

基于电子商务的县域就地城镇化与农村发展新模式研究

New Patterns of County In-situ Urbanization and Rural Development Based on E-commerce

许婵 吕斌 文天祚
Xu Chan, Lv Bin, Wen Tianzuo

摘要: 文章从电子商务的内涵和县域电子商务的发展概况谈起, 分析了电子商务对我国城镇化格局的影响, 探讨了在互联网时代电子商务普及的影响下, 人才和经济体在各级城市中获得的机会将更加平等化, 我国大城市的中心性地位受到挑战, 县域及其所管辖的农村地区迎来了前所未有的机遇, 农村地区可以实现由工业化带动到信息化带动的跃迁式发展的城镇化新形势。文章进一步指出在这种新形势下, 电子商务所驱动的县域就地城镇化和农村发展是当前新型城镇化的一种新思路, 并深入分析了县域就地城镇化的内涵和路径以及基于电子商务的农村发展的三种新模式, 分别是延伸式(“赶街”模式)、介入式(“聚土地”模式)和内生式(“沙集”模式), 为我国信息化时代背景下的新型城镇化发展提供了一定的参考。

Abstract: Starting with the connotation of e-commerce and its development in counties, this paper analyzes the impact of e-commerce upon the urbanization pattern of China, and argues that influenced by the growing popularity of e-commerce in the Internet Era, human resources and economic entities at all city levels will get increasingly equal access to opportunities, and the centrality of big cities is compromised. In addition, counties and villages within their jurisdiction are presented with unprecedented opportunities. Development in rural areas will achieve a radical transformation from being industrialization-driven to information-driven. This paper further sheds light on the fact that under this new urbanization trend, e-commerce driven in-situ urbanization of county and rural development will be a new approach of urbanization in China. Then, in-depth analysis into the connotation and approaches of county in-situ urbanization is given, alongside with three different patterns of rural development which are extension pattern, intervention pattern and endogenesis pattern respectively, providing implication for the new urbanization in the context of information age of China.

关键词: 电子商务; 县域; 城镇化; 农村

Keywords: E-commerce; County; Urbanization; Rural Area

作者: 许婵, 北京大学城市与环境学院人文地理系, 博士研究生。

xuchan@pku.edu.cn

吕斌 (通信作者), 北京大学城市与环境学院城市与区域规划系主任、教授、博士生导师。binlu@pku.edu.cn

文天祚, 北京大学城市与环境学院城市与区域规划系, 硕士研究生。
zukowen@foxmail.com

引言

中共十八大提出了新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展的战略, 国务院也出台了《国家新型城镇化规划(2014—2020年)》, 将城镇化提到了前所未有的国家战略高度。但新型城镇化的“新”究竟新在何处? 这一问题也早已引起了持久讨论, 却未得出一个被广泛认同的答案。在业界激烈讨论新型城镇化之路应该如何走之时, 一场互联网的革命洪流正在席卷中国大地, 悄然而迅猛地改变着中国城镇化的面貌, 甚至是方向。互联网的发展, 使得传统的时间与空间概念发生了转变, 大城市的中心性变得相对弱化, 地域发展的格局更加棋盘化, 谁都有可能成为互联网时代的中心。在这场革命中, 最引人注目的莫过于随着互联网的普及而兴盛的电子商务, 它改变了偏远地区的生产、生活方式, 加速了城镇化的发展, 特别是中小城市的发展^[1]。2014年9月, 阿里巴巴在纽约证券交易所的挂牌上市, 标志着中国的电子商务走在了世界前列, 未来电子商务对我国经济生态系统的影响力将进一步扩大。在我国新一轮城镇化中, 县域是至关重要的阵地, 而受电子商务影响变化最大的也是县域, 县域如何借力于电子商务, 实现强调“人的城镇化”的新型城镇化即是本文要讨论的问题。以下将从电子商务对城镇化格局的影响, 县域就地城镇化的内涵与路径, 和农村发展的新模式三个方面加以讨论。

1 电子商务的内涵及其对城镇化格局的影响

1.1 电子商务的内涵与县域电子商务发展概况

电子商务是指在互联网(Internet)、企业内部网(Intranet)和增值网(VAN: Value Added Network)上以电子方式进行的交易活动和相关服务活动, 是传统商业活动各环节的电子化、网络化。电子商务包括电子货币交换、供

供应链管理、电子交易市场、网络营销、在线事务处理、电子数据交换、存货管理和自动数据收集系统^①。按照交易对象，电子商务可以分为企业对企业的电子商务 (Business-to-Business, 即 B2B), 企业对消费者的电子商务 (Business-to-Consumer, 即 B2C), 企业对政府的电子商务 (Business-to-Government, 即 B2G), 消费者对政府的电子商务 (Consumer-to-Government, 即 C2G), 个人对消费者的电子商务 (Consumer-to-Consumer, 即 C2C), 代理商、企业、消费者三者相互转化的电子商务 (Agent、Business、Consumer, 即 ABC), 以消费者为中心的全新商业模式 (Customer to Business-Share, 即 C2B2S) 等等^②。从电子商务对城镇化的影响角度来看, 仍然是 B2B、B2C 和 C2C 三种类型的电子商务发挥着主要作用, 尤其是 B2C 和 C2C 的迅猛发展对城市和农村的软、硬服务设施都提出了新的要求。软的服务设施主要是指与电子商务相关的服务业, 包括电子商务网络运营服务业 (如网络零售交易平台、软件、支付服务、云计算运营等), 以及配套运营服务业 (如物流等)^③。而硬的服务设施则是指与电子商务及其支撑服务业相关的基础设施, 如电信基础设施、仓储基础设施和交通基础设施等 (表 1)。

近年来, 中国电子商务蓬勃发展, 不断迈上新台阶。2013 年中国电子商务交易额达到 10.67 亿^④, 进入“十万亿时代”, 其中, 县域成为电子商务新的增长极。随着互联网逐步渗透到广大城镇和农村, 县域电子商务对于未来 5 至 10 年中国经济持续、健康发展具有战略价值^⑤。县域历来就是行政统辖与区划的基本单元, 古有“郡县治, 天下安”的说法, 今天它更是构成国家宏观经济发展的基石。县域的 GDP 约占全国的 50%, 而人口占到了全国的 70%^⑥, 未来县域经济也将是我国经济增长的支撑点, 它

表 1 我国电子商务及其服务的主要类型和相关基础设施

电子商务交易主要类型	电子商务服务主要类型	电子商务相关的基础设施
企业对企业 (B2B)	网络运营服务 (云计算等)	电信基础设施
企业对消费者 (B2C)	金融运营服务 (移动支付等)	仓储基础设施
个人对消费者 (C2C)	配套运营服务 (物流等)	交通基础设施

资料来源: 作者根据相关资料绘制

在解决区域性的“三农”问题、城镇化、产业结构调整和社会管理等问题中也发挥着越来越重要的作用^{⑦⑧}。从人口城镇化方面来看, 五普到六普期间, 全国城镇人口增量中县级单元占到了 54.3%, 其中中部地区和西部地区分别占 70.4% 和 59.9%, 表明了县域是我国城镇化过程中的重要层级, 尤其对于中西部地区而言, 县域是人口城镇化的主要阵地^⑨。

县域电子商务已经由 2003 年的起步阶段发展到了 2013 年近百万级的规模化扩散阶段, 而借助互联网的发展, 县域的消费潜力也在突现, 2013 年县域网购消费额同比增长速度比地级及以上城市市辖区多 13.6%^⑩。借助阿里巴巴电子商务发展指数 (aEDI)^⑪, 我们可以看到全国 32 个省市自治区 (未含港澳) 的县域电子商务发展总体上可以分为六个梯队^⑫ (图 1 左)^⑬。更进一步分析各个县域电子商务发展指数的绝对值, 涵盖 1 960 个样本, 其中包括 1 441 个县、110 个自治县、359 个县级市、47 个旗、3 个自治旗, 按几何分类间隔 (geometrical interval) 分类方法将县域依其电商发展指数共分为 10 个等级 (图 1 右, 空白部分为县级以上行政区划单元及没有数据的县域), 发现其分布与常规的 GDP 和人口分布态势有所出入。偏远地区, 尤其是西部、北部和东北、西南等边境地区呈现出了较大的活力, 可以窥见, 电子商务的发展已经给一些远离中心城市的县域带来了前所未有的机会。

1.2 电子商务对城镇化格局的影响

从上述我国县域电子商务发展的概况可以洞见互联网的出现与普及开始突破传统意义上时间和空间的界限, 印证了大卫·哈维所描述的时空压缩^⑭, 使得城镇化的格局和途径产生了重大变异的可能性。城镇化主要包括空间的城镇化 (即土地的城镇化) 和人口的城镇化, 在过去, 前者的速度远超于后者: 数据显示, 21 世纪中国城市的建成区面积扩张了 50%, 而城镇人口只增加了 26%^⑮。土地城镇化和人口城镇化的不匹配不但造成了土地资源的浪费, 也形成了居高不下的房价等社会问题。而在互联网时代, 人口的城镇化将

① 参见 <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%94%B5%E5%AD%90%E5%95%86%E5%8A%A1>。

② 参见 http://baike.baidu.com/link?url=5P45U3WcqbmiRjLAFsSQpcu-8msK-BTKr8Bhm3NmOtVWI8-x98roaYd3WXtbkMsXxsc7DFkoFQwnE1ImAbbe1K#3_2。

③ 参见 http://www.gov.cn/jrzq/2014-01/11/content_2564458.htm?fin。

④ Alibaba e-Commerce Development Index, 基于阿里巴巴平台海量数据, 直观反映区域电子商务发展水平, 指数取值范围介于 0~100 之间, 数值越大, 反映当地电子商务发展水平越高。计算方法为阿里巴巴电子商务发展指数 = 网商指数 × 0.5 + 网购指数 × 0.5 = (网商密度指数 × 0.5 + 网商交易水平指数 × 0.5) × 0.5 + (网购消费者密度指数 × 0.5 + 网购消费水平指数 × 0.5) × 0.5。

⑤ 第一梯队为浙江; 第二梯队依次为上海、江苏、福建、北京、天津; 第三梯队依次为广东、台湾、山东、河北、四川、江西; 第四梯队依次为辽宁、海南、湖北、吉林、内蒙古、山西、新疆、重庆、湖南、安徽、云南; 第五梯队依次为广西、黑龙江、贵州、陕西; 第六梯队依次为宁夏、西藏、河南、青海、甘肃。

不再依赖于土地的城镇化，真正有可能走上一条全新的城镇化道路。电子商务的发展实现了“工业品下乡”和“农产品进城”的双向流通，有效解决了“服务群众最后一公里”的问题，让交通不便、信息相对落后、配套服务体系不健全的村民享受到了电子商务的便利^[9]，也对传统的人口和产业向大城市集中的城镇化路径提出了质疑。传统城镇化的思路，是以物质聚集的方式集中配置资源，城市是物质资源的聚集地，而电子商务是以信息聚集的思路，去中心化地配置资源，因此小城镇甚至农村也可以在去中心化模式下，发展成为新型城镇^[10]。

1.2.1 大城市的中心性地位受到挑战

现代的、工业化的背景下，核心统领边缘；后现代的、信息化的互联网时代打破了这一格局，在这一时代，边缘也可以成为核心。在人才、资金、技术、政策等方面占据优势的大城市可能在宜居性等方面输给中小城市。大城市严苛的户籍门槛、高昂的房价、巨大的就业压力、淡漠的社会关系、日益恶化的生态环境都促使毕业生在自己未来的人生规划中做出更优的选择，逃离“北上广”，回归二线，甚至三线城市成为了很多人的选择。智联招聘调查显示，2014年应届毕业生对北上广的青睐度在下降；赶集网的数据也印证了这一点，90后受访者中愿意去二三线城市的比例占到了74.5%，愿意留在一线城市就业的只占25.5%^[11]。以上是从人才来说，而从经济体本身来说，随着互联网的发展，网络终端的各个经济体的地位变得更加平等，城市所处的地域、自身规模大小和政策限制等因素所起的作用相对弱化，中小城市，尤其是县城，得到了一个能够让其充分发展的平台，在此之上，

他们可以凭借自身的自然资源、特色产品等优势在电子商务中实现经济的发展和文化的进步^[1]。综上所述，大城市的中心性地位在电子商务等信息时代新兴事物的冲击下逐渐受到挑战，而传统的非中心地区，如广大农村地区却能够在这一过程中迎来前所未有的机遇。

1.2.2 农村地区可以实现跃迁式发展

我国农村地区互联网的快速发展有目共睹，据中国互联网络信息中心《第34次互联网络发展状况统计报告》显示，截至2014年6月，我国网民中农村网民占28.2%，达到1.78亿^[12]。介于互联网开放和公平的本质，农村网民接入了互联网，也就接入了整个世界，从而能够获取更多资源，其信息获取渠道的增加和思想观念的转变会给他们所在的相对落后和边缘的地区拓展全新的发展路径^[13]。在传统发展情景下，农村剩余劳动力所在家乡信息不通畅、交通不方便、产品不流通，即使在县城里也无法解决就业问题或是不能获得更高的报酬，所以需要去大城市。而如今在广大农村地区若是通过电子商务来发展经济，灵活就业，那么农村居民便不需再外出打工，而是可以通过“不离土、不离网”的方式来实现家乡安居乐业，代替以往外出打工、背井离乡的工作和生活模式。同时，他们通过互联网与大市场紧密连接，在衣食住行等方面也将拥有多样选择和实在的便利^[9]。可见，在互联网思维下，在其网状结构和去中心化的分布式配合下，城镇化未必意味着必须生活在城市当中，电子商务给农户赋能，农民可以在乡村从事城市的职业，农村地区也有望依托电子商务实现跃迁式的城镇化发展，即由工业化带动跃迁至信息化带动发展。

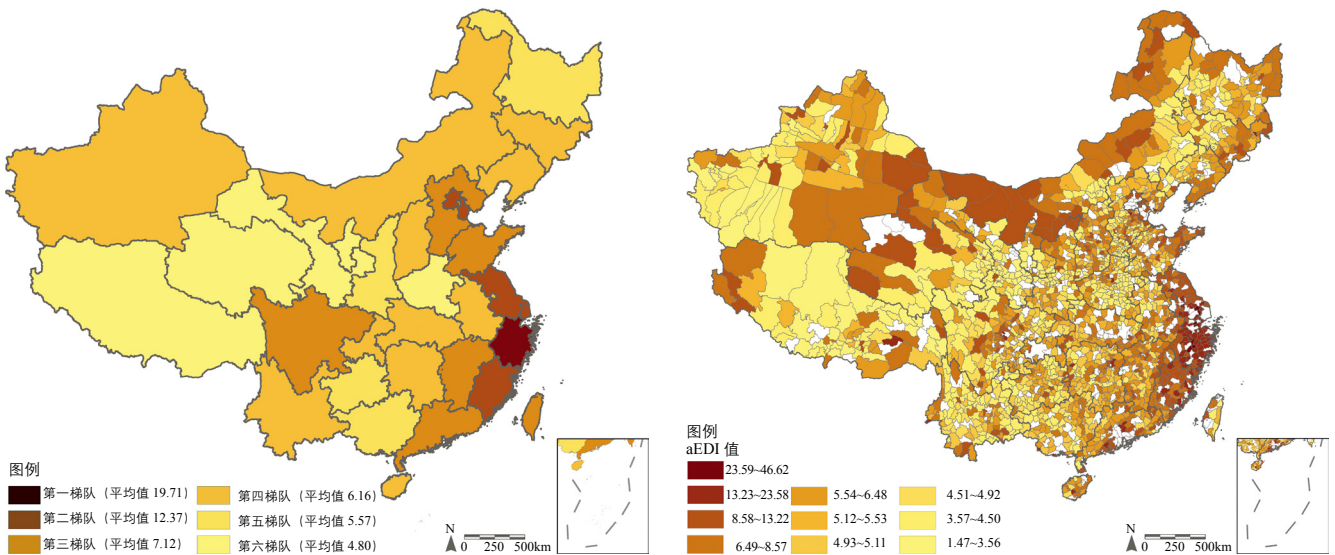


图1 2013年全国县域电子商务发展状况的地理分布（左图为分省均值，右图为县域绝对值）

资料来源：由作者根据阿里研究院发布的2013年全国县域电子商务发展指数绘制而成，详细数据参见 <http://www.aliresearch.com/html/stopic/albb/>

2 县域就地城镇化的内涵和路径

2.1 县域就地城镇化的内涵

当然,农村的跃迁式发展也需要在一定的地域统辖之下来实现,而另一方面城镇的集聚优势也需要在一个空间节点上体现出来,这一空间节点就是县域。在“县域就地城镇化”这一表述中,县域并不是城镇化的主语,而是城镇化的定语,是城镇化的空间单元,实际上指的是在县域范围内的农村就地城镇化,以县级行政区划为地理空间,以县级政权为调控主体,以市场为导向,以信息聚集的思路,去中心化地配置资源,合理、有序促进县域范围内农村人口的就地转化。县域就地城镇化主要有两方面的含义,一方面是指“人口的城镇化”,即积极发展县域经济,尽量吸引本地外出务工人员回流、就近就业;另一方面是“人的城镇化”,即提升农村居民的消费能力,改变他们的生活方式,使之能享受到城镇化的服务。县域是统筹城乡发展,推进就地城镇化的重要空间和合理单元,县域范围内的就地城镇化可有效降低全社会的城镇化成本,促进产业空间与劳动力分布有效契合,还可以使农民工兼顾就业与安家^[6]。在县域范围内,土地城镇化要尽量缩小规模,降低速度,从增量扩张转为存量挖潜为主。而县域所管辖的农村地区,要着重实现人的城镇化,空间并不一定要城镇化。县域单元作为最基本的平台,为农村的发展提供了通信、物流、金融、教育、医疗和娱乐等方面的基础服务支持,也提供了这些服务所需要的规模经济,它是农村地区跟互联网结合的一个关键节点^[13],把这个节点做好,落实好互联网的支持平台,才能促进农村地区的跃迁式发展,并最大程度地保留其地域特色和文化。

2.2 县域就地城镇化的路径

2.2.1 打造电子商务经济体,促进县域经济突破与转型

县域就地城镇化实现的前提是县域经济的健康发展。对于远离中心城市的县级区域而言,电子商务经济体是县域经济能否实现突破的关键,它将给县域经济的突破和转型提供全新的思路和途径^[10]。以产业集群为发展方向的电子商务更能够在县域内实现产业的不断集聚、创造和升级,从而拉动本地就业,吸引外出务工人员的回流,这是县域就地城镇化的新思路。在这一过程中,政府需要采取一系列的措施来促进县域电子商务的发展。除了发展电子商务本身以外,尤其要注重电子商务服务业(包括电子商务支撑服务业和电子商务衍生服务业)的培育,主要包括物流业、仓储业、软件业、电商培训业、广告业、金融业、电信业等,使得电子商务能够在虚拟空间服务实体经济,开拓巨大的市场空间。

在这方面走在前列的是浙江省丽水市的遂昌县。遂昌县

在电子商务发展过程中,努力打造电子商务服务业,形成了“电子商务发展、电商服务业兴起、电商生态完善、传统产业升级、居民网络消费提高”的正向循环(图2),进而推动整个县域经济进步^[5],并开创了所谓的“遂昌模式”。这一模式的核心是本地化的电子商务综合服务商,以之为引擎带动县域电商生态发展,促进地方传统产业,尤其是农业及农产品加工业实现电子商务化;电子商务综合服务商、网商和传统产业相互作用,在政策环境的催化下,铺就信息时代的县域经济发展道路^[5]。

2.2.2 提升农村居民消费能力,重点实现人的城镇化

除了发展县域经济外,县域就地城镇化最重要的目标是提高农村居民的消费能力和释放他们的消费需求。这会进一步促进县域经济的正向循环,因为农村居民的线下消费主要就发生在县域范围内。另一方面,线上消费这一新的消费形式也会随着电子商务的发展而逐渐渗透进农村地区,它有效地弥补了农村和乡镇实体零售发展的不足,显著提升了消费品的流通效率,惠及了广大农民消费者^[3]。当农村居民的消费能力达到一定阈值时,农村地区的服务业也会相应发展,并自发地在空间形态上向城镇化的形态靠近,比如形成各类服务场所,进一步还会实现与城镇生活方式和文化氛围的对接^[14]。更需强调,县域范围内的农村就地城镇化并不是将农村的外在形态建设得和城市一致,而是要聚焦农村居民消费能力的提升,并促进其消费需求持续扩张,多方面地实现“人的城镇化”。所以,县域作为统筹城乡的基本单元,第一要务是夯实经济基础,切实提高农村居民的生活水平与消费能力,不能简单地“迁村并点”、“下山上楼”,而是要带动当地的农民增收增识,发挥好互联网、电子商务等信息时代产物在这一过程中所能起到的关键作用。

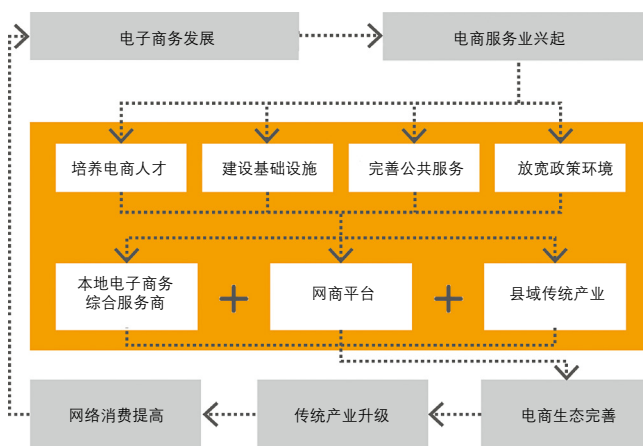


图2 浙江丽水市遂昌县电子商务发展的正向循环模式图,橙色部分表示“遂昌模式”

资料来源:作者根据相关资料绘制

3 基于电子商务的农村发展新模式

县域范围内的农村就地城镇化具体到每个乡村应该怎么做呢？信息时代给了我们不同于工业时代的新启示。工业化背景下的城镇化，大量农民进城务工，一方面造成了土地的荒废，另一方面也造就了很多的空心村，产生了留守儿童、留守老人和留守妇女等农村社会问题，让我们反思，走城镇化的道路，是否意味着我们要放弃乡村呢？答案是显而易见的。中国城市规划设计研究院的李晓江院长曾经指出，“我国是一个多民族的人口大国，这一国情决定了我国的城镇化路径将不同于人口小国和移民国家的高度城镇化模式，传统的农业文化和人地关系、国家粮食安全，独有的集体所有制土地制度等因素决定了未来我国农村将会长期保有相当数量的人口”^[6]。这些人口若全都涌入大中城市，会造成乡村丰富的民俗资源和古老的文化传统的丧失，也会动摇我国长远发展的农业根基。原有城镇化路径中，上述问题已经凸显，“三农”问题总体形势日益严峻，农业劳动力从绝对富余变得结构性不足，解决“谁来种地”问题迫在眉睫。那么，在新一轮的城镇化中，我们是该因循守旧还是革故鼎新呢？如果是后者，广阔的乡村地区在各自的发展模式方面又该如何进行创新性的选择呢？事实上，国内现有的实践已经给出了部分解答。以电子商务为推手，以县域为空间单元的就地城镇化就是一个理性而多赢的选择，但具体到每一个乡村的发展模式就不能一概而论了（图3）。从产业的角度来说，各地的农村可以根据自身的地域条件和资源禀赋自主选择是继续推进农业现代化，做强一产；还是在电子商务的助力下，走一产和三产结合的道路，既保留现代农业，也发展现代服务业；或是兼顾三次产业，全面改变农村面貌。无论选择哪一种模式，

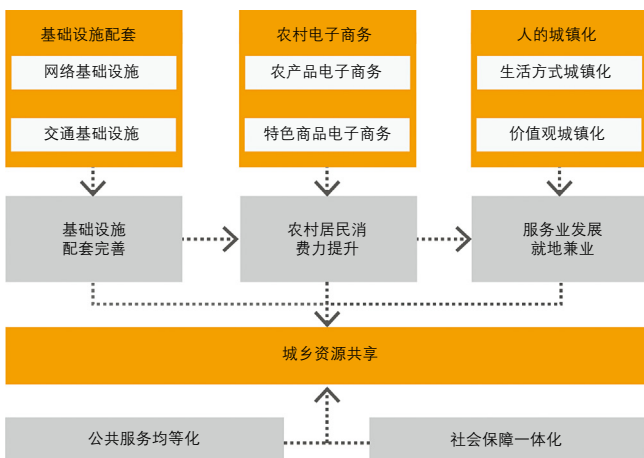


图3 电子商务推动下的农村就地城镇化模式图
资料来源：作者自绘

都要确保农业的稳定发展，它是就地城镇化的重要支撑；同时，最重要的是发挥电子商务的引领和创新作用。下文就将以三个具体实践为例，探讨基于电子商务的农村发展新模式。

3.1 延伸式——赶街模式

在县域电子商务成功发展的大背景下，2013年5月，一项被称为“赶街”的项目在遂昌县启动，这个全称“农村电子商务服务站”的项目由遂昌县政府相关部门牵头，与阿里巴巴合作，遂网公司执行建设。项目由综合型网络服务平台、县（市、区）级区域运营中心和村级实体服务网点三个层级组成，以在农村普及和推广电子商务应用为业务核心，并延伸物流配送、电子金融、帮扶创业、预约预定、惠民资讯等业务，为处于交通不便利、信息相对落后的农村居民在购物、售物、缴费、创业、出行、娱乐、资讯获取等方面提供一站式便利服务。“赶街”项目推出了电子商务、本地生活、农村创业三大业务板块和20多项具体业务，给农村居民提供了真正便利、全面、优质、快捷的服务，带动了农村居民生产、消费和就业的能力^[5,15]（图4）。截至2014年6月，项目已完成赶街综合服务网络平台、区域运营中心、物流中转中心、青年创业中心以及200个村级赶街网点建设，直接带动100多位村民就业，为村民提供物流配送、缴费、代购等服务4.7万余次，涉及代购金额142万元，与到市场购买同类商品相比，节省购物资金43万元^①。

赶街模式实际上就是在农村配置电子商务服务站，在释放农民消费需求的同时，将农村和农民接入了信息化的网络社会，而并不对其原有的物质形态基础和社会生态基础进行其他任何的变更，它是城市电子商务及其配送体系在农村的一种延伸。它成为了加深农村基础便民服务、提高农村活力、

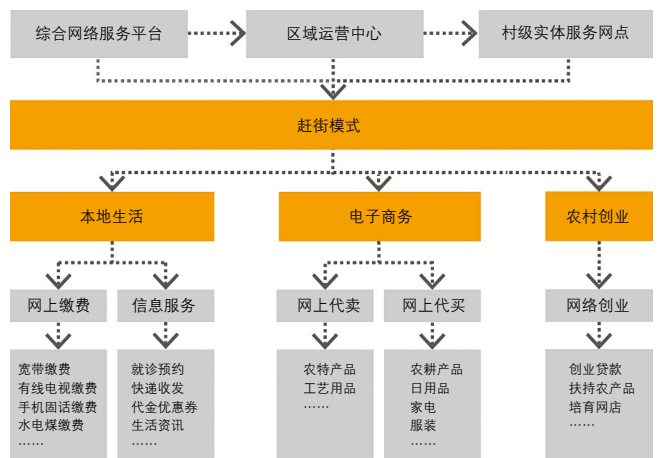


图4 “赶街”模式图（电子商务延伸至农村地区）
资料来源：作者根据相关资料绘制

① <http://scnews.zjol.com.cn/scnews/system/2014/06/10/018074581.shtml>

引导农村消费、搞活农村供需流通、促进农民增收和创业就业的重要推手。选择这种模式最重要的是要考虑如何整合和转化大学生村官、农村网创青年等服务人员；如何有效地保障农民的切身利益；如何进行合理的价格和需求比对，快而好省地完成购物^①。电子商务延伸至农村的逛街模式，为我国中西部广大欠发达地区的农村就地城镇化提供了一种新的思路。至少在生活消费品方面，农村可以通过电子商务这个平台与城市享受无差别的服务。

3.2 介入式——聚土地模式

“聚土地”是阿里巴巴集团聚划算平台推出的私人定制农场项目，农民将土地流转至电子商务公司名下，公司将土地交予当地合作社管理，网络用户通过“聚划算”网站认购土地使用权，并获得实际农作物产出^[16,17]。首批试点选择了安徽省的山区小县绩溪县，这里农田零散，农产品不成规模，销售受到限制。而通过网络订制加快农村土地流转，并把农作物经由电子商务平台提前销售的这种将土地流转与电子商务相结合的尝试，能够把农民闲置的土地集中起来耕种，发挥土地的效益^[18,19]（图5）。“聚土地”很好地结合了城乡双方的需求，使得农村的绿色食品可以到达城市，而城市人口也会通过乡村旅游对农村进行补给。首期“聚土地”项目参与购买人数达到3 500多人，总计销售土地465亩，项目销售额228万元，同时也间接带动了当地旅游服务业的快速发展。数据显示，聚土地一期项目使得参与农户获得了9.6倍的收入增长^[20]。

从本质上来说，“聚土地”是电商资本介入下的一种土地流转形式，具有电子商务与土地流转结合、网上认筹与网下耕种结合、生态农业与乡村旅游结合等鲜明特点，既是农业众筹、电子商务的形式创新，也是现代农业发展的有益探索^[21,22]。“聚土地”在没有改变土地原有性质和用途的前提下，通过一种新的经济业态和流转方式，让农民在原来的土地基础上，仍然通过农业劳作，能够获得更多实惠，充分地

发挥了市场配置耕地资源的作用，是一种聚合了大量资金和海量消费需求来实现农业电商的新思路^[18,23,24]。这种模式运用互联网金融开发农业市场，弥补了传统农业在资金、人才、技术方面的短板，实现了城乡资源的直接、自由流动，真正在经济生态上、日常生活中统筹了城乡，有利于推进生态农业发展，带动生态农产品销售；有利于加快地方经济发展，促进农村居民就地城镇化^[21,24]。对于我国土地资源较为分散，无法规模化种植，而又拥有较好自然和人文生态环境的地区来说，走“聚土地”这样一条乡村旅游和休闲农业相结合的发展道路是一种值得尝试的选择。此外，电商资本介入土地流转，能够提高农业的长期收益，促使农民用长远眼光利用土地实现增值，推动农民思想观念上的嬗变^[25]，为农民实现就地城镇化注入了思想动力。当然，聚土地模式在初步发展阶段还需要应对一系列的问题，一是项目建设初期，乡村旅游并不成规模，农户的投入在短期内不能很快见效。另外农产品保质期较短，在项目区位选择方面要尽量接近市场以缩短配送距离，还需解决配送过程中冷链物流的短板。后期还可能涉及到农户与电商公司的利益分享机制等问题。但总的来说，有了电子商务的介入和干预，打通了农村生产和城市消费需求对接的通道，原来缺乏机遇的地区现在重新焕发了生机，推动了农民生活方式的变革和城乡融合。

3.3 内生式——沙集模式

“沙集模式”起源于江苏省徐州市睢宁县沙集镇的东风村，这里人均耕地不足1亩^[26]，且盐碱地较多，外出务工人员比例较大。自2006年开始，村民通过淘宝网开店销售拼装家具，经过几年的发展，网销家具已成为该镇的支柱产业，销售额达到数亿元，形成颇具特色的“沙集模式”（图6）。该模式以“农户+网络+公司”为核心要素，解决了农民信息不对称问题，让农民成为了商务的主体，拥有了订单权和定价权，形成了农村的电子商务创富新路^[27]。沙集镇作为一个只有1.3万户的小镇，已拥有农民网商3 000余人，2013年整体销售额超过12亿元^[28]。沙集模式是农村经济中信息化带动产业化，产业化促进信息化，实现跃迁式发展的一个典型。沙集原先并没有与家具生产相关的资源和产业优势^[26]，与在相对发达的产业集群或特色资源基础上发展起电子商务的地区不同，是完全由电子商务直接催生了本地的主要工业^[29]，因而“沙集模式”的门槛更低，可复制性更强。沙集模式说明，信息化具有一定的超前性，在经济发展较为落后的农村地区并不一定非要等到工业化完成才能步入信息化，而是可以采取信息化带动工业化方式^[30]，实现农村地区

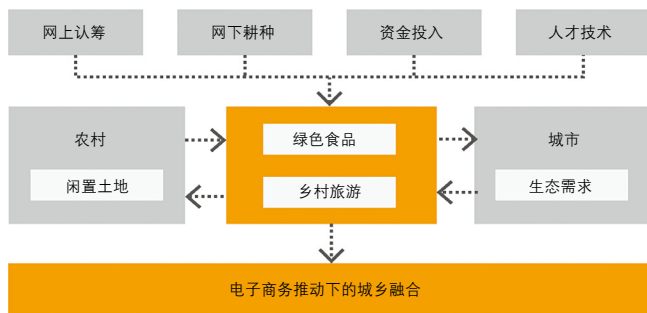


图5 “聚土地”模式图（电子商务介入土地流转）

资料来源：作者根据相关资料绘制

① <http://www.aliresearch.com/?m-cms-q-view-id-77266.html>

的跃迁式发展。沙集农村电子商务自发式产生、裂变式成长、包容性发展^[31]的内核并不是在电子商务时代才形成的，早在1990年代初期，沙集的个体和私营经济就得到了很好的发展，从而也为农民创富播下了文化和制度的种子^[32]，而电子商务这一触媒让其有了更大的发挥空间。

“沙集模式”的本质是电子商务从农村经济生态中自发生长并催生本地工业，它有助于解决我国新一轮城镇化中即将面临的困境。在这一发展模式里，电子商务带动本地产业发展，改变了以一产为主的农村产业结构，大量农业剩余劳动力向第二、三产业转移，实现了就地城镇化。这种模式适宜于土地出产不高，农业生产条件不优越，其他产业基础也比较薄弱的地区。目前，沙集模式现已步入2.0时代，小富即安的小农意识和以家庭制为基础的生产方式使得这种模式的发展后劲不足；同时它的低门槛，强可复制性使之受到了来自竞争者的赶超，迫切需要转变^[33]。“沙集模式”这种内生式的发展需要一系列的条件，如浓厚的商业氛围、富有企业家精神的首创者、非规范化的电子商务市场、大量中低端的网络消费群体和专注于中小卖家的电商平台等^[34]。沙集模式的强可复制性和电商发展的大趋势使得在全国范围都出现了很多与东风村一样的所谓的“淘宝村”^①，2014年底，这类村子共有212个，但这些村子所售商品多为服装、家具和鞋等^[35]，产品同质性较大，多面向中低端市场。未来类似沙集的内生式农村发展模式需要防范低廉产品过剩和同质竞争的问题，寻求以本地特色资源为基础，以创新为引擎的差异化发展道路。

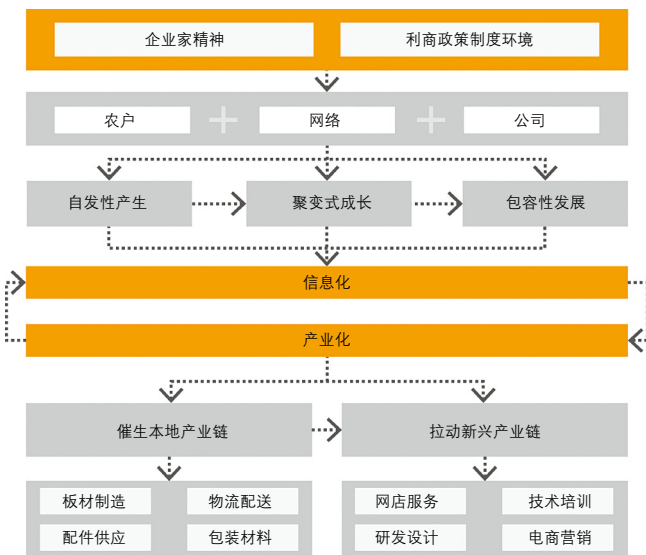
3.4 小结

我国原有的农村发展模式包括以工业企业带动、城镇建设带动和劳务输出带动等为主的工业化、城镇化外援驱动模式；也包括了以特色产业、生态旅游发展和专业市场组织等为主的农村自我发展主导模式^[36]。本文所提出的基于电子商务的农村发展新模式主要针对的是远离中心城市的县域及其所管辖的农村地区。在电子商务出现之前，这些地区的发展较为受限；在信息时代，电子商务为这些地区的发展提供了新的思路，但这并不代表原有的农村发展模式将会被完全取代，如成都、南京等已有的大都市周边地区农村的旅游城镇化模式等其他模式仍然具有一定的活力^[37,38]。基于电子商务的延伸式农村发展模式适合消费需求旺盛而供给不足的地区，比如发达省份的相对不发达地区；介入式则适合生态环境优越，农产品品质高，却缺乏资金投入和销售渠道的地区；而内生式则适合商业意识发达、企业家精神浓厚、区位优势相对优越或是有一定产业基础的地区。当然，这些条件都是相对的，关键在于政府和市场的双重选择，一方面是政府给农村提供什么样的政策导向与发展环境，另一方面则是市场要求农村提供什么样的有竞争力、差异化的产品和服务。中国的地域差异很大，不同的自然和人文环境、产业基础、区位优势都决定着在选择农村发展模式时需要因地制宜，因县而异，目标都是为了提高农村居民的生活水平，释放他们的需求，着力于人的就地城镇化。

4 结论与讨论

将电子商务与城镇化关联起来是一种新的尝试，因为现阶段电子商务对于我国广大农村地区的影响是不容忽视的，思考这二者之间的可能联系也会有所裨益。电子商务对于城镇化的影响实际上是间接地通过电子商务带动县域及其所管辖的农村地区的生产和消费来实现的，它可以驱动本地经济发展，提高居民的消费水平和生活质量。它是一种对于集聚经济的反作用力，一种去中心化的力量。相关研究机构对此已有关关注，并认为这只是电子商务发展初期的景象，后期马太效应的加强还是会回归到向中心城市集聚发展的道路上来。本文认为电子商务对城镇化影响的长期结果还有待检验，但从社会公平等多个角度来看，基于电子商务的县域就地城镇化和农村发展新模式在部分地区值得应用和推广。但在大力发展农村电子商务的同时要确保农业根基不动摇，加强土地集约和节约利用，避免形成新一轮的土地浪费。

我国城镇化的速度和规模前所未有的，这使我们无法照搬他人，却也可以创造历史。长期以来，以中心城市为核心的集



资料来源：作者根据相关资料绘制

① 指交易场所在农村地区，以行政村为单元；交易规模在1000万元以上；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%以上的行政村。

中式城镇化路径与模式由于巨大的社会成本已难以为继。与其在大城市周边浪费土地和财力建许多无人居住的鬼城,不如切实做好县域的就地城镇化,探索以县域为基本单元的分布式城镇化路径,并创新农村的发展模式,保留和传承农村的民俗资源和文化传统,让人们能看得见、记得住乡愁。互联网时代带来了新的机遇和挑战,其扁平化的结构使得县域有可能成为未来中国经济发展中的亮点。在县域及其管辖的广大农村地区,鼠标可以辅助锄头,电子商务可以成为农村先进生产力的载体,成为农民生产方式和生活方式的新选择。在物质层面,电子商务向农村的延伸、对农村的介入和在农村的内生使得农村的发展越过了工业化,直接走进了信息化,给农村带来了跨越式发展的动力和就地城镇化的契机。在精神层面,基于电子商务的农村发展新模式使得农村“空巢”的社会问题迎刃而解,培育了一代新型青年农民,提升了农民素质,改善了农村家庭的生活质量,对农村社会的稳定及和谐社会的构建意义重大^[39]。它的进一步发展还将继续促进技术、资金等向农村延伸,加速城乡资源自由、双向流动,从而推进城乡一体化。

在实践中,电子商务已经在很大程度上改变了我国农村的面貌,在河北清河、四川青川、河南辉县、浙江遂昌、福建安溪等地各式各样的电子商务发展得如火如荼^[40]。电子商务已经在推动我国农村经济社会走向全面转型发展的新阶段,也为我国的农村城镇化提供了新的启示。然而,所有的发展方式都不是放之四海皆准的,本文所提出的三种农村发展新模式有的适宜于东部沿海的发达地区,有的适宜于西部欠发达的少数民族地区。灵活地、分阶段地推行因地制宜的政策,并在实践中不断调整、优化才有可能在新一轮的城镇化发展中占得先机,实现可持续发展的目标。UPI

致谢:

本文的初稿收录于《2014 新型城镇化视角下的县域发展》国际会议论文集,在此对会议组委会、本刊编辑和匿名审稿人的意见和建议,及辛苦的工作表示衷心的感谢。此外,要特别感谢香港大学的王缉宪教授在论文的成稿阶段提出的宝贵意见和建议。本文的全部数据及观点由作者负责。

参考文献

- 孙莹丽,马艳国,代馨. 中小城市城镇化过程中电子商务发展现状研究[J]. 内蒙古民族大学学报, 2011(04): 62-64.
- 易鹏,梁猛,张璐. 电子商务对城镇化影响的研究[R]. 盘古智库, 2014.
- 盛振中,陈亮,张瑞东. 2013 年中国县域电子商务发展指数报告[R]. 阿里研究中心, 2014.
- 中国社会科学院工业经济研究所课题组. 中国县域经济推动产业升级实践[M]. 第 1 版. 北京: 社会科学文献出版社, 2013.
- 张瑞东,陈亮,樊春晖. 遂昌模式研究——服务驱动型县域电子商务发展模式[R]. 2013.
- 李晓江,尹强,张娟,等. 《中国城镇化道路、模式与政策》研究报告综述[J]. 城市规划学刊, 2014(02): 1-14.
- Harvey D. The Condition of Postmodernity-An Enquiry into the Origins of Cultural Change[M]. Blackwell Publishers Inc., 1990.
- 马庆斌. 新时期中国城镇化政策选择[J]. 中国市场, 2013(04): 84-88.
- 盛振中. 县域电子商务发展微报告[R]. 阿里研究院, 2014.
- 陈亮. 义乌现象: 从一个市场的转型到县域电子商务经济体的浮现[R]. 阿里研究中心, 2013.
- 王琛莹. 高校毕业生对“北上广”热度在降[J]. 就业与保障, 2014(11): 28.
- 中国互联网信息中心. 第 34 次互联网络发展状况统计报告[R]. 2014.
- 曾鸣. 中国未来经济网络, 县域是核心[R]. 阿里研究院, 2014.
- 葛殊. 电子商务助推城镇化进程: 基于农村消费能力提升的视角[J]. 特区经济, 2013(08): 112-113.
- 阿里研究院. 遂昌县: 县域电子商务中的遂昌现象[R]. 阿里研究院, 2014.
- 周明助. “聚土地”的富民经[N]. 中国国土资源报, 2014-05-13.
- 阿里推出“聚土地”: 比余额宝更疯狂的产品[EB/OL]. (2014-08-15) [2014-10-15]. <http://www.knows-ad.com/news/ghyw/593.html>.
- 周明助. “聚土地”: 绩溪土地流转探新路[J]. 中国土地, 2014(05): 10-11.
- 陆芬. 淘宝“聚土地”成土地流转新模式?[J]. 国土资源导刊, 2014(04): 42-43.
- 钟经旺. 聚土地: 让农民以职业身份回归土地[N]. 粮油市场报, 2014-12-04.
- 胡桂芳,王艳荣. 土地流转和电商结合发展现代农业的探索——安徽省绩溪县“聚土地”项目调查[J]. 农村工作通讯, 2014(13): 28-30.
- 陆芬. 淘宝网上“聚土地”[N]. 中国国土资源报, 2014-03-31.
- 阿里研究院. 从聚土地看农产品销售模式的转变[R]. 阿里研究院, 2014.
- 李新. 阿里推“聚土地”二期加速布局涉农电商[N]. 粮油市场报, 2014-10-11.
- 徐曼晃,洪雷. “聚土地”多赢还须跨过几道坎[N]. 安徽日报, 2014-06-19.
- 姜蓉. 沙集: 电子商务“小岗村”[N]. 中国经营报, 2011-04-04.
- 虞昌亮. 就地城镇化过程中农村电子商务发展研究[J]. 金融理论与教学, 2014(01): 65-70.
- 戴蓉,岳峰. “沙集网商”走向集约型、产业化[N]. 人民邮电, 2013-10-15.
- 刘书艳. 沙集模式: 为三农问题提供新指向[N]. 中华工商时报, 2011-02-25.
- 储新民,李厚廷. 农业电子商务的发展机制——基于“沙集模式”的拓展[J]. 价格月刊, 2013(12): 84-87.
- 汪向东,梁春晓. 沙集模式引发的思考[N]. 企业家日报, 2014-06-21.
- 王庆生,赵建国,张成富. 田野上的跨越——睢宁县沙集乡个体、私营经济发展掠影[J]. 群众, 1994(11): 46-47.
- 汪向东. “沙集模式 2.0”——一个农村电子商务模式的跟踪研究[N]. 人民邮电, 2013-03-25.
- 罗建发. 基于行动者网络理论沙集东风村电商——家具产业集群研究[D]. 南京大学, 2013.
- 陈亮,盛振中,张文涛,等. 中国淘宝村研究报告(2014)[R]. 阿里研究院, 2014.
- 张富刚,刘彦随. 中国区域农村发展动力机制及其发展模式[J]. 地理学报, 2008(02): 115-122.
- 魏薇,王金叶. 乡村旅游发展模式与运行机制研究——以成都五朵金花为例[J]. 乡镇经济, 2009(07): 80-83.
- 张川,吴海琴. 美丽乡村视角下的大都市近郊乡村规划新趋势——以南京市江宁区“五朵金花”为例[C]// 城市时代, 协同规划——2013 中国城市规划年会, 中国山东青岛, 2013.
- 文雪梅. 沙集模式: 农村电子商务最新样本[N]. 中华工商时报, 2010-12-23.
- 汪向东. 农村经济社会转型的新模式——以沙集电子商务为例[J]. 工程研究——跨学科视野中的工程, 2013(02): 194-200.

(本文编辑: 许玫)