

超越熟人社会模式的普惠型电商创业

——数字经济促进共同富裕的路径探析

钱霖亮¹, 吕 鹏²

(1. 东南大学 人文学院, 江苏 南京 211189; 2. 中国社会科学院 社会学所, 北京 100732)

摘 要: 以数字经济推动高质量发展是党和政府部署实现共同富裕方略的重要一环,它有助于做大共同富裕的物质基础。关于农村电商的研究已证实了经由数字经济促进共同富裕的可行性,但以乡村熟人社会关系为基础的电商创业形态在数字红利共享方面有明显的局限性,仅在特定时期有助于特定区域内特定人群的共同富裕。与此相对,浙江义乌的数字产业从业者在实践中探索出了实现数字红利普惠共享的三条路径,即以雇佣劳动带动创业、以数字产业带动周边产业、以先发区域带动后发区域。这些由市场驱动而来的普惠型电商创业形态突破了农村电商数字红利扩散的局限性,创造了更具普遍主义意义的数字经济促进共同富裕的模式。我国其他地区亦可以义乌经验为借鉴,善用数字经济来实现更全面的区域发展,增进更广泛民众的共同富裕。

关键词: 数字经济; 共同富裕; 电商创业; 数字红利

中图分类号: C913 **文献标志码:** A **文章编号:** 1009-1505(2023)04-0130-12

DOI: 10.14134/j.cnki.cn33-1337/c.2023.04.011

一、共同富裕视野下的数字经济

党的二十大报告强调“中国式现代化是全体人民共同富裕的现代化”。作为中国特色社会主义的本质要求,共同富裕不仅关系着党执政根基的稳固性和社会的和谐安定,也关乎着中华民族伟大复兴的最终实现。党和政府对共同富裕的实现路径已有部署,大体分成“做大蛋糕”(高质量发展)、“分好蛋糕”(初次分配和再次分配)、“分享蛋糕”(三次分配)三个层次。其中,通过高质量发展来“做大蛋糕”是实现共同富裕的基础^[1]。学界已就促进高质量发展、实现共同富裕的路径做了许多探索,其中包括了向数字经济借力^[2]。党的十八大以来,党和政府就高度重视发展数字经济,将其视为实现高质量发展的助推力。党的二十大报告再次强调,推动高质量发展需要“加快发展数字经济,促进数字经济和

收稿日期: 2023-05-11

基金项目: 国家社会科学基金项目“电商扶贫进程中农民市场能力建设研究”(18CSH025);江苏省“高层次创新创业人才引进计划”项目(1113000301);东南大学“至善青年学者”项目(3213002305A2)

作者简介: 钱霖亮,男,东南大学人文学院副教授,社会学博士,主要从事数字与网络社会学研究;吕鹏,男,中国社会科学院社会学所研究员,中国社会科学院大学数字中国研究院执行院长,博士生导师,社会学博士,主要从事经济与科技社会学研究。

实体经济深度融合,打造具有国际竞争力的数字产业集群”。根据工信部的统计,我国数字经济的规模从2012年的11万亿元增长到2021年的超45万亿元,位居世界第二,数字经济占国内生产总值比重由21.6%提升至39.8%,包括电子商务产业在内的数字经济形态已成为国民经济增长的新引擎^[3]。而商务部的最新数据则显示,2022年全国电商交易总额达43.83万亿元,从业人员人数达6937.18万人^[4]。虽然近期数字平台企业的垄断性引发了国家的警惕,民间也一直存在对数字经济的批判,认为它会冲击实体经济;但它为中国社会创造了大量创业和就业的机会,提高了不同群体的收入水平,这一点也是无法否认的^[5]。鉴于当今世界已进入数字经济的时代,只要能减少或避免其负面效应,我们就依然可以借助它所创造的红利来实现共同富裕。

学界已在宏观层面上就数字经济赋能共同富裕的作用机理展开了讨论^[6-7]。在实施的具体路径方面,早前学者们关于农村电商,尤其是淘宝村产业集群的研究也证实了经由数字经济促进共同富裕的可行性。以电商创业作为农民网商参与数字经济的基本形式,这些研究发现村庄中掌握专业技术的能人通过勤劳创新率先致富,其后熟人社会的关系网络将他们的创业经验与技术传播给了其他人,这样不仅使更多的家庭脱贫增收,也令这些村庄建立起规模化的数字产业集群,实现了工业化与现代化^[8-11]。在这些案例中,电商创业不仅以产业的规模化发展做大了蛋糕,创业经验与技术的传播也让农民网商提前经由网络市场划分了一部分蛋糕。后续研究进一步发现农村电商带来的数字红利涉及更广的面向,包括促进地方政府有为施政、完善农村市场体系^[12-13];吸引年轻人返乡创业、解决农村空巢老人和留守儿童的问题^[14];鼓励农民参与市场经济、推动农村生活方式和农民观念的现代化^[15];通过产业集群的规模效应来消弭城乡差距^[16];等等。由此可见,电商创业的普及不仅有助于增加农民多方面的资本要素,还有利于促进其物质与精神生活的双重富裕。

以往的研究富有开创性,但也为后学留下了不少可探索的空间。首先,既有文献聚焦于中国乡村的熟人社会关系如何促进电商创业的扩散,进而帮助农民增收;但在城市或跨区域的生人社会,我们是否也可以通过电商等数字经济形态来推进共同富裕?有部分学者认为,“在商业模式被复制扩散并形成创业集聚的过程中,农村独特的地理聚居和熟人社会,是城市创业所不具备的独特优势”^[3]。这一观点或许过分对立地看待中国的城市与乡村。一方面,单位制时代的中国城市一度也是熟人社会,今日社区制体系下的城市社区也仍然保留了相当多熟人社会的传统,甚至社区工作者都要刻意将陌生关系熟人化以实现治理目标^[17]。另一方面,乡村熟人社会的特质同样可以被复制到城市中,例如广州的城中村里仁洞村聚集了众多来自潮汕地区的网商,同乡关系促进了这些外来创业者在城市中的商业模仿^[18]。在此基础上,本文想进一步指出,若有完善的市场机制,城市的生人社会还可凭借市场来实现商业模式的扩散和电商劳动力的再生产,且其影响力可以超越城乡边界。邱泽奇、乔天宇曾谈到数字技能的习得和政策环境的支持有助于乡村内部农户的共同发展^[19],本文将在经验上证实和拓展他们希冀但未完成的推论,即市场、国家与社会力量的合力可以将数字经济创造的红利推及城乡之间和地区之间,实现更大范围区域和民众的共同发展。

其次,已有部分研究发现,即使在熟人社会中,商业模式和数字技能的传播以及由此造成的增能效应也会因人而异,部分农民网商的收益远高于其他人。这一方面是因为不同网商拥有的资源禀赋不同^[14],另一方面也和电商市场不同阶段的竞争状况以及网商的入行时间有关。许多研究都提到早期电商创业的进入门槛低、技术难度小、资金需求少,农民在熟人致富的示范下通过既有的社会关系习得技术与经验,能够迅速投入市场获得收益^[20-21]。但时至今日,电商平台的门槛和技术难度已远超过去,市场竞争的激烈程度也远胜从前。在这种情况下,熟人社会原本高效便利的知识传播路径反而有可能给跟风创业的网商带来消极影响,如引导他们生产销售同质性高、技术含量低、品牌化程度有限的产品,相互之间简单模仿和低价竞争致使内卷严重^[22]。有研究发现不少早期的淘宝村已逐渐消亡,部分原因即在于市场竞争的激化导致生产销售上述类型产品的网商收入萎缩,网店经营难以为继^[23]。再加上平台管控的加剧,不少学者都对农村电商和更大范围行业发展的前景持不同程度的悲

观看法^[24-25]。在这种情况下,如何突破发展的瓶颈,更限度地发挥数字经济对从业人员的增能效应和对更广泛创业人群的溢出效应,推动不同人群和不同区域之间的共同富裕,便成了本文关注的重点。

综合上述两个方面,本文旨在反思以往基于熟人社会背景下数字经济促进共同富裕模式的局限性。尽管在地方实践中颇有成效,但我们认为这一以特殊主义人际关系为基础的模式具有明显的地域性和时间性。按照社会学家帕森斯的定义,人际关系可以分为特殊主义(Particularism)和普遍主义(Universalism)两种类型:特殊主义的行动者,其行为标准因人而异,取决于双方关系的亲疏远近;而普遍主义的行动者则更倾向于采取统一的标准对待他人^[26]。具体到熟人社会背景下数字经济促进共同富裕模式的运作,该模式在地域性上既受益于又受制于特定区域的亲缘与地缘关系,区域内的行动者既有可能因为上述关系获得数字红利,也有可能因此错失红利;而区域外的行动者,在没有外力(如政府)介入的情况下,大概率会被排除出受益范围。在时间性上,该模式早期对地方数字产业的培育和数字红利的扩散有至关重要的作用;但伴随平台技术的更新和市场竞争的加剧,它对行动者的影响可能趋向于利弊相抵,甚至弊大于利。鉴于我国市场化改革在不断加深,未来各地数字产业的发展势必会面对越来越深的市场卷入,如何在市场经济以及日趋陌生化的社会环境中探寻更多促进数字红利传播的渠道,尤其是更为普遍主义的、有助于更广泛民众共享数字红利的模式,应成为学界探讨利用数字经济推进共同富裕的核心议题之一。

二、数字红利普惠化的探索:案例与框架

2021年6月,中共中央、国务院发布《关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》,以浙江省为试点,开启了为全国实现共同富裕先行探路的历史性实践。其中,浙江义乌的电商创业实践可以为我们提供诸多数字经济促进共同富裕的鲜活经验。在这座被习近平总书记称为“改革开放以来浙江县域经济发展典型”的商贸城市,数字经济与实体经济深度融合、相辅相成,不仅孕育了推动当地经济持续增长的多样化产业形态,也创造了无数藏富于民的创业就业机会。2022年,义乌居民人均可支配收入达到78215元,连续15年居全国各县市首位。与此同时,该市当年电商交易总额达到3907.28亿元,同样蝉联全国县市第一^[27]。在创业就业人数方面,2020年当地工商登记的电商主体已累计超过28.07万户^[28]。除此之外,义乌周边的诸暨、永康、东阳等市也是崛起中的电商重镇,其居民人均可支配收入也都名列前茅。这些成绩的获得既得益于地方政府的发展策略,也有赖于当地及周边城市数字经济发展所带来的红利扩散。针对后一方面,我们认为相关经验至少可以总结出三条路径,分别是雇佣劳动的创业增殖效应、跨产业的联动培育效应和跨区域的创业示范效应。雇佣劳动的创业增殖效应指的是已入行的网商在雇用员工时,间接地为后者提供了职业技术培训、实践和提升的机会,从而催生了新一代的网商。跨产业的联动培育效应指的是电商产业的发展带动了周边配套服务行业,形成了规模化的商业生态系统,进而为其他创业、就业机会的涌现提供了土壤。跨区域的创业示范效应指的是不同区域的电商创业(培育)主体以多种方式学习交流经验,进而实现电商产业先发区域对后发区域的带动作用(三条路径作用机制的总结见图1)。通过提炼上述数字红利普惠共享的路径,本文意在为义乌经由数字经济促进高质量发展、建设共同富裕示范区的经验做初步的学理总结。

相较于熟人社会背景下数字经济促进共同富裕模式的特殊主义取向,上述三条路径可以将数字红利普及更广泛的陌生人群,不再依赖(但也不排斥)先验的亲缘与地缘关系,而是依托市场交易(有时会辅以其他)的方式将不同人群聚集起来进行创业经验、技术、信息、劳动力等资源的交换,最终实现更广泛的群体互惠。它们对地域性及其附庸熟人关系的超越令其更具公平性。进言之,以往(农村)电商研究大多聚焦于个案的本地性和电商产业自身,本文则希望将该产业的跨产业和跨地域影响都纳入分析范畴之中,由此将分析单位从一地的产业发展上升到更高层面的行业共生与市场整合。而在时间性的超越上,上述三条路径令数字经济从业者和更广泛的创业人群能够在任何时段入行,继而把

握市场脉搏。他们可以因时因需而动,或追逐风向发掘前沿市场,或通过差异化经营和行业分工的逻辑寻找细分市场,在尽力争取数字红利的同时减少同行内耗。尽管个体仍需面对市场竞争,但上述多元的探索形式会有效减轻创业人群整体的压力,部分创业者甚至还能利用市场竞争来创造新的财富,故而上述路径在时间上也更具可持续性。综合地域性和时间性上的双重超越,我们认为义乌的电商创业模式具有普惠型特征,是更具普遍主义意义的数字红利共享模式。

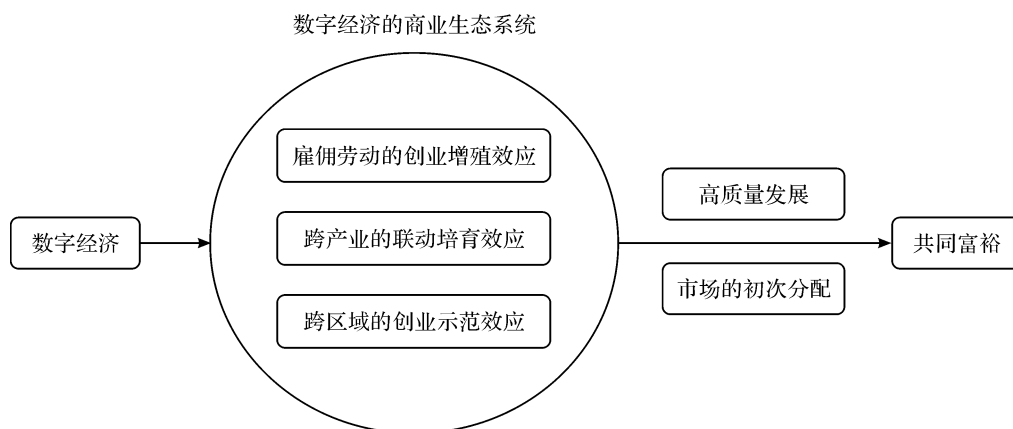


图1 数字经济促进共同富裕的作用机制

我们通过田野调查和扎根理论的方法总结出上述三条数字经济促进共同富裕的路径。田野调查要求研究者深入研究对象的生活世界,通过体察其日常生活来认识个体的自在属性、个体与社会的联结以及社会的运作机制。尤其针对社会的运作机制,田野调查可以让研究者借助微观的日常生活来解读宏观的制度与结构^[29]。本文体现上述研究进路的一个案例便是通过分析网店员工的高流动性成因以及雇主的应对策略来揭示义乌电商产业内部存在以雇佣劳动带动创业的机制。这是我们探索数字经济促进共同富裕路径的第一步。第二步是用扎根理论来引导我们从田野调查中察知的现象出发,通过对研究素材进行系统的编码、整理、对比和归纳,进而提炼出理论概念^[30]。由此,本文提出的三条路径(或三种效应)所涉及的现象未必仅限于义乌一地的数字经济场域,但其概念(或机制)的命名与界定具有一定的原创性,而非从既有的知识体系中演绎而来。当然,在具体论述这些概念机制时,我们也会将其嵌入既有的学术讨论中,例如以劳动社会学的分析方式来讨论雇佣劳动的创业增殖效应。在更高的层次上,我们将三条促进共同富裕路径运作机制的总和阐释为“数字经济的商业生态系统”(见图1)。“商业生态系统”这一概念在经济学、管理学中已有一定的讨论,学者们用它来指代以组织和个人的相互作用为基础的经济联合体,强调企业的经营环境是一个紧密联系的共生系统,在数字经济的场域中它包含了电商平台、商家、消费者等诸多市场主体^[31-32]。我们从经济社会学的视角进一步拓展上述概念,强调商业生态系统的社会嵌入性^[33],将劳动力再生产、数字产业与其他产业的互构以及超地域的产业联动都纳入这个促成共同富裕的商业生态系统。

为了解义乌数字经济的发展状况及其对从业者的具体影响,第一作者自2015年起便开始在当地进行田野调查。2015年3月到2016年2月,我们流转于三个电商产业聚集的城中村和一家职业院校,调查在淘宝、天猫等平台开店的网商,总计访谈106人,并对其中10位的店铺运营和日常生活进行了参与式观察。2018年7月到10月,在继续追踪上述群体的同时,我们开始关注从事跨境电商的网商,总计访谈35人。2020年和2021年暑期,我们又转向直播电商,在当地网红直播村中访谈了30位带货主播,并对其中12位的直播生意与日常生活进行了参与式观察。通过上述访谈和观察,我们留意到了电商创业对当地及周边区域多产业兴旺与创业者普惠增收的积极作用。需要再次强调的是,本文并不否认义乌电商创业的实践经验中也包含特殊主义的元素。正如社会学家刘少杰所强调的,市场改革中的中国社会

本就处于熟悉关系与陌生关系交织的状态^[64],故而义乌也有基于亲友、同乡、校友等关系形成的特殊主义创业形态。后文将会呈现义乌电商场域中多形态的人际关系、政府力量如何与市场机制协作促进当地数字产业和其他行业的发展,但重点还是在于揭示基于市场运作形成的普遍主义的创业形态如何推进数字红利的扩散,令更广泛的共同富裕成为可能。

三、雇佣劳动的创业增殖效应

数字经济扩散红利、促进共同富裕的第一条路径是雇佣劳动的创业增殖效应。在义乌调查时,我们注意到当地网店员工的流动性非常大,鲜有人能务工超过三个月,离职者大多自立门户成了新网商。而前雇主们对此习以为常,允许员工来去自由,最多要求离职者提前一周告知。通过访谈我们了解到,许多员工到网店打工的目的就是学习电商运营技术,以便今后自立门户。另一些员工起初没有上述规划,但掌握技术后也会萌生自己当老板的想法。可以说,相当多的义乌网商便是经此渠道培育的。那么雇主们为何会在有可能泄露商业机密甚至制造竞争对手的情况下为那些与他们并无熟人关系的新一代网商提供职业培训?这一雇佣劳动发挥创业增殖效应的内在逻辑是什么?许多雇主的回答是员工想走,他们想拦也拦不住。也有网商坦言他们自身就有打工“偷师”的经历,所以能理解员工的想法。这些回答道出了雇主们的无奈,但更深入的田野调查揭示了他们有一系列应对员工高流动性的策略,而员工们在很大程度上也接受了这些策略。我们认为,这些策略的施与受既可以从劳动关系的角度理解为雇主对员工的管理约束,也可以从创业增殖的角度解释为雇佣双方达成互惠共识的过程。

首先,考虑到员工的高流动性会给自身造成损失,雇主们会刻意降低用工成本,不与员工签订劳动合同,不缴纳五险一金,相互之间不构成制度化的雇佣关系,以便减少损失。如果有员工提出福利诉求,有的雇主会放弃招聘,声称自己的网店不是工商登记的企业,无法为员工缴纳五险一金,甚至他们自己都没有。有的雇主则会和员工签一个试用期合同,申明在短则一个月、长则三个月的试用期内不会为员工缴纳五险一金,只有过了试用期且双方协商续聘的情况下才会提供上述福利。之所以这么做,是因为雇主们相信绝大多数雇员待不满三个月。有的雇主还会压低试用期的工资。尽管政府和学界都在呼吁重视数字经济劳动者的社会保障权益^[65],但劳动者与雇主在实际的电商劳动力交易中达成了妥协:在不签劳动合同或只签试用期合同的情况下,雇佣双方都默认了员工的“临时工”身份,员工放弃福利,在物质收益和技能学习之间达成了一种双方都可接受的平衡。

其次,相当多的雇主设置了激励机制来管理员工,以便使后者的劳动价值最大化。尽管也有一些雇主录用员工后只让他们运营原有的网店,更多的人会让员工用他们自己的身份证开一家新网店卖雇主的产品,员工的收入构成包括基本工资和销售提成。之所以这么做,一方面在于雇主希望借此扩大销售,但更重要的是以此激励员工努力工作,创造更高的销售业绩。鉴于新网店属于员工自己,好的销售业绩既能让他们在当下获得更高的提成,也为他们今后自立门户打下网店销量基础。由于雇佣双方对后一点心照不宣,雇主这一策略实际上在员工中引发了一场类似郑广怀等学者所说的“老板游戏”,即每个人既是雇主的员工,又是自己(未来)生意的老板,因而更有奋斗的动力^[66]。而在雇主一方,他们雇用的不仅是员工,也可能是未来长期合作的代理商。用网商何先生的话来说,“员工迟早要单干,如果怕他们跟你竞争,那你就把他们发展成你的下线,那么他们单干后还能帮你赚钱”(访谈资料,20150525)。在我们的案例中,确有不少员工离职后还会继续销售原雇主的产品,直到他们找到更合适的选择。也是在“老板游戏”的引导下,网店的雇佣双方在利益上达成了一定的平衡。

最后,雇主在员工入职后虽然都会传授电商运营技术,但会采取分层化的策略。从客服技巧到平台自动回复设置,这些都属于网店运营的基本技术,员工完成工作必须掌握,因而雇主都会教。选品、图文制作、产品营销、平台活动申报等较高阶的运营技术则会针对不同岗位的员工专门传授,但细心学习的员工仍有机会接触相关技能。更高阶技术的交流通常仅限于雇主和其团队的核心成员,雇主们

会尽力降低后者跳槽或自立门户的概率。而对于那些入职不到三个月就想单干的员工,雇主们通常并不担心他们能“偷师”到核心的运营技术进而威胁到自己的生意,故而对他们的离职采取宽容的态度。在这种情况下,员工便需要发挥个体能动性,依据自身的能力于在职期间尽己所能地学习相关技能,同时评估自身离职创业的时机。由此,雇佣双方会在电商技术传授程度和工作时限上达到一种微妙的平衡。除此之外,有的雇主还会尝试和离职的员工形成君子协定,除非成为前者的代理商,否则后者应避免销售同类产品。少数雇主甚至会暗示自己掌握不少打击同行的手段,以此劝说那些不愿成为代理商的离职员工达成协定。网商刘先生对此解释道“只要员工单干后不卖同类产品,就不会对我们构成实质的竞争。技术学就学了,我们就当先富帮后富,做好事了”(访谈资料,20160111)。考虑到义乌市场上的产品很多,除非雇主的产品确实热销,否则不做代理商的离职员工通常都会另择其他,以减少熟人之间的冲突。

综上所述,尽管每位创业者通过受雇于其他网店来习得电商运营技术的程度有所不同,但网店的雇佣体制显然已成为义乌当地最重要的电商劳动力再生产机制之一(电商培训机构是另一发挥此功能的机制)。这一机制对经济条件不佳的创业者来说尤为重要,使他们能以更低的成本掌握电商创业所需的技能。来自河南农村的周小姐的经历具有相当的典型性。2010年,她从河南一所大专院校毕业后来义乌打工,先在别的网店工作了五个月,学会技术后离职创业。到2016年,她的两家淘宝店利润达到了25万元。在讲述自身经历时,周小姐谈到了经由雇佣劳动积累创业经验的优势,“我刚开始找过培训机构,问了几家觉得价格有点贵,还没赚钱先贴钱。后来想想要不就去别的网店打工,学了技术后再自己干,顺便也赚点钱,解决吃饭住宿问题”(访谈资料,20160203)。

然而雇佣劳动的创业增殖效应并不仅限于周小姐这样的新手,我们在调研期间还遇到过几位有多年创业经验却回到大网店当员工的电商老手。他们中有人因为冒进而创业失败,希望通过到大网店工作来积累东山再起的资金和经验;有的则是想利用大网店实验一些新的运营方案,借此避免由自身来承担实验的成本与风险。大网店的雇主清楚这些电商老手来打工的原因,但却十分欢迎,因为他们极有可能带来雇主自身未掌握的技术。罗先生是一位拥有一家天猫店和数家淘宝、拼多多店的网商,我们就曾私下问过他是否介意电商老手拿其店铺做实验,他回答只要店铺管理的最终决定权掌握在自己手里就不用担心,“做实验其实很正常,想赚大钱终究是要冒风险的。而且这本身就是摸索的过程,做成了也是我的宝贵经验,哪怕他们以后自立门户我也是受益人”(访谈资料,20180825)。

从给新手进行职业技能培训到给老手回炉再造的机会,义乌每个有雇佣关系的网店实际上都在扮演创业孵化器的角色,且总体上并不介意员工的社会关系、入行时间与离职时间。雇主与员工之间基于利益平衡达成的默契令电商主体犹如细胞分裂般不断增长。在更宏观的层次上,这一雇佣劳动的增殖机制与下文将要论及的其他市场配套机制一起构成了义乌吸引和培育电商创业者的商业生态系统,令不同背景的人都有机会创业(或就业),进而有更多的机会实现不同程度的收入增长。

四、跨产业的联动培育效应

数字经济扩散红利、促进共同富裕的第二条路径是跨产业的联动培育效应,其作用机制在于以电商创业带动周边产业,创造出其他类型的创业、就业和更广泛意义上获得财富的机会。总的来说,这些周边产业可分为两类,我们概括成“电商配套产业”和“生活服务产业”。前者与网商们的生意直接相关,如快递物流、网货超市、网店设计、产品摄影、电商培训等;后者则与他们的日常生活联系更为紧密,如餐饮外卖、休闲娱乐等。

电商产业催化周边产业的过程可以说是市场逻辑作用于网商和其他产业人员的结果,尤其是差异化经营的逻辑和行业分工的逻辑。部分电商配套产业直接脱胎于电商产业,如网货超市、网店设计、产品摄影。我们在义乌接触到的许多上述行业从业者都做过网商,或曾在网店任职,在经营或工作过

程中意识到网店经营本身蕴含了一个大市场,可以细分成产品采购、摄影、美工、运营等领域。考虑到网店竞争的加剧,这部分人便尝试凭借自身专长另立门户,如此既可以避免卷入竞争,又可以利用上述竞争来牟利。曾经开过网货超市,现在经营为带货主播供货的“供应链”商店的余先生就指出,“网货超市和供应链名头不同,实际上都是给不同类型网商供货的批发商。我有帮大网店采购的经验,知道哪些产品有成为爆款的潜质,知道如何找厂家以及如何跟厂家讨价还价。网商们到我这里拿货就可以避免到批发市场上瞎逛,我等于帮他们筛选好了产品。他们买一件我也给批发价,还能代发快递,这样他们就不用囤货了,减轻了资金和库存压力”(访谈资料,20210726)。

显而易见,余先生的网货超市和供应链商店实际上是从网店经营的分工中剥离出了一部分采购业务。这种做法一方面帮助他进入竞争相对较小的细分市场,更精准地定位客户,提高收益;另一方面赋予了他巨大的商业灵活性——从面向本土的传统电商到跨境电商,再到直播电商,无论风口转向何处,他都可以给新平台的网商供货。换言之,对细分市场的探索看似缩小了他的销售对象,实则增强了其生意的可持续性,令他超越了市场竞争的时间性,能以不变应万变。

差异化经营的逻辑同样也引导了一部分网商和其他创业者去从事快递物流这一独立于电商却又紧密联系的产业,促成更广泛的行业分工与协作。义乌的职业院校A学院是全国知名的网商培育基地,大多数学生的创业方式是在各大平台开网店,但也有少数人租教室办起了快递网点。这一跨产业的创业实践得以实现,一方面有赖于该校为数众多的电商创业人口和庞大的出货量,另一方面也得益于大部分中国民营快递企业所采取的商业外包策略。除了顺丰和京东,我国的民营快递企业多采用加盟制,将收件和派件业务外包给加盟商,企业自身主要承担干线运输和分拣中心的运营,其收入主要来自向加盟商收取的面单费、中转费和派送费^[67]。而加盟商只要能招揽到足够的客源,便可以凭借快递企业的物流基础设施来实现收益。收发客源的高度聚集使A学院成了快递企业在义乌的一个独立核算片区,不少创业学生通过承包这一片区内不同快递的收发业务初步实现了致富梦想。等到毕业后,这些加盟商进一步将业务拓展到其他区域,尤其是各大淘宝村和网红直播村。业务量的剧增使得原本单干或小规模合作的加盟商开始进一步外包业务,雇用快递员或招募下级加盟商,由此创造出更多的创业、就业机会。2019年从电商转投快递行业的金先生便向我们指出,“电商产业的风口变化很快,这几年淘宝、微信、拼多多、快手一个比一个火爆,每个平台都去尝试太累了,所以我转做快递。不管哪个平台火,最后发货都得靠快递,快递业才是最经得起时间考验的”(访谈资料,20210723)。

相较于网货超市、快递物流这类电商配套产业,生活服务产业虽与网商们的生意距离相对较远,却是其日常生活所必需的。以餐饮外卖行业为例,在义乌的电商村里参观,我们很少能看到各类网店的招牌,但却一定能看到众多餐馆和路边摊的招牌,它们招揽的消费群体便是村里的各类网商。此外,堂食只是这些商家的一部分业务,其更大的销量来自外卖。根据美团的数据,义乌的外卖交易额在全国所有县级市中排第一,而电商村又是该市外卖交易额最高的区域^[68]。这些村庄内餐饮外卖行业之所以兴盛,原因至少有两个方面。首先,绝大部分在这里创业的网商是热衷于“夜经济”、习惯外出聚餐和点外卖的年轻人,这一消费人口的偏好是当地餐饮外卖行业形成的基础。其次,不同类型的电商生意对从业者的日程安排有极强的影响,包括他们的饮食活动。例如网店生意要求店主长时间蹲守电脑接单,傍晚4点到7点更是通行的打包发货时间,他们无暇自己做饭,外卖便成了最便捷的饮食选择。而带货主播的工作时间通常是晚上7点到11点,凌晨0点到2点则是他们的夜宵时间,因此电商村中许多餐饮店的营业时间都极长,迎合了这类网商昼伏夜出的日程安排。笔者接触过多位由电商转行餐饮业的商家,他们对服务群体的特征喜好都颇为了解。曾做过主播的餐馆老板王先生便谈到了差异化经营的逻辑对其转业的影响,“北下朱的网红直播火了以后,很多人从全国各地跑到义乌来淘金,东北来的也很多。老乡见老乡都喜欢去东北菜馆,我觉得这是个商机,就盘了一家店。不过我时不时地还会在快手上发些我们餐馆的视频,做做营销”(访谈资料,20210728)。就此,王先生以自身的职业进路展示了电商经济跨产业的培育功能和整合能力。

值得注意的是,虽然跨产业联动培育效应一开始是以电商产业孵化周边产业,但当周边产业成形后,它们也会反作用于电商产业。一个显著的例子是在义乌电商经济腾飞后,当地乡镇政府兴办了不少电商产业园。就我们调查所及,这类产业园并不受网商欢迎,空置率很高。究其原因,这些园区坐落于市郊甚至远郊,在配套服务设施的齐全上远不如以城中村和城郊村为主体的电商村。曾经短期进驻产业园的卢先生便向我们细数了青口电商村的优势和产业园的不足,“产业园各方面条件都不如青口。网店装修、产品摄影这些服务,有经验的服务商不会去产业园,在青口客源更多。村里快递价格也便宜。更不用说创业论坛这些了。产业园虽然也有交流活动,但次数少,并且公开活动大家不会说真正的商业技巧。青口这边集中了很多电商人才,隔一段时间就有聚会,我们甚至可以在小吃摊上交流。大家都比较放松,交流起来更深入”(访谈资料,20180817)。

卢先生针对电商村和产业园的对比揭示了电商创业跨产业联动培育效应的理想结果,那便是形成以电子商务为中心的商业生态系统。基于行业分工和差异化经营的市场逻辑,电商村中不同的商业主体通力合作,围绕电商产业孵化了周边各类配套产业,它们构成的商业生态系统持续吸引着更多的人来此创业和就业,以长时段螺旋式发展的方式催生更多的新业态,由此激发的生命力便远大于电商产业园这类内部各产业未形成有机合作的基础设施。此外,在电商村中工作生活的人群本身也成为这些村庄商业生态系统的重要组成部分,人才的汇集进一步扩大了虹吸效应,看似平凡的餐饮娱乐场所都可以作为产业孵化和电商劳动力再生产的连结,令大众创业和数字红利的普惠传播成为可能。

五、跨区域的创业示范效应

数字经济扩散红利、促进共同富裕的第三条路径是跨区域的创业示范效应。以往关于淘宝村形成机制的研究揭示了村庄内部创业成功者的榜样引领作用^[24],但这样的示范效应往往受到地域性因素的限制,呈现由内到外逐渐递减的差序格局^[25]。而义乌电商创业的跨区域创业示范效应超越了上述限制,从两个方向实现了陌生人之间的数字红利共享:一是人们从其他区域出发到义乌学习电商创业经验;二是人们从义乌出发到其他区域传授相关经验,或者两者的混合。如果说雇佣劳动的创业增殖效应仅限于义乌区域内的电商劳动力再生产,跨产业的联动培育效应是在同一区域内扩大电商创业的溢出效应,那么上述双向的跨区域示范效应则是将电商经济带来的数字红利普及其他区域,实现先发先富区域对后发后富区域的带动作用。而由于网商群体能够紧跟市场风向,生发新的创业经验与技术,这种跨区域的带动作用便具备了长期性和可持续性。

自从当地的淘宝村、直播村成名,每年全国各地到义乌考察学习的人数不胜数,既有民间的创业者,也有官方考察团。个体创业者希望在义乌找到创业灵感和商机,官方考察团的目的则是汲取义乌的电商发展经验,以便应用到其当地的产业规划中。个体创业者的实现路径大体是通过在其他网店打工获得经验,前文已有讨论;而官方考察团则试图通过规模化的产业效仿和人才引进来实现数字红利的跨区域共享。在A学院调查期间,我们曾遇到江苏北部某县派出的考察团,A学院声誉卓著的电商人才培养模式以及它与一些电商村之间的产学结合模式吸引了考察团到此访问。由此,A学院接待苏北考察团的座谈会便围绕义乌电商产业发展、电商人才培养和创业人才经验分享三方面展开,前两项由校领导介绍,第三项则由几位苏北籍优秀创业人才来介绍。通过观察他们的互动,我们发现考察团的核心目标之一就是要将这些年销售额过百万元的创业人才引回去,以义乌经验助力当地电商产业发展。从后续的追踪调查中我们了解到,这些人才返乡后创办了新企业,带动了近百人的就业;同时他们还在当地的中专学校兼任创业导师,复制义乌的电商人才培养模式。

然而由官方考察团出面引进人才并非义乌电商经验跨区域流动的唯一方式。实现电商创业示范效应的路径既可以是外来者走进来学习(包括引走人才),也可以是立足义乌的网商(包括非义乌籍但在此地成就事业者)自发走出去传授。2017年乡村振兴战略提出后,各地政府出台了一系列鼓励年轻

人返乡创业的政策,经济社会环境的变化和故土情怀掀起了一股青年返乡创业潮。在我们熟悉的网商中也有一批返乡创业或在义乌与其家乡两边跑的年轻人。来自赣浙交界某县的邱先生是半返乡创业的佼佼者。他在义乌创业小有成绩后自觉有责任帮助家乡发展,便有意识地回乡挑选当地产品上网销售,但销路一般。此后,他又尝试在义乌市场上找一些工艺不算复杂的产品,委托其家乡的工厂代工。由于生产成本低,邱先生能以低于网上同类产品10元的价格销售,加上平台活动的助推,其网店一夜走红。源源不断的订单令其家乡亲友的子弟争相求教于他,邱先生便决定回乡组建数十人的电商团队,并且频繁地回去传授经验,也鼓励团队成员到义乌取经。在访谈中,邱先生坦言他之所以选择两边跑而非彻底返乡,主要还是因为市场变化太快,“义乌是电商市场信息的聚集地,在这里我才能紧跟市场动向,了解最新的运营技术,然后把这些经验传授给老家的人。如果彻底返乡,不要说帮老家发展了,估计自己一两年内也就落伍了”(访谈资料,20180902)。他的这番话强调了返乡创业的必要性,同时也揭示了彻底返乡有可能造成的瓶颈。正是这一具有前瞻性的考虑给他的乡亲带来了更大的数字红利。2019年义乌的直播电商兴起后,邱先生同时在两边团队启动了直播项目,利用义乌直播行业的信息与技术引导家乡的团队,继而在2020年直播经济爆发后获得了不菲的收益。也是在半返乡创业的过程中,他承担起了义乌经验与家乡发展实践之间的中介角色,努力放大义乌电商市场的辐射效应,令两地形成了更为持久的互利关系。

邱先生的跨区域创业示范既考虑了自身的利益,也充满了乡土情怀。与此相对,义乌还有一批脱胎自网商的电商培训师在以更为商业化的方式跨区域批量传播创业经验。作为电商创业跨产业联动培育效应的另一类典范,电商培训机构首要的目标还是赢利,但其商业活动客观上也促进了跨区域的电商劳动力再生产。在2015年调研时,我们曾参加一家义乌电商培训机构在邻县举办的推广活动,听众挤满了四百人规模的会场。机构创办人李先生先通过分享一些电商运营技术和营销手段来吸引听众,接着介绍了其机构优良的师资。他强调其机构课程的主要特色是“实操式教学”,每位学员入学后都要开一家自己的网店,每堂课都围绕网店经营的核心环节展开,导师手把手教如何注册店铺、选品、设计文案、选择物流、申报平台活动等。作为面向义乌以外新手网商的课程,李先生强调他们还有一个卖点,就是推荐优秀学员到义乌的知名网店实习,进一步学习大型网店的运营经验。针对已有一定经验的学员,机构还提供高阶课程,内容包括大数据分析、平台推广策划、网店风险管理以及平台公关服务等,引导中小网商成长。这些课程吸引了近百人现场报名。按李先生在活动最后略带调侃的说法,他的机构主要是通过帮学员赚钱的方式来给自己赚钱,同时也把义乌的成功经验传送到周边县市,“这就是你好、我好、大家好”(田野资料,20150723)。到了2020年,笔者在义乌的网红直播村调研时发现李先生又新办了一个培训机构,专门教授直播电商的运营技术,并在周边县市巡回宣讲。市场风向和热点平台的变化不仅没有给其生意造成障碍,反而持续创造着新的商机。而其营销活动亦将义乌经验源源不断地输出到周边地区,让那里的创业者也能跟上市场的步伐。

从民间自发或官方组织的通向义乌的考察活动,到立足义乌的网商和电商培训机构走出去传授经验,这些能动的个体和组织基于自身利益或更高远的志向所采取的行动使得跨区域的创业示范效应成为可能。相比于个体网店在义乌区域内的创业孵化器角色,义乌的电商主体在此情境中扮演的是跨区域产业孵化器的角色,因而具有更大范围的创业带动作用。与此同时,尽管也包含熟人关系的作用,这些主体的跨区域创业示范效应更加嵌入于市场经济背景下的生人社会,个体既可以利用已有的社会关系,也可以仅依靠市场机制来实现跨区域学习。开放的市场环境降低了电商行业的准入门槛,这也是义乌及其周边县市近些年电商主体迅猛增长的原因之一。当然,巨量的商家涌入不可避免会加剧市场竞争,但个体若能在掌握技术的基础上发挥所长,打造出自身网店与产品的特色,便仍有可能从市场中脱颖而出^[4]。跨区域的创业示范效应由此将义乌吸引和培育电商创业者的商业生态系统进一步放大,令不同地区有意愿和潜力创业的人群皆可获得相关经验,并结合自身实际加以实践,从而推动了不同区域数字经济更均衡的发展,为更大程度上实现共同富裕创造可能。

六、结 语

我国的数字经济历经近20年的高速发展,不仅成为国民经济的重要支柱之一,而且造就了全球第二大规模的数字产业。细数这近20年的发展历程,杭州、义乌等浙江城市一直站在中国数字经济的潮头浪尖,发挥着产业引领的角色;而其自身不断扩大的产业规模在推动当地经济增长的同时,也创造出了无数富民的创业就业机会。到了21世纪的第二个十年,党和政府选择了浙江作为探索我国实现共同富裕路径的试验点,《关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》等一系列政策文件多次强调要发展数字贸易、寻找消除不同群体数字鸿沟进而实现数字红利共享的有效方式,希望将数字经济整合成为促进共同富裕的驱动力之一。基于对义乌数字产业近8年的田野调查,本文初步提炼了三条当地数字产业从业者实现数字红利普惠共享的路径,以期为学界和政府部门总结浙江建设共同富裕示范区的经验提供学理和经验支持。

本文认为,数字经济在义乌经验中主要通过高质量发展和在此基础上市场的初次分配来促进共同富裕。数字经济驱动的高质量发展是以市场为导向的,做大的蛋糕再经由市场的初次分配来提高相关产业从业者的收入水平。已有研究指出,要在当下中国社会实现共同富裕,关键在于通过市场的发展奠定共富的物质基础,然后借助初次分配来实现民众的普惠增收,这两者的主导机制都是市场,政府和社会则在实现共富的后续阶段参与调节市场分配造成的不平衡^[1]。基于我们收集的材料,本文主要聚焦市场主导发展和初次分配的第一阶段共富实践,归纳出雇佣劳动的创业增殖效应、跨产业的联动培育效应和跨区域的创业示范效应三条路径,三者分别通过市场机制来实现产业内部的劳动力再生产、产业之间的交互影响以及区域之间的经验分享,最终促成数字红利在更广泛人群中的普惠扩散。与此同时,这三条路径共融所形成的商业生态系统也令义乌当地涉及数字经济的各类市场机制更为完整高效,吸引和培育着更多的数字产业从业者在此创业和就业。

那么义乌何以能探索出上述三条路径并建立起具有强大辐射带动效应的数字经济的商业生态系统?它为何会走上一条与以往农村电商产业集群地相当不同的数字经济促进共同富裕之路?限于篇幅,我们无法在本文中追溯义乌电商产业的发展历程,但该市自20世纪80年代初以来建立的批发市场体系与基础设施条件为21世纪后电商产业在当地的崛起提供了货物、人力、信息、物流等多方面的支持^[4]。这些具体的资源固然重要,但更重要的是向网商们源源不断供应上述资源的市场机制。如果说许多农村电商产业集群地的成功之处在于当地农民网商抓住了网络销售的机遇,以自身的生产能力对接线上市场的需求,但其线下的生产与生活组织形式仍然依赖乡村既有的熟人关系网络,以至于数字红利的扩散都受制于亲缘和地缘因素的限制^[9];义乌的网商则不仅在销售环节面向市场,其生产与生活的方方面面皆镶嵌在市场之中,包括以出卖劳动力或付费的方式学习电商创业的经验技术,其网店经营和饮食生活高度依赖其他配套产业的服务商,等等。这种全面拥抱市场机制的生计与生活模式既显示了市场对义乌当地数字产业的高渗透度,同时也揭示了基于市场运作成型的商业生态系统具有高社会嵌入性的特征,它将劳动力再生产、不同产业之间的共生聚集和超地域的产业联动都整合进了自身的体系,实现了市场与社会更大范围的互构。

以市场机制主导构建起的商业生态系统对数字产业从业者生产生活的全覆盖由此成为义乌区别于许多其他农村电商产业集群地的显著特征,也是这一特征导致了义乌与后者在数字经济促进共同富裕路径上的差别。我们认为这一研究发现同时具备学理和实践意义。在学理上,既有的文献聚焦于中国乡村的熟人社会关系如何促进数字经济的发展和数字红利的扩散,但这一以特殊主义人际关系为基础的模式有着明显的局限性,仅在特定时期有助于促进特定区域内特定人群的共同富裕。以雇佣劳动带动创业、以数字产业带动周边产业、以先发区域带动后发区域为特征的义乌经验突破了上述模式的局限性,借助市场机制来实现生人社会中更广泛的数字红利共享,更大程度地发挥数字经济对从

业人群的增能效应和对更广泛创业人群的溢出效应,从而创造更具普遍主义意义的数字经济促进共同富裕的模式。在实践上,通过归纳总结普惠型电商创业的义乌经验及其经济社会影响,本文亦希望启发我国其他地区善用数字经济来实现更全面的区域发展,增进更广泛民众的共同富裕。

参考文献:

- [1] 吕鹏. 全体人民共同富裕与社会学的使命担当 [J]. 社会学评论, 2022(6): 15-32.
- [2] 张伟怡. 新时代共同富裕研究的现状与展望——基于 CSSCI 数据库(2013—2021) 的文献计量分析 [J]. 广西社会科学, 2022(12): 89-99.
- [3] 王政. 我国数字经济规模超 45 万亿元 [N]. 人民日报, 2022-07-03(1).
- [4] 中华人民共和国商务部. 中国电子商务报告 2022 [M]. 北京: 中国商务出版社, 2023: 1-7.
- [5] 朱迪. 新业态群体的成长与共同富裕 [J]. 学海, 2022(1): 60-72.
- [6] 夏杰长, 张雅俊. 数字经济赋能浙江共同富裕示范区建设: 作用机理与实施路径 [J]. 浙江工商大学学报, 2022(5): 100-110.
- [7] 王宇航, 王栋. 新发展阶段促进共同富裕的数字路径 [J]. 社会科学家, 2021(10): 99-104.
- [8] 崔丽丽, 王璐静, 王井泉. 社会创新因素促进“淘宝村”电子商务发展的实证分析——以浙江丽水为例 [J]. 中国农村经济, 2014(12): 50-60.
- [9] 刘亚军. 互联网条件下的自发式包容性增长——基于一个“淘宝村”的纵向案例研究 [J]. 社会科学, 2017(10): 46-60.
- [10] 邱泽奇, 张树沁, 刘世定, 等. 从数字鸿沟到红利差异——互联网资本的视角 [J]. 中国社会科学, 2016(10): 93-115.
- [11] 曾亿武, 邱东茂, 沈逸婷, 等. 淘宝村形成过程研究: 以东风村和军埔村为例 [J]. 经济地理, 2015(12): 90-97.
- [12] 刘学. 照护型政府: 一项基层政府产业角色的研究 [J]. 学术月刊, 2023(1): 127-137.
- [13] 崔凯. 县域农产品上行中的电商使能逻辑: 基础场景与运行条件 [J]. 重庆理工大学学报(社会科学), 2021(10): 90-102.
- [14] 邱泽奇. 三秩归一: 电商发展形塑的乡村秩序——菏泽市农村电商的案例分析 [J]. 国家行政学院学报, 2018(1): 47-54.
- [15] 吴昕晖, 袁振杰, 朱屹. 全球信息网络与乡村性的社会文化建构——以广州里仁洞“淘宝村”为例 [J]. 华南师范大学学报(自然科学版), 2015(2): 115-123.
- [16] WEI Y D, LIN J, ZHANG L. E-Commerce, Taobao Villages and Regional Development in China [J]. Geographical Review, 2020, 110(3): 380-405.
- [17] 高飞. 梯度情感动员的双重过程: 社会治理共同体构建中的递进逻辑 [J]. 中国行政管理, 2022(4): 55-62.
- [18] YANG R. Space Reconstruction Process and Internal Driving Mechanisms of Taobao Villages in Metropolitan Fringe Areas: A Case Study of Lirendong Village in Guangzhou, China [J]. Journal of Geographical Sciences, 2022, 32(12): 2599-2623.
- [19] 邱泽奇, 乔天宇. 电商技术变革与农户共同发展 [J]. 中国社会科学, 2021(10): 145-166.
- [20] 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(4): 133-158.
- [21] 张树沁, 邱泽奇. 乡村电商何以成功? ——技术红利兑现机制的社会学分析 [J]. 社会学研究, 2022(2): 114-136.
- [22] 邵占鹏. 规则与资本的逻辑: 淘宝村中农民网店的型塑机制 [J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2017(4): 74-82.
- [23] 罗震东. 新自下而上城镇化: 中国淘宝村的发展与治理 [M]. 南京: 东南大学出版社, 2020: 93-96.
- [24] 聂召英, 王伊欢. 链接与断裂: 小农户与互联网市场衔接机制研究——以农村电商的生产经营实践为例 [J]. 农业经济问题, 2021(1): 132-143.
- [25] 邵占鹏, 甄志宏. 全视监控下网商价格竞争的形塑机制 [J]. 社会学研究, 2022(3): 45-67.
- [26] 郑也夫. 特殊主义与普遍主义 [J]. 社会学研究, 1993(4): 110-116.
- [27] 义乌市统计局. 2022 年义乌市国民经济和社会发展统计公报 [EB/OL]. (2023-04-11) [2023-06-22]. http://www.yw.gov.cn/art/2023/4/11/art_1229187192_4086603.html.

- [28] 吴峰宇. 2021中国县域电商竞争力百强榜发布 义乌位列榜首 [N]. 义乌商报, 2021-02-20(1).
- [29] 赖立里, 张慧. 如何触碰生活的质感——日常生活研究方法论的四个面向 [J]. 探索与争鸣, 2017(1): 104-110.
- [30] 吴肃然, 李名荟. 扎根理论的历史与逻辑 [J]. 社会学研究, 2020(2): 75-98.
- [31] 唐红涛, 朱晴晴, 张俊英. 互联网商业生态系统动态演化仿真研究——以阿里巴巴为例 [J]. 商业经济与管理, 2019(3): 5-19.
- [32] 李志刚, 杜鑫, 张敬伟. 裂变创业视角下核心企业商业生态系统重塑机理——基于“蒙牛系”创业活动的嵌入式单案例研究 [J]. 管理世界, 2020(11): 80-95.
- [33] 魏海涛. 从嵌入性到关系运作: 经济社会学研究的二重取向 [J]. 广东社会科学, 2022(5): 213-223.
- [34] 刘少杰. 中国市场交易秩序的社会基础——兼评中国社会是陌生社会还是熟悉社会 [J]. 社会学评论, 2014(2): 28-34.
- [35] 王宁. 从雇员到零工: 劳动者个体化中的劳动价值 [J]. 人民论坛·学术前沿, 2022(8): 33-43.
- [36] 郑广怀, 孙慧, 万向东. 从“赶工游戏”到“老板游戏”——非正式就业中的劳动控制 [J]. 社会学研究, 2015(3): 170-195.
- [37] 孙洁. 快递配送青年权益保障现状、瓶颈与对策建议 [J]. 中国青年研究, 2022(1): 28-34.
- [38] 皇甫博媛, 叶晨豪. “宇宙刹手中心”义乌: 小商品之都的全民电商之路 [EB/OL]. (2017-11-25) [2023-05-10]. <http://www.21jingji.com/2017/11-25/0NMDEzNzfMTQyMDgONQ.html>.
- [39] 刘杰, 郑风田. 社会网络, 个人职业选择与地区创业集聚——基于东风村的案例研究 [J]. 管理世界, 2011(6): 132-141.
- [40] 钱霖亮. 低度包装与本真性展示: 中小带货主播的阶层化数字劳动 [J]. 浙江学刊, 2021(3): 132-142.
- [41] 钱霖亮. 电商经济中的差序格局: 产业集聚、空间想象与数字消费不平等 [J]. 浙江学刊, 2023(1): 106-116.

A Universal and Inclusive Mode of E-Commerce Entrepreneurship Beyond the Acquaintance Society: Paths for Digital Economy to Promoting Common Prosperity

QIAN Linliang¹, LYU Peng²

(1. School of Humanities, Southeast University, Nanjing 211189, China;

2. Institute of Sociology, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100732, China)

Abstract: Using digital economy to promote high-quality development is part of the Chinese Communist Party and the Chinese government's plan to achieve common prosperity, since it can enlarge the material foundation of the commonwealth. Previous research on rural e-commerce has verified the path of promoting common prosperity through digital economy. Yet, because of rural acquaintanceship, this mode of e-commerce entrepreneurship is restrictive in spreading digital dividends to strangers and thus unsustainable during market changes. In contrast, local e-traders in Yiwu city, Zhejiang province, find three paths to achieving a more inclusive share of digital dividends, namely by fostering new entrepreneurs through employment in existing e-businesses, by cultivating relevant industries through e-commerce clustering, and by replicating e-commerce industrialization from advanced regions to newly developing regions. Driven by the market, this new mode of e-commerce entrepreneurship can get rid of the limitations of the rural e-commerce mode, which signifies a more universalistic model of using digital economy to advance common prosperity. With this Yiwu model as a guide, other Chinese cities may utilize digital economy strategically to achieve more comprehensive development and more people will enjoy common prosperity.

Key words: common prosperity; digital economy; e-commerce entrepreneurship; digital dividends



(责任编辑 张伟 洪小秋)