

【社会与治理】

# 三秩归一与秩序分化

## ——新产业触发乡村秩序变迁的逻辑

邱泽奇 李澄一

**内容提要:**文章从触发地区产业发展的新柑橘品种引种入手,探讨乡村秩序变迁与重构的逻辑。运用“国家—市场—社会”三角分析框架,研究发现,在新柑橘品种引种之前,定塘镇的社会、经济、政治秩序之间处于相互支持的相对平衡状态。新柑橘品种的引种与扩种,打破了原有的平衡。一方面,社会、经济、政治行动者沿着各自的行为逻辑有序行动,协同服务于开发红美人产业和打造区域公用品牌这一共同目标,在达成新的秩序平衡的同时,形成了政治、经济和社会的“三秩归一”。另一方面,在新平衡之下,又涌动着三种秩序分化:农民和商人因秉持经营理念的差异,形成经济秩序的分化;品种红利分配的差异又带来了内部、外部社会秩序的分化;在经济、社会秩序的分化中,农民和商人不倾向诉诸政府,因与政绩无关,政府也无意介入干预,形成了政治秩序的分化。本文建议:在产业兴旺中,政府应着重关注技术和产业红利差异带来的社会分化,让大多数人从中受惠,建构和谐的经济秩序,进而促进治理有效的政治秩序。

**关键词:**秩序重构;社会分化;地方保护

### 一、问题的提出

当一个潜在的帕累托改进条件出现时,在既有秩序之上,社会如何重构新的秩序,在类似中国这样急剧变迁的社会,是一个不断遇到的问题。为回答这一问题,社会学家们从社会行为、社会规范、社会关系、社会结构、社会价值观、社会意识形态等角度展开了大量研究,提出了众多经典理论(李强,2018)。

在现代社会,秩序的建构与维系、打破与重构离不开国家、市场、社会之间的三角互动。可纵观既有的讨论,大致有三个分析框架。一是“国家—市场”,霍布斯的社会契约论认为,无序的发生源于社会经济交易赖以维持的人际信任的缺失,且这种缺失难以自发修复,于是需要建立国家来控制 and 维持社会秩序(霍布斯,1985);哈耶克则试图说明,实现经济自由的根本途径是市场化,即充分发挥市场“自发秩序”的作用,一旦国家成为全知全能的计划者,则必将驱使人民通往奴役之路(哈耶克,1989)。二是“市场—社

**作者简介:**邱泽奇,北京大学中国社会与发展研究中心教授、社会学系教授和博士生导师,主要研究方向为技术应用与社会变迁、社会研究方法、城乡社会学和组织社会学;李澄一,北京大学社会学系硕士研究生,研究方向为组织社会学。

**基金项目:**本文系国家自然科学基金2018年应急管理课题“多主体参与、场景关注与乡村智慧治理的研究”(主持人:邱泽奇,项目批准号:71841003)和教育部人文社会科学重点研究基地重大课题“作为发展要素的互联网资本研究”(主持人:邱泽奇,项目批准号:16JJD840002)成果的一部分。

会”,古典和新古典经济学家始终坚持竞争性市场以实现利益最大化;经济社会学则强调经济行为嵌入于持久的社会结构之中(Granovetter, 1985),社会结构、特别是社会关系网络会影响市场结果,形塑市场秩序(Granovetter, 2005)。三是“国家—社会”,“社会中心论”以公民社会为核心概念,关注国家与社会的权利边界,谨防国家越权;“国家中心论”强调国家的自主性及其在维护秩序、推进发展上的强制力;“社会中的国家”立场则试图破除国家与社会的二元对立,主张二者的互动以建构动态的社会秩序(张静, 1998)。

运用三大分析框架对中国乡村社会的研究成果丰硕。“国家—市场”取向与中国经济体制改革的变迁史密切相关。改革开放前,乡村以被动参与的方式卷入国家工业化的进程;改革开放后,乡村工业作为推动现代化的重要路径,有两种发展模式,一种是国家主导形式(Naughton, 1994; Che and Qian, 1998; Oi, 1999; 杨彦彦等, 2000; Walder, 1995),另一种则是市场导向模式(汪向东、梁春晓, 2014; 吴昕晖等, 2015; 曾亿武等, 2015; 曾亿武、郭红东, 2016)。“市场—社会”关系则延续了“嵌入性”的视角,探讨乡村市场与社会之间的关系(赵泉明, 2010; 张婷婷, 2012; 谢小芹、简晓鹰, 2015; 徐玉环等, 2018)。“国家—社会”视角既用于讨论私人生活随国家介入与退出而发生的变革(阎云翔, 2009),还用于讨论基层治理的逻辑(曹正汉, 2018),其中“自上而下”与“自下而上”这两条相对逻辑链在基层选举议题上尤为凝聚(Oi and Rozelle, 2000; Alpermann, 2001; 周雪光, 2009; 徐勇、吴毅, 2001)。

运用三大分析框架的确可以看到中国乡村社会某个维度的缤纷特征和变迁逻辑,可真实的乡村社会并不是“国家—市场”“市场—社会”“社会—国家”之间没有关系的场景;恰恰相反,“国家—市场—社会”三者之间始终是相互关联、相互作用,甚至是纠缠不清的三种力量,三者之间不同的关系模式影响和形塑着不同的乡村秩序。从乡村秩序变迁的诱因入手,既有的研究有两个基本观察:一种是“三秩并行”(邱泽奇、邵敬, 2015),即政府、市场和社会各自沿着自己的行动规则行事,形成政治、经济和社会三种秩序并行于乡土社会、没有交集的局面;一种是“三秩归一”(邱泽奇, 2018),即政治、经济和社会秩序围绕产业兴旺的共同目标蓄力推进,联手打造乡村振兴的大格局。这两个观察呈现的乡村秩序及其机制其实是两种理想类型,更多的乡村秩序常常处于两端之间,这就促使我们思考乡村秩序的“中间类型”会遵循怎样的逻辑?此外,乡村秩序为什么会显示出不同的形态,理想的乡村秩序又会在何种情境中出现?

本文以浙江省宁波市象山县定塘镇新柑橘品种引种为例,从“耕种”与“销售”的张力入手,继续在“国家—市场—社会”三角分析框架下,探索因发展因素触发乡村秩序变迁的第三种可能路径,也是试图发现乡村秩序变迁的一般逻辑,呈现在乡村原有秩序被打破后,政治、经济和社会这三股力量的互动如何重新建构新的乡村秩序?在重构的秩序中,又有着怎样的、可能触发下一个变迁的因素?在讨论中,本文将三股力量分别对应于三类行动者,即探究政府、商人和农民在乡村秩序重构中扮演了怎样的角色?产生了怎样的互动?各自的角色扮演和互动又促成了怎样的乡村新秩序?

## 二、案例:定塘镇柑橘产业的秩序常态与新秩序诱因

费孝通在《乡土中国》中谈到“社区分析的初步工作是在一定时空坐落中去描写一个地方人民所赖以生活的社会结构”(费孝通, 1985)。在大多数针对乡村社会的研究中,村是“时空坐落”。“三秩并行”与“三秩归一”即以村为分析单位。其实,时空坐落是以事件为对象的,东部地区人口聚居的紧密性和交通的改

善,带来乡村社会生活的互联性,使得将村庄作为分析单位太过约束。考虑到柑橘引种是在乡镇范围内生成的社会事实,本文将以镇为分析单位。即使是以镇为单位,也依然离不开更大的政治、社会和经济力量的影响,为更好地理解乡村实践,有必要以县域环境为背景作一介绍。

在宁波市,象山县的社会经济地位一直相当尴尬。不仅工业实力远比不上临近的慈溪市和余姚市,作为农业大县,临近的奉化区有“奉化水蜜桃”,象山县则没有品牌产品,虽然政府也很努力,却一直苦于无物。为发展象山经济,历届县政府都把农产品新品种选育作为一项重要工作,以期创造具有市场竞争力的县域品牌产品,在市域经济获得一席之地。其中的一项努力是与日本爱媛县结对,并互派交流生。引种红美人等新柑橘品种就是这一政策的附带产物。

定塘镇是象山县的农业大镇,农业产业结构的主导产品为柑橘<sup>①</sup>。改革开放以来,定塘镇从事柑橘种植的农户主要生产“罐头橘”,销售渠道主要有两条:第一条是卖给橘子罐头厂。农户或“坐等”中介上门收购,或到指定地点与中介交易。橘子的出手价格随市场变化,波动剧烈,从几毛钱一斤到一块几块钱一斤不等,甚至也出现过没人要的冷淡局面。第二条是销往东北。镇里有不少贩销户,将自种和收购来的橘子拉到东北三省的批发市场卖,以赚取差价,一般来说,几毛钱收来的橘子能以两块钱左右的价钱卖出去。不过,收不来和卖不掉的情况也经常发生,市场风险时时存在。在份额上,两条渠道大概各占一半,走的都是传统的分销模式,价值链长、利润微薄。与此相应的,则是农民社会经济地位的相对劣势。

传统柑橘产业与定塘镇的政治、经济和社会传统秩序常态相一致,体现为政府有心无力、市场经营和社会熟人关系看起来缺乏活力,倒也是政府、市场、社会,各自沿着自己的轨道运行,各安其分,呈现出一种传统的秩序平衡与静谧。在这里,“秩序”指的是符合地方性规则的行为及其后果。

转机发生在2008年。在县农林局技术专家的支持下,在经历了几年的失败尝试后,依靠设施栽培、“高接换种”嫁接和“滴管灌溉”等技术反复试验,终于将从日本爱媛县带回的柑橘引种成功,取名“红美人”。“红美人”不仅皮薄多汁、入口即化,而且产量极高,1.5亩地的产量达到了8000斤,在从日本带回来的所有品种中表现最为突出,当年就卖到了每斤20元。物以稀为贵的市场规律让“红美人之父”陈爽(化名,下同)在2009年继续提价,3.5亩棚栽红美人卖出了87万元的天价,彻底扭转了普通柑橘只能卖几毛钱一斤的传统。“红美人”极好的发展势头让陈爽于2013年在定塘镇台洞塘村“负债”承包了50亩土地,搭建了32亩大棚种植“红美人”。这一过火冒险的举动虽然遭到了亲戚朋友们的普遍反对,幸运的是,第一年,陈爽就卖出了200万,把成本全部收了回来。

面对“红美人”新品种的红利诱惑,各类行动者开始纷纷介入,不仅创造了象山县农业发展的新机遇,也孕育了乡村秩序重构的力量。纵向观之,“红美人”的诞生首先触发了农民种植结构的调整,进一步触发了第二、三产业的经营者赚取新品种红利的动机,最后触发了当地政府联合前二者以打造区域公用品牌的创举。从农民与商人的自发行动,到与政府的积极联合,“红美人”最终成了地区发展关照的重点对象,也成了重塑乡村秩序的“导火索”。

不过,秩序协同局面的生成并非理所当然,也并非毫无波澜;相反,在秩序重构的进程中,各方力量的博弈暗潮涌动,或许又在孕育下一场秩序重构。

<sup>①</sup> 截至2016年年底,定塘镇的水果种植面积为2.5万亩,其中柑橘的种植面积为2.1万亩,占象山县柑橘面积总量的五分之一。在2.1万亩柑橘中,6000亩为红美人,占象山县种植总面积的70%以上。有趣的是,在2012年之前,象山县红美人的种植面积还不到500亩。

### 三、高价打破的经济秩序:变革与分化并存

新农村建设的实践表明,各村镇找到适合本地的、能够促进产业兴旺的发展路径是解决“三农”问题的突破口。新产业的立足必然意味着原有经济秩序的“破坏”与重建,这种破坏是革命性的,是机遇,也是挑战。

“红美人”的横空出世颠覆了定塘镇传统柑橘产业建构的经济格局。价格是颠覆的杠杆。“红美人”的超高收益不仅吸引着普通橘农纷纷效仿,帮助他们开辟了一条新的“发家致富”路;也吸引着一批“手握重金”的投资者“弃工从农”,加入“红美人”的种植与营销行列。两股力量的合流,重构了当地柑橘产业的生产与销售格局。

定塘镇花港村的许家强算是圈子里最年轻的新生代农民了。虽然1997年初中毕业后就去了广东打工,但外地条件艰苦、挣钱不多,七八年后他决定回乡务农,跟着朋友收购村里的普通柑橘跑东北市场。2008年结婚后,他自立门户,妻子也在家帮衬着他,打理着门前的一亩三分地。每年,许家强差不多都能收来二三百万斤的货,在妻子的配合下,反反复复得拉三十多车。此外,为维持家庭生活的日常开销,农闲时节,他还在附近的模具厂干活。这样的日子一晃就是十几年,虽然辛苦但也还过得去。如果不是“红美人”的火爆,他大概会一直这么干下去。许家强映射的正是定塘镇稳定的经济秩序的缩影。

2016年,也是听多见多了周边的农户如何靠着“红美人”发家致富后,许家强动了心,并决定“要做就做大一点”,牵头与四个朋友合股成立了国维果蔬专业合作社,在通过银行贷款获得初始投入资金后,承包了村里的30亩土地搭大棚种“红美人”。为了种好“红美人”,夫妻俩不仅跑遍了所有前辈种植户,讨教技术窍门,而且还戒掉了打麻将、打牌的习惯。不出意料,第一年投产就悉数回本,2017年合作社又将棚栽面积拓展到了100亩,强势发力。

就后端而言,许家强家的“红美人”销售除了走熟人市场,主要靠水果店批发,象山县水果店的老板们会亲自到园子里采摘,然后再通过自己的销售网络加价卖出。

定塘镇下营村的唐阳则是“弃工从农”的典型。出于幼年时的情感和成年后的承诺,唐阳于2013年独自承包了村里开发的某座荒山上的108亩土地,主要种植柑橘和桃子。“红美人”的超高经济产出吸引他于2016年继续扩大规模,流转了40亩土地,全部搭起大棚种“红美人”。而在这之前,他从来没有种过地,是个长期在外奔波的“包工头”。正是在“工地生意难做”瓶颈期和中央扶持农业的政策红利期,他最终决定返乡创业。对此,他也承认:

我自己对农业一窍不通的,就找懂的人来弄,哪个师傅做得好,我就把他叫过来,或者问农林局的人。但是问多了,看多了,比如打药水、施肥料,我都亲自在场的,不懂不懂的,也变成半个专家了。

当新的商业力量介入乡土社会,在新格局与旧传统之间便潜藏了冲突与张力。乡土的熟人社会特征与市场的竞争排他性格格格不入。在熟人社会中,每当出现新的发展机遇,先进入者对潜在进入者的“进入”不仅不会排斥,反而会倾囊相授其技术和经验,积极鼓励对方加盟。但在“进入”之后,当所有人都变成了“圈内人”共同面对市场时,市场规则便会自觉不自觉地渗透到熟人社会中,无可避免地产生由于各自发展重心差异而导致的明里暗里的分立甚至冲突,这是市场加诸于熟人社会的必然结果。

从经营的视角切入便更会发现,“红美人”的引种凸显了熟人社会与市场经济的规则差异,让秉持不同规则的群体渐行渐远。熟人社会的农民秉持“只要品质好,就不愁卖”的理念,重视产品的生产,农户之间生产规模各异,生产活动却非常一致。要么守着自己的几亩地进行精细化管理,要么带领雇来的人一起打理连绵成片的土地。其实,除了种地,他们没有别的技能,不管是种普通柑橘,还是改种“红美人”,唯一的愿望就是把橘子种好,然后坐等被各种渠道收购。

市场中的商人则认为,“只要销路打开了,种植自然会跟上来”。虽然他们通过投资农业、承包土地等方式把自己包装成农民的样子,但他们作为市场里的“农民”,实际上并不会像熟人社会的农民那样“虔诚”地对待农业。农业种植在他们的逻辑里与工厂的车间一样。一方面,他们将“以销定产、销售为先”的新销售理念和“依靠平台扩大市场、延长产业链提高附加值”的新销售方式带进农业领域;另一方面,企业家的身份也要求他们对自己的事业有长远规划,而限于谋取短期暴利。对他们来说,相对于产品品质,品牌才是企业发展更重要的考量。

我们来看两个例子。

作为商业力量,周大宏着力拓展对外销售网络,冲击了传统的销售模式。手握总规模超过500亩的生产基地,周大宏倒不担心柑橘种植的品质问题,认为从配套设施、技术人员再到种植策略,经过数年的摸索,都已经形成了相对完善的操作规程。他担心的是,当产量日增,如何将产品卖出去。为了营销,周大宏成立了两家机构,象山县红美人果蔬有限公司和定塘镇英姿果蔬专业合作社,并计划于2018年再成立一家营销公司,拓展原有的销售版图。同时,他还引进销售人才,赴北上深杭等地建立线下门店和集销中心,开展淘宝、京东等网络销售,以连接更加广阔的市场。

同样作为商业力量,林北齐抱着“影响定塘”的想法,撼动了乡村传统的种植模式。他在定塘镇小湾塘村投资1200万元打造象山最好的柑橘博览园。他旗下有六个团队,聘用专人分别负责不同的项目,目标是在10年内形成完整的产业体系:第一,打造柑橘的社会化服务中心。通过与省农资集团和镇政府合作,发展农业服务业,为农民提供技术指导和农资支持。第二,培育柑橘种苗场。通过规模化、规范化的运营,改变由一家一户各自育苗造成的种苗质量参差不齐的状况,以吸引企业集中采购。第三,生产沼液肥。通过引进农业科研人员研究“红美人”专用肥,实现废弃物的资源化利用。第四,建立展示示范园区。组织柑橘文化和体验活动,并为县域内橘农的沟通交流创造适宜的环境。第五,搭建销售平台。收购老百姓手中的剩余柑橘,通过品牌化运作创造附加值。第六,开发经济休闲旅游项目,以旅游业带动农业生产。

商人进入农业,不仅对农产品的传统销售网络形成直接冲击,更构成了对传统社会经济秩序的破坏,使建立在熟人社会基础上的经济秩序常态失去了平衡。

表面上看,商人的进入与农民的努力相辅相成,一方负责生产高品质的产品,另一方负责塑造品牌,各司其职,相互补充,搭建从种植到销售的市场化产业价值链。然而,在小农经营依然是中国大多数农村基本经济形态(黄宗智、彭玉生,2007)的背景下,理论上,农民只有组织起来进入市场,才能克服盲目生产和自营销的弊病,跟上瞬息万变的市场供求形势(张晓山,2002; Zhou, 2011; 潘维, 2003; 艾云, 2011)。事实上,即使商业力量直接介入种植活动,也依然是商业活动,与自给自足小农生产之间的本质差异难以消除。

在实践中,二者的理念差异便构成了两类人群的对立:农民看不起商人,认为商人没有时间亲自管理,

种出来的东西质量差。商人也看不起农民,认为农民无法形成规模、销路匮乏,如果没有龙头企业引领、讲好故事,“红美人”就算再优质,也永远走不出去。

当将二者置于高度互联的社会环境时就会发现,在双方争锋的现实中,农民始终处在被动地位。虽然“红美人”的一部分产量可以通过熟人网络直达消费者,但当规模渐增、产量愈大时,熟人网络也无力容纳,农民只能静待被商人收购,甚至是以被压价的方式。而商人不仅可以通过加工、包装赋予“红美人”高额的附加值,还可以连接到更广阔的市场网络。在这里,农民没有从社会的高度互联中把握住机会,商人却恰恰运用了其中的机会。

此外,农产品的生产特征让产品品牌与组织的社会信用密切相关。与工业产品的标准化生产不同,任何农产品的品质都受环境因素影响,即使是同一个种植户,也不能保证他种出来的每个橘子都有一样的味道,甚至同一棵树上结出来的果子,品质也有差异。农产品品质的差异化使得组织背书成为消费者识别产品品质的重要条件。运用组织塑造品牌,对农产品的效益就显得尤为重要。

产品销售渠道的差异无疑建构了品牌差异,在熟人社会内部再一次制造了经济利益对立,埋下了传统社会秩序失衡的种子。

利益分化也让依赖传统销售网络的农户形成了一个利益集团。在依然有利可图的情况下,农民通常不会放弃可以轻易获利的传统获益模式。在几十倍于从前的新品种红利和供不应求的大市场面前,大多数农民认为,只要种好橘子,就已经成功了一半。正如创立了象山县龙之梦生态农业有限公司的舒益群说的:

好的人家一年能赚五六十万。说得难听点,很多农民一辈子都没见过这么多钱。有些人说这是黄金啦。

此外,“红美人”带给农民的除了经济收益的突飞猛进,还有社会地位的“咸鱼翻身”。在以往的社会观念里,最后留在土地上做农民的似乎都是学历最低且最没有本事的人,农民也向来被认为处于社会的底层(陆学艺,2002)。然而,“红美人”的出现,让农民从食物链的最底端变成了最抢手的职业,让农民原有的僵化资产转变成了可以获利的资本(邱泽奇等,2016)。很多农户表示,别人一听到他家是种“红美人”的,就止不住地惊叹。这种情景,在三五年前根本无法想象。农民社会经济地位的提升正是他们以平等身份与商人对抗的基础。

综上,定塘镇的柑橘产业因“红美人”的成功引种正在形成新的经济秩序。农民与商人围绕“红美人”带来红利的分割,孕育了经济秩序重构的力量。与此同时,农民和商人遵循各自的行为逻辑,产生了利益的分化。不过,尽管熟人社会与商业力量在“红美人”红利分割中激流涌动,定塘镇呈现的依然是社会各界纷纷投入“红美人”的壮观场面。正是这股势不可当的潮流,使得当地政府无法再作壁上观,志愿或被迫地转身加入其中。

#### 四、政绩驱动的政治秩序:为与不为并存

如果说新兴产业的出现打破了原有的经济秩序,那么促进产业兴旺便需要治理有效的强力保障。不过,何为有效?有效的限度在哪里?却是在实践中无法回避的问题。

周黎安(2014)在《行政发包制》中总结了基层政府行为的两条相对逻辑链:一条是自上而下的逐级发

包,即下级政府通过“层层加码”完成上级政府交代的任务,以求在自己的成绩单上“不减分”;一条是自下而上的积极回应,在当地出现经济发展的好苗头、好趋势时,地方政府强势进入、顺水推舟,以求为自己的政绩“加分”。

在自上而下的进程中,基层政府积极响应国家的政策号召。进入新时代,党的十九大提出了乡村振兴战略。2018年中共中央一号文件提出实施乡村振兴战略要“提升农业发展质量,培育乡村发展新动能”,构建一二三产业融合发展体系,促进小农户和现代农业发展有机衔接等。2018年7月习近平总书记再次强调,实施乡村振兴战略是做好“三农”工作的总抓手,要把实施乡村振兴战略摆在优先位置,让乡村振兴成为全党全社会的共同行动。就象山县而言,寻找乡村经济的发展出路也一直被视为乡村振兴的重要路径。

在自下而上的进程中,基层政府的介入往往是滞后、却也是转折性的。“红美人”的诞生虽离不开政府的政策与技术支持,但其实谁也没有预料到它会产生轰动效应。在“红美人”还没有引发社会潮涌般参与时,政府像对待任何潜在创新一样,并没有积极介入。只有当“红美人”试种成功、大量吸引农户和商人进入、对既存的社会和经济秩序产生强烈冲击、并可能影响甚至威胁到地方政治秩序时,政府才下定决心要抓住这个“千年一遇”的发展契机,把“红美人”打造成区域品牌,发展为象山县的专属名片,为县域经济增添姿添色。

为此,象山县政府主要做了以下几件事:第一,规范质量检测,确保产品无毒、无公害,给通过无公害检测的种植户发放标牌,规范市场主体行为。第二,建立象山县“红美人”产业联盟,设计象山柑橘的徽标和包装箱,统一对外形象。第三,为种植农户提供技术培训和资金支持,举行技术交流会为农户提供切磋种植技艺的平台,针对设施种植提供资金补贴。第四,展开线下线上推广,如由县政府带领“红美人”示范种植户去一线城市举办产品推介会,创办象山柑橘节,利用网红直播等新媒体发布产品信息等。

象山县“红美人”产业兴旺的势头也引起了宁波市政府的重视。在宁波市政府的支持下,2018年,象山县政府将拿出1000万元扶持“红美人”产业发展。

不过,有趣的是,纵使政府不遗余力地打造县域品牌,也依然不能摆脱政府行为与政绩考量之间的关系。不同于观念相对保守的地区,宁波市作为走在改革开放前沿的沿海城市,在各种前车之鉴的提醒下,农户和商人都认为:即使在政府搭建的舞台上,戏还需要自己唱。

商人林北齐说:

所有当官的,都是为他的政绩考虑的;前一届做的工作,新一届肯定是没有感觉的,路线是不一样的,那你到底听谁呢?事业做了一半,上面感觉不一样了,那,你去换吗?所以说,政府的有些东西啦,也不要盲听,按照自己的思路做就好了。

普通农户的想法也一样,按照许家强的说法:

补贴该拿的拿,不该拿的我也不强求。听政府的话,你肯定要死的啦。这都已经是人家得出的经验了。

在“红美人”产业兴旺中,官民关系表现为:一方面,在农民和商人利益分立时,政府通常不会插足。这是因为社会内部的秩序分化并不会对现有的、政府期望实现的政治秩序构成威胁,当然,也不会危及政绩,政府自然没有动力去选边站。况且,在政府看来,对于地区经济发展而言,家家户户跟随市场、选择能让自

己生活得更好的事业固然重要,龙头企业的创新与带动作用同样关键,两者结合才能形成一个完整且具有互补性的经济结构。

政府的做法与学者们的讨论也契合。他们反对大规模、正规化的土地流转和资本下乡,认为中国农业的未来出路不在于“横向一体化”的大规模农场,而在于“资本—劳动”双密集化的小规模家庭农场(黄宗智,2006),主张只有小农经营才能保证粮食生产、农民增收,才能维护农村的基本秩序(贺雪峰,2011)。但是,经济规律也告诉我们,加工和销售需要规模经济。一个知名品牌不是个别小生产者可以创立的,扶持龙头企业实现“一村一品”或“一镇一品”(陆国庆,2002;郭守亭,2005),才是地方政府创造地方性品牌(黄宗智,2010)的有效实践。在这样的逻辑下,政府或许反而乐见大企业与小农之间的利益分立及由此带来的竞争性激励。当然,政府并非局外人,它寻求的是:地方政治秩序的轨迹要符合以乡村振兴战略为总要求的政绩。

另一方面,社会内部对政府的介入也抱有怀疑和不信任的态度。因为前者在农业生产中遵循的是“效率”原则,后者依从的则是“政绩”考量。如果说在重生产和重销售之间是“农民气”和“商人气”的相冲,那么在老百姓和政府之间则是“讲实际”和“打官腔”的背离。农民认为,无论走到哪里,官员们都爱提一些随想随来的建议,在没有扎实依据的支撑下,这其实是一种不负责任的表现,因为承担后果的是农民自己。在定塘镇,无论农民还是商人,他们都更愿意通过自己的实践来为地方发展贡献力量,为政府的政绩增加色彩。比如林北齐若能在定塘镇打造完成柑橘博览园,就一定会在当地主要领导的履历上添上漂亮的一笔。

总之,当商业力量进入农村社会后,虽然农村的经济秩序迅疾被颠覆,政治秩序却并没有发生实质性的改变,政府的政治正确反而成了为熟人社会和市场力量提供发展机会的政策平台和制度保障,政府有了发挥效能的空间。同时,政府的主体性也意味着其同样具有自己的利益立场,它无法解决社会内部的所有矛盾,对不断产生的利益分化多持观望态度,在有限的范围内施加自己有限的影响,底线是政治秩序的稳定与政绩的提升。

## 五、品牌塑造的社会秩序:团结与排斥并存

新兴产业的兴旺引发了经济秩序的变革与分化,有限度的有效治理既保证了政治秩序的有序,也留下了社会秩序自治的空间。社会秩序是产业可持续发展的根基。如前所述,不同利益群体之间虽有张力,在特定场合下依然会聚合力量。在地方社会,团结抑或排斥的社会秩序是相对于文化共同体而言的。

团结体现在一致对外上。“红美人”潜藏的巨大经济红利没有局限在象山县,它还被引种到全国各地。当来自四川省、福建省和浙江省其他地区如台州市、三门市等地的采购商纷纷从象山拉走成千上万棵“红美人”种苗、嫁接在自己的土地上等待开花结果时,给象山县“红美人”带来的是产品的激烈竞争。在象山县土地资源有限而市场需求巨大的情况下,巨大的品种红利根本无法抵挡外省大面积的引种。

可在“红美人”种植走出象山县的那一刻,场景变了。为维持本地的品牌优势,社会各界都在时刻强调象山“红美人”的优势地位,并严格区分象山产和外地产“红美人”之间的差别。因为对象山县而言,“红美人”不只是一颗橘子,而是被赋予了生动故事的区域符号,作为“红美人”的产品溯源地(尽管实际上并不是),“红美人”凝结了社会智慧、市场利益和政府政绩。象山“红美人”由此附带形成了一股合力、一种乡村



政治、经济和社会“三秩归一”的秩序。在“三秩归一”的支持下，“红美人”的价格至今还能稳定在三十元左右一斤。外地产的“红美人”则大不相同，它没有故事、没有意义，只是常态化的品种与技术复制的产物，即使是最优质的果子，也只能卖到六七块钱一斤。

农产品“品牌”的组织背书不仅对销售者来说是必要的，在地区竞争中，对于地方政府同样关键。有趣的是，“红美人”这一名称早已被福建某公司注册，加入“红美人”县域品牌建设的象山县政府并没能如愿申请到“象山红美人”商标。在几轮购买商标谈判失败后，象山县政府只能退而求其次，打造“象山柑橘—红美人”。当然，县域品牌的建设只有政府是不够的。政府并不种植“红美人”，它提供的只是一个品牌平台。若要让平台真正运转起来，市场主体的参与必不可少，不管是农民还是商人，不管是小规模的家庭农场，还是合作社组织或龙头企业，都需要为平台的建设出力，以实现“产销融合”的共生共荣状态。这一共识在各方力量面对外部威胁时终于达成并强化。

如果把象山县政府打造县域品牌的执念视为“地方保护”的话，事实上，它对政府、商人和农民这三方都有利，因而也特别能得到后两者的支持，三者也因此真正地站在了一起，且更多地显现了农户和商人对政府的需要。因为如果没有政府出面，农民和商人便会失去“跳舞的舞台”。

然而，也正是这种“地方保护”，引发了县域内部潜在的社会不公。即当县域在确证本地产品与外地产品的差异时，更具象化的表现其实是在象山人和外地人之间划分了人群界限，从而导致前者对后者的排斥。于是，我们会经常听到来自居住在象山的外地销售商的“控诉”：

我是外地人，我在卖你们象山的“红美人”，而且我能保证我卖的每一个“红美人”都是你们象山本地产的。但是，连最起码的，你们设计的徽标不让我们用，说我们卖的是假的，你说，这不是问题吗？而且，我们是在为象山打品牌，打个半死，有什么用，到最后我们还是外地人。

我们当然可以理解象山县各级政府拒绝发放带徽标的包装箱给外地经销商的原因，但我们无法理解的是政府评判标准的适用范围。

根据规程，只有产品通过无公害检测并加入象山县产业联盟的农户才能拿到带统一徽标的包装箱，这就意味着被政府认可的“红美人”经营者实际上局限在某个圈子里。在市场排他性的驱使下，这个圈子当然也有诉求确立并维护自身的既得利益，将外来者排斥在外，哪怕外来者销售的红美人都来自圈子本身。同样，对于圈内人来说，即使他卖的是从其他地区低价收购来的“红美人”，也没有人会公开质疑或揭发这种操作，因为他有来自政府的担保。这就在社会内部，以一种看似合情合理的方式，再一次制造了利益对立。人们宁愿相信在售假“红美人”的象山本地人在卖真“红美人”，也不愿相信在售真“红美人”的外地人真的在售真“红美人”。如此一来，不仅圈内人有动机“挂羊头卖狗肉”，圈外人融入的努力也承受着不小的打击。

此外，考虑到外地人在象山县的社会关系网络与本地人的重叠程度更低，在象山“红美人”仍需要通过熟人市场打开销路的情况下，不可能同时实现“又想卖高价，又想卖得宽”的目标的。在一个高度互联的世界，“红美人”的市场真的足够大，公共政策的供给与实施不仅事关“红美人”的销售范围，更事关乡村秩序的常态。在产业兴旺的条件下，治理有效的关键是地方政府的眼界与境界。

政府显然不希望出现这样的经济和社会秩序。可是，只要其不对政治秩序构成威胁，政府似乎并没有动力介入干预。因而，对于区域公共品牌的商业化运用来说，在威胁到政治秩序之前，显然，这种冲突只能由经济秩序和社会秩序的自我协调来达成暂时平衡。

## 六、乡村秩序的重构:源于“国家—市场—社会”的三角互动

改革开放四十年来,中国乡村在不断地经受着工业化、城市化、市场化和信息化甚至全球化带来冲击的同时,也在内生地寻找着改变的诱因,乡村秩序总是处在持续的变动之中。但无论怎么变,要素未变,要素的结合也呈现某种结构。

如前所述,既有的研究,无论是“国家—社会”“市场—社会”框架,还是“政府—市场”框架,均采用了“二元”框架。这些分析框架对于宏观社会而言,有其穿透力。可在一个局部社会,尤其是在乡村熟人社会,“国家—市场—社会”三者常常是协同出现的,尤其是在面对社会变迁时,我们很难在撇开第三个因素的条件下把两个因素之间的关系和逻辑整理透彻。

“三秩归一”和“三秩并行”是基于“国家—市场—社会”三角分析框架刻画的乡村秩序的两种理想类型。当政治、经济、社会三种秩序平衡,且指向一个共同的目标时,便形成了“三秩归一”(邱泽奇,2018);当三种秩序平衡,却各自沿着各自的逻辑运行,没有交集时,便形成了“三秩并行”(邱泽奇、邵敬,2015)。事实上,在大多数情况下,三种秩序既不可能完全平行,也不可能完全和谐,更多的是三种秩序不同交集的状态:或在“三秩归一”的内部产生秩序分化;而不管内部利益如何分立,表面上看,仍是“三秩归一”。这就构成了乡村秩序中与“三秩归一”和“三秩并行”并立的第三种形态,且或许是更加深刻的可能:给定场景条件下的政治、经济、社会秩序的动态重构与整合。

在本文案例中,“三秩归一”的“一”是围绕开发“红美人”产业和打造象山区域公共品牌形成的政治、经济、社会秩序的平衡和共同指向,它体现在:从社会自发到政府强力跟进,象山县的政府、商人、村民形成了一股合力。如果类比邱泽奇(2018)对山东菏泽电商发展形塑地方秩序的过程,可以发现两地之间存在明显的共性:

第一,社会、市场和政府力量的介入有一个过程。区域的发展通常会有一个重点产业,而这个重点产业又通常萌芽于自下而上的社会创造,其附带的经济和社会红利会吸引诸多渴望“脱贫致富”的农民纷纷效仿“首创者”。

第二,在经济红利的诱惑下,商业力量也会积极介入,加入产业版图的扩张事业。在越来越多的“进入者”边模仿边创新的社会行动中,在经济秩序中形成的冲突使得规范产业发展的需求逐渐形成,也正是这种需求呼吁了政府的介入。

第三,作为地方发展的风口,政府顺应“民选”产业的趋势,动用政策资源广泛施加影响。由此,各方力量得以汇聚于新兴产业,重塑秩序协同。

鉴于此,我们也就能够理解为什么舟山市海梅村在“乡土人才职称评定”中呈现的是另一个极端(邱泽奇、邵敬,2015):不仅是因为这一新农村建设专项来自于自上而下的政治愿望,与民众利益无涉,也是因为项目本身不具有发展前景,甚至是对乡村振兴毫无贡献。

回到本文的主题:基层秩序协同的发生,常常体现在社区具体事务中的,尤其是体现在涉及千家万户的“发展”活动中。针对乡村的某项具体事务,其是否拥有“发展”前景,是否能为利益相关方都带来普惠性红利,且对红利的分配可以在市场规则和地方社会规则之间达成平衡,决定了地方秩序可能展现的不同形态和结构。

与此同时,潜藏在秩序平衡表面下的“秩序分化”的隐患也不容忽视。

经济秩序的分化体现在农民与商人的红利分配上。由于农民依然固守传统的销售网络,商人引进的新销售理念和新经营模式就对前者造成了巨大冲击,特别是在全球化、网络化的时代背景下,更在现实意义上制造了二者的利益对立。而在传统销售网络依然有利可图时,农民其实并没有动力改变经营策略,这样的路径依赖就决定了在面临未来更加激烈的竞争时他们可能会处于的劣势地位。

政治秩序的分化体现在治理的限度上。一方面,由于经济秩序的分化并没有严重到危及政绩的程度,因而并不会引起政府的积极干预;另一方面,由于地方素来崇尚独立自主的创业文化,市场上的各行动主体对政府的过分干预也时刻保持着警惕,始终以“效率”为企业运营的第一考量,而并不依靠政府的制度红利过活。一旦市场需求与政府供给错位明显,政治秩序分化的危机也将凸显。

社会秩序的分化体现在地方保护的消极影响上。地方保护主义看似政治正确,却在事实上再一次建构了来自社会内部的本地人和外地人之间的集体性矛盾,从而继续搅动着地方秩序。

最后,由于上述经济、政治和社会秩序的分化问题还没有爆发激烈的冲突,所以表面上看,整个社会呈现的依然是“三秩归一”的秩序协同状态。

## 七、结论与政策建议

本文的讨论或许能给乡村振兴战略的实施提供一条可能的出路。从培育自下的萌芽到介入自上的引导,二者缺一不可,且需顺序而为。产业政策的成功,一定离不开政府和市场的良性互动机制——政府在合适的节点进入,选择合适的方式退出,同时在政府、市场、社会的合力中形成多主体参与的治理格局。

于农民,在市场力量渗入乡土社会后,在保证有利可图的情况下,需秉持开放态度,主动学习适应新时代的新销售理念和新经营模式,既发扬重生产的长处,也努力补齐销售的短板。

于商人,在带领乡土社会走向世界的进程中,处理好与农民的利益关系,借鉴“公司+基地+农户”的发展模式,提升农村的组织化程度,增进农民在其中的利益。

特别地,于政府,考虑到产业兴旺会触发三秩失衡,须密切关注新技术引进在乡土社会的适应性,及由此引发的红利分配的群体差异,谨防社会不平等的感知蔓延,冲击乡村的有序运行。在市场追求利益最大化与社会追求自我稳定的张力之间,政府需主动提供公共政策来协调,建构合理的红利分配机制,提供共享的公共产品,保障产业的可持续兴旺。

对乡村振兴带来的大量发展因素而言,虽然文章的案例事实是具象的,可产业兴旺与治理有效之间的关系机制在各地村镇的发展中却具有普遍意义。乡村振兴战略的真正落实需要市场、社会和政府这三方力量协力推进。虽然这一过程充斥着破坏、分化与排斥,但要使失衡的秩序重归平衡,各方力量必须在遵循各自逻辑运行的同时,相互配合,求同存异,共创“三秩归一”的大格局。

### 参考文献:

- 艾云,2011,《从农户到市场:农产品“市场链条”的社会学分析——基于一个农业镇的实证研究》,北京大学社会学系博士论文。  
曹正汉,2018,《国家与社会关系的弹性:1978年以来的变化》,《学术界》第10期。

- 费孝通,1985,《乡土中国》,北京:生活·读书·新知三联书店。
- 郭守亨,2005,《对我国实施农产品品牌工程的几点思考》,《农业经济问题》第12期。
- 哈耶克,1989,《个人主义与经济秩序》,贾湛等译,北京:北京经济学院出版社。
- 贺雪峰,2011,《论农地经营的规模——以安徽繁昌调研为基础的讨论》,《南京农业大学学报》(社会科学版)第2期。
- 黄宗智,2006,《中国农业面临的历史性契机》,《读书》第10期。
- 黄宗智、彭玉生,2007,《三大历史性变迁的交汇与中国小规模农业的前景》,《中国社会科学》第4期。
- 黄宗智,2010,《中国新时代的小农场及其纵向一体化:龙头企业还是合作组织》,载《中国乡村研究》(第8辑),福州:福建教育出版社。
- 霍布斯,1985,《利维坦》,黎思复、黎廷弼译,北京:商务印书馆。
- 李强,2018,《改革开放40年与中国社会学的本土化、发展及创新》,《社会科学战线》第6期。
- 陆国庆,2002,《区位优势:农产品品牌经营的新思路》,《中国农村经济》第5期。
- 陆学艺,2002,《当代中国社会阶层研究报告》,北京:社会科学文献出版社。
- 潘维,2003,《农民与市场——中国基层政权与乡镇企业》,北京:商务印书馆。
- 邱泽奇,2018,《三秩归一:电商发展型塑的乡村秩序——菏泽市农村电商的案例分析》,《国家行政学院学报》第1期。
- 邱泽奇、邵敬,2015,《乡村社会秩序的新格局:三秩并行——以某地“乡土人才职称评定”为例》,《国家行政学院学报》第5期。
- 邱泽奇、张树沁、刘世定、许英康,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。
- 汪向东、梁春晓,2014,《“新三农”与电子商务》,北京:中国农业科学技术出版社。
- 吴昕晖、袁振杰、朱竑,2015,《全球信息网络与乡村性的社会文化建构——以广州里仁洞“淘宝村”为例》,《华南师范大学学报》(自然科学版)第2期。
- 谢小芹、简小鹰,2015,《“互嵌”:市场规则与基层社会——基于农资“赊账”现象的社会学探讨》,《南京农业大学学报》(社会科学版)第5期。
- 徐勇、吴毅主编,2001,《乡土中国的民主选举——农村村民委员会选举研究文集》,武汉:华中师范大学出版社。
- 徐玉环、黄泽宇、黄丽银,2018,《社会网络嵌入对农村土地流转机制的影响》,《浙江农业科学》第8期。
- 阎云翔,2009,《私人生活的变革:一个中国村庄里的爱情、家庭与亲密关系》,上海:上海书店出版社。
- 杨云彦、陈浩、陈金永,2000,《乡村工业嬗变与“自下而上”城镇化》,《广东社会科学》第1期。
- 曾亿武、郭红东,2016,《电子商务协会促进淘宝村发展的机理及其运作机制——以广东省揭阳市军埔村的实践为例》,《中国农村经济》第6期。
- 曾亿武、邱东茂、沈逸婷、郭红东,2015,《淘宝村形成过程研究:以东风村和军埔村为例》,《经济地理》第12期。
- 张静,1998,《政治社会学及其主要研究方向》,《社会学研究》第3期。
- 张婷婷,2012,《市场理性与乡土伦理:一项基于征地补偿引发的家庭纠纷的社会学研究》,《华东理工大学学报》(社会科学版)第1期。
- 张晓山,2002,《联结农户与市场——中国农民中介组织探究》,北京:中国社会科学出版社。
- 赵泉民,2010,《嵌入性还是内源性:对合作金融资本供给机制剖析——以20世纪前半期中国乡村信用合作社为中心》,《财经研究》第3期。
- 周黎安,2014,《行政发包制》,《社会》第6期。
- 周雪光,2009,《一叶知秋:从一个乡镇的村庄选举看中国社会的制度变迁》,《社会》第3期。
- Alpermann, Bjorn. 2001. "The Post-Election Administration of Chinese Village." *The China Journal* 46: 45-67.
- Granovetter, Mark. 1985. "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness." *The American Journal of Sociology* 91(3).
- Granovetter, Mark. 2005. "The Impact of Social Structure on Economic Outcomes." *The Journal of Economic Perspectives* 19(1).
- Che, Jiahua and Qian, Yingyi. 1998. "Institutional Environment, Community Government, and Corporate Governance: Understanding China's Township-village Enterprises." *Journal of Law, Economics, & Organization* 14(1).
- Naughton, Barry. 1994. "Chinese Institutional Innovation and Privatization from Below." *American Economic Review* 84 (2).
- Oi, Jean C. 1999. *Rural China Takes off: The Institutional Foundations of Economic Reform*. California: University of California Press.

Oi, Jean C. & Scott Rozelle. 2000. "Elections and Power: The Locus of Decision-Making in Chinese Villages." *The China Quarterly* 162.

Walder, Andrew G. 1995. "Local Government as Industrial Firms: An Organizational Analysis of China's Transitional Economy." *American Journal of Sociology* 101(2).

Zhou, Xueguang. 2011. "The Autumn Harvest: Peasants and Markets in Post-collective Rural China." *The China Quarterly* 208.

## Achieving Community Harmony with Economic Development as Interference Factor

QIU Ze-qi LI Cheng-yi

**Abstract:** Rural community order is dynamic. This paper explores the order change triggered by the introduction of a new citrus variety. With case analysis, it discusses the behavioral logic of actors such as farmers, businessmen and government in the introduction and promotion of the new citrus variety based on field observations in Dingtang Town. The high profit citrus variety as an economic development opportunity actually breaks the existed community order. For maxim interest, each of the actors would follow its own ways. One of the consequences is the conflict between farmers and businessman in citrus planting. Farmers more focus on planting high quality fruit while businessman more concern profits from the fruit. In the meantime, local government does not regard the conflict between farmers and businessman, instead, it is more interested in the share of new citrus planting and sales for government political performance. Nevertheless, three actors do have a common interest that is the profit from the new citrus. The interest sharing balance reshapes the actors' behavior boundary, then community order. Protecting farmers, the weak party, is the key part for achieving the balance or community harmony.

**Key words:** Order Reconstruction; Social Differentiation; Local Protection

(责任编辑:王水雄)