



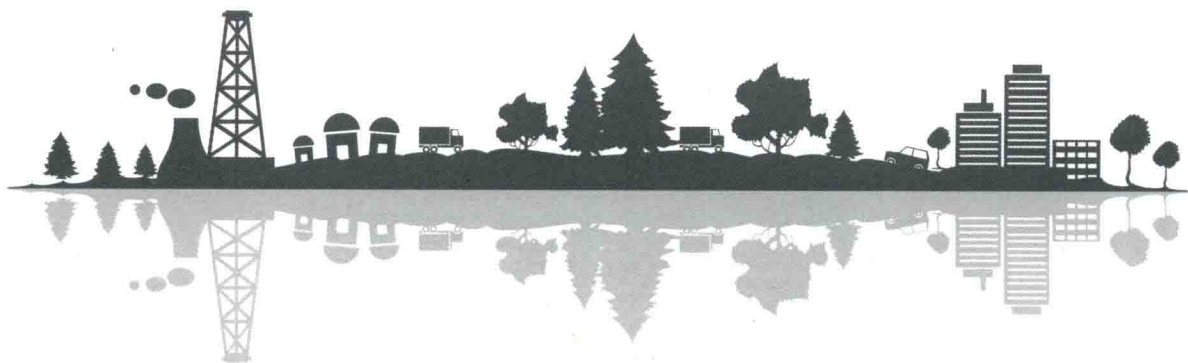
农村电商 崛起

李孜 著

从县域电商服务到在线城镇化

Rise of E-commerce in Rural China:

From E-commerce Service in County to the On-line Urbanization



这将是一次在信息技术支持下
城乡关系的历史回归



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

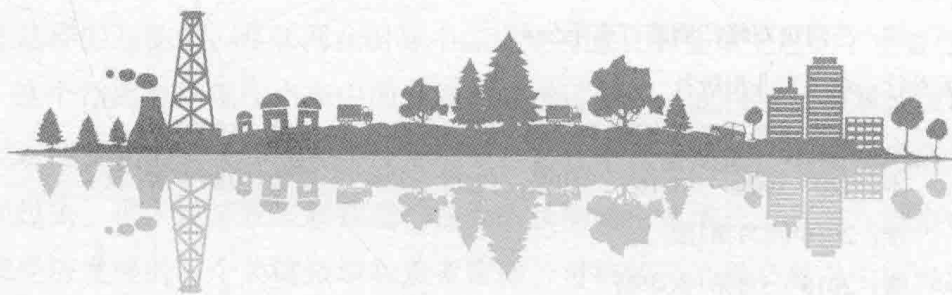
农村电商 崛起

李孜 著

从县域电商服务到在线城镇化

Rise of E-commerce in Rural China:

From E-commerce Service in County to the On-line Urbanization



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

从遂昌模式、阿里巴巴农村战略到农村现代化的国家战略，农村电商如何亦步亦趋，从零到一，在创新创业中崭露头角？本书通过对地方政府、农村电商企业、农村居民和互联网巨头的长期近距离的观察和跟踪研究，来分析农村电商崛起的现象背后的发展逻辑。进一步，作者捕捉和预见农村电商对中国在新常态下，新型城镇化的契机——在线城镇化。在线城镇化正是通过互联网带来的电子商务和移动电子商务激发整个生产组织，连接区域甚至全球的产业链条和生活方式，实现农村就业，公共与商业服务设施完善。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

农村电商崛起：从县域电商服务到在线城镇化 / 李孜著. —北京：电子工业出版社，2016.5

ISBN 978-7-121-28698-8

I. ①农… II. ①李… 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(2016)第092192号

策划编辑：张彦红

责任编辑：徐津平

特约编辑：赵树刚

印 刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装 订：三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱

邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印张：17.75

字数：284千字

版 次：2016年5月第1版

印 次：2016年5月第1次印刷

定 价：59.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至zltts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：010-51260888-819 faq@phei.com.cn。

序 一

郑永年

从1993年中国第一次接入互联网之后,互联网在中国的崛起可谓非同凡响。中国的互联网发展之所以引起了世界学术、政策圈,特别是商界的巨大关注,并不仅仅是因为其发展的速度,更是因为其对社会、政治、文化和人们日常生活的各个方面日益深刻的影响。考虑到中国人口的庞大规模和这个国家快速的经济发展,互联网和其他形式的信息技术的使用还会继续增加。不管怎样,今天的中国已经是拥有互联网用户最多的互联网大国,但多于一半的人口还没有接入互联网,互联网在中国的发展潜能可想而知。

互联网在调节国家与社会之间关系上的作用已经日益凸显,不同的社会力量对互联网有着不同的偏好。在中国的政治背景下,社会力量并非独立自主地追逐它们自己的发展,因为它们依赖于与政府的关系。社会力量与政府之间的互动日积月累地重塑着国家和社会力量。一方面,在多数情况下,国家必须调整自身来容纳社会力量;另一方面,社会力量也许会发现,其在与国家的互动中也需要调整自身。在所有的案例中,国家和社会力量不断地相互改造,而正是在这样的互动中,互联网在引导中国发生有意义的变革上起到了主要作用。

这个作用也体现在当今中国发展的关键议题——农村扶贫和新型城镇化转型。这些变化的意义不仅在于经济层面,还在于社会层面。中国曾经的高增长已经过去,进入经济发展新常态。在今后长期的中速增长过程中,城市化是可持续经济发展的一个关键领域和重要资源。可持续经济增长要求中国经济实现多方面的转型,其中一个转型就是从出口导向型转向内需型,即建设消费社会。中国消费社会的建设主要取决于城市化。同时,城市化也是中国社会建设的重要方面,这就涉及城乡整合和减少城乡差别。

过去,地方官员关心土地的城市化,而非人的城市化,获取土地资源,主要是农村的土地资源。同时,为城市化筹钱。这可能带来了一场深刻的地方财

政危机，乃至国家财政危机。过去的一些教训告诉我们，资本和权力主导的城市化，很快就会演变成一场新的大规模的掠夺农民土地的运动。如果城市化陷入如此陷阱，最终很可能导致深刻的社会危机。

那么，互联网的技术赋权能不能让城市化走出另一种模式，逐渐实现人的城镇化、区域协调发展呢？

李孜在这本书中所讨论的正是互联网赋权于乡村基层，自下而上，逐渐发展到全国互联网商业系统，影响国家政策导向的一系列正在发生的事件及背后的脉络。

中国现在正处在改革转型的关键点。城乡二元化矛盾突出，农村空心化严重。实质上，也就是信息鸿沟、金融鸿沟、生活品质的差距和资源匹配的不公平带来的一些问题在继续发酵。

在本书中，作者首先介绍了浙江遂昌县的能人如何通过互联网技术赋权，并借力阿里巴巴集团等互联网巨头，组织地方资源，实现就地就业、商业与公共服务业的完善。然后分析如阿里巴巴集团等全国性的互联网公司，如何继续创新，通过人才培养，将互联网技术和中国传统的农村组织方式相适应，提升农村居民工作与生活的品质。这个趋势下，农村电子商务在全国的展开又与地方语境下的创新同时进行，最终影响了国家到地方的政策制定和资源倾斜。从国务院、各部委到地方政府，都纷纷制定政策和筹措款项扶持农村电子商务，特别是电商扶贫项目。

这样的发展趋势影响了城镇化方式，契合区域城镇群的发展方向，从长三角到珠三角的广阔区域，农村电子商务、淘宝村、淘宝镇等如雨后春笋般层出不穷。城镇和乡村在互联网及信息技术的推动下，成为大大小小的节点，更多是自发地构建成一个城乡网络，进入区域甚至全球的生产链条和生活体系。作者把这种区域空间和时间维度的重构定义为“在线城镇化”。作者探讨了城乡人力资源培养和流动、城乡物流供应链的完善、城乡信息流通、城乡资本有效配置、城乡生态与文化建设这5个方面的实践，帮助我们理解信息技术引导的城乡各要素流动对现在和未来城镇化的影响。由此，作者来分析在线城镇化现

象的两个重要因素——节点和对流，尝试建立一个“在线城镇化”的概念框架。

纵观中国城乡变迁的历史，从宋朝草市镇的涌现到明清的农村集市繁荣，中国乡镇社会的自治和亦农亦工商的传统一直维系着相对协调的城乡关系，这与欧洲历史上城市和对立关系区别开来。在互联网兴起的今天，中国或通过得到包括中央到地方政府、企业、农民和其他参与者的理解和共识，最后构建一个信息化时代区域协调发展的新途径。这种区域协调发展的途径将有别于美国郊区城市化，也与欧洲福利国家为工人生活和就业一体化、田园化所做的“新镇”发展模式不同。中国或可以走出一条其他发展中国家，特别是“一带一路”地区可以借鉴的信息化时代农村发展和城市化的模式。

而这个互联网下的城乡关系的变革可以作为国家与社会关系变迁的一部分，将使得我们能够观察互联网在规范国家与社会之间关系上的相互改造效应。在互联网带来的影响每个人的生产生活方式的变革中，国家和社会的互动往往日益频繁。国家和社会之间互动的结果各有不同。一些互动能够为双方都创造更多的权利。在这样的案例中，国家和社会力量之间的关系是相互赋权型的。但另一些互动则损害了每一方的权利，相互排他。

在现阶段的农村电子商务的发展和在线城镇化过程中，我们更多地看到了积极的互动，但对于资本与权利在这种城镇化中的相互作用，还有待观察。由于农民总体上还是弱势群体，他们的利益最容易被牺牲，中国需要一方面推进新型城镇化，另一方面必须尽最大努力来维护农民的权利，促进公平合理的城乡各要素流动。

李孜长期深入农村，切身参与电子商务的实践，希望通过一种解释的态度，来构建分析框架。这样的研究方式会更贴近真实的中国社会。

这本书有助于读者认识农村电子商务的现状和未来中国城镇化。更有意义的是，作者努力把与农村电子商务有关的现象上升到概念，能够把经验性和理论性结合起来，因此这本书也是一本很好的学术著作。

2016年1月20日于

新加坡国立大学东亚研究所

序 二

夏铸九

李孜的《农村电商崛起——从县域电商服务到在线城镇化》不只是目前正当令的电子商务的写作，也是具有突破性意义的都市研究，是信息社会学角度下对网络都市化（Networked Urbanization）的都市研究（Urban Studies）。他以浙西南丽水市遂昌县的个案与阿里的农村战略为起点，分析农村电子商务的涌现与在线城镇化，是浙江慈城慈湖书院慈湖讲堂学员中最早的专业表现与最杰出的学术成果。

李孜的突破性在于捕捉到了当前都市中国最有活力的新生事物，它们是人类历史上从未发生过的事。这些形象是新城乡关系下新的社会结构与动力的展现。浙江遂昌行动者包括农业生产者的农民、小商品生产者的劳工、快递运输服务的派送者，以及在线交换者的小电商。他们既是信息经济中的网上工作者（Networkers），又是网络社会中的网民（Netizens）。在江南城镇与明清乡村集市的历史沃土之上，身处由出口导向转向内需市场经济模型支持的新型城镇化的特殊时代，淘宝村镇与虚拟小区共同体浮现。它们不同于昔日工业社会的英国新镇与美式城郊，后者必须周旋于对土地掠夺的贪婪。信息技术支持的网络与节点的在线流动是力量所系，这种新的联结方式，接合已经浮现的长三角都会区域，网络都市化中的新城乡关系形成了，流动空间改写了城乡间的依赖关系，重新塑造了地方空间。

李孜在前言中进一步提到，面对从中国历史上的丝绸之路到全球信息化下的“一带一路”国家，比如中亚、西亚、东南亚、南亚，甚至欧洲与非洲国家，这是走出过去由殖民到依赖关系的时刻，“中国绝不走传统大国的扩张老路”；相较于当前美日海上同盟是冷战格局的延伸，“一带一路”却是对历史路径的回归。既要平等性，又要多样性；“陆、带、廊、桥”，互连互通，相互依存，多民族文化互为主体，在空间取向上，朝向边疆的非边疆化，中心的非中心化。

朝向利他、互惠、共生的价值观，这才是一带一路的成功基础。这也就是说，一带一路的根本性质是建立欧亚大陆贸易区，以“公平贸易”的国际关系而非“不等价交换”的依赖关系，促进各国关系与区域和平。中国过年春联上的通俗老话：“生意兴隆通四海，财源茂盛达三江”，不就是这个道理吗？

2016年3月20日于台湾大学

序 三

吴晨

李孜的这本著作，翔实地记录了电子商务在农村的兴起。书中有典型案例，如遂昌；有面的描述，如对阿里农村电商的梳理；更有深入的剖析，为现实中城乡割裂的中国开出了一剂“电子商务”的药方，希望电商的力量能够推动中国广大农村的“在线城镇化”。

用城镇化的大框架来观察电子商务深入农村，是本书独特的视角，而“在线城镇化”无疑是作者独到的提法，对于当前中国正在进行的城镇化大潮，指出了另一种模式、另一个方向，虽然不无理想化，却的确有其实践的意义。“在线城镇化”的核心是变土地的城镇化为人的城镇化，突出“以人为本”的特点。作者在对比了海外诸多城市化路径和中国过去几十年城市化的实践之后，明确地提出，巨型都市圈如长三角或者珠三角，有可能成为上亿人口的都市群，但是否能够真正让亿万打工者落户，并提供足够的公共服务，仍然是很大的问号。相对而言，如果把长三角与珠三角连在一起视为一个大的“长闽珠”都市域，那么联络其间的乡村就有很大的发展的可能。无论是为更多人返乡就业创造机会，还是逐渐拉平城乡之间的收入差距及更为重要的消费差距与公共服务差距，电子商务推动的“在线城镇化”都给出了一些已然露出“青芽”的可能性。

消除城乡差距，在电子商务引领的变革推动下，着眼点有四：消除城乡的信息鸿沟；推动人才的返乡流动；促进城乡物流发展，消除从县城到农村“最后几十里路”的距离；让农村人享受城镇一样的消费品、商业服务和公共服务。而在此基础上，作者希望唤起的是农村传统文化的价值观与社会体系，改变“城乡互害”的现状。

电子商务下乡的大潮才刚刚开始，我们看到的是各大互联网巨头纷纷在县城与乡村布局；乡村创业领头人率领的社区和社团积极筹划电商平台，将创业的电子商务与普惠乡民的培训结合起来；地方的父母官也开始思考不同的发展

模式，既有传统出口型制造加工业转型的压力，也有贫困县城对新的农村生态经济发展的寄望。三者结合，形成了作者笔下新的“微妙的商业生态平衡”。

突出人在乡村的价值和生态农业之外发展农村服务业的广阔前景，让农村人过上较高品质的生活，恰恰是“电子商务”能够给予中国新农村的“赋能”。资本的推动、创业的激情、政府的转型，令这样的“赋能”已经开始切切实实地为农村的生态带来了改变。

不过，农村发展的诸多领域，仍需要更为深入的实验、分析与总结。这些领域包括如何构建生态农业智慧供应链，形成与完善农产品追溯体系；如何形成与实施农产品质量安全标准；如何评价生态农业中小农经济与规模农业的区别，以及在此基础上如何界定农业现代化的议题；如何解读新农村的“文化与价值体系”；如何区分与评价互联网巨头构建基于电子商务的农村公共服务体系的“盈利/市场占有率”驱动与“公共服务属性”的企业社会责任。

2016年3月28日于上海

前言

2013年4月17日，世界银行与国际货币基金组织（IMF）发布的《2013年全球监测报告：城乡动力机制与千年发展目标》（GMR），提出通过农村的可持续性城市化来实现千年发展目标，通过增加就业，提高农村贫困人口收入，减少贫困人口，完善商业服务和公共服务来实现全世界范围，特别是发展中国家的农村减贫。从1990年到2010年，东亚与太平洋地区从有将近10亿人（占世界比例的50%）生活在每天生活费低于1.25美元的贫困线下，贫困率居世界之首（占全球贫困总人口的56%）的状况，到2010年，其贫困率已降至12%，预计到2015年将降至6%。这一成就主要归功于中国城市化的贡献。对比欧美高度城市化以后，社会矛盾主要在于城市中的文化、种族和其他城市不同，发展中国家的经济和社会问题主要围绕着城乡差距、地区发展不均来展开。城市化有助于帮助人民摆脱贫困，推进千年发展目标的进程，但如果管理不当，也有可能导致贫民窟、污染和犯罪迅速增加，同时造成乡村的空心化，带来大量的社会问题。那么，什么才是推动减贫和实现其他千年发展目标的高效、包容、可持续的城市化模式？

中国过去的城市化虽然高效，但在包容性与可持续性上面临严峻挑战。全球网络信息化给中国带来了百年不遇的机会。这个机遇就是作为城市化规模最大、程度最深的中国，将可能率先走出一条特有的全球信息化下城乡一体化的道路，给城乡动力机制与千年发展目标的消除贫困提供另一条途径。中国互联网与移动互联网引导下的乡村地区的城镇化，可能突破二战后城市化的几种模型：英国福利国家制度下，以工人阶级生存环境改善为目的的“新镇”模式；美国消费主义与房地产推动下的城郊发展模式；大多发展中国家正在进行的工业新区模式。形成一种新的、中国特有的以城乡信息社会发展的在线城镇化模式。这种在线城镇化模式可以通过工业品下行与农产品上行，以及对公共与商

业服务提升的巨大需求，将乡村在时间上连接全球 24 小时生产链条，空间上结合不同地区组织生产、流通与行销，实现乡村连接全球市场和技术。这种在线城镇化模式或将为发展中国家以发展为导向的城镇化模式开辟另一种示范途径。

这个途径是又一次中国农村自下而上的创新。从遂昌模式的地方实践、阿里巴巴的农村战略到国务院及中央部委出台政策和筹措资金全面扶持农村电子商务，促进全民创新创业，2015 年农村电子商务集中涌现，探索城乡一体的道路。其解决农村居民就近创业就业，提高农村居民的收入，完善基础设施，改善商业与公共服务，让拉近城乡差距的在线城镇化成为可能。联合国千年计划所倡导的社会民间力量，企业和政府一道努力实现变革性突破的创新实践正在上演。

从 2010 年起，遂昌网协、遂网公司和赶街公司及当地各级政府，以及农村和县城的协会会员、供应商、服务商一起探索了一条县域农村电子商务的路径。随着 2014 年 10 月 13 日阿里巴巴集团在西溪园区宣布阿里全面推进农村电子商务战略，将农村电子商务发展模式覆盖 1000 个县、10 万个村，作为农村电子商务探索的示范模式，遂昌模式再次聚焦于镁光灯下，为什么一个九山半水半分田的浙江最不发达县，成为了农村电商高地，一个当年名不见经传的民间自发的网络协会组织发展成为农村电商探索先驱，遂昌模式的核心竞争力在哪里，又如何带来县域城乡一体化的契机呢？

在回答这些问题之前，我们回忆一下遂网协会 2010 年 3 月 25 日创立的初衷。帮助农民做电子商务，建立一个农村电商相互学习交流、共同发展的家。这就是一个农村电商人的社区，而随着 2013 年淘宝中国特色馆遂昌馆的建立，遂网协会潘东明先生成为 TP 联盟（淘宝中国特色馆）盟主，这个社区变成了一个全国性的网络，突破 TP 联盟的局限，成为一个非正式的高效透明、共享信息的分享平台，覆盖从电子商务、地产、艺术、NGO 等各行各业的精英和“草根”，带来不同阶层的交流和流动。而他们大多出身在农村，有一个共同愿景，就是让农村人不离开家乡就过上城里人的生活，甚至引以为豪的更好的生活（比

城里人更多地拥有清新的空气、安全的食物等)。

这个愿景是对中国 30 多年剪刀差快速城市化甚至中国千百年来城乡竞合的一种反思，更是这些以潘东明为代表的回乡创新创业者在饱经城市打工之惑后，深藏心中的乡土情结集中体现，那就是农村家乡现实社区的振兴。这样，网络社区与农村现实社区在遂昌叠合、融入；互联网的去中心化精神和技术与中国县级以下广大农村社区的人情社会、官民关系发酵。

随后，阿里巴巴集团将农村电商推向了高潮。阿里巴巴集团农村战略的关键一环是“农村淘宝合伙人”。从 2014 年 10 月，首个农村淘宝电商服务站在浙江桐庐金家村的农村开业，到 2015 年 8 月农村淘宝已经在 18 个省、102 个县、3667 个村设立了农村电子商务服务站。农村淘宝依托蚂蚁金服、阿里健康、菜鸟物流、1688、特色中国、阿里旅行，提供金融、医疗、物流、批发、旅游综合服务。这个突破带来了大量的工作机会，完善商业服务和公共服务，实现去中心化的在线城镇化。

同时，腾讯、京东集团、苏宁易购等电商巨头都在自己的优势产业上探索自己的农村战略，而如遂昌这样兴起于地方的电商平台也如雨后春笋般大量涌现。农村电商涌现成为在线城镇化的基础。

农村电商和淘宝村如此迅猛地发展，如何理解中国现阶段以小农经济为主、家庭为基础的农村组织与经济模式及互联网去中心化的融合过程呢？

亚当·斯密在《道德情操论》与《国富论》中以“看不见的手”来形容追逐个人利益到利他的关系，认为这是社会进步的原动力。英国著名经济学家、新古典学派创始人阿尔弗雷德·马歇尔强调通过研究经济行为来看人的动机。费孝通先生以“差序格局”来解释乡民的利己与利他。那么，乡村的变化可以理解为由乡民的动机变化，带来新的生活方式。经济史家波兰尼在《大转型》中生动描绘了工业革命如何引发人的动机变化，颠覆乡村生活并瓦解社会结构。著名学者、社会活动家梁漱溟发现“非乡村自身出一个方案来，解决不了这个问题”。而在信息革命，社会学家曼纽尔·柯司特（Manuel Castells）期望亚太

地区传统经济组织的网络与信息技术所提供的工具相调和。由此，互联网联络个体利益诉求的同时，产生一种地方与族群的认同感，自下而上，由个体到群体，形成社区凝聚力与新的组织方式。

而以往以城市为主体的发展机制，是以牺牲农村发展的利益来维持的，因此，农村人的改革意愿清晰而强烈。由于城市环境的急剧恶化及食品安全问题的突出，城市人开始向往农村的青山绿水。网络社区与农村现实社区的叠合、社区凝聚的方式有了拓展和创新，千家万户在网络社区与农村现实社区组织起来，在创新创业中崭露头角。农产品上行，工业品下行，乡村的公共与商业服务设施开始完善。保留好青山绿水，让村里人过上城里人的生活，为在线城镇化提供了途径。在线城镇化正是通过这些乡村创新创业的先锋和广大的农村参与者，通过移动互联网与PC互联网赋权，带来的电子商务和手机移动商务激发整个产业链条，实现家乡建设，实现地方发展和人口就业等。

这样的发展带来了新契机，互联网和移动互联网引领城乡消费内需，重塑产业结构，在城乡，特别是县域，流动空间和地方互动结合，解开中国城乡二元对立的结。这个流动空间和地方互动结合带来的重构，不是无源之水，而是与中国历史上城乡关系和城镇体系的变化，特别是全球化和信息化带来的，与浮现中的全球都会区域的特殊接合方式，是全球经济形势下中国产业的转型，赋予乡镇话语权，使其在流动空间中成为节点。更重要的是，流动空间与传统地方组织互动，互联网去中心化与乡村家庭式生产生活方式的创新结合。这体现在消费（需求）的时空分布，生产（供应）的时空分布和新商业模式与产业链条（供需关系）的大量涌现。

而这个变化或将揭示中国区域协调发展的独特途径——在线城镇化。

在线城镇化也为其他发展中国家，特别是中亚和东南亚太平洋地区的国家，在减贫和实现城乡协调发展方面，提供了借鉴。这些国家包括越南、印度尼西亚、马来西亚、印度和斯里兰卡等东南亚太平洋地区的国家，也有哈萨克、乌兹别克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦等中亚国家，这些正是中国历史上的丝绸

之路到信息化下的一带一路的国家战略主要发展的区域。在拥有广袤农村和众多农村人口的地区和国家，推进减贫和共同繁荣的战略将包括通过引进新型农业技术、信息技术和针对农村居民的人力资本开发投资，提高农村生产率的政策，改善与城市市场的连通性的措施，从而提供就业，完善商业和公共服务。

由此，这将是一场新城乡关系的变革，新型城镇化的创新，或许更是一次在信息技术支持下，历史的回归。

目 录

引 子 回乡, 农村电子商务服务站	1
第 1 章 农村电商促使中国城乡第 6 次变革	7
1.1 历史上中国城乡关系的 5 次变革	9
1.2 当下中国城市化困惑与城乡关系变革的契机	21
1.3 第 6 次城乡变革, 农村电商促进新型城镇化	25
第 2 章 遂昌模式	28
2.1 起点, 遂昌网店协会	29
2.2 服务体系, 麦特龙分销平台的建立	47
2.3 合作共赢, 淘宝特色中国遂昌馆	58
2.4 食品安全, “遂昌土猪” 网销产业链	71
2.5 信任体系, 智能供应链完善	83
2.6 农产品社交平台, 屯亲 APP	92
2.7 从卖到买, “赶街” 农村电商服务站设立	94
2.8 追求情怀, 农村电子商务和文化产业结合	100
2.9 模式升级, 商务与公共服务体系完善	107
2.10 城乡一体, 遂昌模式在城镇化转型的初探	112
第 3 章 阿里农村战略, 以人为核心的农村电商创新	115
3.1 农村淘宝架构	117
3.2 农村淘宝合伙人策略	126
3.3 普惠金融进村	131

3.4	菜鸟网络的城乡布局	135
3.5	阿里小铺	140
3.6	淘宝中国特色馆升级	143
3.7	阿里巴巴农村战略助力城镇化转型	147
第4章	农村电子商务涌现	152
4.1	京东集团农村战略	153
4.2	顺丰生鲜物流和顺丰商业布局	164
4.3	苏宁易购的构想	178
4.4	维吉达尼的故事	181
4.5	农村电商促进因地制宜的城乡协调发展	189
第5章	从农村电商到在线城镇化	190
5.1	流动空间与在线城镇化	192
5.2	超大城镇群，在线城镇化初现	198
5.3	节点，在线城镇化的构成层次	209
5.4	对流，在线城镇化的构成过程	216
5.5	有别于欧美城市化的在线城镇化	246
5.6	脱贫与实现共同富裕，在线城镇化的意义	255
余论		259
参考文献		262
后记		266