

产业发展过程中的政府与农民行为分析

——以苏北 S 县 Y 镇花木产业发展为例^{*1}

刘扬¹ 韩允²

(1. 河海大学公共管理学院, 江苏南京 211100;

2. 宿迁市委党校, 江苏宿迁 223800)

【摘要】:以苏北 S 县 Y 镇花木产业发展为例, 考察了花木产业从萌芽、确立并发展、繁荣及转型的整体过程, 分析了产业发展过程中基层政府与农民的行为及其互动关系。研究发现花木产业的发展得益于农民自下而上的探索与基层政府自上而下的推进;在花木产业发展过程中, 农民遵循“生计型”行为逻辑, 政府遵循“政绩型”行为逻辑。尽管行为逻辑不同, 却围绕产业发展形成了利益共同体, 而这恰是推动产业持续发展的基础和动力。据此, 政府在培育和发展地方产业时, 要注意寻求发展主体的利益结合点, 并遵循发展周期, 做出不同的发展策略, 这对于产业的长期可持续发展具有重要意义。

【关键词】:产业发展;基层政府;农民

【中图分类号】:C912. 82 **【中图分类号】**:A **【文章编号】**:1671-7465(2017)06-0014-13

一、问题的提出及相关文献回顾

(一) 问题的提出

对于区域经济发展而言, 产业是其核心问题。在当前经济发展中, 主导产业、优势产业、特色产业一直被重视或强调, 成为地方经济发展的标志及对外宣传的名片。S 县 Y 镇位于江苏省北部, 其独具特色的主导产业——花木产业, 不仅造就了优美的绿色环境, 使其成为著名的“中国花木之乡”, 更重要的是有效推动了当地经济的发展, 成为当地农民经济收入的主要来源。这样集“经济”与“生态”双赢的发展模式, 是长时间发展起来的。花木产业成为当地稳定的主导产业已经有长达近 50 年的历史。梳理 Y 镇花木产业“生命历程”发现, 区别于其他地区政府短期强力打造的产业项目, Y 镇花木产业经历了市场和制度的考验。在漫长的时间跨度中, 我们发现有的地方产业如昙花一现, 在市场化大潮中消声匿迹了, 有的则囿于制度或环境因素停滞甚至萎缩, 但是 Y 镇花木产业却契合了市场化进程, 抓住了诸如乡镇改制、改革开放、电子商务化等发展机会, 一路发展壮大。那么 Y 镇花木产业是如何在市场化进程中准确把握发展契机的?在契合市场化进程的选择上, 究竟是什么力量在发挥作用?以往的研究认为制度、市场与网络是影响产业发展的重要因素, 但是市场、制度与网络等之所以能够对产业发展产生影响, 在本质上还取决于在产业发展的具体行动领域, 不同自由行动者之间的权力关系建构与权力游戏, 这构成了推动产业发展与变迁的深层结构^[1]。调研亦发现, 在 Y 镇花木产业发展实践中, 参与发展的各方主体, 尤其是政府和农户, 其行为及互动丰富又耐人寻

¹ 收稿日期:2017-02-18

作者简介:刘扬, 女, 河海大学公共管理学院社会学系博士生, E-mail:hohaily@163. com;韩允, 女, 宿迁市委党校讲师。

味。本文以历时性视角，在历史发展背景下，结合 S 县 Y 镇花木产业发展的调查案例来考察在发展的过程中，政府和农民两大主体是如何选择又是如何互动的？他们的行为与互动如何形塑了花木产业的发展进程？

（二）文献综述

1. 产业发展过程中地方政府行为研究

产业是推动地方经济发展的重要支撑，一定区域内主导产业的确立与发展是地方政府关注的核心问题。为了便于分析，考察长时间的历程，我们把政府对待地方产业的态度分为两个阶段：

一是建国后至改革开放前。在这一时期，从最初的合作社到“三级所有、队为基础”的人民公社制度，基层政府被赋予强大的政治、经济和意识形态功能，对基层具有强大的管控能力。地方产业发展的基本特征就是完成上级的经济指标，为工业发展提供和积累资源。除了基本的粮食、工业、林牧业外，成规模的特色产业较为鲜见，大多数是以副业形式出现。在人民公社后期，由于物资短缺，社会需求加强，社队企业发展起来，并成为了后来乡镇企业的前身。为了完成政治经济任务，扩大物质供给，地方政府则成为社队企业的兴办者和推动者。

二是改革开放至今。改革开放释放了经济自由，激发了经济活力。在财政包干制下，地方政府想方设法增加自身财政收入，探索多种多样的致富方式，例如大办乡镇企业。尤其是在 20 世纪 90 年代分税制改革之后，基层政府为了完成任务目标，不断寻找经济增长点和突破口。培育壮大区域内优势产业成为其工作的重要内容之一。

为培育和发展区域内主导产业，基层政府会制定相应的产业政策，诸如工业突破、招商引资、项目推进、特色服务业打造等，着力构造产业发展的良性空间。学者们对中国经济转型期地方政府在促进经济增长过程中所扮演的角色进行了深入的研究，形成了诸如“地方法团主义”^[2]“地方政府即厂商”^[3]“地方性市场社会主义”^[4]“村镇政府即公司”^[5]和“政权经营者”^[6-7]等理论和观点。尽管这些观点立足于不同的研究对象，着眼于不同的分析框架，但是都彰显出地方政府在推动经济发展中的主导作用，这些观点被总结为对地方经济发展的制度主义解释范式^[8]，它认为在推动产业发展的多种力量之中，地方政府、制度设计及产业政策对于产业发展具有决定性意义，经济发展是由产业作为支撑的。那么，政府在主导经济发展过程中是如何通过相应的产业政策实现相关产业发展的呢？

研究者认为地方政府利用其强大的资源整合能力，主动作为甚至强势干预，通过制定产业政策和产业规划，提供政策或资金支持，营造发展环境，促进制度和技术创新等方式在新兴产业的培育、产业化、产业集群、产业转型升级、产业转移等过程中发挥了重要的作用^[9-13]。

本文以上述研究为基础，以 Y 镇产业发展为例，将政府行为放到产业发展的长时段中进行考察，对产业萌芽、发展、成熟，以及转型的各个阶段，以历时性视角来探讨政府在每个阶段的行为，而不仅仅局限于从计划到市场的这一转型期。

2. 产业发展过程中的农民行为研究

关于农民在生产或面对新经济的行选择问题是农村社会学研究的经典问题。一种观点认为农民的行为选择是基于生存伦理或者是道德伦理，而不是追求利润最大化。斯科特通过对东南亚农民的实践调查认为生存处于“水深齐颈”状况中的小农奉行着一套“道义经济”^[14]的行为准则，即生存和安全是第一位的，这种生存伦理或取向使得农民“宁可避免经济灾难而不是冒险去最大限度地增加其平均收益。他们宁愿选择回报较低但较稳定的策略，而不是那些收益较高但同时也有较高风险的策略”^[15]。另外一种观点则认为农民是“理性小农”，作为“经济人”，他们会通过对各种利弊的综合估量获得一个最终的判断，即是否会获得实际利益，从而作出最终的选择。但是这种利益绝不仅仅指的是经济利益。例如舒尔茨在对小农经济的分析认为农民是

否会接受某种农业新要素取决于该项新要素的“有利性”^[16]，当然这种有利性不是简单的销售收益，而是要扣除成本、预计的风险及其他剥夺。H·孟德拉斯在研究美国杂交玉米种子推广时对各个地区作出比较，发现不同地方农民接受新品种的程度是不一样的，并且受许多非常复杂因素的影响，比如生活水平、技术、投资成本、产量、质量和效用等等^[17]。郭于华在对这两种观点进行比较时指出，“对农民行为的分析必须放在其特定的、具体的生存境遇、制度安排和社会变迁的背景中进行。农民的选择在很大程度上受制于其生存境遇和制度性安排。处于生存危机边缘的农民并不是不去进行计算，而是没有可能去追求利益的最大化，当然也就无从进行计算”。^{[15] 109}

通过Y镇的案例调查我们也发现，农民在花木产业发展过程中的行为选择是复杂的，既有经济的考虑，也有基于生存的顾虑，更有制度的限制，在不同的经济水平和产业发展阶段，他们作出选择的倾向性是不一样的，必须放在具体的特定的历史环境下去分析。

3. 产业发展过程中政府与农民互动关系研究

在集体化/农业合作化时期，农民按照一整套制度参与农业生产，政府则通过控制经济分配和政治地位来管理农民，在强大的政治经济管控基础上，政府以“行政下乡”的形式对农民开展政治动员和行政控制^[18]，尤其在人民公社时期，出现了诸如农业学大寨、工业学大庆等具有高度组织化、动员力的产业发展模式。实行农村联产承包责任制以后，随着人民公社的解体、乡镇体制的逐渐建立，政府对农民高度的控制消失了，政治权力收缩，同时农民经济活动也减少了政治强制性特征。“实行联产承包责任制以后，政府领导农业生产的方式发生了根本性的变化，其总的特点是，改变过去强迫的、指令性的方式，更多采用指导、帮助的办法”^[19]。但是由于农业的非集体化和分灶吃饭的财政体制改革，极大刺激了地方政府发展经济的积极性，并且使工业发展成为地方政府推动经济的首选^[20]，1980年代乡镇企业的兴起即是典型，在从计划向市场的转型过程中，政府出现了公司化运作，在“地方政府即厂商”“村镇政府即公司”等的研究模式中，政府与农民的关系纳入到企业式运作模式中。在农村税费改革以后，基层政府与农民的关系开始疏离，基层政权出现“悬浮”与“空心化”迹象^[21]，为了推进产业发展，出现了一种新的联系机制——项目制。项目制通过共同完成一个项目将政府和农民的关系进行强化，建立起紧密的共事关系，之后随着项目的完成关系终结^[22]。马明洁则通过对燕乡政府推动洋香瓜种植的研究，认为在国家动员能力基本丧失的状态下，政府和农民合作的基础是结成一种利益共同体，这种利益共同体不是先在地存在的，而是不断地营造出来的^[23]，如产业项目的打造、乡镇公司化等等。

在Y镇的案例调查中，我们仍然采取历时性视角，从产业发展的阶段性特征来考察政府与农民的互动关系。我们假设，尽管二者行为逻辑不同，却在产业发展过程中形成了一个“利益共同体”，但由于每个时期二者利益的不同，呈现出或亲密或疏离的关系。

二、S县花木产业发展案例基本情况及研究方法

（一）基本情况

Y镇位于苏北S县，全镇人口5.3万人，共有4.3万亩耕地，而花木面积达4万亩。在14个行政村中，村村种花育苗，专业村占12个，共有8000多户种花大户，花卉品种共2000余种，是江苏省面积最大的花卉种植基地。2000年，Y镇被国家林业局、中国花卉协会命名为首批中国花木之乡。早在1990年代，该镇即成为无粮镇，农民广种花木，并以花木为生，花木产业是该镇的主导产业。

（二）Y镇花木产业发展历程

根据对花木产业发展历程的调研，笔者将其总结为四个阶段：

闲暇副业及萌芽阶段。该镇有着悠久的花木种植传统，坊间流传着许多与花木相关的典故与传说，人们对花木尤其喜爱，基本上家家有月季，户户结石榴，堂前屋后皆插柳。最初，农民在庭前屋后种植点花木，以作观赏之用。到了二十世纪六七十年代一些农民扦插花苗，如月季、栀子等，挎着小包出去卖，以“鸡毛换糖”形式补贴家用。这时候种花卖花还只是糊口的一个副业，并且限于当时的市场环境，只能是私下进行，分散且不成规模。

产业确立并发展阶段。从 1980 年代开始，花木生产逐渐成为一个产业。在市场放开允许自由买卖的背景下，头脑一向活络的 Y 镇农民开始大量种花卖花，由于利润可观，人们相互效仿，花木种植逐渐铺开来。同时政府开始重视发展花木产业，在政府的强力推动和政策指导下，花木产业蓬勃发展，人们纷纷从种粮改种花木，至 1990 年代后期 Y 镇出现了 S 县第一个“无粮村”，继而变为“无粮镇”。

产业繁荣阶段。2000 年左右，随着市场化和城市化的推进，城市建设尤其是绿化工程大大增加了市场需求，刺激了花木产业的发展。农民顺应市场需求不断扩大种植规模，一些种植大户开始大量租赁土地，推动了土地流转和规模种植。从事花木生产与销售的企业越来越多，不仅仅有本地的老板，也吸引了外商来投资，花木产业也不断提升质量，做大做强，出现了虞姬、绿苑等著名商标，逐渐唱响了沭阳花木品牌。花木产业的迅速发展，也引起了上级政府的注意，如 S 县提出并实施了“花木兴县”的战略，加强基础设施(电、网、道路)建设，加大融资力度，引导金融机构支持花木企业发展，推进产业化经营，积极引导花木产业链向公司化延伸发展，花木种植大户向运销大户延伸发展，花木产业基地向市场延伸发展。

产业转型阶段。2010 年左右，随着互联网的发展，Y 镇农民尤其是年轻一代的农民，又一次敏锐地嗅到了无限商机，开始在网销售花木，尤其是都市家庭喜欢的多肉植物，并大获成功，于是一发而不可收，网络销售如滚雪球般发展起来。2014 年，Y 镇荣获全国首批“淘宝村”荣誉称号。2016 年花木网络销售从业人员占镇总人口的 55%以上，花木网络销售连年增长，网销总额已经占全镇花木销售总额的 50%以上。S 县农产品销售总额位居全国县级第三名。面对迅猛的网络销售态势，县镇基层政府又一次将目光汇集到花木产业，积极打造电子商务示范基地，探索“互联网+农业经济”发展模式，以此来推进经济发展。

(三)研究方法

本研究主要采用质性研究方法，主要有文献研究法、观察法和访谈法。由于花木产业发展历史较长，笔者查阅了相关政府的文件、历史文献和网络资料等等，来了解和补充实践资料。在实际的调查研究中，主要通过对花木产业发展区域的具体走访和调查来观察其现实发展状况。访谈对象包括花木发展历史的当事人和见证人、政府相关部门责任人、普通农民、企业人员等，内容涉及花木产业发展的历史、农民种植花木的历程、花木企业发展、政府在花木发展中采取的措施等等，搜集各方的材料，依据不同主体的经验来增进对花木产业发展的整体认识。

三、产业发展过程中的政府与农民行为及其互动

(一)产业萌芽期:生计诉求与政策要求

Y 镇的花木种植与销售最初只是农民为了贴补生活的无奈选择。集体化时期，政府对市场进行打压和抑制，不允许私自买卖，农民为了补贴家用，只能私下偷偷摸摸进行交换。而恰在此时，农村集体也开始了基于花木的副业经营，农民和政府第一次有了利益交汇点。

1. 因穷思变:农民的生计探索

每个产业的发展既涵历史的“基因”，又具现实的“突变”性。Y 镇花木产业的历史原点则是“胡家花园”。据记载，胡家花园由当地胡姓进士始建于明代嘉靖年间，距今已有 500 余年的历史，历经时事变迁，这里胡氏后人把养花的技艺传承下来，

并向乡邻传授。起初乡人学习养花技艺多为装点自家堂前屋后的庭院，以缓释农业劳作的疲惫。到了1960年代，S县人多地少，极为贫困，在人民公社管理体制下，生产效率低下，农民很穷，只能维持温饱，甚至挨饿。为了养家糊口，一些农民辛苦劳作之余偷偷贩些花草，扦插些月季、吊兰等等常见花草，私下交易，补贴家用。

我那时候弟兄姊妹多，父亲身体不好，二十几岁就胃穿孔，不能种地就刻私章^②，刻个章三毛钱四毛钱的，赚不了钱……我母亲平时在自己祖辈留下的一小块地里种些梅豆、黄瓜、韭菜等，很辛苦……我们放学都需要放猪，割猪菜，天天晚上要推磨做豆腐……我们家没有劳动力就只能自己苦^③，一年到头都存不到粮食。（花木大户L）“穷则思变”：

有一年暑假，我父亲把自家扦插的小橘子、小桂花拿出去卖，因为在本地需求不多，他说要去临沂，我央求着他带我一起去。那是第一次出远门到临沂^④，但那也不好卖，又转到蒙阴，终于全卖了，共70块钱。我爸爸花了60块钱给我买了一块上海牌手表，当时在农村地区，这是最好的，我不到20岁就戴上了最好的表，别提多开心！也就是这一次开始，我书也不读了，就专门出去卖花。（花木大户L）

花木大户L是当时贫困农民中的一个典型代表，迫于生计的压力，凭借当时村里的花木资源，开始偷偷地到外地卖花，尝到了赚钱的甜头，激发了巨大的动力，他后来成了村里第一个万元户，并带动周边的村民开始种花、卖花。

在集体化时期，从事花木经营还只是个别农民的自发行为，花木买卖只是一个补贴家用的副业。由于制度变革的滞后性，1970年代末1980年代初的苏北，私自买卖商品仍然是不被允许的，那叫“资本主义尾巴”，虽然一些农民在外偷偷卖花，但存在风险，一旦被查到，不仅没收资产还被处罚。花木买卖在群众中萌生了很大的动力，但是在官方还没有被承认。

2. 合法性身份支持——集体经济副产品

从基层政府层面来看，1970年代至1980年代初，在人民公社体制下，政府为了发展集体经济，响应上级政策要求，探索多种经营。基层政府借助村里的花木资源，兴办了一些社队企业，例如在当时S县Y镇所属人民公社下，花木经济发展较好的YX村就建立了村级经济实体——YX花园。

那是政府搞的，三级所有，队为基础，就把村里所有的花集中起来，都集中到这个花园里，它这个相当于入社的。当时想入社的话，社员将自己家里好的花草都集中到这里来，就成立了大队花园，这个花园就是集体的，当时这里面产了不少好东西，那是七八年的时候。（花木大户L）

1985年左右，镇里也为发展乡镇企业，成立了Y镇花木公司。

当时镇政府注册了大概5万元，弄了17亩地，成立了这个公司……我们的土地一直都是租生产队农民的，由镇里给钱，比如说免提留，减上缴之类的，就这样免……由一个老的村支部书记牵头，工作经验丰富而且比较喜欢弄花……用钱呢都是镇政府投资一些钱，出去到浙江啊广东啊调一些盆景，栽一些小盆景，17亩地大概有5亩地搞这个盆景，还有10来亩地搞地栽苗，还有一点地繁育小苗。

当时这些集体企业为推动花木发展作出了很大的贡献。一方面在市场尚未放开的早期，它们为农民个体经营花木买卖提供了合法性身份支持，农民卖花有了正规的输出渠道。

² ①即姓名章，在集体经济时代，农民领取粮票、布票等一些钱款粮物需要盖个姓名章，以代替签字，因为当时绝大多数农民是不具读写能力的。

³ ②即苦钱，当地说苦钱即赚钱。

⁴ ③S县距临沂有近150公里。

当时出去都要介绍信的，你没介绍信出去工商都要抓你的，说你这是投机倒把。所以我们镇里成立这个花木公司，给了我们农民出去卖花的这个途径，它是正规渠道了。证一拿出来，我是Y镇花木协会的，我出来卖花我有单位，所以每个人出去卖花都要开个证明。原来都是村里面开个证明，后来我们镇里成立花木公司介绍信整天开，你出去就开介绍信，（出去）多少天开多少天，那时候没有介绍信住宿都不给住。我们有的拿着这个去找单位，比如到税务局，问你要不要花啊，我卖点给你。还有的摆地摊，现在还有摆地摊的，我们小月季啊栀子啊这些大路货就可以摆在路边卖。（花木协会会长G）

另一方面通过带动和影响，推动了花木生产与销售在农民中的扩展。由于集体企业的运行需要许多工人，因此一些农民很自然地成为集体企业的员工。越来越多的人通过集体企业这个平台接触到花木种植，不仅如此，通过外出推销，也渐渐接触了市场，熟悉了买卖过程，这为一些人脱离企业单干奠定了良好的基础。

当时我们公司招了一帮人去各地方去跑去推销去联系，然后和地方上人接触，他们跑了一些后就自己可以单干了，这些人回去就搞得很好了，他就跑跑弄弄，自己搞一点苗，当时往山东、河北、山西啊多一点。（花木协会会长G）

这花木公司（管理）很散，一开始是给农民工人开工资，后来农民自己去跑，拿苗子给苗子钱，出去赚钱都是你自己的，你带人来，或者你出去我们开介绍信给你，当时就是这样辅助的。（花木协会会长G）

从这里可以看出，集体经济实体极大地推动了花木产业的发展。据统计，到了1990年以后，Y镇已经出现首个无粮村。

（二）产业确立和发展期：政府主导与农民抉择

1990年代，制度与市场的双重解放促使各级政府都在积极谋求地方发展的动力，创新创业成为一时潮流，而选取合适的产业和经济项目来促进经济发展成为县政府和乡镇政府的重要工作。作为农民副业的花木经济效应初显，乡镇政府决定将花木作为兴镇强镇的主导产业，并开始主导推进。花木经济进入了政府的发展目标，从此政府开始对花木市场进行强势干预，农民依据自身状况作出不同的选择。

1. 镇政府的“软硬兼施”

Y镇花木公司从1985年成立到解体大概经历了10年，而其下辖的YX花园也由于集体管理和经营不善，在1990年代初被私人承包，这正契合了当时全国范围内乡镇企业的发展轨迹。有的乡镇企业找到新的市场走向良性发展之路，有的却面临倒闭的厄运。所幸，S县的花木产业属于前者，1995年以后，花木产业的发展出现了一次大的飞跃。

在1990年左右，由于镇花木公司和村集体花园的带动，周边村民陆续从事花木种植与买卖，花木发展发源地YX村已经没有人种粮食了。时任镇政府主要领导人X意识到了花木经济作为地方的传统和特色，能够成为地方经济的主导力量，决定在全镇普植花木。

其实最大的一个飞跃的时间还是在九几年，大概就是1997、1998年的时候……他刚过来的时候是镇长，1年（后）就是书记了，当时在我们这地方做镇长做书记的时候，他就想做事，你看他那时候就30多岁……他当时就说，你们下去只要是没有哪个文件说不能做的事那都能做。（老支部书记L）

X作为政府的主要代言人，他释放了一个信号，即“法（文件）无禁止即可为”，为当地人创新创业提供了支持。而此时，全县为了摆脱贫穷、推动经济发展，推行了“离岗创业、在岗兼业”政策，许多领导干部可以离开工作岗位在外兼业创业，离岗期间，工资照领，职务、待遇不变。一些乡镇领导干部直接投身到兼业创业中。此外，各部门各单位也要分配任务，完成创业目标。这间接推进了花木产业的发展。一些干部为了完成创业任务，主动或被动承包土地开始花木种植，从而开启了花木经营，

这导致的结果是到 2000 年初，Y 镇的机关干部，基本上家家都有苗圃，个个都是经纪人。

X 以强制性措施推进种植花木。

凡是我们 Y 镇这边沿路的村民的地，全部不允许种庄稼，你种了我们乡里面就来人给你薅了，那时候我们点棒子什么的都给薅了。许多人不认同，有的人宁愿把地租给别人也不弄，后来沿路 50 米的这些地方就分租给了一些大户、单位(包括乡里农电站、邮电局、银行等都弄一块)、领导干部等，包括我们都去弄一块，一家弄几米，这一段是你家的，那一段是他家的，就这样把这 50 米的地方强制栽起来了。(老支部书记 L)

在 Y 镇积极推广种花木的时候，一个关键性事件出现了。县里为摆脱经济困境尽快致富，在全县推广杨树产业，主要是杨树生长快、树型大，材质适合工业应用，经济价值高。县里要求将任务层层分解，分解到村组、田块，责任落实到人头，规划落实到每季、每月，时限落实到每周、每天，并要求层层一把手负责，一级管一级，一级带一级，一级抓一级，包括房前屋后、路边坟场等都不放过，做到应栽尽栽。但是 Y 镇面对县里的政策，对上采取了“应付”的软策略，依旧种植花木。最后，县里由于看到花木销售实实在在的利益才对镇政府的应付不了了之。

2. 农民的主动和被动

农民的态度是不一致的。在这一时期，花木种植中心在 Y 镇 YX 村及周边部分区域，一些率先自己探索的种花农民已经成为大户，他们主动顺应政府行为，扩展种植规模。例如当时的花木种植户 L 在 1987 年就主动承包了本村一家农户的几亩地，开始潜心钻研花卉育苗和栽培技术，全身心投入花木生产与经营，仅第一年就获利 1 万元，成了当地第一个万元户。随后逐渐扩种到几十亩。1990 年承包了村里的 YX 花园，规模不断壮大起来，带动了周边几十户农民迅速发展起来。部分大户作为“经济能人”受到政府青睐：

由于我做得好，政府比较重视，当时给我到县林业局搞个编制，叫林业站站长，专门搞花木这一块，天天跟他们这个领导下去搞花木拓植。我干得好能现身说法，大队书记、村长也跟我认识了，熟了，说你看看能不能这个村搞个苗圃，那个村搞个苗圃，就每个村搞个苗圃，后来慢慢发展起来。(花木大户 L)

花木大户对普通农户带动作用较强，基层政府就将部分大户吸收为政府工作人员，积极引导大户现身说法，示范带动，加快花木拓植。而大户则借此完成了政治追求，形成官商互构格局。

但是对于花木种植中心以外的大部分农民来讲，还是第一次接触到花木。一开始，他们并不支持。许多人都觉得有风险，能否卖出去？是否比种粮食收益大？将粮食作物毁掉去种植风险未知的花木，对于大部分农民来讲是要慎重行事的。因此在一开始的强制推广中，许多老百姓不接受种植，在政府不允许种植除花木以外作物的情况下，奉行保守主义的农民索性将地租给愿意栽种的大户，从而保证自己在年尾起码能够有份地租收入。以 X 为首的干部利用基层政权的力量强制推行，并以身示范，带头种植。栽种一年后，苗木销售获得了丰收，首个“敢于吃螃蟹”的人获得了很好的收益。农民看到了切实的利益，纷纷效仿种花，就这样大概一两年后花木面积迅速拓展。2000 年左右，Y 镇就率先消灭粮食田，成了无粮乡镇。

(三)产业繁荣期:迈向市场的共同行为选择

一种产业的持续发展，种植只是开始，销售获得收益才是最终的目的，因此要不断提升花木品种的质量和市场竞争力来扩大市场占有率。在“追求利润，持续发展”的共同追求下，政府和农民依据自身的市场体验作出了不同的反应。

1. 以大户为主体的市场参与

以L为代表的大户是最早一批发展起来的人，也是最早投入到市场大潮中的人。早在政府推动花木发展并将此确立为该镇主导产业之前，他们便已经经营起了花木生意并且做得风生水起。在政府大力推动花木产业发展时积极主动承包土地、扩大规模、成立公司。随着花木种植规模的扩大，花木产业销售成为了一个重要问题。农民为了寻找市场，主动跑到外地甚至是省外兜售花木。例如跑到山东、湖北等地，开辟市场，并开始在省外成立花木公司。

“我成了万元户后，胆子就大了，承包的土地越来越多。一个人干不了，就雇人干，那个时候穷啊，老百姓在我这干活的，2块3块一天，领一份钱吃一顿饭，那时候不孬了……后来呢就发展发展，我就从外面引进品种啊，扩大生产啊，周围老百姓也跟着学着干，有的时候就拉到我这里来卖，一起卖出去，我相当于中间商了，经纪人了。后来我又搞了个运输队，往外面挖苗子，一车车朝外拖卖。”（花木大户L）

一些大户成了走南闯北的经纪人，到了2000年以后，S县花木经纪人队伍遍布全国各地，花木也随之销售到全国各地。花木公司也不断提档升级，做大做强，不再局限于种植和销售，而是集花木研发、生产、销售，园林绿化工程设计、施工、技术服务，农业生态观光旅游于一体，一些成为了地方龙头企业。普通的农民则紧跟趋势，有的扩展种植规模，有的则将土地流转后租给大户或企业，平时给大户或企业打工，成为了农业产业工人。

（1）引导花农学习：加强技术培训与品种引进

花木在全镇栽种以后，为了进一步发展，X主动带着村民去外考察开阔眼界，请专家来培训，从外面引进品种，从而进一步夯实花木产业的基础。

他很开放，每一年带着我们村组干部去参观，浙江金华、萧山、慈溪等都去过，我们江苏这一带都去过。各村大户，带出去至少两个大巴车，最多的时候有四辆大巴，上百人到哪住宿都不好找地方。带我们出去到江西去买种子，找南林大的教授来给我们讲课，进行新品种推广。我们这边有很多新品种，都是那时候发展起来的，有的品种现在供不应求，就到现在还是买不到。（老支部书记S）

光有农民的自发性滚雪球式发展，难免会陷入同质性和产品落后的问题，对此，基层政府通过学习先进技术和知识、引进和拓展新品种，保持了花木产业的可持续发展。

（2）支持市场行动：加强企业帮扶与公共服务支持

花木产业确立和发展以后，政府围绕花木产业的发展做了大量的支持工作。主要有：一是推动地方企业发展壮大。2000年左右，许多花木经营大户拓展了市场，成为了经纪人，一些甚至成立了公司，开始了正规化运作。政府积极推动花木企业发展壮大，在项目竞标、资质申请等方面提供便利。二是推动基础配套设施建设。随着花木产业迅速发展，货运量加大，原来的乡间小道已不适应大货车运输，用电用水加大，网络通信也随着淘宝时代的到来亟需加强。因此政府在道路的扩建与修整、电力设施配套、通信设施配套等等做了改善提升工作。三是加强宣传和形象展示。成立了花木博物馆，展示了其花木产业发展的整个过程及特色产品。通过举办各种活动，如盆景展示节、花木节、花木展销会等等，进一步推动了花木产业走向更宽广的市场。四是政策引导与推动。出台了相关政策如关于高效农业奖励办法、关于花木产业发展规划、关于推动电子商务实施办法等等。这些都为花木产业发展提供了良好的政策环境。

（四）产业转型期：底层创新与政府规制

在花木产业从实体销售向网络销售的转型过程中，巨大的商业利润刺激着花农不断扩大淘宝销路，面对市场的变化，农民再次呈现了内生性创新。基层政府迫于政治与经济考核的压力开始了新一轮产业打造。

1. 网络时代的农户花木“淘宝”

2010年以后,由于网络的发展,一些经纪人开始在网络平台上创建网页进行宣传销售,年轻农民在父辈经营花木基础上开始做起了淘宝,将花木产品销售到全国各地。S县几十万亩的花木种植面积是花木电子商务发展的重要基础。据统计,在新常态发展背景下,线下花木销售受大环境影响业绩下滑,但是线上销售却风生水起。2014年YX村成为全国首批“淘宝村”。在基层政府没有介入的情况下,花木产业已经出现了再次转型。2015年度全国淘宝村/淘宝镇名单发布,S县的3个镇获评“中国淘宝镇”,22个村获评“中国淘宝村”。Y镇成为全国首个实现淘宝村100%全覆盖的乡镇。S县成为全国五大淘宝村集群之一。目前,该区域已经从线下的实体市场、栽培管护、物流批发,再到相关的配送,基本上形成了一条完整的产业链。

2. 后税费时代政府的产业引导与打造

自2006年起农业税取消后,花木产业作为农业经营的一种,无需再向上缴税,个体农民花木经营所获得的收入都归为己有,基层政府也由于GDP考核的导向和影响,将大部分精力放在了发展和引进工业企业项目上。我们是典型的“富民不强镇”,老百姓经营花木赚了钱攥在自己的手里,我们拿不到。因为它属于农业收入,不要交税。我们镇花木搞得很好,但是我们每年县里经济评比在众多乡镇都属于末位,和XX镇比不得,他有花木产业,同时他还有几个厂,加工些花木、塑料盆啊等,他们有税收。(镇工作人员Y)

但是在“互联网+”的影响下,县政府开始从上至下重视电子商务的发展,例如推出“一乡一品一店”电子商务发展策略,针对网络创业人员提供了政策支持、培训,建立了电子商务孵化中心。县政府重点抓电子商务的发展,并将其纳入对各级基层政府年度考核的重要内容。

基层政府不得不再次重视花木发展,将打造花木电子商务纳入工作重点,比如招引花木公司、建立新花木项目等等,这些将对年度考核有重要影响;另一方面希望在花木发展中获得经济利益,比如将集体土地或厂房出租给花农做淘宝。但是花木电子商务时代,政府的介入并不像以往那样容易。一方面政府因注重工业项目的发展,在一段时间里对花木发展的关注有所减少,花木产业也在农民的自发探索下迅速发展,并且在淘宝巨大利润的驱使下强化了发展的内生动力,农民对政府的依赖相对减少;一些电商农民表示,自己通过学习做起了淘宝,在此过程中政府的帮助微乎其微。他们现在最大的担心是政府对个人征税。

另一方面之前的税费体制改革和乡镇体制改革使得政府可供支配的财政收入减少,基层治理权力弱化[24],基层政府不能再像以前一样强制干预,基层政权呈“悬浮”状态。

基层政府的短暂退出与相对无为,让他们再度参与到花木产业发展的新阶段——电子商务发展阶段非常被动。

作者:C镇长,您现在花木电子商务推进工作怎么样?

C镇长:非常不好做。他们(淘宝花农)都很忙,大部分时间不愿意和我们多谈。^⑤他们希望我们帮助建立一个立体的淘宝供货市场,我们正在努力。他们现在用自己的民房,成本较低,本来这些东西存储也没有什么特殊要求。(Y镇长C)

为了应对上级的考核和拉动当地经济的发展,S县经营花木产业的乡镇政府再次行动起来,他们积极推进花木电子商务的发展,如大力推进“一乡一品一店”电子商务发展战略,建立电子商务服务中心,着力淘宝镇和淘宝村的创建,加强配套设施建设等等;此外为了规范淘宝花农的市场行为,提升产品质量,政府也主动出面进行矛盾调解和市场监督,正面引导花木电子商务的发展。但是基层政府的这些行动更多地是对花木产业及其相关行动者进行管理、规范和引导,从原先产业发展的主导者

⁵ ① X镇长已经朝一个淘宝经验大户跑了无数次,包括多次带人参观考察以及自己来商谈,他希望淘宝大户能够搬到镇里前几年大兴厂房建设遗留下来的空闲厂房里,带动其他淘宝户都能集中到那,从而解决资产闲置问题,集中经营,打造淘宝一条街。

变成了服务者。

四、产业发展过程中政府与农民的行为分析

本文将苏北 S 县 Y 镇产业发展分为四个发展阶段，在每一个发展阶段，农民和政府以产业为中心，做出了不同的行为选择，参见下表。

表 1 花木发展过程中政府与农民行为

阶段	农民	政府	二者互动关系
萌芽期	自种偷卖	打压	不一致
	参与到花木社队企业	建立花木社队企业	一致
确立并发展期	大户主动拓植；普通农民被动种植	强力拓植	不一致
繁荣期	主动拓植并开拓市场	引导、帮扶、宣传	一致
转型期	主动探索新的发展方式	由放任发展到重视发展	不一致

从农民来看，其行为基本呈现了自种自卖—与政府合作广泛拓植—不断探索逐渐发展壮大的轨迹。在最初，花木发展仅仅是个别农民发财致富的主业，大部分农民仅仅将其作为一种贴补生活的副业，到了 20 世纪 90 年代在政府的强制推动下被迫改粮种花，市场不断释放的机会和利润让花木种植不断扩大并固定下来，从此花木成为农民赖以生存的基础。在调研中笔者也了解到，花木销售并不是年年都好，但是农民为了生活，不管年景好坏，始终将花木作为生产的核心，并围绕花木进行积极营销，以获得生活所需。

从基层政府来看，其行为基本呈现了打压—强制种植—推动壮大—忽视—再度介入的轨迹。在最初，基层政府作为管理者，对于私自买卖花木者进行打压。20 世纪 70 年代为响应上级号召兴办社队企业——花木公司；20 世纪 90 年代为推动经济发展强制农民改粮种花，并积极推动花木走向市场，发展壮大；21 世纪初，基层政府开始将工作重点转移至别处，花木产业发展纳入农业常规工作；目前，为了完成考核任务，基层政府再一次重视花木发展。

由此我们可以看到，对于大部分农民而言，他们的行为围绕着“生计”展开，是基于生存型或生计型行为策略，在“鸡毛换糖”阶段，迫于生存压力，花木兜售仅仅是为了贴补家用，而非最大化追逐利润；在镇政府强制拓植期间，农民一开始的犹豫

与抵触也是基于家庭基本生活保障的考虑, 尽管预想花木能够带来巨大收益, 但是农民却不敢冒“不确定”的风险; 在稳定发展阶段, 不管年景好坏, 农民依然在执着经营, 并积极寻找销售途径; 在网络“淘宝”阶段, 大部分农民依然是以微利多销的方式展开, 许多农民线上线下同时销售, 一开始网络销售仅是线下销售的补充, 因它弥补了实体销售下滑所带来的损失。相较于基层政府而言, 农民对花木产业发展更为关心, 尤其是当它成为农民赖以生存的唯一经济作物以后。当花木产业发展的好坏与农民的收入直接相连后, 不需要外在的强制, 农民则主动将精力投入到花木生产与销售中。因此农民往往能够准确捕捉到市场需求信息, 对市场更为敏感。早在集体化时期, 农民就感受到了市场对花木的需求, 开始了鸡毛换糖式交换; 改革开放后, 主动抓住市场契机, 开拓花木市场, 投入到市场竞争中; 在互联网时代, 利用网络平台, 实现了实体销售向网络销售的转型与飞跃。在每一次制度和市场的变革中, 花农都收益巨大, 成为了市场的幸运儿。

而对于基层政府而言, 其行为主要围绕着以下几个方面展开: 一是政绩, 二是财政收入, 三是民众认可。在此案例中我们可以看到, 基层政府发展花木产业最重要的目的是政绩, 即获得上级的肯定与奖励。在每一个发展阶段, 基层政府的行为选择最首要的是完成上级政府的考核任务, 即上级考核是政府行为的风向标。例如打压私卖花木、建立社队企业、打造淘宝镇村等等, 首要的原因是上级的鼓励或考核。20 世纪 90 年代末, 当基层政府将花木作为主导产业在全镇推广并获得成功后, 基层政府的效用达到了最高峰, 一是通过花木产业的打造获得了政绩, 二是通过花木经营获得了财政收入, 三是老百姓通过花木赚到了钱对政府充满了认可。因此花木产业带来了全面效用, 成为基层政府经营的成功案例。到了 2006 年前后, 国家取消了农业税, 花木产业作为农业产业的一种, 政府无法再向其征税, 而花木产业打造的政绩效应也随着时间的推移而逐渐减弱, 花木产业对于基层政府的正面效应逐渐淡化, 于是基层政府将关注重点转移到了工业企业和招商引资等, 将花木产业纳入农业项目的日常管理, 于是出现了花木产业平稳发展的几年。而 2010 年以后, 随着“互联网+”的发展及相关政策出台, 农村电子商务发展被纳入年度考核目标, 基层政府再次重视花木产业发展, 但是即使这样, 政府大多还是围绕能够带来名誉的“淘宝镇村的打造”和能够带来财政收入的“花木相关企业”展开工作。鉴于政绩因子影响政府行为的重要程度, 我们暂且将其行为逻辑称为基于政绩发展型的行为策略。

由于二者行为逻辑的不一致, 在产业漫长的发展过程中, 对待具体问题, 难免会发生冲突或不一致的情况。比如在花木拓植阶段, 乡镇政府强制性要求花农将庄稼毁掉改种花木, 这种激进措施与农民的生计利益发生了冲突, 在看不到实际利益的情况下, 农民产生了抵触。在看到收益后, 农民选择了合作, 并主动拓植。在农业税取消以后, 政府则将工作重点放在了花木以外的产业。在网络销售阶段, 农民则担心政府介入会损害其既得利益, 再度出现排斥。但是尽管有冲突, 我们发现政府与农民最后依然达成合作并取得了产业发展的成功, 其原因何在? 笔者结合历史发展的进程归结于以下几点:

一是基层政权权威性的发挥。从产业发展过程我们看到, 在产业拓植阶段, 尽管农民不情愿, 政府的强制性手段依然获得了成功, 而这成为 Y 镇花木产业发展的关键点。这得益于当时政府垄断型权威 [25], 所产生的高度权威化促使农民高度服从的结果, 而到了后税费时代, 政府在基层治理和控制方面则越来越无力, 于是便出现了转型期政府介入难的问题。因此 20 世纪末基层政权的垄断型权威是产业推进的关键因素之一。

二是农民主动性的发挥。这是 Y 镇花木产业发展的内生动力。在 Y 镇花木发展的实践中, 农民的主动性是显而易见的。依据花木种植的历史资源条件, 迫于生计压力的农民完全顺应市场的需求开启了花木买卖之门, 之后由于利润驱动在市场中一直保持着主动地位。这种内生动力促使花木产业在漫长的历史发展过程中, 顺利抵御了基层政治变换、制度变迁、环境变化等可能带来的各种风险, 从而稳定向前发展。这与完全靠政府打造的产业发展项目形成了鲜明对比。而政府则契合了农民的主动性, 选定了具有地方发展基础的产业——花木产业, 并逐步将其打造为主导产业, 将农民对收入追逐的这种内生动力变为发展的力量。

三是利益共同体的形成。笔者认为利益之争是导致关系破裂或终止的关键因素之一。在产业发展过程中, 政府与农民之间的这种配合或冲突关系随着利益的变化而变化。但是从花木产业被政府纳入经济发展目标起, 农民与政府就建立起联系, 形成一个“利益共同体”。围绕产业发展, 政府与农民这两大行为主体都要从产业发展中获益, 发展过程二者关系或亲密或疏离,

但是却相互依存，推动了产业长期的发展。

在计划经济时期，政府与农民之间的关系是临时的、偶然的，随着集体企业的解体，政府与农民因为花木而形成的联系也随之结束，在这时，花木经济不管对于大部分农民还是基层政府，都只是一种“副业”，没有成为双方发展的依存。政府与农民关系建立之初则是上演了一个政府“逼民致富”的故事，乡镇政府通过拓植花木，并将花木发展作为兴镇强镇的主导产业，花木经济已不再是个别农民的致富手段，而是成为关系到Y镇内所有老百姓饭碗的产业，同时也成为乡镇政府政绩业绩考核的重要内容及税收来源。此时Y镇与农民基于花木产业的利益共同体初步形成；为了让产业产出更高的效益，乡镇政府主动对农民进行技术培训、品种引进、市场拓展等等，农民为了自身的生存和利润也非常配合和认可政府的这些行动，二者利益共同体得到稳固发展；随着税费改革，农业税被废除，作为主导产业的花木经济对于政府的效用减小，在“以经济建设为中心”的理念指引下，在追求GDP增长的目标驱使下，乡镇政府将更多的精力转移到招商引资和发展工业企业项目上，政府和农民基于花木产业所形成的利益共同体逐渐松散；随着农村电子商务的发展，上级政府高度重视花木淘宝的地方实践，基于考核压力和政绩需要，乡镇政府将打造和推进花木电子商务成为新时期的目标，在某种程度上又重建和强化了与农民的联系，但是花木电子商务这种个体化极强的发展模式，使得农民对政府的依赖减弱，政府的重点也在于能产生税收的花木企业和高效设施项目，松散的利益共同体并没有因此而重新稳固。但是花木产业却已经成为当地稳定的主导产业，并成为地方发展的一个特色。

四是制度与市场的影响。制度放宽与市场的开放为花木产业发展提供了环境支撑。一方面来源于制度的变化，家庭联产承包责任制的施行、社会主义市场经济体制的建立等等大变革催生了基层政府和百姓创新创业的热情。一方面来源于市场的变化，20世纪后期，一直封闭和枯竭的市场被逐步打开，释放出几十年的需求，为花木产业的发展提供了广阔的空间，源源不断的收益刺激着农民不断扩大规模满足市场的需求，从而出现了花木产业的规模化、集群式发展。

五、结论与思考

本文围绕产业发展，以历时性的视角考察了在产业发展的具体行动领域，主要行动者——政府和农民的行为及其互动，他们的行为内嵌于历史发展的进程中，并形成推动产业发展的深层互动结构。纵观整个花木产业发展过程我们发现，Y镇花木产业发展一方面是源于农民自下而上的探索，另一方面则源于政府自上而下的推进。这两股力量共同推进了花木产业发展。在关键的历史发展节点，政府与农民都发挥了重要作用，如政府强制推动花木的拓植，农民每一次对市场机遇的准确判断等。在整个发展的过程中，农民一直围绕花木产业——其赖以生存的基础积极探索、主动行动，而政府的行动则随着考核与外界环境的变化而变化。农民逐利的内生动力促使农民在花木发展中具有高度自主性和主动性，充分发挥了主人翁的作用。因此当基层政府将工作重点转移至别处，不再主导花木产业发展时，花木产业依然持续向前发展。

在新的历史条件下，基层政权权力与资源的削弱导致了其在基层治理中的无力状态，为了推动经济发展，政府通常以“项目制”的方式与农民建立起合作关系。但是在实践中我们发现通过“项目制”推进的产业项目有以下两点显著特征：一是政府的外在打造较强，农民内生发展动力较弱。农民在产业打造中主动性较低，其行动往往是为得到政府的项目扶助资金、优惠贷款政策或奖励措施，而政府行动往往是因为政绩或上级考核压力，一旦考核期过、政府停止项目打造或撤销优惠政策措施，这些产业项目也随之消亡。二是产业项目运作的短期性而非长期性。一些产业项目没有从当地实际出发，没有挖掘资源优势，随着政府人员的更换而不断变换，具有短期盲目性，使得一些项目得不到长时期的政策和环境支持，无法形成规模效应。

因此，为了促使某一项产业可持续发展，本文认为：

第一，在产业发展中要重视发挥农民的主动性。作为对市场相对敏感的发展主体，农民由追逐利益而产生的行为动力是推动产业持续发展的内生动力，也是最根本的力量。应重视农民尤其是地方经济能人或产业精英的市场探索，政府在推进地方产业发展时可发挥和利用大户的示范带动作用，鼓励大户参与地方产业项目打造。选准符合地方发展规律、有产业基础、符合农民利益的产业项目，让农民广泛参与到产业发展中，形成产业发展的内生动力。

第二, 转变基层政府的治理方式。在后税费时代, 基层政府打造产业已经无法再施行改革开放前后那种利用权威和权力所采取的强制性方式, 而倾向于协商式治理, 即通过完善社会服务体系、增进人民的福祉和利益等方式与民众平等对话, 行为更规范化。此外要依据产业发展的周期规律, 采取不同的策略。例如在产业发展早期应发挥主导作用, 积极打造培植; 在发展中期, 强化引导, 规范引领; 在成熟期, 变主导为服务。

第三, 在产业发展过程中要正确处理政府与农民之间的关系。实践表明, 在利益共同体内, 只有当相关主体都能实现自身利益最大化的情况下, 这种利益共同体才是最有效的。产业发展不是单靠政府的外力推动, 也不能完全决定于农民的自发探索, 要将“穷则思变”的显性利益追求与“自我提升”的隐性政绩追求结合起来, 通过利益导向增加双方之间的合作。政府在选择产业培育项目时, 不仅要注重经济目标 and 政治目标, 更要重视民生目标, 找到二者利益的结合点, 这样才能实现经济管理效率的提升。

参考文献:

- [1] 梁波, 吴海英. 市场、制度与网络: 产业发展的三种解释范式 [J]. 社会, 2010(6): 90—117.
- [2] Jean Oi. Fiscal Reform and the Economic Foundation of Local State Corporation in China [J]. World Politics, 1992(45): 99—126.
- [3] Andrew Walden. Local Governments as Industrial Firms: An Organizational Analysis of China's Transitional Economy [J]. American Journal of Sociology, 1995(2): 263—301.
- [4] Nan Lin. Local Market Socialism: Local Corporation in Action in Rural China [J]. Theory and Society, 1995(3): 301—354.
- [5] 彭玉生. 中国村镇工业公司: 所有权公司治理与市场监管 [C] // 清华社会学评论: 2002 卷. 北京: 社会科学文献出版社, 2003: 1—50.
- [6] 张静. 基层政权: 乡村制度诸问题 [M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2000: 50—52.
- [7] 杨善华, 苏红. 从代理型政权经营者到谋利型政权经营者 [J]. 社会学研究, 2002(1): 17—24.
- [8] 梁波, 吴海英. 市场、制度与网络: 产业发展的三种解释范式 [J]. 社会, 2010(6): 90—117.
- [9] 安礼伟. 新兴产业培育中地方政府的角色 [J]. 农业经济研究, 2013(1): 33—40.
- [10] 马海霞. 新疆林果业产业化中的地方政府行为分析 [J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2004(2): 62—65.
- [11] 张明莉. 促进产业集群发展的地方政府行为研究 [J]. 河北学刊, 2011(1): 172—174.
- [12] 曹霞. 论西部产业集群发展中地方政府企业与行业协会的作用 [J]. 工业技术经济, 2006(12): 6—8.
- [13] 王国平. 产业升级中的地方政府行为 [J]. 华东师范大学学报(哲学社会科学版), 2009(6): 1—6.
- [14] 斯科特. 农民的道义经济学———东南亚的反叛与生存 [M]. 上海: 译林出版社, 2001.

-
- [15] 郭于华. “道义经济”还是“理性小农”——重返农民学经典问题 [J]. 读书, 2002(5):106—109.
- [16] 舒尔茨. 改造传统农业 [M]. 北京:商务印书馆, 2006.
- [17] 孟德拉斯 H. 农民的终结 [M]. 北京:中国社会科学出版社, 1991.
- [18] 高斐. 农业合作化运动中农民的利益发展与政治认同 [J]. 河南师范大学学报(哲学社会科学版), 2015(4):12—17.
- [19] 张乐天. 告别理想——人民公社制度研究 [M]. 上海:上海人民出版社, 2005:344.
- [20] 丘海雄. 市场转型过程中地方政府角色研究述评 [J]. 社会学研究, 2004(4):24.
- [21] 周飞舟. 从“汲取型”政权到“悬浮型”政权:税费改革对于国家和农民关系之影响 [J]. 社会学研究, 2006(3):1—39.
- [22] 冯猛. 项目制下的“政府—农民”共事行为分析——基于东北特拉河镇的长时段观察 [J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2015(5):1—12.
- [23] 马明洁. 权力经营与经营式动员——一个“逼民致富”的案例分析 [C] //清华社会学评论:特辑 1. 厦门:鹭江出版社, 2000:47—79.
- [24] 陈柏峰. 后税费时代的乡村治理 [J]. 文化纵横, 2012(5):33—39.
- [25] 綦淑娟. 政府与农民互动关系的分析——以三门峡水利移民为个案 [J]. 社会学研究, 1996(4):35—41.