带动作用。

另外,非全日制雇工是X茶园的一大贡献,就业方式灵活,实行按劳付酬,对于那些无法入职茶园的周边茶农而言,这是一份不错的收入。乌蒙山区产茶的自然禀赋良好,每年可采三季茶。根据乌蒙山区的产茶规律,每年的3—9月是采摘期,时间跨度长达半年,人力资本需求量大。一方面,为了能够延展产茶周期,茶园向周边茶农开放收购,一年四季不停产;另一方面,很多周边农户都会到茶园采茶赚钱,一些大中专学生也会在假期来采茶赚零花钱,生手每天采茶的收入都能超过60元。

而对于那些缺乏劳动力的贫困户,X茶园的具体做法是:一方面,公司以众筹募捐的方式,或直接从当年的利润中拿出一部分资金向这部分群体捐款捐物,以解决他们的基本生活之需;另一方面,以合作社的名义流转他们的土地而给他们分红,并以更高的价格实施土地流转补贴。从2015年起,茶园向流转土地的贫困户每年每亩支付700元的补贴,与当地政府开展产业扶贫的征地贫困补贴一致。作为回馈,L镇政府帮助X茶园申请一定的税收减免优惠,引导村民保护好流转土地上的茶林。目前,X茶园已经完成签订土地使用权转让协议的工作,为下一个流转周期奠定了法律基础。按此协议,村民每亩地每年的收入将有2000~3000元,部分山地茶农仅分红就有10万元。产业带动对乡村振兴的作用十分显著。

(三) 协同合作者:成立合作社,开展联合行动

2010年,贵州省毕节市发布了《毕节地区茶产业发展实施方案》(毕署办通〔2010〕121号),提出要深化“开发扶贫、生态建设”主题,引进和培育龙头企业,引导广大茶农在“平等、自愿、互利”的基础上成立茶叶专业合作社。在L镇政府的积极推动下,以X茶园为基础,成立了全县第一家茶叶专业合作社。以服务“三农”为宗旨,合作社坚持“民有、民管、民享”,在“自主经营、自负盈亏、平等互利”原则下开展活动。

合作社成立以后,获批首个政府激励项目是“优质茶叶种植基地”,共得到建设资金和流动资金 265 万元,包含中央财政补贴 50 万元,地方财政配套资金 25 万元,项目实施单位自筹资金 190 万元(以投资、劳动、土地流转等社员自筹资金 150 万元,专业合作社自筹资金 40 万元)。该项目定位为农业种植,由专业合作社负责实施,当地党委、政府和相关职能部门负责指导和支持项目展开。在 2010—2012 年的建设周期内,合作社在 L 镇的两个村共新建了 500 亩标准化优质茶叶示范基地。该项目选址和使用的土地是划归农民承包经营的集体土地和荒山,通过流转的方式进行规划,采取“合作社+基地+农户+市场”的模式,实行统一生产、统一加工、统一销售。

X 茶园是合作社的核心企业,在新建茶叶基地项目中发挥着骨干作用。依托于该项目建成的茶叶示范基地,加上带动周边农户自主种植的茶林,目前整个 L 镇茶林面积超过 6000 亩。合作社的茶叶鲜叶年产量一度达到了 22 万斤,干品茶在 5.5 万斤左右,实现经营收入 350 万元。由于 W 县批准了 X 茶园的免征增值税和所得税申请,除去生产和经营成本,社员可分红的年利润有 107 万元,大大缓解了当地的贫困窘境。同时,合作社的辐射效应也开始显现,由于周边茶农的加入,茶叶种植面积不断扩大,有效保护和改善了乌蒙山区的生态环境。目前,周边几个村庄的森林覆盖率也超过了 75%,客观上形成了生态扶贫的叠加效应。

(四) 主动创新者:乡村振兴衔接中的企业角色

当前,X 茶园周边茶农已经全部脱贫。根据走访调查发现,L 镇绝大多数居民已摆脱了绝对贫困状态,X 茶园流转部分林地的大户的年收入超过 10 万元。作为连片特困地区,这种结果令人欣喜,也反衬了地方政府和企业等主体的扶贫绩效是显著的。如果考察近年来 X 茶园一些未雨绸缪的举措,则能够发现企业角色已经从跟踪政府激励政策的追随者,演变成主动创新者。这一角色转变为有效衔接乡村振兴提供了值得观察的样本。

首先,茶园扩容,实施技术改造。这是 X 茶园从技术创新的角度做出的规划,根本上是为了实现企业的可持续发展。由于前期积累了两次优质茶园基地建设经验,X 茶园于 2021 年初开展 50 吨茶叶加工基地扩容与技术改造项目。项目由 W 县工业能源局牵头作为指导单位,共投资 900 万元,建设茶园基地 900 亩,以及茶叶加工生产厂房。该项目完成后将进一步提升 X 茶园茶叶产量,预计能在原来基础上实现翻倍,更有效地带动周边农户收入增长。

其次,多业发展。在乡村振兴大格局下,L 镇于 2019 年制定了《0.5 万亩精品茶叶种植基地方案》,规划以 X 茶园为核心,以烤茶为依托,以观光旅游为支撑,打造“茶叶之乡”多业态发展新格局。具体措施有三项:一是响应政府茶文化“搭台”、茶产业“唱戏”的远景规划。在未来几年中,拟投资 13608.59 万元打造“生态观光园”项目,集中建设烤茶生态休闲观光农业示范园区,集种茶选育、茶叶生产加工、茶艺研讨培训、观光示范、旅游开发、休闲度假等于一体,以茶促旅、以旅代茶。二是与所在社区开展治理联动。为了带动所在村庄的发展,X 茶园探索了村社一体化发展新机制,确保茶农收入和村庄治理有效,激发乡村自我发展内生动力。三是创新利益联结机制,建立退耕还林联农、劳动务工联农、资金分红联农的三重保障。以分红为例,目前的分红方式以“风险共担、利益共享、统筹兼顾”为原则,由龙头企业、合作社、农户三方按股分红,分红比例分别为四成、一成和五成。新的利益联结机制实施后,农户将全方位受益。

最后,“政企社”多方协同,联动多业发展。目前,L 镇联合 X 茶园及周边 4 个村庄打破“就茶论茶”的传统思维,以投入政府资金的方式激励社会力量参与,引导创新茶旅融合、电商融合、农商融合,激活社会动力机制。在 L 镇政府的期待下,由茶产业辐射的多业并举规划为有效衔接作出了产业布局的铺垫。

四、案例研究的主要发现

(一) 乡土企业在脱贫攻坚中的角色扮演符合预期,能否有效衔接乡村振兴还有待检验

基于 X 茶园的案例能够发现,经过多重互动,政府与社会对企业的扶贫角色期待已经顺利实现。对此,学术界鲜有对外地企业与乡土企业的扶贫绩效的比较研究,尚无法提供二者优选的方案。在乌蒙山连片贫困地区的特殊区位条件下,就产业扶贫实践而言,有三大主体参与其中,并显示出不同的参与特征(表 1)。

表 1 产业扶贫中的不同主体比较

产业主导方	产业选择	产业目标	与村民关系	组织资源
基层政府	短平快	脱贫政治任务	长期互动	财政拨款
外来企业	经济效应	扶贫责任与盈利	短期契约	多元
乡土企业	长期发展	扶贫责任与盈利	长期合作	有限

具体来看,基层政府基于任期制和政治目标考量,偏好于追求短平快的产业扶贫项目,而外来企业基于社会责任与企业利益最大化的追求,多偏向于选择经济效益较好的产业。以上市公司的扶贫参与意愿为例,有研究统计发现,沪深 A 股市场有 30% 的上市公司参与过精准扶贫,其中“消费者口碑敏感型行业的上市公司更愿意进行精准扶贫行为”^[23]。显然,这个参与比例和参与意愿并不令人满意。与追求市场效益的大型、外地企业相比,扎根乡村的乡土企业更倾向于长期发展,也更善于同国家、同社会产生互动。从本质上来说,脱贫攻坚和乡村振兴具有公共物品属性,是国家基于“改善民生、消除贫困、实现共同富裕”目标而设定的战略规划,因此乡土企业在参与中既兼顾了政策响应,又找到了企业发展的本土化路径。而在本地居民的角色期待中,乡土企业也具有明显优于外地或大型企业之处。比如,在产业衔接方面,村民对乡土企业知根知底,互动更加频繁,因而更加信赖;而对外地或大型企业,则更多地视其为一种获取务工收入的快捷途径,且无法知晓这个务工的机会能否长期持续。

乡土企业发轫于乡土社会,企业精英多为本地人,他们一般都怀有建设和发展家乡的朴素情怀。因此,一旦基层政府出台了振兴本地的规划,乡土企业的响应更为积极,与基层政府的互动也更为主动。X 茶园法人代表已当选为市人大代表和政协委员,验证了学术界关于企业家政治吸纳的基本结论^[24]。值得一提的是,目前 L 镇产业扶贫政策取得了良好绩效,产生了正向溢出效应,并同步开始同乡村振兴战略的产业兴旺进行衔接和过渡。茶园承接 L 镇的项目不断增加,退耕还林、乡村旅游等相关发展项目相继落地。

与此同时,也应看到乡土企业规模相对较小,产业辐射效应有限。在局部微观层面的成就能否外溢到更加广阔的、跨区域甚至跨县域的层面,本案例没有答案。这从一个层面说明,乡土企业在未来衔接产业兴旺方面还存在很多现实瓶颈和束缚。乡土企业如何扮演自身角色,不负国家、社会对其的角色期待,无疑需要开展更为深度的角色互动。

(二) 在政策响应上,政企互动越频繁,企业角色过载越大,角色适应的成本也越大

以精准扶贫为例,由于脱贫攻坚时间紧、任务重,很多基层政府的政策激励力度不断加大,对产业扶贫的目标设定出现了形形色色的“层层加码”现象^[25],而基层政府作为压力终端,甚至采用了“一企一策”的激励政策。在这个过程中,乡土企业扮演的角色是多重交叉的,有时甚至是重合的,其结果是导致企业角色过载,客观上加大了企业角色适应的成本。

组织社会学的研究发现,“声誉的产生、延续、分布与特定的社会承认的逻辑密切相关”^[26]。一般情况下,社会声誉建立在行动者存在差异的基础之上,并且这种差异已经获得了普遍的社会承认。乡土企业为了能够得到政府激励项目,在差异上做足文章,同时为了获得政府和村民

的“承认”,更是不断地建构新角色,并努力在自我适应和社会适应中实现平衡。这个不断的角色建构结果造就了乡土企业的多重角色和身份特征。无疑,这符合社会网络的角色系统逻辑,即“角色通常基于多重关系和这些关系的组合”^[27]。

需要指出的是,乡土企业的多重角色是政府与企业的双边互动结果,而不是多边互动的产物。作为地方的龙头企业,盛名之下必然要扮演更多的角色,客观上增加了企业角色适应的成本。以X茶园为例,其在L镇受到的政策“惠顾”是其他企业难以企及的,政府角色期待的翻新频率越高,茶园所经历的角色适应考验就越重。在L镇,具备组织基础、产业特色和可持续发展潜力的乡土企业唯有X茶园,在政企合作的大舞台上,乡土企业扮演了协同伙伴角色的同时,还肩负政府的政策执行者、规则制定者等责任。比如,L镇合作社茶品标准就是X茶园的公司的标准,这个小范围的“行业标准”表明X茶园既是运动员,又是裁判员。对此,L镇政府持默认态度。

乡土企业从成立起就在当地开展经济活动,长期以来不可避免地与当地基层政府发生持续互动。无论这种互动是良性的相互合作关系,还是恶性的政企合谋或官商勾结^[28],都意味着双方在事实上建立了一种角色互动网络关系。对于X茶园而言,产业扶贫的成功使政企间的相互依赖关系更为巩固:政府期待企业能够在有效衔接阶段承接更多项目,而茶园则期待政府项目能够为企业发展提供更多资源保障。案例研究发现,这种相互依赖的合作关系在脱贫攻坚任务完成后仍然在继续:在镇级别的产业融合规划中,X茶园依然是当仁不让的“钦定”产业核心,也是坚定的政府拥趸。这种微观层面的政企关系无疑将在有效衔接阶段长期存在,只要茶园的角色扮演策略不变,这种角色适应的成本就难以下降。

(三)在“规定动作”与“自选动作”之间:创新角色的出现

在精准扶贫之前,X茶园在本地社区的扶贫角色主要表现为CSR的履行者,行动方式多是碎片化的,社会认同度有限。比如,针对周边贫困户的帮扶方面,X茶园过去的做法不外乎提供米面粮油、衣物和钱款捐助等基本生活帮扶。即便是在执行政府扶贫政策期间,乡土企业参与也多是帮助本地居民进行危房改造,开展易地搬迁等工作。随着精准扶贫的推进,X茶园把贫困户的山地流转到茶园,或者通过合作社参与分红,或者向贫困户提供鸭苗、种牛,以此提高他们的脱贫能力等。在村级帮扶方面也是如此,X茶园组建了多个合作社发展扶贫产业,先后带动了周边4个村数以百计的茶农脱贫。必须承认,这些行动的背后也有镇政府的影子,是政府“暗中”促成的。这验证了学术界的观点,即“政府干预的不是市场本身,而是市场中的经济主体,尤其是典型主体的示范带动效应”^[29]。更具强制性的“规定动作”是政府参与为乡土企业制定的各种规制性政策,政府兼具了激励者与规制者的双重角色。从精准扶贫向乡村振兴的衔接阶段,政府预留的空间让乡土企业走得更远,茶园的扩容与技术改造项目的推进甚至突破了L镇行政层级而直接同M县发生了互动,这意味着X茶园还要完成M县的“规定动作”。总体上,茶园的这些举措都是在顶层设计的精准扶贫框架下展开的,体现了“规定动作”不走样的原则要求和底线逻辑。

在商言商固然是乡土企业响应政府政策激励的重要动机,而乡土情怀却是乡土企业发挥独特作用的文化基础。一方面,在浓厚的熟人社会氛围下,政府抛出的任何税收减免、基地项目、产业融合等措施,并不乏定点、倾斜等做法,而乡土企业的响应、配合、对接行动也充满着对基层官员的熟人情结。另一方面,乡土企业家“知恩图报”的回应表面上是“急政府之所急、想政府之所想”的投桃报李行动,实质上则是施惠本土。如果说乡土企业优先雇用贫困户、设立扶贫专项基金、高价流转贫困村土地还属于“带贫益贫”行动,那么乡土企业的产业扩容向贫困村倾斜、响应政府的产业融合政策等,则体现出其独特作用。

理论上,衔接阶段的X茶园“自选动作”更值得关注。实践中常见的悖论是,一旦企业深度

卷入政府项目,企业的自主性就会受到不同程度的抑制。本案例发现,X 茶园是 L 镇产业规划的深度参与者,除了必要的资金支持,其市场份额有相当比例是由镇政府创设的,但企业的自主性空间仍然很大。比如,尽管 X 茶园帮助了 C 村(非企业驻地所在村)创建了一家酒业公司,但这并不是茶园的业务所长,也不是茶产业融合的方向。因此,X 茶园及时退出,把宝贵资金用于二期技术改造和村民的土地流转。必须承认,乡土企业响应政府激励政策的力度直接影响到政府的下一步规划,政府期待政企间互动能够形成某种“默契”,X 茶园获得了政府分担企业创新成本的机会,这是否会对建构新型政企关系产生消极影响,还有待观察。

五、研究结论与政策建议

首先,相较于外地企业,尤其是那些“包县”扶贫^[30]的大型企业,乡土企业参与的可持续性更加显著,是不可替代的主体。在本案例的研究中,乡土企业在政府、村庄、居民的不同环境中自由地切换角色,游走于市场盈利主体、政府政策执行主体、公益行为者之间,并取得了成功。相较于外来扶贫项目落地可能会产生的排斥反应(如不符合当地村民的生活习俗、受到当地民众的抵触引发矛盾冲突等),乡土企业的生产与发展更加符合当地村民的利益和习惯,更易获得理解与支持。这在一定程度上也说明,固有条件约束和差别化的角色期待是导致乡土企业多重角色并存的根本原因,这种“船小好调头”的灵活性能否在未来衔接乡村振兴中发挥支柱作用值得期待。

其次,乡土企业的多重角色具有政策合理性,尽管存在角色过载的不确定性,但能够反映企业在特定阶段的依附性特质。基层政府及官员在扶贫政绩的压力型竞争下,有强烈意愿同乡土企业建立合作关系,而相关的政策体现出乡土网络和基层治理共同体的信任逻辑。相应地,企业需要投桃报李,对于基层政府的“善意”要作出回应。在本案例中,X 茶园身兼多重角色的事实进一步证明了其政策响应方式折射出新型政企关系正在出现,在落实重大战略方面,不同维度、不同力度的激励政策会诱使企业作出差异性的响应,具体表现为:多重交叉角色是乡土企业因应政府产业政策的结果,而重合角色则间接反映出政策激励存在弊端,基层政府“层层加码”的角色期待既可能导致乡土企业的角色过载,也会加大乡土企业角色适应的成本。从本案例的结果判断,无论是基层出现的新型政企关系,还是出台的相关激励政策,效果都是积极的。案例同时显示出,在衔接乡村振兴的初期,这种依附性已经得到改变,其未来走势仍然有待进一步观察。

再次,乡土企业同基层政府、同社会的互动存在差异,并影响着其的角色建构。国内有研究发现,政府补贴与企业创新能力呈现 U 型关系,并且存在一定的异质性^[31]。本案例验证了这一结论:在精准扶贫阶段,为了获得产业扶贫项目,X 茶园采取了积极跟踪的策略,并适时调整了政企关系中的角色定位,借助激励性政策与合作社机制,产业扶贫客观上促进了 X 茶园的成长。相较而言,企业同社会的互动基本囿于市场逻辑和赢利冲动,X 茶园具有明显的带贫益贫特征,如果出现学术界所担忧的现象,即降低贫困户主体性并使其沦为依附地位,则存在产业失败的风险^[32]。在这个意义上,处于衔接阶段的乡土企业需要重塑企社角色,与村民更新互动方式,建立起更具有本质属性的利益共享和风险共担机制。

最后,乌蒙山区 X 茶园的个案展示了产业扶贫(精准扶贫阶段)的成功样板,同时在产业兴旺(过渡到乡村振兴)方面显示出企业能够在本乡本土边界内具备对话与自主行动的能力。但是,政企与企社之间的角色差异,以及限于乡土企业的市场能力等条件约束,有效衔接乡村振兴需要对乡土企业进行转型升级。一些建设性的对策包括但不限于如下方面:一是强化政府扶持乡土企业特色产品的力度。乡土企业发展水平有限,产品价格不高,收益相对较小,对于农户的

带动尽管体现出可持续性,但规模效应并不突出。因此,未来的产业政策需要在特色产业体系、产业融合的全产业链、新型经营主体等方面进行精准锚定。二是以政府购买方式培训乡土企业的技术人员和管理人员,提升乡土企业参与基层治理的能力水平。大多数乡土企业在人力资源和技术水平上显示出短板效应,技术人员与管理人员多来自当地,尽管对于本地居民能够产生立竿见影的示范作用,但在知识水平和专业技术能力方面有待提升。三是乡村振兴的内生性发展动力的源泉在于村民主体,根本之策是挖掘乡土企业赋能村民的独特优势,建设衔接阶段的新型共同体。乡土企业是基于当地社会的差序格局结构而慢慢发展起来的,因此发挥乡土企业不可替代的独特作用、促进乡土企业与村民的密切互动,需要保持相对稳定的激励政策,给乡土企业的角色调适以必要的耐心。

致谢:特别感谢团队成员蔡胜在深度调研阶段提供的案例信息。

参考文献:

- [1] 李培林,魏后凯,吴国宝.中国扶贫开发报告(2017)[M].北京:社会科学文献出版社,2017:356-358.
- [2] 马克·格兰诺维特,理查德·斯威德伯格.经济生活中的社会学[M].翟铁鹏,姜志辉,译.上海:上海人民出版社,2014:58.
- [3] 叶敬忠,贺聪志.基于小农户生产的扶贫实践与理论探索——以“巢状市场小农扶贫实验”为例[J].中国社会科学,2019(2):137-158.
- [4] 张曾莲,董志愿.参与精准扶贫对企业绩效的溢出效应[J].山西财经大学学报,2020(5):86-98.
- [5] 文雯,朱沛青,宋建波.近朱者赤:上市公司精准扶贫行为的同群效应[J].上海财经大学学报,2021(4):63-75.
- [6] 莫光辉.精准扶贫视域下的产业扶贫实践与路径优化——精准扶贫绩效提升机制系列研究之三[J].云南大学学报(社会科学版),2017(1):102-112.
- [7] 蒋永甫,龚丽华,疏春晓.产业扶贫:在政府行为与市场逻辑之间[J].贵州社会科学,2018(2):148-154.
- [8] 何得桂.告别贫困:陕南移民搬迁与精准扶贫纪实[M].西安:西安地图出版社,2019:191.
- [9] 梁栋,吴惠芳.农业产业扶贫的实践困境、内在机理与可行路径——基于江西林镇及所辖李村的调查[J].南京农业大学学报(社会科学版),2019(1):49-57.
- [10] 费孝通.乡土中国·生育制度·乡土重建[M].北京:商务印书馆,2011:25-32.
- [11] 梁漱溟.梁漱溟全集:第3卷[M].济南:山东人民出版社,1990:80-81.
- [12] 汪三贵,郭子豪.论中国的精准扶贫[J].贵州社会科学,2015(5):147-150.
- [13] 陈恩.产业扶贫为什么容易失败?——基于贫困户增能的结构性困境分析[J].西北农林科技大学学报(社会科学版),2019(4):87-95.
- [14] 陶磊.新乡贤参与脱贫攻坚协商民主的作用及优势探赜——基于精准扶贫与精准脱贫的经验逻辑[J].理论月刊,2020(7):31-37.
- [15] 王延中,宁亚芳.新时代民族地区决胜全面小康社会的进展、问题及对策——基于2013—2016年民族地区经济社会发展问卷调查的分析[J].管理世界,2018(1):39-52.
- [16] 奚从清.角色论:个人与社会的互动[M].杭州:浙江大学出版社,2010:33.
- [17] Ritzer G. The Blackwell Encyclopedia of Sociology[M]. Oxford: Blackwell Publishing,2007:3959-3962.
- [18] Linton R. The Science of Man in the World Crisis[J]. Quarterly Review of Biology, 1945(7):350-351.
- [19] Merton R K. The Role-set: Problem in Sociological Theory[J]. British Journal of Sociology, 1957(8):106-120.
- [20] Jackson S E, Schuler R S. A Meta-analysis and Conceptual Critique of Research on Role Ambiguity and Role Conflict in Work Settings[J]. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 1985(1):16-78.
- [21] 李友梅.组织社会学与决策分析[M].上海:上海大学出版社,2009:3.
- [22] 周飞舟.从汲取型政权到“悬浮型”政权——税费改革对国家与农民关系之影响[J].社会学研究,2006(3):1-38.
- [23] 杜世风,石恒贵,张依群.中国上市公司精准扶贫行为的影响因素研究——基于社会责任的视角[J].财政

研究,2019(2):104-115.

[24] 吕鹏. 民营企业主任人大代表或政协委员的因素分析[J]. 社会学研究, 2013(4):154-178.

[25] 王刚, 白浩然. 脱贫锦标赛: 地方贫困治理的一个分析框架[J]. 公共管理学报, 2018(1):108-121.

[26] 周雪光. 组织社会学十讲[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2003:264.

[27] 斯坦利·沃瑟曼, 凯瑟琳·福斯特. 社会网络分析: 方法与应用[M]. 陈禹, 孙彩虹, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2011:255.

[28] 邢成举. 产业扶贫与扶贫“产业化”——基于广西产业扶贫的案例研究[J]. 西南大学学报(社会科学版), 2017(5):63-70.

[29] 卢青青. 嵌入性干预: 农业现代化发展中的政府行为——基于甘肃城县苹果产业发展的经验阐释[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2021(1):64-73.

[30] 梁晨. “企业包县”扶贫模式的实践、困境及对策[J]. 中国发展观察, 2019(7):59-60.

[31] 施建军, 栗晓云. 政府补助与企业创新能力: 一个新的实证发现[J]. 经济管理, 2021(3):113-128.

[32] 许汉泽, 徐明强. 再造新集体经济: 从“产业扶贫”到“产业兴旺”的路径探索——对 H 县“三个一”产业扶贫模式的考察[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2020(3):78-90.

(责任编辑: 李凌)

Rural Enterprises' Role and Adjustment in the Process of Effective Connection between Poverty Alleviation and Rural Revitalization

WU Xinye

Abstract: Based on the positive performance of poverty alleviation, both government and society have placed high expectation on enterprises for their participation in the period of “effective connection to rural revitalization”, local enterprises included. In the investigation of a local case in Wumeng Mountain Area in Guizhou Province, we found that local enterprises play an irreplaceable role within market logic. In this case, there are multiple roles played by local enterprises, which result from the interaction between government and market and local citizens. Motivated by policies for local industries and rural community governance, local enterprises also participate in the Rural Revitalization campaign, and begin its own new role construction. The target local enterprise does grow up and strengthens the dialogue capacity with local government in the process of collaboration, but results in unbalance status with rural community. This paper argues that incentive policies are effective dynamics for local enterprises’ participation accompanied by their role adjustment in the effective connection between Poverty Alleviation and Rural Revitalization, and the future targets can focus on new market ecology and rural community.

Keywords: Rural Enterprise; Industrial Poverty Alleviation; Rural Revitalization; Effective Connection; Role Interaction