

类型学视角下的“同乡同业”与乡村振兴

戚晓明¹, 严斌剑²

(1. 南京农业大学人文与社会发展学院, 江苏 南京 210095; 2. 南京农业大学经济管理学院, 江苏 南京 210095)

摘要:现代语境中的“同乡同业”尽管与城镇化有着莫大的关联,更多体现了对“城”的影响,但在乡村振兴的今天其对“乡”的作用也日益被重视。从类型研究视角将“同乡同业”按照一定的标准分为“聚集-生产”型、“聚集-消费”型、“分散-消费”型和“分散-生产”型四种。不同类型的“同乡同业”对乡村振兴的作用机制不同。“聚集-生产”型往往通过在地特色产业、人才的回流等推动乡村振兴。“聚集-消费”型更多是通过回乡消费或者向家乡捐款、资助等形式贡献于乡村。“分散-生产”和“分散-消费”型则结合了上述两种类型的作用,其在外发展的状况使得其对乡村振兴的作用机制与“聚集-消费”型相似;而其创立在地品牌、在家乡开拓原始产业形态的状况又使其具备与“聚集-生产”型相似的作用机制。不同类型“同乡同业”要想充分发挥其对乡村振兴的作用,政府的引导机制将会有所不同。

关键词:“同乡同业”;乡村振兴;乡村产业;返乡;人才

中图分类号:D634

文献标志码:A

文章编号:1671-4970(2022)02-0070-07

一、问题的提出与文献回顾

近代以来的移民和当代城镇化研究显示,乡缘、业缘是外来人口进入大城市的重要纽带或凭借机制。通过该纽带,他们在异乡获得身份认同、组织或文化归属,并能更好地立足。社会关系网络^[1]、乡土文化、社会资本、亲缘、地缘与市场互构等被作为关键性的因素用来考察“同乡同业”这一现象形成的原因。农民更易进入自己同乡所从事的行业或者从事家乡的传统行业,如湖南新化人的文印行业、福建莆田东庄镇人的医疗产业、福建沙县人的“沙县

小吃”、东南亚华人圈里福州人的理发店、闽南人的五金店等。不仅如此,在“同乡同业”的过程中还形成了一些特定的职业型乡群聚居区^[2],如浙江村、河南村、攸县司机村等。这些都彰显了传统研究中“同乡同业”,即农民从乡入城中出现的特殊形态。实际上,“同乡同业”从字面的意思来理解就是来自一个地方(通常是一个县或一个乡或一个村)的人从事同一种行业。从这意义上讲,其可以是在外(在家乡以外的地方)的“同乡同业”;也可以是在地(即在家乡)的“同乡同业”。在地的“同乡同业”是生产要素的在地集结,如福建打金业、苏州刺绣、潍

基金项目:国家社会科学基金(19BSH059)

作者简介:戚晓明(1981—),女,教授,博士,主要从事乡村社会治理研究。E-mail:nnqxm@126.com

坊年画等。无论是在外的要素还是在地要素,人与产业都是关键。如果人和产业都能在地,能在乡村生根,那么将对乡村振兴大有裨益。已有一些学者认识到这一问题,并分析了“同乡同业”中产业的发展与乡村社会的互嵌^[3]、行业各生产要素在乡村的集结从而导致的“城市中心—乡村边缘”格局的翻转、乡村“空心化”的反向运动^[4]等。即使农民进城,也只有少部分会完全割断自己的乡村纽带^[5],大部分依然徘徊于城乡之间,与乡村保持着千丝万缕的联系^[6]。在国家提倡乡村振兴、农民返乡就业的今天,探索“同乡同业”与乡村振兴的关系显得非常具有时代意义。

已有研究表明,农民工在我国的发展虽然已经进入留城的第二阶段,但由于城市就业工资低、不能体面生活、缺乏保障等使得他们有返乡的内驱力^[7];同时在外打工的经验^[8]、关系网络^[9]、社会资本^[10]等为他们返乡创业或就业提供了基础;再加之政府的优惠政策、乡土情结等这一切都使得农民更愿意回到自己所熟悉的家乡就业、生活。但是,农民在返乡就业过程中从事何种行业、产业,这种产业是否是其之前在外打工时从事的,关于这类问题,已有研究探讨甚少。实际上,在乡村产业振兴中“产业”不仅是指农业及其功能拓展,还指农村的多样态产业,尤其是要发展契合本地特征的农村产业发展方式^[11]。而“同乡同业”中的“业”也可看作其中的一种。对于“同乡同业”而言,如果能将这一形态搬回乡村或者扎根农村,充分利用地方资源进行整合,形成特色产业或者返乡创业集群,将极大地驱动乡村振兴^[12]。“同乡同业”有分散同业的状况,也有形成聚居区的状况,还有生产要素在地集结的状况。已经证明生产要素在地集结对乡村发展将起很大的作用,那么其他形式的“同乡同业”能否回归?“同乡同业”是否会成为农民工返乡创业或就业的一种特殊形态?在外同乡、在地同业是否能够通过内外互动更好地实现乡村振兴?基于这些问题,本文引入类型分析视角来分析不同类型的“同乡同业”与乡村振兴的关系。

二、“同乡同业”类型

1. 类型研究视角

理想类型是由德国社会学家韦伯提出的一种概念分析工具。研究者往往选择和强调研究对象较为

重要的典型特征来进行理想类型的分类。依据这样的概念工具,研究者能够较为全面清晰地认识研究对象^[13]。类型研究视角在社会科学的研究中经常被用到。Jeffrey认为人们经常采用类型研究视角是“因为人们希望每个新的印象都将是他们已经发展起来的对世界所作的理解的一个类型。这种类型化方式不仅仅在传统的总体水平上起作用,即使当人们遭遇到某些新的事物时也希望这种新特性是可以被理解的:它将被人们在已经拥有的参考词汇范围内认识,人们将无法从分类系统中剥离出来”^[14]。在“同乡同业”的研究中单一的案例研究较多,进行类型比较或是建立类型化标准的较少。从文献回顾来看,“同乡同业”有在外的,有在地,其中也有同乡空间聚集等现象。从本文的研究旨趣出发,人与产业是分析“同乡同业”与乡村振兴关系的重要因素。而人在哪里又是由“业”决定的。因此,尝试从“业”的角度,具体结合产业空间分布广度与产业链环节来建构“同乡同业”的基本类型。

2. “同乡同业”的类型划分

农民进城打工的行业主要集中在批发零售餐饮业、社会服务业、制造业、建筑业等^[15]。这些行业往往需要大量的劳动力,对知识、技能的要求不高。农民在其中务工,所得的收入也较低。在农民非农就业中,近些年也呈现出从雇佣型就业转向自主创业的群体择业倾向^[16]。在外的“同乡同业”大多符合上述情况。这些行业有的属于分散型产业,即产业分布在不同的区域范围内,如餐饮业(“同乡同业”中比较典型的有沙县小吃等);也有的属于聚集型,比如手工业(“同乡同业”中比较典型的有福建的打金业、苏州的刺绣等)。这种聚集有在外的“同乡同业”如浙江村、河南村,也有在地的“同乡同业”如福建的打金业等。“同乡同业”的“业”是在外还是在当地对于“乡”的影响是不同的。而在外还是在地取决于这种业态是否依赖区域资源禀赋以及区域传统经济活动。反过来说,资源禀赋指向性与区域传统经济活动指向性体现了产业的空间指向性^[17]。这种指向或者针对产地或者针对消费地。生产环节位于产业链的上游,消费环节位于产业链的下游。我国乡村地区的消费潜力还需进一步挖掘,因而产业的消费环节一般在城市中。生产环节有可能在乡村、有可能在城市。考察“同乡同业”的业态状况,主要是看这种业态是更多依赖于生产资源要素还是

消费市场。基于以上的考虑,在建构“同乡同业”的类型时主要考虑产业的空间分布广度、产业发展更依赖于生产要素还是消费市场这两方面因素。

从行业层面来看,“同乡同业”类型与市场结构有关。如果固定成本投入高,生产具有规模经济,则容易形成空间集聚,具有垄断特征;如果市场规模大,市场主体数量多,固定成本投入低,则会通过空间分散来实现充分竞争。

从企业层面来看,“同乡同业”类型与企业经营成本结构有关。经营成本是生产成本与销售成本之和。如果生产成本高,上下游环节工艺复杂,则需要通过生产过程的空间集聚来降低成本;如果生产成本不高,工艺相对简单,则不需要空间集聚;如果销售成本高,则需要销售环节靠近消费者,如果产品容易标准化,则可以建立统一品牌,或者是口碑。

根据上述行业和企业层面关于集聚和分散的理论探讨,遵循类型化分析的原理^[18],围绕产业的空间分布广度与产业发展更依赖于生产要素还是消费市场这两大要素,“同乡同业”的理想类型可以分为“聚集-生产”型(类型 I)、“分散-生产”型(类型 II)、“聚集-消费”型(类型 III)和“分散-消费”型(类型 IV)四种类型。其中,产业的空间分布广度表述为聚集或者分散;产业发展更依赖于生产要素,往往呈现具有资金、技术等规模经济,产业发展更依赖于消费市场,则产业在消费地往往会形成统一的品牌或口碑。细数下来,“聚集-生产”型可以以福建打金业、苏州刺绣、潍坊年画、丁蜀紫砂等为代表;“分散-生产”型可以以湖南新化的文印业为代表;“聚集-消费”型则以“攸县司机村”为代表;“分散-消费”型以沙县小吃、莆田医疗产业为代表。

(1)“聚集-生产”型

根据新经济地理学的相关理论,产业的空间分布是集聚与分散力两方相互作用、相互制衡的结果。产业在发展过程中,产业发展的主体企业或者经营者需要进行选址,选址中面临着本地生产要素成本、运输成本等因素的影响,最终易选择成本较低的地区。或者有些产业在长期的发展过程中于某个地区逐步汇集了竞争力优势,从而使得产业的分布集聚在某地。除了产业的空间集聚外,“聚集-生产”型在产业链更多依赖于生产要素而不是消费环节。这类“同乡同业”的典型有福建打金业、苏州刺绣、潍坊年画、丁蜀紫砂等,多以手工艺为主,且生产

地往往是本“乡”。这类“同乡同业”的发展与当地具有莫大的关联,或有一定的历史渊源,例如潍坊杨家埠年画早在明朝时期就开始出现;或是原料产地例如宜兴丁蜀紫砂;或有手工艺的传统,如福建打金最初为当地村民自创手工艺,苏州刺绣是历史上当地先民赖以生存的一种家庭手工业^[19]。这些在地的生产资源要素使得这类“同乡同业”在当地发展具有生产成本低、交易成本低、组织成本低、技能和信息共享等优势。加之经济活动与在地社会网络之间的互嵌,这类在地聚集的“同乡同业”成为撬动当地经济社会发展的关键,产业集聚效应、品牌效应凸显。尽管在产业发展过程中也有向外的扩散,但这种扩散往往呈现为对消费市场的追求,对当地的产业升级、品牌效应和口碑的传播有益而无害。

(2)“聚集-消费”型

这一类型在空间分布上也是聚集的,而产业发展更依赖于消费环节,因为其生产过程中的交易成本较低,易于标准化,因此更重视消费市场。与“聚集-生产”型不同,这种类型往往聚集在消费市场所在地。由于乡村社会的消费潜力还有待进一步挖掘,这种类型的消费市场所在地往往是指农民工外出务工所在的市县。同乡在外某地的同业聚集就形成了上文提到的职业型乡群聚居区,例如“攸县司机村”“浙江村”“河南村”“新疆村”“湖北村”等。同乡社会关系网络在这类“同乡同业”的形成中起到关键性的作用。而人口流入地的资源与市场又决定着这类“同乡同业”的业态发展。无论是在深圳从事出租车司机的攸县人,还是拥有工商业传统在北京从事服装行业的浙江温州人,抑或是在北京从事废品收购业的河南人,流入地的市场与就业机会都对其生存和发展十分重要。他们努力地城市找寻自己的生存空间,有的带有一技之长,有的仅有自己的劳力,不断找寻、开拓市场,形成了扎堆就业、同乡聚居的现象^[2]。这是一种空间聚集在外地,依赖于消费地资源与市场的“同乡同业”形态。

(3)“分散-消费”型

这一类型在产业的空间分布上是分散的,在产业发展上更依赖于消费环节,即市场所在地对其发展更为有利。这一类型的“同乡同业”在业态上多见于服务业,如沙县小吃、莆田医疗产业等。技术在其业态发展中相较于其他生产要素更为关键,技术的可携带性、可迁移性使得这类产业在发展中区域

可选择性较广,能够面向市场遍地开花。在业态发展过程中,国内外各地区市场的抢占和打开造就了这类“同乡同业”的扩散。南京江宁的禄口皮草在历史发展中属于“聚集-生产”型的“同乡同业”,其在洪武二十六年朱元璋“集天下工匠于京师(南京)”时期形成,属于手工艺类的“同乡同业”。与其他手工艺不同的是,皮草行业属于奢侈品行业,其发展更多取决于消费市场,且在发展过程中生产原料逐步依赖于国外进口,因而在后期发展中形成了香港、广州、深圳等多地分散型的“同乡同业”,此时其类别也可归为“分散-消费”型。

(4)“分散-生产”型

这一类型在产业的空间分布上是分散的,在产业发展上更取决于生产要素,同时产业分布往往位于消费者所在地。这一类型与“分散-消费”型的区别在于后者具有统一的品牌或口碑,而且这是消费者能知晓或者在意的。比如,沙县小吃是有统一品牌、统一产品的,消费者能区分沙县与非沙县小吃。莆田医疗产业虽然没有统一品牌,但是消费者已经有对莆田医疗产业的认知,而且在选择医院时会注意这个因素。“分散-生产”型则不同,其没有统一品牌,也没有让消费者在意的口碑。比如湖南新化的文印业,其在全国各地都有点分布,但是并没有统一的品牌,而且消费者在选择文印服务时也不会在意是否是湖南新化的。可以看出,这种类型一般处于产品同质性较高、市场竞争较为充分的行业。

三、不同类型“同乡同业”对乡村振兴的作用机制

1.“聚集-生产”型对乡村振兴的作用机制

“聚集-生产”“同乡同业”往往是一种在地地的“同乡同业”,它所需要的生产要素资源禀赋对当地乡土资源的依赖性较强。这类“同乡同业”多以手工艺为主,诸如福建打金、苏州刺绣、潍坊年画、丁蜀紫砂、禄口皮草等。这类“同乡同业”往往在当地形成聚集效应,同时不断向外扩张,寻求更大的消费市场。在发展过程中,其在地品牌效应明显。当然在这类“同乡同业”中,有些随着时代的变迁和科技的进步逐步面临衰落,有些依然延续着历史的辉煌。总体看来,这类“同乡同业”由于其在地性而对乡村振兴大有裨益。

其一,生产要素的在地聚集推动了“同乡同业”

中业态的发展,从而形成了乡村振兴中的特色产业,通过产业振兴极大地推动了乡村振兴。无论是福建打金、苏州刺绣,还是潍坊年画、丁蜀紫砂抑或是禄口皮草,其在当地的发展都具有一定的历史和生产要素的资源优势,这些产业在当地发展比在其他地方发展更能够节约成本。吴重庆在分析福建莆田孙村的金银首饰加工业时发现,这种依托乡土社会网络兴起并遍及全国的行业在乡村实现了各生产要素的在地集结,体现了“城市中心—乡村边缘”格局的翻转、乡村“空心化”的反向运动以及经济与社会互嵌的“社会经济”特征^[4]。即使有些产业在发展过程中面临着衰退,但其长期积累下来的品牌效应与资源优势将使其比其他乡村产业更易于恢复和重建。例如南京江宁的禄口地区在政府的规划之下以优惠的经济政策、地产项目、生存环境等吸引皮草技艺人员回归家乡重建禄口皮草行业,使得原本沦为“分散-消费”型的“同乡同业”转变为“聚集-生产”型的“同乡同业”。苏州的刺绣在政府的规划下通过优惠的住房政策、税收政策等吸引刺绣从业者聚集,在苏州的镇湖形成了绣品一条街,极大地扩大了当地刺绣产业的规模。同时,政府还在产业发展的基础上,联合文创、旅游、展览等产业将苏州镇湖刺绣产业推向多元化的发展道路,并形成标志性的地理非遗品牌。其二,通过产业的发展,吸引了大量本地农民以及外来人员在本乡的聚集,推动了乡村振兴中的人才振兴。人是乡村振兴的主体,有了人,乡村才有发展。福建孙村的打金业在生产要素在地集结的过程中,实现了“城市中心—乡村边缘”的格局翻转^[4]。乡村出现了“空心化”的反向运动,人口及其他要素都向乡村集中。南京江宁的禄口街道于2012年以皮草为主的郊区旅游休闲的购物小镇概念对外招商,并且实施创业工匠免税政策,积极号召建设家乡,引进600~700户,最后达1000多户,吸引10000多人回乡就业,有近80%的手艺人返乡,同时也带动了周边的就业。其三,“聚集-生产”型“同乡同业”不仅能够推动乡村产业的发展,还在此过程中带来了人才的回流、乡村的文化振兴、组织发展以及农民的生活富裕。例如,2018年禄口本地皮草从业人员年均收入18万元,带动全街道农民年均增收4000元;不仅如此,新的文化设施、场所,诸如皮草文化走廊、皮草文化广场、皮草文化、精神堡垒雕塑、皮草文化交流中心、皮草艺术博物馆、皮草文

化创意产品展厅等逐步被建立,禄口皮草原先所在乡村社区的历史文化空间被重新建构。类似地,很多地区的手工艺在发展过程中传承传统的文化,并与文创、旅游等相结合,推动了乡村的传统文化振兴。在产业发展过程中,相关的经济组织及其他组织也发展起来,同时农民的生活更加富裕了。

2. “聚集-消费”型对乡村振兴的作用机制

“聚集-消费”型“同乡同业”以在外聚集为主,通常呈现出职业型乡群聚居区的状态。“浙江村”“河南村”等是其典型的代表。在以往的研究中,王汉生等分析了地方性社会——“浙江村”形成的原因,认为关系网络既是温州人共同流动的基础,又是接续式流动的路径网络,温州历史形成的工商传统和技术,加上浙江农村地区拥有的资金、产品市场信息和劳动力,奠定了服装生产和销售行业的基础^[20]。唐灿等探讨了北京“河南村”废品回收行业形成的制度性及个体化因素^[21]。这些研究所涉及的“同乡同业”基本都是“在外”(在家乡以外)的状态,在研究中并未过多涉及其与家乡的联系。

细细分析,这类“同乡同业”往往扎根于农民外出务工,以城市资源为主,面向城市市场。其对乡村振兴的作用类似于一般外出务工农民工对家乡的贡献。如果这类“同乡同业”的农民属于第一代农民工,则其往往是在外打工、回乡消费和生活的状态。这种情况下,他们对于乡村的贡献在于:将城市打工所获得的报酬带回乡村,一定程度上推动了乡村的发展。但从长远来看,单单靠其带回金钱、物质的形式很难改变乡村贫穷落后以及“空心化”的局面,对于乡村振兴而言并无多大的作用。如果这类“同乡同业”的农民属于第二代农民工,则他们更多的是留在城市发展而不回乡了。那么,乡村对于他们而言仅是家乡。发展比较好的、有了出息的农民有可能会对家乡捐款、捐物,资助家乡修房、筑路以及推动公益事业的发展。其消费以及所从事的产业均立足于乡村之外,因而对乡村振兴来讲作用微乎其微。从“攸县司机村”“浙江村”“河南村”“新疆村”“湖北村”等的状况来看,这类“同乡同业”的农民通常居住在城市边缘地区城乡结合部,借助城市边缘地带管理体制的弹性,与一些城市人口以某些利益需求互利互动,形成一种独特的利益共同体^[22]。他们处于一种游离于城市的状态,在生活方式、保障、住房、教育等方面都与城市居民有一定的

差异,属于“都市乡民”。乡村对他们的影响(人格与生活方式的形成)将长期存在,市民化的演变将任重道远,而乡村永远是他们的根、他们的归属所在。

3. “分散-消费”型对乡村振兴的作用机制

“分散-消费”型“同乡同业”以沙县小吃、莆田医疗等为例,其空间形态上是分散的,其发展依赖于消费市场,产业的可迁移性较强。在发展中,这类“同乡同业”呈现出以乡缘、业缘为主的链式迁移,并且形成以家乡为标志的地方品牌。单从这种情况看,这类“同乡同业”对于乡村振兴的作用有点类似于“聚集-消费”型的“同乡同业”。两者的所在地均为外出打工地,属于在外的“同乡同业”,因而乡村对这类“同乡同业”的农民而言是一种感情归属地和回归空间。所不同的是,在这类“同乡同业”中乡土社会与市场经济的互嵌^[3]更为紧密。例如,福建莆田东庄镇医疗产业在发展中不仅通过乡土社会网络传递人力、资金、经营管理等市场经济要素,还通过同乡联姻加强了市场与乡土的互嵌。而沙县小吃从开始的农民带着传统小吃手艺外出寻求出路,发展到20世纪90年代末,沙县政府将“沙县小吃”作为县域经济发展的第三产业开始创建沙县小吃集团,并利用交通条件的改善与网络技术的发展实行“产-供-销”一条龙的企业统一管理模模式,在分散的家庭经营之外拓展了立足县域、利用乡土资源的三产经营之路。

一方面,挣了钱回乡消费或捐款用于家乡的基础设施建设等成为这类“同乡同业”的农民回馈乡村的常见方式。在外挣了大钱的富人对乡村的归属感极强,不仅通过捐赠来回馈乡村,还会在乡村内新建住房以供自己老年时返乡养老。从这个层面上讲,这类“同乡同业”对乡村的作用与“聚集-消费”型相似。另一方面,这类“同乡同业”的产业发展在满足一定条件下可以实现在家乡的发展。这是因为这类市场广阔且空间分散的“同乡同业”中的业态往往是可在很多地区生根的服务业。服务业的市场自然是在“乡”以外,但由于其在外地的发展仍然是以本乡作为品牌的,消费者想看到的原真性往往在乡村发源地,例如沙县小吃最正宗的还是沙县。因而,乡村可以以此为产业发展的突破点,在乡村开拓本土品牌的总部或原始基地。通过品牌连锁的打造,为在外经营的小商户争取更多的组织、技术及资

金的支持。通过本地品牌产业的发展解决当地大批农民的就业,在一定程度上发展了乡村经济,缓解了乡村地区留不住人才的问题;从而,从产业、人才等方面振兴乡村。当然,在这个过程中乡村地区交通、信息技术、房产政策、经商环境等方面的改善和拓展是必须具备的条件。

4. “分散-生产”型对乡村振兴的作用机制

“分散-生产”型“同乡同业”以湖南新化的文印业等为例,其空间形态上是分散的,各地区发展具有一定的独立性,同时依赖消费市场,产业的竞争较为充分。这一类型“同乡同业”可以为家乡的农村居民提供相对独立的就业和创业机会,同时又能够使这些从业人员保持与家乡的联系,并形成行业内的乡土认同。这一类型的“同乡同业”属于在外的“同乡同业”,乡村对于这类“同乡同业”的农民来讲是“乡愁”归属地,同时也是社会关系网络维系的重要纽带。在外的“同乡同业”需要这种亲缘、地缘关系。因而,对于绝大部分在外从事数码快印业的新化人,只要条件允许就会选择在家乡盖一栋宽敞、钢筋混凝土结构的房子;不仅如此,他们对于家乡的节日聚会、公益事业(如公路、小型桥梁、祠堂、饮水工程建设,以及捐资助学、扶危解困等)也十分重视;他们认为“人活在世上,自己吃穿不愁了,总得在家乡这些事上留个名”^[23]。这样的做法,既是基于人情、面子的需要,更重要的是要维系乡土社会网络关系为在外的“同业”生意奠定基础,同时也可以为自己的生活留条后路。从这个角度而言,“分散-生产”型“同乡同业”这种经济形态,更加深了农民与乡村之间的联系。无论是出于在外生意网络、同乡支持方面的考虑,还是出于生计后路的考虑,农民的乡愁情结、乡土皈依依然存在,这就使得他们回馈乡村以及返乡养老的行为得以存在。当然并不是这类所有的农民都会回馈乡村,也有一些农民因为乡村基础设施、生活条件的有限而长久地留在城市并扎根的。

此外,这种类型“同乡同业”者还可以以集体形式助力家乡的乡村振兴。一方面,这些从业者同属一个行业,联系较为密切,容易达成共识;另一方面,由于没有统一品牌,这些从业者可以采取较为灵活的方式合作,以避免一家独大或者搭便车问题。这样,“同乡同业”者可以形成一个较为紧密的产业联盟。从新化文印业的经验来看,新化县政府主动为

在外文印业从业者搭台,建设“中国文印小镇”,抓住文印业产业升级契机,壮大龙头企业,努力打造文印产业“千亿产业链”。

四、结 语

经过前文的分析,可以得出3个方面的结论:第一,现代语境中的“同乡同业”尽管与城镇化有着莫大的关联,更多体现了对“城”的影响,但在乡村振兴的今天其对“乡”的作用也日益被重视。第二,根据“同乡同业”中业态的空间分布广度、产业发展更依赖于生产要素还是消费市场可将“同乡同业”分为“聚集-生产”型、“分散-生产”型、“聚集-消费”型和“分散-消费”型。其中,“聚集-生产”型属于在地的“同乡同业”;“聚集-消费”型、“分散-生产”型和“分散-消费”型属于在外的“同乡同业”,分别表现为职业型乡群聚居、无统一品牌和有统一品牌的分散型以服务业为主的特征。第三,不同类型的“同乡同业”对乡村振兴的作用机制不同。“聚集-生产”型往往通过在地特色产业、人才回流、文化、组织发展以及生活富裕推动乡村振兴。“聚集-消费”型更多是通过收入带回家乡消费或者向家乡捐款、资助的形式贡献于乡村,其对乡村振兴的作用甚微,以“都市乡民”生活于城市与乡村之间。“分散-生产”“分散-消费”型则结合了上述两种类型的作用,其在外发展的状况使得这部分的“同乡同业”对乡村振兴的作用机制与“聚集-消费”型相似;而其创立在地品牌、在家乡开拓原始产业形态的状况又使其具备与“聚集-生产”型相似的作用机制。

总的来说,要想“同乡同业”对乡村振兴有作用,如何吸引其在地或者部分在地发展是关键。产业能够在地发展,人才才会回流,相应的组织、文化才能建设起来,人们生活才会富裕起来。从“同乡同业”的类型看,以手工业为主的在地“聚集-生产”型“同乡同业”需要进一步引导其在本土的发展和文化的传承;而以服务业为主的“分散-生产”“分散-消费”型则需要重视乡土品牌的建设,同时运用信息技术、当地的网络资源、原真技术形态、政府支持、各类制度安排等将本土业态或是产业总部、集团发展起来,造福乡村,这和一般意义上的吸引农民返乡就业是一个道理。乡村交通发展、信息网络完善、农房交易制度、土地政策、经济环境、生活配套等都会直接影响生产的成本与生产要素的在地集结,影响

产业和人才回流。因而,各地政府进一步改善乡村经济社会文化环境,有针对性地引导“同乡同业”中相对成熟的特色产业、人才回流、在乡村扎根是非常必要且重要的事。

“同乡同业”涉及乡村振兴中两个最关键的因素是人和产业,充分发挥“同乡同业”对乡村振兴的作用是文章的主旨及意义所在。需要说明的是,文章尝试从类型研究的视角出发对“同乡同业”进行了类型上的区分并探讨了各种类型对乡村振兴的作用机制,展现了类型学视角下“同乡同业”研究的基本范式。在类型标准上主要选择了与议题的讨论关联最密切的因素,并不排斥其他可能存在的相关因素,未尽之处有待今后进一步研究。

参考文献:

[1] 麻国庆. “乡土范畴”与“破土而出”——《重庆“棒棒”——都市感知与乡土性》序[J]. 思想战线, 2015 (5): 58-61.

[2] 莫筱筱, 刘青. 职业型乡群聚居区的形成基础及机制——以深圳大望“攸县司机村”为例[J]. 城市问题, 2014(9): 94-99.

[3] 林颖楠. 乡土社会与市场经济的互嵌——福建省莆田市东庄镇“同乡同业”现象的调查[J]. 社会治理, 2016 (1): 71-77.

[4] 吴重庆. “界外”: 中国乡村“空心化”的反向运动[J]. 开放时代, 2014(1): 145-154.

[5] ERMAN T. Becoming “Urban” or remaining “Rural”: the views of Turkish Rural-to-Urban migrants on the “Integration” question [J]. International Journal of Middle East Studies, 1998, 30(4): 541-561.

[6] 王兴周. “都市乡民”与乡土传统的复活[J]. 学海, 2015 (2): 59-66.

[7] 贺雪峰. 农民工返乡创业的逻辑与风险[J]. 求索, 2020 (2): 4-10.

[8] BECKMAN C M. The influence of founding team company affiliation on firm behavior[J]. Academy of Management Journal 2006, 49: 741-758.

[9] 芮正云, 庄晋财. 农民工创业者网络能力与创业绩效关

系: 动态能力的中介效应[J]. 财贸研究, 2014 (6): 30-37.

[10] 吴新慧, 黄兆信. 新生代农民工创业绩效及影响因素分析[J]. 江西社会科学, 2013(10): 189-193.

[11] 高帆. 乡村振兴战略中的产业兴旺: 提出逻辑与政策选择[J]. 南京社会科学, 2019(2): 9-18.

[12] 王肖芳. 农民工返乡创业集群驱动乡村振兴: 机理与策略[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2018, 18 (6): 101-108.

[13] 戚晓明. 社区治理类型与乡村振兴下的农村社区环境治理[J]. 南京工业大学学报(社会科学版), 2019, 18 (5): 49-56.

[14] JEFFREY C A. Action and its environments: toward a new synthesis [M]. New York: Columbia University Press, 1988.

[15] 高文书. 进城农民工就业状况及收入影响因素分析——以北京、石家庄、沈阳、无锡和东莞为例[J]. 中国农村经济, 2006(1): 28-34.

[16] 宋月萍, 徐彦. 新生代农民工就业条件行业差距实证研究[J]. 南方人口, 2012(3): 57-64.

[17] 龚勤林. 产业链空间分布及其理论阐释[J]. 生产力研究, 2007(16): 106-107.

[18] 易臻真, 文军. 城市基层治理中居民自治与社区共治的类型化分析[J]. 安徽师范大学学报(人文社会科学版), 2017, 45(6): 741-749.

[19] 叶继红. 从建国后苏绣业的发展看手工业的政策和管理[J]. 当代中国史研究, 2004(6): 102-109.

[20] 王汉生, 刘世定. “浙江村”: 中国农民进入城市的一种独特方式[J]. 社会学研究, 1997(1): 56-67.

[21] 唐灿, 冯小双. “河南村”流动农民的分化[J]. 社会学研究, 2000(4): 72-85.

[22] 唐灿, 冯小双, 潘鸣啸, 等. 谨防社会失控——外来人口与城乡结合部地区的利益一体化关系[J]. 中国国情国力, 1998(3): 26-28.

[23] 谭同学. 有限差序的社会结合及其现代性转化——基于新化数码快印“同乡同业”的思考[J]. 社会学研究, 2000(4): 72-85.

(收稿日期: 2021 - 07 - 24 编辑: 张志琴)