

断加大，以宁夏目前的畜牧产品精深加工水平而言，满足未来多样化的畜牧产品需求还有一定距离。

二是农产品品牌建设还有较大空间。宁夏农产品品牌的特色及优势未被充分挖掘，政府在推介宣传特色产业时，更多强调宁夏原产地自然地理环境优势等风土条件，对塑造品牌宏观环境的软实力推介不够，诸多品牌尚处于“锁在深闺无人识”阶段。企业对于塑造产区及产品品牌的重要性存在认识不到位的现象，缺乏树立产区形象的意识，大部分专注于自身品牌的独立宣传和推广营销，对产区品牌的打造缺乏积极性和主动性。加之消费者对经济环境、科技环境缺少认同，对宁夏特色产业强势品牌形成认知较为模糊，存在知名品牌少、牌子不够响亮等问题，导致畜产品品牌市场竞争力较弱，亦是自治区特色产业品牌形象提升的发展瓶颈所在。

（三）乡村建设仍需持续深化

乡村建设行动是乡村振兴的重要抓手，更是宜居宜业和美乡村的行动保障。近几年，宁夏建成了一批生态宜居的美丽乡村，农村基础设施承载能力逐步提升，公共服务水平进一步提高，但乡村建设仍需持续深化。主要表现在：

一是山区与川区建设力度差距较大。以农村生活污水治理率为例，2019-2023年宁夏农村生活污水治理率分别为28.79%、26%、28.96%、30%、34%，但呈现川区与山区农村生活污水治理率差别较大的现象。其中，川区农村生活污水治理率在40%以上，山区农村生活污水治理率仅在18%左右，由此可以看出在农村生活污水治理设施方面宁夏还需要继续加大山区的建设力度。同时农村用水、入厕等方面仍存在季节性问题，如冬季卫生厕所无法水冲、用水管道冻裂等现象时有发生。

二是村庄规划管理还不到位，人居环境运维管护机制不健全。在调研过程中，部分农户反映在村庄规划的过程中，道路硬化一般只在村级的主干道上，村级内部其他道路还无法实现全面的道路硬化，导致在雨雪天气道路泥泞不堪，与一路之隔的主干道形成鲜明对比。同时，虽然宁夏农村施行定期清收生活垃圾的方式进行集中处理，并建立了较为完善的垃圾集中处理机制，但农户反映收费较高、有时出现垃圾清理不及时等问题。

三是乡村建设难度逐步加大。随着城镇化的快速发展，农村劳动力外流量较大，使得乡村空心化、空巢化等日益严重。2023年，宁夏农村闲置农房14.9万宗9.7万亩，闲置率达到15.4%，建设宜居宜业和美乡村任重道远。

（四）乡村治理水平亟待全面提升

宁夏初步建立了“五治”融合的乡村治理体系，但

在实现乡村治理体系与治理能力现代化的目标方面还存在较大距离。

一是乡村技术人才与治理队伍不足。2023年，宁夏现有农村实用人才14.08万名，其中，大专以上学历文化程度不到1%，经营型人才不足12%，技能型人才不足25%，大多为低学历的种养殖人员，二、三产业人才短缺。

“六特”产业共需技术人员32180名，经营主体现有技术人员14860名，缺口达54%。在乡村基层治理队伍中，宁夏村干部普遍存在学历层次偏低、平均年龄偏高、年轻干部经验不足等人才结构不优等问题。

二是数字化治理水平较低。目前，宁夏乡村数字化治理还只是技术手段的使用与数字基础设施的建设初级阶段，数字化的产业融合运用、乡村的基层治理等方面深度还不够。如受水资源约束趋紧，宁夏亟待改造提升农业高效智慧节水设施，数字技术应用不足导致畜牧养殖、设施农业、山区作业等机械化水平较低。

宁夏全面推进乡村振兴的优化路径

全面推进乡村振兴，加快建设乡村振兴样板区，宁夏应按照“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总目标，多举措激发农民内生动力，着力巩固拓展脱贫攻坚同乡村振兴有效衔接，重点突破“六特”产业高质量发展瓶颈，深化乡村建设，提升乡村现代化治理水平，推动宁夏产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴、组织振兴方面取得新突破。

（一）多举措激发农民内生发展动力

乡村振兴战略的实现关键在于农民，让农民成为乡村振兴的积极参与者和推动者，发挥其主动性和创造性，是解决乡村振兴过程中农户内生动力不足问题的根本。

一是加强政策宣传。通过加大对乡村振兴政策的宣传力度，提升农民对政策的理解和认同。同时，通过开展各种形式的宣传教育活动和农民参与乡村振兴的成功案例和典型经验，引导农民树立正确的发展观念和生活方式，激发更多农民的参与积极性，增强农民对乡村振兴的信心和主体责任感。

二是发展乡村社区经济。通过建设健全的乡村社区组织和经济合作组织，促进农民参与社区事务和经济活动。鼓励农民组建农民合作社、专业合作社等组织形式，加强农民之间的合作与协作。通过合作组织，可以整合资源、提高效益，增强农民的集体力量和主体性，推动乡村振兴事业的发展。

三是完善农民参与决策机制。要及时公开乡村振兴项目与政策的信息并进行普及宣传与教育，增强农民