中国减贫经验的理论解释*

——以四川省盐源县苹果产业为例

王 月，霍学喜

（西北农林科技大学经济管理学院，陕西 杨凌 712100）

摘 要：乡村减贫与发展是全球可持续发展的重要课题。基于“有为政府”与“有效市场”结合视角，梳理四川省凉山州盐源县苹果产业扶贫的逻辑，聚焦短期“扶贫”、中期“扶志”、长期“扶智”的盐源苹果产业扶贫理念与模式，探索农村减贫中“有为政府”与“有效市场”相结合的制度创新。研究发现，内嵌于村庄特色资源禀赋情境的苹果产业形成长效机制，成为支撑农户收入增长、脱贫致富的支柱产业。在“后脱贫”时代，需要注重营造“有效市场”环境，发展比较优势凸显的苹果产业，完善产业扶贫与产业兴旺有效衔接机制，支持构建市场主导、政府引导的长效型产业发展格局。凝练得出贫困治理的不同阶段中“市场失灵—政府补位—有为政府（不越位）—有效市场”的中国减贫经验，即脱贫攻坚期“有为政府”主导绝对贫困的消除，后脱贫时代“有效市场”引导相对贫困消减，是中国式产业减贫经验的理论核心。

关键词：有为政府；有效市场；产业扶贫；扶志；扶智

中图分类号：F326.13；F323.8 **文献标志码**：A **文章编号**：1674-9189（2024）05-0092-12

一、引 言

乡村减贫与发展是全球可持续发展的重要课题。2020年中国脱贫攻坚取得全面胜利，创造了贫困治理的中国模式，为全球贫困治理贡献中国智慧。以产业扶贫为核心的开发式扶贫致力于从根源解决贫困问题，其内源驱动理念是中国反贫困理论的核心（黄祖辉等，2022）。

基于中国贫困面宽、贫困程度深、贫困群体大的情境，实施大规模保障式扶贫缺乏足够的财政能力，而且会诱发福利陷阱，对贫困群体产生负向激励（李小云等，2019）。开发式扶贫符合中国贫困率高、集中连片、类型多样等特点，其中逆向的资金动员、技术帮扶可以补齐贫困地区的资源短板，改善贫困户发展资源的种类、数量、质量、效率和回报率，而资源结构优化有助于增加其增收能力（钟甫宁，2021a）。产业扶贫兼具“造血”和“输血”功能，是中国开发式减贫的重要方式（白晋博等，2021），农户参与扶贫产业可显著抑制政策依赖生计和不稳定脱贫效应（贺立龙等，2023），对贫困户收入增长和生活质量提升等维度均产生显著效果，能更有效解决深度贫困问题（黄薇等，2021），是稳定脱贫的根本之道。因此，总结产业减贫经验、探究产业发展与乡村贫困治理的动态耦合规律、发展中国特色贫困治理理论，形成系列研究方法、理论框架和政策体系，有利于国际社会深度理解中国农村发展和贫困治理模式（甘犁等，2021；郑宇，2022）。

*项目来源：国家自然科学基金重点项目（71933005）；教育部主题案例项目（ZT20202032）。

作者简介：王月，女，博士，助理研究员，研究方向：农业经济理论与政策。

通信作者：霍学喜，男，博士，教授，博士生导师，研究方向：农业经济理论与政策。

二、文献回顾：产业扶贫的“双重”属性

贫困治理理论包括两种：一是派生于发展经济学体系的财政脱贫理论，如纳克斯的“贫困恶性循环理论”、罗丹的“大推进”理论、莱宾斯坦的“临界最小努力理论”以及罗斯托的“起飞理论”；二是派生于经济增长理论体系的“涓滴效应”，即通过经济增长带动贫困阶层与弱势群体脱贫。前者主要由政府推动，但忽视市场激励功能，后者注重发挥市场作用，但减贫、带贫能力有限(罗必良等，2021)。政府对解决大面积、集中连片性贫困问题效果显著，市场在破解效率性、长期性贫困更具优势。产业扶贫可将两者结合，即在“有为政府”领导推动下，重视发挥市场正向激励功能，建立脱贫的稳固机制。

产业扶贫过程中“产业”在市场中发展，由市场调节其规模、类型与效率；“扶贫”则具有公共产品属性，政府必须主导资源整合、矫正扶贫效果(贺林波等，2019)。政府主导的集中决策机制可以克服市场配置资源失衡和就业不充分问题，达到经济发展与大规模减贫目标(钟甫宁，2021a)。但完全由政府负担的贫困治理缺乏持续性，因为政府过度干预会引发稳定风险，放任不管会引发责任风险，收敛干预则会引发信任风险。确保市场有效性需要政府有效规制(李晓燕，2021)，政府与市场在贫困治理中的关系应具有互补性，才能支撑贫困户形成内生发展动力(陈恩，2019)。

产业扶贫存在市场失灵的领域，需要政府充分发挥作用，通过协调激发区域间、代际间的主体性，实现农村发展与减贫(王春光，2019)。“有为政府”与“有效市场”不是完全独立的维度和变量，在市场失灵领域，“有为政府”是矫正市场的核心变量，从缺位到补位、就位的 “有为政府”才能支撑形成“有效市场”。但需要确保政府有为而不过位，即按照“市场失灵—政府补位—有为政府(不越位)—有效市场” 逻辑推进扶贫产业发展。中国式产业扶贫正是遵循“政府为体，市场为用”的逻辑，既重视政府的纠偏功能又重视发挥市场功能(谢岳等，2021)，实现扶贫产业从“输血”向“造血”的转变。

本文聚焦探索中国“有为政府”与“有效市场”相结合的产业减贫效果，以“三区三州”盐源县苹果产业扶贫为例，分析“有为政府”主导下贫困户参与产业扶贫的微观效应，与后脱贫时代“有效市场”主导的扶贫产业长效发展机制，从理论与实践相结合视角揭示中国产业减贫成效的深层次机制。通过参与观察、实地调研①，依托“有为政府+有效市场”范式，构建脱贫攻坚期“有为政府”主导的“扶贫”“扶志”与“扶智”的产业扶贫分析框架，分析苹果产业扶贫的内在逻辑、取得成效、作用机理及后脱贫时代基于“六链”支撑的“有效市场”主导的产业发展方向，解析产业扶贫取得成功的核心，凝练形成具有中国特色的减贫理论。本文的边际贡献在于：一是从脱贫攻坚期、后脱贫时代两个贫困治理时期来解析中国产业减贫的理论经验，提出“市场失灵—政府补位—有为政府(不越位)—有效市场”可持续发展的产业减贫机制理论，为防止发生系统性、规模性返贫的稳定脱贫提供实践经验与理论指导。二是阐述“有为政府”政策帮扶推动建立基于本地自然条件、资源禀赋、产业基础、可持续发展能力的扶贫产业，如何通过“志智双扶”为贫困群体赋权与赋能，提升其内生发展动力与能力，为稳定脱贫奠定能力基础，丰富产业减贫在贫困治理中的研究。三是在后脱贫时期，基于“有效市场”分析扶贫产业的可持续发展方向，解析扶贫产业如何通过市场主导提升相对贫困群体的脱贫稳定性，为探寻市场在资源配置中发挥决定性作用，推动以产业兴旺为基础的乡村振兴提供可行路径。四是基于产业扶贫的双重属性，丰富贫困治理中政府与市场关系的理论研究，形成后脱贫时代“强式有为政府+强式有效市场”的市场经济理想模式。这一模式不仅适用于中国情境，也为全球其他国家的贫困治理提供理论参考。

① 调研分为两期：第一期为2021年7~8月，综合运用实地观察法、座谈会法、深度访谈法和问卷调查法，从微观视角研究苹果产业扶贫的作用机制。第二期为2023年5月进行的主题为“是否建构起长效减贫的产业发展机制”的补充调查，调研与访谈对象与第一期一致。

三、盐源县苹果产业扶贫的内在逻辑与取得成效

盐源县隶属四川省凉山彝族自治州，地理位置偏远，经济基础薄弱，交通设施落后，高海拔及自然灾害频发等因素引发资源承载力不足、产业基础薄弱，致贫原因复杂、扶贫难度高，极易形成贫困代际传递，严重制约经济社会发展。脱贫攻坚过程中的产业发展政策从补足资源短板，变革苹果栽培模式，提高农户种植技术，降低金融准入门槛等方面发力，综合苹果产业基础与气候环境等因素，创建独具特色的“盐源糖心苹果”。

（一）内在逻辑

1. 基于区域生态优势支撑的在地产业

苹果在当地气候环境中具备独特生长周期，支撑早熟品种更早熟、晚熟品种更晚熟[②]，并形成“糖心”特色。显著改进盐源苹果的辨识度，有效规避了因上市时间集中导致的“丰产不丰收”问题，降低市场风险，稳定果农收入。苹果产业与当地自然生态环境契合度高，破解了资源优势与产业发展不匹配的困境。苹果产业深度嵌入盐源农村经济发展中，并非是政府为追求政绩工程而选择的“脱嵌”式产业，为扶贫产业的可持续发展与精准脱贫奠定基础。

2. 高价值属性的劳动密集型产业

苹果属于高价值农产品，苹果产业属于劳动密集型产业，在种植、收获、加工、贮藏过程中需要大量劳动力，贫困户能大规模参与产业发展，支撑其提高收入、摆脱贫困。发展苹果产业还能满足农民多样化的就业需求，可覆盖大量农村底层群体的刚性就业需求，具有托底效应。如年龄偏大，不宜务工、有家庭照料需求与责任等劳动力群体，可依托苹果产业实现本地就业、保证收入。

3. 技术密集及技术累积

苹果产业属于技术密集型农业产业，生产过程的水肥管理、疏花疏果、病虫害防控、土壤生态、树型改造、树体营养等管理环节，均需要从业者具备相应的技术能力和较长的时间沉淀。盐源苹果种植历经三代种植者，产业发展历史超过60年，管理技术积累为苹果产业大规模落地、高质量扶贫奠定基础。

4. 产业链条长，苹果户收入呈多元化

其产业链包括上游的生产资料供应、产前准备、技术服务等环节，中游包括果园管理全过程，下游则包括分拣分级、仓储、营销等，可创造多元就业和收入机会。包括高技能、高薪水和非农就业岗位，助推不同技能的贫困人口摆脱贫困（Li et al.，2021）。农产品生产及农业产业发展受到资源结构约束（钟甫宁，2021a），需遵从资源、生态、环境等客观规律，才能有效利用资本、劳动、技术和市场（周飞舟，2021）。由于综合考虑了资源环境、劳动力和预期效益及其配置特征，得天独厚的自然资源条件才成为支撑苹果产业发展的环境基础；长期的苹果种植实践与经验形成的技术累积效应，才具备支撑苹果产业发展的技术基础；苹果的高价值属性及其产业链条长特征，才奠定支撑贫困户稳收增收的效益基础。综合上述三方面的基础及合理匹配，盐源县将苹果产业确定为最重要的扶贫产业，形成以小农户经营为基础的区域规模化苹果产业。政府聚焦县域产业扶贫的需求和目标，通过“有形之手”补齐制约苹果产业发展的政策短板、基础设施瓶颈和公共服务体系桎梏，助推贫困户在市场竞争过程中获得比较优势与竞争优势，形成较强的造血能力，实现有保障的增收脱贫（见图1）。

② 早熟品种6月上旬上市，比北方苹果提前40天；晚熟品种11月底成熟，较其他产区晚熟30天。

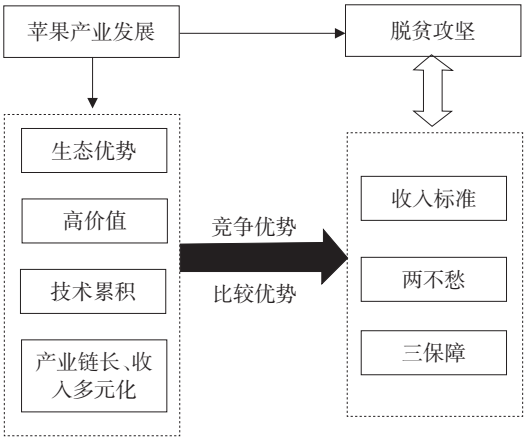

图1　盐源县苹果产业助力脱贫攻坚的内在逻辑

（二）取得成效

1. 经济成效

苹果产业在盐源县脱贫攻坚与经济社会发展中扮演重要角色，支持贫困户多渠道增收。

（1）直接收入。盐源县2020年苹果面积2.8万公顷，年产量55万吨，产值30亿元，其面积和产量分别占四川省的65%和75%。苹果种植支持19 860户发展，户均收入达110 775元，22个贫困村苹果面积为1 190.67公顷，涉及1 488个贫困户，户均增收21 505元。涉果农资产品销售、包装运输、电商物流、餐饮住宿、产业劳务等带动当地就业9.8万人，占全县总人口的25.7%。2020年度苹果户的人均净收入18 488.96元，而非苹果户的人均纯收入为16 801.50元，经营苹果可显著提高农户收入水平，其减贫效应显著。

（2）间接收入。除直接生产经营苹果所获收入外，苹果种植户通过参与科技服务、果园帮工、果品分拣等途径获得多元收入。如农民果园务工，其中苹果采摘环节的日均工资为150元，该环节的年均务工时间为20天左右，即一个苹果采摘季一位农民可获得约3 000元的务工收入。苹果分拣分级和包装环节的日均工资约180元，每年持续10天左右，年收入约1 800元。

盐源县按照“苹果产业+旅游”模式创建特色苹果庄园和绿色产业园区，发展采摘、观光、休闲体验型经营业务，支持贫困户经营苹果、在旅游景区创办农家乐、民宿及经营工商业、服务业项目，提高贫困户的就业机会、增加其收入。在直普村调研中发现，该村在泸沽湖自然景观周边发展生产观光型苹果园，吸引游客观赏果园、购买苹果。由于独特的果园情境和上乘的果品质量，吸引游客返程后依然保持购买并形成稳定的远程市场。

2. 福利效应

收入是衡量贫困的一个方面（李小云等，2019），农户贫困具有多维性。长期多维贫困是多种因素综合作用的结果，其中非货币指标对贫困的影响更显著（郭熙保等，2016）。产业扶贫不仅解决贫困户的收入问题，而且能提升其可行能力、改进主观福利感受，形成具备应对和防范风险能力的稳定脱贫（高帅等，2016）。盐源县的苹果产业扶贫在贫困户主观福利感受与能力提升方面发挥重要作用。

（1）主观福利感受。超过90%的农户认为近五年通过发展苹果产业触动村庄发生的最大变化是住房及人居环境、通讯及信息、交通运输、教育及医疗等普惠性福利的改善。通过发展苹果产业，农户的住房条件及人居环境发生根本转换，建成外观统一、独具特色的苹果小镇。卫城镇D村支书G谈道：“苹果收入比较稳定后，村民以前是土坯房，准备将居住环境改善一下，通过县委县政府统一规

划、统一设计，房屋建设自己出钱，基础设施建设(包括水、电、路)由政府买单。村民依托苹果产业实现脱贫，改善人居环境、村域面貌，获得感、幸福感与安全感显著提升。”

(2)可行能力提升。产业扶贫具有增收、扶志和扶智的多维减贫效应(郎亮明等，2021)。技术培训显著提升农户的苹果经营能力，通过更新栽培技术与果园管理方案，提高其自然和市场风险应对能力。盐源引进新型栽培模式的同时，建立示范园和技术培训体系，邀请各类专家深入田间地头讲解示范，带动、引领农户采用新技术，提高其技术能力、助推人力资本积累，实现苹果经营专业化和科学化，为乡村振兴培养人才。

经营苹果显著改善家庭经济状况，支持农户加大对子辈的教育投入，提升家庭整体人力资本禀赋，有效阻断贫困代际传递和恶性循环。子辈人力资本改进对父辈苹果技术、管理、销售等提供正向反馈，推动家庭经营苹果向专业化、绿色化、电商化方向发展，形成产业发展与人力资本提升的良性互动。

产业扶贫是脱贫攻坚的基石和主渠道(杜鹰，2021)，其根本目标是赋能与赋权贫困群体，培育农户的生存技能与可行能力，助推其建立起链接市场与社会的纽带。盐源苹果产业扶贫具备多层次、系统性和多维度的减贫特征，成为支撑农户脱贫的支柱产业和乡村振兴的致富产业。

四、有为政府：产业扶贫的基础与实现机制

苹果产业扶贫政策分为三种：一是关注农户短期收入增长的“扶贫”政策模式，主要包括成本补贴与销售扶贫；二是增强农户脱贫动力的中期“扶志”政策模式，主要包括金融创新、品牌建设与多主体帮扶；三是增强贫困人口自主发展能力的长期“扶智”政策模式，主要包括教育、技术与社会化服务。探究盐源苹果产业的“扶贫”“扶志”和“扶智”政策的多维减贫机理与效果。

(一)苹果产业扶贫的可靠基础：精准识别贫困户

2013年前扶贫工作为“大水漫灌”式扶贫，导致扶贫对象的错位与扶贫资源的错配。2013年后的精准扶贫政策“入村进户”，将贫困户与当地优势产业捆绑，分享产业收益(李志平，2017)。通过精准识别和建档立卡，多部门与全社会各尽其能是中国政府减贫战略的重要特征和亮点(钟甫宁，2021a)。即以精准识别为前提，政策引导和扶贫资源的投放以农户为中心，以激发贫困户的内生动力为导向，构建可持续性的内生发展模式。盐源县经过贫困户及贫困村建档立卡，可精准把握村庄的经济基础、自然资源、技术信息、人口信息及收入结构，将贫困户与苹果产业捆绑起来。通过精准识别致贫原因，包括缺乏技术、土地、劳动力等客观因素和缺乏自信心、积极性、能力等主观因素，聚焦贫困发生机制，精准把握脱贫目标任务、分类施策，从源头解决贫困问题。破解了产业扶贫政策碎片化问题(李博等，2016)，注重产业发展与贫困户需求切实结合，支撑苹果产业成为可持续的开发式贫困治理模式。

(二)短期“扶贫”措施

1. 成本补贴

政府实施了有机肥、绿色防控、防雹网和果园种草等补贴措施，防雹网、水肥一体化等设施补贴采用“先建后补模式”，即“苹果户申请+自行建造+验收合格+发放补贴”方案，其政策目的是避免道德风险。但先建后补模式资金门槛较高，多数贫困户缺乏资金筹措能力，难以达到“先建”要求，因而得不到后补资金。在增施有机肥及绿色防控方面除非政府提供补贴，否则贫困户缺乏购买能力。政府出资为贫困户建成防雹网、滴灌设施系统，但贫困户不注重维护、保养，缺乏更新设施的技术和资金，无法取得预期效益。

2. 销售扶贫

盐源县为贫困户提供营销服务，包括物流补贴、支持贫困户参与电商销售业务，鼓励果商、消费者以高于市场价格购买贫困户苹果。财政支农的减贫效应显著，但效率有待提高(郭玲等，2023)。如

图2所示，短期扶贫模式注重以给予实物或现金等成本补贴形式增加农户投入，成本曲线C_1向右转动至C_3，均衡产出由E_1增加至E_3。但此模式会持续增加财政压力，减贫效果具有不可持续性。若其他条件不变，当降低或取消补贴后，农户的生产成本曲线会内移至C_2，均衡产出点移至E_2，最终可能移至初始点E_1状态。借助成本补贴、销售提价等扶贫政策虽可直接带动贫困户增收，但属于“输血”模式、缺乏可持续性。还会诱发福利陷阱，对贫困群体产生负向激励(李小云等，2020)，难以形成内生发展动力，陷入“输血—脱贫”与“断血—返贫”的恶性循环。值得肯定的是，盐源县苹果产业在扶贫过程中完成了从输血式向造血式转化，确保扶贫产业的经济收益性，以及参与主体的自主性与可持续性。

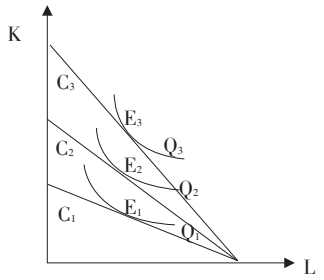

图2　短期“扶贫”政策下农户产出变化

（三）中期“扶志”措施

贫困文化理论[③]认为贫困人口易形成不思进取、安于现状的贫困亚文化，促生贫困及其代际传递，反贫困战略的根本功能是激励贫困群体摆脱贫困陷阱。产业扶贫成功的关键是贫困户内生发展动力的提升(汪晓文等，2021)，“扶志”措施注重补齐产业发展短板，激发贫困群体的努力，相比短期措施更有效。

1. 金融创新

金融基础薄弱是制约贫困地区产业发展的重要因素(李福祥等，2012)。苹果建园初期投入较大，围绕解决苹果户的资金周转问题，盐源县创新“苹果贷”金融产品，针对贫困户贷款需求，实施简化资格审查与手续、减免贷款利息等措施，借助信息化手段实现贷款“随借随还”，鼓励发展苹果产业。据卫城镇D村支书G介绍：“农行有一种针对果农的贷款，叫苹果贷，年利率三厘多一点，门槛不高，贷多少都可以(0.3万~30万元)。提交一次资料管三年，不用到银行，自己在手机还款，三年以内不用交其他手续，手机上点‘我贷款’把它贷出来，只贷一天也可以，明天就能还。手续简单，还款方便。”随着数字技术与农村金融体系持续融合，支持构建金融治理层级扁平化、信贷资金供应短链化、资金供给与需求匹配精准化的农村金融服务体系，有效满足苹果户融资的可得性与便利性。

针对转型升级苹果栽培模式，盐源设置苹果改良办，出资设立2 000万元风险基金，总融资额度2亿元，以低息贷款形式支持农户升级苹果栽培模式。政府针对特色优势产业发展成立专门服务小农户信贷需要的风险保障基金，既为信贷机构提供风险保障，又为苹果户营造便捷、低成本融资环境，高质量推动苹果矮砧栽培技术模式扩散，为苹果产业转型升级奠定基础。创新的金融支持政策有效缓解了贫困户的资金约束，降低融资门槛，保障其产业发展资金供给，达到增产增收、脱贫致富目标。

2. 品牌建设

尽管区域特色优势农产品的品质一流，但若缺乏规范的标准、知名的公共品牌、适宜的包装和标识设计，品牌的影响力和效益会不足。盐源县注重激励市场主体参与做强苹果产业、提高品牌知名度

③ 贫困文化理论由美国人类学家奥斯卡·刘易斯(Oscar Lewis)首次于《五个家庭：墨西哥贫穷文化案例研究》(1959年)一书中提出。

和市场影响力，助推苹果产业在扶贫过程中实现转型升级。政府出台财政补贴、税收优惠政策，引进苹果包装箱生产企业，支持苹果分拣分级、分类包装、精准匹配目标市场。在推进苹果区域公共品牌建设过程中，与涉果企业深度合作，制定盐源产区的质量标准体系，通过统一包装、统一标识设计，变革采后服务业，提高苹果品牌溢价。并通过搭建公共促销平台，支持不同类型市场主体举办苹果文化节、采摘与促销节，发展直播带货和公共促销等活动，扩大盐源苹果的品牌知名度与市场影响力，为苹果销售品牌化奠定基础。

县乡村振兴局X先生强调："盐源苹果内在品质很好，外观品质并不完美。政府通过参加农博会、农交会，举办苹果节，以及在央视进行公共促销，提升盐源苹果的品牌价值和市场占有率。"

3.多主体帮扶

充分发挥中国特色社会主义制度的政治优势，启动和统筹跨地区、跨部门、跨单位及全社会共同参与的社会扶贫体系，形成政府援助、社会帮扶、企业合作、人才支持为主体的闽宁协作模式减贫成效显著(平卫英等，2020)。盐源县引进中国三星集团创建分享村庄，引进中国扶贫基金会、中化集团等支持苹果产业发展，通过短视频平台赠与流量、直播带货促销盐源苹果。上述社会组织在完善产业基础设施建设，促进技术进步，支持苹果品牌和电商营销渠道建设方面发挥着重要作用。

S村社长Z介绍："本合作社是中国三星集团对口帮扶合作社，参与帮扶的还有中国扶贫基金会、中化集团与字节跳动公司。这些机构帮助合作社解决了四方面问题：一是提供资金帮助打机井，解决果园灌溉问题；二是提供肥料、农药补贴增加苹果产量；三是提供技能培训和果园管理技术支持；四是支持品牌建设、引领销售。字节跳动支持1.27亿流量，帮助合作社卖了几百万，直播电商效果非常显著。"

激发贫困群体的内生动力是中国式产业扶贫的初衷和使命。"扶志"帮助贫困人口树立脱贫、致富的信心和决心，实施产业扶贫策略是"扶志"的有效抓手和载体。盐源县在实施苹果产业扶贫中，注重创新金融工具，培育新型农业经营主体，建设区域公共品牌，引进多主体帮扶机制等措施的助推(Nudge)④作用，有效激发了贫困户通过发展苹果产业主动脱贫的意志和决心，践行了中国式产业扶贫的初衷和使命，既高质量实现脱贫目标，又达到"扶志"目标，还为实施乡村振兴战略积累经验、夯实基础。

(四)长期"扶智"措施

1.教育

扶贫的落脚点是扶人、树人与育人(霍学喜等，1997)。受教育程度较低导致贫困户理念落后、行为消极、缺乏脱贫致富的技能，不利于接受新事物、新观念与新技能(平卫英等，2020)。贫困的根源在于贫困文化、人力资本匮乏和可行能力不足(Lewis，1966；Schultz，1961；Sen，1982)，甚至导致贫困累积和世代传递(Evans et al.，2016)。因此，培养内生能力是脱贫的核心心理资源(傅安国等，2020)。教育是促进人全面发展、阻断代际贫困的主要途径。在实施苹果产业扶贫工作中如何改进教育扶贫效果、促进教育贫困格局发生逆转，就成为研究的重点领域(王立剑等，2018)。盐源县苹果产业起步早，为考查产业发展与教育变迁关系提供了时空基础。苹果产业发展与教育获得双向促进的基本逻辑为：一是父辈重视通过经营苹果积累资金，投资子辈教育，人力资本显著提升促进代际向上流动；二是较高人力资本积累的子辈知识"反哺"父辈，支持父辈提升经营苹果产业能力，促进家庭人力资本整体提升、突破贫困代际传递模式。

龙塘镇X村L主任强调："我种了几十年苹果，最大的成功就是种出两个大学生，这两个大学生现在成为国家重点人才，是搞核工业研究的。(如果)不种苹果，可以说我供不起他们读书。我们的祖辈、父辈都没机会读书，现在就是靠苹果，我们村送出去的大学生越来越多。"

④助推理论是由理查德·塞勒与凯斯·桑斯坦提出的行为经济学理论，主要指通过改变个体选择的客观环境，使得有利于预期结果的行为被主动激发出来。

代际责任与面子竞争驱动中国人民迸发出原始动力，有为政府又创造了有利的外部环境，充分激发贫困群体的主体性，形成脱贫的内外合力，成为中国农村发展与减贫的重要推力（王春光，2019）。成长于经济资源匮乏期的苹果种植者（60岁左右），因缺乏受教育机会和家庭支持，文化程度普遍不高。在经营苹果产业过程中面临理念滞后、技能不高等问题，促使其转变理念，重视教育。当其角色转变为家长后，对子辈的弥补性与教育重视度提高。苹果产业发展带来家庭内部经济资本的优势累积，父母具备投资子辈人力资本的能力，使原本贫困的家庭迸发出脱贫的内生动力。当外部扶贫资源注入时，从家庭内部涌现的推力，驱动家庭内部资本为子辈提供更好的受教育环境，阻断贫困的代际传递。受教育程度较高的子辈又从经营理念、提高技能、社会服务等方面反哺其父代，助推苹果产业发展形成良性循环。

2.技术

产业扶贫需要专业技术保障（陈成文等，2018），盐源县依托高等院校、科研院所、国家苹果产业技术体系等力量，围绕技能培训、技术指导、管理和销售服务开展定向帮扶。特别是组织贫困苹果户专项参观、定点定期培训，引导苹果户实现规模化种植、专业化生产，提高果品质量、增加果农收入。

D村支书G强调："如果不是技术培训，只靠果农自己摸索，新式矮砧等先进栽培模式，根本就不会如此快地引到我们村，而且效果非常好，70%的农户都能接受新品种。关键的技术、能力的提升，变成自身的发展能力，效果非常明显。"参加过高质量技术培训的苹果户中90%的果农认为其经营苹果的理念发生较大转变，更加重视推动苹果栽培模式、果树修枝方法、果园管理模式变革。

科学技术应具有"亲贫性"，避免"规模偏好"和"门槛效应"（邢成举，2017）。科技培训可提升苹果种植管理的技术水平，促进贫困户人力资本积累，实现外部帮扶转化为内生能力（李玉山等，2021）。盐源县通过技术培训等手段提高贫困户人力资本的"内生式"发展，从根本上改变了贫困户的人力资本存量与质量（于滨铜等，2021），帮助其获得"造血"能力。

3. 社会化服务

针对果农老龄化、种植技术落后等问题，盐源县启动社会化服务体系建设，为苹果户提供标准化的技术培训与推广、果园管理、贮藏、物流和营销服务，实现苹果产业高质量发展。X村的社会化服务体系比较成熟，其运行模式是依托苹果合作社和涉果企业成立集农资采购、肥料农药施用、疏花疏果、苹果采摘、果树修剪、电子商务等业务于一体的社会化服务队。帮助苹果户解决生产销售过程中面临的管理和技术短板，订单批量偏小和物流瓶颈，以及消费者投诉、赔偿等售后问题。例如苹果户小规模经营、碎片化管理，导致其在推广果园基础设施、共性生产技术乃至申请微商、电商经营许可证时面临的门槛较高，但合作社、村集体组织提供的社会化服务能低成本、高质量地解决类似问题。

县乡村振兴局F先生认为："盐源苹果产区的栽培模式必须变革，重点发展宜机化、适应社会化服务体系推广需要的矮砧集约高效栽培模式和适度规模栽培模式，支撑果园管理过程及苹果采后处理各环节均实现社会化服务。社会化服务还有助于创建知名品牌，构建品质追溯体系，系统提升苹果产业的知名度和综合竞争力。"

农业社会化服务体系是农业领域的"共享经济"。农户可突破土地规模、劳动力、资本等约束而分享现代科技成果。农业社会化服务体系在运行过程中将农艺过程拆分为若干环节或阶段，农户只从事自己最擅长的生产或经营环节，其他环节由社会化服务供应商完成，确保农户及社会化服务供应商在特定的生产阶段或环节实现规模经济，保证最终产品或服务的最优生产效率（钟甫宁，2021b）。

在精准识别贫困户、致贫因子及脱贫目标基础上，盐源县建立起可靠的产业维护机制，重视技术、管理、资金等扶持政策。短期"扶贫"措施通过降低投入与提高销售价格保障贫困户收入水平；中期"扶志"措施通过提高苹果品牌影响力、改善产业发展的软硬件设施环境，创造利于脱贫的外部环境

助推农户内在脱贫积极性；长期“扶智”措施通过变革农户观念、破除思想依赖、破解贫困户技能不足等困境，增强农户的内生发展能力，最终形成市场竞争优势。

五、有效市场环境：建立长效产业发展机制

国家主导的产业扶贫举措充分激发区域间、代际间、社会组织与社会关系的文化主体性（王春光，2019），不仅帮助贫困户实现脱贫，而且增强贫困人口的内生脱贫动力、能力，从根本上降低贫困户的脆弱性与返贫风险，创造了减贫奇迹。2020年以后，巩固脱贫成果成为后脱贫时代的关键（左停等，2021），精准扶贫时期依托“有为政府”支持的扶贫产业应在市场经济中发展壮大，形成产业发展与农户增收的长效机制。盐源苹果产业通过构建“有效市场”环境，促进特色资源禀赋与经济社会发展需要有效结合，打造特色产业后发优势（白晋博等，2021），推动苹果产业的比较优势转化为市场竞争优势，构建谨防返贫与相对贫困消减的长效产业发展机制，促进苹果产业在“有效市场”环境中实现长效性、内生型产业振兴。

（一）延伸产业链

产业扶贫不能局限于农产品生产端（蒋永甫等，2018），进入后脱贫时代的盐源苹果产业更重视延长产业链。向苹果产前领域延伸，注重发展苗木产业和涉农生产资料供给产业；拓展中间产业环节，发展苹果生产端的社会化服务业，提高苹果生产环节的总体效率；向苹果采后领域延伸，发展和提升苹果分拣分级、气调仓储、分类包装、智慧冷链物流、精准配送、精深加工等配套产业。通过产业链延伸、强化弱势产业环节的功能，形成具有竞争力的“三产”融合发展体系。在后脱贫时代逐步建立起依托“涉果企业+家庭农场”“涉果企业+涉农合作社+适度规模苹果户”模式，整合涉果企业、合作社与苹果户间的联结机制，形成“利益共享、风险共担”的产业治理模式，实现农户全产业链融入与增收。

（二）融通供应链

后脱贫时代通过市场促进供、产、储、运、销及加工各环节有效衔接。盐源县重点针对苹果分拣分级、气调储藏、冷链物流、精准配送等薄弱环节完善基础物流，加快多功能型农业社会化服务体系建设。围绕有效把控苹果苗木、栽培模式、加工、仓储、营销等产业环节，依托市场培育了具有供应链控制能力的核心企业，支持构建苹果矮砧无毒大苗技术供应链，化肥、农药、架材、塑料薄膜等重要农资产品供应链，以及低端苹果、中端苹果、高端苹果供应链。依托标准化赋能，确保苹果标准化生产从建园、苗木选购、农资供应、技术措施、果园管理、营销流通等环节有标准可依。

（三）提升价值链

盐源苹果已经建成稳固的直销窗口、专卖店和连锁店，并与沃尔玛、家乐福等大型超市实现农超对接。依托龙头企业建成连接新型经营主体、冷库业主、果品经纪人与果农的五级营销网络，在苹果市场上加强差异化、特色化品牌建设，逐渐建立起网络型、多层次、覆盖广的市场系统，显著提升苹果的知名度和美誉度。按照“优质苹果+技术”模式，持续优化苹果生产布局和品种结构；按照早中晚熟比例“3∶3∶4”模式，优化苹果产业结构。按照“电商+苹果”数字化赋能模式，持续拓展销售渠道，打通从农货到网货的流通渠道。按照“区域公共品牌+私人品牌”模式，构建品牌治理结构。按照“生态果园+旅游”模式，创建了“一产建基地、二产搞加工、三产促融合”的产业治理体系，为巩固脱贫攻坚成果、稳步实现乡村振兴提供价值保障。

（四）培养知识链

以供给侧结构性改革为动力、市场需求为导向开展技术攻关，聚焦盐源苹果产业发展需要的砧穗组合设计，标准化栽培模式创新，及高效安全的病虫草防控模式优化，注重扩大新品种、新技术和新

模式的覆盖率。按照产业发展留人、政策制度派人、教育培训育人、美好家园引人模式，建设起苹果产业技术服务队伍，培育了掌握苹果生产、经营、管理、市场运作技能的新型农业经营主体。

（五）打造生态链

随着全面建成小康社会，产业生态化将具有强大的市场前景和发展空间（黄祖辉等，2021），生态环境改善作为广义福利，能有效提升农村居民的主观幸福感（罗必良等，2021）。按照变苹果产业链为生态价值链、变生态优势为经济优势模式，逐步推进生态富民与绿色发展协同的生态产业体系。通过果园行间种草、树下覆盖秸秆等模式，提高果园地力，改善果园生态。遵循产业发展规律，按照农企合作模式，激励果农参与建设现代苹果产业园，打造园区生态循环农业，建立起绿色有机优质苹果品牌。

（六）创新组织链

后脱贫时代通过创新产业组织结构破解苹果户小规模经营、分散化治理格局。果农在市场竞争中依托合作组织框架增强谈判权，提高博弈能力。政府遵循市场发展规律，依法赋能并规范监管果农合作社，提升其服务果农社员和保证社员权益的能力（黄祖辉等，2022）。按照“苹果合作社+苹果户”“涉果龙头企业+苹果户”“涉果龙头企业+苹果合作社+苹果户”模式，创建起组织化程度高、效率高的苹果产业经营组织体系，增强苹果户抵抗自然风险与市场风险的能力。

六、结　论

产业扶贫兼顾经济利益和社会责任双重目的，其中“有为政府”通过短期“扶贫”、中期“扶志”、长期“扶智”途径，提高帮扶对象自我发展动力、持续发展能力，实现农户脱贫乃至增收致富。后脱贫时代通过“有效市场”环境实现延伸产业链、融通供应链、提升价值链、培养知识链、打造生态链、创新组织链巩固脱贫攻坚成果，形成市场在资源配置中发挥决定性作用的机制，促进比较优势向竞争优势转化，构建农户稳定增收的脱贫致富机制。“有为政府”支持实现适度规模集聚，引导“有效市场”打造“六链”拼出大市场，推动产品品质提升和供需良性互动，为发挥不同地区农业产业的比较优势创造有利条件。

产业扶贫是中国特色反贫困的重要创新实践，通过内源驱动式发展消除贫困，激发贫困群众的积极性、主动性、创造性，通过教育、技术培训与社会化服务等途径增强内生发展能力。后脱贫时代，扶贫产业按照“六链”范式打造强式有效市场，形成巩固脱贫攻坚成果，衔接产业兴旺的长效产业发展机制。在政策制度设计与推行中形成贫困治理不同时期“有为政府+有效市场”协同治理的减贫理论，是中国特色反贫困理论的重要创新。

2020年中国政府从根本上解决了农村绝对贫困问题，农村贫困格局发生重大变化，贫困治理策略从“扶贫”向“防贫”转变。“有为政府”的产业扶贫政策设计，赋权与赋能贫困群体，提升其内生发展动力与能力，建立具备经济收益性、主体自主性与长期持续性的“造血式”苹果产业；在后脱贫时代，注重产业发展的市场规律，构建具备“有效市场”环境的产业持续发展机制，形成“有为政府+有效市场”的制度设计和实践下通过产业发展赋权与赋能相对贫困群体，支撑其长效增收的中国式减贫经验，即中国式减贫经验并不止步于绝对贫困的消除，在“有为政府”通过“志智双扶”的产业扶贫措施提升农户内生动力与能力基础上，依托“有效市场”形成产业减贫的长效机制，提高相对贫困户的市场参与度，培育产业可持续发展模式，并在产业兴旺战略驱动下实现共同富裕目标。

参考文献

[1] 黄祖辉, 李锋, 钱振澜, 等. 中国特色反贫困理论的理论品格、时代特质与系统建构[J]. 华南农业大学学报(社会科学版), 2022, 21(3): 1−9.

[2] 李小云, 于乐荣, 唐丽霞. 新中国成立后70年的反贫困历程及减贫机制[J]. 中国农村经济, 2019(10): 2−18.

[3] 钟甫宁. 中国农村脱贫历史性成就的经济学解释[J]. 农业经济问题, 2021(5): 4−11.

[4] 白晋博, 杜思雨. 习近平关于产业扶贫论述的科学内涵研究——学习贯彻党的十九届五中全会精神[J]. 安徽行政学院学报, 2021(3): 13−18.

[5] 贺立龙, 杨子瑜. 生计策略选择对农户脱贫稳定性的影响——基于四川大小凉山地区1133个精准脱贫家庭的调查[J]. 经济理论与经济管理, 2023, 43(4): 85−101.

[6] 黄薇, 祝伟. 精准帮扶政策的多维评估: 基于G省B市扶贫实践的经验分析[J]. 管理世界, 2021, 37(10): 111−128.

[7] 甘犁, 陈诗一, 冯帅章, 等. 全面建成小康社会后的贫困治理与乡村发展[J]. 管理科学学报, 2021, 24(8): 105−114.

[8] 郑宇. 贫困治理的渐进平衡模式: 基于中国经验的理论建构与检验[J]. 中国社会科学, 2022(2): 141−161.

[9] 罗必良, 洪炜杰, 耿鹏鹏, 等. 赋权、强能、包容: 在相对贫困治理中增进农民幸福感[J]. 管理世界, 2021, 37(10): 166−181.

[10] 贺林波, 李蒴. 产业精准扶贫的风险困境和对策建议[J]. 宏观经济管理, 2019(12): 24−30.

[11] 李晓燕. 产业扶贫何以更好?: 一个均衡协同治理框架[J]. 公共管理与政策评论, 2021, 10(4): 61−71.

[12] 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, 19(4): 87−95.

[13] 王春光. 中国社会发展中的社会文化主体性——以40年农村发展和减贫为例[J]. 中国社会科学, 2019(11): 86−103.

[14] 谢岳, 詹晟晨. “扶贫公司”: 一种可持续的贫困治理模式[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2021, 29(2): 81−88.

[15] 周飞舟. 从脱贫攻坚到乡村振兴: 迈向“家国一体”的国家与农民关系[J]. 社会学研究, 2021, 36(6): 1−22.

[16] 郭熙保, 周强. 长期多维贫困、不平等与致贫因素[J]. 经济研究, 2016, 51(6): 143−156.

[17] 高帅, 毕洁颖. 农村人口动态多维贫困: 状态持续与转变[J]. 中国人口·资源与环境, 2016, 26(2): 76−83.

[18] 郎亮明, 张彤, 陆迁. 农业科技扶贫的多维效应: 增收、扶智与扶志——基于陕西省821份农户调研数据[J]. 农业技术经济, 2021(9): 129−144.

[19] 杜鹰. 认真总结脱贫攻坚实践经验 切实巩固拓展脱贫攻坚成果[J]. 宏观经济管理, 2021(6): 4−9.

[20] 李志平. “送猪崽”与“折现金”: 我国产业精准扶贫的路径分析与政策模拟研究[J]. 财经研究, 2017, 43(4): 68−81.

[21] 李博, 左停. 精准扶贫视角下农村产业化扶贫政策执行逻辑的探讨——以Y村大棚蔬菜产业扶贫为例[J]. 西南大学学报(社会科学版), 2016, 42(4): 66−73.

[22] 郭玲, 迟舒桐. 财政支农、乡村产业发展与乡村减贫[J]. 南开经济研究, 2023(5): 111−132.

[23] 李小云, 苑军军, 于乐荣. 论2020后农村减贫战略与政策: 从“扶贫”向“防贫”的转变[J]. 农业经济问题, 2020(2): 15−22.

[24] 汪晓文, 李济民. 从产业扶贫到乡村振兴——河西走廊寒旱农区产业扶贫发展历程[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2021, 21(4): 17−23.

[25] 李福祥, 魏江锋. 西部欠发达省区经济增长中的地方金融新政研究——基于甘肃省的实证分析[J]. 管理世界, 2012(3): 170−171.

[26] 平卫英, 罗良清, 张波. 就业扶贫、增收效应与异质性分析——基于四川秦巴山区与藏区调研数据[J]. 数量经济技术经济研究, 2020, 37(7): 155−174.

[27] 霍学喜, 石爱虎. “九五”后四年扶贫攻坚的思路与反贫困对策——对陕西扶贫开发情况的调查与思考[J]. 农业经济问题, 1997(4): 30−34.

[28] 傅安国, 张再生, 郑剑虹, 等. 脱贫内生动力机制的质性探究[J]. 心理学报, 2020, 52(1): 66−81.

[29] 王立剑, 叶小刚, 陈杰. 精准识别视角下产业扶贫效果评估[J]. 中国人口·资源与环境, 2018, 28(1): 113−123.

[30] 陈成文, 陈建平, 陶纪坤. 产业扶贫: 国外经验及其政策启示[J]. 经济地理, 2018, 38(1): 127−134.

[31] 邢成举. 科技扶贫、非均衡资源配置与贫困固化——基于对阳县苹果产业科技扶贫的调查[J]. 中国科技论坛, 2017(1): 116−121.

[32] 李玉山, 卢敏, 朱冰洁. 多元精准扶贫政策实施与脱贫农户生计脆弱性——基于湘鄂渝黔毗邻民族地区的经验分析[J]. 中国农村经济, 2021(5): 60−82.

[33] 于滨铜, 王志刚, 朱佳, 等. 援助结构、领导力与产业扶贫绩效[J]. 中国工业经济, 2021(6): 23−41.

[34] 钟甫宁. 从要素配置角度看中国农业经营制度的历史变迁[J]. 中国农村经济, 2021(6): 2−14.

[35] 左停, 李颖, 李世雄. 巩固拓展脱贫攻坚成果的机制与路径分析——基于全国117个案例的文本研究[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2021(2): 4-12.

[36] 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.

[37] 黄祖辉, 李懿芸, 马彦丽. 论市场在乡村振兴中的地位与作用[J]. 农业经济问题, 2021(10): 4-10.

[38] Evans, Gary W. Childhood poverty and adult psychological well-being[J]. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 2016, 113(52): 14949-14952.

[39] Lewis O. The culture of poverty[J]. Scientific American, 1966, 1(4): 19-25.

[40] Li S, Dong Y, Zhang L, et al. Off-farm employment and poverty alleviation in rural China[J]. Journal of Integrative Agriculture, 2021, 20(4): 943-952.

[41] Schultz T W. Investment in Human Capital[J]. The American Economic Review, 1961, 51(1): 1-17.

[42] Sen A. Poverty and famines: An essay on entitlement and deprivation[M]. Cambridge: Oxford University Press, 1982.

（责任编辑：裴雪昆）

Theoretical Explanation of China's Poverty Reduction Experience

——Case of Apple Industry in Yanyuan County, Sichuan Province

WANG Yue, HUO Xuexi

(College of Economics and Management, Northwest A&F University, Yangling 712100, Shaanxi China)

Abstract: Based on the combined perspective of "effective government" and "efficient market", the logical framework of apple industry poverty alleviation was constructed in Yanyuan County, Liangshan Prefecture, Sichuan Province, focusing on the concept and mode of "poverty alleviation" in the short term, "supporting aspiration" in the medium term and "supporting wisdom" in the long term, and explored the institutional innovation of the combination of "effective government" and "efficient market" in rural poverty reduction. This study found that the apple industry embedded in the context of village characteristic resource endowment formed a long-term mechanism and became the pillar industry to support farmers' income growth and poverty alleviation. In the "post-poverty eradication" era, it was necessary to focus on creating an "efficient market" environment, develop an apple industry with prominent comparative advantages, improve the effective linkage mechanism between industrial poverty alleviation and industrial prosperity, and support the construction of a long-term industrial development pattern led by the market and guided by the government. China's poverty reduction experience of "market failure—government replacement—active government (not offside)—effective market" in different stages of poverty governance had been condensed, that was, the eradication of absolute poverty led by the "active government" during the poverty eradication period, and the subsequent in the era of poverty alleviation, the "effective market" guided the reduction of relative poverty, which was the theoretical core of the poverty reduction experience of Chinese-style industries.

Key words: effective government; efficient market; industry poverty alleviation; supporting aspiration; supporting wisdom