



■汪向东 中国社会科学院信息化研究中心主任、研究员
梁春晓 阿里巴巴集团副总裁、高级研究员

(上接 03 版)

B.乡邻之间的关系更加安定和谐
由于网店生意,镇上原本无事可做的年轻人都成了忙人。老村支书王维科称之为“家家户户有事做,人人手里有猴拳”。根据派出所提供的数据,东风村自2008年起,治安案件数量明显减少,打架、偷盗等治安案件已经销声匿迹。镇上负责司法工作的孙主任说,2010年前9个月,全镇调节村民纠纷140件,而东风村只有2件。

C.网销让更多的人各得其所
网商群体中,既包括了返乡大学生,还囊括了文化程度不高的村妇;既有20多岁的年轻人,又有中老年人。网店雇佣人员中,既有经验丰富的木工,也有刚走上社会的毛头小伙子,甚至是还有五六十岁的老人和残疾人。网店经营中,年轻人负责打理网店,老年人和残疾人同样可以从事简单的包装、打磨工作。农民们在网店生产经营中各得其所,既获得了丰厚的收入,又实现了个人的社会价值。

二、沙集模式及其意义

(一)什么是沙集模式?
沙集模式是对“沙集现象”的理论提升。沙集模式的核心是“网络+公司+农户”。其中,农户是主体,公司是基础,网络是龙头。在沙集模式中,家庭经营的农户是发挥主导作用的主体,实体公司是农村产业化的基础,而电子商务平台所代表的互联网则是带动农村产业化的引领力量。沙集模式是信息化带动工业化,工业化促进信息化的现代化道路在农村的具体体现。

首先,沙集模式中的农户能够自发地使用市场化的电子商务交易平台身为网商,直接对接市场;网销细胞裂变式复制扩张,带动制造及其他配套产业发展,各种市场元素不断跟进,塑造出以公司为主体、多物种并存共生的新商业生态;这个新生态又促进了农户网商的进一步创新乃至农民本身的全面发展。“农户+网络+公司”相互作用、滚动发展,形成信息网络时代农民的创业致富新路。

其次,“沙集模式”中的三大要素,都具有自身的特殊性。这里的农户,不再是与大市场相隔离、只能依靠别人提供的信息、或靠惯性被动盲目生产的弱势小生产者,而是在自己家中就可以直接对接市场、主动掌握信息,自主经营按需生产的平等的市场主体;这里的公司,不再是外加在农村经济之上、控制农户生产经营与农争利的传统公司,而更多是本土生长的、农户变身而来的新公司,由这种新公司为基础吸引其他市场元素跟进,形成了一个为农户网商服务共生多赢的新生态;这里的网络,不是由政府主导、国家投资、官办机构管理,农户却不买太账的信息网络平台,而是以淘宝为代表的市场化的公共电子商务交易平台,农户从事网销既不要国家财政投入一分钱,自身应用成本又低,且实效显著的网络。

第三,“沙集模式”三大要素间存在逻辑关系。其中,第一个环节是由农户到网络,体现了“沙集模式”是农户自发、主动地应用既有的公共电子商务平台的特点。这是一种来自草根的、自下而上的信息化应用,区别于那种常见的由政府主导、自上而下的电子商务推广模式;第二个环节是网络到公司,体现了“沙集模式”由网销带动加工制造,以信息化带动工业化和农村产业化的典型路径特征,区别于那种农村常见的“先工业化、再信息化”的发展方式,或电子商务不改变原有生产结构只作为辅助销售手段的应用模式;第三个环节是公司到农户,体现了“沙集模式”以公司为基础、以市场化的新生态服务并促进农民网商进一步成长的关系,区别于以前公

司凌驾于农户之上的不平等关系。三个节循环往复,像滚雪球一样,推动沙集这个以网销为龙头的产业群快速发展壮大。

最后,“沙集模式”在农户与网络的关系上,体现的是双重的社会资本,其中一重是农村特有的社会土壤;另一重就是市场化电子商务基础设施的网络外部性形成的社会资本。双重社会资本加在一起,为农户利用网络、对接市场和快速复制,提供了良好的条件。网络与公司的关系上所体现的,就是国家十多年来一直提倡的“两化”融合共进,信息化带动工业化的关系。在沙集,它表现为网销带动工业制造,制造加工促进网销,进而形成良好商业生态,带动农村产业化的过程。在公司与农户的关系上,则体现了良好的市场新生态或市场环境激励农户进一步创新和全面发展的关系。而“农户+网络+公司”的滚动发展,其实就代表了“沙集模式”所展现的一种信息网络时代农村的富民新路。

(二)沙集模式的特点
与涉农电子商务的其他模式比较起来,沙集模式的主要特点在于以下几个方面:

1.信息化引领工业化的发展路径
沙集模式走的是农民自发开网店→细胞裂变式复制→网销带动工业→其他产业元素跟进→激发更多农户网商创新的发展路径。沙集电子商务所依托的产业载体是家具业。在农民网商起步前,当地农村的家具生产还只是那种传统的、局限于本地市场的小手工业,与电子商务发展所形成的面向大市场的大家具产业不可同日而语。家具网销拉动了生产制造,带来了产业链不断拓展、销售规模迅速扩张和经济社会发展的结果。

与国内近年出现的东高庄、青岩刘、堰下村等基于原有产业基础发展农村电子商务的路径相比,沙集模式的发展路径特别具有先信息化后工业化,以信息化带动工业化发展的典型特征。

2、以农户家庭为基本单位,返乡创业的农民工为核心

沙集网商发展的一个重要特点是以家庭为经营单位。以家庭经营为基础,可以极大地激发农民积极性,家庭成员共同劳动,风险共担,利益共享,体现了真正的“同舟共济”。另外,农村家庭经营拥有“船小好调头”的优势,网商可以随时根据市场需求,调整产品价格。但另一方面,农户网商以家庭为单位,他们抵御市场风险的能力则显得薄弱。

在沙集的农户网商中,起到核心作用的是返乡创业的农民工。他们通过在城市务工的机会,开拓了视野,参加工作技能等培训,积累技术经验和创业资本,为回乡创业创造了条件。尤其是外出打工大学生的返乡,更是提升了当地网商的整体素质水平,成为当地网销业发展的领军人物。

3、以农户网商为主要驱动力,主导当地电子商务发展

从电子商务发展的驱动主体上看,沙集模式是农户自己变身为网商直接对接市场,并在当地农村电子商务的发展中起了主导作用。

沙集以农户为主驱动发展的模式,首先区别于四川青川、河南辉县以及许多地方常见的网商经纪人驱动的模式。在网商经纪人驱动的模式中,经纪人扮演着沟通农户与网络的作用;农户通过网商经纪人对接最终买家,实现交易,他们自己并不扮演网商的角色。沙集模式中的农户网商在各自独立对接市场的过程中,尚未形成对其他网商稳定发挥重大影响作用的龙头企业,而当地电子商务协会的组织作用也十分有限,这与浙江遂昌等地网商协会驱动和福建南安以农村龙头企业驱动的模式比较,也有明显区别。

4.突出的草根性

从产业成长来看,沙集模式的产业载体(在沙集具体体现为家具产业)是在较低的技术起点上逐步发展的,一般处于所在产业的低端。正是因其具有劳动密集、中间投入小、

进入门槛低、产品面向最终消费等技术经济特性,所以比较适合农户以小微企业和家族企业的形式进入市场开展经营。从而,这种技术经济特性便让沙集模式在发展之初就打了起步容易、包容性强和便于复制的烙印。另一方面,带有突出草根性的沙集模式,却也容易受农户家庭经营习惯的负面影响,成为农户网商开拓创新、提升经营管理和服务能力,向现代公司发展的障碍。相比起北山村以品牌和渠道经营为核心的模式以及中闻弘泰基于专业合作社迅速形成品牌优势的模式,沙集的众多网商既无知名的整体品牌、又缺个人知名品牌。草根性的明显弱点是其掌握的自有资源和可以整合的外部资源有限,一旦市场环境发生重大变化,草根网商们抵御市场波动的抗风险能力差的脆弱性便显露无遗。

5.模仿式的快速复制

虽然自下而上式农村电子商务的发展靠的都是农民脱贫致富的内在动力,但他们在技术和商业模式的扩散上仍存在着区别。在沙集模式的前期发展中,当地网销业规模扩张,主要依靠的是农户网商间的简单复制,通过细胞裂变式的外延式发展来实现。复制者或后来者受身边农民网商领头羊增收的实际成效所吸引,进而效仿先行者的做法,自己也开网店创业经营。从而,在他们与先行者之间,形成了一种既相互学习又相互竞争的关系。特别是,由此形成的同质竞争,成为未来当地电子商务进一步发展的不利因素。沙集模式中的先行者对后来者一般不具有控制力,不像协会驱动和龙头企业驱动的模式中,驱动者因其为后来者提供指导、服务或掌握后来者经营所需的重要要素,而对后来者乃至当地电子商务发展过程有较多的控制。这种控制力的一个积极效应,就是有利于避免简单复制、同质竞争带来负面影响。

6.市场生态形成中的自组织特征

沙集模式在农村网商从无到有的前期发展过程中,显示出当地市场主体具有较强的自组织水平,初步催生出适应农村网商这一阶段生长发育的市场生态。在此过程中,最主要的发展动力是农户们自发的创业致富的内在需求,这种内在的需求,推动着当地农户变身为网商从无到有、由少到多发展起来。即便是政府和平台无为而治,通过农户网商的简单复制、外延式地扩大产业规模,也会驱动物流等服务支撑体系的发展,各服务主体也可以因之受益。

(三)沙集模式成功的原因
“沙集模式”的成功,可以总结出很多原因,归纳起来,主要有以下几点。

1.信息技术,尤其是市场化电子商务交易平台的发展和运用

沙集模式的成功,首先归功于信息技术的普及和应用。国家高度重视农村的各项基础设施建设,沙集位于江苏,属于沿海地区,信息基础设施条件相对较好。互联网用户规模和电子商务用户规模的扩张,电脑网络技术应用范围的扩大,为农村地区应用电子商务奠定了良好基础。

国内物流和支付更加便捷,也为沙集网销业的快速成长提供了可能。近年,我国物流和快递业务爆发式成长,快递服务与电子商务合作日益紧密。沙集电子商务业务规模的扩大,让高度市场化的物流快递公司很快填补当地物流市场的不足。支付方面也不再是电子商务发展的瓶颈。在线支付已经非常便捷、安全。农民在网上做生意,在线支付已经相当便利。

以淘宝网为代表的市场化公共电子商务基础设施,现在已经发展成熟。并且在中国特色的电子商务发展过程中,发挥了重要作用。他们不仅提供了交易平台、交易环境,还通过不断创新交易规则,规范网络交易的健康有序。根据我们的调查数据,69.5%的沙集网商认为,电子商务服务平台为他们提供了方便的网上创业机会。农民网商可以在淘宝网上免费开店,特别是市场化电子商务交易平台

以周到的服务、超高的人气,汇聚了全国乃至世界范围的商品、买家和卖家。在这里,农民网商可以轻松地与大市场进行对接。

2、选对了产品

沙集镇的“三剑客”最开始在网上销售饰品和小家电,但是发现前景渺茫。经过几番尝试和摸索,最后确定选择简易拼装家具作为起步产品。这种产品市场需求容量大,价格合理实惠;市场进入的门槛低,生产和交易流程简单易学,农户网商能够掌握;产品适合储存和长途运输,还能满足用户动手组装的乐趣;另外,家具的品种多样,有板材的、实木的,低档的、高档的,使得家具发展空间非常大。这就使产业的发展具备了很强的容纳性和快速扩张的条件。

3、一群勤奋、开放、诚信的年轻人

沙集模式的成功,和镇上这群勤奋、向上、开放的年轻人的贡献密不可分。新一代创业型农民成为沙集网销萌芽、复制、快速增长的关键力量。他们勤奋和执着,不怕吃苦。他们有开放和分享的精神,他们认为,中国家具网销市场足够大,单靠几个人的力量是根本做不完的,如果当地的家具网销业形成规模,对提高品牌效应、降低物流和供货商价格会非常有帮助,于是,提出了“有钱大家一起赚”的口号,并承担起了辅导员的职责。他们绝大多数人重视服务和诚信,截止2010年底,沙集镇网店中,拥有一钻网店195家,两钻网店157家,三钻网店100家,四钻网店43家,五钻网店14家,皇冠网店5家,双皇冠网店1家。一些网商还在自己网店的显著位置,贴出了产品的检验报告。他们不断创新和进取,许多网商重视自己产品品牌,有的高薪聘请了产品设计师,采取新设备、新技术,不断向用户推出新的高质量的产品。

4.农村特有的亲情关系和口碑传播

沙集模式的知识扩散过程,主要是依靠口碑传播。根据Rogers理论,占比2%—3%的自发创新者(沙集模式中的“三剑客”)将网店经营经验传递给占比10%—15%的意见领袖(东风村的王朴、王跃等),再传递给更多的早期大众,直至传递到最保守的后知后觉者,直到全面普及。这一过程,大致经历六个阶段:知晓、对网销业发展前景的态度和判断,决策是否参与、初步尝试、评价是否适合自己及如何行动、最后是全身心的投入和采纳。

5.当地政府的支持

沙集模式的快速发展,与当地政府“不越位”、“不缺位”的扶持理念和做法有很大关系。沙集网销业是自发式发起、裂变式生长,但是,市场的力量并不是万能的,土地、资金等问题,靠农民自己的能力是解决不了的,还需要政府的支持和引导。对农民自发的网上创业行为,睢宁县党政主要领导积极支持,明确要求各主管部门在网商创业期,不要打扰农民的正常经营,并且要在税收等方面给予优惠政策。针对木质家具生产经营的特点,沙集镇的领导高度重视加大对防火安全意识和知识的教育培训,还决定在东风村就近设立消防机构,以防不测。

为了进一步改善当地网商的发展环境,县镇政府在制订相关政策时,更加注意听取网商的意见和建议。县发改委加强了政策调研的力度;县商务局在出台鼓励网商发展的政策文件前,主动将草案拿到网商中征求意见。

为了鼓励更多的农民参与网络创业,睢宁团县委组织网商成立网络创业一条街和网络创业示范基地。并组织全县100多名大学生村官开展网络创业培训,以便带动更多的农户脱贫致富。为帮助农户解决网销所需的资金困难,团县委还颁布了“推进青年创业小额贷款工程意见”。为了解决农民扩大厂房所需要的土地问题,镇政府专门在开发区开辟一批专业厂房,降低农户们的入驻门槛。

(四)沙集模式的意义与启示

沙集模式看似平凡,却显示了信息化时代中国草根农民的创造精神,具有鲜明的时代特征和里程碑式的重要意义。

第一,探索出一条有效解决“三农”问题的新路。

沙集模式为在信息网络时代解决“三农”问题,提供了一个新的方向。在过去“公司+农户”结构下,农户往往是被公司牵着鼻子走的弱势群体,公司控制农户,与农户争利的一个重要原因就是信息不对称。市场信息大部分掌握在公司的手里。“沙集模式”带来了结构性的变化:它在“公司+农户”的基础上加了“网络”这一大要素。农户在自己家中,通过市场化的公共电子商务平台,可以直接去对接市场。解决农民信息弱势的信息不对称问题,一下子找到了一个新的突破口,并且,供需双方无需经由第三方中介,这是以最直接的方式从根本上解决信息不对称问题。由于减少中间环节,产品定价更低,买卖双方互相受益。农民通过在家中就可以创业致富,农业生产方式发生了翻天覆地的改变,农民实现了充分就业,还需要从城里招工补充人手不足。农户收入增长、生活改善、家庭幸福、社会安定和谐。

第二,为转变经济发展方式提供了一条可借鉴的途径。沙集模式直接改变了当地的产业结构。沙集的东风村在网销业之前,是名

副其实的“破烂村”,废旧塑料回收加工是当地的支柱产业。废旧塑料产业在为农民增加收入的同时,也带来了非常严重的环境污染问题,而且塑料颗粒的价格随着国际行情的变化非常不稳定,经营风险极大。看到家具网销市场的发展前景,当地经营废旧塑料的企业便源源不断地转型为网销。从2010年开始,东风村的网销产业已经超过了塑料产业而且一些企业还在不断转型。而这种变化恰巧和国家提出的“调结构、转方式”的要求相符合。

第三,为推动我国农村信息化建设提供了新视角。信息化带动工业化,“两化融合”是国家战略的重要内容。在农村信息化方面,国家多年来花了很大力量来推动,但依然困难很多,成效不大。究其原因,就是自上而下的信息化和农民自身草根的、或自下而上的需求是错位的。沙集模式是农民自己直接和市场去对接,直接和买家去商谈。农民对接的结果,是拿到了鲜活、有价值的信息,拿到了订单,并且实现了交易。这样,信息化的应用和效益,一下子就显露出来。信息化不仅仅拓展了销售,还催生了一个全新的产业——家具网销业的蓬勃发展。

第四,对发展地方经济,提供了一条新的思路。这些年,发展地方经济,特别是发展县域经济,从全国来看,一个重要的思路是通过招商引资,特别是希望通过引进重大项目拉动地方经济,加快发展。现在招商引资困难重重,需要付出巨大代价。而且,地方政府之间的恶性竞争导致这个代价不断加码。外来的项目“难养熟”,来的难,走的易,一有风吹草动,或别的地方给的条件更优越,可以拍拍屁股就走。沙集模式对公共资源的索取很少,为地方经济社会发展的贡献很大。特别可贵的还有它的内生性。农民网商的根在这个地方,父老乡亲在这个地方,有了风吹草动、市场有变化,他们会和本地父老乡亲一起去抵御风险。

第五,对促进我国“包容性增长”提供了借鉴。“包容性增长”包含着缩小贫富差距、增强社会的公平正义、转变经济增长方式等要求。在政策取向上是要让更多的人享受发展成果,让弱势群体得到保护,在经济增长过程中保持平衡等。沙集模式表明,只要激发了农民的内在积极性,电子商务和他们的利益挂上了钩,人人都可以包容在“两化融合”的过程中。

农民即便不会熟练操作电脑,用一个手指戳键盘的“一指禅”,也同样能够有机会从包容性增长中获得实惠。沙集模式为纠正长期以来电子商务不适合农村的偏见,提供了一个非常有说服力的现实例证。

正因为沙集模式具备以上多方面的意义和价值,能够切中我国发展战略中的要害,所以,我们认为,不妨把沙集模式比作三十多年前的“小岗村”。它对突破长期以来解决“三农”问题的困局,推动农村发展方式的转变和农村经济社会转型,具有重大战略价值。它不是一个局部政策的变化,而是一个基本结构层面的创新。

(五)沙集模式的复制与扩散

从2011年初,沙集模式开始在全国范围内受到社会广泛关注开始,人们对沙集模式是否适用于其他地区的农村,即是否具有可复制性一直较为关心。我们在反复想,沙集模式发展中的那些发挥重要作用的因素是否存在难以复制的障碍?想来想去,答案是否定的。不仅如此,如果我们将沙集模式与农村电子商务的其他模式对比,应该说,沙集模式更具有可复制性。

一是沙集模式不依赖于当地原有的产业基础。它不像浙江义乌的青岩刘模式依托于当地已经形成的小商品交易市场的商业区位优势,也不像河北清河的东高庄模式依赖于当地工业生产加工的产业优势,甚至也不像青川、辉县“经纪人+农户”模式密切结合本地农副产品的基础,不像浏阳堰下村模式、福建中闻弘泰模式基于本地特色基础,沙集的家具体产业可以说是从无到有靠信息化带动起来的。有人可能争辩:沙集原来就有生产家具的基础,有木工,所以能发展家具网销。其实,哪里的农村没有木工?否则,当地农民用的家具哪里来的?这种手工业,是中国社会几千年来就有的。它与现在沙集这种由网销拉动、面向全国乃至国际大市场的家具业不可相提并论。

二是沙集模式不依赖于特别稀缺的资源。它不像自上而下式农村电子商务得到政府投入或政策资源的特殊关照,受益于稀缺的特殊政策资源,也不像同是自下而上式农村电子商务的兰田模式受益于当地龙头企业的驱动,也没有像遂昌模式受益于协会组织的推动,沙集当地的电子商务协会至今也未曾发挥像义乌、像遂昌协会那样重要的作用,甚至沙集也没有像北山模式代表者吕振鸿那样的企业家资源。沙集电子商务的“三剑客”和后来起重要作用的网商中,有返乡的大学生、研究生和在外打工返乡的“农二代”,但他们并没有任何特殊的过人之处。他们能做到的,其他地方的新知青、“农二代”也可以做到。

(待续)