

互联网时代乡村振兴战略的路径选择

——基于梅家坞村的调查研究

章军杰^{1,2}

(1. 山东大学 管理学博士后流动站, 山东 济南 250100;

2. 山东大学 历史文化学院, 山东 济南 250100)

摘要:新一代信息技术和网络技术,正重塑乡村社会文化经济生态链。互联网带来的信息高速流通、思维变革,对此前在信息获取处于弱势地位的乡村带来系列影响。文章运用文献研究、问卷调查及半结构式访谈方法,通过对浙江省杭州市西湖区梅家坞村的个案解读与剖析,呈现梅家坞村社会经济和产业协作状况,论述互联网在农民生产、消费、交易和娱乐方式等方面引发的变革,并发现当前梅家坞村存在产业协作低、生产周期性漫长、文化缺失等问题,再由经济、社会、文化三个维度,探讨乡村新经济范式下梅家坞村如何构建经济—社会—文化共同体,如何以产业化带动乡村治理现代化。互联网时代梅家坞的社会经济发展,对其他地区乡村振兴也具有一定借鉴意义。

关键词:互联网时代;乡村振兴;乡村经济;梅家坞村;三农问题

中图分类号:C911 **文献标志码:**A **文章编号:**1009-1505(2018)04-0118-11

DOI:10.14134/j.cnki.cn33-1337/c.2018.04.012

Peasant Life in China in the Internet Age

——Investigation and Research Based on Meijiawu Village

ZHANG Jun-jie^{1,2}

(1. Applied Management Post-doctoral Research Station, Shandong University, Jinan 250100, China;

2. School of History and Culture, Shandong University, Jinan 250100, China)

Abstract: The new information technology and internet technology are reshaping the peasant life in the countryside culturally and economically. Information brought by the internet is circulating rapidly and is changing people's way of thinking, which

收稿日期:2017-11-21

基金项目:国家社科基金艺术学青年项目“县域文化产业与历史文化资源协调发展研究”(17CH225)

作者简介:章军杰,男,山东大学管理学博士后流动站博士后,山东大学历史文化学院讲师,博士,主要从事特色产业、农村城镇化研究。

注:浙江工商大学本科生徐世豪、何江浩、李露震、阮钱鑫、柯和洁等同学在前期调查访谈、资料整理中做了大量工作,特此感谢。

has a series of impact on the countryside with the disadvantage of lack of information. By taking the research methods of literature research, questionnaire and semi-structured interviews, based on the analysis of Meijiawu Village in West Lake District, Hangzhou City, this paper has presented the social and economical situation and the industrial collaboration in the village, has discussed the changes in peasant life in production, consumption, trade and entertainment brought by the internet. This paper has found some problems like low-level industrial collaboration, long production cycle and lack of culture existing in the village. From the three dimensions of economy, society and culture, the author tries to propose that how to build an economical-social-cultural community, how to guide the better governance by industrialization in the form of new economy in Meijiawu. The development of society and economy in the internet age in Meijiawu can be a good example for other areas.

Key words: the Internet Age; Rural Revitalization; rural economy; Meijiawu Village; Issues of Agriculture

当今中国正处于一个剧变的新时代,在产业、空间、业态等方面无不发生着剧变。中国历史的实质,主要就是乡村演进史。^[1]村落是农民生产、生活的最重要空间和最基本单位,以村落为单位研究农业、农村与农民问题是一个观察中国的必要视角。我国乡村相关研究肇始于民国时期的乡村建设运动。由梁漱溟、江恒源、晏阳初等知识精英推行的大规模乡村社会建设运动,以复兴乡村社会为宗旨,他们通过大量的研究与实验,从理论和实践的双维寻找乡村振兴的动力。1938年,费孝通基于对江苏省吴江县开弦弓村近两个月的深入调查,形成《江村经济》^①一书,并对“江村”进行持续70年的跟踪观察,尝试回答“作为中国基层社会的乡土社会究竟是个什么样的社会”问题,并引发国内外学者的高度关注,开启一种以村落为单位的微观研究新范式——“江村学”。^[2]马林诺斯基指出“(江村)让我们注意的并不是一个小小的微不足道的部落,而是世界上一个最伟大的国家”。^[3]“江村”记述开弦弓村由农业社会向工业社会转变的历史进程,反映中国乡村现代化和乡村历史剧变的一种类型,被国际学术界视为了解中国乡村变迁的窗口。改革开放以来,围绕农村改革与发展中的重大问题,不同学者从不同学科、不同视角出发,对乡村建设开展多维度研究。陆学艺、黄宗智、李培林、徐勇、王铭铭、于建嵘等重量级学者对乡村社会、乡村经济、乡村自治等议题的田野调查和实证研究,更是带动一批有志于乡村建设的学人投身研究乡村、解释乡村、改造乡村。

乡村经济是乡村研究开展的初衷与起点。邓大才以农民的市场化与社会化为核心对湖村经济生活的深描^[4],刘金海从农业就业与非农村就业对大别山麓农民就业与增收的解读^[5]等,为我们理解当代中国乡村经济变迁提供一个“窗口”。但较之社会学、政治学对乡村结构与社会关系、村治变迁与秩序重构等质性研究,乡村经济既有研究主要集中于乡村经济类型、乡村经济发展与转型等现象描述,虽在乡村旅游、乡村工业、“一村一品”等方面形成诸多研究成果,但与乡村经济实践对理论层面的迫切需求形成强烈反差。与此同时,改革中或曰变革中的乡村经济,由传统的农业经济逐步拓展至工业经济和服务经济,并在互联网时代呈现出新的特点,出现了借助“互联网+”的农业4.0版^[6]。“互联网+三农”不仅改变乡村生产、消费、分配和交易方式,也变化了乡村社会经济文化生态和发展动力,并在“信息拥有者”和“信息贫困群体”的分化中形成普遍的“数字鸿沟”^[7],必将对乡村社会经济及其制度变迁产生重大影响。

党的十九大报告明确提出新时代“乡村振兴战略”,在农业现代化基础上创造性提出“农村现代化”命题,互联网是新时代农村现代化的应有关照。据中国互联网络信息中心发布《第41次中国互联网络发展状况统计报告》,截至2017年12月,我国网民规模达到7.72亿,其中农村网民规模达2.09亿,普

^①1938年,费孝通在伦敦大学就学期间,基于江苏省吴江县开弦弓村的社会调查,撰写博士论文 *Peasant Life in China: A Field Study of Country Life in the Yangtze Valley* (中文版译为《江村经济——中国农民的生活》),引起人类学界和社会学界的重视,被誉为人类学实地调查和理论工作发展中的一个里程碑式著作。

及率达35.4%^[8],形成一定规模并具较大发展潜力。2017年12月,中央农村工作会议专题讨论乡村振兴战略,强调要按照“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总要求,加快推进农业农村现代化,走中国特色社会主义乡村振兴道路。“互联网+三农”是我国农村又将面临的一次重大变革^[9],以移动互联网、物联网、大数据、云计算等为代表的新一代信息技术,打破传统乡村原有的平衡,正重塑乡村社会文化经济生态链。互联网带来的信息高速流通、思维变革,对此前在信息获取处于弱势地位的乡村产生系列影响,乡村社会变迁也呈现一些新特点:①传统乡村社会主要沿着农业社会—工业社会—信息社会的路径渐次展开,互联网时代的乡村社会则呈现一种由农业社会向信息社会、由工业社会向信息社会双重转变的趋向;②“互联网+三农”催生乡村新的经济范式,现代乡村社会的组织结构、产业行为、开放程度、知识体系等也发生“裂变”。互联网被假设成为天生迫切被需要且对所有人有益的活动^[10],用微观的解析探讨如何实现互联网时代新的乡村经济范式,尝试用产业化带动新治理模式的探索,对乡村振兴战略具有积极意义。

一、研究缘起:互联网时代乡村经济大变革

(一) 从“江村”到梅家坞村

“江村”即开弦弓村,位于江苏省吴江县,蚕丝业一度是村民的最主要收入来源。但随着现代制丝工业技术的引进,传统家庭蚕丝手工业逐步破产,深刻影响开弦弓村人的生活。“同大多数中国农村一样,这个村庄正经历着一个巨大的变迁过程”,^[3]呈现由农村社会向工业社会、家庭手工业向机械轻工业、传统手工作坊向合作工厂等多维变化,形成异于传统乡村经济的新范式,并对传统乡村社会、经济、文化产生深刻影响。

梅家坞村地处浙江省杭州市西湖风景名胜区西部腹地,自古是龙井茶的主产地,茶叶是村民的主要收入来源。但囿于交通、通信等因素,传统售茶主要依靠村民摆摊销售或公司收购,茶叶市场范围和利润空间长期处于狭仄状态。2000年以来,部分村民开始尝试通过淘宝等网络平台销售茶叶,扩展市场。交通的改善、龙井茶的销售拓展等,促进旅游业的产生与发展,越来越多的茶楼、民宿开始出现,并逐步进驻大众点评、美团等平台,提供网上预定等在线服务。互联网推动旅游业和茶业的发展,也推动包括快递、包装等配套行业的兴起,同时它们又反作用于旅游业和茶业,凸显“互联网+三农”的动力和张力,形成异于传统的新产业生态系统(见表1)。

表1 “江村”与梅家坞村对比表

村名		“江村”(开弦弓村)	梅家坞村
地理位置		苏州市吴江区, 长江下游	杭州市西湖区, 西湖风景区西部腹地
地形		平原地形,水网密布	蜿蜒山坞,丘陵起伏
产业结构	第一产业	水稻、渔业为主	茶叶
	第二产业	纺织工业	茶叶加工
	第三产业		乡村休闲旅游业
产业转型	方向	工业化	信息化
	动力	制丝技术革新	互联网技术应用

无论是江村还是梅家坞村,它们都是中国广大乡村中的一部分。“以江村来说,它固然不能代表中国所有的农村,但是确有许多中国的农村由于所处条件的相同,在社会结构上和所具有的变化方式上

和江村基本上是相同的,江村固然不是中国全部农村的‘典型’,但不失为许多农村所共同的‘类型’或‘模式’。”^{[3]422}通过熟悉一个小村落的生活,可以看到中国的部分缩影。乡村的发展离不开农民的主动性与创造性,也离不开时代的大背景。从江村到梅家坞村,中国乡村正在经历一个新的巨大变迁,农业劳动力在向非农劳动力转移上呈现“不离土不离乡”的新变化^[11],乡村经济的动力与运行机制也在发生新的变化。

(二) 调查地点的选择与研究方法

梅家坞村是一个有着600多年历史的古村。因交通闭塞、通讯不便,村民较之周边长期处于相对贫困状态。1980年代以来,龙井茶的生产、加工与销售,以及围绕龙井茶形成的休闲旅游,逐步改变梅家坞村相对贫穷落后的局面。特别是2000年梅灵隧道的开通,催生梅家坞农家乐的兴起;“互联网+三农”更是推动梅家坞淘宝村的建设,村民自发设立淘宝店,部分青年返乡电商创业,带动梅家坞茶产业升级;2014年梅家坞村遭遇寒冬^①,茶楼生意惨淡。为拓展市场,部分茶楼、民宿开始进驻大众、美团等平台,并提供在线预定服务。同时,以龙井茶特色产品为基础的电商平台发展迅速,推动形成“互联网+三农”新产业格局。“卢正浩”茶叶铺在2014-2017年连续四年“双十一”成交额居全国茶叶店铺前十。2015年起,梅家坞村连续三年被阿里研究院评为“淘宝村”^②。电商平台的发展,拓宽梅家坞村龙井茶销售渠道,微商也正在兴起的过成,梅家坞成为杭州“百村示范、千村整治”的典范(见表2)。

表2 梅家坞村发展阶段表

阶段	特点
1980年前	梅家坞开始用电锅炒茶,成为全国新农村示范点
1980-2000年	茶园承包到户,茶企业逐渐兴起,第一产业和第二产业逐渐融合
2000-2008年	梅灵隧道开通,“景中村”整治,茶文化旅游开始兴起
2008-2014年	茶文化旅游蓬勃发展,电子商务开始兴起
2014-至今	茶业、旅游业遭遇寒冬,产业适时转型与升级,连续三年被评为“淘宝村”

注:根据梅家坞村委会提供资料及其他材料整理。

本文属实证研究中的个案分析,以定性分析为主,辅以定量分析。通过实地调研和半开放式访谈的方式,对包括村民、管理部门、网商、茶楼主等在内的33人次半结构式访谈,发放问卷207份,回收有效问卷186份,结合访谈和文献所得数据对梅家坞乡村经济进行解读,分析互联网时代梅家坞村经济的发展状况、运作模式和产业链协作关系,呈现“互联网+三农”新产业格局,并把产业力量嵌入乡村社会,影响乃至主导乡村生产、消费、分配和交易方式,呈现互联网时代新的乡村经济范式,对乡村振兴战略具有重要的范式和方法论意义。

二、梅家坞乡村经济的发展与协作

(一) 梅家坞的工业化与信息化

梅家坞的工业化起步于20世纪60年代。1961年春,梅家坞村在周恩来总理关怀下实现用电炉炒

^①2014年,因农家乐同质化竞争、房租压力大、限制公款消费等原因,梅家坞遭遇史上最冷寒冬。参见:梅家坞农家乐遭遇最冷“寒冬”[N]. 今日早报,2014-12-24(02).

^②淘宝村是指活跃网店数量达到当地家庭户数10%以上、电子商务年交易额达到1000万元以上的村庄。

茶,既保存茶叶的形、色、香、味特色,又提高生产效率和茶叶品质。1986年,梅家坞创办精品制茶厂,并于1989年注册“梅”字商标,利用集体经济的力量创办茶叶企业,成为西湖龙井茶的代表。^[12]除电炉炒茶之外,2000年来炒茶机的应用与普及,加速第一产业和第二产业结合的变革。目前,全村90%以上村民购有炒茶机器。每年三四月春茶采摘炒制期间,梅家坞村大规模运用炒茶机,实现由传统炒茶向半机炒半人工的转变,正处于向工业化生产的过渡阶段。

梅家坞的信息化则起步于21世纪初,并在2007年以后逐步实现光纤宽带全覆盖。互联网不仅改变经济发展模式,也渗透到乡村生活的方方面面。村民的交流方式、休闲娱乐也发生变革。村民A某说:“今年我50多岁,但我也会用微信和姐妹们聊天,平时也知道上网看看电视,互联网不仅对做生意的人有帮助,对我们的影响也非常大。”^①在电子商务以线带面的作用下,梅家坞村由传统农业社会和工业社会的混合体,逐步走向信息化。

(二) 梅家坞乡村经济的多重协作

梅家坞村仍保持着传统乡村社会的交往原则,血缘与地缘等传统关系仍有着至关重要的地位,但也受到越来越大的冲击。本地网商、合作社在茶叶价格、品质、生产能力等方面考察合作的可能性,更多考虑的是利益,其次才会考虑感情。在问及邻里关系时,B某说:“你看城市里对门的串门么?几乎没有吧。我们这边也基本不串门,就是(茶楼)老板伙计聚在一起娱乐。”^②在产业协作的不断深化中,传统的血缘与地缘关系虽有保持但逐渐淡化,而由利益关系主导的合作则不断强化。围绕着龙井茶这一核心,梅家坞乡村经济形成产业链各要素之间的多重协作关系(见图1)。

1. 横向协作。梅家坞村以原山区地形为依托,以龙井茶为媒,与梅家坞村景区周围的西湖、宋城相呼应,构成茶文化休闲旅游区。据不完全统计,梅家坞村约有茶楼农家乐160家,民宿10余家。游客可吃农家饭、住民宿、欣赏茶园风光、品尝龙井等,春茶采摘期间也可体验龙井茶的采摘和炒制。民宿会向住客推荐茶叶,部分茶楼也会与民宿合作向游客推荐彼此。每个行业之间,看似分离,却通过“茶”这一载体,相互连结,推动第一、第二、第三产业的融合。

2. 纵向协作。茶叶从生长、管理、采摘最终到消费者手中,需经生产、包装、销售、运输等主要环节。为增强梅家坞村龙井茶品牌影响力和整合部分村内外资源,促进茶叶的生产销售,村内成立杭州梅家坞村朱梅茶叶专业合作社、杭州兴农春茶叶专业合作社等多家茶叶合作社。当地部分原先从事茶叶生产的村民开设茶叶包装店,个别茶叶包装公司根据消费者需求,设计并生产个性化包装。快递行业的发展提高茶叶的运输效率,茶叶店铺与位于转塘的顺丰、圆通、申通、韵达等多家快递签有长期合作协议,每天定时上门揽件,便利茶叶在线交易。

3. “互联网+”协作。“互联网+”的概念自提出以来,网络开始在农村持续渗透,并逐渐成为行业发展新趋势。梅家坞村的电子商务发展正是这一体现,初步形成以龙井茶销售为基础的特色产业集

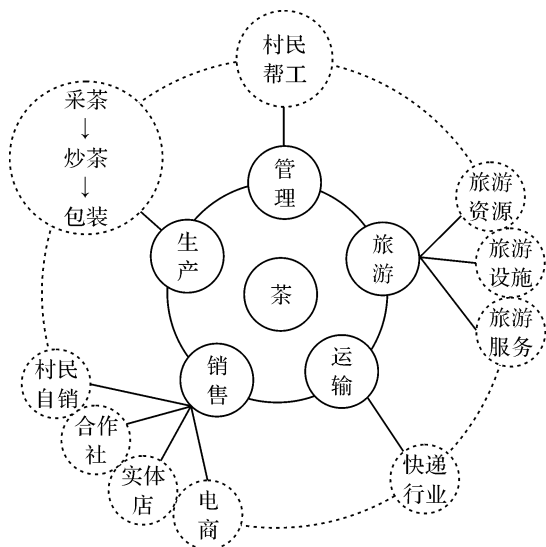


图1 梅家坞村产业生态系统

①访谈对象:村民A某,访谈时间:2017年7月10日,访谈地点:梅家坞老村371号。

②访谈对象:茶楼主B某,访谈时间:2017年1月7日,访谈地点:梅家坞新村37号。

聚。由市场引导生产,以销售连接市场,梅家坞村茶叶除以往的熟客、游客购买外,增加电商、微商等销售渠道。除茶叶的网络销售,茶楼、民宿也与携程、大众点评、美团、百度糯米等网络平台合作。游客可通过各大网络平台,了解当地信息和体验预订服务;而另一端的茶楼、民宿等也可通过平台对接游客,扩大市场半径。

三、互联网时代梅家坞社会经济变迁

(一) 社会变迁的五个维度

1. 空间环境。2000年梅灵隧道开通,梅家坞途经的公交线路增加至3条,在新村与老村均设有公交站点,另有两条旅游巴士线路连通梅家坞与宋城等杭州其他主要旅游景点,交通状况得到有效改善。2003年起,梅家坞村进行三期景中村整治,对原有建筑进行改造,逐步恢复和建设具有茶乡特色的景观。目前,梅家坞村已实现光纤入村、4G网络覆盖,改善原有的信息封闭状况。顺丰、申通等快递公司在距梅家坞附近的转塘设有仓储快递区,快递员定时上门取发快件,满足村民生产生活的需要。

2. 社会结构。梅家坞的社会结构趋于多元化。梅家坞现有常住人口2000人,其中农户人口达1287人,家庭以小型化为主。村内外来人口约800人^①,主要从事服务业、茶园管理,还有部分经营超市、茶叶包装店等。随乡村休闲旅游的发展,个体经营户比重不断上升。在受访人群中,个体经营户占比29%。外坞人^②投资的茶楼在峰值曾达全村的70%。但2014年以来,由于房租压力、同质竞争等原因,外坞人不断减少,并凸显从投资茶楼到茶楼民宿双向投资的新趋势。与此同时,合作社、协会等社会组织不断出现并定期组织相关培训,帮助村民更好进行茶叶生产,有效整合村内外资源并规范带动梅家坞村发展。

3. 经济结构。梅家坞经济由单一农业经济转型为农业、旅游服务业协同发展,经济结构呈现多元化态势。茶叶作为梅家坞村支柱产业,在经济发展中仍起主导作用。在茶叶销售上,梅家坞村村民除原有的熟人销售、公司收购等形式外,通过淘宝、微信、微博等平台拓展茶叶宣传渠道,提升茶叶销量。在第三产业方面,去哪儿、美团等第三方平台不仅降低信息传播成本,扩大辐射半径,同时也为游客提供便利的预定服务。互联网的普及与应用不仅打响梅家坞休闲旅游的品牌,也提升村民收入促进梅家坞村产业升级。如C某说:“我们客栈放在去哪儿和携程上,尽管收取15%的费用,但效果远大于我们自己宣传,尤其是我们这样不靠马路边的地理位置。”^③

4. 生活方式。互联网的普及与应用改变梅家坞村村民的原有生活方式(见图2)。受访村民中,25.58%的村民认为互联网对其休闲娱乐方式影响较大,21.71%的村民认为互联网改变娱乐时间;受访村民闲暇时以看电视和上网为主,其中31.37%村民上网时选择网上购物,其次为浏览信息,村民生活方式和生活习惯已发生改变。网上购买生活百货、服装配饰等,街头巷尾寄取快递已成常态,并进一步拓展至通过互联网平台进行炒股、购买理财产品,投资理财方式多样化。在访谈礼耕堂店主D某时,其正用电脑浏览股票交易信息,并提到“店里有无线,空闲时间就用电脑或者手机上上网,看看股票,很方便”。^④

5. 文化变迁。中国传统的社会稀缺资源分配是通过差序格局来实现的。^[13]互联网促进产业链升级,丰富乡村单一的经济形态,吸引越来越多的年轻人回归梅家坞村,其动态性及动态性中蕴藏的生

①数据来源:梅家坞村委会。

②梅家坞村民将外来茶楼承包者称之为“外坞人”。

③访谈对象:客栈店主C某,访谈时间:2017年7月18日,访谈地点:梅家坞老村205号。

④访谈对象:礼耕堂店主D某,访谈时间:2017年7月13日,访谈地点:梅家坞老村194号。

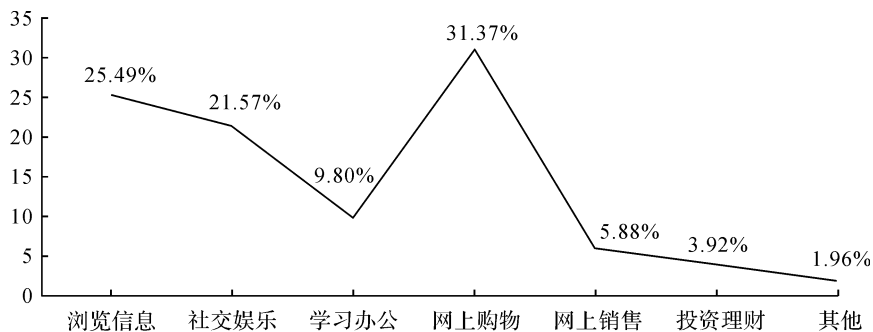


图2 梅家坞村村民上网情况

产与再生产,为乡村文化变迁提供了新的养分。调查发现,不少外出打工或求学者回到梅家坞村开设淘宝店,开设店铺意味着在家创业做老板,这对他们更有吸引力。这部分回乡的年轻人正成为梅家坞村新农人的主力军,原有基于血缘和地缘的文化遗产有了新的可能。且随着村内淘宝店不断涌现,茶楼民宿融入更多互联网元素,村民原有狭隘观念也发生转变,更加懂得如何应用互联网将“茶”这一要素融入生产生活。

(二) 变迁中存在的突出问题

1. 非法开垦与生态保护的冲突。茶叶作为村民的重要收入来源,收入因互联网应用随销售渠道扩展日益增长。不断增长的市场需求,较高的经济回报吸引村民非法开垦。但非法开垦所带来的环境破坏,不利于梅家坞村发展的可持续性。梅家坞村于1984初,以每人九分七厘的标准进行第一次茶园分配,后于1999年进行第二次茶园分配。^①因茶叶的产量和质量受茶树品种、生产技术等条件限制,对气候要求严苛,产量有限。据初步测算,梅家坞村春茶总产量最多八十吨,而市场上对龙井茶需求远超产量。原茶地生产的龙井茶难以满足市场需要,加之此前生态保护意识淡薄、法制观念落后等原因,不断有村民通过开荒毁林开辟新的茶地进行生产活动。新开垦的茶地在2-3年后便具有生产力,每亩可带来2万元以上的收益。^②非法开垦现象近年虽有所遏制,但此前已有约80%的村民通过非法开垦获得新的茶地,这部分茶地的合法性和破坏性问题尚待解决。

2. 公共空间匮乏与经济开发的冲突。互联网与农村产业链的结合,推动梅家坞旅游业进一步发展,但原有公共空间却难以满足游客日益增长的需求。因互联网辐射半径大,茶楼、民宿不再限于区位优势,非马路两旁的茶楼也可通过自身特色或高性价比提高竞争力,弥补地理位置的劣势。2011-2016年“五一”“十一”期间,梅家坞村游客量均达万人以上,但村内现有停车位仅520余个^③,与停车需求形成较大反差(见图3)。而网络平台的双向互动和评分机制,突显消费者反馈和口碑的重要性,“停车难”等公共设施匮乏问题正影响梅家坞旅游业的品质。此外,用地限制也阻碍村内产业的进一步发展。作为梅家坞村电子商务的领头羊——卢正浩茶庄,其电子商务专用的仓库和办公地点均位于转塘,而非在村内,这与村建设用地稀缺有一定关系。

3. 低水平产业协作与同质化竞争问题。梅家坞村内茶业、旅游业的产业形态单一,产业呈周期性变化,难以形成梅家坞村高效发展的持续动力。梅家坞村电商销售产品类别,除卢正浩茶庄有扩展到白茶、乌龙茶等茶叶品种,其他均集中于西湖龙井茶。彼此间处于直接的竞争关系,在同质的情况下依靠价格走量取胜,甚至出现部分淘宝店假冒西湖龙井的情况。这不仅有损村民的经济利益,也给梅家

①访谈对象:梅家坞村党委书记E某,访谈时间:2017年1月9日,访谈地点:梅家坞村村委会。

②访谈对象:村民A某,访谈时间:2017年7月10日,访谈地点:梅家坞老村371号。

③数据来源:梅家坞村委会。

坞村品牌形象带来不利影响。另外,随着外坞人的缩减,越来越多的村民自己开办茶楼。但就如村干部梅某提到:“村里考虑过搞‘联营’,以星级茶楼联合周边茶楼,把茶楼的摊子铺大,就可以让村子深处、不靠路边的农家也尝到甜头。但经调查,村内愿意带头搞茶楼的很少。”^①目前茶楼普遍处于同质化竞争中,大多茶楼都是自家经营、规模较小的个体户,经营内容集中于餐饮、品茶,产品千篇一律且缺乏创新。菜系基本属杭帮菜,人均消费集中在60-85元之间,仅个别茶楼人均消费超过百元(见表3)。由于特色缺乏、产品单一等问题,村内茶楼、农家乐只能选择以低价或拉客方式吸引顾客,维持日常运营。茶叶生长的周期性又深刻影响梅家坞产业的周期性,进一步激化低水平竞争。^②

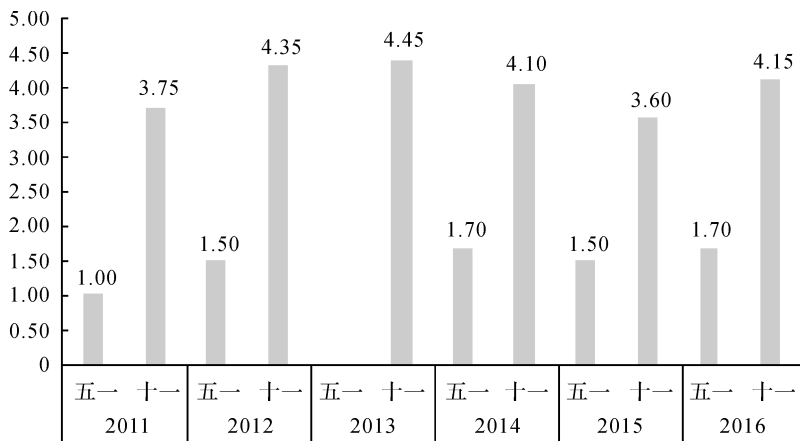


图3 2011-2016年梅家坞村“五一”“十一”游客量图(单位:万人次)

注:数据来自杭州市西湖街道办事处,2013年“五一”数据缺失。

表3 梅家坞、茅家坞、三台山部分茶楼基本信息

村庄名称	茶楼名称	地点	菜系	人均消费(元)
梅家坞	冉冉茶楼	梅家坞81号	杭帮/江浙菜	55
梅家坞	樟乐茶庄	梅家坞91号	杭帮/江浙菜	86
梅家坞	云栖小筑	梅家坞39-1号	杭帮/江浙菜	83
梅家坞	欣怡茶庄	梅家坞89号	杭帮/江浙菜	73
梅家坞	北隐76#	梅家坞76号	创意菜	103
茅家埠	五峰草堂	龙井路70号	杭帮/江浙菜	135
茅家埠	清溪余韵	龙井路12号	杭帮/江浙菜	71
三台山	古韵茗茶	三台云舍57号	食品茶酒	60
三台山	优渥	三台山路169号	杭帮/江浙菜	56

数据来源:根据实地走访、大众点评网等有关资料整理。

4. 社会认同弱化与集体记忆重构的冲突。互联网方便人与人的联系,创新发展模式,但其所引发的“时空虚化”及“语境再造”,引发原有社会规范瓦解、集体记忆重构^[14]等问题。互联网突破原有的时空边界,压缩人际交往的时间成本。访谈中,不少村民谈及微信聊天的普遍性,起床第一件事情就

①每年3-5月是茶叶农忙季节,由3月中旬起,村民开始雇佣安徽、江西等地农民工,协助茶叶采摘、炒制等。此时正值新茶上市,村内会举办炒茶大赛、采茶舞表演等活动,吸引游客爬山踏青、体验茶文化、购买茶叶等。而夏秋季节正值茶园管理期,茶叶农药残留量偏高,村内又缺少相关的文娱活动,游客相对较少,茶楼、民宿生意均不理想。一位茶楼主H某就提到:“会比较不稳定,有时候一天客人蛮多的,有时间也有可能一个都没有。”访谈对象:梅家坞村委副主任F某,访谈时间:2017年7月15日,访谈地点:梅家坞村委会。

②访谈对象:茶楼主H某,访谈时间:2017年1月7日,访谈地点:梅家坞老村134号。

是刷朋友圈。运营淘宝店在带来经济效益的同时,也对淘宝店主的社交娱乐等产生连锁反应。就如淘宝店主I某谈到:“做淘宝,规模较小的时候,只能自己做,对身体影响很大,没双休日,有时候半夜都会有单,也没时间锻炼。有顾客会因晚回旺旺信息或者发货慢,而给差评甚至退货,所以,空下来也只是上网看剧、打游戏,不敢离开电脑。”^①互联网正弱化原有的地缘、社会关系及认同感,而新的社会族群和社会规范尚未成形,网络带来社会族群的伸缩性、模糊性又带来乡村集体记忆重构的复杂性。

5. 大规模应用机械炒茶与传统手工炒茶技艺断层的冲突。茶文化是梅家坞不可或缺的核心内容,龙井茶炒茶技艺是茶文化中重要的一环,是国家级非物质文化遗产。但因采茶劳动量大、炒茶易烫伤手等原因,会且乐于从事采炒茶的年轻人并不多。近年随着茶叶采摘人工成本提高,龙井茶利润空间进一步被压缩,高效率、低成本的机器越来越受欢迎。在西湖龙井梅家坞一级保护区内,90%以上的龙井茶采用半机炒、半人工的方式代替全人工炒制。据茶农J某介绍:“通过机炒,每天每个工人可炒制20斤茶,而手工炒茶一天最多炒制2斤。”^②虽然机炒茶成本低、效率高,但手工炒制的茶叶香味更浓郁持久,口感也更甘醇,是机炒茶所不及的。大规模应用机械炒茶在一定程度上影响西湖龙井品质,也不利于手工炒茶技艺的保护和传承。

四、互联网+ :构建乡村命运共同体的对策建议

(一) 以产业协作为中心,打造经济共同体

1. 加强基础设施建设,推广互联网应用。进一步开展光纤网络、4G网络建设和业务应用,构建梅家坞互联网平台。有效整合茶楼、民宿等资源,通过游、行、购、食、娱一整套产品的在线实时动态分享,让线上的消费者转变为线下游客;应用二维码、公众号等,游客通过文字、语音等多种形式,多角度感知梅家坞村的历史与文化;将智能家居应用于民宿,实现一键开门、一键退房等功能;利用VR体验采炒茶,为游客提供更先进、更便捷的体验;以游客偏好、消费习惯、消费评价等构建梅家坞大数据,以便茶楼民宿最大程度满足游客需求。

2. 试点推广物联网技术,连接生产与消费。围绕大田生产、设施农业及推广体系建设,试点推广物联网技术在龙井茶的种植与管理过程中的应用。生产方面,通过物联网技术推进智能农业,直接观察茶树生长状况,对茶树进行更高效的管理,既减少人力管理成本,又提升梅家坞龙井品质,孵化草根创业^[15];消费方面,建立龙井茶安全追溯系统,对消费端龙井茶来源、经过环节、增值过程等通过二维码等形式传递给消费者,尽可能保证龙井茶安全可靠的可感知度,提高梅家坞龙井茶的知名度和信誉度。

3. 创新宣传形式,构建立体宣传网络。通过网络预订平台提供茶楼、民宿增值服务,多渠道宣传推介梅家坞相关产品或服务,构建立体化的大宣传格局,进一步打响梅家坞品牌。可建立梅家坞微信公众号、微博等,对采炒茶等直播,不仅宣传茶文化,更宣传梅家坞村的整体形象;举办炒茶王比赛等活动,通过VR、直播等多形式扩大宣传半径,提高梅家坞村品牌知名度。

(二) 加强线上线下互动,打造社会共同体

1. 推广网络使用,再造乡村社会新语境。多渠道推广互联网应用,线上线下多维度再造乡村社会新的语境。可与“为村^③”等开发平台合作,结合互联网工具包及线下培训会,向45岁及以上村民普及互

①访谈对象:某淘宝店主I某,访谈时间:2017年7月18日,访谈地点:梅家坞老村282号。

②访谈对象:茶农J某,访谈时间:2017年7月18日,访谈地点:梅家坞老村282号。

③“为村”是腾讯的一个开放平台,其核心内容是让每个村庄都拥有一个属于自己的微信公众服务号,对外可以发送文章推介村庄,对内开发有村民自己的“朋友圈”——“赶集”,以及“商城”“村务公开”“便民服务”等与村民生产生活密切相关的板块。

联网、智能手机相关知识;开设微信群、公众号等,既便于村委宣传组织活动、普及相关政策,也便于村民间的交流联系;整合尊老爱幼等传统规范、新的礼仪规范到村规民约中,并综合网络视频等开展多形式宣传,提升村民对新规的认知度和认同感,形成新时期梅家坞村共同的社会规范。

2. 强化大众参与,构建乡村社会新的互动形式。综合运用线上、线下的多渠道,加强原村民、新乡贤、外坞人等多维度的大众参与,形成新的乡村社会互动形式。基于微信等社交平台,便于村民与非村民的线上交流;定期举行茶文化祭祀或庆典活动,提高村民与非村民的线下参与度;实行村志、族谱电子化,村民均可通过文字、音频等形式记录家庭或村庄发生的事件,共同谱写梅家坞人共有的集体记忆;发挥新乡贤带头作用,吸引其通过投资等形式参与村庄建设;邀请外坞人参与梅家坞日常活动,加强其与其他群体的互动,强化其对梅家坞村的认同感。

3. 加强公共服务,构建乡村社会新民生体系。利用新技术、新方法,提升并拓展现有公共服务,构建互联网时代新的乡村社会民生体系。依托既有的村委会办公楼和办事大厅等设施,增加必要的民生服务项目,方便村民公共服务项目的办理;在梅家坞互联网平台增设投诉与建议板块,方便村民和游客参与民生建设;改建和新建智能化停车场,智能化网格化管理停车场,提高停车位的使用率。

(三) 重塑乡村共同记忆,打造文化共同体

1. 对接现有资源,构建“互联网+”乡村文化新载体。应用“互联网+”思维,激活、整合并完善现有文化资源,创新乡村文化载体以满足村民日益增长的文化需求。可整合村阅览室和文化服务中心阅览室,开展各类梅家坞历史文化相关的培训或活动;开设听书看报、农业科技等栏目,让村民足不出户或在电子阅览室,既可获取文化、农业、旅游等板块的最新资讯和办理服务,也可为有共同爱好的群体搭建互动平台,进一步拓展线上线下多形式交流。

2. 适应新需求,实施梅家坞茶文化数字化工程。应用虚拟现实技术,对接年轻人的数字化、交互式需求,创新乡村文化传承与利用方式,实施梅家坞文化数字化工程。可实行村志电子化、茶工艺音频化等,保存梅家坞村历史文化及茶的采摘炒制工艺,并将数字化工程所形成资料进一步应用于乡村休闲旅游中。村民和游客可通过扫描二维码即时获取茶文化、茶谜语、茶品种及梅家坞历史等相关内容的音频或文字资料,提升村民和游客对于梅家坞及茶文化的认知度。

3. 传承村民集体记忆,营造新的乡村文化。通过文化活动常态化、文化呈现载体创新化等方式,凝聚并传承集体共同记忆,营造新的乡村文化。可定期举办茶文化祭祀或庆典活动,编排话剧、情景剧展示茶农生活等,继承并推广茶文化,加强村民对梅家坞的认同感和归属感,并扩展梅家坞旅游项目;将梅家坞村历史文化通过壁画、墙纸、茶具等有机结合,并深入挖掘具有传统文化记忆的物和事,创造具有梅家坞特色的文化产品与服务。

五、结 论

从计划经济到改革开放,中国农村经济经历了跌宕起伏的40年。“当一种新的因素被导入一种旧的环境中时,我们所得到的并非该旧情境加该新因素,而是一种新的环境。”^[16](互联网使农村经济发生重大变革),它推动一二三产业融合,加快农业供给侧改革,正在成为某种影响乃至主导乡村振兴的新动力,重塑中国农村经济地理,互联网时代的乡村经济也成长成为一种新的经济范式并引人注目。本文通过对杭州市西湖区梅家坞村的个案解读与剖析,讨论互联网所引发的一系列连锁反应,发现互联网时代乡村经济范式的若干“密码”:

第一,因应互联网发展需求,相对落后地区可立足自身特色资源优势,发展最有基础、最有优势、最有潜力的特色产业,并推动一二三产业融合。可应用互联网技术,提升农产品生产效率和品质,通过

电商、众筹等多途径扩展农产品销售模式,创新乡村新的产业内涵与形式,提高互联网时代乡村综合效益。

第二,结合互联网+,加强线上线下双向互动,且这种互动由于乡村“熟人社会”更具有推广性,更具人与人之间互动的张力,有助推动整村实现共同富裕。互联网时代的乡村社会需要创新社会互动模式,可推广网络的应用,再造乡村社会新语境;加强多维度的大众参与,开创中国式的公共性生产与再生产,构建互联网时代乡村社会互动新形式,增强社会整合度。

第三,农村人口不仅是互联网的消费者,也是能动的生产者。基于互联网+,发挥农村人口的主体作用和首创精神,创新乡村文化呈现方式。可对接现有资源,构建新的乡村文化载体,推行乡村文化数字化工程,保留及重塑新的乡村集体记忆,营造新的乡村文化。

概言之,互联网时代的乡村社会呈现一种由农业社会向信息社会、由工业社会向信息社会双重转变的趋向,“互联网+三农”催生乡村新的经济范式,现代乡村社会的组织结构、产业行为、开放程度、知识体系等也发生“裂变”,亟待构建新的社会经济文化秩序。以构建经济共同体为核心,由经济共同体出发打造社会共同体与文化共同体,是互联网时代相对落后乡村实现共同富裕的可能路径。冀通过乡村特色核心产业与互联网络技术的协同创新,强化线上、线下人与人之间的直接互动,多形式、多维度重塑乡村共同记忆,实现产业、人口、文化等全方位的乡村振兴。

参考文献:

- [1] 李金铮. 中国近代乡村经济史研究的十大论争[J]. 历史研究, 2012(1): 171-189.
- [2] 李友梅. “从实求知”与作为研究范式的“江村学”[J]. 江苏社会科学, 2017(1): 53-59.
- [3] 费孝通. 江村经济: 中国农民的生活[M]. 戴可景, 译, 北京: 外语教学与研究出版社, 2010.
- [4] 邓大才. 湖村经济——中国洞庭湖区农民的经济生活[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2006: 370.
- [5] 刘金海. 山村经济——大别山麓农民就业与增收[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2007: 288.
- [6] 温铁军, 张俊娜, 邱建生, 等. 农业 1.0 到农业 4.0 的演进过程[J]. 当代农村财经, 2016(2): 2-6.
- [7] 刘娟, 叶敬忠. 农村互联网的拥有和使用: 有关发展的思考[J]. 中国农业大学学报(社会科学版), 2010(4): 70-78.
- [8] 中国互联网络信息中心. 第 41 次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. (2017-08-04) [2017-12-27]. http://www.cac.gov.cn/2018-01/31/c_1122347026.htm.
- [9] 万宝瑞. 我国农村又将面临一次重大变革——“互联网+三农”调研与思考[J]. 农业经济问题, 2015(8): 4-7.
- [10] SELWYN N. Apart from Technology: Understanding People's Non-use of Information and Communication Technologies in Everyday Life [J]. Technology in Society, 2003, 25(1): 99-116.
- [11] 胡鞍钢, 王蔚. 乡村旅游: 从农业到服务业的跨越之路[J]. 理论探索, 2017(4): 21-27.
- [12] 柳宗宝. 龙井问茶——西湖龙井茶事录[M]. 杭州: 杭州出版社, 2006: 349.
- [13] 孙立平. 关系、社会关系与社会结构[C]// 转型与断裂: 改革以来中国社会结构的变迁. 北京: 清华大学出版社, 2004: 246-270.
- [14] 胡百精. 互联网与集体记忆构建[J]. 中国高校社会科学, 2014(3): 98-106.
- [15] 阿里研究院, 阿里新乡村研究中心. 中国淘宝村研究报告 2016[R]. 杭州: 阿里研究院, 2016: 18.
- [16] 约书亚·梅罗维茨. 消失的地域: 电子媒介对社会行为的影响[M]. 肖志军, 译. 北京: 清华大学出版社, 2002: 18.

