

沙集模式引发的思考

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



▶▶▶ [上接 6月21日 04版]

三是沙集模式的复制所依靠的社会资本也不是沙集所特有的。沙集模式中,当地电子商务之所以能够通过快速复制,迅速形成较大产业规模所依赖的社会资本,主要体现在两方面,一是以淘宝和天猫在线交易平台为代表的电子商务基础设施,二是农村“熟人社会”形成的易于技术知识与新式商业模式复制的社会土壤。这两类社会资本对于广大农村而言,都是普遍存在的。

四是沙集模式发展起点低。沙集农村电子商务是靠农户家庭为单位发展起来的,草根农户一般实力有限,资源不多,所以在网上开店创业进入市场,必然会选择较容易起步的产品和业务来做。虽然沙集的“三剑客”当初创业,没有像青川、辉县等地的网商,选择当地的土特产品,没有依托当地已有的产业基础,但选择简易拼装家具起步对他们而言,仍可以降低创业之初的难度。可见,以农户家庭为单位开展电子商务的沙集模式,因其进入市场门槛低、起步易,本身就决定了它容易被复制的特质。

更重要的是,沙集模式在实践中越来越多被复制的事实更有说服力。在沙集模式被关注之初的2010、2011年,有很多人怀疑其可复制性。他们认为,沙集模式的成功具有偶然性。

时至今日,我们不仅在沙集镇的其他村,而且在沙集以外,看到越来越多的农户复制沙集模式。在后续的跟踪调研中,我们不仅在睢宁县的高作镇、凌城镇和属于宿迁市的耿车镇,发现众多农户网商像沙集网商一样,纷纷开展家具的生产和营销,而且我们也了解到在李集镇、八里镇等地看到农户利用网络开展其他产品的经营。

特别是江苏省政府授牌沙集全省“农村信息化示范基地”,做出在全省推广沙集模式的决定后,学习和推广沙集模式的热潮已经形成,并开始带来了结果。其中,既有通过网络创业让农户网商增收和推动农村经济社会转型的正面结果,也有由简单复制沙集模式带来的同质化竞争的负面结果。解决其负面效应,正是沙集模式由从无到有、从少到多的1.0阶段,向从小到大、从弱到强的2.0阶段发展中必须面对和解决的问题。

三、沙集模式1.0阶段面临的挑战

(一)跟踪调研的发现
基于2010年对沙集模式的几次调研,2011年初,中国社科院信息化研究中心和阿里研究中心联合课题组发布了《“沙集模式”调研报告》。当时,在那份报告中,我们列举了沙集农村电子商务发展面临的挑战。

这些挑战,主要包括:
1、沙集网销业整体水平不高,缺少有带动作用 的龙头企业。沙集网销农户虽然数量众多,但当时这些网店成立的时间都不长,将近70%的农户没有实体加工厂,有厂的绝大多数还没有摆脱家庭作坊形式,离现代工厂差距甚远。沙集网销业也没有成规模的龙头企业,能够对其他企业发挥号召力和引导作用。

2、存在同质化恶性竞争现象。沙集网商间简单地相互模仿,细胞裂变式快速复制,很多网店没有自己的设计 and 产品,直接拷贝其他网店的照片。有的网店为了扩大销量,不断压低价格,进行市场推广,使得整个拼装家具市场的价格一降再降。价格下降缩减了利润空间,个别网商迫不得已选择劣质木材作为原料,结果产品质量下滑,影响了沙集家具业的信誉。

3、缺乏人才,尤其是高端复合型人才。当时调研发现,人才成为制约沙集网销业发展的重要因素之一。在针对东风村的网商调查中,网商们反映他们在人才方面的主要困难有:缺少人才、人员流动性太大、员工培训难和员工素质低。

4、知识产权问题存在隐患,缺少自主品牌。虽然已经陆续有一些大的网商开始注册公司、申请商标、设计原创家具,但是大部分网商

仍然处在低水平模仿阶段,缺少自主品牌。

由于知识结构和成长经验所限,大多数沙集网商并不了解有关知识产权方面的知识,不具备全面的知识产权意识,网商经营中一定程度上存在侵犯商标权、专利权的问题。

5、缺乏区域性战略布局。沙集网销业通过自发产生和发展虽已经形成一定的规模,但是对未来如何发展没有整体发展规划和思路。沙集镇网销业整体发展水平还比较低,区域内分工体系还未形成,离专业化生产、一体化经营、社会化服务、公司化管理的发展目标还有相当大的差距。

6、配套服务环境需要继续完善。当时在调研中还发现一些配套服务方面的问题,比如,宽带接入价格高、稳定性差,工业用电申请难,贷款难、贷款金额少、周期短、流程复杂,物流费用高、服务差,网商厂房用地需求无法得到满足,平台交易规则尚待进一步明晰,需要针对农民网商给予更多的培训和优惠政策,等。

7、政府传统工业化观念的制约。一些领导干部对农民网销业持漠然态度,受“招大引强”招商思路的影响,政策向大项目倾斜,甚至是基层领导业绩考核也是以招商引资的数量和规模作为考核指标。这种传统工业化的发展思路,不利于发展网商和形成集群效应;不利于鼓励新事物涌现和成长。
在随后的两年多的时间里,中国社科院信息化研究中心依托沙集调研基地开展的跟踪调研发现:《“沙集模式”研究报告》指出的多项挑战依然存在,有的变的更加严峻,沙集网商“多、小、散、弱”的情况更为突出。

“多”,是指沙集从事网络销售的农户多,通过简单复制,更多的农户加入到网商的队伍之中。根据睢宁县商会的数据,2012年1—6月,睢宁县在淘宝网共开有网店5500家,其中沙集有3040家,天猫商城店126家。沙集网商数量继续增长,而且普及程度较之其他地方的农村而言也居于高位。

“小”,是指单个网商的体量小。2012年上半年,睢宁县全县网络销售总额5.5亿,其中沙集镇的网络销售额为3.4亿,占全县的61.8%。平均下来,沙集每家网商的年均销售额是20多万元。这样的销售额在原料成本和运输成本占比较高的家具业而言,实际不算高。2010年下半年我们去实地调研时,沙集网商拼装家具的利润率为18%左右。随着简单复制的扩散,同质竞争进一步挤压原有的利润空间。沙集网商还出现了一定的分化状态。小网

商每年销售额不足10万元,网店对他们而言更多是赚钱补贴家用的方法之一;较大的几家网商,成立早的已有4—6年之久,到2012年还一直徘徊在年销售额几百万元的规模。沙集网商中依然缺少有影响的龙头企业。

“散”,是指网商之间竞争有余、合作不足。虽然沙集网商成立了电子商务协会,在市场环境发生重要变化时,协会也能出面反映问题,比如,2011年10月,当时的淘宝商城出台新规(“商城新规”),大大提高了市场进入的门槛,沙集电子商务协会曾推举代表赴杭州阿里巴巴总部反映情况,但是,由于沙集网商们的商业模式毕竟大同小异,互为竞争对手,从而,削弱了他们抱团发展的向心力。

“弱”,是指网商抵抗市场风险的能力或核心竞争力弱。跟踪调研中,许多网商反映他们资金不足,所能掌握的资源有限,融资也缺乏可抵押物。在“商城新规”出台后,绝大多数商城店不堪承受高额保证金,便选择了关闭网店。根据睢宁县提供的数据,在淘宝“商城新规”出台前,沙集网商在淘宝商城开办的网店有400多家,但到2012年6月底,沙集网商留在改名天猫的原淘宝商城中网店只剩下126家,75%左右的商城店不复存在。以淘宝集市(淘宝网)店订单组织加工厂生产的网商,在同质竞争的压力下,有的也开始出现开工不足和停产的情况,产品升级受限于他们的技术和管理能力,以致有些网商已开始将生产设备转让他人。

总之,经过近两年左右的发展,沙集模式在网商分布结构上,更加具有小企业集群网络式分布发展初期的典型特征,与大型企业主导共生式和散在式初期分布特征的区别更加明显。

若以今天沙集电子商务的现状,对照前期调研报告的相关观点,我们不难得出以下看法:

1、沙集一批开办网店较早的网商,除个别以外,经受了作为小微企业幼年阶段的考验和“商城新规”那样的市场波动的冲击,这是值得为之欣喜和祝贺的。但是,沙集网商中“缺少龙头企业,网销业整体发展水平不高”的情况,两年以来并未得到根本的改善。

2、跟踪调研中,我们也发现沙集的一些网商已经开始尝试转营非家具的其他产品,比如,开办网店较早的王朴将家具网销业务转给弟弟王跃,自己转而在网上代理经销内衣等商品,但就沙集绝大多数网商而言,“同质化恶性竞争”的挑战有增无减。

3、沙集网商“缺少人才,尤其是高端复合型人才”的困难依然如故。我们在跟踪调研的网商访谈中,沙集网商中的几位领军人物孙寒、刘兴利等都提到人才难招、难留的问题。他们认为农户网商很难实质性地改善当地人才引进的软环境,期待地方政府能在这方面有所作为。

4、近一年的时间里,沙集网商之间出现的“专利风波”,印证了我们前期调研报告关于“存在知识产权方面的隐患”的担忧绝非空穴来风。2012年初,因沙集网商徐松注册的“赢天下”公司申请并被授权拥有其他网商热销家具产品专利引发了专利纠纷。此事经国外媒体不实报道和转载后,王岐山副总理作了批示,江苏省知识产权局发文,市、县、镇组成联合调查组调查处理。调查组肯定了沙集网商的创新,维护了网商的正当权益。我们跟踪调研发现,虽然这场“专利风波”对农户网商有一定教育作用,但还远不能真正解决他们的问题。而在“缺乏自主品牌”方面,沙集网商不仅缺乏沙集的整体品牌,个体网商中也缺乏知名品牌,在打造品牌的认识和实践上存在明显的不足。

5、令人高兴的是,睢宁县党政领导为继续推进农村电子商务发展,采取了许多积极举措,包括相应地改善了干部业绩考核体系。然而,沙集模式的发展进入新阶段的现实,对政府政策和相关配套服务环境提出了许多不同以往的新要求。如何顺应当地农村电子商务的阶段变化,针对新阶段的新问题,共同为农村电子商务的发展营造更为理想的发展环境,对当地党政、电子商务交易平台和其他各方主体来说,都是一个新的挑战。

一是小富即安的小农意识,令他们自己内在的发展动力衰减。电子商务让沙集众多昨天的农民、农民工转变成了今天的网商,其中一些较大的网商年销售额上到几百万的量级,年利润达到几十万、上百万。他们的社会身份和生活方式发生了翻天覆地的变化。但与此形成鲜明对照的是,长期传统农耕经济下自给自足的小农生产所形成的思想意识却较为顽固。在他们中的许多人看来,网络创业开店,从事电

子商务仅仅是一个谋生的手段,一旦收入达到一定的高度,便容易产生满足现状的想法。特别是,当要进一步提升自己的核心竞争力,需要他们改变和突破自我,在技术、管理、经营乃至行事方式等方面克服自己的不足,纠正自己的习惯,适应新的更高的要求时,小富即安的意识便成为他们进一步前行的障碍。

二是单打独斗的行事方式,成为影响他们继续创新发展的一大障碍。跟踪调研表明,绝大部分的农户网商不喜欢跟其他人合作,更满足于自己当老板的状态。即使可以通过合作取得更好的发展条件,通过产权重组、强强联合的方式可以获得“1+1>2”的效果,通过开放和分享可以相互取长补短,他们中的许多人仍然倾向于自己的事情自己说了算,担心业务和技术上的合作会让自己吃亏,尤其担心产权重组会让他们失去对企业的控制力,让别人主宰了自己的命运。因此,他们宁可选择单打独斗,以自己的小而弱,去独自应对市场风险 and 市场竞争。

三是沙集模式中以农户家庭为单位的产权和经营制度,为上述发展意识和经营管理方式提供了土壤。基于农户家庭的产权制度,当然具有积极的一面:产权明晰、权责对称、无限责任等特点,会对创业中和创业之初的农村小微企业产生巨大的激励作用,如同农村改革中家庭联产承包责任制一样,会激励农民为自己而生产的积极性和“船小好调头”的灵活性。然而,当事业发展到一定程度后,农户家庭制的产权制度制约发展的一面便会日益暴露出来。

无论是农村小微企业要做大,还是要做精、做专、做活、做强,都需要在技术、业务、管理上有所创新,而这些创新又往往受制于家庭制的产权制度而难以取得大的进展。义乌电子商务协会秘书长刘文高有一个长期观察得出来的经验数据,他认为,网商发展在年销售额一千万左右时是一个“坎儿”。我们对沙集模式的跟踪调研发现,沙集一些经营规模较大的网商也已经在几百万的水平上徘徊数年了。制约他们发展的原因,与其说在技术、管理上,不如说在业务模式上,而深层次的原因在以家庭为单位 的产权和经营制度上。

小富即安、单打独斗和家庭产权和经营制度,给沙集模式带来的最大威胁,是使沙集网商们继续前进的动力和能力弱化,造成农户网商进一步发展后劲不足的问题。对于自下而上式农村电子商务而言,这无疑是一个带有根本性的重大挑战。

无论是在沙集,还是在其他地方的农村,自下而上式农村电子商务之所以能够发展,从根本上来说,靠的主要就是农民或相关企业增收致富的内在动力。沙集农村电子商务发展的历史表明,农户网商自身的增收致富需求是沙集模式最主要的驱动因素。即便先行致富的农户网商弱化了继续驱动他们自己进一步发展的动力,网后来者增收致富所驱动的复制行为,也可以推动当地电子商务的发展。然而,问题在于,农户网商的复制行为达到一定程度后会怎么样?

跟踪调研表明,沙集的农村电子商务正面对这个挑战。例如,在沙集模式的发源地东风村,全村1100多户农家,大多数在网上开了自己的网店,其他人从事着与网销相关的生产制造、物流快递、原材料加工、零配件销售等经营活动,网商细胞裂变式的复制扩张几近饱和。

如果说,经济上的脱贫和增收致富,是驱动沙集网商从无到有的原动力,然而,当家家户户通过开电子商务实现增收后,能否继续保持他们内在的发展动力至关重要。面对未来的市场风险,要摆脱目前低水平同质竞争的困境,实现由弱到强,他们就必须突破小富即安、单打独斗的小农意识和行事方式,一些有更高追求的网商还需突破基于家庭的产权和经营制度的制约,解决自身发展动力不足的问题,推动技术、业务、管理乃至制度的创新,包括引入现代公司管理制度,以增强自身的抗风险能力和市场竞争力。(待续)

“健翔学苑”第四期学术论坛活动召开

■ 北京社科院 陆小成

日前,“健翔学苑”第四期学术活动在北京社科院六层大会议室顺利举行。本次会议由北京社科院社会学所、民情调研中心、法学所、国际交流中心、北京世界城市研究基地共同举办。本次学术活动邀请了德国发展研究院中国经济问题专家和德国维尔茨堡大学教授费多丽博士参加;学术活动的报告主题是国际视野下的中国改革和可持续发展。来自北京大学经济学院及北京社科院科研处、经济所、法学所、社会学所、民情调研研究中心、哲学所、科社所、外国所、满学所、国际交流中心、北京世界城市研究基地等多家单位研究人员参加了本次学术报告和讨论。沙龙由民情调研研究中心主任、北京世

界城市研究基地秘书长唐鑫主持。

德国维尔茨堡大学教授费多丽博士进行主题发言。首先介绍了国际视野下经济、社会、环境发展动态。认为全球气候变暖危机与全球金融危机构成经济发展的双重危机,催生了国际社会对绿色增长和可持续发展的许多共识,形成绿色增长竞赛(Green Growth Race)。中国以技术追赶式而非技术跨越式的发展模式,一定程度上实现了中国技术、经济的持续发展。费多丽博士指出,中国要保持持续的经济高速增长,传统的资源能源消耗型、出口外向型经济模式必须转型,加快发展方式转变,走绿色增长模式是必然选择。

费多丽教授指出,比较美国、欧盟、日本、印度等多个国家可以发现,美国、欧盟、日本等

发达国家人均碳排放历史累积总量处于高位,人均碳排放速度呈现缓慢增长态势,但速度放缓。对中国近20年来(2002—2012)数据分析可以发现,中国尽管人均碳排放历史累积总量尽管处于低位,但发展迅猛,增长速度过快;根据曲线推演,在不久的将来,中国碳排放总量有可能超过西方发达国家,这将引起国际社会的高度关注,中国政府也需提高警惕。因为中国当前的碳排放总量已经超过美国处于全球第一,国际减排压力将持续加大,对中国经济社会持续发展特别政府要求保持较高的增长速度会形成极大的压力和挑战。因此加快绿色增长意义重大,形势逼人。

费多丽教授认为,中国经历两次金融危机包括20世纪90年代和近几年的全球金融危

机后均表现持续的增长,特别是4万亿元的投资拉动在表面上看来确保GDP的稳定增长,没有形成较大波动,减少全球金融危机所带来的经济冲击。但是,这种政府驱动型的高投资、高消耗、高排放发展模式并没有给中国经济良性发展和绿色增长带来本质上的好处,当前中国环境污染如此严重,雾霾天气如此恶劣,很大程度上是与工业增长和城市扩张有必然的联系。当前,中国政府重视持续发展,大力发展光伏产业、风电产业,并声称在绿色技术领域要进行达到或超过发达国家。但我们分析发现,目标和动机是好的,但能否真正实现在绿色核心技术上超越,我们认为并不乐观。中国光伏产业、风电产业的大规模投资和扩张,走的是出口外向型发展路线,大部分光伏、风电

产品销售到国外。一方面,引起国际社会的绿色壁垒、贸易保护等打击,另一方面,国内消费能力有限,电力部门体制障碍,导致产能相对过剩。重要的是,中国在于技术上并不能真正超越发达国家,所以中国实现绿色经济增长,在全球真正具有竞争力还有较长的路要走。北京社科院民情调研研究中心主任唐鑫对费多丽教授的精彩演讲表示感谢,并进行了点评和提问交流。唐鑫希望能多与外国专家进行对话和交流,共同促进学术发展。此外,北京社科院社会学所副所长江树军、经济所副所长杨松、民情中心副主任陆小成以及其他部门研究人员纷纷提问,与费多丽教授进行互动交流,现场讨论热烈。本次学术报告活动取得圆满成功。