

地方自觉与乡土重构：“淘宝村” 现象的社会学分析

陈 然

(南京大学 社会学院, 江苏 南京 210046)



摘 要 “淘宝村”的兴起与发展,是网络全球化背景下传统乡村转型的地方自觉运动。从结构、社会和个体等 3 个层面分析“淘宝村”形成和发展的机制,得出“淘宝村”不仅遵循着技术理性导向下的农民集体行动逻辑,而且具有更为现代的生产和生活组织形式,且具有地域生产力再造和社会转型的价值。进一步,通过采用事实观察和实地调研的方法,分析“淘宝村”存在的制度设计、产业结构、关系重组和区域失衡等方面的问题。最后从地方自觉、生产力分工、主体价值和乡土重构等多重视角,思考如何实现“淘宝村”的“有序发展”。

关键词 淘宝村; 地方自觉; 乡村建设与治理; 乡村城镇化; 乡土重构

中图分类号:C913.9 **文献标识码**:A **文章编号**:1008-3456(2016)03-0074-08

DOI 编码:10.13300/j.cnki.hnwkxb.2016.03.011

自 2009 年中国出现第一批“淘宝村”^①以来,“淘宝村”已经成为中国乡村经济发展与崛起的新形态。根据相关数据统计,截至 2014 年,全国“淘宝村”的数量已经超过了 200 家,并出现了一定数量的“淘宝镇”^②,分布在全国 10 多个省市。“淘宝村”呈现“井喷”之势,既表明了传统乡村社会寻求变迁的内生性动力,又意味着互联网技术正在以前所未有的影响力重构乡村的经济社会结构。本文尝试从社会学视角出发,结合相关的经验研究与事实观察,分析“淘宝村”产生与发展的社会结构与地方自觉的行动逻辑,并将其放到全球化和现代化的语境下进行考察,剖析“淘宝村”的社会变迁意义和存在的结构性问题。最后,尝试从制度和生产力结构创新视角探求如何实现“淘宝村”的有机秩序发展。

一、城市社会来临背景下“淘宝村”概念认知与创新

赫茨勒和塞缪尔认为,区域现代化是一个从“农业”社会向“现代”社会转变的过程^[1-2]。在城市化语境下就是乡村生活方式、非农业劳动主体、商品交换和主体间平等方面的进化与变迁,核心要素包括新兴经济活动、新兴阶层、新型文化消费空间、快速信息流通网络和异质化专业分工等^[2]。对于正在改变传统乡村的“淘宝村”而言,其存在与发展具有独特的内涵。作为一种社会经济形态,“乡村”的类型是多样的,有经济学意义的“产业村”,有文化意义上的“民俗村”和“艺术村”,这些村都依托自身独特的产业优势和特色文化成为乡村发展的典型模式。与此不同,“淘宝村”则不完全依赖自身的资源优势,而是通过“淘宝”这一电商载体来重组乡村经济和社会组织形态,并打破了乡村传统较为封闭

收稿日期:2015-12-10

基金项目:国家社会科学基金重大项目“特色文化城市研究”(12&ZD029)。

作者简介:陈 然(1987-),男,博士研究生;研究方向:乡村城镇化、城市发展战略和城市文化。

① 中国最早的一批“淘宝村”出现在 2009 年,当时主要包括江苏省睢宁县沙集镇东风村、浙江义乌青岩刘村和河北清河县东高庄等,这种农民自发形成的乡村经济新形态,开始引起了社会和研究者的关注。

② 即镇域范围内的淘宝村数量达到 3 个及以上。

的生产组织方式,表现出了很强的跨区域性和跨产业性。因此,阿里研究院^①在首次提出“淘宝村”^②概念的时候就将其界定为:大量电商在某个村落的集聚,进而形成规模化和协同效应的电商群聚空间形态^③。但是,这一概念的界定仅仅停留在经济学意义,缺乏社会学层面的综合评判认知。因此笔者认为,首先,“淘宝村”是基于村民地方自觉的有意识无组织的集体行动单位,在这一空间形成的初始阶段,“淘宝村”的组织形态是松散的,仍然处在“机械团结”的状态。其次,“淘宝村”是通过互联网这一“现代性”要素建立起来的,是传统乡村主动接受和利用现代技术重组原有经济社会生活的“实验场域”。因此,在一定意义上,“淘宝村”是现代生活方式向乡村区域“侵入”和“接替”的结果,反过来又会促进农村社会结构的变迁与改革。最后,依据“淘宝村”的缘起和特征,笔者对“淘宝村”给出这样的定义:基于互联网信息技术条件下,一定规模村民群体自发形成的以网络电商为媒介进行生产、生活和交易的跨区域重组经济社会生活的“互联网村落共同体”。本质上说,“淘宝村”是传统与现代碰撞下的新的社会生产组织方式。

二、全球化视角中“淘宝村”产生与实践行动的逻辑

当“淘宝村”这一具有本土特色的乡村经济社会形态在全国兴起的时候,人们自然要问究竟是什么样的动力催生了“淘宝村”,“淘宝村”产生与运营的背后究竟遵循着什么样的逻辑。结合理论分析和实践研究,本文尝试从结构、社会和个体三个层面来剖析“淘宝村”产生与发展的原因。

1. 结构生成:城乡二元对立分化的“制度堕距”

在马克思看来,人类历史上有两次大的城乡分离,第一次是工商业劳动与农业劳动的分离,第二次是工业革命后的城市战胜乡村^[3]。这两次城乡分离的共同结果就是形成了城市与乡村之间的结构性差别,具体表现为传统与现代、愚昧与文明、落后与先进。为此,消除城乡之间的差别一直被认为是探索乡村经济社会发展道路的基本诉求点。无论是马克思提出的“乡村城市化”道路,还是中国语境下的“村治运动”和乡村建设,在逻辑上是一脉相承的,都是为了破除城乡二元对立的社会结构。“淘宝村”之所以在乡村而不是城市产生,恰恰是城乡二元对立的结果。这种基于城市互联网条件下的乡村经济社会形态,是城市现代生活在乡村的延续。事实上,在实地调研“淘宝村”的过程中发现,诸如浙江义乌青岩刘村和江苏宿迁市大众村等许多“淘宝村”的前身都是发展较为落后的乡村,是“穷则思变”让村民们主动寻求发展变革的新路。尤其对那些已经接受过城市“现代性”洗礼的农民来说,城市与乡村之间的“文化堕距”^④让他们更加愿意去接受城市的现代生活方式,并将此内化为改变传统落后乡村的动力。因此,城市与乡村之间存在的结构性“堕距”给“淘宝村”的产生带来了原始性冲动。

2. 社会生成:网络全球化和乡村社会结构变迁

全球信息技术与社会变迁的互动不断深化,已经对社会空间产生了实质性的冲击。正如曼纽尔·卡斯泰尔斯所说:“全球化与地方之间的互动,打碎了原有行为的空间模式,空间逐渐成为流动的交换网络,并促使新的空间即流动空间的兴起”^[4]。因此,网络全球化使时空不断被压缩,全球化语境中的社会也正在变成“网络社会”^⑤。不同于以往任何时代,这种以互联网为技术纽带的社会是一个

① 阿里研究院是指依托阿里巴巴集团成立的商业数据管理平台,这一平台通过与研究机构合作,以大数据分析为基础,聚焦商务发展、产业升级和宏观经济等经济研究领域。

② 阿里研究院将所谓“淘宝村”的认定标准概括为3条原则:一是交易场所是在以行政村为单元的农村地区;二是电子商务的年交易规模在1000万以上;三是本村网店数量达到100家以上,或者网店数量达到当地家庭户数的10%以上。

③ 阿里研究院.中国淘宝村研究报告(2014)。

④ “文化堕距”又称文化落后,是指在社会变迁过程中,同一文化结构体中一部分落后于其他部分而呈现呆滞文化现象。最早提出这一概念的是美国社会学家W.F.奥格本,他在《社会变迁》(1923)一书中首次使用该概念,用来指称不同部分的适应文化在变迁速度上所产生的时差。

⑤ 工业化革命之后,一场以信息技术为核心的技术产业革命,已经渗透到人类生活的各个领域。这一技术革命使得整个世界经济成为相互依赖的统一体,经济、城市与社会之间的新的形式正在悄然形成。在卡斯泰尔斯看来,借助新经济的信息化、全球化和网络化,资本主义将技术革命转化为了资本扩张和危机减缓的核心力量。于是生产力的提高产生了弹性化的工作和不稳定性的生产生活关系,一个围绕着信息技术连接而成的网络社会应运而生。

典型的“通融互联”时代,并表现出网状价值结构、大数据高速流动和开放有机生态圈等新特征。在这样一个网络全球化的时代,时空被压缩、信息和技术得以被开放式分享,而这正是“淘宝村”得以产生和运行的社会技术条件。处在这一背景下的乡村地区,不可避免地受到影响,尤其对于那些有着乡村和城市双重生活经历的农民来说,掌握和利用互联网技术已经成为他们的日常生活方式。与此同时,电商发展的制度性投入和宽松的创业环境则构成了“淘宝村”产生的另一个原因。从李克强总理提出的“大众创业”,到“零资本”注册,再到各级政府有关鼓励农村网络电商发展的资金和制度性投入^①,农村地区的网络电商发展的门槛逐渐被降低。根据阿里研究院提供的数据显示,截至 2013 年 11 月 30 日,淘宝网(含天猫)正常经营注册地在农村(含县)的网店数量超过 200 万家,其中注册地在镇村级的网店数超过了 100 万家,超过了总数的一半(见表 1),规模日益庞大的网店群体为“淘宝村”网络电商的产生与发展提供了直接的动因。

表 1 截至 2013 年中国农村网民规模及淘宝网注册地分布

农村地区网民规模		农村地区淘宝网注册地分布	
规模/亿人	占全国网民比重/%	注册地在农村(含县)	注册地在村镇
1.65	54.40	203.90	105.00

注:数据来源于中国互联网络信息中心(CNNIC)2013 年统计的数据。

从农村自身的社会条件来看,新型城镇化背景下的资本下乡与农民上楼,也改变了原来的乡村居住空间和生产方式,土地流转使得大量的耕地被流转到了少数农业经营者手中,逐步实现了农业生产的规模化,也相应地产生了一定规模的“失地农民”和“农业工人”。这部分劳动群体从耕地上“解放出来”,有了更多的闲暇时间从事非农产业。以江苏苏北地区为例,“撤村并居”产生的大量“农业工人”,只是在农忙时节被雇佣给种粮大户从事农业种植和生产,而其他的大部分时间要么选择到大城市打工,要么自己进行电商创业。再者,中国传统的乡村社会是典型的“熟人社会”,在社会学家费孝通先生看来,这种熟人社会关系网络不仅具有较为一致的“集体意识”,而且信息几乎是全对称的。而这一优势恰恰有利于“淘宝村”网商群体的成长与扩散,国内首批成长起来的 20 个“淘宝村”无不是通过亲属邻里之间的“涟漪效应”进行传播和扩散的。

3. 个体生成:新生代农民的回归和“文化反哺”

中国农村社会现代性的获取是外生性的,是被动式的现代性过程。这种方式又往往通过农村流动人口不断融入城市而获取,进而催生了“离土离乡”的新生代农民。这部分群体一方面不断地通过“社会化”将自己“现代化”,一方面又与传统割舍不断,他们的生活系统和内生情感与传统乡村保持着特殊的连接。农村的这种现代性的获取方式又具有典型的群体性特征,在社会变迁过程中,一个发生了变化,另一个也要发生变化^[5]。年轻的返乡农民工和返乡创业大学生构成了“淘宝村”发展的主要“带头人”,这部分群体不仅具备一定的电脑操作能力,而且还有一定的网购习惯和商业意识。江苏睢宁县东风村的“三剑客”^②、河北清河县东高庄的刘玉国、浙江缙云县北山村的吕振鸿等都是各自所在“淘宝村”的带头人,他们大多接受过一定的网络学习教育或具备一定的电商运营经验,在返回所在乡村之后对本地农民实现了一定意义上的“文化反哺”^③、“信息反哺”和“技术反哺”,因此,他们在“淘宝村”形成的过程中起到了重要的启蒙和催化作用。那些先期崛起的“淘宝村”,其产生的财富积累效应又对周边乡村产生了巨大的示范带动作用,那些返乡创业年轻人又通过他们的邻里关系、朋辈群体和人际网络号召更多的年轻人到农村创业。笔者在一份当地乡政府致返乡创业青年的一封信中看到这样一句话:

“家乡已经张开无私的双臂为你们打开一扇创业的大门,‘在外东奔西跑,不如在家淘宝,朝阳行业前景好’,让我们跟上时代的节拍,坐在家,敲打着键盘,奏响青春创业的乐章。”

① 2015 年商务部计划进一步增加全国农村电商示范省的数量,每个试点县中央财政将予以千万级的资金支持,资金总量将达到 20 亿元。

② 江苏省睢宁县沙集镇东风村最早开网店的 3 个年轻人孙寒、陈雷、夏凯,被称为“沙集网商三剑客”,他们通过淘宝开店销售板式家具的成功,带动了身边很多人仿效。

③ “文化反哺”意指在快速的文化变迁中,较为年长的一代向年轻一代进行广泛的文化吸收的过程。这一“文化反哺”概念是南京大学的周晓红教授在 1988 年首次提出来。

一位曾经到访过沙集东风村的记者这样写道:

“走在这个村的街道上,可以看到几乎家家户户都有电脑,都开了淘宝店,木工、仓库、物流和客服……一个个岗位提供给四里八乡的年轻人。随处可以听到的叮咚叮咚的软件启动声和沙沙的键盘敲击声,似乎是家家户户的财富呐喊声。看完这些,我怎么也想不到短短几年前,这里还是‘路北漏粉丝,路南磨面坊,沿河烧砖瓦,全村收破烂’的景象。”

正是在这批农村电商精英群体的带动下,“淘宝村”村民的经济和消费观念发生了改变,农村潜在的“市场需求”和“创业动力”被激活。这种最初个体层面的行动在“邻里示范”和“社区示范”的推动下逐渐发展成为村民自发的集体行动,进而形成“累积循环”效应,在更大的空间范围内进行着“淘宝村”模式的复制与传播。

三、作为现代性后果的“淘宝村”——社会变迁与现代化

“淘宝村”通过运用现代网络技术重组生产组织形式和生活方式,已经具有了哈贝马斯意义上的现代性特征,但传统与现代的碰撞不可避免出现吉登斯意义上的现代性危机。一方面,就积极意义而言,“淘宝村”在一定程度上推动了城乡一体化发展、地方化改造和地点精神的重构。另一方面,互联网技术对传统乡村也有一个“侵入”与“接替”的过程,也必然会产生一些发展中的问题。

1. 地域生产力再造价值:从“淘宝村”到“淘宝镇”

长期以来,中小城镇功能发育不全一直是中国城镇化发展的瓶颈。在城市与乡村的中间地带存在着大量或大或小的镇域“区域性结构空洞”,甚至成为被遗忘的“社会角落”。难怪西方学者曾经评论到,北京的中央商务区(CBD)已经超过西方发达国家,但是其郊区却比不上欧洲的中世纪。不可否认,中国的许多小城镇由于能够主动参与城市群空间范围内的产业分工而发展得很成功,甚至走出了诸如“苏南模式”和“温州模式”的成功经验。但是,对于中国其他许多资源禀赋差、交通闭塞和产业结构单一的小城镇来说,它们与大城市的经济关系是脱节的。随着“淘宝村”在全国范围内的规模化涌现,一批“淘宝镇”也相继出现,这让我们看到依托网络电商而形成的“淘宝村”表现出很强的跨区域生产力整合与再造的能力。根据阿里研究院提供的数据显示,2014年全国共出现了19个“淘宝镇”,从概念上看,“淘宝镇”是比“淘宝村”更高一级的经济社会形态,“淘宝镇”的出现对于地域生产力的重组具有十分重要的意义。

一是从“淘宝村”到“淘宝镇”的升级将优化区域产业分工和放大产业规模效应。如果说单个“淘宝村”的力量还很单薄,那么当一个乡镇同时出现3个及以上“淘宝村”的时候,就意味着一个具有规模化效应产业集群的出现。据统计,全国各类“一村一品”专业村超过5万个,借助互联网平台,可以迅速实现线上线下的产业整合,形成规模性的产业集群。产业的规模化发展又会带动相关服务体系的完善,社会分工也会更加细化,这些恰恰是城镇化发展的产业基础。更为重要的是,互联网技术导向下的网络电商将使得“淘宝镇”突破地理空间限制,参与到更大区域范围内的产业分工。

二是产业集群化发展产生人口的集聚。“淘宝镇”范围内的产业规模化发展直接促使农村从事工商业人口的增加,农民将会获得比种地更高的收益,依据这种“经济理性”,许多外出打工的80、90后农民选择返乡,兴起了一股“返乡潮”。大批返乡的年轻人给逐渐失去活力的乡村和城镇带来了生机,进而带动了当地经济的繁荣。“淘宝村”的示范作用和经济的“溢出效应”也吸引着周边村镇农民向发展较好且人口规模较大的“淘宝村”集聚。其中一些镇区人口不到万人的乡镇,在短短的时间内吸引了周边乡镇数千人前来就业,这种农民自发型的人口集聚比通过自上而下的园区经济和“农民上楼”^①来集聚人口的行为要具有更强的生命力。

^① “农民上楼”指的是自2008年以来,全国城镇化快速扩张和政府增加建设用地指标的“增减挂钩”政策背景下,农村正在经历的一场“撤村并居”和建立“农民集中居住区”的社会变迁过程。在这一过程中,大量的农民从原来的村落主动或被动地搬入单元式楼房,原有宅基地被复垦成耕地,农民通常将此称为“上楼”,上楼后农村的村落空间形态、生产方式和生活方式都发生了巨大的变化。但是,通常情况下,“农民上楼”大多是政府采用自上而下的方式进行的,是一种被动式的人口集聚方式。

三是农民养成现代生活方式和促进农民市民化的意义。当前制约农民市民化的重要原因之一是城乡观念隔阂和农民自身素质的缺陷^[6]。从田间劳作到敲击鼠标键盘,这实现了农民的生产解放,借助网络信息化实现了买卖双方的“主体间平等”,而这恰恰是“市民化”的本质意义所在。在一群 80、90 后年轻人的带动下,村民们通过网络线上线下交易,开始领略到市场的千变万化,激烈的网店竞争也让他们意识到产品质量和服务的重要性,这些都在自觉或不自觉地“解构”农民守旧思想和重构新的认知方式。

因此,从“淘宝村”到“淘宝镇”,甚至到可能出现的“淘宝县”,不仅意味着产业和人口的空间集聚,更是农村地域生产力的升级和飞跃。如果说费孝通先生的“江村经济”^①是 20 世纪 30 年代中国乡村经济社会变迁的缩影,那么“淘宝村”就有可能成为当下转型时期中国乡村社会变迁的时代新注脚。

2. 社会结构转型的意义:地方化改造与乡土关系重构

中国传统意义上的乡村社会结构具有典型的“封闭性和内聚性”,乡村社会无论是从结构上还是功能上,都是不完全的^[7]。乡村社会的这种内聚性突出地表现为杜赞奇所说的:明确而稳定的边界、自我封闭和排外、高度的集体认同感和内部密切的互动关系等^[8]。与现代化和城市化相伴的是商品化和市场化意识的“侵入”,其成为破坏传统乡村共同体封闭、内聚和自足特性的“反动力量”。作为现代化结果的“淘宝村”在地方化改造和促进乡村社会结构转型方面发挥着重要的作用。

这一作用的突出表现之一是促使农民收入和职业结构的变化。“淘宝村”形成的经济和人口的集聚效应使得“知识和信息的传递变得更加容易,有利于营造协同创新的环境并提供共享的专业劳动力市场”^[9]。“淘宝村”是以线上线下交易为行动逻辑的,是连接买者和卖者的中介,本质上就是一个知识信息协同共享的空间。在这个空间中农民各自扮演着比以往任何时候都更为多元异质性的职业角色,有会计、宣传员、种粮大户、加工型企业经营者、网络运营员、物流快递员、网络技术员、产品推销员、私营店主等,相互之间逐渐形成较为全面的经济依赖关系。这种职业的多元性也为农民带来了更多的经济收入,农业生产之外的收入逐渐成为农民重要的收入来源。

“淘宝村”对乡村社会结构的另一个影响是“熟人社会”关系结构的变化。就传统而言,“习俗”“情理”“说法”构成了维系乡村社会关系网络的行动逻辑,正如费孝通先生所认为的,中国乡土社会关系结构是一种所谓的“差序格局”,这种社会关系格局“是由无数私人关系构成的社会网络,网络的每一个节点都附着一种道德规范要素,所有的行为标准都无法超脱于差序的人伦关系存在”^[10]。与传统的“熟人社会”关系相比,“淘宝村”居民坚持着“匿名”式的行为方式,“淘宝村”大部分的商品交易都是通过“淘宝”和“京东”等线上网络交易和线下物流的方式来实现。这种“匿名社会”关系的逐渐形成又必将对乡村原有的信任关系产生冲击。在韦伯看来信任关系有两种:一是以血缘社区为基础的特殊主义信任;另一种则是以信仰共同体为纽带的普遍主义信任^[11]。中国乡村社会的人际信任关系大多是基于血缘和亲缘而建立起来的,因此,对所谓的“圈内人”很信任,对“外人”却极度不信任。但是,基于匿名交易关系的“淘宝村”的产生,其本身就说明原来的村民已经开始接受并认同网络电商这种以陌生人信任关系为基础的交易方式。为了让自己的网络店铺信用等级更高,村民们更愿意为网络的另一端的陌生群体提供质量和服务更好的商品,这种行为的“倒逼机制”无形中又在塑造农民的诚信意识。

3. 发展过程的问题导向:侵入与接替中的冲击与“解构”

作为一种新生事物,“淘宝村”目前正处于快速发展的初期阶段,还存在一些不可回避的问题,具体表现在野蛮自然无序发展、产业结构的单一化和低端化,以及不同区域发展之间的结构性失衡等几个方面。

一是,顶层制度设计缺失导致的野蛮无序发展。“合法权利用于制定政府计划”^[12]。在某种意义上

① “江村经济”是费孝通先生当年的博士论文,主要描述的是 20 世纪 30 年代江苏省开弦弓村的经济、社会结构和人际文化的运行逻辑和变迁过程,反映了当时中国乡村经济社会运行的基本规律和时代特征。因此,通过“江村经济”,人们可以清晰看到当时中国乡村社会经济发展的基本概况。

上,“淘宝村”是“中国制造”背景下的产物,是低成本红利浪潮下的“集体狂欢”。肇始于2009年的“淘宝村”热潮是一种典型的自下而上的野蛮无序发展。缺乏国家顶层制度设计和地方规范性引导,致使“淘宝村”遍地开花。无论是资源导向型的“淘宝村”,还是无中生有型的“淘宝村”,其涉入门槛都较低,这也是为什么短短几年时间“淘宝村”数量呈几何级增长的重要原因。这种无序发展的直接后果就是区域范围内的同质化恶性竞争,以江苏省最先出现的沙集镇和耿车镇的两个“淘宝村”为例,作为相邻的两个镇其主营产品都是板材家具,在一定程度上形成了产业的同质竞争。更有甚者,两个“淘宝村”之间为了竞争,雇佣“水军”和“差评党”对邻村的网店竞争对手进行恶意差评,这种恶性竞争的行为对营造良好公平的电商市场环境极为不利,也凸显出相关制度和法制规范设计的重要性。由于国家和地方政府规划的“缺位”,“淘宝村”和“淘宝镇”在长期发展规划、土地利用、就业制度、人才引进和基础服务设施等方面处在相对滞后的状态。与政府的缺位相对应,企业却表现出对“淘宝村”建设的极大热情,积极通过“资本下乡”^①和“技术下乡”来抢占农村广阔的市场。这让我们看到了希望,但同时也看到了隐忧。喜的是企业大量的资本和技术投入可以有效缓解政府的财政压力,甚至成为推动“淘宝村”深入发展的主要资本力量。忧的是在资本利润的导向下企业的资金更愿意流向发展基础较好的村落,从而导致区域间发展的不平衡。虽然,国家和地方政府也相继出台了一些鼓励和优惠“淘宝村”发展的政策和资金支持,但是,这些政策设计相对滞后且是碎片化的。从整体上看,缺乏国家层面的中长期战略规划,对于“淘宝村”涉及的城镇化发展、产业结构、人口就业和社会保障等方面缺乏系统性的顶层设计思考。

表2 截至2013年全国出现的首批20家“淘宝村”(部分名单)

省份	淘宝村名称	户数	网店数	主营产品
江苏	睢宁县沙集镇东风村	1 180	2 000+	板材、家具
	宿迁市大耿车镇大众村	722	300	板材、家具
浙江	义乌市青岩刘村	1 000	2 200	小商品
	临安市清凉峰镇白牛村	550	50	坚果、炒货
河北	清河县杨二庄镇东高庄村	600	600+	羊绒羊毛制品
山东	博兴县湾头村	1 700	1 000	草柳编家居用品
	曹县大集乡丁楼村	300	300+	演出服饰
福建	龙岩市小池镇培斜村	195	60+	竹席、饰品
广州	揭阳市锡场镇军埔村	490	1 500+	食品、服装

注:数据根据阿里巴巴数据中心和统计年鉴提供的数据整理而得。

二是,过度依赖传统产业导致发展的低效。自下而上发展起来的“淘宝村”,大多是以从事传统的加工工业为主,家庭式作坊构成了主要的生产经营单位。全国第一家“淘宝村”浙江青岩刘村就是依托义乌商贸城发展起来的,主要从事小商品的网络销售。因此,从产业价值链的角度看,那些以传统产业加工生产和销售为主的“淘宝村”是一种典型的资源导向下的劳动密集型产业,处在“微笑曲线”^②价值链的底端。事实上,阿里巴巴有关“淘宝村”网店销售的数据也证明了这一点,数据显示,全国“淘宝村”销量最高的商品分别是服装、家具、鞋、箱包、汽车用品、手机和生活电器(见表2和表3)。

这些销售排名前十的商品无一例外都是属于劳动密集型的传统制造行业,而且大多采用家庭作坊式的经营方式,父母一代负责生产加工,懂得电脑技术的子女负责网络销售。这种以低端产品加工

表3 “淘宝村”网店销售额最大的前十类商品

排序	商品	排序	商品
1	服装	6	手机
2	家具	7	床上用品
3	鞋	8	玩具
4	箱包家具	9	服饰配件
5	汽车用品	10	生活电器

注:数据根据阿里研究院提供的数据整理而得。

① 2014年10月阿里巴巴集团推出了“千县万村”计划,宣布将在未来3~5年内,投资100亿元,建设覆盖100个县、10万个行政村的农村电子商务服务体系。在这一带动下,包括京东、苏宁等独立的B2C也推出了各自的农村电子商务计划。

② “微笑曲线”是一个科技界和产业界的理论概念,指的是科技和产业的实现过程犹如微笑形成的曲线,两端朝上。附加值更多体现在两端位置,即设计和销售,处在曲线中间底部环节的往往是制造附加值最低的环节。

为主的小规模化运作方式,不仅是低效率的,而且从根本上决定了“淘宝村”获取的只是整个产业链的底端价值,处在“中国制造”的下游环节。尤其需要指出的是“淘宝村”网店所销售的农副产品数额并没有进入前十位,也就是说“淘宝村”还只是“工业电商”并没有成为真正意义上的“农业电商”。以自身特色农副产品种养殖和加工为主要环节的农业生产,并没有在“淘宝村”网络平台的作用下获得飞跃式发展。

三是,区域发展的结构性失衡与贫富差距的扩大。就目前的现状来看,“淘宝村”的出现与发展主要在东部沿海县域经济发达地区,在空间分布上明显地表现出东西部发展不平衡。2013年全国范围内行政村近70万个,建制镇有1.9万个,如果县域农村电商发展方向、地域产业分工长期模糊不清,必然使“淘宝村”的发展遭遇新的瓶颈。一个可见的事实是:截至2014年12月全国共发现的211个“淘宝村”中,分布在东部沿海省份的超过85%,其中浙江、广东和福建三省的数量排在前三位(见图1)。这些区域经济发展水平较高、产业基础较好、交通物流较发达,中部省份除了河北数量较多以外,西部省份几乎没有。这种区域之间的结构性失衡,容易产生新一轮的东西部发展的差距,也就意味着农村电商发展越快,西部相对孤立地小城镇和传统乡村就会被甩得越远。

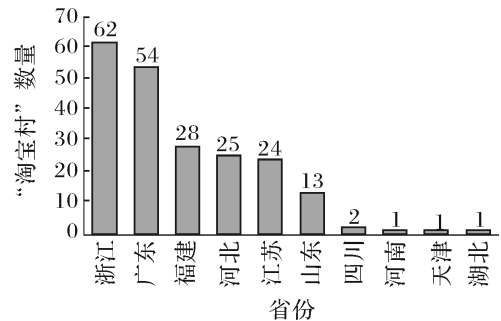
区域发展的不平衡的另一个结果是贫富差距的扩大。诺贝尔经济学奖获得者刘易斯认为:“收入分配的变化,是发展过程中最具政治意义的方面,也是最容易诱发妒忌心理和社会动荡混乱的方面”^[13]。那些最先发展起来的“淘宝村”迅速抢占了先机,并带动周边村镇逐渐形成了一定规模的产业集群,促进了当地农民的增收。而那些依旧传统的村落和“淘宝村”内部没有从事农村电商的农民收入逐渐被拉开差距。入选全国首批“淘宝村”名录的江苏省宿迁市东风村,其2013年的人均年收入将近3万元,高于全省农村人均收入119%,甚至与同期昆山市农民人均年收入相当,而同期宿迁市农村人均年收入仅为1万元左右。毋庸置疑,农村电商已经成为“淘宝村”居民增加收入的重要来源和发家致富的“法宝”,这在一定程度上形成了新的贫富差距。因此,如何改变“淘宝村”自然生长状态,通过合理有效地引导,让农村电商发展成为农民普遍增收的途径,将是迫切需要解决的问题。

四、“淘宝村”何以可能——从“野蛮生长”到“有序发展”

无论是作为乡村重构的一种方式,还是新的地域生产力结构,“淘宝村”的出现与发展已然成为一个“社会事实”。相对于传统乡村而言,“淘宝村”具有更多的现代性特征,也有着现代性所具有的不可预知的风险性。但是从现代性视角来看,“淘宝村”有着自身发展与演变的规律性。把握这一规律性既需要顺应内在规律,又需要一定外力的主动性介入,实现“淘宝村”从“野蛮性生长”到“有序性发展”的转变。

农业现代化的前提是农业生产人口的减少,就是要通过农业生产的规模化经营来实现大部分农业人口转向非农业生产领域。就目前来看,绝大部分的“淘宝村”扮演的角色还只是“中国制造”的“代工厂”,进行的是简单的半成品和成品的加工制造,并没有真正地延伸到农业的生产领域。这一问题的解决迫切需要国家和政府层面的积极介入,进行从制度设计到政策引导的“合法性”与“合理性”实践。一个典型意义上的“淘宝村”或“淘宝镇”应该至少具备5个要素:合理的非农产业与就业体系、紧缩集约型土地开发与综合利用、现代信息化的生活服务设施体系、历史集体记忆的传承与保护和生态循环型乡村社会发展系统。具体来说,就是要制订一批国家、省市层面有关“淘宝村”和“淘宝镇”的法律、导则、细则和管理条例,这些法规条例应该具有分类、分层和跨区域的指导意义。鼓励和引导地方在遵循总体制度设计的前提下,创造地方性、特色性和多类型的“淘宝村”发展模式。

建构“中心城市—小城镇—淘宝村”地域性产业价值链与生产力分工体系。从地域生产力结构来



注:数据根据阿里研究院提供的数据整理而得。

图1 2014年全国211个“淘宝村”数量分布情况

看,“淘宝村”并不是孤立地存在而是处在一个城市系统之中。中国的中小城镇和乡村地区不足以承担现代化功能的主要原因是中小城镇和乡村地区长期被排斥在大城市地域生产力结构之外,不能有效参与大城市的产业分工和要素流通。正如西方学者所言:“大城市正在迅速变成普遍形式,而占支配地位的经济是大都市经济,在这种经济系统中,一切经济活动主体都免不了与大城市保持密切联系”^[14]。“不论是发达的西欧国家,还是新兴的亚洲工业国家,在其发展过程中城市与乡村、工业与农业都是全方位互动的……城市和乡村整合为一个系统”^[15]。简言之,只有当“淘宝村”与周边的中小城镇保持联系并参与产业分工时,才能获得合理的发展能量。“淘宝村”应该在地域经济结构中成为区域空间产业链的重要一环,其主要的实现方式就是建构特色“淘宝村”或“淘宝镇”,推广“一村一品”“一镇一品”的发展模式。但是,并不是每个“淘宝村”都要去做鞋、袜和板材等这类工业成品和半成品的加工或生产,而应该重点鼓励农业及文化创意相关产业的品牌化发展。如日本南部的落后农业县熊本县,以一只笨拙的熊作为吉祥物打造区域文化创意产品,仅仅两年就为全县带来了12亿美元的经济效益,走出了传统农业县特色化转型路径,树立了区域性的品牌价值。因此,“淘宝村”需要借助互联网的技术条件,跳出城乡经济关系中的附庸地位,通过自身的特色文化优势和产业优势直接介入到城市经济关系结构中,进而在地域性生产力结构中占据重要一环。

从某种意义上讲,“淘宝村”的兴起与发展是互联网技术背景下中国农民自发式的乡村建设运动,是自下而上的地方自觉。在这场地方自觉性运动中,“淘宝村”为带动乡村“就业本地化”、城乡消费无差别化和产业“在线化”提供了新路,传统农业生产和生活方式通过互联网被“嵌入”到城市生活中,形成乡村与城市之间的良性互动。这种互动具有典型的乡村城镇化意义,正如地理学家杰斐逊(M. Jefferson)所言:“乡村与城市是一回事,而不是两回事,如果说一个比另一个重要,那就是自然环境,而不是人工在上面的堆砌”。因此,在一定意义上,乡村城镇化是指乡村地区在城市化的扩张过程中出现的有序退缩,这一过程并不是要把农村变成城市,而只是实现乡村社会生活的现代化。建立在互联网条件基础上的“淘宝村”具有这样的优势,它正在悄然改变着传统的小农乡村经济结构。从传统乡村到“全球乡村”、从自给自足的小农经济到网络互联的“无农”社区、从传统的乡土情结到工商市场精神、从熟人社会关系到陌生人关系,“淘宝村”引起的传统农民和村落的“终结”必然是一个过程,这期间既有摆脱小农束缚和过上现代生活的赞歌,也有个体和集体记忆消失的忧虑。然而,无论如何,全球化时代背景下,每一个个体和成员都无法“独善其身”,而必须主动迎接挑战,以“淘宝村”为代表的当代中国农民的“地方自觉”行为,也许恰是中国深入参与全球化进程的最好注脚。

参 考 文 献

- [1] 赫茨勒.世界人口的危机[M].何新,译.北京:商务印书馆,1963:49.
- [2] 塞缪尔·亨廷顿.变化社会中的政治秩序[M].王冠华,刘为,译.上海:三联出版社,1989:66.
- [3] 马克思.恩格斯.德意志意识形态[M].北京:人民出版社,1960:24-25,160.
- [4] 曼纽尔·卡斯泰尔斯.网络社会的崛起[M].北京:社会科学文献出版社,2006:372-373.
- [5] 埃弗里特·M·罗古斯,拉伯尔·J·伯德格.乡村社会的变迁[M].杭州:浙江人民出版社,1988:12.
- [6] 张传泉.城乡一体化背景下农民市民化路径探析[J].华中农业大学学报(社会科学版),2014(5):99-102.
- [7] 施坚雅.中国农村的市场和社会结构[M].史建云,徐秀丽,译.北京:中国社会科学出版社,1998.
- [8] 杜赞奇.文化、权力与国家[M].王福明,译.南京:江苏人民出版社,2003.
- [9] 马歇尔.经济学原理[M].朱智泰,译.北京:商务印书馆,1997:181-286.
- [10] 费孝通.乡土中国[M].北京:三联书店,1985.
- [11] 韦伯.儒教与道教[M].洪天富,译.南京:江苏人民出版社,1997:161-274.
- [12] 哈贝马斯.合法化危机[M].刘北成,译.台北:桂冠图书股份有限公司,2001:78.
- [13] 刘易斯.发展计划:经济政策的本质[M].北京:北京经济学院出版社,1988:78.
- [14] 芒福德.城市发展史——起源、演变和前景[M].宋俊岭,倪文彦,译.北京:中国建筑工业出版社,2005:538.
- [15] 赵新平,周一星,曹广忠.小城镇重点战略与实践误区[J].城市规划,2002(10):39.