

# 基层妇联主导下城乡农产品对接模式探究 ——基于组织网络化视角

任大鹏<sup>1</sup> 刘岩<sup>2</sup>

(1. 2. 中国农业大学 人文与发展学院 北京 100083)

关键词: 基层妇联; 组织间网络; 农产品对接

摘要: 如何实现小农户与大市场的有效对接一直为学者们所关注。新冠肺炎疫情的暴发加剧了农产品城乡对接的困难, 引发政府部门及社会的高度关注。本文选择四川省青神县基层妇联主导下的城乡农产品对接案例, 基于组织网络化视角, 分析不同组织间合作网络的构成、多元主体间的目标耦合与协同发展。研究表明, 在整个组织合作网络结构中, 基层妇联处于枢纽性节点位置, 承担组织服务、资源链接、信息筛选等多项职能, 并以此构建起组织间的沟通与信任机制, 不仅满足了消费者寻求优质农产品的购买需求, 而且帮助小农户拓展销售渠道实现增收, 稳定家庭生计安全, 从而实现城乡互动融合发展。

中图分类号: C913.33

文献标识: A

文章编号: 1004-2563(2020)05-0110-11

## Research on the Storage of Agri-Products in Urban and Rural Areas under the Leadership of Women's Federation: From the Perspective of Organizational Networks

REN Da-peng<sup>1</sup> LIU Yan<sup>2</sup>

(1. 2. College of Humanities and Development Studies, China Agricultural University, Beijing 100083, China)

**Key Words:** Women's Federation; interorganizational network; storage of agri-product

**Abstract:** How to effectively link smallholder farmers to big markets has always been a great concern to scholars. The outbreak of the COVID-19 has exacerbated the difficulties in urban-rural exchanges, attracting attention from the government and social organizations. This article selects the case of sales of agri-products in urban and rural areas led by Women's Federation in Qingshen County, Sichuan Province. From the perspective of organizational networking, it analyzes the structure of the cooperation networks between different organizations, including matching their goal and coordinating the development of multi-stakeholders. It shows that Women's Federation in Qingshen County serves as a hub in the inter-organizational networks by providing organizational services, combining resources and screening information, building inter-organizational communication and trust mechanisms. This role helps meet the demands of consumers for high quality agri-products. It also helps smallholder farmers expand sales venues, increase income, and safeguard livelihoods, resulting in harmonious development between urban and rural areas.

### 一、问题的提出

促进小农户与现代农业衔接发展, 是实施乡村

振兴战略的重要内容之一。当前, 小农户生产面临的一个突出性问题是农产品销售困难, 难以形成有

作者简介: 1. 任大鹏(1963-), 男, 中国农业大学人文与发展学院教授、博士生导师。研究方向: 农村法制、合作社农地制度。2. 刘岩(1994-), 女, 中国农业大学人文与发展学院2019级博士研究生。研究方向: 农村发展与管理。

效的产销对接关系。将城市消费者与农村生产者纳入城乡产销一体化进程,实现村社对接,能够最大限度地简化流通环节、降低成本。自2020年初新冠肺炎疫情暴发以来,中国经济社会正常运转秩序深受影响。封路、居家隔离等防疫举措造成农村地区农特产品滞销与城乡范围内生活物资采购困难并存,不少小农户面临生计问题甚至贫困威胁。在这一特殊时期内如何有效保障民生、实现农户生产与城市消费有机衔接成为全社会关注的焦点。为此,四川省青神县妇女联合会(以下简称“妇联”)链接多元化组织资源,主导发起“城乡生态农产品销售直通车”活动,积极探索疫情防控背景下城乡对接消费扶贫新路径。已有的关于城乡对接消费扶贫的模式大致可分为市场组织驱动型、社区消费者自发型、社会组织助力型、政府主导型四种,群团组织主导型模式则较为罕见,因而,青神县妇联的基层探索不仅为这一领域的研究提供了有力素材,而且有效缓解了新冠肺炎疫情对社会民生的冲击。在党和政府的领导下,不同组织间的有效交流和协作是应对自然灾害和危机事件的必要条件<sup>[1]PP36-43</sup>。政府整合企业、社会组织、志愿个体等公私部门资源构成组织间合作网络,这种网络化治理模式成为一种社会治理新形态,也成为政界和学界关注的焦点。从组织网络化视角审视青神县妇联主导的城乡对接消费扶贫实践,关注基层妇联特殊的网络节点作用,将有助于我们更为深入地理解这一社会现象。

组织网络概念起源于西方。所谓组织间网络,是指一些相关组织之间由于长期的相互关联和相互作用而形成的一种比较稳定的合作组织形态,这类组织群通过集体决策、联合行动进行生产或提供服务,以便更为迅速地适应不断变化的外部环境,提高自身竞争力<sup>[2]PP480-486</sup>。有学者指出,组织间网络最主要的贡献在于强调根据成员间的关系网络来整合不同成员的行为,从而提出一种新的治理机制,即网络治理<sup>[3]PP24-33</sup>。随着组织间网络研究的持续深入,这一理论被逐步应用于公共行政、公共管理研究。在当今公共行政学研究中,作为一种新的治理机制,组织间网络是对市场和科层制的超越,并成为一种新的研究视野。目前,学者们针对组织间网络的研究主要集中

在网络组织成员个体选择、组织间网络结构类型、网络绩效考核等层面<sup>[4]PP180-192</sup>、<sup>[5]PP129-151</sup>、<sup>[6]PP76-85</sup>,并关注组织间网络形成机制、影响因素<sup>[7]PP42-53</sup>、<sup>[8]PP88-108</sup>、<sup>[9]PP3-19</sup>。此外,针对国家范围内突发性公共事件,部分学者提出建立应急管理组织网络,以应对应急管理环境的变化和不确定性<sup>[10]PP31-39</sup>,如苏陈朋等<sup>[11]PP107-111</sup>以2008年桂林冰雪灾害为例,在分析应对非常规突发事件跨组织合作网络过程中,引入时间维度,关注应急管理网络的动态演变机制。这些研究从实践层面丰富了已有组织间网络研究成果,进一步提升了相关研究的现实意义。

尽管目前有关组织间网络研究的成果显著,但仍存在一些不足。学者们普遍以政府组织整体治理效能作为切入点,极少关注基层妇联等群团组织的合作网络,研究缺乏针对性。不同于一般的政府与非政府组织,基层妇联自身具有组织流变性,可在组织惯性与组织柔性间自由切换,在政策贯彻执行、组织动员能力、社会资源聚集等层面具有特性和优势。其主导下的城乡对接模式,与其他类型组织相比,兼具社会组织的灵活性与政府部门的行政性,能够迅速高效地调动社会资源、链接各类组织,从而构建起组织间合作网络。同时,基层妇联等群团组织隶属于国家基层治理体系范畴内,其创新社会服务形式、探索基层治理模式、发挥群团组织社会治理功效,对中国推进社会治理体系和治理能力现代化建设具有重要意义。陆春萍在以往纵向联合的基础上,探讨了妇联组织横向合作网络构建<sup>[12]PP126-129</sup>,但仅停留在理论层面的分析与建构,缺乏实践案例的佐证。因此,本文基于组织网络化视角,选择四川省青神县妇联主导的城乡对接消费扶贫基层实践案例,探讨在疫情防控背景下,基层妇联组织如何发挥自身优势,主导构建起多元主体参与的合作网络结构,实现城乡对接消费扶贫目标。本文案例中涉及的行动主体较为多元,不同类型组织间原本处于零散化分布状态,在妇联组织主导链接下形成互助合作网络,共同实现城乡对接消费扶贫。然而,妇联组织缘何成为网络结构的主导者?又如何实现城市消费者与农村生产者之间的成功对接?这其中的逻辑机制需要进一步探讨。本文认为可以基于对以下三个问题的

回答来理解妇联组织主导下城乡对接消费扶贫实践的运行逻辑。第一,不同组织间合作网络结构何以形成?第二,如何在不同组织目标差异前提下实现目标耦合,进行角色协同发展?第三,如何构建起信息沟通与信任机制以此实现生产者与消费者之间的精准对接?本文将通过构建相关分析解释框架,对以上问题展开分析,并试图以此研究为基础,为今后社会治理构建常态化组织网络结构提供借鉴,从学术层面回应公共管理领域中网络化治理的基层探索,推动塑造多元主体参与社会治理新格局,提升公共服务的水平和质量。

## 二、案例介绍及分析框架

### (一) 案例介绍

四川省青神县位于川西平原西南边缘,桉柑产业、竹产业为当地农业发展的主导产业。截至2019年底,全县共完成39户102名新识别贫困人口脱贫和3853户9319名建档立卡贫困人口脱贫巩固提升工作,实现县域内整体脱贫计划,但农村人口留守和老龄化现象仍旧突出,小农户比例偏高。由于缺乏持续有效的销售模式,偏远山区的农特产品销售不畅,农户生计稳定性难以保障。为拓宽生计来源,农村大部分青壮劳力外出务工,妇女群体逐渐成为家

庭生产生活的主力军,承担起家庭生计、教养子女、赡养老人、社区参与等责任,因而提升妇女群体组织参与能力对推动家庭、乡村社区发展具有重要意义。

为进一步提升妇女社会参与能力,青神县妇联致力于打造“枢纽型”组织,链接政府及社会资源,在乡村内部搭载各类平台组织,为妇女发展提供了广阔空间。近年来,青神县妇联募集资金近700万元,打造乡村巾帼扶贫基地6个、乡村姐妹编织工坊12个、妇女生产互助小组60余个,在互助小组基础上发展成成立妇女种养殖合作社3个,其中2个被评为全市示范合作社。同时,不断强化妇女组织建设,提升组织化程度,融合妇女合作社、妇女互助小组、志愿者个体等多元主体参与,通过开展一系列技术指导、资金互助、消费扶贫、教育培训等城乡互动活动,实现乡村妇女赋能,帮助农户改变传统认知观念。与青神县对接的城市社区妇联借助自身体系优势,吸纳社会各界杰出女性,聘请其为兼职副主席,并发起成立线下儿童之家、线上社区宝妈微信群等,通过与青神县妇联合作组织开展农事体验等活动,增进城市消费者与农户的沟通交流,构建起持续性城乡互动机制。如表1所示,城乡农产品实现有效对接的实践,需要构建相应的组织基础、资金基础、互动基础以及认知基础。

表1 城乡农产品有效对接销售的基础

对接基础	具体内容
组织基础	推动乡村妇女发展各类生产性互助小组、农民专业合作社、产业基地等经济型组织,同时组织城市社区、企业工会等构成消费组织,此外培育成立乡村妇女儿童促进会等社会组织
资金基础	积极募集嘉吉公司与国际慈善机构国际小母牛组织及其合作伙伴四川海惠助贫服务中心等社会公益组织资金,用于开展资金互助、扩大发展生产
互动基础	联合城市消费者群体,定期前往乡村举行农事体验、参观旅游等城乡互动活动,深化产销双方沟通
认知基础	通过联合社会组织开展教育培训、技术指导等活动,帮助农户转变传统农业生产方式、思想认知观念

2020年初新冠肺炎疫情暴发导致青神县域内民众日常生活保障受损,出现农户销售难、居民采购难的“双重困境”。为有效化解这一难题,青神县妇联依托原有城乡互动组织基础,链接当地乡村妇女儿童促进会、农民专业合作社、企业组织及志愿者个体等共同发起“城乡生态农产品销售直通车”活动,从而满足不同组织、个体的差异化需求。其中,乡村妇女

儿童促进会是当地妇联组织在农村社区内孵化的社会组织,可以协助妇联组织更好地服务当地社区,体现了基层妇联组织体系的创新。在整个活动中,小农户与城市消费者镶嵌于当地妇联构建的组织网络结构中,依靠妇联组织这一信息沟通的枢纽实现生产、销售“云对接”。一方面,青神县妇联搜集小农户生产的农产品信息,通过招募社会志愿者协助绘

制“手绘生态农产品地图”等进行宣传,城市居民在了解产品信息后可根据自身采购意愿通过加入社区妇联组建的“妈妈好物购买群”或拨打联系电话等方式下单订购,以满足其疫情期间购买绿色优质农产品的需求;同时当地妇联组织的背书增加了城市消费者的购买信心,有助于建立消费信任从而扩大后续订单的数量。另一方面,青神县妇联将掌握的城市消费者购物需求和订单信息汇总反馈给以妇女为骨干的安家坝农民合作社,由合作社负责统一组织社员提供农产品。依据城市订单所需农产品类型的不同,合作社负责人协调内部社员提供相应的农产品,以满足城市消费者的订单需求。此外,为了保证农产品质量的可追溯,合作社为每位农户提供的农产品包装外层上贴粘备注标签,注明生产者农户信息;在销售的每一枚鸡蛋上标注生产农户编码,不仅便于消费者进行后期信息核查追踪,也有利于合作社内部产品质量的把控升级。疫情期间,安家坝“村两委”干部积极配合村内合作社骨干组织开展城乡农产品对接活动,动员村内非社员农户参与,从数量、品种上保障消费者需求,协助农户将城市消费者订购的蔬菜、水果、鸡蛋、肉鸡、肉兔等农副产品配备好。同时,为了提高农产品运输质量与效率,青神县妇联协调当地某快递公司,对城市消费者订购的农产品进行统一包装配送,确保农产品供给的及时性、优质性。据安家坝村一位从云南省外嫁而来的跑山鸡养殖户介绍,原本自家散养的跑山鸡一直很畅销,但受新冠肺炎疫情影响,当地养殖户普遍遭遇销售困境,后借助青神县妇联搭建起的“生态农产品销售直通车”平台寻到销路,缓解了燃眉之急。相关信息统计表明,此次活动累计完成订单数量超过1000个,销售各类农产品超过10吨,帮助95户农户或直接或间接创造收入超过10万元。这种将绿色安全农产品送至城市消费者餐桌的城乡对接消费扶贫实践,既能满足客户端寻求优质农产品的购买需求,又能帮助小农户拓展销售渠道实现增收、稳定家庭生活生计安全,从而实现城乡互动融合发展。

## (二) 分析框架

随着信息技术的迅猛发展,传统组织间原有的双边模式逐渐瓦解,以不同组织为节点链接起形态各异

的合作网络形成新的模式,并在该合作网络中完成经济交换、社会交换、服务交换等目标。组织网络化逐步成为分析组织间协同发展的研究视角,学者们试图从多维度对组织间合作网络构建展开分析。例如,新经济社会学派强调从社会关系嵌入性视角关注组织间合作网络研究,格兰诺维特(Granovetter, M.)认为经济行为一定镶嵌于社会关系之中,并建立了社会关系网络分析框架;美国学者提出机构集体行动框架,关注政府治理体系中不同机构组织的集体行动困境,并分析合作行为。本文选择的分析案例中,不同组织间存在目标差异,在合作网络中承担的角色和发挥的功能不同,实现组织间协同发展势必要通过建立相关利益目标以及沟通信任联结机制,以弥补和消除不同组织间的合作障碍,其决定性因素在于组织间的结构关系、行动主体间目标一体化以及合作过程中的沟通信任机制。因此,本文利用组织间网络理论构建起“组织间合作网络结构—行动主体目标与角色—组织间沟通信任机制”的分析框架(见图1),深入剖析基层妇联组织主导的合作网络。

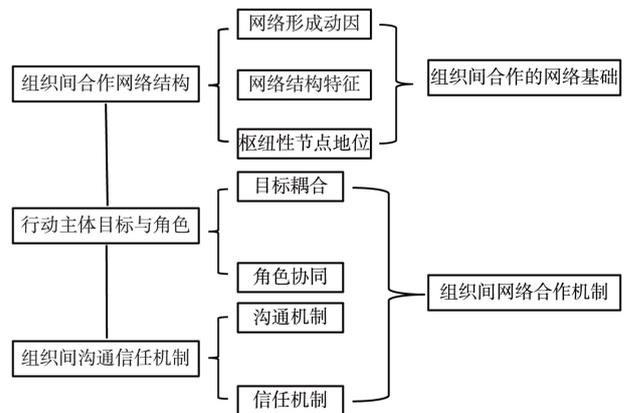


图1 组织间合作网络的分析框架

## 三、基层妇联主导下组织间合作网络的构成

组织间合作网络的形成受外生性和内生性因素的叠加影响。一方面,个体组织在面临外部环境不利影响或压力胁迫时,会进行组织间横向联合;另一方面,组织内部有强烈的互惠合作意愿,追求1+1>2的效果,在求同存异的基础上探索多维目标的完成。当前组织合作跨度较广,既可以是政府内部组织间合作,也可以涉及政府与非政府组织间的协调,跨部

门、跨领域、跨地区趋势明显,逐步丰富拓展了组织间合作网络。组织间合作网络模式划分具有多重分类标准,按照网络中是否存在中介者和中介者是否为网络成员这一双重标准可分为共享型、核心管理型、行政机构型三种组织网络结构<sup>[13]PP229-257</sup>。不同网络结构形态存有差异,本文所研究的组织合作网络如图2所示。

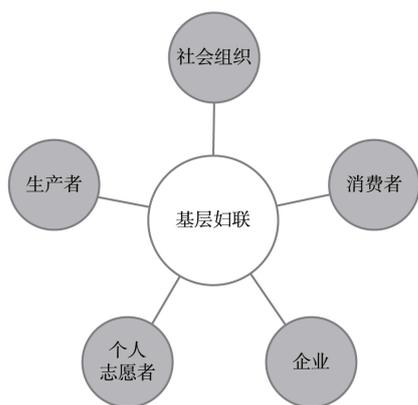


图2 基层妇联主导下的多元组织合作网络

### (一) 不同组织间合作网络构成动因

总体而言,不同组织间寻求合作是为了应对外部动态环境变化以实现自身利益价值最大化。在青神县妇联主导的城乡对接消费扶贫实践中,不同行动者进行有机链接同样是为了应对突发性新冠肺炎疫情,试图通过网络化合作满足各行动主体的自身需求。

具体来看,组织间合作网络构成的直接动因来自各类行动主体在现实中客观存在的合作需求,这是制约合作网络形成的关键性因素。一方面,位于网络中的任意节点与其他节点间均存在某种关联,单向化的互惠并不利于效益最大化的实现,而多元组织间的合作网络则能有效实现共赢。不同组织间客观存在的合作基础与需求推动了整个合作网络形态的构成。另一方面,妇联组织的介入迅速搭建起合作网络平台,大大缩短和降低了合作时间和成本,其枢纽性特质成为组织间合作网络构成的间接动因。在疫情防控期间,大批企业组织处于停工停产状态,政府成为保障社会民生有序运转的重要力量,在调度人力资源、组织资源等方面具有优势;群团组织也积极投入疫情防控阻击战,其组织特性和优势

在疫情防控中得到进一步呈现和发挥。在妇联组织的链接带动下,原本处于游离态的不同组织加入城乡对接消费扶贫实践,依据组织自身搭载资源的特性不同,为整个合作网络总目标的实现提供各异的要素贡献。若缺乏妇联组织的主导推动作用,分散化的组织难以在极短时间内迅速有效形成自发型合作组织框架以应对外部环境的突发性变化。另外,影响城乡对接消费的一个重要因素在于信息沟通与信任机制的建立。组织间网络化合作除能够满足各行动者自身需求外,也有利于降低城乡对接过程中的市场交易成本、减小产销信息不对称性。妇联组织通过搭载起城乡信任互通机制,为不同组织间实现网络化合作提供了机制保障。

### (二) 妇联组织主导下的网络组织特征

网络科学研究认为,网络的结构特征由枢纽节点支配,通过枢纽节点链接其他节点组织确保整个网络的联通性,可使其结构免于瓦解。从图2呈现的信息来看,青神县妇联位于枢纽性节点位置,链接生产者、社会组织、个人志愿者、企业、消费者等节点,共同形成组织间合作网络结构。青神县妇联组织主导下的合作网络结构具有以下特征。第一,群团组织担任中介协调组织,呈现“一连多”的趋势,从而构成伞状网络结构,以妇联组织为轴心,在此基础上搭载整合政府、企业、社会组织及个体等资源,实现网络结构内部的资源优化配置。在妇联组织统一调度下开展行动,能够在极大程度上保证目标一致性和组织多元化,增强公共服务供给质量。第二,群团组织居于主导地位,其他组织个体以网络利益最大化为基础,依附于网络之上寻求自身利益最大化,通过自身功能定位、合作目标耦合实现不同组织间利益共享,彼此构成紧密的利益联合机制。第三,注重对网络节点进行再组织化赋能,青神县妇联通过成立合作社、“妈妈好物购买群”等线上线下组织来提升生产者和消费者群体的组织化程度,实现信息沟通、产品配给等目标,极大地提升了产销对接的规模化和效率化。

### (三) 妇联组织缘何成为合作网络结构主导者

在小农户融入大市场实现城乡范围内农产品的对接销售过程中,青神县妇联组织之所以能够成为

合作网络结构的主导者,与其自身的组织定位密切相关。根据《中华全国妇女联合会章程》,中华全国妇女联合会是全国各族各界妇女为争取进一步解放与发展而联合起来的群团组织,是中国共产党领导下的人民团体,是党和政府联系妇女群众的桥梁和纽带,是国家政权的重要社会支柱<sup>①</sup>。可见,尽管妇联属于群团组织,但隶属于政府架构,被给予编制和财政支持,是参与社会发展治理的重要力量。妇联一方面具有中介职能,充分发挥党和政府联系妇女群众的中介作用,发挥社会协调、社会沟通的中介作用,并组织、促进基层妇女群众民主参与;另一方面具有服务职能,积极承接政府转移出来的部分服务于妇女儿童的社会公共服务,为广大妇女儿童群体提供公共服务产品。这两方面的职能定位促使青神县妇联在面对因疫情冲击而引发的农产品滞销危机时挺身而出,积极解决农产品销售难题。

除组织本身定位外,相较于其他组织,妇联组织在此次城乡对接合作网络中具有诸多不可替代的优势,体现出枢纽性功能,与其自身组织特性、体系架构密切相关。从组织特性来说,可以从组织柔性和组织惯性两个层面探讨。与其他政府组织相比,妇联组织自身的组织惯性相对较弱,组织柔性更为突出,对外界环境的调适能力更强,因而在突发情况下能及时高效构建多元利益主体的组织网络,从而在极短时间内取得生产农户、农民合作社、物流企业、社会组织及城市消费者的积极响应与支持,共同搭建起“生态农产品城乡直通车”平台。同时,相对于其他非政府组织,妇联作为人民团体,是党和政府联系、服务群众的桥梁和纽带,其组织惯性较为突出,具有较高的社会公信力和资源配置能力,在配合执行党政工作、凝聚其他社会组织、拓宽社会公共服务等层面具有丰富的实践探索和经验,可以有效地解决防疫期间的民生保障问题,成为社会协同治理的重要组织抓手。近年来,党和国家高度重视群团组织改革,完善现有治理体系现代化水平,妇联组织改革也被纳入其中,基层妇联组织可以灵活联系其他

妇女社会组织,进行横向组织扩充,有利于后期开展创新性社会工作。纵向组织体系的连贯性能够确保妇联组织开展的可依托性,因而青神县妇联能够借助现有组织架构基础链接城乡社区,实现乡村农户与城乡消费者的双向对接,而横向组织体系的扩充更延伸了基层妇联组织的服务提供,使其进一步扩大公共服务领域,为妇女群体及乡村社区提供社会化服务。基于上述两个因素,青神县妇联的枢纽型组织地位得以确立,并在整个组织合作网络中发挥信息互动、资源共享等作用。实践证明,群团组织主导型网络化组织结构形态是实现公共服务创新性供给的新路径,充分发挥人民团体的统筹作用,以政府力量为主导,私人部门和社会组织力量为辅助,可改变单一化组织能力局限等弊端,在网络化结构基础上实现服务供给、利益共享、信息交换、价值提升等多维目标。

#### 四、行动者间的目标耦合与协同发展

本文所关注的案例中涉及的主体呈现多元化特征,参与行动者数量较广。在整个组织间合作网络结构中,行动者群体基于自身参与逻辑不同而存在显著的目标差异,这种差异带有一定的组织自身利益诉求特性。因此,作为合作网络主导者的妇联组织,如何准确分析获取参与组织的利益诉求从而实现不同行动主体间的目标耦合,并在此基础上实现组织协同发展以达成城乡对接总目标,帮助小农户融入大市场,将成为组织网络作用有效性的重点。

##### (一) 不同行动者间的目标耦合

不同组织的目标差异性分化是导致合作难以维系直接因素,确保不同组织间目标可能性耦合是整个合作机制建立的重要前提,有利于实现组织间的协同发展。从分析案例呈现的信息来看,尽管组织合作网络中的参与群体在数量、性质、行动逻辑等方面存在差异,但仍然在利益诉求层面具有耦合的可能。具体来说,青神县妇联链接的组织群体包括农村生产者、社会组织、企业和城市消费者,在实现

<sup>①</sup>参见《中华全国妇女联合会章程》(中国妇女第十二次全国代表大会部分修改,2018年11月2日通过),<http://www.women.org.cn/col/col12/index.html>。

城乡对接消费扶贫的总目标下,不同组织相对应的分目标也会被满足,这为各行动者间的目标耦合提供了可能。疫情防控期间,农村地区农副产品正常销售渠道被迫中断,农民家庭生计稳定性遭到破坏,迫切需要通过替代性销售渠道获得收入。企业则面临业务短缺、人手不足、资金链断裂等经营困境,亟待开辟新的市场领域,扩大业务范围。为此,小农户为解决疫情期间的农产品销售难题、维持家庭生计稳定而加入城乡对接实践;物流企业则囿于外地快递业务骤减而选择承担县域内城乡对接短途农产品输送业务,以弥补疫情期间的经济损失。对城市消费者而言,新鲜、生态、优质是其购买农产品的首要标准,然而突发性疫情不仅导致消费者采购的农产品品质受到一定影响,还增加了其外出采购的心理负担。作为城乡对接的消费端,城市消费者强烈的购买诉求也推动了整个目标的有力实现。那么,作为合作网络主导者的群团组织,青神县妇联基于对上述客观事实的了解,及时关注农村地区妇女遭受产业销售威胁这一现实问题,迅速联合乡村妇女儿童促进会等社会组织,共同发起“城乡生态农产品直通车”活动,客观上有助于解决以上各类组织和个体

面临的困境,从而在此基础上实现城乡对接的目标耦合。

如前所述,不同行动者具有自身的参与逻辑,因而也会产生不同类型的利益诉求(见表2)。不难发现,以上所有组织目标诉求间存在相互关联性,这是不同行动者间差异化目标得以耦合的重要前提。例如生产者与消费者,只因缺乏有效对接机制而导致组织目标未能实现。因此在青神县妇联组织的主导链接下,分散化的目标诉求实现有机整合,在网络化合作形式主导下不断耦合出新的共同目标诉求。究其根本,满足不同行动者自身利益目标是组织间目标耦合得以实现的重要保障,也是维持合作网络可持续发展的有力支持。在组织网络中,不同组织基于自身特性提供差异化的贡献方式,并不局限于要素贡献、服务贡献、组织贡献以及产品购买贡献等均有体现,在利益诉求层面亦表现出明显差异,经济、政治、社会、个人间的利益诉求存在矛盾冲突,如生产者期待更高收益和更低成本,而消费者则追求更低价格和更优品质,基层妇联组织作为主导者不断在冲突间寻找平衡,因而能够在极大程度上促成不同行动者间目标的耦合。

表2 合作组织间的利益诉求及功能承担

组织名称	组织性质	利益诉求	功能承担
小农户	生产者组织	稳定家庭生计,拓展销售渠道	提供品质优良的农特产品
物流企业	经济组织	追求经济收益,拓宽业务范围	为农产品跨区销售提供专业物流服务
基层妇联	群团组织	保障基层妇女权益,提供多元化公共服务	整合不同组织资源,链接合作组织网络
乡村妇女儿童促进会	社会组织	提供社会化服务,促进妇女发展	协助基层妇联做好相应保障服务工作
城市居民	消费者组织	满足自身个性化的消费需求	成为城乡对接的购买端

## (二) 不同组织间实现协同发展

基于组织自身特性、要素贡献及网络结构中所处位置的不同,组织行动者在合作网络中具有相应的角色定位。青神县妇联组织因其主导者地位成为整个合作网络的核心角色,依据这种角色特性介入网络并成为合作结构的中心节点,链接起其他有意愿合作的组织,从而实现不同组织间协同发展。通过协同发展缩短产销对接中间链条,可降低组织运营成本,实现整个合作网络共赢。

在本文研究的案例中,妇联组织并没有直接面对数量庞大且零散化分布的小农户群体,而是通过与当地村庄的农民合作社对接,再由合作社根据产品订单信息组织农户进行农副产品配置。选择这种组织化节点链接的方式,能够减少整个合作网络的运营成本,实现生产者组织协同发展。据安家坝村女当家养殖专业合作社核心成员介绍“我们女当家合作社大概有107户社员参与了此次妇联组织的城乡对接消费扶贫活动,女性社员成为主力军,提供的

农产品主要有大米、米糠、鸡蛋、鸭蛋、耙耙柑、白条鸡、兔肉,这些都是社员按照我们统一要求种的粮食和水果,还有喂养的跑山鸡和鸭子,能够保证绿色生态。”合作社内部的产品监管机制能够从生产源头确保农产品的品质安全,互助小组、合作社这种生产组织形态能有效增强小农户抵御自然生产风险的能力,同时有利于满足城市消费者批量化、规模化的产品订单需求,弥补单个农户的不足。另外,女当家合作社中不少核心成员为安家坝村“村两委”成员,能进一步扩大整个活动的影响力,调动起整个村庄的参与积极性。在城市消费者方面,妇联组织利用互联网信息技术优势,搭建起线上网络沟通平台,通过电话、微信群等形式提交订单。消费者人员数量并不固定,呈现出动态变化。最早一批消费者通过前期参与妇联组织的相关宣传活动加入微信群,在肯定所购买的农产品品质后,通过自身宣传拉动周围亲朋好友即新的消费者入群,采用口耳相传的形式不断扩大消费者群体规模。微信群作为线上消费者组织,在实现消费者购买生态绿色农产品的目标诉求外,能够通过规模购买争取更为优渥的价格、分担降低运输成本等,形成消费端的组织协同。

从局部来看,生产者、消费者通过线上或线下组织化而实现协同发展;从整个组织间合作网络来看,不同节点组织间通过构建新的链接体系而实现协同。新型的伞状分布链接体系结构能够弥补原有线性链接的不足,充分发挥网络化治理优势,体现出多元主体协同发展理念,改变传统单一或部分资源主体合作的模式,通过伞状网络形态强化不同组织间协同的动力,巩固提升协同治理效果。

尽管本文选取的实践案例发生在疫情防控的特殊时期,但不同组织间的目标耦合与角色协同并非疫情期间的“昙花一现”,而是既有之前的多元性探索,又有进一步常态化、规模化的可能。随着网络化治理模式的不断精进,各类组织在求同存异基础上呈现合作化趋势,多方共赢逐渐成为社会共识。在正常时期的组织合作中,前期目标耦合与后期角色协同同样关乎组织网络运行效果。

## 五、组织网络信息沟通与信任机制

组织间信任的建立、合作的调整能够加深彼此的

认同,产生更多的信息沟通,形成网络惯例,减少不确定性,协调组织间冲突和降低网络成员的沟通成本,促进网络中的信息交换<sup>[4]PP169-187 [5]PP1-8</sup>。因而,产销信息沟通与城乡信任机制的建立将有效推动整个组织间合作网络持续性运作。因地域差异、生活圈层分化等外部条件限制,位于供需链两端的生产者与消费者信息不透明,难以实现农产品供销信息的准确性匹配,从而导致优质农产品无法高价出售甚至出现滞销的情况,且消费者需要耗费大量时间去甄别市面上的农产品信息以做出正确的采购决策。当前,食品信任危机迅速席卷整个农产品市场领域,“以次充优”“伪标签产品”等打破了原有购销信任体系,降低了市面上食物品质安全的可信度。妇联组织的介入使得位于合作网络中的生产者组织与消费者组织之间的关系得到了“加持”,三者之间形成一种新的关系。这种社会嵌入性关系一方面以纽带链接的形式拓展双方组织已有的社会交往空间,获取更多有益的社会信息资源,另一方面有双方都熟悉的妇联组织机构作为中介,将会拉近与巩固生产者与消费者之间的信任关系,从而建立起城乡互动的信任基础。因此,妇联组织在整个合作组织网络的信息沟通、信任建立过程中发挥着重要作用,并通过实施一系列有力举措建立起组织间的沟通与信任机制,确保实现城乡精准对接。

### (一) 组织间信息沟通机制

不同组织间的有效沟通机制体现在对信息的传播、加工处理及有效转换等层面,从整个信息链条各环节加以完善,确保信息沟通的时效性与广度。在青神县妇联组织的“城乡生态农产品直通车”活动中,生产者与消费者虽然未能直接实现组织间的面对面沟通,但基于农产品信息的宣传与接收而间接实现了沟通交流。从信息沟通交流的载体来看,一方面是以“生态农产品手绘地图”为代表的整体直观性实物载体,另一方面是以“微信—抖音—快手”为代表的新媒体宣传沟通矩阵。作为资源型枢纽组织的青神县妇联,为助力山区农特产品的信息宣传,使城市消费者尽可能地详细了解产品相关信息,借助社会志愿者个体力量,组织开展对大学生志愿者绘画基础技能的培训,并协调其前往有意愿合作的

村庄,深入农户家中,收集生态农产品类别、农户地理位置等信息,并结合村庄整体性分布信息,用图例的形式标注在手绘地图中。例如,中岩村生态农产品手绘地图(见图3),不仅清晰地展现出村庄农副产品(包括茶叶、生态林下鸡、跑山猪和新鲜的瓜果蔬菜等)而且可以从中了解提供农产品的农户的地理位置信息和所属编号。这种以生态农产品手绘地图为信息传播载体的形式,除完成农产品生产信息初加工,以地理坐标形式丰富产品附加信息,扩大农产品信息加载量外,还改变了传统纯文字式宣传模式。手绘地图更为直观新颖,增加了信息的可读性,实现了农产品生产销售信息在生产者与消费者之间的迅速传播,尤其便利了自驾游旅行者,有助于推动乡村旅游经济的发展。

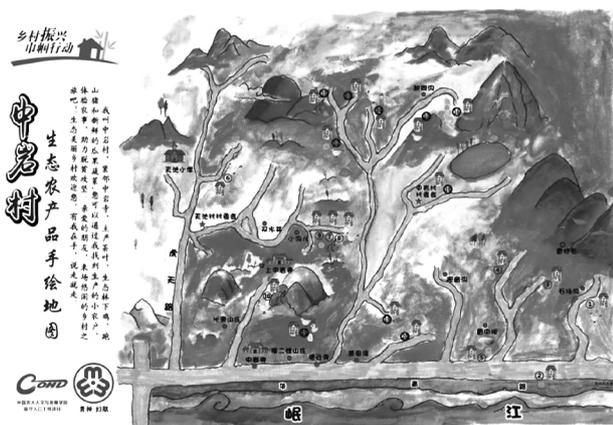


图3 青神县中岩村生态农产品手绘地图

随着科学技术的进步,人类沟通方式与媒介选择出现新变化,传统的线下沟通已不能单方面满足当前人们对信息沟通动态化、多元化的需求,因此借助新媒体力量进行信息沟通成为一种新形式。在安家坝村内,一些妇女群体利用自媒体客户端如微信、快手、抖音等平台,发布一些与自家生态农产品相关的信息,通过故事讲述的形式展现农户生产创业信息,真实、生动地展示农特产品种养过程中的各个环节,使观看者更为直观、全面地了解产品信息,充分体现产品可追溯的理念,打消消费者的安全顾虑,从而增加潜在消费者数量。面对市场上庞杂的生产信息,消费者信息筛选成本很大,妇联组织在合作网络中承担了部分信息筛选职能。城市消费者通过线上

或线下的信息沟通形式获取相关农产品的产销信息,基于自身家庭的购买需求,通过妇联和乡村妇女儿童促进会共同搭建起线上组织,借助微信群、电话等媒介提交生态农产品订单信息,再由妇联组织将产品订单信息反馈给村庄合作社,在合作社组织下联合物流公司进行农产品需求匹配与农产品输送,由此形成一个开放的信息传播反馈机制。

## (二) 组织间信任机制

生产者与消费者间是否建立起持久互信机制,将直接影响城乡对接成效的可持续性。生产者资格认定、产地环境标识、农产品市场准入、优质农产品认证、零售商进货检验等属于以制度为手段的政府背书方式,会为消费者提供信任担保,但这种背书方式受到生产者投机行为、执法手段差异、认证过程利益捆绑等因素影响。妇联作为链接枢纽组织介入其中,在政府背书基础上,提供情感交流、城乡体验等双向交互机会,在一定程度上丰富了原有合作网络的背书体系,进而增强了生产端和消费端的相互信任,推动双方互相了解。因而,青神县妇联为强化生产者与消费者信任机制的建立,从双方入手开展工作。在生产者组织方面,青神县妇联积极吸纳社会组织力量,联合农民合作社在乡村举办绿色生态种养知识的讲座培训,追求健康无公害农业发展模式,从生产端改变小农户传统认知理念,普及绿色生态理念,引导农户实现生态化生产转型,从源头上确保农产品质量,增强城市消费者的购买信心。相较于制度化产品追溯体系,合作社自身尝试构建较为原始朴素的产品质量追溯机制。合作社组织者将小农户交付的鸡蛋等农产品以户为单位进行数字编码,直接标记在农产品上,便于后期城市消费者追溯产品质量。而在消费者组织层面,青神县妇联倡导“走进乡村”理念,通过联合城市社区妇联组织开展一系列城乡互动项目活动,例如“我在深山有远亲”“城市小区地推”“观光鸡舍”“丰收农夫市集”“我在村庄赛厨艺”“我在村庄有棵树”“我在村庄有片地”等,增进生产农户与消费者之间的熟悉度。同时,妇联组织还与一些企业工会组织合作,在村庄举行企业团建等活动,不仅能够达成企业员工前往乡村休闲放松的目的,还能促使其在此过程中购买农副产

品,扩大城市消费者群体规模,以达到社会扶贫效果。

信任机制的建立存在两种基础:认知基础和情感基础<sup>[6][PP24-59]</sup>。其中,认知信任来源于被信任者的知识、技术和能力,通过相关信息沟通与交换实现认知层面的信任;而情感信任受双方情感互动关系影响,与社会关系、行为互动、情感认同等因素有关。整体来看,青神县妇联组织在构建城乡信任机制过程中,十分注重认知引导与情感培育。例如从生产端帮助小农户转变既有种养理念,借助互助小组、合作社等组织载体力量进行理念的深化与落实,从而实现生产者组织的成功转型,这为城乡互信奠定了坚实的产品品质基础。此外,借助城乡互动项目基础,城市消费者被成功吸引前往乡村感受田间生活,真实了解、体验农民生产过程,培养爱农、助农意识,从情感层面转变原有纯粹消费者身份,以食物为纽带链接起城乡互助情感。生产者亦是如此,城乡互动项目的开展使小农户们逐渐接触城市消费者朋友,与其拉近心理情感层面的距离,并将其视为“自己人”,部分农户甚至会按照城市消费者对农产品的特殊需求进行“专项定制”生产。这种以信任为基础的市场交换,除实现经济目标外,还能在构建社会和谐、融合城乡关系等层面发挥有益作用。

## 六、结论与讨论

### (一) 结论

综上所述,基层妇联主导下的组织间网络化治理模式在社会治理中发挥着重要作用。国家高度重视发挥基层妇联等群团组织参与社会治理的组织优势,突出其纵向组织连贯性与横向组织延展性,并结合自身组织流变特性,在行政资源配置、社会力量动员等层面发挥其他组织类型不可比拟的独特优势。随着国家治理能力和治理体系现代化水平的不断提升,协同治理、多元主体参与治理等理念被不断深化,网络化治理模式成为一种新的公共服务形态。从这个角度来说,利用组织间网络化视角分析青神县妇联的城乡对接消费扶贫实践具有重要意义。通过青神县妇联的基层案例不难看出,基层政府的复合型组织特征日趋明显。妇联作为群团组织,在整个组织间网络结构中处于枢纽节点位置,并具有服

务型、信息型、资源型等复合型特征优势,链接起其他组织,扮演主导者角色。基层妇联自身中介型、服务型组织定位使其成为党政与群众“双重代言人”,兼具行政惯性与社会柔性“双重特性”决定了妇联组织在整个组织合作网络中的枢纽性地位,其横向延展出的城乡手臂组织——乡村妇女儿童促进会,是基层妇联组织体系架构创新的重要体现,能进一步深化其组织特性,共同推进现有基层妇联组织改革。伴随新时期妇女工作任务转型,基层妇联的职责并不囿于传统维护妇女自身权益、解决家庭纠纷等事务层面,而是以妇女工作为切入点,致力于提升自身服务组织能力,结合乡村社区发展提供更为广泛的社会化服务。

此外,疫情期间的妇联抗疫实践建立在青神县妇联前期扎实构建的城乡生态农产品购销机制基础上,这其中包括生产者组织基础、城乡互动信息沟通与信任基础以及消费者组织基础等,通过小农户再组织化、生态农产品手绘地图绘制、消费者下乡体验等串联起整个农产品产销体系。青神县妇联主导的“城乡生态农产品直通车”实践充分彰显出基层妇联在疫情防控背景下开展创新性工作的探索精神,逐步形成多元主体合作的网络化治理格局,既有利于化解妇女群体在农业生产领域的自然风险,减轻因疫情冲击导致的生计问题和致贫风险,又满足城市消费者购买新鲜优质农副产品的需求,同时对助力农村地区打赢脱贫攻坚战、促进城乡融合实现城乡发展产生深远影响。更为重要的是,基层妇联主导的城乡农产品对接实践将直接推动小农户迅速融入大市场,实现生产者与消费者的供需精准匹配,缩短中间环节从而降低信任折损,开辟一条新的农产品供应链,解决农户增收、产品销售等困境,帮助农户逐步建立探索市场、对接市场等能力,为农业农村发展贡献力量。

### (二) 讨论

通过青神县妇联的基层实践案例可以看到,网络化结构中链接节点的组织化程度十分重要,能够影响整个组织间协同发展的效果。组织节点自身的完善程度往往影响整个合作网络的功能表达。由于农业产业具有一定的特殊性,生产者和消费者均属

于弱势群体,青神县妇联在引导乡村妇女进行组织化能力提升的过程中,形成互助小组、农民专业合作社等组织形式。然而在城市消费者层面,尽管有社区妇联建立的妇女儿童之家和各种微信群等多个不同类别的线上组织,但以城市消费者为主体、以维护消费者利益为目标的线下组织形态发育仍不完善,组织节点性较弱。在此方面,妇联应当继续发挥引领、联系、服务妇女的优势,推动建立以城市女性消费者为主体的消费合作社组织,由此实现城市消费妇女的再组织化。通过建立女性消费合作社,一方面能够

实现城市消费者的集聚规模效应,争取更多的消费折扣和产品供给,为消费者自身赢得购买福利;另一方面能够通过机构化的运作方式对消费行为信息进行监管、反馈和评估,实现消费端的集中化反馈,促使整个城乡农产品对接过程更为规范。与此同时,以城市妇女为主体成立消费合作社将深化城乡农产品对接的社会意义,在购销生态农产品之余,以家庭或社区为单位,在社区妇联组织引导下自发与农村生产者家庭“结对子”,以妇女群体链接起城乡融合,从而有助于开展基层妇女工作。

### [参考文献]

- [1]胡倩. 应急管理组织间网络研究的新进展[J]. 公共管理与政策评论 2020 (1).
- [2]张紧跟. 组织间网络理论: 公共行政学的新视野[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版) 2003 (4).
- [3]李洪佳. 组织间合作网络构建: 基于多主体参与的公共服务供给模式创新研究[J]. 甘肃行政学院学报 2016 (3).
- [4]邱泽奇、由入文. 差异化需求、信息传递结构与资源依赖中的组织间合作[J]. 开放时代 2020 (2).
- [5]康伟、陈茜、陈波. 公共管理研究领域中的社会网络分析[J]. 公共行政评论 2014 (6).
- [6]姚引良、刘波、汪应洛. 网络治理理论在地方政府公共管理实践中的运用及其对行政体制改革的启示[J]. 人文杂志 2010, (1).
- [7]李维安、林润辉、范建红. 网络治理研究前沿与述评[J]. 南开管理评论 2014 (5).
- [8]汪锦军、张长东. 纵向横向网络中的社会组织与政府互动机制——基于行业协会行为策略的多案例比较研究[J]. 公共行政评论 2014 (5).
- [9]朱凌. 合作网络与绩效管理: 公共管理实证研究中的应用及理论展望[J]. 公共管理与政策评论 2019 (1).
- [10]胡倩. 美国应急管理组织间网络研究述评[J]. 公共管理与政策评论 2019 (1).
- [11]苏陈朋、韩传峰. 非常规突发事件跨组织合作网络结构演化机理研究——以2008年桂林冰雪灾害为例[J]. 软科学 2014, (8).
- [12]陆春萍. 妇联组织横向合作网络的建构[J]. 甘肃社会科学 2014 (3).
- [13]Provan K. G. and Kenis P. Modes of Network Governance: Structure, Management and Effectiveness[J]. *Journal of Public Administration Research and Theory* 2018 (2).
- [14]Dacin M. T., Oliver C., Roy J. P. The Legitimacy of Strategic Alliances: An Institutional Perspective[J]. *Strategic Management Journal* 2007 (2).
- [15]党兴华、孙永磊. 技术创新网络位置对网络惯例的影响研究——以组织间信任为中介变量[J]. 科研管理 2013 (4).
- [16]McAllister D. J. Affect and Cognition-Based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations[J]. *The Academy of Management Journal* 1995 (1).

责任编辑: 怀明