

# 关系调整与网络再造：乡村工业的时变之应<sup>\*</sup>

——基于温州润村童装产业变迁史的考察

■ 张文军

[内容提要]通过对温州润村童装产业四十年来变迁史的考察,本文发现,在地方政策、市场环境和社会关系都无法提供必要支持时,仰赖这三重要素成长起来的乡村工业通过关系调整与网络再造进行应对。在打破嵌入性悖论的基础上,童装厂商、外加工厂商和销售商凝结为实质合作的通合性网络,以此解决多重要素失灵的问题。作为乡村工业保持韧性的关键,关系的调整并不意味着抛舍与割裂,相反,其得以调整的内在基础恰恰在于经济生活中的道义与伦理。接续“乡村工业何以合作”这一问题,不同于股份合作制或有限责任制等组织形态,这一无形的通合性网络在实质意义上构成了乡村工业走向合作的另一种面向。

[关键词]乡村工业 温州模式 嵌入性 实质合作

## 一、问题的提出

1986年,到访浙江温州的费孝通看到了一幅完全不同于苏南地区的工业生产画面:集聚在村庄和乡镇的家庭工厂,大大小小的纽扣、编织等专业市场,还有穿梭在全国各地的购销员队伍。对于这种乡土经济,费孝通将其特点总结为“以商带工的‘小商品,大市场’”(费孝通,2009a:98),在无孔不入的民间流通网络带来的巨大市场下,家庭生产迸发出充分的活力,并形成了一种自发的、扩张的经济秩序(杜润生,2001)。从

现实来看,作为乡村工业的一种重要类型,“温州模式”早已跨出区域,在整个浙江乃至全国都具有借鉴意义,成为改革开放后中国经济发展的重要引擎之一(科斯、王宁,2013:95)。

不过,随着时间的推移,乡村工业的弊病逐渐显现,温州的私营经济也饱受争议。一方面,温州模式下分散生产的家庭工厂被认为不符合乡村工业合作化的发展方向,相较于小规模家庭生产,集体经济模式具有更强的适用性(黄宗智,1992:323-324)。另一方面,在家族式经营、人格化交易等特征下,温州企业面临着严重的发展障

---

张文军:北京大学社会学系(Zhang Wenjun, Department of Sociology, Peking University)

\*本研究获教育部人文社会科学重点研究基地北京大学中国社会与发展研究中心课题“集体经济与乡村公共性建构研究”(项目编号:22JJD840002)的支持。

碍(史晋川,2004;陈国权、曹伟,2013)。“温州模式在二三十年之后将消失”的论断曾一度沸沸扬扬,并成为学界论辩的焦点(史晋川,2003;张仁寿,2004),将传统的组织形式、交易方式和产业结构调整至现代公司制和市场交易方式(董辅初,2002;史晋川、朱康对,2002),被视作温州企业应有的朝向。

事实上,确实有一部分温州企业走出乡村,转型为现代企业,并取得了不俗的成就。不过,仍然有相当一批私营小微企业活跃在乡村和集镇之中,并在经济活动中扮演着关键角色。2019年,温州有约24万家小微企业,而在2021年,在册小微企业超过33万家,这一数字目前仍在增加。从整个浙江省来看,2018年,共有205万家小微企业,从业人员1512万人;到2021年,全省的小微企业已经达到282.61万家。<sup>①</sup>无论是经济贡献还是社会效益,小微企业都发挥着重要作用。从现实来看,这一基数庞大的小微企业虽然并未转型升级,但也没有如不少人预想中那般在市场经济的竞争走向消亡,仍然保持着相当强的弹性与韧性(付伟,2021)。基于此,本文的问题是:随着时间的推移,乡村工业为何具有如此韧性?在对温州乡村工业变迁过程和当下形态进行考察的基础上,本文尝试回应这一问题,并进一步对乡村工业发展的整全面貌和可能路径做出补充和丰富。

要回答这一问题,必须厘清支撑中国乡村工业发展的因素和条件。对此,学界主要存在三种解释:

第一,多重激励结构下的地方政府和官员为乡村工业的发展“保驾护航”。改革开放之后,伴随着中央政府的权力下放,地方政府在可信性承诺下具有维护市场的更加充足的经济决策权和管理权(Montinola, Qian & Weingast, 1995)。同时,以“分权”为核心的财政包干制明确了中央和

地方的财政收支权限,在超出包干基数的留成和以企业上缴利润作为预算外收入的激励下,地方政府将推动基层工业化发展作为增加财政收入的主要来源(Wong, 1992;白苏珊,2009;周飞舟,2012:34-41),通过提供商业信息、集体融资和控制原料配给等方式,积极为企业的经济增长服务(Oi, 1995)。在20世纪80年代,这种支持不仅体现在乡镇和村庄集体企业的飞速发展上,私营企业同样在“庇护”下快速崛起。就温州而言,在当地官员和企业主的利益联盟下,前者为后者提供着诸如官方交易证明(Liu, 1992)、“戴红帽子”(Tsai, 2007: 160-165)、“借红帽子”(曹正汉, 2006:95-107)等商业庇护。进入90年代,中小型私营企业被更加显性地纳入政府的支持范围,从贷款的审批、发放,到市场的建立,均享受政策优待(Oi, 1999: 129-131)。整体来看,无论是地方政府的支持,还是企业与地方官员的联盟,都彰显出政治环境对于乡村工业发展的重要性。

第二,产业集群的成型为乡村工业的发展和扩散提供了易获取且低成本的经济要素,并形成竞争优势。对于小企业而言,在地理上聚集形成的“外部规模经济”能够为这一区域带来充足的专业化供应商、熟练的劳动力队伍,以及知识和技能的外溢(Marshall, 2013:222-231)。同时,在集群的互助与竞争氛围下,上下游之间的扩散效益不断生成,不同企业之间的联结愈加紧密,产业集群由此具备了分散生产和简单加总难以比拟的效率,并充分体现在不同区域的竞争优势中(波特,2002:139-149)。这种产业的集群效应,见于世界多地。以意大利为例,二战后经济腾飞的重要引擎就在于小企业在协作的基础上形成了诸如普拉托纺织业等集群,并由此做出了不逊于大企业的经济贡献(Bellandi, 2002; Becattini & Coltorti, 2006)。在温州乡村工业的发展过程中,产业集群同样发挥着关键作用(张仁寿、李红,

1990),一村一品、一乡一业的产业形态非常普遍(徐维祥,2001)。在吸纳效应下,产业集群打破了小企业的进入壁垒(Bellandi & Lombardi, 2012),并通过资金的获取、信息和技术的流通以及经营风险的分散,使得工厂在降低交易成本的同时不断提升市场竞争力(朱秋霞,1998;黄祖辉等,2007)。正是由于产业集群的形成,温州乡村工业内部的分工协作进一步精细化(林培云,2000),发挥出“块状经济”的独特优势。

第三,不同于上述从政治环境和规模经济两个偏外部视角解释的思路,社会关系成为考察乡村工业内在运转的关键要素。倪志伟、欧索菲(2016)在对浙江私营经济的研究中发现,私营经济的发展依赖于经济活动者之间社会关系的支撑,通过嵌入关系网络中的非正式社会规范,行动者在原料供应与产品销售,资金获取和技术支持等方面进行着长期且持续性的合作。对于乡村工业而言也是如此,在内部嵌入家族亲缘为主的关系网络,在外部则建立起一个跨越自身边界的关系网络,并逐渐扩展至其他地区,搭建起一个广阔的原料供给和产品销售市场(Lin, 1995)。这一点,在温州模式中已有诸多体现。一方面,就内部运作而言,在以家族和熟人为中介的社会网络中,最初以家庭为单位的分工迅速扩展(白小虎,2012),进而在专业市场的基础上进行资源集聚(蔡宁、吴结兵,2007:48);另一方面,在外部流通上,20世纪80年代遍布全国的购销员开始将订单带回家乡,分给各户生产,在全面铺开的流通网络的刺激和亲缘地缘关系的推动下,家庭工业的外部市场被迅速打开(费孝通,2009a: 97-100)。而即使离开家乡,无论是亲友相带的“链式流动”(项飏,2000:108-113),以亲缘或情谊为基础的“生产-销售”网络(项飏,2000:146-148),还是以亲朋关系为前提的经济互助式的筹资(王春光,2000),都彰显出社会关系网络在经

济活动中的深度嵌入,这也成为温州经济迅速发展的重要原因。

综合来看,上述三类分析分别从政治结构、经济环境和关系网络方面对乡村工业的发展作了解释,并充分厘清了支撑温州乡村工业的要素和条件。事实上,对于乡村工业的发展而言,地方政策的支持、产业集聚的效用和社会关系的联结并非独立产生影响,而是在共同作用下推动乡村工业的前进。无论是获取地方政府与官员的庇护,还是集群内企业间的协作,都离不开社会关系的支撑;同样,关系网络在生产和销售上的运转,也依赖地方政策和市场环境的支持。从现实来看,这个三维框架无论是从解释范围,还是从解释力度来看,都有相当强的说服力。但是,如果用这一框架来分析温州模式的发展和转型过程,便存在一定的解释困难。从经验来看,本文所分析的温州洞村童装产业的前期发展确实离不开这三种因素的共同支撑,但是难以解释的现象是2010年后,当地方政策不再支持、市场环境持续恶化、社会关系紧张失效时,洞村的童装产业并没有走向消亡,而是在挣扎中重新发展。基于此种理论和经验上的张力,通过设定条件,本文进一步细化研究的问题:在地方政策、市场环境和内在关系网络无法提供必要支持时,乡村工业是如何应对并保持韧性的?本文以洞村的童装产业作为分析对象,通过呈现这一具有典型温州模式特征的乡村工业近四十年的变迁史,在过程中凸显乡村工业的时变之应及内在机制,进而回答这一问题。

洞村位于温州市滨江县丰水镇<sup>②</sup>南部,村庄面积500余亩,现有人口400余户,1700余人。自1983年村庄中第一家童装工厂成立以来,前后共建成约400家童装厂。同时,在这一劳动力密集型产业的带动下,洞村共有来自江西、贵州、安徽等地的务工人员近万人。

在资料的搜集上,本文使用了深度访谈和半参与式观察法。2020年8月,笔者围绕“乡村工业发展与转型”这一主题,先是来到温州涧村,随后前往湖州市吴兴区织里镇进行调研。2021年4月至8月,笔者又两次来到涧村,并在此基础上前往杭州市四季青服装批发市场和北京市百荣世贸商城进行调研。在这一过程中,笔者共对29家童装工厂(其中涧村24家、织里镇5家),7家外加工工厂的多位老板和工人,以及4位布料商和8位销售商进行了访谈,并多次前往童装工厂车间,参与生产商、布料商、销售商、外加工厂商和工人等群体的互动,进行观察和记录。除此之外,笔者先后访谈了涧村的4位在1990年至2020年间任职的主要村干部,并在滨江县档案馆、滨江县人民法院获得了大量一手的文件、记录和案件资料。

## 二、乡村工业的勃兴:三重要素的合力支撑(1983—2010)

从发展过程来看,从乡土中成长起来的涧村童装工业受到多重因素的影响。1983年,52岁的梅芝雅从丰水服装鞋帽厂退休,在涧村开办了第一家童装厂——利嘉童装厂。生产地点就在梅芝雅的家中,工人主要是梅芝雅的家人和村里有空闲时间的妇女。创办初期,童装厂的规模较小,面料和辅料主要是从温州土特产公司等单位进货,而成衣则在温州市区、瑞安等地的童装店销售。一段时间之后,部分在利嘉童装厂做工的女工逐渐自立门户,在各自家中办厂。1992年,涧村的童装工厂达到80余家,同时有1家服装辅料工厂,3家配套服务商店,已经初具规模。到2010年,村庄中的童装工厂已经有400余家,外地务工人员过万,在全国具有一定的知名度。整体来看,在不足三十年的时间里,涧村童装产业的

快速发展主要依靠三方面的因素:地方政府的支持、产业集群效应的形成,以及社会关系基础上分销渠道的成型。

第一,在地方政府的支持下,童装工业小区逐渐建立,涧村的童装企业获得了必要的生产用地。长期以来,涧村的家庭工厂都以自家住宅作为生产场地,现有的生产、仓储和陈列条件远远难以支撑生产规模的扩大,也无法解决外来工人的住宿问题。同时,村庄建设缺少规划,住宅建造混乱,严重影响童装产业的运转。<sup>③</sup>为了解决这些问题,涧村村委会不断向乡镇和县政府申请建设童装工业小区,以求获取工业用地,扩大生产规模。从童装工业小区的建设过程来看,地方政府给予的支持非常关键。一方面,童装工业小区的立项得益于地方政府提供的“合法性”基础。当村委会提出工业用地申请时,一开始并未被批准,直到滨江县政府官员给出“建议”,正如时任村委会主任的林松柏所言:“私人(企业)审批土地,县里拿不定主意,政策上没有这个先例。他们指点我找到这三份文件,然后拿出一份详细的可行性报告,证明我们有实力有基础搞这个工业小区,然后再向县里申报。”<sup>④</sup>正是凭借三份文件中关于个体私营企业生产经营用地的相关表述,村委会开始行动。1997年3月,在滨江县政府的支持下,涧村征地100亩,开始建设总面积为133200平方米的童装工业小区。另一方面,在童装工业小区建设的具体过程中,县乡两级政府也提供了诸多帮助。1998年3月,丰水镇政府举行涧村童装工业小区建设项目土地调剂协调会议,将涧村附近十个村庄坐落在小区项目范围内的集体非耕地调剂给涧村,<sup>⑤</sup>由涧村统筹处理。此时,涧村童装工业小区已经被列为滨江县工业园区建设重点项目。

随着童装工业小区的建设,涧村共有27家工厂获得工业用地,村庄的一些基础设施也得到建



造和翻新。2000年,润村的童装工厂申请进一步扩大生产规模。同年7月,滨江县发展计划委员会将另外19家企业的追加自筹基建项目列入当年的农村集体投资计划;年底,童装工业小区的厂房落成,多家工厂开始扩大生产规模,大量外地工人涌入。此时,润村的童装企业已经超过200家,发展势头迅猛。

第二,伴随企业的增多,产业的集群效应逐渐展现,在资本、劳动力等要素的集聚下,润村童装产业逐渐成为一个具有整体竞争力的商业社群。就劳动力而言,在可观的薪资和大量的劳动需求下,来自四川、贵州、云南、安徽等地的大批工人加入润村的童装生产。2005年至2010年间,村里的童装工人已经破万,远远超过本村人的数量。这一稳定且充沛的劳动力团队,充分保障了童装企业的生产。与此同时,越来越多的工厂被吸纳至这一生产体系中。在规模效应下,除本村人外,邻近村庄和乡镇的老板也开始在润村投资办厂,多家打版坊、布料行、辅料行、托运站也在这一时期进驻。

与此同时,对于企业而言,产业集群的形成也有效降低了生产和交易成本。一方面,集群内的企业在上下游企业的联动中能够以较低成本进行原料采购、加工和运输;另一方面,集群也能够为企业间技术和经验的扩散提供基础,就产品的开发而言,当一家工厂采用新的针织、水洗技术,或者使用新的面料之后,其余工厂往往会非常迅速地模仿和学习到这些技术。整体来看,集群的形成,使得润村童装产业在全国童装市场中具有一定的知名度,吸引了大批客商前来采购。

第三,在社会关系的深度联结下,润村童装产业的分销渠道逐渐成型,并形成一個坚固稳定的销售市场。2005年,在和杭州批发商协商之后,润村童装厂商开始在杭州市场“控货”,即每家童装工厂在杭州只给一家批发商供货,同一品

牌不能出现在多家店铺中。在此之前,润村的每家童装工厂在杭州一般有三四家批发商。就最后选定的合作者来看,基本上都是厂商原本便熟悉的在杭经营的温州人。事实上,同乡关系为控货模式的形成和持续提供了基础和保障。对童装厂商来说,在杭州销售市场足够广阔的情况下,控货意味着能够占据批发商的“主推”位置,获得批发商的优先推荐。对于杭州批发商而言,控货则能够避免同行间的恶意压价。

在控货模式下,童装厂商与销售商的关系愈加紧密,这种联结也确实快速推动了润村童装产业的发展。除享受优先推荐之外,童装工厂能够在最大程度上得到销售商的支持。一方面,童装工厂能够版版发货,销售商会无保留地进行推销。<sup>⑥</sup>对于没有控货的童装工厂,批发商只会挑拣部分满意的版型进行销售,如果销售情况不佳,则会退货处理。但是对于控货的童装工厂,不用经过批发商的允许便可以直接将生产的新版全部发出,即使市场反响不佳,销售商也会尽可能帮助消化。在销售倾斜和风险共担的情况下,童装工厂的生意能够得到保障。另一方面,杭州的销售商也会根据市场行情实时地进行反馈,以保证童装工厂能够迅速做出调整。从实践来看,销售商对童装工厂的“指导”是全方位的,前者会根据销售情况指出版型、面料、做工等方面的问题,并给予具体建议。在这种密切联系下,童装工厂能够获取最新的市场信息。而对于杭州的销售商,润村的厂商也会主动将临近杭州的常熟、义乌、上海等二级批发市场的出货权“让”给对方,自己不再向这些区域的客户发货,由此保证杭州批发商的生意。<sup>⑦</sup>2005年至2010年间,杭州成为润村童装的主要销售地,建立在同乡基础上的厂商和销售商的关系不断深化,早已超越纯粹的生意合作,深度嵌入对方的日常生活和人情往来。举例而言,2021年8月,润村童

装厂商倪雄的母亲去世,销售商林峰从杭州赶到温州,陪同倪雄守夜,并在老人出殡之后才返回杭州。这种超越生意的往来,实质上促成了厂商和销售商更紧密的联结。也正是在附着于关系网络的销售渠道的稳定输出下,涧村迎来童装生意最火热的五年。

整体来看,涧村童装产业的发展离不开三重因素的支撑。其一,地方政府在童装工业小区项目的运作下,改善了涧村的基础设施,帮助企业获得珍贵的生产用地,为企业生产规模的扩大提供了基础。其二,产业集群的形成进一步促进生产要素的集聚,显著降低企业的生产和交易成本,并提升了涧村童装产业在全国市场的知名度和竞争力。其三,涧村童装厂商和杭州销售商之间的深度联结,在控货模式下愈加紧密,童装企业的销售市场逐渐成熟稳定。正是在这三重因素的共同作用下,涧村童装产业在不到三十年的时间内迅速发展起来。到2010年,整个村庄童装产业的产值已经超过10亿元。

### 三、陷入困境:支撑体系的瓦解(2010—2015)

2010年至2015年,涧村的童装企业开始走下坡路,其原因主要包括以下三个方面:

第一,地方政策红利逐渐消逝,地方政府注意力转移的负面效应开始呈现。在2000年至2010年间,涧村童装产业得以迅速发展的重要原因在于童装工业小区项目顺利通过工业用地的审批,进而建设厂房,生产规模得以扩大。但是在这十年中,地方政府在税收等因素的考量下,已经开始将地方工业发展的中心从在乡村集聚的传统工业小区,转向在城镇集聚,强调统一规划与纵深发展的特色工业园区(刘亭,2000),被认为“产业层次低、组织化水平低、集聚程度低”

的乡村工业在政策层面开始遇冷。这一点充分体现在滨江县的产业布局中,镇级工业园区的建设成为重点,村级工业小区已经不在发展规划之中。

对于涧村而言,其推动童装企业组织化和规模化生产的做法也因地方政府工业用地审批的收紧而频频受阻。2001年9月,涧村村委会向县政府递交建设第二期童装工业小区的申请,想要申请土地19980平方米。2003年6月,涧村村委会以解决120家工厂的生产问题为名,向县政府申请建造占地17316平方米的标准厂房,和占地7326平方米的集体宿舍。<sup>⑧</sup>7月,为了解决工业用地紧缺和普遍存在的“三合一”现象,村委会再次提交申请。<sup>⑨</sup>不过,以上申请都无疾而终。从效果来看,地方政策的转向虽然并未即时伤害到童装工厂的运行,但其埋下的隐患却在2010年之后逐渐发酵。2012年8月,在县公安消防局等部门的排查下,涧村有12家企业因为存在严重的“三合一”问题被临时查封,涧村童装工业小区也被列为全市26处重大火灾隐患集中整治区域之一。面对持续不断的厂房整改和消防检查,涧村的童装企业疲于应付。整体来看,涧村童装产业在2000年至2010年间的迅速发展并没有解决繁荣背后的潜在问题,2010年后,地方政策的转向对乡村工业的负面效应开始集中发酵,并直接冲击了童装产业的发展。

第二,在湖州织里童装生产基地这一规模更大的产业集群的冲击下,涧村童装产业的竞争优势逐渐消减。当涧村的童装企业逐渐不受地方政府青睐时,在四百公里之外,湖州织里镇的童装产业集群正在扩大。2006年,织里镇政府开始规范童装生产,引导工厂进园。2008年,织里镇开始建设标准厂房园区。<sup>⑩</sup>两年之后,“织里中国童装城”落成,从面辅料配备,到设计研发,再到生产销售的产业链更加完整,织里镇也成为中国

规模最大、分工协作最为高效的童装产业集群地（南太湖社会治理研究院[编]，2020）。

凭借产业集群的扩大和规范化，织里镇逐渐成为一个涵括多个种类和段位的“全品类”童装生产基地（张晓波、阮建青，2011：159-180）。在这一规模更大的产业集群的竞争下，涧村的童装生意受到较大冲击。由于织里镇的地理位置优越，距离杭州、上海、南京等城市较近，且集群内企业数量更多，产品门类齐全，因此批发商更愿意前往织里镇打货。正如从涧村搬到织里镇的厂商岳红所言：“去涧村嘛，太麻烦了，涧村只做裤子。那些客户来（织里）拿，裤子、衣服，这边全有。她过来拿衣服，顺便把裤子带过去这样……这边一条街比涧村做衣服的都多，不要说几条街。”<sup>⑩</sup>同时，在织里镇庞大集群的吸引下，涧村的部分工厂和劳动力也开始向织里镇转移。事实上，无论是产业集群内部各企业间分工协作的程度和经验扩散的速度，还是在全国童装市场中的竞争力，涧村童装产业的集群效应已经远远落后于织里童装生产基地。

第三，通过控货形成的厂商和销售商之间的锁定关系，在外部结构的变化下，弊病逐渐显现。一方面，为了应对国际金融危机的冲击，国家在短时间内进行货币政策的调整，通货膨胀期间涌向楼市和股市的资金在银根收紧的情况下难以迅速回笼，实体经济资金链出现严重断裂（郭昊，2012；梁亚，2012），这尤其体现为杭州、温州等地“炒房团”的崩盘。事实上，涧村童装工厂的杭州销售商也陷于这一危机，元气大伤。举例而言，涧村销售能力最强、厂商资源最多的杭州批发商陈凛，正是因为在这一时期“炒房”受创，资金链断裂，只好将店面盘给店员，彻底退出了童装市场。在“连环赊欠”<sup>⑪</sup>的资金运转体系下，当销售商资金无法回笼，上游的童装工厂便会出现同样的问题。2010年后，涧村有10家童装工厂因销售

商拖欠童装购买费用而向法院提起诉讼。上游的水洗厂、面料厂和辅料厂同样受到波及，2010年至2015年间，有6家童装工厂因拖欠布料费而被起诉，相比于2005年至2010年间只有一例此类诉讼案件的情况，这种经济纠纷明显增多。<sup>⑫</sup>另一方面，随着时间的推移，杭州销售商掌握的二级批发商和零售商逐渐定型，加之自身因年龄增大所导致的市场敏锐性下降，杭州市场的销售规模急剧缩小。原先能够占到出货量70%的杭州客户，逐渐萎缩至10%—20%，有些销售商甚至直接“跑路”或者停业。正如前文所言，在控货模式下，涧村的童装销售主要依赖杭州的批发市场。因此，当杭州市场萎缩，童装工厂的生产和出货就会受到严重冲击，按照童装老板们的普遍说法：“被控货给控死了”。<sup>⑬</sup>在这一时期，童装厂商和销售商之间关系的紧密和定型，实质上放大了结构变动下的风险。

正是在地方政策支持不足、产业集群优势消减、社会关系定型将危机放大这三重因素的影响下，涧村童装产业陷入内外交困的局面。2015年至2016年，涧村有多家企业选择停业，或者搬至织里童装生产基地。仅从滨江县童装协会的会员来看，在24家副会长单位童装企业中，便有10家在这一时期离开了涧村。

#### 四、打破嵌入性悖论： 嵌入关系的调整与扩展

2015年，当多家童装工厂搬离涧村时，无论是地方政府还是村庄内部，都对留下来的工厂普遍看衰：“在2015年的时候，所有人都认为涧村的童装肯定要全部死掉的了。”<sup>⑭</sup>但从今天来看，涧村的童装产业并未走向消亡，反而在突围下再度发展。事实上，在地方政策支持转移和产业集群优势消减已成定局的情况下，涧村童装厂商只能



通过对关系网络与附着于其上的分销渠道进行调整来寻求出路。

正如前文所言,在洞村童装产业的发展过程中,童装厂商和销售商在控货模式下的紧密联结助推洞村童装产业进入黄金时期,但在金融危机等外部因素的冲击下,控货形成的锁定式关系实质上使童装厂商陷入嵌入性悖论的困境,即嵌入关系在连接资源的同时,也面临因过度嵌入而导致的网络内部封闭化和僵硬化的风险,一旦其核心组织受到冲击,整个体系都会遭遇危机(Uzzi, 1997)。这一悖论的实质在于,保证网络内部的嵌入性和推动网络向外扩展存在相当大的张力。为了破除这种“牢固的依附”(布劳,2008:231-232),乌兹(B. Uzzi)的解决方案是在“嵌入关系”的基础上扩展“市场关系”,在“整合的网络结构”的搭建中进一步吸纳外部的资源与机会,由此产生更高的组织绩效。沿着这一思路,通过合同和契约等方式建立起非人格化的普遍信任和规范,也被视作打开封闭网络,以建立市场关系,实现更广泛合作的重要方式(Lazzarini, Miller & Zenger, 2008)。但是,从洞村童装厂商的实践来看,他们并没有通过发展市场关系走出困境,反而依旧是围绕着嵌入关系进行扩展与激活。

作为童装厂商与销售商嵌入关系的关键,从2015年开始,洞村的童装工厂开始对控货模式进行调整。

第一,就杭州的销售市场而言,童装工厂开始寻找新的优质销售商,拓宽已经定型的分销渠道。以蓝猫童装厂(以下简称“蓝猫厂”)为例,2016年,为了打开销售市场,老板祝磊开始与杭州四季青服装批发市场的销售商宋洋合作。在此之前,蓝猫厂在杭州只有苏莉这一位销售商,已经合作十年。就此时而言,除杭州市场的店铺外,宋洋团队在全国还有两家店,他的表弟谭涛在北京开店,朋友在济南开店,分别负责不同区

域的市场,销售能力和范围已经超过苏莉。不过,此处的关键问题是,在控货原则下,厂商如何处理同一市场中新旧销售商之间的关系?

从实践来看,在杭州市场寻找新的销售商,并不意味着与之前的销售商斩断联系。对于此事的处理,祝磊采取了“分版”这一折中的形式。在设计好下一季的所有童装版型后,由苏莉先挑版,然后剩下的版使用另一个品牌发给宋洋。这一做法最大程度淡化了同一市场中销售商之间的冲突。对于苏莉而言,优先选货权能够保证其选到最心仪的产品,同时换吊牌的形式也避免了其与宋洋针对同一产品的恶意竞价。而对于祝磊而言,宋洋的加入也帮助其迅速拓宽新的销售渠道。除换吊牌之外,不少工厂也以“贴牌代产”的形式进行操作。此前同样在杭州只有一位销售商的董晨在2015年与新销售商杨博合作,董晨没有自己再做一个品牌,而是直接挂杨博家自有品牌的吊牌发货,这样就能够增加销售量的同时,更大程度减少对原销售商造成的冲击。

这种处理方式的微妙之处在于,童装厂商并没有在经济效益的考量下直接更换掉生意逐渐下行的旧销售商,而是在维护控货原则的前提下尽量保全多方的利益,降低销售商之间竞争和冲突的可能性。在这一时期,虽然多家童装工厂开始通过分版和换吊牌的方式在杭州寻找新的销售商,但是大多数工厂仍然与原销售商保持着合作关系。2016年,在合作已经超过15年的杭州销售商吴林生意下行的情况下,白兔童装厂的老板杨茹通过分版的形式与新销售商孙安开始合作,目前来看,后者的销售量远高于吴林。不过,杨茹依然与吴林保持合作:“吴林时间是比较长的,不过生意是没他(指孙安——引者注)好的,不过我们做了这么多年有感情了,也说不出口……大家都有感情了,不管货卖得好不好,情义还是在的。”<sup>⑩</sup>事实上,如果单纯从经济效益考虑的话,将



产品集中发给孙安能够产生更高的效益。但正是因为这种“说不出口”，童装工厂与新旧销售商同时保持着密切的联系。相反，如果直接切断与原销售商的联系，或者频繁更换销售商，便会被认为“商业气息太重”。<sup>⑩</sup>对此，不少洞村童装厂商都有过类似的表述，这一点被普遍认同。

第二，就全国次级批发市场而言，洞村的童装工厂也在积极寻找和培育新的销售商。从2015年开始，厂商对于次级市场的重视程度明显提高，全国各地的控货型销售商越来越多。不过，在这一过程中，童装工厂在次级市场的开拓和让渡中也保持着微妙的平衡。

一方面，童装工厂逐渐拿回临近杭州的次级市场的发货权。正如前文所言，2005年时，童装工厂曾经将常熟、义乌、上海等临近杭州的次级销售市场的发货权“让”给杭州销售商。但是在2015年之后，童装工厂与义乌等地次级市场的销售商重新建立起直接合作关系。以飞帆童装厂为例，在2005年之前，工厂在义乌和上海都有自己的销售商，后来在杭州市场控货之后，便完全由杭州销售商汪鸣向两地发货。不过，随着杭州市场消化能力的下降，2016年，飞帆童装厂开始重新与义乌、上海两地的童装销售商合作，<sup>⑪</sup>而汪鸣则退出了两地市场。就这一过程的发生而言，杭州销售商并没有主动提出反对并进行阻挠，而是非常自然地“默许”了这一行为。正如飞帆童装厂老板唐炎所言：“不用说的，自己每个人心知肚明……她自己也觉得没必要再说了，自己量也不大了。”<sup>⑫</sup>站在杭州销售商潘杰的角度，这种“心知肚明”恰恰是“不好意思”：“自己接不上了，也不好意思再拿着”，<sup>⑬</sup>在其看来，销售量的多少不是简单的生意指标，而是一种对厂商的义务，在控货的紧密联结下，如果销售量过低，销售商自身就会将其视作一种情理的亏欠。因此，当销售商生意下行时，其本身便会做出让步，给予厂商更

多的空间。也正是在这样一种默契中，童装厂商和旧销售商非常平稳地实现了杭州附近次级市场的交接。

另一方面，童装工厂也在全国其他区域积极开发新的次级市场。就这一点而言，童装工厂面临的一个问题在于，杭州等一级市场新合作的销售商在积累客户、扩大销量的动力下，也在开拓次级市场，因此同一目标下的两者存在着潜在的竞争和冲突。对于这一问题，厂商和新销售商遵循先到先得的原则：如果是童装厂商在某次级市场中一直有控货型批发商，或者先于一级市场批发商在次级市场中设置固定客户，那么一级市场的销售商便不能再向这一次级市场的任何店铺售卖该品牌的童装。反之亦然。2021年7月，笔者在祝磊的蓝猫厂看到这样一幕：来自青岛的童装销售商侯雪专程来到厂里“控诉”，原因是杭州销售商宋洋将蓝猫厂的童装发到自己所在的即墨童装市场的一家店铺，于是两家店开始恶性竞价。由于祝磊已经与侯雪合作三年，经过协调，宋洋承诺今后将不再向自己在即墨市场的客户发蓝猫厂的童装。同样，蓝猫厂之所以不向河北、内蒙古等二级市场发货，也是因为宋洋的表弟谭涛在这些地方已经有稳定合作的销售商。正是在先到先得的原则下，童装厂商与新销售商对次级市场进行了有序的划分。

整体来看，一方面，童装工厂通过分版等形式在杭州市场增加新的销售商，在不损害控货原则的基础上拓宽了杭州的销售市场；另一方面，通过开拓新的次级销售市场，全国范围内的控货型销售商明显增多，借此打开了新的销售渠道。通过整理洞村托运站的2718条童装发货记录，我们能够发现，洞村的童装工厂已经在全国多个次级市场拥有了稳定合作的销售商。更为重要的是，在分销渠道拓宽的过程中，控货的底色和原则并没有改变，无论是长期合作的杭州销售商，

还是新纳入的销售商,与厂商都保持着基于深度责任与义务的嵌入关系,并据此形成了一套全国范围销售市场划分的稳定秩序。

回到嵌入性悖论,我们能够发现,面对2010年后涧村童装产业因过度嵌入造成的销售萎缩,童装厂商并没有通过纳入市场关系或者建立正式合同等方式进行调整。一方面,就新纳入的销售商而言,厂商与之建立的依然是控货型的深度嵌入关系,而非普遍性的市场关系;另一方面,就新旧销售商的关系而言,在基于控货原则的平衡和微妙的折中下,童装厂商既没有斩断与原销售商的合作,也避免了同一市场内新旧销售商的冲突。显然,在涧村童装产业的发展过程中,嵌入性悖论的打破不在于市场关系的建立,而在于嵌入关系本身的调整与激活。

进一步而言,涧村童装厂商走出过度嵌入的关键在于各方的将心比心。在嵌入性悖论的假设和推论中,之所以通过市场关系进行补充而不触及嵌入关系本身,根本原因在于嵌入关系在克服潜在不确定性与达成可预期稳定合作方面具有市场关系无法取代的功效,并且能够在互惠与信任的培育中获得长期回报(Uzzi, 1999, 1997)。这一命题虽然在“经济行动嵌入社会关系网络”(Granovetter, 1985)的基础上进一步明确关系的嵌入性面向,但是其实质逻辑仍然是将嵌入关系视为总体经济效益最大化的一个条件,关系的厚薄远近仅仅是行动双方在博弈中获取更多收益的一个筹码。正是在这一逻辑下,打破嵌入关系形成的信任结构在总体效益的考量下具有较高的成本,嵌入关系也由此愈加强化定型,这种难以调整的特性也构成了过度嵌入困境形成的关键。而涧村的童装工厂之所以能够走出困境,根本原因正在于厂商与销售商在道义而非完全自利原则下对彼此处境的切身考虑。正如前文所言,在自身消化能力下降的情况下,出于对童

装工厂生产的考虑,杭州销售商便“不好意思”继续垄断次级市场的发货权;同样,出于对杭州销售商生意的考虑,童装工厂对于因对方生意下行便斩断联系也“说不出口”,因此通过分版的形式在扩展自身销售网络的同时尽量保全对方的生意。不难发现,嵌入关系的调整,不是一种厂商基于成本与效益做出的与销售商继续捆绑或者彻底解绑的单向行动,而是一种为对方考虑和负责的双向互动。正是由于将心比心的理解和体谅,销售商才会将厂商的适度松绑视作理所当然,厂商也将尽可能保全销售商的生意视作应当责任。因为双方并未将关系的调整看作各自利益增损的工具,乌兹所描述的嵌入性悖论中因嵌入关系的调整造成的冲突实际上便被化解,经过双方各让一步,原本过度嵌入的关系在彼此的高度默契中得到自洽的调整,厂商由此顺利走出过度嵌入的困境。

事实上,与湖州织里镇相比,扩展后的嵌入关系也构成了涧村童装产业的竞争力。正如前文所言,2010年后,面对织里童装生产基地这一规模远超自身,生产链条更加完备的集群,涧村的童装产业在集聚效应方面几无竞争力。不过,不同于涧村厂商控货的销售模式,织里镇的童装工厂主要凭借产业集群和区位优势所带来的巨大客流量,以上门拿货的散客为主,<sup>④</sup>即使对于长期合作的销售商,也不会保证在同一市场内只发给其一家。在这一点上,从涧村搬到织里镇的工厂也是如此。在搬迁之后,便不再向原先杭州、北京等地的销售商控货,正如岳红所言:“以前我们在涧村一样的,杭州给一家嘛。现在我这里,杭州随便,谁来都给他的……控货卖,客户的利益好一点。”<sup>⑤</sup>因此,在搬到织里镇之后,厂商与销售商便陆续断了合作,用杭州销售商刘聪的话来说,“皇帝的后宫都跑了”。<sup>⑥</sup>对于销售商而言,能够提供稳定货源并且避免同行竞价的控货模式

显然更有利。因此,随着控货型销售商的增多,涧村的童装产业也在一定程度上降低了织里童装产业集群的影响和冲击。在2020年和2021年,有四家原先搬到织里镇的童装工厂重新搬了回来,涧村童装产业逐渐走出颓势。

## 五、通合性网络:实质合作与内在基础

正如前文所言,2010年至2015年间,地方政府支持政策的退场和湖州织里产业集群的竞争使得涧村童装生产的问题逐渐暴露。一方面,童装工厂有限的厂房限制了生产规模的扩大;另一方面,普遍存在劳动力转移和工人年龄结构偏大的情况,“用工荒”问题严重。因此,在外部销售市场再次打开的情况下,如何突破厂房和劳动力的限制,成为工厂继续发展的关键。对此,工厂的策略是通过向外加工厂发包,实现生产空间和生产规模的扩展。

从2015年开始,涧村的童装外加工厂逐渐增多,成为童装工厂生产的重要补充。外加工厂的老板多是外地人,常年在涧村打工,一般是车间管理人员或者裁剪师傅出身。他们开办外加工厂后,将家乡的亲朋迅速聚拢,此后,工人们也陆续介绍自己的亲戚、同乡和朋友过来,由此形成了一支稳定的工人团队。相较于本地出生成长的童装工厂老板,外加工厂的“领头人”在工人聚集和协调方面具有前者无法比拟的优势,通过亲缘、地缘等关系能够迅速有效地组织生产。从规模来看,外加工厂的工人数量在10人到30人之间。而对童装工厂而言,在将部分订单交给外加工厂生产的情况下,虽然每件童装的净利润不如在本厂生产时高,但外加工厂相当于一个独立运转的生产部门,童装厂既不再受制于现有厂房和劳动力不足的问题,生产规模得以扩大;同时,也无须操心工人和厂房的管理问题,消防、安全等

问题可完全交由外加工厂处理。

通过吸引和组织劳动力,外加工厂实质上扩大了童装工厂的生产规模,一定程度上解决了厂房不足和劳动力短缺的问题。在涧村,童装工厂与外加工厂的合作关系主要有两种类型:一是全包式,即无论在销售旺季还是淡季,童装工厂每天都会将部分订单发给外加工厂,而外加工厂在能够“吃饱”的情况下也只会为这一家童装厂生产:“其实就和我们的内厂一样,内厂有得做,他们也有得做。”<sup>⑨</sup>这种方式的优势在于它是一种“一对一”的关系,在市场需求量大的旺季,当本厂的生产量不足时,外加工厂能够确保只为自家生产产品,以达到客户的需求。但压力在于,在销售订单较少的淡季,即使本厂能够足额生产,也需要拨出一部分版型交给外加工厂生产。二是半包式,即童装工厂只需要在本厂生产压力较大的旺季将部分订单交给外加工厂生产,以解燃眉之急。这种方式对童装工厂来说基本没有压力,淡季时只需保证本厂生产即可。但从现实来看,旺季的时间基本一致,外加工厂往往能够接到多家的订单,因此很难保证童装工厂能够第一时间拿到生产好的货品。

以繁星童装厂(以下简称“繁星厂”)为例,它的8家外加工厂中,有5家为全包式,只为繁星厂生产童装;3家为半包式,也生产部分成人服装(见表1)。先看全包式的外加工厂,其中3家的负责人梦华、老齐和小佟,目前都在繁星厂工作。来自湖北黄石的梦华2017年进入繁星厂,负责打版工作,并很快成为设计团队中的主力。一年之后,梦华组建了一支团队,开始为繁星厂加工童装,她白天在繁星厂上班,晚上则回到加工厂对其当天生产的童装进行检查。来自江西的老齐和来自四川的小佟也是类似的情况,他们两家从2020年开始为繁星厂加工童装,比梦华家稍晚。老齐与梦华同一年进入繁星厂,也是负责打版,

表 1: 繁星童装厂的外加工厂

类型	加工厂负责人	与童装厂关系	工人数量	日产量(单位:件)	生产类型
全包式	梦华	打版师	18	700	童装
	老齐	打版师	10	400	童装
	向辉	前员工	15	600	童装
	小佟	裁剪师	15	600	童装
	秋月	老板朋友	12	500	童装
半包式	陈晨	/	20	500—600	成人服装、童装
	宋润	/	15	500—600	成人服装、童装
	夏琳	/	10	400	成人服装、童装

目前由他的弟弟和弟媳负责加工厂的管理。小佟是裁剪师,他的父亲也是繁星厂的裁剪师,已经在厂里工作了15年,属于最老的一批员工。除此之外,向辉是梦华的前夫,以前在繁星厂负责车间管理。秋月是本村人,与繁星厂老板林妍是多年的朋友,因为销售客户不多,2016年时本想关厂停工,后来在林妍的劝说下保留住工人,专门为繁星厂进行童装加工。从实际运作来看,外加工厂“领头人”与童装工厂老板的深度联结一方面能够保证外加工厂的生产质量,保证生产的有序运转,另一方面也是对童装厂骨干员工的“福利”与激励,正如老齐所言:“有了这个外加工厂,感觉自己也是其中(指繁星厂——引者注)的一员了,自己在给自己打工。”<sup>⑤</sup>在涧村,这一情况并不少见。刘东经营的驰牛童装厂(以下简称“驰牛厂”)有三家外加工厂,第一家的负责人是驰牛厂裁剪师的女婿;第二家的负责人原先在驰牛厂做车间管理人员,也是刘东妻子的远房表姐;第三家的负责人目前是驰牛厂的裁剪师。这三家全包式外加工厂一年总共可以生产15万条童裤。

除全包式外加工厂之外,半包式外加工厂同样是扩大生产规模的重要保证。对于规模中等及以下的童装工厂而言,单独“养”一家外加工厂的成本非常高。如果在销售淡季将部分货品交

给外加工厂生产的话,就会减少工厂内部的生产配额,在计件薪酬的结算方式下,工人的工资势必受到影响。因此,半包式外加工厂最重要的作用在于满足销售旺季时的出货需要。这种外加工厂为了保证全年有活可做,一般会接手多家工厂的订单。对于童装工厂而言,如何在销售旺季保证外加工厂优先为自家生产便是关键。

但是对于外加工厂而言,旺季时优先为哪一家工厂生产恰恰是基于感情的考量,而这一标准很大程度上取决于童装工厂在淡季时的作为,正如外加工厂老板洪宣所言:“一个好的客户不光考虑货源,员工的收入、情绪他全部都要考虑进去……有感情就是说,他考虑到工人切身实际的情况,淡季的时候他有些货可以做可以不做,但是他宁愿靠起来,也会安排裁剪接上。有的客户会觉得停下来是你自己的事情……你的货急的时候,需要有人帮你‘冲一把’的时候,工人愿意为你付出那一段时间,多付出几个小时帮你把那批货完成掉。”<sup>⑥</sup>也就是说,童装工厂和半包式外加工厂的合作基于彼此的相互考虑,在订单较少的淡季,童装工厂愿意拿出部分订单维持外加工厂的正常运营;而在订单较多的旺季,外加工厂则愿意通过“冲一把”的形式为童装工厂紧急生产。这里的关键在于能否将对方的“停下来”或者“做不出来”当作自家的事情进行处理。如果



童装工厂仅仅将半包式外加工工厂作为“应急”的选项,那么外加工工厂也不会尽心为其生产。因此,不少童装工厂在淡季时会拨出部分版型,缓解半包式外加工工厂的订单压力。同时,两至三家童装工厂共养一家外加工工厂的方式也成为一种选择。比如涧村的邓松和邱坚,两家合用一家外加工工厂,在淡季时都匀出一些订单,在旺季时外加工工厂则在协作下轮流为两家生产。

需要注意的是,在外加工这一形式外,村庄中还有一种订单外派的方式,即亲属间的帮衬。乐童童装厂目前有二十位左右的工人,老板娘叶娴的弟弟叶然也在村中开办童装厂,目前只有六位工人。在弟弟生意较差,没有订单的时候,叶娴会拿出两版交给弟弟做。但是这种订单的分配与交给外加工工厂完全不同,其布料、生产、水洗和后道都由弟弟家的童装厂完成,所有的利润也全部归弟弟。在叶娴看来:“这就是亲戚间的帮忙……没活做,工人们一着急就跑了,也就先拿两个版做着,应急。”<sup>②</sup>这种亲戚间的帮衬在村庄很多工厂中都存在,这也保障了小型童装工厂的持续运行。

不难发现,在应对厂房不足和劳动力短缺的问题上,涧村内部形成了一套相辅相成的生产体系。对于规模较大的童装工厂而言,其能够通过外加工工厂的形式扩展生产来源,满足销售端的需求。而对于规模较小或者没有销售客户的工厂而言,其也可以通过接受大工厂的订单或亲朋的帮衬继续运转。整体来看,不同于以往各家分散经营的状况,“订单+工人”的互补使得童装厂商、销售商和外加工工厂形成了一个实质连接的通合性网络,即在打通原本凝滞的关系节点的基础上搭建起多方的深度合作,由此走出地方政府支持不足、产业集群优势不再及社会关系定型造成的困局,继续发展。事实上,这种扩展后的合作网络正是温州模式在多重因素下的调整与

变形。

就形态而言,这种基于网络的业态并不罕见。沿着“灵活专业化”(Piore & Sabel, 1984)的讨论,区别于市场和层级制(Williamson, 1975),基于互惠形成的网络已经成为一种极具灵活性与适应性的重要组织形态(Powell, 1990)。就涧村童装产业在产销两端的通合性网络来看,其在形态上与台湾地区的纺织业、鞋业等产业中不同层次和规模的中小企业在资源搭配下形成的“弹性化协力企业组合结构”有相似之处。通过“黑手变头家”(谢国雄, 1989)等方式,以内包型和外包型加工工厂进行分散生产。不同于以往研究对于中小企业联盟和生产网络的形式化理解(Friedman, 1988),弹性化协力企业组合结构的突破之处在于从“生活结构”出发,充分展现出网络中行动者选择和策略的丰富面貌,并提出“情感与利益加权关系”的“协力网”这一实质性社会连带,即特定情感和普遍性利益在不同情境的结合下会产生不同的连接作用(陈介玄, 1994: 239-242)。

不过,尽管这一概念尝试对协力网进行实质意义的理解,并对关系的内在面向进行区分及模型化,但是其仍然将关系处理为具有“实用性格”的资本,以及“一种经济的社会策略”(陈介玄, 1998: 237-247)。也正是在“形式理性”的预设和参照下,协力网的出路只能是由“组合结构”到达“严密职能分化及系统调配的组织化层次”,通过整合凝聚成形式化的制度形态,由此具备组织效能(陈介玄, 1994: 170-174)。就这一点而言,弹性化协力企业组合结构虽然对产业现象具有相当强的解释力,但是仍然未能免于对经验实际的简单化和理想化(黄宗智, 2020),因而未能在实质意义上触及这一网络背后心态层次的“精神世界”(费孝通, 2009b: 442-444),反而消弭了这一合作网络本身的面向和价值。

从涧村童装产业的变迁史中能够发现,产销

两端得以在扩展的同时凝结为紧密联结的通合性网络的基础,并非行动者对各自利益或短期或长远计算下的匹配,而是由于对彼此将心比心的“感通”,以及背后实质性的“行动伦理”(周飞舟,2018)。这一点,正是通合性网络与形式上由不同节点和边线搭建起的连通性网络的关键不同。正如上文对于走出过度嵌入困境的分析,倘若没有这份同情共感,厂商不会认为在原销售商生意下行时提出不再合作是一种“说不出口”的行为;同样,销售商也不会“不好意思”垄断临近杭州的销售市场。倘若没有这份同情共感,厂商也许只会认为“停下来是你的事”,而不会在淡季冒着压货的风险拨出部分版型交给半包式外加工厂生产;同样,半包式外加工厂也不会生产旺季为厂商“冲一把”。事实上,正是在外加工厂商与童装厂商之间,以及童装厂商与销售商之间的相互考虑下,这张产销之间的网络得以通合,并具有相当大的弹性和韧性。基于此,蕴于其间的各方自觉或不自觉秉持的伦理,恰恰反映出行动者依循的不是一种基于“利害”的资源交换逻辑,而是一种被普遍承认的“道义关系”(费孝通,2009c:255-258),这正是产销网络得以扩展但同时能够保证嵌入性的原因所在,也是在实质意义上同“整合的网络结构”或“组合结构”的根本区别。

## 六、结论与讨论

回到本文提出的问题,当地方政策、市场环境和社会关系无法提供必要的支持时,乡村工业是如何应对并保持韧性的?作为案例,洞村童装产业的变迁提供了一种基于过程的可能回答。2010年后,伴随着地方政府工业发展方向的转变,更大规模产业集群的竞争,以及关系定型下主要销售渠道的受创和堵塞,洞村童装产业陷入

困境,被普遍看衰。不过,自2015年开始,这些童装工厂也在进行调整,在销售一端,在不伤害控货原则的情况下,通过对杭州销售市场的疏通和对次级销售市场的开拓,重新激活分销网络,走出了过度嵌入的困境;在生产一端,通过与外加工厂的互补及合作,实现有限厂房和劳动力条件下的生产扩展。整体来看,正是通过在产销两端建立起的连接童装厂商、外加工厂商和销售商的合作网络,洞村童装产业才得以在多重支撑要素失灵的情况下走出困境,继续发展。

从这一过程来看,通合性网络的建立成为散布在村庄和集镇中的小微企业在市场大潮下仍然保持相当活力和韧性的关键。具体而言,通合性网络的独特性主要体现在两个方面:其一,从“合”的角度看,通过吸纳外加工厂进入生产环节和次级批发商进入销售环节,网络内的合作主体不断丰富,网络自身的体量与规模也随之扩展。其二,从“通”的角度看,这一网络并非完全按照以往依托社会关系建立起来的体系运转,而是通过社会关系的调整与激活打通原本凝滞的节点,实现合作体系的更新。正是在更多主体的连接和关系结构的疏通下,通合性网络得以建立,并作为多重支撑要素消退情况下的应对之法,有效解决了生产场地不足、劳动力短缺和销售渠道狭窄等诸多问题。从这一点出发,如果接续“乡村工业的合作何以可能”这一民国以来社会学家、经济学家关注的核心问题(甘阳,1994;傅春晖,2016),我们能够发现,乡村工业的发展与形态实质上受到多重因素的形塑,对其进路和空间的分析必须考察地方政策、市场环境这些结构要件的组合与变动,否则只能做出应然意义上的判断。诸多温州小微企业之所以通过通合性网络的方式进行合作,而非完全走向股份合作制(崔之元,1997:105-109;黄宗智,1992;金祥荣,2000)或成为有限责任公司与股份有限公司(董辅初,2002),正

在于不同企业面临的客观结构条件存在差异。就当下而言,在小微企业普遍面临外部支持与资源空间有限等问题的背景下,在实践中形成的通合性网络,于实质意义上提供了一种乡村工业走向合作的可能面貌。

而就通合性网络的实质内涵而言,对社会关系进行调整和激活的基础,恰恰在于关系结构中亘久稳定的“伦理”底色。正如梁漱溟对于“伦理关系”的阐释:“互以对方为重,彼此互相负责任,彼此互有义务之意”(梁漱溟,2018:66),伦理关系实质上是互为彼此考虑的义务关系,伦理本位与个人本位的分野也成为中西社会形态最关键的区分。通合性网络之所以能够打破嵌入性悖论并将嵌入关系进一步扩展,正是得益于这种以他人为重的伦理的支撑。在对彼此处境将心比心的理解下,厂商和销售商并未将嵌入关系的调整视作获取自身总效益的博弈工具,相反,两者在互相体谅难处的基础上主动让步,在各自认为理所当然的意会中达致平衡,最终走出过度嵌入的困境。这种看似最平常、最平淡无奇但又最深刻、最核心的意会,实质上正是伦理结构在日常生活中的映射(费孝通,2009b:449-452),通过观念系统的深植,过度嵌入困境的打破得以在彼此不言而喻的默契中平顺完成。事实上,正是由于伦理本位,行动主体才能够根据实际变化和彼此处境适时地做出改变,“互相感召,有施有报”(梁漱溟,2011:210),关系网络由此不至于僵化固滞,而能够在将心比心的考虑中实现灵活的调整与更新。因此,网络的调整并非节点和边线在形式上的断与连,而是各个行动主体在伦理结构下根据具体情境做出的顺其自然的形变。伦理结构实质上赋予了行动者关系调整的充分空间和可能性,并在实践中生成新的连接形态。这也正是通合性网络得以打破嵌入性悖论,并将诸多主体凝结为一体结构,实现关系嵌入与扩展并行

不悖的根本原因。

推而言之,在当下的经济生活中,伦理本位并未隐遁消亡,其既体现为“社会底蕴”(杨善华、孙飞宇,2015)的绵延不绝,也体现在诸多内在自治的调整与变动中,两者实质是一体两面。如果从“更进一步”的实质意义(肖瑛,2022)来看,通合性网络呈现出的乡土社会经济的伦理底色,不仅可以视作乡村工业走向合作的内在支撑,同样也是变迁视角下中国式现代化的重要影响因素(应星,2022)。正如莫斯基于古式社会的交换行为而对其所处社会的回观:“我们的道德以及我们的生活本身中的相当一部分内容,也都始终处在强制与自发参半的赠礼所形成的气氛之中。值得庆幸的是,还没有到一切都用买卖来考量的地步”(莫斯,2019:113),基于深埋于精神与血肉中情感的考察,体会“总体”运动和蕴于其中的活生生的面相,对于我们理解当下社会仍然极具启发。

#### 参考文献:

- [美]白苏珊,2009,《乡村中国的权力与财富:制度变迁的政治经济学》,郎友兴、方小平译,杭州:浙江人民出版社。
- 白小虎,2012,《本地社会网络、分工网络与市场扩张的边界——桥头纽扣市场的经济史研究》,载《浙江社会科学》第12期。
- [美]迈克尔·波特,2002,《国家竞争优势》,李明轩、邱如美译,北京:华夏出版社。
- [美]彼得·M·布劳,2008,《社会生活中的交换与权力》,李国武译,北京:商务印书馆。
- 蔡宁、吴结兵,2007,《产业集群与区域经济发展——基于“资源-结构”观的分析》,北京:科学出版社。
- 曹正汉,2006,《从借红帽子到建立党委——温州民营企业成长道路及组织结构之演变》,载张曙光、金祥荣(主编):《中国制度变迁的案例研究》第5集(浙江

- 卷),北京:中国财政经济出版社,杭州:浙江大学出版社。
- 崔之元,1997,《第二次思想解放与制度创新》,香港:牛津大学出版社。
- 陈国权、曹伟,2013,《人情悖论:人情社会对经济转型的推动与钳制——基于温州模式的历史考察》,载《国家行政学院学报》第1期。
- 陈介玄,1998,《台湾产业的社会学研究——转型中的中小企业》,台北:联经出版事业公司。
- 陈介玄,1994,《协力网络与生活结构——台湾中小企业的社会经济分析》,台北:联经出版事业公司。
- 董辅初,2002,《“温州模式”的继承与提高》,载《中国经济时报》1月18日。
- 杜润生,2001,《解读温州经济模式》,载《市场经济研究》第2期。
- 费孝通,2009a,《小商品,大市场》,载《费孝通全集》第12卷,呼和浩特:内蒙古人民出版社。
- 费孝通,2009b,《试谈扩展社会学的传统界限》,载《费孝通全集》第17卷,呼和浩特:内蒙古人民出版社。
- 费孝通,2009c,《略谈中国社会学》,载《费孝通全集》第14卷,呼和浩特:内蒙古人民出版社。
- 傅春晖,2016,《商人雇主制:方显廷论乡村工业的一体化模式》,载《学术研究》第11期。
- 付伟,2021,《中国工业化进程中的家庭经营及其精神动力——以浙江省H市潮镇块状产业集群为例》,载《中国社会科学》第4期。
- 甘阳,1994,《〈江村经济〉再认识》,载《读书》第10期。
- 郭昊,2012,《民间资本借贷问题及解决方案——以温州民间借贷危机为例》,载《人民论坛》第2期。
- [美]黄宗智,2020,《建立前瞻性的实践社会科学研究:从实质主义理论的一个重要缺点谈起》,载《开放时代》第1期。
- [美]黄宗智,1992,《长江三角洲小农家庭与乡村发展》,北京:中华书局。
- 黄祖辉等,2007,《温州鞋业集群的形成:进入壁垒是如何突破的》,载《中国经济史研究》第4期。
- 金祥荣,2000,《多种制度变迁方式并存和渐进转换的改革道路——“温州模式”及浙江改革经验》,载《浙江大学学报(人文社会科学版)》第4期。
- [美]罗纳德·哈里·科斯、王宁,2013,《变革中国:市场经济的中国之路》,徐尧、李哲民译,北京:中信出版社。
- 梁漱溟,2018,《乡村建设大意 答乡村建设批判》,北京:中华书局。
- 梁漱溟,2011,《人心与人生》,上海人民出版社。
- 梁亚,2012,《温州民间借贷危机探源》,载《金融教学与研究》第3期。
- 林培云,2000,《温州特色产业区的形成机制和发展潜力》,载《浙江经济》第7期。
- 刘亭,2000,《特色工业园区与乡镇企业的“二次创业”》,载《浙江经济》第9期。
- 马海邻、郑红,2003,《浙大教授史晋川在沪预言:温州模式将“变迁”》,载《解放日报》12月9日。
- [法]马塞尔·莫斯,2019,《礼物——古式社会中交换的形式与理由》,汲喆译,北京:商务印书馆。
- 南太湖社会治理研究院(编),2020,《织里之治:全面小康后社会治理密码》,北京:中国农业出版社。
- [美]倪志伟、[德]欧索菲,2016,《自下而上的变革:中国的市场化转型》,阎海峰、尤树洋译,北京大学出版社。
- 史晋川,2004,《温州模式的历史制度分析——从人格化交易与非人格化交易视角的观察》,载《浙江社会科学》第2期。
- 史晋川、朱康对,2002,《温州模式研究:回顾与展望》,载《浙江社会科学》第5期。
- Kellee S. Tsai(蔡欣怡),2007,《后街金融——中国的私营企业主》,何大明译,台北:巨流图书公司。
- 王春光,2000,《流动中的社会网络:温州人在巴黎和北京的行动方式》,载《社会学研究》第3期。
- 项飏,2000,《跨越边界的社区:北京“浙江村”的生活史》,北京:三联书店。
- 肖瑛,2022,《从形式到实质:社会学研究的“更进一步”》,载《中国社会科学评价》第1期。
- 谢国雄,1989,《黑手变头家:台湾制造业中的阶级流动》,载《台湾社会研究季刊》(台北)第2期。



- 徐维祥, 2001, 《浙江“块状经济”地理空间分布特征及成因分析》, 载《中国工业经济》第12期。
- 杨善华、孙飞宇, 2015, 《“社会底蕴”: 田野经验与思考》, 载《社会》第1期。
- 应星, 2022, 《社会学的历史视角与中国式现代化》, 载《中国社会科学》第3期。
- 张仁寿, 2004, 《温州模式: 盛名之下, 其实难副?》, 载《浙江社会科学》第2期。
- 张仁寿、李红, 1990, 《温州模式研究》, 北京: 中国社会科学出版社。
- 张晓波、阮建青, 2011, 《中国产业集群的演化与发展》, 杭州: 浙江大学出版社。
- 周飞舟, 2018, 《行动伦理与“关系社会”——社会学中国化的路径》, 载《社会学研究》第1期。
- 周飞舟, 2012, 《以利为利: 财政关系与地方政府行为》, 上海三联书店。
- 朱秋霞, 1998, 《网络家庭与乡村私人企业的发展》, 载《社会学研究》第1期。
- Becattini, G. & F. Coltorti, 2006, “Areas of Large Enterprise and Industrial Districts in the Development of Post-war Italy: A Preliminary Survey,” *European Planning Studies*, Vol. 14, No. 8, pp. 1105–1138.
- Bellandi, Marco, 2002, “Italian Industrial Districts: An Industrial Economics Interpretation,” *European Planning Studies*, Vol. 10, No. 4, pp. 425–437.
- Bellandi, M. & S. Lombardi, 2012, “Specialized Markets and Chinese Industrial Clusters: The Experience of Zhejiang Province,” *China Economic Review*, Vol. 23, No. 3, pp. 626–638.
- Friedman, D., 1988, *The Misunderstood Miracle: Industrial Development and Political Change in Japan*, Ithaca: Cornell University Press.
- Granovetter, Mark, 1985, “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness,” *American Journal of Sociology*, Vol. 91, No. 3, pp. 481–510.
- Lazzarini, S. G., G. J. Miller & T. R. Zenger, 2008, “Dealing with the Paradox of Embeddedness: The Role of Contracts and Trust in Facilitating Movement Out of Committed Relationships,” *Organization Science*, Vol. 19, No. 5, pp. 709–728.
- Lin, Nan, 1995, “Local Market Socialism: Local Corporatism in Action in Rural China,” *Theory and Society*, Vol. 24, No. 3, pp. 301–354.
- Liu, Yia-Ling, 1992, “Reform from Below: The Private Economy and Local Politics in the Rural Industrialization of Wenzhou,” *The China Quarterly*, No. 130, pp. 293–316.
- Marshall, Alfred, 2013, *Principles of Economics*, New York: Palgrave Macmillan.
- Montinola, Gabriella, Yingyi Qian, & Barry R. Weingast, 1995, “Federalism, Chinese Style: The Political Basis for Economic Success in China,” *World Politics*, Vol. 48, No. 1, pp. 50–81.
- Oi, Jean C., 1999, *Rural China Takes off: Institutional Foundations of Economic Reform*, Berkeley: University of California Press.
- Oi, Jean C., 1995, “The Role of the Local State in China’s Transitional Economy,” *The China Quarterly*, No. 144, pp. 1132–1149.
- Piore, Michael & Charles Sabel, 1984, “The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity,” Basic Books Press, pp. 14–53.
- Powell, Walter W., 1990, “Neither Market Nor Hierarchy: Network Forms of Organization,” *Research in Organizational Behavior*, Vol. 12, pp. 295–336.
- Uzzi, B., 1999, “Embeddedness in the Making of Financial Capital: How Social Relations and Networks Benefit Firms Seeking Financing,” *American Sociological Review*, pp. 481–505.
- Uzzi, B., 1997, “Social Structure and Competition in Inter-firm Networks: The Paradox of Embeddedness,” *Administrative Science Quarterly*, Vol. 42, No. 1, pp. 35–67.
- Williamson, O. E., 1975, *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*, New York: Macmillan / The Free Press.

Wong, Christine P. W., 1992, "Fiscal Reform and Local Industrialization," *Modern China*, Vol. 18, No. 2, pp. 197-226.

#### 注释:

- ①《温州小微企业总数超33万家》，温州市人民政府网站，[https://www.wenzhou.gov.cn/art/2022/5/13/art\\_1217831\\_59164437.html](https://www.wenzhou.gov.cn/art/2022/5/13/art_1217831_59164437.html)，访问时间：2022年5月23日；《我省发布新一轮小微企业成长指数报告：企业总数205万家吸纳就业1512万人》，载《浙江工人日报》2019年7月12日，第1版；《浙江发布〈2021年全省市场主体发展情况分析〉：2021年全省共有各类市场主体868.47万户，同比增长8.12%》，百度百家号“杭州日报”，[http://epaper.zjgrrb.com/html/2019-07/12/content\\_2672746.htm](http://epaper.zjgrrb.com/html/2019-07/12/content_2672746.htm)，访问时间：2022年5月25日。
- ②按照学术规范，本文出现的核心地名与人名已经进行匿名处理。
- ③涧村村委会：《困境与对策：涧村童装业发展思路》，1997年3月。
- ④林松柏，村委会主任，访谈时间：2021年4月6日。
- ⑤《关于涧村童装城建设项目土地调剂协调会议纪要》，1998年3月26日。
- ⑥涧村童装工厂的生意主要依靠“回单”。在当季末尾，工厂就开始为下一季做准备。厂商先根据行情对下一季可能畅销的面料、风格做出判断，接着敲定童装版型，进行生产，每个版型约100件—200件，发给批发商进行销售。对于其中反响不错的版型，批发商会再次下单，多次回单的版型也就是“爆款”。
- ⑦按照厂商的惯常说法，杭州、北京等销售量较大的市场为一级批发市场，成都、武汉、义乌等地的市场为二级批发市场。除此之外的市场规模比较小。一二级批发市场的销售商都可以直接从厂商处批发拿货，这些批发商也有自己的下游批发商和零售商。
- ⑧涧村村委会：《关于要求建造标准厂房和集体宿舍的

报告》，2003年6月15日。

- ⑨涧村村委会：《关于要求立项审批建造涧村工业标准厂房的报告》，2003年7月30日。“三合一”是指住宿与生产、仓储、经营一种或一种以上使用功能违章混合设置在同一空间内。
- ⑩就笔者在湖州织里的观察来看，园区厂房在建造过程中已经考虑到消防、安全等诸多问题，规格基本一致，布局整齐划一。同时，地方政府重点扶持童装产业，因此企业无须应付各种检查和整改。
- ⑪岳红，童装工厂老板，访谈日期：2020年8月19日。
- ⑫从具体运作来看，涧村的童装企业在“原料—生产—水洗—销售”环节上具有定期结算的特征，一般是上下半年各结算一次；童装厂商在布料和辅料的使用方面采用记账的方式。
- ⑬数据来自对滨江区人民法院相关案件的整理。
- ⑭这一说法在对多家老板的访谈中都曾出现。
- ⑮方育山，童装工厂老板，访谈时间：2021年4月3日。
- ⑯杨茹，童装工厂老板，访谈时间：2021年8月5日。
- ⑰包勋，童装工厂老板，访谈时间：2021年7月26日。
- ⑱需要注意的是，在2005年之前，飞帆童装厂在上海和义乌市场的销售商并不是控货型的；而在2016年之后，飞帆童装厂在这两地各有一位控货型销售商。
- ⑲唐炎，童装工厂老板，访谈时间：2021年8月5日。
- ⑳潘杰，童装销售商，访谈时间：2021年8月7日。
- ㉑这种散客虽然每次拿的件数不多，但是基数庞大，多用现金交易。从岳红家童装工厂2021年前半年的销售情况来看，销售给散客的童装占到总销售量的72.77%。
- ㉒同注⑪。
- ㉓刘聪，童装销售商，访谈时间：2021年8月6日。
- ㉔林妍，童装工厂老板，访谈时间：2021年3月26日。
- ㉕老齐，童装加工厂老板，访谈时间：2021年3月27日。
- ㉖洪宣，童装加工厂老板，访谈时间：2021年7月19日。
- ㉗叶娟，童装工厂老板，访谈时间：2021年3月29日。

责任编辑：周 慧

Relationship Adjustment and Network Reconstruction: How Does Rural Industry Respond to Crisis: A Case Study of the Historical Change in Children Garment Industry in Jian Village of Wenzhou 189

Zhang Wenjun

**Abstract:** By delving into the development of the children garment industry in Jian Village of Wenzhou in the past 40 years, this paper finds that when local policies, market environment and social relations fail to provide necessary support, rural industry that has once relied on these three elements is now adapting to the new situation by relationship adjustment and network reconstruction. Breaking the “paradox of embeddedness”, manufacturers, sub-contractors and distributors together form a connected network to deal with the crisis. As the key to the resilience of rural industry, the adjustment of relationship does not mean severing ties; on the contrary, the internal basis of the adjustment lies precisely in the moral and ethical principles of economic life. Following the theoretical concern of “how do rural industries cooperate”, this article argues that invisible connected network constitutes another aspect of the rural industries which are in substantial cooperation, and this is different from the organizational forms such as joint-stock cooperative system or limited liability system.

**Keywords:** rural industry, Wenzhou model, embeddedness, substantial cooperation

## COMMUNICATION AND CYBERSPACE

Tibetan New Wave 2.0 and the Evolution of the Emic Consciousness of Frontier Intellectuals: Pema Tseden and His Three Recent Films 208

Zheng Shaoxiong

**Abstract:** Pema Tseden’s three recent feature films, *Tharlo*, *Jinpa* and *Balloon*, have three distinctive features that set them apart from previous Tibetan films, i.e., creating with firm strokes reflective Tibetan individuals, forming an alienated perspective by offending social rules and taboos, and shaping a forward-looking and transcendent Tibetan identity by bridging internal distinctions and seeking external connections. These three features have given his films a new look that can be called “Tibetan New Wave 2.0”. As Tibetan films, they are produced by Tibetan teams and use Tibetan vernacular, hence their emic perspective. Due to the double marginalization of frontier intellectuals and their life experiences, combined with the diversity and interactivity within Tibetan cultural regions, the emic consciousness is constantly changing not only in time but also in space. The new patterns of Tibetan films, Tibetan images, and Tibetan identity are still emerging.

**Keywords:** Tibetan new wave, Pema Tseden, intellectuals, emic consciousness, ethnic films