

电子商务促进农业产业集群 升级的机理分析^{*}

——以江苏省沭阳县花木产业集群为例

□ 陈永富 方湖柳 曾亿武 郭红东

内容提要 本文基于沭阳花木产业集群个案,探索电子商务促进农业产业集群升级机理。农业产业集群在引进电子商务上具有一定优势,而电子商务的引进为农业产业集群带来新的需求条件、竞争环境、供应网络和服务体系,并使土地与空间得到进一步利用,农民企业家才能得到提升,政府扶持思路和行为发生调整,进而促进农业产业集群升级。特色农业产业区的地方政府应充分利用农业产业集群在引进电子商务上的优势,及时转变产业扶持思路与发展战略,积极主动拥抱互联网新经济,努力为集群主体的电商创业和创新培育良好的发展环境。

关键词 电子商务 农业产业集群 产业集群升级 淘宝村

作者陈永富,杭州师范大学经济与管理学院教授;方湖柳(通讯作者),杭州师范大学经济与管理学院教授;曾亿武,杭州师范大学经济与管理学院讲师;(杭州 311121)郭红东,浙江大学中国农村发展研究院教授。(杭州 310058)

DOI:10.14167/j.zjss.2018.10.008

一、引言

中国经济正在向形态更高级、分工更复杂、结构更合理的阶段演化,经济发展进入新常态。新的历史起点上,中国必须努力摆脱主要依靠要素规模驱动发展模式,转向注重提高要素质量,更多地依靠人力资本提升和科学技术进步,让创新成为驱动经济发展的新引擎和主动能。新常态反映在农业领域,表现为农村经济发展的速度变化、结构优化和动力转化,归根结底是要加快转变农业发展方式。

农业产业集群是现代农业发展的一种新趋

势,是农业产业化、规模化和现代化发展的一种高级形式,20世纪90年代后期以来,中国农业产业集群发展迅速,出现了一批在国内外有影响的农业产业集群。然而,经济新常态背景下,中国农业产业集群面临转型升级的问题。在经济增速放缓、外需持续疲软的情况下,如何通过加快转变发展方式,进一步做大做强农业产业集群,是一个亟待研究的重要课题。近年来,中国农业和农村电子商务发展迅猛,个别地区的农业产业集群在电子商务带动下取得了显著成就,为新时期谋求中国农业产业集群升级提供了新思路。那么,电子商务为何能够带动农业产业集群实现新发展,其中隐含

* 基金项目:本文是浙江省哲学社会科学重点研究基地“浙江省农民发展研究中心”课题项目“家庭农场国际比较及我国家庭农场发展对策研究”(14DJNF02Z)、国家自然科学基金项目“中国农业产业集群形成与演变机制研究”(71473218)、国家自然科学基金项目“中国淘宝村形成机理及其‘三农’影响效应研究”(71673244)的阶段性成果。

的作用机理是什么?本文以江苏省沭阳县花木产业集群为例,探索电子商务促进农业产业集群升级的机理。沭阳县是“中国花木之乡”、全国电子商务进农村综合示范县,具有个案代表性,其花木产业集群的电商化发展经验值得挖掘。本文的个案资料主要来源于2015—2017年共计四次的实地调查(参与式观察和深度访谈)以及沭阳县商务局提供的各部门有关报告。目前,国内涉及电子商务与产业集群之间关系的文献非常少见,尚未有专门讨论电子商务促进农业产业集群升级的成果,本文研究填补了这一空白,有助于加强对“互联网+”背景下农业产业集群转型升级内在规律的认识。

二、理论框架

产业集群升级本质上是一种以提升产品附加值、增强集群竞争力和保持产业效益持续增长为目标的创新集合。美国经济学家Schumpeter认为,所谓创新,就是建立一种新的生产函数,即把生产要素和生产条件的“新组合”引入生产体系。在引入过程中,新型要素既可能替代部分原有要素,也可能与部分原有要素相互融合,相互影响,并使对方发生一些改变。依据这一理论思想,电子商务促进农业产业集群升级的基本逻辑可作这样的论述:通过引进电子商务,逐渐将电子商务发展的关联性生产要素和生产条件引入到农业产业集群的生产体系,新的生产要素和生产条件在与原有的集群要素和条件进行替代和融合的过程中,为农业产业集群构建建立一组新的生产函数,这些创新汇集在一起的结果便是实现农业产业集群升级。

沿着上述逻辑,进一步揭示电子商务促进农业产业集群升级的更深层次机理,需要回答以下三个问题:第一,电子商务缘何能够被引进农业产业集群,如果电子商务无法被引入农业产业集群,或者农业产业集群对电子商务的引进不存在某种普遍适用性机制,则更谈不上促进农业产业集群实现升级;第二,电子商务究竟给农业产业集群带来了哪些新的生产要素和生产条件,为何这些生产要素和生产条件会伴随电子商务的发展而出现在农业产业集群之中;第三,随着电子商务的引进,农业产业集群原有的生产要素和生产条件发生了哪些积极的变化和调整,进而成为促进农业产业集群升级的力量。

更进一步地,本文还将简单讨论新要素引进、原要素调整与农业产业集群升级具体内容维度之间的关系。关于产业集群升级的具体内容维度,最具代表性的划分当属Humphrey & Schmitz的提法:(1)产品升级(Product Upgrading),即引进效益更好的新产品或者显著提升产品的质量;(2)流程升级(Process Upgrading),即通过重新组织生产系统或者应用新的生产技术,使整个生产过程(或集群的内部运作)效率得到提升,实现投入成本更低或者产出效益更高;(3)功能升级(Functional Upgrading),即从价值链的低附加值部分移动到高附加值部分,例如从组装的低端环节转向(或新增)研发设计、品牌创新、市场开拓、售后服务、包装创新、个性化定制、大数据应用等更能创造利润的高端环节;(4)跨部门升级(Inter-sectoral Upgrading),即从原来的行业部门转向一个新的行业部门,从而获得更高的效益和利润。由于农业产业集群通常是当地独特的自然条件、资源禀赋和地理优势所造就的特色产业群落现象,相比工业产业集群,农业产业集群选择摒弃原有的产业优势,跳转到别的行业部门来实现集群升级的现象要罕见得多。农业产业集群升级总是在保留原有特色农业产业的基础上力求实现产品升级、流程升级和功能升级。因此,本文不考虑将“跨部门升级”纳入到电子商务促进农业产业集群升级的理论分析框架(见图1)之中。

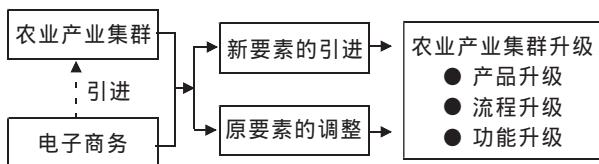


图1 电子商务促进农业产业集群升级的理论分析框架

三、案例描述

沭阳县地处中国东部长江三角洲地区,江苏省北部,沂沭泗水下游,既属于徐州、连云港、淮安、宿迁四市结合部,也属于鲁南丘陵与江淮平原过渡带,面积2298平方公里,户籍人口193.57万,是江苏省陆域面积最大、人口最多的县域,素有“中国花木之乡”的美誉,同时也是全国电子商务进农村综合示范县。2017年,沭阳县位列第十

七届全国百强县第29位,已连续六年跻身全国百强县行列。

沭阳县地处北纬34°,属中国南北气候的过渡地带,适合多种花木生长,是南花北移、北木南迁的理想中转站。沭阳县花木栽培历史悠久,发展至今,共有花木从业人员25万人,约3万名专业花木经纪人长期活跃在全国各地,将沭阳县花木源源不断地销往全国各地。沭阳县花木种植面积由20世纪90年代初的0.3万亩发展到2017年的50万亩。沭阳县成为江苏省花木种植面积最大的县,花木产业成为优势品牌产业和农业主导产业。

沭阳县还是中国“互联网+三农”县域电商发展的典范。经过近十年的探索,沭阳县成功实现电子商务与花木产业集群的融合发展,实现经济新常态下整个花木产业集群再上一个台阶。自2007年开始,一些花木种植农户便开始积极探索使用淘宝、天猫、1688等电商平台开展线上营销。以“开网店、做淘宝”为主的电商创业形式,受到沭阳县农民、退伍军人、返乡人员、家庭妇女、高校毕业生等各类群体的欢迎。发轫于农民的创业创新,辅以政府的科学引导和有力扶持,沭阳县花木产业的电商化进程发展非常迅速。2017年,沭阳全县拥有各类网店4万余家,25万人从事电商产业,全年完成电商交易额105亿元,快递发货量达7700多万件,平均每秒钟就有2.2件沭阳的包裹发往全国各地。根据阿里研究院的统计,2014—2016年沭阳县连续三年在阿里零售平台上的农产品交易总额稳居全国县域排名第三的位置。截至2017年底,沭阳县拥有41个淘宝村^①、4个淘宝镇^②,是全国最大的农产品淘宝村集群,其中新河镇和颜集镇所辖的行政村全部是淘宝村。多数淘宝村几乎所有家庭都有从事花木的种植,参与网店经营的平均家庭比例在35%左右。全县电商直接创业和带动间接就业人员总数达到15万人,全县上下形成了浓厚热烈的电商创业氛围和富有活力的互联网创新局面。

四、案例分析

(一)农业产业集群引进电子商务的优势

电子商务被成功引进农业产业集群,是促进农业产业集群升级的前提。对沭阳县个案的研究发现,沭阳县花木产业集群的电商化发展并非是

一种特殊而不可复制的现象;相反,沭阳县个案具有普遍意义,充分体现了中国农业产业集群与中国电子商务在发展特征上的高度契合性。与国外以大型企业为核心的电商发展模式不同,中国电子商务主要是针对中小型企业服务的第三方中介平台模式,这一点与中国农业产业集群以农户和中小型企业为主体的现实相吻合。沭阳县个案实践显示了农业产业集群在引进电子商务时具有一定优势。

1. 农业产业集群具有相对较好的基础设施条件。电子商务发展需要一定的基础设施和配套产业作支撑,包括道路交通、通讯设施和物流快递。与普通农业产区相比,拥有特色农业产业集群的地区具有比较有利的基础设施条件,有助于电子商务起步。沭阳县花木产业从20世纪90年代中后期开始,从农民自发实践的缓慢发展阶段转入由政府积极推动的快速发展阶段,乡村道路交通建设不断完善;进入21世纪,沭阳县花木产业采用与道路建设同步扩张的发展模式,道路修到哪,花木就种植到哪,2002年修建扎新路,2007年修建新潼路,2011年修建新245省道、新205国道和新344省道。沿着干道两侧扩大种植面积,使沭阳县花木产业保持稳步发展,并拥有了内部相连、内外畅通的交通网络。沭阳县花木产业区在通讯网络设施建设方面起步也较早,发展速度快。自2001年开始建设ADSL宽带接入网,2007年实现宽带村村通,2015年基本实现光纤到户全覆盖。此外,沭阳县花木产业集群汇集了众多相关产业主体,再加上发达的交通条件以及地理空间上的临近性便于建设高效的物流配送体系,积极推动了电子商务的引进与扩散。

2. 农业产业集群能够为电商创业提供有力支持。农业产业集群在形成与发展过程中积累了良好的产业基础,能够为农户的电商创业提供有力支持。所谓良好的产业基础,包含四个要义:一是生产的农产品具有地方特色,辨识度高;二是经过长期传播和连片发展,形成良好的区域知名度;三是生产专业化,具有一定的技术和工艺积累;四是产业规模较大。沭阳县花木具有悠久历史,据史料记载,沭阳县花木栽培始于唐代、盛于明清。始建于明末清初的周圈村“胡家花园”闻名遐迩,树桩盆景“卧牛望月”与“二龙戏珠”传说由乾隆皇帝御

赐,至今依然枝叶繁茂。20世纪80年代,沭阳县就开始了花木的商品化生产,经过二十多年的发展,沭阳县被国家林业局、中国花协评为首批“中国花木之乡”,新河镇、庙头镇被评为“江苏省花木之乡”,新河镇周圈村被评为“中国十大魅力乡村”。由于具有良好的产业基础,早期的电商创业者在线上销售本地花木产品时就地取材,具有成本优势,放到网上比较容易得到消费者的关注、认可和信任。他们从小耳濡目染,对花木非常熟悉,能够很好地完成产品的宝贝描述和推介,为客户提供专业的产品咨询和售后服务。

3. 农业产业集群的溢出效应促进电商连片发展。Freeman认为集群内部存在着知识溢出(Knowledge Spillover),知识溢出是促进集群成长的最根本动力,是集群创新产出和生产率提高的源泉。产业集群内部的网络组织架构是知识溢出的天然通道,此外,农业产业集群主要覆盖农村地区,中国农村社会的熟人机制加速了农业产业集群的知识溢出,促进电子商务实现连片发展。在沭阳县花木产业集群中,当农户采用电子商务获得收益时,知识溢出使得电子商务知识快速地外溢扩散,集群里的农户通过互帮、互带、互传,纷纷采取电子商务进行相应变革获取收益,在集群内营造了应用电子商务进行经营管理变革的和谐创新环境。

(二)新要素引进与农业产业集群升级

电子商务的引进本质上是一种外生性技术进步,为农业产业集群带来了一个全新的市场,包括新的市场需求容量、新的竞争强度和竞争规则,激发了农业产业集群主体新的活力。此外,电子商务的发展具有产业联动性。除了一定的基础设施条件以外,电子商务的发展还有赖于线下的供应网络,公共部门、金融机构、教育培训机构、电商服务企业、物流快递企业等主体构成的服务体系提供产品、服务等方面的支持。电子商务的引进,进一步增强了农业产业集群的吸聚能力,将电子商务相关联的生产要素、产业主体和发展条件都带入农业产业集群,进而推动农业产业集群实现升级。

1. 新的需求条件。市场需求是产业发展的动力。Porter的钻石模型理论把“需求条件”作为评价产业集群竞争力的重要方面,这是因为市场需求从根本上决定着一个产业集群规模的大小,而电

子商务的引进,为农业产业集群的发展带来新的市场需求条件。首先,电子商务有助于扩大集群的市场需求容量。电子商务作为一种新兴的交易渠道,是对集群企业原有营销渠道的一个重要补充,能够扩大集群原有的市场半径以获取更大的市场机会,从而提升集群的市场开拓能力。在电子商务的帮助下,沭阳县花木产品得以销往全国各地,销售半径和地域声誉达到空前的广度和高度。更大的市场需求量,有助于沭阳县花木生产种植再次获取规模经济效应,提升投入产出效率,促进流程升级。其次,电子商务增强了集群的市场需求多样性。电子商务使集群面对的消费群体更加庞大和复杂,消费者对产品的需求呈现多样性,有助于促进集群的产品升级。引进电子商务之前,沭阳县花木产品主要是大型绿植、工程苗木、园艺盆景、干花,以批发为主,而鲜切花、多肉植物、微型盆栽花卉等家庭园艺类产品并不多见。电子商务的兴起,使得多肉植物等微型花卉产品得到快速发展,沭阳县花木的产品体系更加多样化,具体品种已超过3000种。

2. 新的竞争环境。电子商务使得买家和卖家摆脱地域限制,实现线上高度集聚。在电商平台上,市场实现了一体化,网商之间的竞争变得高度集中、异常激烈。一个网店要被消费者注意和青睐,必须具备足够的人气和好评。而且,消费者可以低成本、高效率地“货比三家”,寻找最满意的产品。因此,电子商务引进农业产业集群,等同于带来一种新的竞争气候,这对集群的产品升级、流程升级和功能升级有重要的促进作用。首先,迫使农民网商寻找产品差异点,不断提升产品质量,让自家网店至少拥有一个畅销“爆款”,进而带动整个网店的人气和流量;其次,迫使农民网商提高生产效率,在保证产品质量的前提下不断降低生产成本,提升价格竞争优势和利润率;最后,激发农民网商的品牌意识和创新精神,提升服务质量,重视客户感受和体验。电子商务的竞争环境大大激发了沭阳县农民的创新精神和活力。在网商的努力经营下,沭阳县涌现出了近百个有名的“淘品牌”。由于花木对包装要求比较高,农民在实践中摸索出好的包装方法,例如“三角棱”式的纸箱包装法、垂直充气泡沫袋包装法,能够保护花木在重压的情况下依然保持完好无损。此外,网商还在产品上

不断进行创新,比如花木品种的更新和开发,多肉植物的组合式营销,文创花卉等。目前,在淘宝平台上沭阳县花木产品占据全国40%的市场份额。

3.新的供应网络。在引进电子商务以前,沭阳县花木产品以大型绿植和工程苗木为主,主要靠线下批发方式销售,而更适合线上零售方式的多肉植物、家庭绿植、微型花卉、种苗、种植资材等产品占据较小份额。随着电子商务的发展,适合充当网货的花木产品无论是在供应数量、质量上还是在供应种类上都有极大的需求,于是新产品供应网络在沭阳县花木产业区逐渐形成起来。此前,沭阳县花木产业区拥有花木大世界、周圈盆景市场、新河苗木市场等专业市场,电子商务发展后新增了苏台花木产业示范园、耿圩多肉产业园、新河沃彩互联网园艺基地、庙头花卉苗木市场、解桥花木资材专业市场等产品供应商集聚的园区和专业市场,汇集了本地以及来自全国各地的优质花木栽培企业,他们在相互竞争中为本地的网商供给海量的专业化培植产品。电子商务以及新供应网络使沭阳县花木产业集群在生产环节和营销环节上实现专业化分工,供应商专注于产品更新、研发与组合创新,不断提高生产效率和产品质量,网商专注于网店经营与客户服务,共同推动沭阳县花木产业升级。

4.新的服务体系。电子商务的持续发展需要一个服务体系加以保障。这个服务体系由公共部门、金融机构、教育培训机构、电商服务企业、物流快递企业等主体构成,为网商提供孵化培训、资金支持、网店装修、摄影美工、商标设计、视频制作、快递配送等方面的服务。电子商务的引进为沭阳县花木产业集群带来了一个全新的更加健全化的服务体系,这个服务体系不仅有助于电子商务自身的可持续发展,同时对整个线下产业的升级有着显著的促进作用。从流程升级角度讲,农户获取资金更加便捷,利率优惠,而物流体系的不断完善使快递成本下降且配送效率提高。例如,沭阳县根据电商“重流水、轻资产”的特点,在江苏省率先开发出第一款面向电商的信贷产品“淘贷”,普通电商可以享受到年销售额10%的免抵押信用额度。截至2015年,已发放贷款493笔,金额9921万元,深受广大电商创业者好评。从功能升级角度讲,多家电商服务企业入驻沭阳县,为网商提供专

业服务,使沭阳县电子商务更具市场开拓性与增值性,线上的市场份额和品牌知名度保持着领先优势。

(三)原要素调整与农业产业集群升级

电子商务的引进,不仅为农业产业集群带来了新的生产要素、产业主体和发展条件,也使得原有的部分生产要素或产业主体做出一些调整或者产生一些积极变化,使它们也成为适应并促进农业产业集群升级的重要力量。

1.土地与空间的进一步利用。土地是农业最基础的资源要素。电子商务的发展使沭阳县花木产业规模不断扩大,耕地资源被空前充分利用,没有任何土地撂荒的现象。不仅如此,花木农户还普遍向周边乡镇租赁土地,扩大种植面积。电子商务的兴起还使得农村可用于充当仓储的空间、闲置的旧房、对外出租的房屋也都被更加充分地利用起来。土地与空间资源的重新配置与利用,本质上提升了集群内部运作的投入产出率,促进了集群的流程升级。据此,沭阳县得以改变以往紧张的人地关系,在同样的地域空间里,通过电商的发展,更加充分地利用了土地,实现农民增收。据统计,沭阳县花木种植的亩均产值从2011年的7670.6元增长到2015年的10154.9元。

2.农民企业家才能的提升。电子商务引进农业产业集群不是一蹴而就,而是一个农民网商“干中学”(Learning by Doing)的渐进过程。在沭阳县花木产业集群中,绝大多数网商一开始都没有电子商务的专业知识和高深的互联网思维,他们是在自主学习以及集群内部的知识溢出过程中不断提升综合素质,既包括计算机使用技能、文字表达能力、宝贝拍照和图片处理能力,更包括品牌认知水平、产品质量意识、客户服务态度、经营理念等方面。农户是农业产业集群的主体,农民劳动力要素质量及企业家才能的提升,对于农业产业集群产品升级、流程升级和功能升级都有着非常重要的促进作用。张小蒂、曾可昕对浙江义乌集群的研究结论同样适用于沭阳县花木产业集群个案,即以渠道拓宽与优化为主要途径的“干中学”可促进企业家才能提升与市场规模内生性扩大之间的良性互动,企业家配置的要素层次提高,能使传统劳动密集型产品的要素密集度逆转,市场规模扩大,而且基于企业家才能提升的市场规模扩

大具有内生性,是可持续的。

3. 政府对产业扶持的调整。电子商务的发展还会引发政府对产业集群的扶持行为发生调整。沭阳县花木产业集群的电商化发轫于农民自发的创业创新,继而重塑了政府对新阶段扶持花木产业发展的认识,诱导政府作出将更多的人力、物力和财力往鼓励花木产业对接互联网实现升级的方向倾斜的决定。例如,沭阳县财政每年拿出1500万元,设立电子商务专项发展资金,用于仓储物流、创业培训、孵化基地、典型奖励等方面补助;建立苏奥电商产业园、软件产业园等互联网信息产业园区,吸引很多外来的生产企业、电商企业和服务商;每个乡镇都建立电子商务公共服务中心,会议室、培训室、摄影室、体验中心一应俱全,为电商农户提供技术培训、网店优化、信息咨询、金融服务等多种服务;全力打造网络创业孵化基地,让电商企业免费入驻,并采取类免费安装宽带、免费政策咨询、免费创业指导、物管费减半收取等优惠政策,为创业者提供组团式、一站式、专业式服务;等等。从理论上讲,政府对农业产业集群电商化发展的各种扶持,会对农业产业集群的产品升级、流程升级和功能升级都产生积极的影响,而且主要是一种间接性影响。

五、结论与启示

本文以沭阳县花木产业集群为例探索电子商务促进农业产业集群升级的机理,主要研究结论有:第一,农业产业集群在引进电子商务时具有一定优势,相对较好的基础设施条件有利于电子商务起步,良好的产业基础能够为农户电商创业提供有力支持,溢出效应则促进了电子商务的连片发展;第二,电子商务的引进增强了农业产业集群的吸聚能力,将电子商务相关联的生产要素、产业主体和发展条件都带入农业产业集群,包括新的需求条件、竞争环境、供应网络和服务体系,进而推动农业产业集群实现产品升级、流程升级和功能升级;第三,电子商务的引进还使得原有部分生产要素或产业主体做出一些调整或者产生一些积极变化,使它们成为促进农业产业集群升级的重要力量,主要包括土地与空间的进一步利用,农民企业家才能的提升以及政府对产业扶持的调整。

沭阳县花木产业集群及电商化发展实践显

示,电子商务可以成为经济新常态下促进农业产业集群升级的有效途径,电子商务完全有可能使农业产业集群发生深刻的积极变化,并实现全面升级。特色农业产业区的地方政府应充分利用农业产业集群在引进电子商务上的优势,及时转变产业扶持思路与发展战略,积极主动拥抱互联网新经济,努力为集群主体的电商创业和创新培育良好的发展环境。

注释:

①“淘宝村”有三个认定标准:一是经营场所在农村地区,以行政村为单元;二是电子商务年交易额达到1000万元以上;三是本村活跃网店数量达到100家以上,或活跃网店数量达到当地家庭户数的10%以上。根据这三个标准,阿里研究院在每年年底发布的《中国淘宝村研究报告》中附上淘宝村的年度名单,达到标准的村庄被授予“中国淘宝村”荣誉牌匾。

②在“淘宝村”概念基础上,阿里研究院进一步提出:一个镇、乡或街道符合“淘宝村”标准的行政村大于或等于3个,即可称为“淘宝镇”。

参考文献:

1. 陈锡文:《适应经济发展新常态,加快转变农业发展方式》,《求是》2015年第6期。
2. 武云亮:《农业产业集群理论与政策——基于安徽农业实践的考察》,经济科学出版社2013年版。
3. 但斌、胡军、邵汉华等:《电子商务与产业集群联动发展机理研究》,《情报杂志》2010年第29期。
4. 毛园芳:《电子商务提升产业集群竞争优势机制案例研究》,《经济地理》2010年第30期。
5. 张耀辉、齐玮娜:《互联网背景下专业镇企业的转型机制、障碍及破解研究——兼对揭阳军埔“淘宝村”跨行业转型案例分析》,《产经评论》2015年第4期。
6. 谭薇:《农业产业集群的形成机理与政策支持研究》,《农村经济》2011年第12期。
7. 许素琼:《农业产业集群的形成机理及发展对策——四川省南充市的实证分析》,《农村经济》2013年第8期。
8. 曾亿武、郭红东:《农产品淘宝村形成机理:一个案例研究》,《农业经济问题》2016年第4期。
9. 曾亿武、郭红东:《电子商务协会促进淘宝村发展的机理——以广东省揭阳市军埔村的实践为例》,《中国农村经济》2016年第6期。
10. 张小蒂、曾可昕:《基于企业家才能提升的市场规模内生性扩大研究——以浙江义乌产业集群为例》,《财贸经济》2013年第5期。
11. 阿里研究院官网:《阿里农产品电子商务白皮书(2014—2016)》。

(下转第78页)

⑬具体内容可参见周荣德：《中国社会的阶层与流动：一个社区中士绅身份的研究》，学林出版社 2000 年版。

⑭张仲礼：《中国绅士》，上海社会科学院出版社 1991 年版，第 1 页。

⑮[德]马克斯·韦伯：《经济与社会》，商务印书馆 1997 年版，第 273 页。

⑯任九光：《“乡贤”的历史发展与近代突变——兼论新乡贤建设应汲取的历史经验教训》，《教育文化论坛》2016 年第 3 期。

⑰王先明：《“新乡贤”的历史传承与当代建构》，《光明日报》2014 年 8 月 20 日第 001 版。

⑯李晓斐：《当代乡贤：地方精英抑或民间权威》，《华南农业大学学报（社会科学版）》2016 年第 4 期。

⑰胡鹏辉、高继波：《新乡贤：内涵、作用与偏误规避》，《南京农业大学学报（社会科学版）》2017 年第 1 期。

⑱具体参见张英魁：《乡贤的外生性及其介入乡村机理分析》，《中国特色社会主义研究》2017 年第 3 期；张颐武：《重视现代乡贤》，《人民日报》2015 年 9 月 30 日。

⑲需要说明的是，笔者在此强调新乡贤的“公益”属性，并不排斥其对高尚私德的追求。其实，在古代中国，不乏因为私德高尚而被奉为乡贤的例子，比较极端的是“二十四孝”。在当代中国，这种张扬儒家伦理价值（如孝道）的道德实践，仍有重要的社会价值。在下文的分析中，我们可以看到，“乡贤回归”其实也是传统中国“报本返始”孝道文化的一种当代推行和具体实践。

⑳李强：《社会分层十讲》，社会科学文献出版社 2008 年 5 月版，第 299~300 页。

㉑㉒费孝通：《乡土中国》，上海人民出版社 2006 年

版，第 34、92~93 页。

㉓[日]滋贺秀三：《中国家族法原理》，商务印书馆 2013 年 5 月版，第 60 页。

㉔林语堂：《中国人》，沈益洪、郝志东译，学林出版社 1994 年 12 月版，第 181 页。

㉕“此心安处是吾乡”，出自苏轼的《定风波·南海归赠王定国侍人寓娘》。其创作的背景正是一个关于好友王巩被贬他乡而引发离愁别绪的故事。

㉖翟学伟：《关系与中国社会》，中国社会科学出版社 2012 年 3 月版，第 105 页。

㉗李翔海：《“孝”：中国人的安身立命之道》，《学术月刊》2010 年第 4 期。

㉘徐祖澜：《绅权与国家权力关系研究》，社会科学文献出版社 2017 年版，第 272 页。

㉙翟学伟：《中国人的日常呈现：面子与人情的社会学研究》，南京大学出版社 2016 年 3 月版，第 9 页。

㉚王先明：《士绅构成要素的变异与乡村权力——以 20 世纪三四十年代晋西北、晋中为例》，《近代史研究》2005 年第 2 期。

㉛具体参见 [美]杜赞奇：《文化、权力与国家》，王福明译，江苏人民出版社 2003 年版。

㉜《报告解读：2016~2017 中国大学生村官发展报告》，载大学生村官之家网：HTTP://Cancun.youth.ccg/201708/t20170809_10476904_6.HTML。

㉝徐祖澜：《绅权与国家权力关系研究》，社会科学文献出版社 2017 年版，第 211~213 页。

责任编辑 余 越

（上接第 70 页）

12. Giuliani E., Pietrobelli C. and Rabellotti R. “Upgrading in Global Value Chains: Lessons from Latin American Clusters” *World Development*, 2005, 33(4).

13. Pietrobelli C. and Rabellotti R.(eds). *Upgrading to Compete Global Value Chains, Clusters, and SMEs in Latin America*. Inter-American Development Bank/David Rockefeller Center for Latin American Studies/Harvard University, Washington D.C., 2006.

14. Murphy J.T. “The Challenge of Upgrading in African Industries: Socio-spatial Factors and the Urban Environment in Mwanza, Tanzania” *World Development*, 2007, 35(10).

15. Azadegan A. and Wagner S.M. “Industrial Upgrading, Exploitative Innovations and Explorative Innovations” *International Journal of Production Economics*, 2011, 130(1).

16. Hampel-Milagrosa A., Loewe M. and Reeg C. “The Entrepreneur Makes a Difference: Evidence on MSE Upgrad-

ing Factors from Egypt, India, and the Philippines” *World Development*, 2015, 66(2).

17. Schumpeter J. *Business Cycles “A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process* New York: McGraw-Hill Book Company, 1939.

18. Humphrey J. and Schmitz H. “Governance and Upgrading: Linking Industrial Cluster and Global Value Chain Research” *IDS Working Paper No.120, Institute of Development Studies*, University of Sussex, Brighton, 2000.

19. Freeman C. “Networks of Innovators: A Synthesis of Research Issues” *Research Policy*, 1991(2).

20. Porter M. *The Competitive Advantage of Nations* New York: Free Press, 1990.

21. Heikkila J. “Entrepreneurial Opportunities Created by Electronic Grocery Shopping” *Electronic Markets*, 2000, 10(1).

责任编辑 张华勇

ics and firm entry and exit, and tests it using Chinese industry survey data. Empirical results show that factor market distortion impedes the selection mechanism linked productivity, competitive effect of firm turnover and reallocation of factor resources. By decomposing the aggregate productivity in province level, factor market distortion is negative to contribution of reallocation in terms of the aggregate productivity. If there is 1% decrease in factor market distortion, the reallocation across firms would increase 0.53% and the net effect of firm entry and exit would increase 1.43% to contribution of aggregate productivity. This paper makes a unique aspect and policy implication of the relationship between factor market reform and aggregate productivity.

Key words: factor market distortion; entry and exit; total factor productivity; reallocation

The Mechanism of E-commerce Promoting the Upgrading of Agricultural Industry Cluster:

A Case of Flower and Wood Industry Cluster in Shuyang County, Jiangsu Province (65)

Chen Yongfu¹, Fang Huliu², Zeng Yiwu³, Guo Hongdong⁴

(1.2.3. *Economics and Management School, Hangzhou Normal University, Hangzhou 311121;*

4.China Academy of Rural Development, Zhejiang University, Hangzhou 310058)

Abstract: Based on the case of flower and wood industry cluster in Shuyang, this paper explored the mechanism of e-commerce promoting the upgrading of agricultural industry cluster. Agricultural industry cluster has certain advantages in the introduction of e-commerce. The introduction of e-commerce brings new demand conditions, new competitive environment, new supply network and new service system to the agricultural industrial cluster, makes further use of land and space, improves the entrepreneurial skills of farmers, and pushes the government to adjust the industry support ideas and behaviors, thus promoting the upgrading of the agricultural industry cluster. Local governments in featured agricultural industrial zones should make full use of the advantages of agricultural industry clusters in introducing e-commerce, timely changing the industrial support thinking and development strategy, actively embracing the new Internet economy, and striving to cultivate a favorable development environment for e-commerce entrepreneurship and innovation.

Key words: e-commerce; agricultural industry cluster; industry cluster upgrading; Taobao Village

“Return of Local Worthies”: Urban–Rural Circulation Repairing and Elite Structure Reconstruction

—Taking the Changes of Urban–Rural Relations in the Past 40 Years of Reform

and Opening-up as Analysis Background (71)

Jiang Fangbing

(*Party School of CPC of Hangzhou Municipal Committee, Hangzhou 310024*)

Abstract: In the 1940s, facing the decline of rural society, Fei Xiaotong put forward the proposition of urban–rural organic circulation and rural reconstruction. Even today, after 40 years of reform and opening-up, “rural China” has accelerated to “urban China”, we are still in the process of solving this proposition. In recent years, the “return of local worthies” project is one of the new explorations with traditional characteristics. Compared with the ancient local worthies, the origin and composition of the new worthies have been diversified, but behind their return is still the “nested centripetal” structure of Chinese geographic identity. Under the background of imbalance of urban and rural development, the return of local worthies under the government’s “invitation” is not only conducive to the revitalization of the urban–rural organic circulation, but also conducive to the organic unification of the individual value and social value of new rural worthies. As a social force born in the local area and growing in other countries, the return of local worthies has reconstructed the structure of rural elites to a certain extent, but it cannot really replace the existing pattern of “rural administration and village governance”. At present, the key to promoting this exploration and practice lies in whether it can effectively highlight its commonweal attribute and folk identity, give full play to its comparative advantages in rural governance, and avoid falling into the practice mistake of separating fame from reality.