

中国国情调研丛书·村庄卷

China's National Conditions Survey Series • Vol. Villages

主 编 蔡 昉

张晓山



东风村调查

——农村电子商务的“沙集模式”

The Shaji Model of
E-Commerce in China's Rural Area:
Survey in Dongfeng Village of Jiangsu Province

叶秀敏 汪向东 著

中国社会科学出版社

中国国情调研丛书·村庄卷

China's National Conditions Survey Series · Vol. Villages

主 编 蔡 昉
张晓山



东风村调查

——农村电子商务的“沙集模式”

The Shaji Model of
E-Commerce in China's Rural Area:
Survey in Dongfeng Village of Jiangsu Province



叶秀敏 汪向东 著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

东风村调查:农村电子商务的“沙集模式”/叶秀敏,
汪向东著. —北京:中国社会科学出版社, 2016. 3
ISBN 978-7-5161-7124-0

I. ①东… II. ①叶… ②汪… III. ①农村—电子
商务—研究—中国 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 283338 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 任 明
责任校对 韩天炜
责任印制 何 艳

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 北京兴怀印刷厂
版 次 2016 年 3 月第 1 版
印 次 2016 年 3 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 13.25
插 页 2
字 数 166 千字
定 价 48.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社营销中心联系调换

电话:010-84083683

版权所有 侵权必究



中国国情调研丛书
村庄卷

China's national conditions survey Series

Vol. Villages

信息网络时代我国农村发展新路

——“沙集模式”*

本研究得到了中国社科院国情调研项目和阿里巴巴集团的资助。中国社科院信息化研究中心和阿里巴巴集团研究中心联合组队对沙集进行了考察，并发布了研究报告。较之调研报告，本书增加了问卷调查的大量数据和案例，加进了许多后续回访与跟踪研究的内容。执笔：叶秀敏、汪向东。姜奇平、梁春晓、盛振中贡献了重要观点，书中也吸纳了周红、张才明、林茜、周海琴等调研组的同事们的思想。感谢当地党政领导、广大网商和各方人士的合作。

总 序

为了贯彻党中央的指示，充分发挥中国社会科学院思想库和智囊团作用，进一步推进理论创新，提高哲学社会科学研究水平，2006 年中国社会科学院开始实施“国情调研”项目。

改革开放以来，尤其是经历了近 30 年的改革开放进程，我国已经进入了一个新的历史时期，我国的国情发生了很大变化。从经济国情角度看，伴随着市场化改革的深入和工业化进程的推进，我国经济实现了连续近 30 年的高速增长。我国已经具有庞大的经济总量，整体经济实力显著增强，到 2006 年，我国国内生产总值达到了 209407 亿元，约合 2.67 亿美元，列世界第四位；我国经济结构也得到优化，产业结构不断升级，第一产业产值的比重从 1978 年的 27.9% 下降到 2006 年的 11.8%，第三产业产值的比重从 1978 年的 24.2% 上升到 2006 年的 39.5%；2006 年，我国实际利用外资为 630.21 亿美元，列世界第四位，进出口总额达 1.76 亿美元，列世界第三位；我国人民生活水平不断改善，城市化水平不断提升。2006 年，我国城镇居民家庭人均可支配收入从 1978 年的 343.4 元上升到 11759 元，恩格尔系数从 57.5% 下降到 35.8%，农村居民家庭人均纯收入从 133.6 元上升到 3587 元，恩格尔系数从 67.7% 下降到 43%，人口城市化率从 1978 年的 17.92% 上升到

2006 年的 43.9% 以上。经济的高速发展，必然引起国情的变化。我们的研究表明，我国的经济国情已经逐渐从一个农业经济大国转变为一个工业经济大国。但是，这只是从总体上对我国经济国情的分析判断，还缺少对我国经济国情变化分析的微观基础。这需要对我国基层单位进行详细的分析研究。实际上，深入基层进行调查研究，坚持理论与实际相结合，由此制定和执行正确的路线方针政策，是我们党领导革命、建设与改革的基本经验和基本工作方法。进行国情调研，也必须深入基层，只有深入基层，才能真正了解我国国情。

为此，中国社会科学院经济学部组织了针对我国企业、乡镇和村庄三类基层单位的国情调研活动。据国家统计局的最近一次普查，到 2005 年底，我国有国营农场 0.19 万家，国有以及规模以上非国有工业企业 27.18 万家，建筑业企业 5.88 万家；乡政府 1.66 万个，镇政府 1.89 万个，村民委员会 64.01 万个。这些基层单位是我国社会经济的细胞，是我国经济运行和社会进步的基础。要真正了解我国国情，必须对这些基层单位的构成要素、体制结构、运行机制以及生存发展状况进行深入的调查研究。

在国情调研的具体组织方面，中国社会科学院经济学部组织的调研由我牵头，第一期安排了三个大的长期的调研项目，分别是“中国企业调研”、“中国乡镇调研”和“中国村庄调研”。“中国乡镇调研”由刘树成同志和吴太昌同志具体负责，“中国村庄调研”由张晓山同志和蔡昉同志具体负责，“中国企业调研”由我和黄群慧同志具体负责。第一期项目时间为三年（2006—2008 年），每个项目至少选择 30 个调研对象。经过一年多的调查研究，这些调研活动已经取得了初步成果，分别形成了《中国国情调研丛书·企业卷》、《中国国情调研丛书·乡镇卷》和《中国国情调研丛书·村庄卷》。今后这三个国情调研项目的调研成果，还会陆续收录到这三卷书中。我们期望，通过《中国国情调研丛书

·企业卷》、《中国国情调研丛书·乡镇卷》和《中国国情调研丛书·村庄卷》这三卷书，能够在一定程度上反映和描述在 21 世纪初期工业化、市场化、国际化和信息化的背景下，我国企业、乡镇和村庄的发展变化。

国情调研是一个需要不断进行的过程，以后我们还会在第一期国情调研项目基础上将这三个国情调研项目滚动开展下去，全面持续地反映我国基层单位的发展变化，为国家的科学决策服务，为提高科研水平服务，为社会科学理论创新服务。《中国国情调研丛书·企业卷》、《中国国情调研丛书·乡镇卷》和《中国国情调研丛书·村庄卷》这三卷书也会在此基础上不断丰富和完善。

陈佳贵

2007 年 9 月

编者的话

2006年中国社会科学院开始启动和实施“国情调研”项目。中国社会科学院经济学部组织的调研第一期安排了三个大的长期调研项目，分别是“中国企业调研”，“中国乡镇调研”和“中国村庄调研”。第一期项目时间为三年（2006—2008年），每个项目至少选择30个调研对象。

经济学部国情调研的村庄调研工作由农村发展研究所和人口与劳动经济研究所牵头，负责组织协调和从事一些基础性工作。农发所张晓山同志和人口与劳动经济研究所的蔡昉同志总体负责，工作小组设在农发所科研处，项目资金由农发所财务统一管理。第一期项目（2006—2008年）共选择30个村庄作为调研对象。2010年，在第一期国情调研村庄项目的基础上，中国社会科学院经济学部又组织开展了第二期国情调研村庄项目。第二期项目时间仍为三年（2010—2012年），仍选择30个村庄作为调研对象。

农发所、人口与劳动经济研究所以及中国社会科学院其他所的科研人员过去做了很多村庄调查，但是像这次这样在一个统一的框架下，大规模、多点、多时期的调查还是很少见的。此次村庄调查的目的是以我国东中西部不同类型、社会经济发展各异的村庄为调查对象，对每个所调查的村庄撰写一部独立的书稿。通过问卷调查、深度访谈、查阅村情

历史资料等田野式调查方法，详尽反映村庄的农业生产、农村经济运行和农民生活的基本状况及其变化趋势、农村生产要素的配置效率及其变化、乡村治理的现状与变化趋势、农村剩余劳动力转移的现状与趋势、农村社会发展状况等问题。调研成果一方面旨在为更加深入地进行中国农村研究积累村情案例资料和数据库，另一方面旨在真实准确地反映 30 多年来中国农村经济变迁的深刻变化及存在的问题，为国家制定科学的农村发展战略决策提供更有效的服务。

为了圆满地完成调查，达到系统翔实地掌握农村基层经济社会数据的预定目标，工作小组做了大量的工作，包括项目选择、时间安排、问卷设计和调整、经费管理等各个方面。调查内容包括“规定动作”和“自选动作”两部分，前者指各个课题组必须进行的基础性调查，这是今后进行比较研究和共享数据资源的基础；后者指各个课题组从自身研究兴趣偏好出发，在基础性调查之外进行的村庄专题研究。

使用统一的问卷，完成对一定数量农户的问卷调查和对调查村的问卷是基础性调查的主要内容，也是确保村庄调查在统一框架下开展、实现系统收集农村基本经济社会信息的主要途径。作为前期准备工作中最重要的组成部分之一，问卷设计的质量直接影响到后期分析和项目整体目标的实现。为此，2006 年 8 月初，农发所组织所里各方面专家设计出调查问卷的初稿，包括村调查问卷、调查村农户问卷等。其中，村问卷是针对调查村情况的详细调查，涉及村基本特征、土地情况、经济活动情况、社区基础设施与社会服务供给情况等十三大类近 500 个指标；农户问卷是对抽样农户详细情况的调查，涉及农户人口与就业信息、农户财产拥有与生活质量状况、教育、医疗及社会保障状况等九大类，也有近 500 个指标。按照计划，抽样方法是村总户数在 500 户以上的抽取 45 户，500 户以下的抽取 30 户。抽样方法是首先将全村农户按经济收入水平分为好、中、差三等分，然后在三组间平均分配抽取农户的数量，各

组内随机抽取。问卷设计过程中，既考虑到与第二次农业普查数据对比的需要，又汲取了所内科研人员和其他兄弟所科研人员多年来的村庄调查经验，并紧密结合当前新农村建设中显露出来的热点问题和重点问题。问卷初稿设计出来之后，农发所和人口与劳动经济研究所的科研人员共同讨论修改，此后又就其中的每个细节与各课题组进行了集体或单独的讨论，历时半年，经过四五次较大修改之后，才定稿印刷，作为第一期村庄调研项目统一的农户基础问卷。

在第二期村庄调研项目启动之前，根据第一期调研中反映出来的问题，工作小组对村和农户问卷进行了修订，以便更好地适应实际调研工作的需要。今后，还将随着农村社会经济形势的发展，本着“大稳定、小调整”的原则，对问卷内容继续进行修订和完善。

在项目资金方面，由于实行统一的财务管理，农发所财务工作的负担相对提高，同时也增加了管理的难度，工作小组也就此做了许多协调工作，保障了各分课题的顺利开展。

到2010年7月为止，第一期30个村庄调研已经结项23个；每个村庄调研形成一本独立的书稿，现已完成11部书稿，正在付梓印刷的有5部。第一期村庄调查形成的数据库已经收入22个村1042户的基础数据。

国情调研村庄调查形成的数据库是各子课题组成员共同努力的成果。对数据库的使用，我们有以下规定：（1）数据库知识产权归集体所有。各子课题组及其成员，服务于子课题研究需要，可共享使用数据资料，并须在相关成果关于数据来源的说明中，统一注明“中国社会科学院国情调研村庄调查项目数据库”。（2）为保护被调查人的权益，对数据库所有资料的使用应仅限于学术研究，不得用于商业及其他用途；也不得以任何形式传播、泄露受访者的信息和隐私。（3）为保护课题组成员的集体知识产权和劳动成果，未经国情调研村庄调查项目总负责人的

同意和授权，任何人不得私自将数据库向课题组以外人员传播和应用。

国情调研是中国社会科学院开展的一项重大战略任务。其中村庄调研是国情调研的重要组成部分。在开展调研四年之后，我们回顾这项工作，感到对所选定村的入户调查如只进行一年，其重要性还显现得不够充分。如果在村调研经费中能拨出一部分专项经费用于跟踪调查，由参与调研的人员在调研过程中在当地物色相对稳定、素质较高、较认真负责的兼职调查员，在对这些人进行培训之后，请这些人在此后的年份按照村问卷和农户问卷对调查村和原有的被调查的农户开展跟踪调查，完成问卷的填写。坚持数年之后，这个数据库将更具价值。

在进行村调研的过程中，也可以考虑物色一些有代表性的村庄，与之建立长远的合作关系，使它们成为中国社会科学院的村级调研基地。

衷心希望读者对村庄调研工作提出宝贵意见。也希望参与过村庄调研的同志能与大家分享他们的经验，提出改进工作的建议。让我们共同努力，把这项工作做得更好。

编者 2010年7月28日

目 录

第一章 本调研项目的由来	1
一 研究背景	2
二 调研方案及其实施	9
第二章 聚焦“沙集现象”	16
一 “沙集现象”涌现	16
二 什么是“沙集现象”?	19
三 “沙集现象”的特点	24
第三章 “沙集模式”及其意义	71
一 什么是“沙集模式”	71
二 “沙集模式”的特点	75
三 “沙集模式”的意义	85
第四章 “沙集模式”成功的原因	95
一 信息技术的普及和应用	95
二 选对了产品	99

三 创业群体	102
四 农村特有的亲情关系和口碑传播	115
五 当地政府的支持	117
 第五章 网商面临的挑战	121
 第六章 政策建议	128
一 关于促进当地网商发展的政策建议	128
二 关于“沙集模式”对全国相关政策的启示	131
 第七章 农民网商实例	144
一 找到人生的合适舞台	144
二 农村电子商务引领青年创业	148
三 依托电子商务 促进农民发家致富	150
四 外地人在睢宁一样成就人生精彩	154
五 干部带头引领群众致富	158
 尾 声	163
 附录一 沙集镇网商调查问卷	172
 附录二 “沙集模式”高层论坛研讨会发言摘编	180
 附录三 中国社科院信息化研究中心简介	197

图 表 目 录

表 1-1	调查内容	11
表 2-1	网销规模及增长速度 1	44
表 3-1	农户在两种模式中的角色比较	75
表 3-2	两种模式对解决“三农”问题作用的比较	88
图 2-1	睢宁县的地理位置	18
图 2-2	沙集镇的地理位置	19
图 2-3	东风村的粉丝生产	20
图 2-4	沙集镇的传统养猪业	21
图 2-5	废旧塑料加工厂	22
图 2-6	村民们回收的废旧塑料	23
图 2-7	东风村农村经济发展的“三段式”	24
图 2-8	“沙集现象”的特点	25
图 2-9	网商数量发展趋势	26
图 2-10	网店创业的优势	27
图 2-11	沙集网商雇佣的工人数量	28
图 2-12	网店的招聘广告 1	28
图 2-13	网店的招聘广告 2	29

图 2-14	网商雇佣人员的来源	29
图 2-15	网商的利润率	30
图 2-16	6000 元招聘排钻工	31
图 2-17	网商的来源途径	32
图 2-18	网商的年龄构成	38
图 2-19	网商的受教育程度	39
图 2-20	网商的婚姻状况	39
图 2-21	开店之前的职业	40
图 2-22	开店前的平均月收入	40
图 2-23	开店前的家庭月收入	41
图 2-24	网商们的开店动机	41
图 2-25	网店经营的三种模式	42
图 2-26	网销规模及增长速度 2	44
图 2-27	农户家摆放的原材料	45
图 2-28	农户胡翠英与专家交流网销情况	45
图 2-29	刘兴利的加工厂 1	46
图 2-30	刘兴利的加工厂 2	46
图 2-31	硕研家具的厂房	47
图 2-32	硕研家具的库房	47
图 2-33	木条拼装的简易书架	48
图 2-34	加工好的家具半成品	49
图 2-35	简易板式拼装家具	49
图 2-36	实木家具 1	50
图 2-37	实木家具 2	50
图 2-38	陈雷网店（千意爱家居旗舰店）陈列的钢构家具	51
图 2-39	鑫果旗舰店展示的实木家具	51
图 2-40	个性化定制的图纸	52