

JIS

第2卷
2023
第4期

第2卷
2023
第4期

智能社会研究

Journal of Intelligent Society

中华人民共和国工业和信息化部主管

哈尔滨工程大学主办

智能社会研究

Journal of Intelligent Society

中华人民共和国工业和信息化部主管



杂志公众号二维码
官网网址 www.jis.ac.cn



ISSN 2097-2091

9 772097 209239

定价: 45.00 元

ZHINENG SHEHUI YANJIU

目 次

智能社会与人口研究专题

国外智慧养老发展现状及其启示 闫 萍 王娟芬 陈知知(1)

基于区块链的养老“时间银行”机制研究和设计 殷沈琴(19)

我国智慧养老产业政策梳理、应用场景、面临挑战及其对策

..... 彭青云 张俊玲 洪焕森(37)

信息化背景下城市失能老人居家养老照护资源整合研究

..... 杜声红 宫佳宁 赵艺阳(55)

数字“疗郁”:数字融入对老年人抑郁状况的影响

..... 张月云 李 奇 朱凤霞(71)

智能社会与老龄人口研究领域的文献与展望

——基于 CiteSpace 文献计量软件的研究

..... 李春华 邹凌峰 吴梓涵(93)

研究报告

5G 赋能零售业的发展现状及路径简析

..... 张彦坤 李家胜 彭建真 马文蕾(107)

译 文

何为数字民族志中的民族志性

——一个社会学视角 彼得·福伯格 克莉丝汀·希尔特 著

倪燕萍 丁 旂 译(122)

交际中人工智能对语言和社会关系的影响

..... 杰斯·海恩斯坦 勒内·克孜尔切克

多米尼克·迪弗朗佐 等著 李寒秋 陈典涵 译(158)

书 评

乡村电商发展中的国家—市场合力

——评《沙集模式 15 年：信息化时代中国农民网商的生产生活》

..... 林禹津(177)

反思人工智能的愿景、神话与未来

——评《人工智能地图集：人工智能的权力、政治和全球代价》

..... 曹立坤 茅泓锴(192)

访 谈

在科学与社会的舞台上

——斯蒂芬·希尔加德纳教授访谈录

..... 斯蒂芬·希尔加德纳 贺久恒(207)

CONTENTS

SPECIAL TOPICS ON INTELLIGENT SOCIETY AND POPULATION RE- SEARCH

The Current Situation and Implications of Overseas Smart Elderly Care Development	Yan Ping, Wang Juanfen, Chen Zhizhi(1)
Research and Design on the Mechanism of Time Banks for the Elderly Based on Blockchain	Yin Shenqin(19)
China's Smart Elderly Care Industry Policy Review, Application Scenarios, Challenges and Countermeasures	Peng Qingyun, Zhang Junling, Hong Huansen(37)
Research on the Integration of Home-Based Elderly Care Resources for Urban Disabled Elderly under the Background of Informatization	Du Shenghong, Gong Jianing, Zhao Yiyang(55)
Digital “Therapy”: The Impact of Digital Inclusion on Depression in the Elderly	Zhang Yueyun, Li Qi, Zhu Fengxia(71)
Research and Prospects on Smart Society and Aging Society Literature: Based on CiteSpace Software Study	Li Chunhua, Zou Lingfeng, Wu Zihan(93)

RESEARCH REPORT

A Brief Analysis of the Development Status and Path of 5G-Enabled Retail Industry	Zhang Yankun, Li Jiasheng, Peng Jianzhen, Ma Wenlei(107)
--	--

TRANSLATED TEXT

What Is Ethnographic about Digital Ethnography? A Sociological Perspective

..... written by P. Forberg, K. Schilt; trans. by Ni Yanping, Ding Yi(122)

Artificial Intelligence in Communication Impacts Language and Social Relationships

..... written by J. Hohenstein, R. Kizilcec, D. DiFranzo et al. ;

trans. by Li Hanqiu, Chen Dianhan(158)

BOOK REVIEW

Country-Market Synergy in the Development of Rural E-Commerce: Comment on 15

Years of Shaji Model: The Production and Life of Chinese Peasants' Online Business-

men in the Information Age Lin Yujin(177)

The Promise, Myth and Future of Artificial Intelligence: A Book Review for *Atlas of AI:*

Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence

..... Cao Likun, Mao Hongkai(192)

INTERVIEW

On the Stage of Science and Society: Interview with Professor Stephen Hilgartner

..... Stephen Hilgartner, He Jiuheng(207)

乡村电商发展中的国家—市场合力

——评《沙集模式 15 年：信息化时代中国 农民网商的生产生活》

林禹津*

摘要：《沙集模式 15 年：信息化时代中国农民网商的生产生活》一书通过对沙集镇电商发展历程的全过程考察，总结了信息化给农村居民生产生活带来的变化，深入探讨了电商在农村茁壮成长的原因。该书作者作为一位实务工作者，既重视市场中极富创新力的市场个体和农村企业家，也理解政府对地方产业发展与市场培育所起的关键作用，并提出政府、网商平台与新农人构成的三方合力框架。该书从国家—市场合力的角度对政商关系与产业发展的宝贵价值进行了提炼，本文将对此进行相应的阐释与评论。

关键词：电商 政商关系 国家—市场合力

一、导言

自从电商作为一种新型商业模式在中国快速兴起后，“淘宝村”便在农村地区如雨后春笋般涌现。但是，也有不少县域仍以传统商业模式为主，当地的农产品交易电商化尚未普及。众多社会科学学者与实务工作者一直在思考一个乡村电商发展的问题：为什么有些地方的乡村电商发展势头如火如荼，强有力地带动了当地与周边地区的产业振兴和经济发展，而有些地方的乡村电商却始终无法摆脱困境，遭遇产品上行困难的瓶颈？为了回答这个问题，我们不仅要理解电商的兴起与发展，更要关注县乡社会中的国家与市场

* 林禹津，中山大学政治与公共事务管理学院。

关系,思考这一变量对乡村电商发展的影响。

在《沙集模式 15 年:信息化时代中国农民网商的生产生活》一书中,作者根据长期从事农村电商工作的经历,描绘和梳理了睢宁县沙集镇的电商、家具生产服务体系、当地从业农民在 15 年间的发展与转变历程,总结了沙集镇电商发展的宝贵经验(陈良,2021)。该书中翔实的乡村电商发展细节与长达 15 年的纵向时间跨度为社会科学研究者提供了宝贵的研究案例,更为重要的则是作者从一个实务工作者的视角出发,为读者观察乡村电商发展中的国家—市场关系提供了一个机会。下面,本文就从国家—市场关系的角度来回顾与评论该书的价值与意义。

二、沙集镇电商的发展脉络

沙集镇的电商发展历程不仅是信息化对农村生产生活的重塑与改造,更隐含着国家—市场合力的形成与变化:一方面,作者详细描绘了电商经济在政治、经济、文化、生产关系和社会关系各方面给网商、农民、农村带来的变化,并指出信息化是中国农村市场经济与生产生活变化背后的根本力量;另一方面,仔细阅读作者描写沙集镇电商发展的各种细节,不难发现其字里行间隐藏着一个重要角色——政府。诚然,新技术、新工具与人们的既有知识相结合,在沙集镇形成了信息化时代“前店后厂”的生产销售体系,但这种自下而上的社会创新或许可以解释电商为何在一个地区萌发,却不能解释为何电商能够在沙集镇茁壮成长。在电商与产业发展的历程中,当地政府对新事物的扶持、监管都是必要且有利的。当我们带着国家—市场关系的视角回到该书,就可以梳理出沙集镇电商发展历程的明线与暗线。

(一) 明线:沙集模式 15 年的发展历程

在第一、二章,作者描述了沙集镇的地理环境、传统产业与经济发展水平。尽管沙集镇处于两河(京杭大运河与淮河)、两路(京沪铁路与陇海铁路)、两城(徐州市与宿迁市)之间,地理位置较为优越,但在农耕文明时代,黄河水患与土

地盐碱化导致这片土地成为江苏省最贫困的地区之一。求变和求新是贫穷地区寻求生存的必然选择,吃苦耐劳则是沙集人的精神内核,这种精神面貌使得沙集镇更容易接纳外来的变革力量。在信息化与电商时代来临之前,沙集镇至少经历了两次经济转型:第一次是在纯农业种植时代率先发展家庭副业;第二次是在农副业并举时代追随乡镇企业的潮流发展起加工业。到了农村电商全面兴起的前夕,沙集镇的经济结构已经不再以农业和农副业为主,以装饰装修业、砖瓦业、废旧品回收加工业为代表的第二产业逐渐成为当地的产业主体。它们不仅为当地村民带来财富,更促成了家族式生产经营模式的形成与发展,为后续的电商式“前店后厂”生产销售模式积累了经验。

乡村熟人社会为沙集镇的经济转变提供了基础动力,也孕育了工业化初始阶段的家族式生产经营模式。在第一个“吃螃蟹的人”触发新产业后,熟人社会为模仿与创新的涌现提供了有利社会环境(邱泽奇、张樹沁、刘世定等,2016;邱泽奇、黄诗曼,2021)。事实上,装饰装修业、砖瓦业、废旧品回收加工业都不是沙集镇首创或独有的产业:装饰装修业的发展始于到黑龙江大庆从事装潢的沙集镇陆元村一户王姓人家,他们习得这门手艺后回到家乡自己干,由此使这个产业得以兴起;砖瓦业则开始于更为常见的村办或社办工业,乡村领导认为砖瓦市场前景好,抓住市场化契机,在当地新建了一批砖瓦厂;至于废旧品回收加工业,则是沙集人从隔壁的耿车镇学来的经济活动。

当村民意识到这些新的生产经营模式可以带来不错的收益时,他们就会利用社会关系去学习、模仿相应的生产知识,以“传帮带”的形式在各家各户扩散,一个产业就这样发展起来了。此外,熟人社会带来的模仿与创新还表现为产业链上下游的拓展,熟人社会与血缘关系为加工业提供了低成本的劳动力。装饰装修业和废旧品回收加工业的产业链条较长,需要大量劳动力参与,且入门门槛和技术要求都比较低。家庭或家族成员,无论男女老少都可以在其中找到适合的工种。这一过程既压低了人工成本,提高了竞争力,又可以快速在当地铺开产业,形成规模优势。随着这一产业进一步的发展,当地农户会向产业下游市场拓展。以废旧品加工回收业为例,农户会依靠熟人社会关系,了解和感知大市场的动向与需求。熟人社会关系网络触发集体发

明和推动产业发展的过程,与后来的电商发展历程极为相似。在时机到来前,沙集镇就已经做好了准备。

电商服务体系是指为线下生产制造提供销售、运营、金融、物流等基础和增值服务的生态链体系。在作者看来,沙集镇的电商服务体系涉及九个方面:网店开设、原材料供应、店铺运营服务、企业增值服务、物流快递服务、电信运营、金融服务、平台商家、消费。网店开设、原材料供应与物流快递服务是电商起步过程中不可或缺的环节,其他环节的重要性则随着电商产业的壮大而逐渐凸显。

在网店开设环节,沙集镇的村民先去已形成一定规模的网店担任客服人员,学习网店开设与运营的整个流程。这些形成一定规模的网店一般属于还没有形成严格分工的小微企业,这让进入客服行业的村民非常容易了解到网店的整体服务过程。在两三个月的工作后,这些村民就会返回家中自己开店。由于亲和力与体力上的差异,电商行业也形成了独有的男女分工——女性主要负责网店运营与客服工作,男性则负责生产、运输等体力活。

在原材料供应方面,沙集镇优越的交通区位发挥了极大的优势。家具生产的原材料主要是实木与板材,沙集镇南面的江苏太仓港和北面的山东临沂板材市场正好可以提供充足的原料。

在店铺运营服务方面,网店装修、网店设计、视觉设计、优化推广是其中重要的服务内容。例如,商品效果图是客户在网上对商品的第一印象,很大程度上决定了客户是否会继续了解商品的详细信息。因此,一套电商产品摄影不仅要准确无误地反映出商品的颜色、尺寸、材质等,还要根据营销团队的优化设计,将商品的摄影置于合适的环境,优化顾客视觉体验,提升顾客购买欲望。

在物流快递服务方面,沙集镇的家具物流最初主要依靠中国邮政下属的EMS,随着发货量逐渐增大,很多物流公司开始进入沙集镇,设立本地“集配网店”。电商基础服务的完善为沙集镇电商发展提供了有利条件,也进一步催生了当地家具生产体系的发展。

该书第四章着重讲述了沙集镇电商家具生产体系经历的三个阶段——

家庭制、企业制和产业链制。

家庭作坊式生产模式是沙集镇原有加工业发展的产物,这种生产模式在初期基本可以满足电商引入的市场需求,但随着线上市场交易的快速兴起,原有的生产效率和生产质量迫切需要进一步提升。为了满足产能需求,更大的投资是必不可少的,但是小镇资源的稀缺成为产能扩大的最大阻碍。在这种情况下,政府的扶持和社会关系网络成为资源获取的两大途径,为生产资金的筹集和生产空间的分配提供了便利。然而,更具深远影响的转变在于生产组织的演变与进化。规模的扩大意味着更多工人的加入,负责生产加工和后勤保障的家庭长辈逐渐变为生产管理者,制定生产作息时间、生产工序安排等基本规则。沙集镇人通过学习工业组织制度的方式,使家庭作坊式生产模式向企业式生产模式转变,机械化生产工具的引入则进一步推动了生产管理制度和生产标准制度在沙集镇各个工厂的建立。

在企业制阶段,原本的生产车间与工厂逐渐从村民各自的院落内搬出来,集中进入村镇工业集中区,改变了生产、仓储、居住三合一的情况,这是生产管理制度的建立和落实的重要前提。这种转变发生的原因主要有两方面:第一,随着生产规模的扩大,原有的院落空间已经不能满足生产需求,建设专门厂房是提高家具生产效率的必然要求;第二,政府在安全生产检查、劳动保障、产品质量标准方面加大检查力度,在村镇工业用地供给方面提供支持,在工厂现场管理方面提供专业培训。市场与国家一推一拉的两股力量,迅速推动了沙集镇的工业化进程,这又反过来为电商的发展提供了更加坚实的产业基础。

随着产业分工的进一步细化,沙集镇的家具生产体系进入第三个阶段即产业链制时期,生产企业搬入更加现代化的工业园区。但是,环保检查滞后、品牌建设滞后、企业创新不足、迎检准备匮乏、高级人才匮乏是沙集镇家具产业面临的挑战。沙集镇的家具制造业可能面临“高不成低不就”的困境,这种困境或许源于沙集镇地域禀赋的限制。在没有大规模资本、高素质人才聚集的情况下,想要把竞争激烈的家具产业推向更高级的“智造”阶段,确实是极为困难的事情。沙集镇或许应找准自己在大市场中的定位,集中有限的资源

发力于小而精、专且特的制造产业。

（二）暗线：政府对沙集电商的推动作用

在轰轰烈烈的沙集镇电商化历程中，“白手起家”的返乡村民、“洗脚离田”的务工农民是走在时代前列的弄潮儿，沙集镇的发展离不开他们的“闯”与“创”。在他们背后，县、镇两级政府并没有过度地做规划、下指标、树典型，也没有完全置之不理做无所事事的“守夜人”，而是顺势而为，帮助企业解决实际问题，为产业发展扫除障碍。

政府对电商服务体系的支持，可以归纳为协调和处理公共矛盾、引入资源、提升公共服务与基础设施供给三个方面。

首先，沙集镇电商服务体系在发展过程中，不止一次爆发过大范围的群体性事件，政府作为公共权力的行使者，自然而然地成了矛盾和纠纷的仲裁者。2012年，沙集镇许多网商的产品图片在同一天被下架，起因是当地的“赢天下”专利公司在当地网商知识产权意识淡薄的情况下，抢先注册商标、外观专利600多件。在初步谈判后，“赢天下”专利公司提出，每件产品需要按照交货价支付5%的专利费。这一谈判结果是众多当地网商无法接受的，他们开始报警、上访，寻求政府的调解。沙集镇电商办以高于专利申请费用1.5倍的价款统一收购“抢注”的知识产权，再免费提供给当地网商使用。在同一年，物流运输环节也出现了类似的矛盾。当年春节之后，某家物流企业率先发布涨价公告，沙集镇其余物流公司迅速跟进。沙集镇众多板式家具对占总成本四成的物流费用非常敏感，较大的上涨幅度让网商几乎无利可图，于是上访的一幕在沙集镇再次上演。沙集镇政府鼓励网商成立行业协会，以行业协会为对话主体，又为电商行业与物流行业搭建协商平台，推动双方理性有序地解决分歧。

其次，沙集镇政府选择在恰当的时机为当地电商引入关键资源。2015年前后，电商家具企业亟须开展企业体系认证、产品质检等标准化活动，但当地的企业负责人和员工的综合素质与实际需求差距明显。沙集镇政府主动与中国人民大学、西安交通大学、中国矿业大学等高等院校建立合作关系，把沙集镇作为高校的暑假实习基地或MBA实践基地，为当地的产业发展提供智

力支持。在金融服务方面,为了满足产业发展后激增的金融服务需求,沙集镇政府又牵头各类银行金融机构与网商洽谈,直接对接网商需求。多个银行先后在小小的沙集镇设立服务分支机构,满足了市场主体的融资需求。

最后,政府还适时提升当地公共服务与基础设施供给水平。2011年初,县政府出资将横穿沙集镇的徐淮路进行硬化、亮化、绿化改造并增设电商文化宣传。道路升级改造以后,很快成为电商服务企业的聚集地。随着当地产业的发展,沙集镇逐步对村庄和村镇工业集中区进行升级改造,提升当地居民的生产生活水平。城镇化发展缩小了沙集镇与大中型城市的生活水平差距,避免了空心化窘境。目前,沙集镇已经获得国家“新型城镇化试点镇”、江苏省“首批特色小镇”、徐州市“中心镇”等多层级政策支持,各级政策对沙集镇的金融、土地等资源要素的支持力度都是前所未有的。把资源利用好,让沙集镇的城镇化与产业发展形成相互促进、相互支撑的良好局面,是沙集镇政府最迫切的任务。

政府对电商家具产业的态度则可以分为三个主要阶段:自发生长阶段、扶持推动阶段、规范监管阶段。在这三个阶段,政府分别对电商家具制造产业的发展采取了不同的措施和态度,为产业的发展起到了积极作用。

首先,2006—2010年,沙集镇政府与电商的关系可以被界定为自发生长阶段。这一时期的沙集镇政府并没有采取过多的干预,而是专注于营造有利于电商发展的社会氛围,并包容某些出格行为。在电商发展的社会氛围方面,政府需要为电商的发展站台和背书。一方面,沙集镇所处的农村地区对新事物的接受能力和学习能力要比城市地区弱,许多中老年村民并不理解电商的意义和价值,更不明白它能给沙集镇带来更好的生活;另一方面,许多家庭的长辈对网络存在偏见与误解,很容易将电商与沉迷网络游戏联系起来,反对或阻止家里的年轻人回家“上网做生意”。政府为了改变这种刻板印象,通过村内标语、乡村广播、新兴媒体等渠道,大力宣传电商知识与电商创业致富的故事,这种宣传一直延续至今。许多村两委成员也加入到网络交易中,对村民接纳与学习电商起到了很好的带头作用。此外,由于工厂与生产车间数量快速增长,沙集镇成为全省违法用地面积增长最快的地区。但政府在这

一时期并没有过多开展集中整治或行政执法,而是采取了包容的态度,这对当地家具产业的早期发展起到了非常关键的作用。

其次,2010—2013年,政府与网商的关系进入扶持推动阶段,电商家具产业的快速发展导致生产供给远远满足不了市场需求,网商亟须通过增加资源投入来扩大生产规模、提高生产效率。2010—2012年,沙集镇政府通过各种渠道筹集了扶持资金共计1.68亿元,专门用于推进保障电商发展的各种基础设施建设,规划和建设工业园区,并成立了电商服务机构电商办。政府干预以大规模扶持的形式展开,有力推动了这一时期电商的发展。

最后,2013—2020年,沙集镇的政商关系进入了规范监管阶段。政府对电商产业产供销各个环节的安全生产、环境保护、劳动保障提出了规范化的监管要求。一方面,制定产品标准是监管执法的依据和前提。2016年,睢宁县政府以睢宁家具协会的名义向江苏省质监主管部门申报了相关“企业标准”,为监管执法提供了依据;2018年3月揭牌启用的“检测检验国家级实验室”则为电商家具执法提供了技术数据支撑。另一方面,监管执法需要有相应的体制机制保障。在这方面,地方政府展现出创新活力,在沙集镇成立了江苏省首个电商监管分局,下设执法检查、投诉处理处罚、品牌标准培育等科室。鉴于电商跨地域的特点,睢宁县电商管理分局、杭州市余杭市场监督管理局、阿里巴巴平台治理部形成三方跨省网络市场执法协查合作机制,提高了监管执法的有效性和权威性。

三、理解乡村电商发展中的“各界合力”

在电商快速兴起的十余年间,数以百计的“淘宝村”“电商小镇”在国家与市场的合力下建立起来。相关研究报告通过统计和总结全国范围内各种类型的县域电商,归纳出七种县域电商驱动模式(淘宝大学、阿里研究院,2016)。值得注意的是,包括该书在内的许多研究,都暗示了国家自上而下对电商给予有力的扶持与自下而上的社会创新是乡村电商成功的重要原因。然而,关于“合力”如何形成、如何选择电商不同发展阶段的“发力”时机等问

题,还有待进一步探讨。笔者将从信息化时代的乡村市场与乡村电商背后的政府两个方面展开讨论。

(一) 信息化时代的乡村市场

在信息化时代,信息技术的快速发展推动着商业模式的更新迭代,形成互联网经济的创新与扩散。在过去 20 多年中,中国的信息化与互联网经历了一个飞速发展的时期,以信息技术为依托的市场交易行为也经历了多次变化。笔者认为,农村电商的发展大致可以划分为五个阶段:信息服务阶段、在线交易阶段、服务体系阶段、内容直播阶段和智能电商阶段。

首先是信息服务阶段,在 2010 年之前的互联网普及时期,互联网的传播功能最先被市场主体和政府部门所关注。他们利用这一功能来发布农产品售卖信息,宣传农产品的质量与价格优势,被动接受潜在买家的咨询。2010 年后,淘宝电商的异军突起宣告在线交易阶段的到来。在一些具备一定产业基础和创新精神的农村地区,依赖线上销售的加工业市场主体快速发展,成为信息化时代乡村市场的弄潮儿。尽管这一时期市场的野蛮生长招致不少诟病,但它推动了不少农村地区的工业化与城镇化,这也是许多农村从电商收获第一桶金的时期。

当时间来到 2015 年时,中央政府期望通过推动农村地区的产业链服务体系建设来带动电商在全国农村地区的发展,农村电商进入服务体系阶段。政府瞄准的是农村商品流通中劳动者素质、物流运输、冷链配送、信息追溯和市场营销等方面存在的问题,随着政策落实与地方经济的发展,这些问题将逐步得到解决。2019 年即直播电商元年的到来,使农村电商与城市电商几乎站在同一起跑线上,农村与城市同时进入内容直播阶段。对于直播电商而言,直播的内容是获得流量关注、影响总成交额的关键因素。面对消费能力更强、可支配收入更高的城市消费者,农村的农产品直播可以借助更具特色和更多样化的直播场景,比城市零售商更有效地吸引消费者。

展望未来,以农村数字新基建为支撑的智能电商阶段呼之欲出。众多平台竭力收集用户数据,刻画用户画像,为每一个潜在消费者推荐他们更感兴

趣的电商直播,挖掘他们潜在的消费需求,基于用户行为分析开展营销活动。同时,更加完善的电商服务体系将产自农村田间地头的产品快速运输到主要消费市场周围的仓储点,以缩短从下单到送达的时间间隔,提升用户的消费体验。总而言之,交易电商化是信息化时代乡村市场的主基调,随着信息技术的成熟应用,其更新迭代的周期也更短。在这种情况下,某一地区如果能够领先周期应用新模式,就能够进入信息技术应用的红利期。

从商业竞争的视角看,身处农村地区的创业者如果能够准确预测市场的发展趋势,结合当地资源优势,找准自身在未来产业链中的定位,就很有可能抓住营利的机会。以沙集镇为例,孙寒、陈雷和夏凯是最早发现电商商机并在镇上开办网店的合伙人。被称为沙集镇家具电商“三剑客”的他们,率先在大城市接触到网络、电商、网店运营等新兴商业运营方式,并敏锐地意识到线上店铺可以极大地减少开店成本。这些积极引入新兴经营模式、寻求创新与突破的小镇青年具有相当的企业家精神,尽管他们的身上重叠着多重角色与身份,但并不妨碍他们作为企业家去实现生产的产业化发展(Szelenyi, 1988)。在经历过售卖其他商品的尝试后,孙寒和陈雷最终意识到了应该结合沙集镇的产业基础和原材料供应的便捷优势,仿制从上海家居馆学来的简约家具,开创了当地最早的家具制造企业。

(二) 乡村电商背后的政府

在沙集镇这个鲜活的例子中,政府与市场主体的有效合力是促成全县电商产业快速发展的重要原因。《沙集模式 15 年:信息化时代中国农民网商的生产生活》一书认为,政府的领导力、新兴网络的市场力、新农人的创造力是沙集镇和周边地区在生产生活和生态领域取得有效发展的重要动力。但笔者则认为,在多主体共同参与的情况下,发力时机与是否形成合力则是更为重要的因素。

首先,在快速演变的电商市场中,地方政府如果能够抓住短暂的红利期,采取顺应市场发展趋势的政策措施或商业经营策略,就更有可能会推动当地产业的发展。2006 年,电商产业就已经自发地在沙集镇“野蛮”发展起来。在这

一过程中,许多担任基层自治组织的负责人与工作人员逐渐从旁观者变为参与者。由于基层治理组织与基层政府联系紧密,这些作为网商的村干部自然而然地成为政府与市场两股力量的沟通桥梁。网商产业发展初期遇到的许多困难,都是通过具备双重身份的人员向政府反馈的。2010年前后,县、镇两级政府开始注意到电商的发展潜力和它对于农民增收的显著效果,县级政府领导干部开始到沙集镇调研产业发展情况。随后,县级层面组建了“电商办”作为专班力量来负责与市场主体沟通,建立了从了解市场主体需求、决策到执行的行政机制。例如,政府与市场主体组成的多个行业协会建立密切沟通,根据电商企业的需求反馈,组织了体系完整、门类齐全、结构合理的电商培训活动。在相关培训结束后,沙集镇网商的从业者从年轻人扩展到老中青三代,家庭式作坊成为沙集镇最主要的生产经营模式,直接推动了整个产业的规模化发展。此外,政府还根据市场主体建议,通过提供公共服务、优化营商环境、开展政府营销、落实市场监管等方式为当地的产业发展保驾护航。在电商市场由“蓝海”逐渐变为“红海”之前,政府抓住电商市场进入门槛低的时机出台产业促进政策,与蓬勃发展的当地市场力量形成合力。合力的形成依赖市场主体与政府领导的沟通协调,具备双重身份的村干部在最初发挥了这种协调作用。随着产业的壮大,上级政府领导注意到市场力量的壮大,他们同样期待产业快速发展,主导建立起了解和解决市场主体发展困难的合作机制。

其次,政府部门之间应当形成促进电商产业发展的“合力”。2011年底,在没有编制支持的情况下,睢宁县政府在沙集镇设立了电商产业园管理委员会,采取县领导组织、各部门联席会议的工作方式,从各相关部门抽调业务骨干负责园区建设统筹、项目引进、入园企业服务等工作。虽然这个综合协调临时机构很快被“电商办”取代,但却标志着政府专班力量承担扶持电商产业的职责从此开始。2012年初,县政府在当地成立了“电商办”,负责全县电商产业的规划指导、综合协调、政策落实、考核监督等工作。其中,将电商产业发展的各种指标纳入考核项目,是真正调动政府各个条块的根本原因。“指挥棒”的指向让各级政府意识到县领导对电商产业的重视,并将促进电商产业发展作为重要工作内容。“心往一处想,劲往一处使”,目标考核责任制促

成了政府各部门“合力”的形成。当然,这一切的前提是县领导能够清晰而准确地认识到电商对当地经济、社会发展的潜在价值。

再次,不同市场主体之间也在形成“合力”。大型企业有机嵌入乡村原有产业中,可以推动县域经济发展出新的产业链主体,这是实现乡村振兴和不同经济主体在产业链不同环节上合作共赢的重要机制(吕鹏、傅凡,2022)。阿里巴巴利用沙集镇原有的产业基础,将沙集镇打造为一个农村淘宝电商的榜样,在很大程度上促进了当地电商家具作为新产业的形成与规模化发展。

第一,大型电商平台企业最重要的作用是降低产品的入市成本,淘宝网极低的入驻门槛可以充分促进乡村产品发挥低成本的竞争优势。低门槛刺激了返乡年轻人开办网店,并利用家庭手工业积累的原始资本发展家具制造业。家中的长辈凭借多年从事其他加工产业而获得的资金积蓄、人脉关系和生产管理经验,可以解决部分产业发展初期的问题。

第二,当地网商在经过一段时间的发展后,显著多于周边地区的活跃卖家和快速增长的网店数引起了阿里巴巴的重视,阿里巴巴决定将2010年“全球网商”第七届大会的“全球网商最佳沃土奖”颁发给沙集镇。类似的措施还有在徐州市(沙集镇所在地级市)建立淘宝大学和沙集学院,阿里研究院组织“沙集模式”研讨会并出版相关研究书籍。尽管阿里巴巴没有直接投入资源支持沙集镇,但这一举措引来媒体、智库对小镇的关注,进一步深刻地改变了乡间村民与政府领导对电商的看法,间接地为沙集镇吸引了产业升级所需的资源。媒体和学术界对“沙集模式”的宣传引起了政府领导的重视,许多领导到沙集调研可供复制推广的经验。上级领导视察和高规格媒体报道提高了沙集镇的知名度,带来多级政府的资源倾斜和更多的市场投资。大型平台企业与小镇的众多网商形成“合力”,塑造了人们对新生事物的认知,为产业升级直接或间接吸引投资,让更多人投身于沙集电商产业的发展。

最后,政府积极的回应和引导是政府与市场能够形成“合力”的关键原因。在沙集镇,当地的政府领导和村镇干部都非常愿意亲临工厂车间或体验线上店铺,了解网商的“急”和“需”,并尽最大的努力来满足网商的需求。沙集镇在当时提出了一个工作思路——“缺什么补什么”。在这个过程中,县委

书记和县长的态度与表现非常重要,睢宁县委书记和县长都曾带头上网倾听民意:一方面,县主要领导在网络上听民意、解民忧,可以迅速把民众的注意力吸引到网络上,在移动互联网深入普及时期,使更多人注意到互联网的兴起并参与到线上市场交易中来;另一方面,县主要领导的姿态直接作用于县、镇各级干部的注意力分配上,各种资源被调动起来用于解决市场主体面临的迫切问题。其中,最直接的莫过于资金的投入,县、镇各部门的“私房钱”在上级的调动下整合成为投资基础设施的资金,用于沙集镇和周边地区通宽带、架设动力电、铺设道路、修补桥梁等工程建设。在帮助市场主体和产业发展方面,许多地方政府还非常注重宣传当地商品,开展线上线下营销活动。政府在参与电商商品推介的过程中,更多地扮演了一个中介者的角色。政府致力于为本地市场主体寻找更多的市场机会,利用公共部门的公信力与市场投资,提高区域特色产品的识别度与吸引力,从而提高和维持本地商品的销售量(Kavaratzis & Ashworth, 2006)。而且,政府推介活动不同于以获得目标群体对相关公共政策的接纳和支持而进行的公共产品规划、设计和营销活动,后者属于新公共管理理论提出的“政府营销”,政府是落实公共政策的行动者(Kotler & Gertner, 2002)。

四、讨论与展望

尽管该书并非一本典型的学术著作,但它对乡村电商的研究仍具有重要的意义与价值。一方面,该书选取了一个成功案例,全面地展现了一个时间跨度达15年的县域电商产业发展历程,详细描述了政府与企业的行为。作者的特殊身份使他更为深入地了解政府组织的计划与行动,让读者全面地理解县域经济中政府这只“看得见的手”做了些什么。事实上,在产业政策实施过程中,国家常常面临着无效扶持的困境。一个县究竟依靠什么产业发展?需要在什么时机做出什么扶持?这些都需要深入而广泛的调查研究。因此,通过梳理长历时资料而形成的沙集镇成功案例就显得尤为可贵,这赋予了该书最为重要的价值。作者与读者可以通过分析这些连续性材料,从电商产业

和政商关系的阶段性演进中归纳出一定的特征与规律,寻找到实现乡村振兴与产业兴旺的可行路径。

另一方面,该书对电商产业宏观环境和发展趋势做出判断,直接揭示了沙集镇成功的原因之一是抓住了货架电商的红利期,启发我们关注电商红利差异。在数字化的浪潮中,电商的模式在快速地更新迭代,形成多个特征不同、各有红利期的阶段。作者从侧面描写了电商产业发展遇到的困难——电商平台企业的服务费日渐昂贵,货架电商的处境日渐艰难——这其实是电商产业的趋势变化及其后果。近年来,直播电商逐步取代货架电商,成为新的销售模式。当初抓住货架电商机遇的沙集镇企业能否抓住新的红利期,很大程度上决定了沙集模式的成功能否延续。由于政府对迅速变化的产业形势感知并不如市场主体敏锐,因此政府应该遵循市场规律,努力扶持企业抓住红利期,为电商产业发展尽可能地扫清障碍。在电商红利差异的背景下思考政府与市场主体的关系,能够更加全面地理解在推动数字产业发展过程中各自应当扮演的角色。

县域电商是数字经济与实体经济在县域深度融合的场景之一,在这一领域,国家—市场合力的形成既取决于县域中小企业的内部管理与数字化水平,更考验着县域政府的决策眼光与治理能力。对县域中小企业而言,它们的最初形态往往只是三四个人的初创团队或一家人的家庭作坊。随着一部分团队在市场竞争中胜出并不断壮大,企业管理水平的提升是他们面临的最迫切任务。管理水平的提升,可以确保企业拥有稳定的供应链、良好的品质、稳定的产出,最终形成较强的市场力量。这一点特别体现在县域农产品上行过程中:县域中小企业需要做好加工、包装、运营、营销等环节,使初级农产品转化为符合城市不同消费群体需求的商品,不断提升销售量和扩大市场规模(付伟,2019)。数字化、网络化和智能化直接作用在县域制造业与工业品上行过程中,有助于解决产业集群的信息汇集分析和生产调度协调等问题,提高制造业产业集群的生产效率;更为重要的是,可以帮助企业获得发展的红利期,实现乡村发展的弯道超车。

决策眼光与治理能力是县域政府两个非常重要的因素,它们决定了政府

是否能够有效而准确地规划和影响市场与产业的发展,让当地的社会经济发展事半功倍。一方面,决策眼光影响着政府的发力方向与时机;另一方面,治理能力更偏向于县域政府作为一个整体的组织是否能够有效地落实各种资源引入项目、产业扶持政策、服务优化措施。政策主体协同与政策工具协同有利于弥补相对落后地区企业的环境劣势,增强企业的自主创新能力,两者缺一不可(赵晶、迟旭、孙泽君,2022)。可以说,决策眼光决定了政府发力的方向,治理能力则决定了政府发力的力度。只有两者与县域中小企业构成的市场力量相契合,才能切实有效地全面推进县域数实融合发展,并在日益激烈的国内外竞争中拔得头筹,在全球产业链中占据一席之地。

参考文献

- 陈良,2021,《沙集模式 15 年:信息化时代中国农民网商的生产生活》,南京:江苏人民出版社。
- 付伟,2019,《乡土社会与产业扎根——脱贫攻坚背景下特色农业发展的社会学研究》,《北京工业大学学报》(社会科学版)第 5 期。
- 吕鹏、傅凡,2022,《资本的有机嵌入——以某农业产业扶贫项目为关键个案》,《学术月刊》第 7 期。
- 邱泽奇、黄诗曼,2021,《熟人社会、外部市场和乡村电商创业的模仿与创新》,《社会学研究》第 4 期。
- 邱泽奇、张樹沁、刘世定等,2016,《从数字鸿沟到红利差异——互联网资本的视角》,《中国社会科学》第 10 期。
- 淘宝大学、阿里研究院,2016,《互联网+县域:一本书读懂县域电商》,北京:电子工业出版社。
- 赵晶、迟旭、孙泽君,2022,《“协调统一”还是“各自为政”:政策协同对企业自主创新的影响》,《中国工业经济》第 8 期。
- Kavaratzis, M. & G. Ashworth 2006, “City Branding: An Effective Assertion of Identity or A Transitory Marketing Trick?” *Place Branding* 2.
- Kotler, P. & D. Gertner 2002, “Country as Brand, Product, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective.” *Journal of Brand Management* 4.
- Szelenyi, I. 1988, *Socialist Entrepreneurs: Embourgeoisement in Rural Hungary*, Madison: University of Wisconsin Press.

编委会主任：高岩

编委会副主任：夏桂华 赵玉新

吕鹏（中国社会科学院）

编委：尹航 冯仕政 冯全普

（按姓氏笔画排序）

吕鹏（中南大学） 吕冬诗

朱齐丹 汝鹏 苏竣

李正风 来有为 肖黎明

邱泽奇 何晓斌 宋士吉

陈云松 陈华珊 郑莉

孟小峰 孟天广 赵万里

赵延东 胡安宁 袁岳

黄萃 梁玉成 董波

曾志刚 蔡成涛 璩静

青年编委：丁奎元 王磊 叶瀚璋

（按姓氏笔画排序）

邢麟舟 向维 刘灿辉

刘松吟 刘春成 刘晓波

安博 许馨月 孙宇凡

李子信 李天朗 李晓天

吴雨晴 何丽 邹冠男

张咏雪 张承蒙 陈茁

陈典涵 林子皓 周雪健

周骥腾 郑李 胡万亨

茹文俊 贺久恒 贾雨心

郭媛媛 黄可 梁轩

曾晨

编辑团队

主编：郑莉

编辑部主任：吴肃然

编辑部成员：林召霞 王立秋

李昕茹 李天朗

岳凤

主管单位：中华人民共和国

工业和信息化部

主办单位：哈尔滨工程大学

出版单位：哈尔滨工程大学

出版社

地址：哈尔滨市南岗区

南通大街 145 号

国际标准连续出版物号：

ISSN 2097-2091

国内统一连续出版物号：

CN 23-1615/C

印刷单位：哈尔滨理想印刷有限公司

创刊年份：2022 年

出版日期：2023 年 7 月 10 日

发行单位：哈尔滨市邮局

订阅处：全国各地邮电局

邮发代号：14-375

发行范围：公开发行

定价：45.00 元

投稿指南

本刊面向海内外学者征稿，欢迎社会科学及交叉学科的专家学者惠赐稿件。请在来稿首页写明文章标题、作者简介（姓名、工作单位全称、联系电话、详细通信地址、电邮地址等）。文稿需完整，包括标题（中英文）、作者姓名、作者单位、摘要（300 字左右）、关键词（3—5 个）、正文、参考文献等。所投稿件如受基金资助，请在标题上加脚注说明，包括项目全称和项目批准号。来稿请以中文撰写。

稿件采用他人成说的，须在文中以括注方式说明出处，并在篇末列出参考文献；作者自己的注释均作为当页脚注。中外文参考文献分开列出，中文文献在前，外文文献在后，并按音序排列。中文文献参照中文社会学权威期刊格式，外文文献参照APA格式。来稿中的图表要清晰，符合出版质量要求，必要时可单独提供图表压缩包文件。

稿件格式请参考杂志官网（<http://www.jis.ac.cn>）“下载中心”中的稿件模板。

投稿方式：请登录杂志官网投稿系统（<http://www.jis.ac.cn>）进行投稿。

编辑部联系方式

地址：黑龙江省哈尔滨市南岗区南通大街 145 号哈尔滨工程大学主楼北楼 N301 室，《智能社会研究》编辑部

邮编：150001

电话：0451-82588881

E-mail: mailto:jis@163.com

著作权使用说明

本刊已许可中国知网等网络知识服务平台以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含网络知识服务平台的著作权使用费，所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议，请在投稿时说明，本刊将按作者说明处理。