

沙集模式引发的思考

■ 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7月6日04版)

(三)交易平台流量瓶颈的挑战

我们的跟踪调研,还进一步印证了以淘宝、天猫为代表的第三方交易平台上中小卖家的流量困境问题。根据阿里巴巴的官方数据,到2011年,网商的规模已经突破8300万,淘宝网网上的卖家已经超过600万。2012年“光棍节(11月11日)”,淘宝和天猫开展半价促销活动,在零点刚过的第一分钟,平台上瞬间涌入的买家数量超过1000万,全天访问平台的独立买家超过2亿个,用支付宝支付成交的两个平台当天的销售额达到191亿。近年发展的数据表明,网上小卖家不断增长的趋势还在继续。毫无疑问,这样的第三方交易平台已然成为汇集了海量卖家和买家的巨大市场。

第三方交易平台发展至今,买家卖家用户数量的不断激增,反过来给平台带来越来越大的困扰。马云当初曾许下“让天下没有难做的生意”的愿望,许多草根网商也的确因此案例:存在获得了赋能,涌现出不少成功的卖家;然而,随着平台上用户数量继续发展,他们又在感到生意变得难做了。一方面,买家现在面对海量的卖家和眼花缭乱的网货不知所措,从而催生出一个快速发展中的网上导购业来;另一方面,卖家、特别是为数众多的小卖家很难获得满意的买家访问流量和购买转化率。正因为大家在淘宝网上开店容易,开店卖东西的人和在售的商品太多,以致难以保证自己的店铺和商品被买家关注和购买。平台推出了一些帮助卖家促销的有偿服务和活动,沙集网商反映,参加此类服务和活动,或者会增加交易成本,或者会牺牲本来就已经十分稀薄的利润。宁愿不参加,都让他们左右为难。

为了解决买家流量问题,沙集网商曾大量进驻淘宝商城(天猫),以致他们在淘宝商城中的店铺一度多达400多家。因“商城新规”提高了进入门槛,沙集的商商店数大幅减少。

他们中的一些网商开始另辟蹊径,探索与京东商城、亚马逊等其他平台的合作,有的还在探索与线下实体销售商的合作,希望以此拓展网上网下的销售渠道。总之,沙集未来如何克服平台流量制约的挑战,降低交易成本,提高效益,尚存在诸多不确定性。

(四)竞争者赶超的挑战

正是由于沙集模式市场进入门槛极低、易复制的特点,近年,在其他地方、首先在沙集周边涌现出大批模仿者和竞争者。对于沙集镇和睢宁县农村电子商务的各方主体,竞争者的赶超带来的压力,是一种新的挑战。在我们前期实地调研时,或者在沙集模式出名前,当地网商、服务商和政府尚不可能深切感受到这种压力。

在后续跟踪调研的过程中,我们了解到,睢宁县党政努力引导其他村镇依托各自的特色产业

当地,网商们还是以简单复制沙集模式做家具网销的居多。我们在同属睢宁县的凌城、高作等地,特别是在与沙集一河之隔的宿迁市所属的耿车镇,都实地访问了一些新近开办网店经营的网商,他们那股赶超沙集的冲劲给我们留下深刻印象。他们中间有的在开办当年就留下几十万元、上百万的规模,特别是耿车的农民网商,他们依靠原来做废旧塑料生意积累起来的资金实力和市场运营经验,出手不凡,大有后来居上之势。而且,宿迁市政府也不断出台扶持政策,加大力度推进包括农村电子商务在内的新型业态发展。沙集人在未来电子商务的发展中,还有可能面对潜在的、实力更强、更有组织的竞争对手的挑战。

我们知道,一个价值网络系统的优势得益于两个方面,一是系统内要素的个体优势,二是这个系统整体的优势。对于沙集来说,来自后发竞争者赶超的挑战,是双重意义的。在个体网商的正向经营方面,诸多同质竞争者的涌现,市场速填补着沙集网商所在利基市场的空隙,进一步压缩原有的利润空间。竞争加剧,已经让沙集一些实力更弱的网商开始退出市场。二是在沙集电子商务的整体领先优势方面,竞争者的赶超缩短他们与沙集的发展差距,动摇沙集网商群体作为沙集模式代表者的领先地位和示范作用。

(五)政府营造新环境的挑战

越来越多的迹象表明,沙集的电子商务发展如今所处的阶段和面对的环境已经不同以往。新阶段的新挑战,需要当地政府采取新的应对政策,着力构建适应新阶段发展特点和要求的

沙集网商在新的发展阶段需要提升自身的核心竞争力,增强抵御市场风险的能力,无论是要做大,还是做精、做专、做活,都已遇到了人才、技术、管理等要素短缺的制约,跟踪调研中还有许多网商提出了用地的要求。靠现有的农户网商们自己去克服这些困难,或者事倍功半、或者根本就无能为力。比如,农村网商发展需要引进高质量的人才,但当地的生活环境不利于来自城市的技术和管理人才长期落户。要单个网商各自为外来人才解决生活环境问题,既不经济,也不现实。土地的制约更是农户网商自己无法克服的困难。诸如此类问题已经明显制约着沙集网商未来的发展,需要相关主体、特别是需要政府到位,帮助网商们克服他们无力克服的困难。

对于当地政府来说,新阶段新挑战的关键问题,是要改变支持农村电子商务发展的原有方式。在沙集农村网商从无到有、从少到多的阶段,主要依靠农户增收致富的内在需求和简单复制,沙集电子商务的发展就可以获得强大的驱动力。即使政府部门无为而治,农民网商也可以野蛮生长,无碍大局。然而,当沙集那样的农村地区,网商简单复制达到现在这样“多、小、散、弱”的程度,当同质竞争

达到越来越严重的程度,不突围则无出路,而突破困局又严重依赖政策引导和环境创新的时候,政府还应该继续采取无为而治的策略吗?如果主动作为,又应该如何发挥作用?

四、沙集模式 2.0

为了便于研究和表述沙集模式发展新阶段面临的新问题,我们提出了“沙集模式 2.0”的概念,并以此概念切入向纵深拓展,对沙集模式现阶段

(一)什么是沙集模式 2.0?

如任何事物的成长演变一样,沙集模式的发展也具有阶段性。如前所述,在沙集,近年来越来越多的迹象表明,这一农村电子商务模式的发展,正处在由从无到有的、从少到多第一阶段,向从小到大、从弱到强的第二阶段的转换过程中。

在我们看来,前期中国社科院信息化研究中心与阿里研究中心联合发布的《“沙集模式”调研报告》,主要是对沙集模式第一阶段(或“沙集模式 1.0”)的归纳与探讨。随着沙集农村网商从无到有、从少到多,当地电子商务的网商群体、产业生态和市场条件发生了明显变化,“沙集模式 2.0”的问题便应运而生。

概言之,沙集模式 2.0,是以沙集为代表的自下而上式农村电子商务进入第二阶段的自发模式。是指作为农村电子商务主体的、主要以农户家庭为单位的网商,经历了在第三方电子商务平台上自发产生、简单复制、快速扩张,和以公司为主体、多物种共生的新产业生态初步生成后,农村电子商务由从无到有的 1.0 阶段进入从弱到强的 2.0 阶段的发展样式。

在这里,我们需要特别指出两点:

其一,与沙集模式 1.0 相比,在沙集,2.0 阶段的电子商务实践探索刚刚开始不久,其具体的发展路径、特点与方式尚存在诸多不确定性。我们对沙集模式 2.0 的研究,必须从实践中来,到实践中去。如果说沙集模式 1.0 的研究,更多靠的是从实践中去发现,在成功实践的基础上进行归纳,那么,对沙集模式 2.0 的研究则困难更多,不确定性更明显,因为无论是沙集模式 2.0 的实践本身,还是我们对实践的研究,都还带有非常明显的探索性。即便如此,我们认为,提出沙集模式 2.0 的概念也是有意义的,它有利于我们认识沙集模式发展的阶段性,进而探索新阶段的沙集模式发展的特殊规律。

其二,虽然沙集模式是从沙集农村电子商务的实践中归纳总结而来,但在理论上,我们仍需要把沙集模式的一般规律与沙集电子商务的具体探索区分开来,这就如同把农村家庭联产承包的小岗村改革的模式与小岗村的具体做法区分开来一样。我们非常期待沙集电子商务在 2.0 阶段如同此前一样成功,能



够继续为全国农村电子商务提供领先发展的经验,但这并不排除沙集人的探索有可能失误,有可能走弯路,有可能被其他地区、被后来的竞争者所超越。不过,即使如此,沙集模式以及沙集模式 2.0 所代表的农村草根网商从无到有、由弱到强的一般性规律,也不会因此而失去意义。

(二)沙集模式 2.0 与互联网时代乡镇小微企业的成长

中国乡镇企业的发展已有几十年的历程,在实践中,有些乡镇企业从当年的农村小微企业起步,在市场竞争中成长壮大,成为所在领域举足轻重的企业。理论界对乡镇企业成长规律的认识,始终与实践相伴,其中也不乏有“温州模式”、“苏南模式”等影响深广的研究成果。

应该肯定,理论界以往对乡镇企业成长规律的研究,可为我们探讨沙集模式 2.0 提供必要的借鉴。原因是,今天绝大多数的农户网商本身就属于乡镇小微企业,他们身上带有农村小微企业、尤其农村家庭企业的一般特征,他们面对的企业成长环境与诸多此前的乡镇企业所处的环境相比,也有很多相似之处。

然而,研究沙集模式 2.0,我们又不能简单地完全照搬以往的乡镇企业成长理论。理由是:互联网时代的农村网商并不完全等同于以往一般的乡镇小微企业。这里的区别,主要体现在以下几个方面:

一是新型的市场主体:沙集模式中的农户网商,是互联网电子商务赋能的农村小微企业。

通过互联网做生意,让这些农户网商从一开始就可以突破本地市场的空间局限,这让他们可以具备更为广阔的市场视野,特别是他们可以通过直接对接市场的实践,摆脱以往长期存在的显著的信息不对称地位,减小对作为市场强势者的采购商、大买家、中间经纪人等的严重依赖,从而获得交易上的自由和相对平等的市场地位。

二是新型的交易设施:市场化的电子商务交易平台。与此前一般乡镇小微企业做生意所依托的实体市场交易设施有着重要区别。这种区别在于,电子商务交易平台凭借互联网,可以构建起空前巨大的虚拟交易市场。特别是市场化的电子商务交易平台,已经将其上的潜在客户与有效伙伴和竞争对手汇集海量。它不仅可以有意识地突破市场和狭隘地域市场交易规模的限制,而且可以为各类小微企业的市场进入和开展交易提供了潜

在的可能性。当然,要把这种潜在的可能性转化为现实,是对农户网商的新考验。

三是新型的市场生态:互联网空间的“碎片化生存”,在电子商务领域亦有典型体现。凭借新型的电子商务交易设施,海量客户碎片化的个性化需求可以被企业发现、发掘、聚合和满足。在实体市场中原本规模不经济的交易,通过电子商务平台和服务支撑体系的作用,获得了品种经济、范围经济的合理性。从而,这就为农村的小微企业成长提供了新的可能性,让他们可以找到自己的生存空间,既可以做大,也可以做专、做精、做活,获得更强的市场适应力和竞争力。

四是新型的商业规则:以参与、透明和生态自组织为基础的平台化治理。网商的成长一方面离不开整体的商业环境,另一方面,又是在一定的网络平台上成长的。平台既是电子化交易的基础设施,也是商业治理的新空间。平台化治理不仅凸显了平台型网规本身、以及平台型网规与网商自治型网规结合的重要性,而且更带来与原有实体市场相区别的商业治理新特点。如网规研究中心所列举的开放式治理、基于诚信的治理、生态化治理、人性化治理、个性化治理等。其商业治理的关键要素是各主体的广泛参与,规则形成与实施的透明化和市场生态的自组织。农村的小微网商掌握一系列新型的商业规则,才能且就能如虎添翼,实现快速而健康的成长。

(三)沙集模式 2.0 与信息化时代的农村社会转型

我们要把沙集模式 2.0 放在中国农村社会转型的大历史背景之下进行研究。在我们看来,沙集模式的本质,是互联网时代中国农村在工业化、城镇化和现代化的历史转型过程中,如何发挥信息化作用的问题。因此,从农村社会转型的视角研究沙集模式 2.0,不仅十分必要,而且意义重大而深远。

在农村转型这一伟大历史进程的背景下研究沙集模式 2.0,我们不难看出:沙集模式 2.0,其涉及的正是以分散农户网商为主体的农村信息化如何与工业化深度融合的典型问题;同时,沙集模式 2.0,又涉及以电子商务带动的农村就地城镇化的问题。归根到底,农村的社会转型是农村人的现代化转型,沙集模式 2.0,研究的是当前阶段新农村建设中信息化助力农村新型群体的成长问题,研究的是信息化时代农民的现代化历史蜕变问题。

(下转 04 版)

开凿京津陆海运河,破解首都缺水困境

北京社科院第 22 期公共管理青年学术沙龙顺利举行



■ 陆小成 北京社科院

2014年7月2日,北京市社会科学院第22期公共管理青年学术沙龙活动在该院二层会议室顺利举行。本次会议由北京社科院青年工作委员会、市情调查研究中心、管理研究所、北京世界城市研究基地共同举办。沙龙的主题是:京津陆海运河。来自北京市社会科学院外国所、管理所、市情调查研究中心、北京世界城市研究基地等单位研究人员参加了本次沙龙活动。沙龙由京津陆海运河提出者、管理研究所所长施昌奎研究员主讲,由市情调查研究中心副主任陆小成博士主持。

北京市社会科学院管理研究所所长施昌奎研究员认为,“京津陆海运河”是对北京未来发展的设想,提出之后引起各方质疑和讨论,“仁者见仁、智者见智”,这是好事。只有将风险因素考虑周全了,综合评估做足了,经济、社会和技术条件成熟了,各阶层人士认识趋同了,这件事做起来才有基础。“京津陆海运河”的总体设想是:西起北京通州宋庄,东

至天津滨海新区蔡家堡,经河北香河,天津宝坻区大口屯、大唐庄,再经宁河县乐善庄,最后到达滨海新区,在蔡家堡入海。“京津陆海运河”全长约160公里,运河平均宽度1公里,深度是要挖到海平面以下30米,以便海水自流。通航船只吃水深度达到30米,可以通航30万吨级轮船。“京津陆海运河”的主要功能设计有四个方面:一是通过运河引流海水,通过海水淡化为北京及其周边地区提供水资源,解决北京水资源不足的困境;二是通过运河引流海水,改善北京和天津的大气环境,为打造宜居城市创造条件;三是通过运河航运,打开北京的直接出海口,发展北京及周边地区的航运事业,使北京向世界城市迈进;四是通过运河引流海水,大力发展海洋经济。这样就可以将北京建设成一个“准沿海城市”。

北京市社会科学院外国问题研究所副所长刘波副研究员认为,学者通过自己的研究提出新的学术观点本身就属于创新创意,这需要很大的勇气。学术界可以质疑,可以讨

论。第一,需要研究南水北调对南方城镇化的影响,南方许多城市本身也缺水,南水北调运行后会是什么样的发展态势,会存在哪些问题,然后再来分析开凿运河有没有必要。第二,海水淡化会不会对周边环境产生影响。第三,陆海运河工程在国外有吗?将海水引入到内陆城市国际上有没有先例?可以进行比较研究。第四,有部分城市进行填海造田,结果是什么?京津陆海运河如果建成,会不会因负面影响导致重新填埋及其可能带来的风险,这些都需要进行深刻反思和研究。

北京市社会科学院管理所吴向阳副研究员认为,提出京津陆海运河,这个创意和想法很大胆,这是作为一位首都市民的角度所进行的思考。在适当的时候,特别是技术成熟的时候可以搞,这个想法是很好,但要做好论证,深入研究其经济、技术、环境等方面的可行性。一是经济层面,缺水带来哪些潜在危害。京津陆海运河带来的经济效益应进行论证。可以推测该工程将产生一定的GDP增长效益,航运上能够通行30万吨轮船,节约一定的经济成本,还能通过海水淡化解决北京缺水问题,这些经济效益都可以进行论证。敢想就要敢做。二是技术上可以攻关,通过技术创新来减少盐碱化危险。三是环境层面,要考虑对周边环境的影响,环境损失都要考虑进去。这些问题要解决好。社会上有骂骂没有关系,但要长远来看,由于地下水位严重下降,地质沉降带来城市巨大风险,地下水污染严重,北京缺水将是长期问题。

北京市社会科学院管理研究所副所长毕娟副研究员认为,开凿京津陆海运河是一个多学科交叉的复杂问题,是北京市社科院学者对现实紧迫问题分析思考之后提出的战略思

路。社会上现有一些批评,都是从各自不同学科背景和领域视角出发,难免将其中的弊端夸大,从而缺乏宏观综合的战略考量。这一思想的提出,重在起到抛砖引玉、启发思路的作用。大家不应在当下停滞不前,应开拓思路,从不同角度加深研究和论证。对于北京市社科院的学者来说,应当挖掘其中的研究课题,如:研究开凿京津陆海运河的经济社会价值、研究其如何促进产业转型与发展、如何解决北京的“城市病”问题等等。之后,再与其他领域的研究相汇合,进行综合的评价。

北京市社会科学院管理所董丽丽博士认为,海水利用对北京现阶段和未来相当长的一段时间内所面临的问题具有重要意义,这是一个很好的开端,引起了社会各方的广泛关注,将非常有助于加速推进对相关领域的后续研究工作。在历史上,很多有创造性的学说都是在激烈的争论和探讨中逐步得以成熟和完善,学者应该有自己的声音。海水利用与北京今后发展相关性很大,需要我们做更为深入的研究。

北京市社会科学院市情调查基地李晓壮博士认为,任何科学的前身都是假说,现在说是错的,可能以后是对的。第一,从研究本身而言,提出创意和设想,应该多鼓励。第二,要考虑社会网络与舆论引起的反响,该创意如果是工程类的院士提出来,可能社会的杂音和噪音会小点。由于人文社会科学在社会中的地位比较弱,所以反对声会比较大。第三,在思路上,要考虑城市的架构治理与创新问题,在现有的基础上进行创新阻碍很多,危险很大,利益很难整合,需要另辟蹊径进行创新,需要引入新的观点来促进城市的发展。第

四,技术层面不是问题,但我们不是搞工程的,需要工程类专家进行研究和论证。目前的阶段应该属于假说,究竟能否解决海水和雾霾等问题,还需要论证。

北京市社会科学院市情调查研究中心副主任陆小成副研究员认为,首都水资源处于重度紧缺状态,南水北调不足以破解短缺困境。提出京津陆海运河不是心血来潮,而是对现实紧迫问题的大胆的、创新性设想,这种创新创意和战略思考值得提倡和尊重。但考虑到京津陆海运河提出的“宽度达到1公里及通航30万吨的水深要求”构想,本人认为成本过高,投资过大,涉及到人口迁移、生态风险、城市安全、技术改造、社会认同等多方面的难题。相对京津陆海运河,我提出修订版,应加快“引渤入京”工程建设,在潮白河的现有水系基础上进行深挖和拓宽,引入海水,确保现有干涸的潮白河的平均宽度在500—600米,河道平均水深达到10—15米。为了减少海水带来的盐碱化生态影响,可以在入海口设闸,利用太阳能、风能、海洋能对入海水进行初次淡化或预处理,降低盐碱化风险,加强潮白河环境改造、水系修复、生态保护。引渤入京以解决首都水资源短缺为第一要务,实现海水淡化、生态旅游、发展新能源产业等多方面的功能。政府应发挥市场机制的决定性作用,通过创新政策,不用花一分钱建设好该工程。加强前期研究,战略规划,政策支持,引入社会资本,加快低碳技术创新,发展新能源产业,推进引渤入京与海水淡化工程逐步实施,从根本上改变北京缺水困境,改变首都北京城市格局,推进首都生态文明和美丽北京建设。