

DOI:10.3876/j.issn.1671-4970.2023.04.008

耿车模式环境转型的社会逻辑

——创新扩散视角下的产业转型分析

陈阿江^{1,2}, 汪璇^{1,2}

(1. 河海大学公共管理学院, 江苏 南京 211100; 2. 河海大学环境与社会研究中心, 江苏 南京 211100)

摘要:环境议题在 20 世纪 80 年代热议的耿车模式中虽未提及, 但已孕育其中。随着废旧塑料行业规模的扩大, 环境污染问题日益严重。已有研究关注污染行业“关停并转”等形式的运动式治理或治理过程中的冲突, 本研究则关注市场主体的环境反思与主动转型的社会机理。借鉴创新扩散理论, 结合中国村落社会特点, 将市场行动者群体划分为创新者、追随者和保守者 3 种类型, 在创新采用的不同阶段, 发挥作用的主体、社会网络、扩散机制各不相同。首先, 鉴于耿车污染问题的外部建构力量不足, 由创新者基于专家讲座、外出考察、致病经历形成反思性环境认知是耿车模式环境转型的原初动力。创新者积极寻找转型出路, 尝试家具电商产业, 发挥领头羊作用。其次, 家具电商产业技术简单、容易模仿, 在熟人社会中可以得到迅速传播与扩散, 众多的普通经营者成为追随者, 逐渐形成替代性产业, 为后续运动式环境整治提供缓冲。最后, 从事废旧塑料产业的“保守者”在政商社会网络的支持下, 从抵触转而“配合”地方政府的“铁腕治污”。然而, 废旧塑料回收加工行业中的环境悖论, 即局部地区的负外部性与全域的正外部性, 应引起政策研究者及政策制定者的重视。

关键词:耿车模式; 环境转型; 反思性环境认知; 政商网络; 创新扩散理论

中图分类号:C913;X22 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-4970(2023)04-0077-13

中国的地方发展大致经历了一个从改革开放早期的单纯重视经济发展, 逐渐转变到经济和环境并重的新发展阶段。江苏省宿迁市耿车镇发展转型, 在某种意义上是乡村工业化的一个缩影。对耿车镇发展的关注, 或者说对耿车模式的关注, 集中于两个时期: 一是 20 世纪 80 年代中期, 主要从区域发展模式, 特别是所有制特征的视角加以探讨; 二是 21 世纪第 2 个 10 年的中期, 主要关注环境维度的社会转型。虽然从现象看, 淘宝村是新的经济业态, 但就转型的内在逻辑看, 耿车镇家具电商行业的发展很大程度上是环境转型所驱动的, 因而可归之为

与环境转型的关联议题。本研究所要讨论的问题是, 耿车模式是如何演变的, 耿车模式环境转型的内在逻辑是怎样的? 短时段或截面的环境社会学研究, 无论是环境冲突还是环境治理, 学界已经做了不少研究。考虑到环境的演变与中国社会转型是互构的, 也是非常复杂的, 因此对耿车从 20 世纪 80 年代以来的环境-社会演变的历程进行梳理具有重要的学理价值。

围绕耿车模式及其环境转型, 笔者系统收集了相关文献, 进行了实地调查。一方面, 文献不仅包括截至目前学者们对耿车模式的研究成果, 还涉及地方志书、经济社会数据、政策文本

引用本文: 陈阿江, 汪璇. 耿车模式环境转型的社会逻辑——创新扩散视角下的产业转型分析[J]. 河海大学学报(哲学社会科学版), 2023, 25(4): 77-89.

基金项目: 江苏省社会科学基金重点项目(19SHA002)

作者简介: 陈阿江(1963—), 男, 教授, 博士, 主要从事环境社会学研究。E-mail: ajchen@vip.163.com

等。另一方面,笔者分别于2019年6月、7月去耿车镇进行实地调查,访谈了政府相关部门人员、原废旧塑料从业者、现电商从业者等,系统梳理了耿车40余年的发展历程以及转型节点中各主体的想法与行动。此外,考虑到耿车镇的废旧塑料行业已被取缔,为了直观理解原耿车镇废旧塑料产业的基本情况,笔者找到与耿车镇历史上相似的、现在仍然从事废旧塑料产业的皖北光武镇进行调研,深度理解废旧塑料行业发展与环境的关系。笔者于2021年5月在光武镇进行实地调查,收集基础资料,并从两镇后期差异化发展道路的比较中把握耿车模式的转型特点。2023年5月,笔者再次赴耿车镇及沙集镇进行补充调查,借助于比较的视角重新理解耿车模式的环境转型。

一、文献综述与研究视角

1. 耿车模式研究文献梳理

1986年,经费孝通总结、阐释,耿车模式闻名全国,成为学界、政界关注的热点话题^[1-2];李阳在《人民日报》上发表《“耿车模式”诞生记》,对耿车模式进行经验总结^[3];两年后,胡同恭从经济学的角度对耿车模式进行了系统的阐释^[4]。20世纪80年代中后期,学界对耿车模式的关注,主要集中在以下两个方面:

一是区域格局与区域发展的关系。在提出苏南模式之后,费孝通关心那些缺乏大城市依托、以农业为主的地区是如何发展的。像耿车这样既远离大城市又缺少工业基础的相对落后的苏北地区,将如何实现乡村工业的发展,如何实现现代化?费孝通认为,耿车模式更适合那些缺乏工业基础的农村地区^{[1]28}。就此而言,耿车模式较苏南模式、温州模式更具普适性。

二是所有制结构。在提出耿车模式之前,费孝通已经提出并分析了苏南模式和温州模式:苏南模式主要是发展以集体经济为主的乡镇企业;温州模式是面向大市场的家庭工业,或者说是以商贸和加工业为主要特征的个体或私营经济^{[1]28}。而耿车模式则具有混合形式的所有制特征,是家户、联户、村集体和乡镇集体“四个轮子一起转”;前两者是个体所有制、后两者为集体所有制,故有个体和集体两个轨道

并进的含意^[5]。然而,20世纪90年代后期经过改制,集体企业基本转为民营,所有制话题的讨论也因此终结。

在20世纪80年代耿车的废旧塑料产业发展中,环境维度实际上已经隐含其中,但在当时的耿车模式探讨中,环境议题却一直没有被适当地加以表述。这大概是因为当时的污染还处于相对隐匿的状态,并且费孝通等人似乎对民众致富更感兴趣^[6]。所以,耿车发展的环境议题,差不多到20年以后才被学界关注到。2004年,周拥平等来到耿车镇调查发现,虽然耿车人在废旧塑料产业中获得可观财富,然而其不恰当的生产实践却给当地带来严重的环境污染和健康风险^{[5]129}。废旧塑料产业使得耿车一带农村逐渐摆脱了贫穷落后的面貌,但喧嚣热闹的生产场景下,却隐藏着发展的困境。然而,2004年之后的10来年,学界对于耿车发展的环境议题研究仍然处于沉寂状态。

直到2016年,随着耿车镇废旧塑料产业被当地政府取缔并为家具电商和多肉电商所替代,学界开始活跃起来。学界的关注点一方面集中于发展家具电商产业的“新歌车模式”和淘宝村研究^[7-9],另一方面关注耿车发展中的环境治理议题。王刘飞等立足于地方政府环境治理行为,认为2016年针对当地废旧塑料产业的环境治理为“运动式治理”,其治理受当时科层组织所面临的激励环境、当地社会产业结构形态影响^[10];陈涛等针对废旧塑料产业以及家具电商产业的环境治理历程,采用系统的视角,认为环境善治需要基于国家、市场、社会的高度匹配^[11]。尽管上述研究关注了环境治理的基本特点,但就市场主体——实际上也是耿车模式转型主体及环境转型的机理还有待于更充分的讨论。

2. 环境转型的文献述评

肇始于20世纪80年代末的社会转型讨论,关注中国社会是如何从传统社会转变为现代社会,以及如何从计划经济向市场经济转

①本研究并没有对两地进行比较研究,光武镇案例研究很大程度上是方法论层面的,即通过类似的案例帮助作者更好地理解研究对象的历史。

轨的。

社会转型也被用来解释中国环境问题产生的宏观层次的原因。如,洪大用以社会转型为视角,解释环境问题的成因。他认为,正是以高速工业化、快速推进的城市化、区域间不平衡性为特征的社会结构转型,以市场和政策“双重失灵”、放权让利改革、城乡二元性为特征的社会体制转轨,以及以道德滑坡、消费主义、短期行为等为主的当代价值观念变化造成了环境状况的持续恶化^[12]。最早关注环境转型并在学理上加以探讨的是生态现代化理论。作为现代性的组成部分,环境问题是与西方的工业化、城市化相伴而生的。在 20 世纪 70 年代和 80 年代初,不满于当时学界将环境退化问题归结于经济结构的消极结论,德国学者马丁·耶内克和约瑟夫·胡伯发现了一些经济结构已经转型,但环境并未退化并且有所改善的地方,并尝试构建生态现代化理论来探讨这一现象^[13]。约瑟夫·胡伯主要强调技术创新在预防和治愈环境问题时的潜在价值、肯定市场行动者在环境改革中所起的作用^[14]。马丁·耶内克倾向于平等看待国家与市场在生态转型中所起的作用,他认为,生态现代化可以理解为系统性的经济(技术)革新与扩散,而一种前瞻性的环境友好政策及其执行,可以通过市场机制和技术创新促进工业生产率的提高和经济结构的升级,并取得经济发展和环境改善的双赢结果^[15]。后来,在关注生产的同时,生态现代化理论的关注点从生产转向消费^[16]、从民族国家内部转向国际社会。总之,生态现代化理论认为,环境与经济可以存在非对抗关系,但过于宏观的解释恰使它的解释力缺乏精准性。

与生态现代化论的学者处于环境转型的早期不同,日本学者船桥晴俊则有机会在环境治理已经较为成熟的时期回溯环境的转型历程,形成环境控制系统理论^[17]。船桥晴俊设计了 3 个功能系统——生态系统、经济系统和环境控制系统,讨论它们的互构与运行关系。他把前工业社会设想为地域社会与生态系统互融的,社会与自然的关系是和谐的。随着工业化的推进、资本主义生产方式的经济系统逐渐发育,生态系统不断遭到破坏。而滞后于经济系

统发育的环境控制系统,通过地域社会的环境运动、企业生态理性增长以及自治体环保赋权,并经由各主体间的互动、促进,逐渐得以完善。船桥晴俊把环境控制体系演变分为 4 个理想类型阶段,其中环保内化为次级管理任务和核心管理任务两个阶段最为重要。船桥晴俊的分析略显机械,却较好地呈现了环境转型的基本历程。耿车模式的演变,恰好经历着环境控制体系演变前期的几个阶段。

迈向生态社会或绿色社会已成为中国社会当下的一个基本态势,特别是 2020 年以来,中国的碳达峰、碳中和行动,更加清晰了中国社会未来的走势。已有部分环境社会学学者就“何以迈向生态社会”的问题展开了讨论。如,洪大用等概括了推动社会环境转型的五大动力:日益严重的环境威胁,人民需求层次上升至安全、舒适和可持续,环境风险引发社会冲突日渐明显,党和政府立足人民需求主动作为,以及企业从环境中发现新的盈利机会^{[18]360-366};陈阿江在水关系的研究中特别关注了“拐点”问题,认为“生态精英”的引领十分关键^[19];卢春天等认为,伴随着社会价值取向、社会力量结构、社会风险结构等社会基础的改变,社会转型在带来生态问题的同时,也带来自然资源治理模式不断向多元耦合性环境治理方向演进^[20]。耿车模式发端于改革开放之际,转型于 21 世纪 10 年代环境整治之际,其发展、转型历程,某种意义上也是我国产业转型、地方社会环境转型的缩影,因而具有较好的研究价值。笔者认为,虽然以上研究提供了重要的参考和借鉴,但不管是环境转型研究还是立足于耿车模式本身的研究,对于转型社会中市场主体的考量以及关于转向机制的讨论还不够充分。

3. 创新扩散视角下的产业转型框架

“创新的扩散”(diffusion of innovations)这一概念于 20 世纪 60 年代由美国学者埃弗雷特·罗杰斯提出,主要指新观点、新方法、新技术等“在特定的时间段内,通过特定渠道,在特定的社会团体成员之中传播的过程”^{[21]37}。罗杰斯以农业技术的扩散为起点,研究了扩散的过程及社会机理。按照对技术的接纳速度,将技术的采用者分为 5 种理想类型:创新先驱者、早

期采用者、早期大众、后期大众、落后者,认为不同类型的采用者在社会经济地位、个性及价值观、传播行为及方式方面均存在差异^{[21]298-301}。“创新的扩散”概念及其思路被学术界所接受,用于新技术采纳^[22-25]、产品及品牌传播^[26-28]、政府创新政策推行^[29-30]等方面。创新扩散也被应用于绿色技术扩散和绿色政策传播。如,程李梅等借鉴了罗杰斯对技术采纳群体的分类方法,构建了创新生态网络,将农业创新知识扩散网络中的主体划分为生产者(创新产出角色)、分解者(加速扩散的服务主体,例如政府)和消费者(创新的使用主体)^[31]。

根据中国社会的特征以及研究区域在环境转型的实际运行状态,笔者对罗杰斯的技术扩散模型进行改造,用于解释耿车替代性产业的发展逻辑。在罗杰斯研究的模型中,科学家提供的农业技术是希望被推广扩散的,但在笔者的研究区域内,刚开始时家具电商模式在某种意义上是一个商业机密,外人学习对创新者构成一定的竞争。创新扩散的社会关系结构也很不相同,美国的农业社会更接近于工商业社会,而中国的村落社会接近于熟人社会,很大程度上可以算为自己人。村落与村落之间,虽然借助于血缘、亲缘及朋友关系,丝丝相连,关系紧密,但与此同时内部的竞争关系也是很明显的。针对此次研究对象,将创新及创新接受群体简化为3个类型,即创新者、追随者和保守者:创新者通过反思、引进新产业而实现转型发展,某种意义上是生态自觉的环境转型;乡村社会中普遍存在的从众心理以及信息较为透明的特点,使大部分人成为创新的追随者;但也有少部分人,由于自身的心理特点,或基于各种具体的经济考量,成为替代性产业转型的保守者。具体的框架如图1所示。

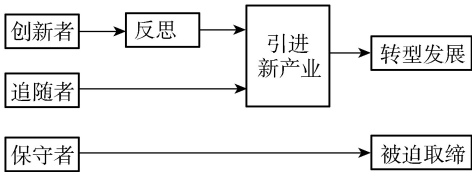


图1 耿车替代性产业发展模式

二、创新者：环境问题反思与生态自觉

1. 问题化动力不足

从环境污染与环境保护的历史看,对环境污染的反思和批判通常来自外部力量,即主要是环境污染的受害者和对环境污染敏感的研究者。如,被誉为现代环境运动的先驱者卡逊,是基于她作为一位海洋生物学家而敏感于农药对鸟类等动物发生的危害,进而谈及对人类的影响^[32]。像日本四大公害之首的水俣病,也是因为环境污染受害者以及自然科学家、社会科学家、记者等多种力量联合促成了其问题化^[33]。

探究耿车废旧塑料行业所产生的污染,其所处的社会有其特殊性。虽然可感受的污染十分惊人,但没有呈现显性的环境健康事件。另外,受废旧塑料回收加工行业污染影响最大的是生产者自己,污染者既是最大的受益者也是最大的受害者,出现了受益圈与受苦圈^[34]重叠的现象。这种既是受益者又是受害者的双重身份,因利害的“共占”不容易从内部产生环境污染的反对者,更难于生长出“环境控制系统”的力量。

外部力量似乎很难进入耿车以推动环保进程,一个可能的原因是当时地方各层级都很“团结”,负面新闻很难能够被报道出来。查阅中国知网的报纸大致可以验证这一说法。在纸媒时代,报纸是非常重要的信息载体。以“污染”和“耿车”为关键词搜索中国知网报纸题名,显示有0篇文章;以“污染”和“耿车”为关键词搜索中国知网报纸全文,共获得16篇文章(表1)。最早一篇涉及耿车污染的文章发表于2006年的《经济日报·农村版》,报道了宿城区委领导下乡解决企业发展中的问题,环境污染是其中的议题之一^[35]。2006—2015年这10年,相关报道共有5篇,2006、2011、2014年各1篇,2012年2篇;2016年开始,相关报道略有增多。2016—2020年5年共有11篇,其中最多的是2016年,环境整治相关报道有5篇。即使在淮河大整治期间,像《暗访淮河》^[36]这样关注流域性治理的专访,也没有注意到耿车的环境

污染问题,这也说明了当时外部对耿车关注是远远不够的。

表 1 中国知网的报纸刊登的相关文章

日期	报纸名称	标题
2006-07-24	经济日报·农村版	《杨明强下乡调研记》
2011-04-01	新华日报	《垃圾资源化,莫被一个“利”字绑架》
2012-09-13	新华每日电讯	《到第一线去 为百姓解难》
2012-10-25	新华日报	《“耿车新模式”挥别“垃圾场”》
2014-09-22	江苏法制报	《靠“吃”医疗垃圾 苏北小镇竟成全国集散地》
2016-04-10	新华日报	《守护好生态,宿迁挥别“耿车味”》
2016-05-07	中国国土资源报	《苏北:让“绿”成为发展底色》
2016-05-17	中国经济导报	《苏北:让发展真正绿起来》
2016-05-31	经济日报	《生态环境好了 发展动能足了》
2016-08-23	江苏法制报	《宿迁司法建议晒出“金点子”》
2017-09-25	新华日报	《绿色发展,经济大省奋楫争先》
2018-05-12	农民日报	《法护美丽 惠泽乡邻》
2018-06-13	中国青年报	《苏北小城来了科技镇长团》
2019-05-03	新华每日电讯	《从“废塑加工场”到“创业梦工厂”》
2019-06-04	农民日报	《耿车“三变”(下)》
2020-11-12	新华日报	《宿迁 建好“大公园” 助力“一盘棋”》

2. 地方精英的反思性环境认知

因此,受益与受害重叠人群自己的生态觉悟成为环境改变的关键。事实上,在废旧塑料回收生意兴旺但污染很严重的时候,地方政府和企业主也在不断地思考环境议题。地方政府邀请外地专家来讲环境保护知识,讲到环境污染的危害时,本地企业主深受触动。然而,虽然知道污染问题严重,但“挣钱还是硬道理”,在无法找到无污染替代产业时,边污染边生产依然是最现实的路径。

2000 年,宿迁市政府邀请一位南京的专家来耿车召开专题座谈会,讨论废旧塑料回收加工行业的污染问题。专家放图片给我们看、讲道理给我们听,问我们是要自己的口袋还是子

孙后代?如果要子孙后代的话,废旧塑料加工要赶紧停止、转行……想取消塑料加工业……但是取消不了,因为老百姓是靠塑料起家的,没有其他合适的产业,三考虑两考虑,一直没有实现。(邱先生,20190608)

相比于苏南、浙江等地,耿车还是相对闭塞和落后的。耿车人知道这一点,从最初的外出学习塑料加工业开始,去外地参观学习成为地方发展的重要环节。当地政府组织企业主到外地参观学习成为他们的重要功课,如,2005 年镇里组织近 40 位党员去寿光、江阴华西、苏州、杭州等地参观学习。这次参观考察发现,外面的世界很精彩,环境很干净,绿化也做得很好,给参观者带来了强烈的震撼和触动。

2005 年,镇里安排到我们外面考察学习……学习人家生态建设。去华西时,吴仁宝给我们介绍经验,我非常羡慕。华西搞旅游,鱼、蔬菜、花啊,那生态确实好。我心里想,人家也是人,我们也是人,人家能做到我们怎么就做不到呢?到了山东寿光,人家也干净,不像我们生活在垃圾里,天天翻垃圾。说实话,在外面转了几圈都不想回家,外面生态好、空气好。回来以后,书记说,老邱,你讲讲你的感受。我说,我和垃圾打交道这近二十年,我干够了,这次考察回来,要学习人家的做法。(邱先生,20190629)

环境教育很重要,但通常把类似学校的课堂讲授视为环境教育,而忽略了不同的人群接受环境教育的方式、路径和内容的差异性。外出考察学习,虽然是走马观花式的,但对地方精英而言却是十分有效的环境教育方式。被考察地与耿车在环境方面存在着显著差异,很容易吸引来访者的关注,从差异比较中逐渐建立起自我批评、自我否定。从社会认知的角度看,比较、特别是差异强烈的比对,有助于改变认知者的认识和态度。

已有认知理论认为,人总是力图保持其内部认知系统的和谐与协调,但现实中却面临了更多的分裂与失调^[37]。如果说参观学习是在与外部世界的比较中产生了巨大的落差,那么 2007 年的烤鞋底^①事件则为邱先生提供了更为

矛盾与冲突的素材来思考这样的经营之道是否值得。烤鞋底是当时回收废旧塑料很普遍的做法。他原本没有烤过鞋底,看大家赚钱,他也不想试试。

有一天下雨没有事,我想自己烤烤试试。烤了一天,第二天胃就不行了,不能吃饭、呕吐。去市医院看,医生说,老邱,你这是烤鞋底导致胃中毒了……医生聊起说,重病、大病都是耿车的,我们耿车干的塑料最多……我自己烤鞋底的亲身体会,加上专家给我上的那些课,坚定了我寻找转型出路的决心。(邱先生,20190608)

“要钱不要命”还是“要命不要钱”,这是一个最一般的生活议题。环境污染中引发的健康问题,迫使人去思考这样做的意义所在。

外来人的交流与批评,一方面成为理解耿车环境问题的一面镜子,另一方面也触动了生意人敏感的面子与神经。

下雨的时候黑水到处流淌。那时候又没有自来水。你们如果那时候到我这里,看到那个水都不肯喝的。水的味道也大,压水井的水已经不行了……我们这里有一个人,在浙江做生意,欠了2 000多块钱。浙江的人跑来跟我们这要钱。看了到处都是垃圾。欠钱的这家是做豆腐的,豆腐渣倒在门口,天气热,招苍蝇,人路过的时候,苍蝇都打脸。来我们这边看到破烂堆得到处都是,他坐都没坐,连口水都没喝,说这个钱我不要了,就走了。(邱先生,20190608)

这位浙江生意人来耿车要债,因为觉得污染太严重而没有等拿到钱就跑了。姑且不论这个故事的真实性,但从一个侧面反映了对外人对耿车环境的担心,以及耿车人以此为镜反观周边环境状态的事实。而“耿车味”则大大伤了耿车人的自尊心。据说“乡村干部去开会,都带着一身塑料味儿。连过路车都不愿开窗,受不了‘耿车味’。”^[38]我们在实地调查时,当谈到“耿车味”时,曾经经历过该阶段污染的当地人有着难以言说的伤痛感。

总之,从2000年听外来专家讲课,2005年外出考察,再到2007年发生烤鞋底事件,以邱先生为代表的地方企业精英,已经清晰地认识到废旧塑料回收加工产业所存在的环境问题。

废旧塑料加工者的环境认知途径不是通过规范的、系统的知识传授,也不是通过自上而下或自外而内的教育灌输过程,而主要是基于在解决现实问题的探索过程中的体悟与自省。在没有直接可用的解决方案之时,反思自己存在的问题——由于身处污染之中,且有发展红利,所以大部分人往往熟视无睹——意识到废旧塑料产业存在的问题,不满于现状而企图改变它。这样一个反思性环境认知为后续的产业替代提供了重要的思想基础。

三、创新者与追随者： 绿色产业的引进与替代

废旧塑料加工行业的污染是客观存在的,但获利相对容易也是一个事实。作为市场主体,没有比经济效益更重要的事了。由于废旧塑料行业内受苦圈与受益圈重叠关系,反对污染的声音显得很微弱。在持续多年的反思之后,终于迎来了新的转机。

与耿车相邻的徐州市睢宁县沙集镇,先耿车一步开始探索家具电商。中国电子商务虽然开始于20世纪末,但广泛的应用应以2003年成立的淘宝网为标志。由于淘宝网在成立之后推出了第三方支付和即时聊天工具等措施,不仅便利了上网者的操作,也免却了信用风险的后顾之忧,极大地吸引了消费者参与网上交易。恰在此时,江苏省的农村基础设施也在快速地完善和更新中,在20世纪末“村村通电话”基础上,2007年4月江苏省又具备了“村村通宽带”的能力。也正是在这一年,沙集镇F村发展了十几户电商。F村的孙先生,最初在网上销售手机充值卡,接着又销售剃须刀、台灯等小商品。一次偶然的机会,他发现宜家家居造型简单时尚,但是价格超出了普通消费者的购买

①关于“烤鞋底”的地方知识主要获自田野调查。烤制者需要将旧鞋(橡胶底或者塑料凉鞋)倒置在特制烤架上,待鞋底与鞋面融化,用火钳将鞋底剥离。烤鞋底的经济收益是十分可观的。在20世纪90年代初,烤制好的鞋底料每百斤的收购价在30~40元,按照500斤/日(普通年轻人工作量)的工作量计算,每日可以赚取人民币一至两百元。但是由于没有防护意识,烤制者没有采取戴手套、口罩等防护措施,是直接暴露于有毒气体和烟尘之中的。

能力。2007年上半年,他和木工师傅合作,木工师傅负责制作,孙先生本人负责网络销售,效果很好。刚开始时,电商家具运营技能只在本村熟人之间传播,但随着生意越做越红火,孙先生卖家具赚大钱的信息不胫而走,原本处于观望的村民或自己制作或直接从孙先生处进货、网上售卖,或围绕家具电商从事木材运输、快递服务等工作。2008年,F村网商就已经发展到约50家,到2009年就有100多家^[39]。2008年年底,整个沙集镇淘宝电商电子商务销售额达4000万元,已经初具规模^①。

耿车镇虽然与沙集镇分处宿迁和徐州两市,但由于地理上相邻,经济社会互动非常频繁。耿车镇的D村与沙集镇的F村更是隔河相望,沙集镇电商家具产业的火红状态让对岸的耿车人看得一清二楚。出于对废旧塑料行业风险担忧的邱先生通过熟人关系,与F村的孙先生取得联系,学习电商技术,自己开网店,从沙集批发家具网上销售。在刚开始涉足电商行业时,废旧塑料仍然是他家的主打行业。2006年美国开始的次贷危机逐渐引爆了世界性金融危机和经济萧条,2008年废旧塑料行业的生意明显不如以往。邱先生果断地转向家具电商,他购买设备,聘请师傅,自己生产家具。在经历两次生意的起落后,2009年下半年邱先生的生意有了起色,与此同时,他停止了废旧塑料的回收加工,专心致志地从事家具电商行业。

如果说,沙集镇孙先生是家具电商模式的创新者,那么邱先生就是沙集镇以外的创新先驱者,即最早接受创新的人。罗杰斯系统研究了创新传播的基本特征,发现不同群体对创新的接受有明显的差异^{[21]298-301}。五类群体“创新先驱者”“早期采用者”“早期大多数”“后期大多数”和“落后者”的“创新-决策”时间分别为0.4年、0.55年、1.14年、2.34年和4.65年,其中“落后者”花费的时间是“创新先驱者”的十余倍。

就本案例看,邱先生作为创新者在对原来的废旧塑料行业进行反思,根据产业发展的动态,开创性地试验家具电商行业。在熟人社会中,他是亲朋好友的带领者,将电商技术“傻瓜化”为当地村民最能接受的程度以方便其模

仿,并直接提供货源。当村民请教家具生产技术时,他是知无不言。在政府倡导和关注的体系结构中,他还是致富的带头人,新兴产业的领头人。他的创业事迹被媒体报道,也被地方政府大力推介,媒体的报道、政府的重视助推了家具电商模仿的快速发展。

从众是一种普遍的心理,乡村熟人社会更是为从众者提供了便利的社会条件,因此村落社会从来不缺乏追随者。村落社会信息透明程度高,传播速度快,共享程度也高。与此同时,村落社会技术传播呈现差序格局的态势,即从创新者的血缘亲缘及朋友群体逐渐向普通群体外推。无论是在耿车镇早期从事塑料回收的村庄还是后期转向从事家具电商过程中,均体现了这一特点。一旦村里有人带头做某一个新鲜的事情,立即有一些“先进”的模仿者快速地模仿,另一些相对“迟钝”的人则缓慢地跟进。由于废旧塑料从业者从事的是工商业活动,有些特别重要商业价值的信息,可能会被刻意地保护起来。传播按照利益共同体的由近及远、由亲及疏的原则进行。但即便是这些有价值的“商业秘密”,假以时日,仍然会在熟人社会中广泛传播开来,最终也很难真正可以保守秘密。这可以解释为什么废旧塑料等初级加工产业可以扩散为地方(村、镇乃至县域)产业集群。

大众之所以喜欢追随,是因为追随者的操作路径简易、风险相对较小。对追随者来说,技术和生产工艺可以依样画葫芦模仿,不仅快而省心,而且成熟工艺可以立马生产。电脑网络技术的学习,不再是抽象的高新技术,而是可以即刻变现的实用买卖手艺。依托网络销售,村庄产品展现于国内大市场,改变了传统农产品一旦从众生产即刻市场过剩的格局,可以“无限生产、无限销售”。

与此同时,地方政府也积极介入和推动家具电商这一新兴产业。宿迁市委、市政府于2012年出台了《关于加快现代物流业发展的意见》,2014年又出台了《关于加快推进网络创业的实施意见》,提出一系列配套、优惠政策,

①数据来源于江苏省人民政府网站, http://www.jiangsu.gov.cn/art/2018/11/4/art_64352_7862304.html。

鼓励全民“触网”,这一做法也得到了省政府、省委的肯定^①。为了快速推广D村的成功经验,耿车镇政府制定出台了鼓励网络创业、集聚电商人才、项目入驻孵化等一揽子扶持政策,积极引导电商产业“做大做强”^②。例如,通过招商引资,吸引物流公司入驻村庄,以减少运输方面的时间成本、交通成本、人力成本等;成立大学生网络创业服务中心,让大学生村干部进入平台,为有开网店想法的村民提供网店注册与运营、产品拍照等方面的免费指导;建立总额6000万元的全民创业发展资金和创业贷款担保金,为网络创业户提供创业贷款、贷款贴息、奖补资金等方面的政策扶持。在创新者示范、市场吸引和政府激励等多种力量的推动下,家具电商快速发展。

到2015年底,耿车镇的“淘宝村”数量由原先的1个增加至3个,获得“中国淘宝镇”的荣誉称号,网络创业户接近1000户,网络销售额达到6.3亿元^{[40][13]}。在2016年环境整治之前,D村向电商转型的追随者已有200余户,只有对电脑不熟悉、不识字的20余户村民仍继续做塑料回收。由废旧塑料产业向家具电商产业的规模化转向,为后续耿车镇“铁腕治污”平稳过渡奠定了基础。

四、网络中的“保守者”:迟缓的转变

在对待家具电商这一新型产业时,也有一部分人无动于衷,或可以称之为家具电商新兴行业的保守者。当2016年环境整治来临之时,家具电商产业的创新者、追随者可以或已经主动转型,而“保守者”则面临了被迫的转变。

1. “保守者”的迟疑

在整个废旧塑料从业者群体中,对环境整治的接受程度存在着明显的差异。2016年政府“铁腕治污”时,一部分已经放弃废旧塑料行业,一部分人虽然两类产业都有,但已以家具电商行业为主,另外一部分则主营家具电商。对已经从事家具电商行业的村民而言,废旧塑料行业的环境整治虽有损失但未尝不是一次发展的契机,但仍然有一部分仅仅依赖于废旧塑料行业的村民没有意识到环保形势的转变,或者虽然有认识但仍然没有放弃废旧塑料行业。

继续从事废旧塑料行业的人,有两方面的原因:一方面,他们对耿车镇的废旧塑料产业抱有信心。例如,2010年耿车镇及其废旧物资回收加工产业的基础优势先后得到了浙商和中国塑料加工协会的肯定,给予他们一个积极的信号。《印象耿车》^[41]里这样写道:

2010年,浙江商人看中耿车废旧物资回收加工产业的基础优势,投资建设了耿车再生资源商贸城。同年,耿车镇和再生资源商贸城被中国塑料加工协会授予“中国塑料再生利用产业基地”和“中国大型再生塑料交易市场”称号。这两顶桂冠进一步促进该行业畸形发展。2011年全镇有1200多个废旧加工企业(户),其中6家规上企业,37家中小企业,有720余户都是主要从事废旧塑料造粒。

另一方面,“保守者”对于政府的环境治理力度仍然抱有侥幸心理:一是因为废旧塑料产业不管对于耿车镇还是各个家庭生产单位而言,仍是支柱产业,如果要完全取缔,肯定是一件“伤筋动骨”的事情;二是针对废旧塑料产业的环境治理已经进行10余年,而他们早有一套在环保压力下维持生存的应对策略。

当时老早就有风声说要取缔,但是很多人都抱有侥幸心理,因为我们做了30多年的废旧塑料,这种小道消息不知道听过多少回。村干部先到家里说要赶紧清库存、卖机器……机器哪能停呢,很多人也没当回事。以前也有严的时候,有的人就在夜里偷偷摸摸地干。说要全面取缔,大家不信,讲这不是要端掉人家的饭碗吗?(何先生,20190629)

此外,经过对标其他同类型集镇,例如距离较近的皖北光武镇,发现一直没有采取取缔的做法,而是采取容忍的态度,并力促其进行技术改造和污染处理。但是,来自上级的决策对废旧塑料加工户来说就是一个既定事实,没有任何回旋的余地。2016年年初,宿迁市废旧物资行业的综合整治工作正式开始。此时,中央环

①引自《省政府办公厅转发宿迁市人民政府关于发展“一村一品一店”促进农民创业增收情况的通知》,江苏省人民政府网站, http://www.jiangsu.gov.cn/art/2015/7/14/art_46144_2545352.html, 2015年8月20日。

②引自耿车镇D村村委会文件。

保督察制度诞生已有半年,而专门监督污染企业的“环保风暴”也已开始^①。地方政府化压力为动力,对废旧塑料产业进行环境整治。2016年1月11日,宿迁市人民政府发布了《宿迁市人民政府关于开展废旧物资回收加工综合整治的通告》,提出了7个与废塑料关联的“严厉打击”。紧接着又出台《全市废旧物资回收加工综合整治工作方案》,明确“彻底禁、禁彻底;堵源头、清库存”的要求。与此同时,市、区、镇相应地成立了环境整治工作组,围绕废旧塑料全面取缔工作形成压力型机制,限定时间、划分片区、分配任务到个人,并辅以一系列降职、罚款等“惩戒”措施^②。显然,耿车采取了比较激进的环境治理方式。

以当时当地的角度看问题,也有其合理之处:从政治的角度来看,环境问题已经成为最重要的民生议题和政治议题;从经济的角度来看,尽管废旧塑料产业在当地具有举足轻重的地位,但从宿迁乃至整个江苏省的角度来看,耿车镇废旧塑料行业的经济地位可以认为无足轻重^③,而当时家具电商产业已经初具规模,具备代替废旧塑料产业潜力^④。但是要取缔工作落实到行动上来,尤其是取缔村民辛辛苦苦建设起来的家业,无疑是十分困难的。其中也不乏有实际困难的,如因无法操作电脑而转行电子商务的。

你说老百姓,肯定是激烈反对的……群众当时不理解,因为这是一辈子的事。这样做等于挖了老百姓的根,他们没有生活来源了,怎么办?当时也没有转型,也不知道往哪里转……生活解决不了,很多人也抱怨。特别农民没有收入,现在老年人也比较多,年轻人也比较多,你没收入就没法生活,家里还有小孩子要上学。(D村杨先生,20190721)

然而,耿车镇仅仅花费66天就完全取缔了废旧塑料产业^[42],企业无疑会反对地方政府的强行关停,国内关于这类研究已呈现得比较充分,例如偷排偷放、异地转移等消极对抗的规避型环境行为研究^[43]以及设计“污染避难所”^[44]等对抗策略研究。本研究重点关注以往研究者忽视的、企业如何“配合”的一面。

2. 外力推动“保守者”转型

除了熟人社会中血缘、地缘的社会网络格局,在地方政府与民众之间发育了两类组织或网络:一类是由民间组织发起的商会。与政府组织或推动的商会或企业联合会不同,民间组织发起的商会有较强的目的性和协调能力。在废旧塑料取缔的过程中,地方政府不便出面的时候,由商会出面来劝说可以避免直接的冲突。作为企业“娘家人”的商会,从非官方立场出发劝说,在某种情景下似乎更有说服力。

与显性组织的商会组织不同,笔者发现工商业发展以后,乡村社会还逐渐发育出一个政商社会网络^⑤。所谓政商社会网络,是指在地方政府与商界间构筑起来的关系网络,或者说其是两类科层制——地方政府与企业——之间的柔性关系网络,主要由两类人员组成,一类是经营企业的“老先进”、老党员,另一类是与企业关系密切的从政府部门退下来的人员。这样的网络在普通的农村地区,特别是劳动力大量外流的地区几乎不存在或很微弱,但在工商业相对发达的地区则非常活跃,在社会运行中扮演重要角色。由于它不是一个正式的组织,在无事的时候,就像沉入水中的渔网一样,大家并不感觉它的存在,但一旦遇事,它的作用就显现

①2015年7月1日,《环境保护督察方案(试行)》由中央全面深化改革领导小组第十四次会议审议通过,并经中共中央办公厅、国务院办公厅联合发文,中央环保督察制度自此产生。2016年1月4日,中央环保督察试点在河北展开,拉开“环保风暴”的序幕。

②引自当地政府提供的汇报材料《耿车镇废旧物资回收加工综合整治工作情况汇报·资料汇编》。

③2015年,宿迁市GDP为2351.12亿元,工业总产值3863.32亿元;江苏省GDP70116.38亿元,工业总产值149841.41亿元。也就是说,宿迁市的GDP约占江苏全省的GDP的3.35%,工业总产值约占江苏全省工业总产值的2.58%。而耿车镇地区生产总值为19.87亿,其中废旧塑料产值约10亿元(数据来自再生资源信息网, <https://www.163.com/dy/media/T1521421841236.html>),分别占宿迁生产总值的0.84%和0.42%。

④根据当地政府提供的汇报材料,2015年耿车镇实现财政总收入9100万元,公共财政收入8400万元,其中电商产业贡献率达20%以上。

⑤除了传统乡土社会遗产的熟人社会及政商社会网络,还存在一个工商业务网络,但这个社会网络特征与本研究的主题关联度比较弱,这里不再加以讨论。

出来了。

已有的研究较多地从负面的角度讨论该网络的功能^[45],如“谋利型政权经营者”^[46-48]等,研究重点是指向工商业者如何向地方政府官员输送利益,以及地方政府官员如何从企业中牟取利益等。但在本案例中,无论是对地方政府还是工商业主而言,这样的政商网络既有助于增进沟通,成为上下矛盾或冲突的缓冲地带,还是促使“保守者”平稳转型的关键网络。

首先是预警与宣传功能。早在全面取缔工作开展大约半年前,村干部、老党员企业主等权威人士就向“困难户”宣传最新的环境整治政策、分析利害关系。

我们一个个去人家家里做工作,“打预防针”。就是说现在全国很多地方都在取缔像废旧塑料这种污染产业,我们这里明年也会有大动作,可能要把我们镇整个废旧塑料产业都取缔掉,建议他们把存货、设备等物料都提前清掉了,反正早晚要清掉,免得到时候推厂房、没收机器,闹得大家都不好看。(张先生,20190721)

2015年底,D村有65户还在从事废旧塑料加工业,但是在取缔工作开展之际,仅剩20余户,环境整治的任务已不那么重了。

最后还有五户就是不转,我去做他们的工作。我告诉他们,我是作为一个普通党员、作为村民给他们透露消息,书记不会再来找他们谈,三天之内,如果发现塑料还是在家里,少则是罚款五万,多则罚款二十万,塑料、机器全都拉去卖掉。(邱先生,20190629)

其次是带头与展示功能。邱先生等“老先进”“老典型”在全面取缔工作中起到带头作用,他们是当地的经济精英,又是地方树立起来的道德模范,在熟人社会中具有较高的声望。

开党员大会,让党员、干部走在群众前列,让党员、干部带头扒厂房、清库存、卖机器。之前跟我转型的党员有十来户,剩下的九十多户党员带头取消。底下群众看到党员、干部带头了,也跟着走了。(邱先生访谈,20190719)

邱先生是全村第一个拆厂房的人。拆厂房那天声势浩大,全村甚至政府代表都来观摩,尽管当时他已经将产业重心放在家具电商上,且

这一点在村落社会中早已不是秘密,但是邱先生厂房倒塌这一景观对“困难户”来说依然还是极具很大的轰动效应的。

最后是兜底与维稳功能。政商网络积极为困难户提供转行帮助,先行转行的企业愿意为后转入家具电商的企业提供电商技术、家具货源,还可以提供运输等工作岗位,总之让“村里能干的、头脑灵活、有钱的都做电商,不能干的搞配件这些产业链上下游服务”。可以说,政商网络为废旧塑料企业主们提供了一个缓冲、兜底的网,最大程度地排除运动式环境治理引起的社会不稳定因素。在以主动转型主体为主的政商网络的支持下,少数想坚持废旧塑料行业的村民最终还是“放弃”了废旧塑料初级加工产业。

五、结论与讨论

耿车模式是特定时代的产物。在20世纪80年代改革开放的大背景下,人们的市场经济观念不断演进,发家致富成为民众普遍的追求。与此同时,随着现代化进程的不断推进,人们不断地生产、消费、丢弃,废旧塑料日益增多,使废旧塑料回收加工行业规模不断扩大成为可能。虽然耿车模式提出之初并不提及环境议题,但就实践本身来看,环境维度是孕育在早期的耿车模式之中的。随着废旧塑料行业规模的扩大,污染问题日益暴露出来,成为后续地方发展的桎梏。

耿车模式的环境转型,或者以生态现代化的话语来说,它是生态现代化在特定地区的阶段性表达。生态现代化理论不仅重视市场主体在环境改革中所起的作用——在资本主义体系内自然如此,也重视技术创新对生态现代化的推动作用。但在中国场景中,环境转型一方面具有生态现代化所持有的一般逻辑特征;另一方面,市场主体与村落社区及地方政府构建的复杂关系网络,也使其具有特定的地方逻辑和阶段性特征。

借助罗杰斯创新扩散理论中创新采用者的分类原则,结合地方现实,笔者将市场行动者划分为创新者、追随者和保守者三类群体。在创新采用的不同阶段,发挥作用的社会网络不同,

创新扩散的机制也不同。最先寻找替代性产业的地方精英是为创新者,他们基于反思性环境认知,主动学习、积极引进家具电商产业。与其他地区的环境转型不同,耿车模式的污染问题没有得到媒体、研究单位等机构的特别关注,在本土的受益-受害重叠人群中也很难产生环境污染的反对者,问题化的动力最终源于地方精英内部反思后的生态自觉。基于专家环保讲座、外出考察学习、污染致病经历、他人评价等等具体情境,地方精英确立了转型的决心,为后续替代产业培育奠定了重要基础。

之所以划分出追随者群体,而不是沿用罗杰斯创新扩散理论中“早期采用者”“早期大多数”和“后期大多数”的分类方法,是因为中国村落社会与美国的农业从业者社群有很大不同。在农村熟人社会里,模仿和从众有深厚的社会心理基础和传统文化,随着创新者创业成功的事迹在村民中间口口相传,越来越多的村民基于其利益的考量,追随其后积极学习技术。技术是简单、易复制的,但在初期因属于商业机密而主要是在熟人社会中呈差序格局的态势扩散。经过媒体、政府的大力宣传,强化了村民的追随意愿,使从众者愈众,构成环境转型产业基础。

另有少量村民基于风险考量,就2016年的环境整治行动而言成为笔者定义中的保守者。他们的风险考量很大程度上是基于以往经验的小农理性,其对废旧塑料产业仍然存有信心,对环境整治仍然抱有侥幸心理。以创新者、追随者为主的政商网络发挥了预警与宣传、带头与展示、兜底与维稳的功能,促使其“配合”环境整治。

耿车废旧塑料产业的终结,彻底解决了废旧塑料回收加工产生的环境污染问题,但仍有一个问题值得深入思考:取缔是否是废旧塑料回收加工行业的唯一出路?从全国的角度看,如果国内其他地区也都采用取缔的办法,那么目前各地正在推行的轰轰烈烈的垃圾分类,最终都无法持续下去。因为如果“最后一公里”的加工利用环节被取消了,那么循环就无从实现了。事实上,废旧塑料的加工,是废旧物资利用、减碳降耗的核心环节。通过回收、加工,区

域性、甚至全国性的废旧塑料的负外部性被废旧塑料加工企业所吸收,转化为正外部性;在废旧塑料的加工过程中产生了小范围的负外部性。如何在减少或消弭局部地区的负外部性,成为废旧塑料产业存续的关键。因此,废旧物资回收加工行业中的环境悖论应引起政策研究者及政策制定者的重视。

参考文献:

- [1] 费孝通. 淮阴行(上)[J]. 瞭望周刊,1986(35): 27-28.
- [2] 费孝通. 淮阴行(下)[J]. 瞭望周刊,1986(36): 36-37.
- [3] 李阳.“耿车模式”诞生记[N]. 人民日报,1986-05-16(002).
- [4] 胡同恭. 论耿车模式[J]. 南京师大学报(社会科学版),1988(1):17-21.
- [5] 周拥平,高明华,蔡春香. 社会如何更美好——重温费孝通先生的富民思想和重(初)访耿车的思考[J]. 中国青年政治学院学报,2005(6): 125-131.
- [6] 张玉林.“天地异变”与中国农村研究[J]. 中国研究,2009(1):1-17.
- [7] 李江涛,卢永超. 电商产业集聚“耿车模式”的分析与研究[J]. 经济研究导刊,2017(2):50-51.
- [8] 史立凡,储小红,赵星宇. 电子商务促进农村绿色发展研究——以耿车镇淘宝村为例[J]. 农村经济与科技,2018,29(13):152-154.
- [9] 郭承龙,袁超,陈镜如. 电商家具产业集群形成机理研究——基于苏北淘宝村调研[J]. 中国林业经济,2021(1):34-38.
- [10] 王刘飞,王毅杰. 转型社会中运动式治理的价值探讨——以元镇环境治理为例[J]. 南京农业大学学报(社会科学版),2017,17(5):48-58.
- [11] 陈涛,李鸿香. 环境治理的系统性分析——基于华东仁村治理实践的经验研究[J]. 东南大学学报(哲学社会科学版),2020,22(2):102-109.
- [12] 洪大用. 当代中国社会转型与环境问题——一个初步的分析框架[J]. 东南学术,2000(5):83-90.
- [13] 莫尔,邢一新. 生态现代化:可持续发展之路的探索[M]//陈阿江. 环境社会学是什么. 北京:中国社会科学出版社,2017:45.
- [14] 莫尔,索南菲尔德. 世界范围的生态现代化——观点和关键争论[M]. 北京:商务印书馆,2011:4.
- [15] 郇庆治,马丁·耶内克. 生态现代化理论:回顾与展望[J]. 马克思主义与现实,2010(1):175-179.
- [16] SPAARGAREN G. The ecological modernization of

- production and consumption; essays in environmental sociology [M]. Wageningen: Wageningen University and Research ProQuest Dissertations Publishing, 1997.
- [17] 船桥晴俊,程鹏立. 环境控制系统对经济系统的干预与环保集群[J]. 学海, 2010(2): 69-84.
- [18] 洪大用,范叶超. 迈向绿色社会——当代中国环境治理实践与影响[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2020: 360-366.
- [19] 陈阿江. 再论人水和谐——太湖淮河流域生态转型的契机与类型研究[J]. 江苏社会科学, 2009(4): 70-76.
- [20] 卢春天,马怡晨. 社会学视野下中国自然资源治理模式的演进及展望[J]. 环境社会学, 2022, 1(1): 107-125.
- [21] 埃弗雷特·罗杰斯. 创新的扩散[M]. 辛欣,译. 北京:中央编译出版社, 2016.
- [22] AHMED N, QAMAR S, JABEEN G, et al. Systematic analysis of factors affecting biogas technology acceptance: insights from the diffusion of innovation[J]. Sustainable Energy Technologies and Assessments, 2022(52): 102122.
- [23] HOJNIK J, RUZZIER M. What drives eco-innovation? A review of an emerging literature[J]. Environmental Innovation and Societal Transitions, 2016(19): 31-41.
- [24] 叶明睿. 用户主观感知视点下的农村地区互联网创新扩散研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2013, 35(4): 116-120.
- [25] 邱泽奇,黄诗曼. 熟人社会、外部市场和乡村电商创业的模仿与创新[J]. 社会学研究, 2021, 36(4): 133-158.
- [26] FLOREA D L. The relationship between branding and diffusion of innovation: a systematic review[J]. Procedia Economics and Finance, 2015(23): 1527-1534.
- [27] 张晓锋,鲍妹辰,李广修. 创新扩散理论视角下新媒体时代农产品品牌传播策略——以阜宁生态猪肉品牌为例[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2019, 19(4): 138-146.
- [28] 朱恒源,刘广,吴贵生. 城乡二元结构对产品扩散的影响研究: 以彩电采用为例[J]. 管理世界, 2006(4): 66-72.
- [29] WONGLIMPIYARAT J, YUBERK N. In support of innovation management and Roger's innovation diffusion theory [J]. Government Information Quarterly, 2005(22): 411-422.
- [30] 原光. “一窗受理”政策试验的创新扩散过程追踪——基于政策文件的研究[J]. 河海大学学报(哲学社会科学版), 2023, 25(2): 60-72.
- [31] 程李梅,洪文欣. 创新生态网络下农业创新知识扩散机理研究[J]. 农业科技管理, 2023, 42(2): 5-9.
- [32] 蕾切尔·卡森. 寂静的春天[M]. 吕瑞兰,李长生,译. 上海:上海译文出版社, 2011.
- [33] 滨本笃史. 受害结构论与日本环境社会学: 缘起、意义与发展[J]. 环境社会学, 2022(1): 53-77.
- [34] 堀川三郎,夏多曼,朱安新. 受益圈·受苦圈论的理论构成及当下意涵[J]. 学海, 2022(3): 12-20.
- [35] 李卫,张道平. 杨明强下乡调研记[N]. 经济日报·农村版, 2006-07-24(A10).
- [36] 偶正涛. 暗访淮河[M]. 北京:新华出版社, 2005.
- [37] 利昂·费斯汀格. 认知失调理论[M]. 郑全全,译. 杭州:浙江教育出版社, 1999: 2-3.
- [38] 赵久龙. 江苏耿车: 从“废塑加工场”到“创业梦工厂”[OL]. [2009-04-27]. <https://china.chinadaily.com.cn/a/201904/28/WS5cc503b2a310e7f8b1579947.html>.
- [39] 陈恒礼. 中国淘宝第一村[M]. 南京:江苏人民出版社, 2015: 41.
- [40] 王刘飞. 农村电商组织群演化过程与机制——基于组织生态学视角的质性研究[D]. 南京:河海大学, 2018: 131.
- [41] 刘成君. 印象耿车[M]. 南京:江苏人民出版社, 2018: 60.
- [42] 詹新华,陈兵. 耿车三变(上)[N]. 农民日报, 2019-06-03(1-2).
- [43] 刘凌. 政企关系对农村小微企业环境行为的影响机制研究[J]. 社会学评论, 2021, 9(5): 175-192.
- [44] 宋德勇,朱文博,王班班,等. 企业集团内部是否存在“污染避难所”[J]. 中国工业经济, 2021(10): 156-174.
- [45] 黄毅. 市场化进程中政商关系的共生庇护、寻利型变通与治理之道[J]. 地方治理研究, 2021(4): 16-30.
- [46] 杨善华,苏红. 从“代理型政权经营者”到“谋利型政权经营者”——向市场经济转型背景下的乡镇政权[J]. 社会学研究, 2002(1): 17-24.
- [47] 金太军,袁建军. 政府与企业的交换模式及其演变规律——观察腐败深层机制的微观视角[J]. 中国社会科学, 2011(1): 102-118.
- [48] 符平. 次生庇护的交易模式、商业观与市场发展——惠镇石灰市场个案研究[J]. 社会学研究, 2011, 26(5): 1-30.

(收稿日期: 2023-02-23 编辑: 高虹)

The Social Logic of Environmental Transformation about the Gengche Model: An Analysis of Industrial Transformation from the Perspective of Innovation Diffusion/CHEN Ajiang^{1,2}, WANG Xuan^{1,2}(1. School of Public Administration, HoHai University, Nanjing 211100, China; 2. Research Center for Environment and Society, Hohai University, Nanjing 211100, China)

Abstract: Although environmental issues were not mentioned in the hotly debated Gengche model in the 1980s, they have been bred within them. With the expansion of the scale of waste plastics industry, the problem of environmental pollution was becoming increasingly serious. Compared with the campaign governance in the form of “shutdown and transformation” of the polluting industry and the conflicts in the governance process concerned by existing studies, more attention is paid to the environmental reflection of the business owners and the social mechanism of its active transformation. Drawing on the theory of innovation diffusion and combining the characteristics of Chinese village society, the group of market actors is divided into three types: innovators, followers and conservatives. At different stages of innovation adoption, there are different actors, social networks and diffusion mechanisms that play a role. Firstly, in view of the lack of external construction power of Gengche pollution problem, the formation of reflective environmental cognition by innovators based on expert lectures, field visits, and disease experience is the original driving force for the environmental transformation of Gengche model. Innovators actively seek ways out of transformation, try the furniture e-commerce industry, and play a leading role. Secondly, the technology of furniture e-commerce industry is simple and easy to imitate, and it can be rapidly spread in the acquaintance society. Many ordinary operators become followers, and gradually form an alternative industry, which provides a buffer for subsequent motion-style environmental remediation. Finally, the “conservatives” engaged in the waste plastics industry, with the support of political, commercial and social networks, change from resistance to “cooperation” with the local government’s “iron fist control of pollution”. However, the environmental paradox in the waste plastics recycling and processing industry, that is, the negative externalities in the local area and the positive externalities in the whole area, should arouse the attention of policy research and policy makers.

Key words: Gengche model; environmental transformation; reflective environmental cognition; political and business networks; innovationdiffusion