



# 复合型排斥： 农村青年女电商边缘化地位的生产

□ 聂召英 王伊欢

**摘要：**本研究以运营电子商务的已婚农村青年妇女作为研究对象，运用深度访谈、参与观察的方法探究农村青年女电商在电商市场中的角色与功能的变化，并分析其边缘化地位产生的原因。研究发现，农村青年妇女在电商创业时期勇于尝试和探索，并在经济理性驱动下扩大生产运营规模，承担着电商市场化运营与家庭照料的双重责任。然而，农村青年妇女随着自身运营的日趋成熟化却在电商市场场域中逐渐被边缘化，受到来自家庭、村庄和政府机构三个层面的多重隐性排斥。三个层面相互渗透、相互强化，形成了复合型、互构型的排斥效应。

**关键词：**复合型排斥；农村青年妇女；农村电商；边缘化；主体性意识

DOI:10.19633/j.cnki.11-2579/d.2021.0139

## 一、问题的提出

十九大报告提出实施乡村振兴战略，明确了“产业兴旺、生态宜居、乡村文明、治理有效、生活富裕”的总要求，是新时代“三农”工作的总抓手<sup>[1]</sup>。我国要实现乡村振兴中的“产业兴旺”，必须毫不动摇地始终将发展妇女工作放在重要地位。习近平在全球妇女峰会上指出，中国将更加积极贯彻男女平等基本国策，发挥妇女“半边天”作用，支持妇女建功立业、实现人生理想和梦想<sup>[2]</sup>。农村电商作为数字经

济时代的新型产业，为妇女提供了平衡家庭和生计的契机，改变了农村空心化的现状。

在农村电商发展过程中，农村青年妇女作为拥有互联网技术、运营知识、销售经验以及相对时间弹性的行动者，成为支撑农村电商发展与兴旺的不可忽视的一极。新的生计方式使得人生阶段处于需要兼顾家庭照料和家庭生计双重面向的农村青年妇女在性别关系中实现了新赋权。然而，在电商市场中获得赋权的农村青年妇女，随着自身运营的日趋成熟化，却日渐感受到各种因素的限制而逐渐被边缘化，难以实现持续性的发展和突破。

目前学界大部分研究讨论的是,农村电商的出现使得农民摆脱传统商品流通的中间环节,直接参与到电商市场中与消费者建立联结,增加了收入,实现了赋权<sup>[3][4][5][6]</sup>。但有研究指出,随着农村电商体系的变动和重组,农民网商在电商市场中的地位逐渐处于下滑。邵占鹏认为电商平台规则的演化,使农民网商的经营状况越来越差<sup>[7]</sup>。甚至,随着电商平台强势地位的确立,农民网商逐渐完全依附电商平台<sup>[8]</sup>,造成其难以有资本和能力应对重大的生存困境和危机<sup>[9]</sup>。在此背景下,农民网商与电商市场的关系逐渐从链接演变为日趋断裂的状态<sup>[10]</sup>。综上,学者从社会学视角对农民网商在电商市场中日益被边缘化的不利处境进行了分析和归纳,但不可否认的是该研究属于“性别中立”,甚至是“无性别”的研究视角。然而,这其实意味着“父权视角”的研究结果,在无意间忽视了农村青年妇女在电商市场中的独特功能和地位。更为重要的是,已有的关于农村电商问题的研究成果,缺少对从事农村电商的青年妇女这一群体的研究。

本研究从性别关系的排斥视角探析作为经营农村电商的主体之一的农村青年妇女,在其经营方式日渐成熟化时,缘何又在电商市场中逐渐被边缘化。最后,分析如何在基层治理中增加公共政策进行干预以保护和提高农村青年妇女在电商市场中获取和整合资源的能力,从而促进其在电商市场中的竞争力,保护其主体性意识,为全面实施乡村振兴战略提供助力。

## 二、研究方法和研究框架

### 1. 研究方法

本研究运用实地调研方法,采用深度访谈、参与式观察的方式获取经验材料。笔者选择发展时间周期长、形成产业集聚性较为发达的电商村作为调研地。笔者在山东省菏泽市C县D镇D村、山东省滨州市B县J街道W村、浙江省丽水市J县H镇北B村、山东省临沂市F县S村等多个电商村进行了为期4个月的调研。除了调研发展程度较高的电商,笔者用7天时间调研了浙江省丽水市S县G电子商务公司,与公司创始人潘东、负责人潘越和员工刘西进行了深入访谈,并作为其中一员参与到其培训过程之中,参观了其对接的各个农民专业合作社、小卖铺、小农户和快

递点等等。在实地调研的过程中,笔者通过熟人介绍以及查阅二手资料的方式锁定从事农村电商的小农户,继而在入户访谈时,不仅重点调研女性农民网商,也调研男性农民网商,并对比两者之间的分工与合作状况。笔者将主要调研对象界定为16~45岁的已婚农村妇女且曾经或正在运营农村电商。笔者共深度访谈34名农村青年妇女并获悉了其具体信息,其中15名运营和销售演出服,13名运营和销售草柳编制品,3名运营和销售金蛋和泥娃娃,3名运营和销售运动用品。按照学术惯例,本文所使用的案例受访者均采取了化名处理。笔者在调研农村青年妇女时采用了半结构式访谈法,每次访谈持续时间为1个小时左右,涉及其个人基本情况、生命历程、所售产品特性、店铺运营状况、生存困境、主体意识等基本问题,并根据其回答情况进行追踪式访问。在深度访谈结束时,笔者通常与农村青年妇女互相添加微信,以便在线上持续跟踪其生产生活方式,并进行了多次回访。

### 2. 研究框架

本文的研究框架采用了美国萨塞克斯大学发展研究所奈娜·卡比尔的社会关系分析法,该框架包括三个方面的核心概念:发展的目标是为人类谋福利、社会关系的概念和制度分析。这一框架目标是用来分析资源、责任和权力的分配方面存在的性别不平等,并用来设计一些政策和计划以帮助妇女成为自身发展的能动者。这个框架运用概念来分析人与人之间以及人与资源和各种活动之间的关系,探析这些关系是如何通过注入政府和市场之类的“制度”来重组的<sup>[11]</sup>。本研究在探析农村青年妇女被排斥的边缘地位的生产和再生产时,使用了社会关系分析法中的第三个概念——制度分析。卡比尔认为社会不平等和排斥背后的深层次原因并不局限于家庭,而是在国家、政府、市场、社区等各个层面的制度被生产、巩固和再生产,从而持续制造、维持着社会的差异、排斥和不平等(角色、责任、权利要求和权力等)。

本研究基于卡比尔的制度分析框架,使用了家庭、村庄、政府三个层面的制度进行分析。因信息网络技术所产生的时间、地域和空间的压缩和区隔效应,在电商市场中出现了“去性别化”“去中心化”“去等级化”的趋势。因而,农村青年妇女在电商经济中发挥了重要功能,实现了经济上的增能和赋

权,所以在本研究中去市场层面排斥的制度分析。在分析农村青年妇女在家庭、村庄、政府机构三个层面的制度时,融入了五个显著不同却又相互关联的范畴:规则、资源、人、活动和权力。

现代化的表征之一是克服排斥与偏见,实现全体成员的被纳入与被重视,成为统一化的服务对象,但这种统一化并非无差别化。在现代化过程中将从事电子商务的农村青年妇女视为与男性农民网商发挥同等经济功能的主体,但应根据性别特征、行动逻辑、家庭照料负担、文化传统、制度构建等现实归因,动态调整规则、资源、人、活动和权力等要素与农村青年妇女之间的互动关系。

### 三、农村青年妇女在电商经济中的角色和功能

随着农村电商经历了萌芽期、发展转型期和成熟期等阶段性过程,农村青年妇女在其演化过程中扮演了不同的角色、发挥了不同的作用。然而,农村电商的发展历程绝不是线性的:在向不同方向铺展的同时,既前进又后退,既受到积极因素的激励,也受到消极因素的制衡。与此同时,农村青年妇女随着农村电商的阶段性演化过程以及家庭经济周期的波动导致其“农民理性”发生着同步变化。农村青年妇女与其他经济主体一样,在做出决策和实施行动时,虽面临着信息不对称、资源获取困难、个体能力差异等诸多限制性因素,但其行为取向和选择是理性的,能在有限的条件下充分发挥主体能动性,做出最有利的抉择。

#### 1. 电商创业:家庭化经营的先锋

在中国农村“半耕半工”的务工型经济发展模式下,农村青年妇女为了照顾小孩、老人,只能选择留守村庄从事农业或村域范围内的简单加工业等低报酬劳动。在这一情境之下,农村青年妇女作为拥有饱满精力、充裕时间却苦于无良好机遇的劳动力,只能在全球资本主义的链条中处于最低端、最受剥削的位置,长期处于饱受困苦折磨的低福利处境之中。当城市电商经济下沉至农村社会时,农村青年妇女果断抓住机会,融入到全球商品化和市场化的进程中,以期成为掌握市场份额并分割全球资本蛋糕的主体之一。而外出务工的农村青年妇女,虽然身处城市能获得相较于农村区域更高的报酬和福利,但由于深受工厂工

作地点以及时间制度的制约和限制,难以平衡生产性活动和家庭再生产之间的关系。

赵雪是山东省菏泽市C县D镇S村(靠近该地区农村电商最先萌芽的村庄D村)的留守妇女,出生于1986年,现35岁。2010年,赵雪与丈夫孙立结婚时,她形容道:“我们刚结婚的时候是一穷二白的。”婚后孙立外出打工,赵雪因孕留守村庄。2011年,赵雪的儿子孙泽出生,家庭负担加重。为了照顾儿子,不让儿子成为留守儿童,赵雪边照顾孩子边帮人制作演出服。当时,D村有村民在网上销售演出服,S庄村民并不认同,言语间认为该行为是不务正业,没有前途的。在这一舆论氛围中,个别留守妇女抗住了村民们的言语抨击和闲言碎语,大胆加入并运营网店。2019年4月18日,赵雪承认,她也勇于尝试,开设网店并自己进行设计、剪裁、缝纫,自家老人帮忙照看孩子兼负责帮助制作加工、包装、运输等工作,逐渐将网店经营得风生水起,订单量在稳定中不断增长。

浙江省丽水市J县H镇北B村的王苗苗,35岁,现有一个TB电商平台集市店,分销北山狼户外用品有限公司的运动气垫。2018年7月28日,在调研中发现,王苗苗的家庭现成为B村唯一的北山狼户外用品的分销商。在2014年前,她一直与丈夫一起在HZ镇打工,从事改机床工作,只能将正在上学的小孩安置家中,因距离和时间限制无法照顾小孩。除此之外,他们还长期忍受着老板的训斥和责骂,稍有差池,就会被克扣工资。2012年,村庄与数控中心合作进行电商培训,王苗苗请假回村参与电商培训。2014年,因打工的艰辛以及对小孩的愧疚,她说服丈夫辞职回村开始经营农村电商。与此同时,父母和亲戚帮助做包装的工作。

无论是留守村庄抑或是外出务工的妇女,整体上均对能够兼具家庭生产和再生产的农村电商拥有异于男性的敏感性以及尝试的勇气。34名农村青年妇女,有8名不畏风险、不惧流言独自进行电商创业以应对外部市场化和商品化的强制性挤压,以期摆脱家庭内的经济困境。在运营农村电商初期,农村青年妇女充分动员和整合家庭内闲置劳动力投入到农村电商生产运营的非技术环节上,最大程度上压缩了生产运营的成本,保持了在电商市场内的相对优势,从而以“低价”的方式获得了消费者的青睐。恰亚诺夫指出,家庭化经营相对于资本主义企业具有更强的经济竞争

力,家庭农场内在基本经济均衡条件使得它能够接受很低的劳动报酬,这使它可以在资本主义农场无疑会陷于毁灭的恶劣条件中维持生存<sup>[12]</sup>。

在农村电商创业初期,农村青年妇女实施了保守型的家庭化经营方式,以自我开发和动员家庭内闲置劳动力为主要驱动力,从而最大程度上控制成本代价,在保证电商市场的相对竞争力的同时,也能规避市场风险、保障生存安全,减少电商创业风险对家庭正常运转的可能冲击。

## 2. 扩大再生产:激进的冒险者

为了获得和捍卫在电商市场中的自主性,农村青年妇女进行了持续不断的斗争,不断强化和巩固“电商资源库”<sup>[13]</sup>。农村青年妇女以小农户为基本经营单位,通过资本的投入、产品类型的创新、店铺的升级、雇佣人数的增加、社会关系的经营等方式对自我控制的资源库的生产和再生产要素进行不断的重新组合和配置,以期摆脱电商线下生产性和线上销售的双重挤压和制约。徐勇指出,尽管当今的农户经营规模小,但他们已越来越深地进入或者被卷入到一个开放的、流动的、分工的社会化体系中来,与传统的封闭的小农经济形态渐行渐远,进入到社会化小农的阶段<sup>[14]</sup>。

山东省菏泽市C县D镇D村朱莹,女,生于1990年,31岁,毕业于烟台大学装饰专业,曾在北京工作。2012年,为逃避大城市的漂泊生活,返乡创业,开设网店销售演出服。但当时村里仅有几家制作演出服的小农户,处于起步阶段受限于资金问题的朱莹,只能通过复制照片的形式装饰网店。随着网店订单量的增多,朱莹陷入新困境,订单多了导致演出服供不应求,无法及时发送货物,流失了大量的订单,严重影响销售利润。朱莹鼓动父亲、老公说:“咱们自己制作衣服吧,其他事情都不要做了。”但当时父亲和老公因考虑到投入风险问题,表示过反对和质疑意见,但朱莹意志坚定,劝说家人放弃正在从事的生计方式(父亲经营村镇摄影实体店、老公在外打工)。朱莹全家开始生产+销售运营模式后,雇佣村里有血缘亲缘关系或熟识的妇女做演出服,产生了良好的带动效应,村里多家网店开始将她家制作的演出服作为货源,天天忙碌到凌晨。最终,实现了从家庭作坊到加工厂再到公司的转变,实现了生产运营方式的转型和升级。

农村青年妇女在开拓和积累电商市场的销售渠

道、运销技术、生产性知识等时逐渐使电商市场订单量日趋稳定化和常态化,不仅积累了一定的原始资本,也拥有了抵御电商市场季节性销量起伏以及日常销量不稳定等风险的能力。在此基础上,农村青年妇女在追求和构建自主性的道路上,需要以“破釜沉舟”式的勇气投入初期经营农村电商所积累的有限资本进行转型,承受着破产的风险以及丈夫质疑的压力。农村青年妇女在权衡可能的风险与未来巨大的长期收益时,果断做出了取舍并付诸行动。塞缪尔·波普金认为,小农户在开放的村庄中相互竞争和追求最大化私利,其行为属性与资本主义企业一样,是“一个在权衡长、短期利益之后,为追求最大利益而作出合理生产抉择的理性经济人”<sup>[15]</sup>。实际上,农村青年妇女在电商市场中已经习得了较强的现代化市场意识,其思维方式和价值取向已经从“脱贫”转向了“致富”。

农村青年妇女为了获取电商市场运营中的掌握选品自主权、降低产品成本以及缩短发货时间等优势,将线上电商的运营与线下的生产加工相结合,逐渐形成“线上销售+线下生产”的生产经营模式。这一生产运营模式使其不仅摆脱了产品供应商在价格、时间、质量等问题上的限制,也直接为线上电商市场的竞争提供了价格、质量、发货时间短和可溯源等优势。随着农村青年妇女经济理性的扩张,在家庭化经营的基础上,必然需要建设生产性的工厂和搭建网店运营团队。由此,传统的家庭化经营方式已无法适应规模扩张的需要,必然需要衍生出“家庭辅助劳动力+雇佣劳动力”的混合模式。

## 3. “忙里与忙外”:连轴转的强人

农村青年妇女所获订单量渐趋稳定且稳健上涨,意味着农村电商的发展已成熟化、稳定化,运营的风险性相对而言已降至最低。最为关键的是,农村青年妇女的家庭单位已通过运营农村电商,实现了恰亚诺夫式的“劳动-消费”平衡<sup>[16]</sup>,全面解除了日常生计的基本压力。在此情境下,形成了大批量农村青年妇女说服外出务工的丈夫或者亲人返回村庄与其共同运营农村电商的情形,以巩固其自我创建和自我管理的“电商资源库”,从而在农村电商发展日益内卷化的困境中保持相对优势。

山东省滨州市B县J街道W村安倩,女,出生于1986年,2009年大学本科毕业后成婚。丈夫安宝(学历本科,专业是艺术设计)在B县某公司上班,妻子

安倩因孕留守家中，并开始运营电商，在TB电商平台集市店销售草柳编制品。2018年1月30日，在访谈中安倩直言，刚开始在网上销售草柳编制品时，村里的快递公司很稀少，发快递需要跑县城。W村庄内农村电商产生规模效应后快递公司逐渐入驻本村内，安倩运营农村电商的事业逐渐步入正轨。随后丈夫放弃县城工作，回村与安倩共同运营网店，现开设了三个TB电商平台集市店和一个TM电商平台商城店，共销售120多种产品，雇佣了三个客服处理网上消费者的咨询和订单。日常运营中，夫妻两人每人负责一个店铺。安倩说：“自从运营了电商，每晚12点以后睡觉，早上7点多就得起来照顾孩子、看着孩子学习、做家务，然后就一天守在电脑前处理消息。”安宝谈到夫妻两人的分工：“无论什么活，我们俩都是谁有空谁干，不过还是安倩干得多，家务活我从来不插手，快递的事我也不管，我有空就和村里一起做电商的安启、王帅明他们聚一起玩儿。”

34名农村青年妇女均和丈夫共同生活，其中有25名农村青年妇女与丈夫共同运营电商，其余9名独自运营电商。夫妻共同运营农村电商时，两者根据各自的性格特点、擅长领域、家庭需求等形成了弹性化的分工合作机制。然而，在这一分工合作机制中，农村青年妇女往往需要兼顾和应付农村电商的生产运营与家庭内再生产的双重任务和压力。在双重压力之下，农村青年妇女成为“忙里忙外”的生活生产强人。刘元芳（32岁，与丈夫王力共同经营网店已经七年，2018年1月28日，笔者在访谈时得知她由于长期劳累患上重感冒，但她依旧坚持运营网店、提取货物、运输货物、照顾孩子、安排小孩学习等活计）说：“只要累不死就一直干，累死再说。现在干什么都得花钱，家里稍微一动弹就得两三百。你看看村里哪有闲人啊，没有哪个妇女敢闲着。”农村市场化和商品化程度的加深以及通过农村电商嵌入资本化市场的社会现实，均要求农村青年妇女遵守传统父权制规范将时间精力投入到照料家庭成员、家务劳动等无酬劳动，更要求其拥有赚取现金收入的能力以满足整个家庭庞大的货币性支出需求。徐勇指出，无论是生产方式、生活方式，还是交往方式，农民的行为都已不同程度地“社会化”了。所需产品和劳务无不依靠社会提供，货币而不是实物成为他们行为的选择标准<sup>[17]</sup>。晋洪涛进一步解释道，在当代市场化进程中，大量的消费品

包括食品都是由市场提供，农户消费已走向社会化，依靠社会满足家庭各种需要，而农户的消费方式也趋向货币化，通过现金完成各种交易<sup>[18]</sup>。因此，解决家庭内过于膨胀的消费需求和货币性支出已经不单单是丈夫的分内事，也成为衡量妇女能力和名声的重要标准之一。熊秉纯提出在工业化时期，在以男性为中心的家庭组织、经济和权力结构下，男性承担养家糊口的全责是隐含的文化、社会认知，已婚妇女被认定为只需赚取“零用钱”<sup>[19]</sup>。然而，在农村高度卷入市场化和商品化的超经济强制的现代信息化社会，这一文化、社会认知和两性分工早已不合时宜。

#### 四、女性在电商市场中的日益边缘化

随着农村青年妇女在电商市场中运营的成熟化，对其整合各种相关资源、资本和要素获得相对竞争优势的能力要求增强，导致其在电商市场中进行竞争的短板逐渐暴露。在农村电商的社会实践中，这种排斥和挤压具体表现为自我和家庭范畴造成的排斥，也包括村庄以及政府层面因惯常的男性政治视角造成的排斥。扬·杜威·范德普勒格认为，支配行动者之间相互关系（并且界定他们与所利用资源的关系）的规则通常来自当地的文化传统和性别关系<sup>[20]</sup>。农村青年妇女受性别因素的制约，造成其公共服务和公共品的可及性方面遭遇阻碍，难免会造成其“电商资源库”自我维持的失灵和减弱，使其在电商市场竞争中处于不利地位。

##### 1. 自我排斥：以家庭为中心安排日常生产生活的行动逻辑

黄宗智认为，在中国经济史上，最基本的经济单位一直都是农户家庭<sup>[21]</sup>。农村青年妇女将自身的工作地点、时间安排以及职业性质等个人化选择和规划完全嵌入家庭之中，根据家庭内部生产和再生产的刚性需求进行动态调整，具有明显的家庭中心主义倾向。甚至，在某种程度上，为了家庭成员的照料需求和教育发展问题农村青年妇女表现出超强的韧性、忍耐力以及牺牲精神。

2018年7—8月，四川省广元市W县政府与浙江省丽水市S县G电子商务公司进行合作，推出“浙广东西部扶贫写作”电子商务培训班，在外出参观G电子商务公司定点合作的农民合作社、小商铺等的汽车

上, 30岁的农村妇女王蕊说:“我和老公婚后一直在广元打工, 将两个小孩放在家里, 让他们的爷爷奶奶照顾。但老人照顾小孩只知道宠爱却不会管教, 小孩子现在学习也不好。原本我只能打工, 因为村里没地没工厂, 我回村赚不了钱的, 家里就没法活了。但现在有电商了, 我就想来学做电商, 这样回村就能通过网上销售家乡特色农产品来赚钱养家。最重要的是我能自己支配时间了, 卖货之余可以接送孩子上学放学, 也能好好教育小孩。”对代际教育问题的认知和反思, 成为王蕊做出改变的原动力。而农村电商这一可兼顾赚取现金收入和教育、照料问题的生计方式则为其提供了返乡创业的契机。

山东省滨州市B县J街道W村, 32岁的曾贝贝, 生于1989年, 已运营农村电商7年, 开设了三个TB电商平台集市店销售草柳编制品储物凳。2021年为缓解新冠疫情造成的家庭生计压力, 她又在PDD电商平台上开设了多家店铺销售窗台垫。2018年1月31日, 曾贝贝谈起经营农村电商的无奈时说:“现在网上竞争越来越厉害了, 有人在砸钱卖, 刚开始卖的时候利润是30%~40%, 现在顶多10%左右, 越干越够, 根本不赚钱, 快递费最近又涨了一半。更重要的是, 长时期睡眠不足和固定姿势, 我现在每天浑身疼。”谈及为什么不出去打工时, 曾贝贝说:“我老公在村里做草柳编原材料生意, 有个儿子正在上幼儿园, 根本没法出去工作, 我要照顾他俩。”而村庄内的安倩也是出于照顾老公安宝和两个小孩的目的, 只能在家运营网店。因此, 在任何经营困难面前, 她们必须苦撑到底。

农村青年妇女王蕊、曾贝贝、安倩等在进行家庭经济行为决策以及安排时, 其考量的首要出发点是家庭内再生产问题, 甚至在某种程度上可以为了家庭内的再生产问题牺牲部分现金收入和个体福利。然而, 家庭内部教育费用、房贷、车贷、日常生活消费等庞大的货币化需求和沉重的经济支出使其必须维持家庭生产和再生产之间最低程度上的平衡, 导致其只能以自我剥削的方式投入到维持家庭持续的运转之中。刘继文、良警宇将农村妇女面向现实、维持家庭运转的行动逻辑归纳为“生活理性”<sup>[22]</sup>。但农村青年妇女以家庭为中心的过度自我开发和自我剥削的生活理性是建立在牺牲自我娱乐、休息甚至是颠倒正常生物钟的基础之上, 这导致其时间、精力过于消耗, 难以安排出时间参与村镇层面以及

社会层面的政治事务, 只能将自己排除其外。曾贝贝表示:“村镇的电商宣传活动我不参加, 村里的电商协会我也没加入, 加入我也去不了。每天我得先照顾儿子和老公, 还得管着儿子学习。学校老师每天都在家长群里给家长安排了督促小孩学习的任务, 一旦完不成, 老师就点名批评家长, 我不得不拿出大量的时间配合老师的安排。除此之外, 我才能运营网店, 每晚至少得忙到晚上1点左右。在双十一前后的两个星期, 白天我坐在电脑前处理订单, 晚上我用手机处理消费者的咨询。”与之形成鲜明对比的是, 笔者接触到的山东省滨州市B县J街道W村本村原住民的4名男性农民网商均加入了村庄内的电商协会, 并作为电商代表参与电商协会组织的各种活动, 其中安启、安宝、王帅明三人甚至成立了非正式组织。而W村周德军经常作为电商代表人参加A电商平台企业牵头举办的学术讨论活动以及村镇政府举办的电商村活动等, 并在其中获得了大量的信息、荣誉和资金等支持, 实现了资源的整合和利用。

## 2. 村庄排斥: 公共品和公共政策的非公共性

面对农民网商内部竞争日益内卷化的困境, 乡镇政府为了实现农民网商的自发性团结、实现治理的相对自主性, 督促村委联结农民网商建立电商协会以形成统一、规范的价格机制。乡镇政府寄希望于通过电商协会的约束机制从而在最大程度上规避恶性竞争造成的资源损耗和流失, 保障农村电商持续发挥赋权增收、振兴乡村的功能。然而, 乡镇政府在下沉电商协会以及相关公共品时, 在传统文化或治理惯性的驱使下在某种程度上实施了社会性别盲视政策。

山东省滨州市B县J街道W村电子商务协会秘书长(村支部成员之一)安德简说:“因为村里的农民网商比较分散, 难于管理, 存在同质化严重、竞争激烈、诚信缺失等问题。为了将村里的农民网商拢起来, 所以成立了电商协会和红色电商联盟。”乡镇政府通过电商协会、红色电商联盟推出“电商服务”: 定期走访电商户, 帮助解决创业困难; 解决电压不稳定问题, 已投入80余万元; 解决网络问题, 落实网络入户事项; 解决营业执照问题, 上门办理营业执照360多个; 协调金融部门发放贷款支持农民网商创业, 已发放500多万元的小额贷款。安德简承认他搭建电商协会和红色电商联盟的过程中, 主要是与电商户内的男性农民网商进行沟通, 邀请他们成为其中的一员并参

加相关的活动，很少与女性农民网商进行沟通，也未考虑将她们纳入其中。

电商协会作为乡镇政府联结村委提供给村域范围内农民网商的“准公共品”“准公共政策”，其本意应是囊括所有农民网商并使其成为参与者和受益者。陈国权、付旋指出，公共政策作为一种正式的制度安排，在解决社会公共问题时应遵循公共利益最大化原则，这是公共政策“公共性”的本质属性<sup>[23]</sup>。在W村电商协会成立、搭建和运作过程中，却不自觉地偏向和黏合男性农民网商，习惯性默认男性农民网商是电商户的“绝对当家人”，将其纳入电商协会的主要成员，并组织其参与电商协会的经验分享、小额贷款、规则制定等活动，成为“电商公共服务体系”的主要服务对象。村委成员为了组织过程的便捷性和可操作性，在无意之中已将运营农村电商的主体之一——弱势农村青年妇女排斥在外，导致其难以自由置换和获取信息以及触及乡镇政府提供的各类针对性的电商公共政策、公共品和公共服务，更没有进行利益表达的有效渠道。

### 3. 政府运作的隐性排斥：家户制概念下女性的不可视

农村电商下沉至农村，并在农村社会迅速膨胀，加速了农民网商对生产性活动以及存储空间的需求，使得围绕着“半耕半工”经济体系建立起来的相关物质和制度安排面临着严峻的挑战和破坏，两者呈现出不相适应的矛盾和冲突。农民网商面对农村社会“束手束脚”的物质和制度安排时，呈现出以经济理性为轴心的资源利用、组合和拼凑行为，甚至在某种程度上跨越了国家制度安排的底线和原则。

安启（32岁，中专学历）是山东省滨州市B县J街道W村农民网商，安启和妻子张丽（31岁，初中学历）以家庭宅基地作为居住、运营、仓储一体化的空间和场所。2018年1月30日，笔者调研时，安宝开设了两个高等级的TB电商平台集市店和一个TM电商平台商城店，拥有店长、美工、运营、客服等5名工作人员，营销体系构建相对完善。白天安启和5名工作人员在电脑前运营网店，妻子张丽负责接送小孩、做饭等杂事，晚上张丽不休息用手机处理消费者的咨询和订单。随着网上订单量的增多，为了及时发货以及备战旺季销售，需要备货充足。安启不租用村里建设的草柳编电商产业园（每年需要至少支付1万元的租用费），于是计划在自己宅基地的庭院里搭建遮雨棚

作为存储产品的空间。安启雇佣工人打算先在庭院四个角落处打上高两米的粗壮柱子，但在打到第三根时，政府部门联合村委对其行为进行了制止。为了躲避政府部门和村委的责难，安启让妻子张丽出面敷衍来家制止的行政人员，但行政人员明确表示说：“我不和妇女谈这些事情，把你家男人找来，我只跟他谈。”安启出面后，在政府部门和村委的压力下，被迫停止了搭建行动，但他坚决不拆除已建成的柱子，此事不了了之。

安宝为了躲避政府部门和村委的联合追责，想利用妻子张丽作为妇女的非政治身份与政府部门和村委进行谈判，从而拖延政府和村委叫停的时间以达到“蒙混过关”的目的。在基层治理体系中的“家户”概念下，除非该家庭失去了男主人，否则男性是确定无疑的户主以及政治代表，妇女则被视为隐藏于男性身后的非户主，被限定于私人领域之中，自然不具有公共领域内的权威性和政治性。基层治理体系中的“家户”概念使农村女性被政府潜意识中排斥在公领域之外，让其遭受到女性主义的长期诟病。布里奇特·奥劳克林指出，女性主义对农政变迁中家户研究路径的批判主要集中于两点：一是“单一家户”的观念；二是公与私的二元对立<sup>[24]</sup>。

政府部门的行政人员拒绝和妇女进行谈判和互动，因为在他们的观念中妇女的回应和承诺不具备社会和政治效力，无法产生实际的叫停目的。显而易见，无论是在政治制度体系内抑或是传统文化观念中，农村青年妇女均处于相对不可见状态之中，无法拥有足够的话语权，难以在基层政治运作之中进行博弈以争取更多的资源和资本。

## 五、结论

农村青年妇女在市场经济的无声强制之下，为了实现生产和再生产的平衡，选择了拥有时间弹性、无工作地点限制以及准入门槛低但增收致富效应显著的农村电商。与此同时，随着农村青年妇女从生存理性到经济理性以及生活理性的转变，其经营模式亦从家庭化运营逐渐过渡到“雇佣式+家庭劳动力”（小型工厂）的混合运营模式。农村青年妇女雇佣老年人、留守妇女以及残疾人加入生产性环节的行动含有明显的“道义经济”的倾向，在一定程度上为国家实施精准扶贫、脱贫攻坚以及乡村振兴战略提供了助力。然

而,随着农村电商市场中内卷化程度的加深,对经营者获取、整合各类相关资源和资本加强竞争优势的要求逐渐增强。但运营方式日渐成熟化的农村青年妇女受家庭、村庄、政府三个层面制度的复合型隐性规制,无法获得和整合各类相关资源实现自身“电商资源库”的维持、完善和强化,从而变相被剥夺了其在电商市场内的核心竞争力,导致其在电商市场中逐渐难以推出新产品,渐趋被淘汰的命运。

比娜·阿加瓦尔指出,如果妇女能够掌握她们自己的资源,那么她们就能得到可能的最佳结果<sup>[25]</sup>。因此,为保护掌握新生计方式的农村青年妇女的权

利、资源以及衍生出的现代化的主体性意识,政府需要对其进行全方位的赋权,将其真正纳入治理、服务的对象,从而为乡村的全面振兴制造新动能。■

[基金项目:本文系国家科技计划课题中国农业大学人文与发展学院项目“乡村振兴战略研究”(项目编号:2018TC035)阶段性研究成果]

聂召英:中国农业大学人文与发展学院博士研究生  
王伊欢:中国农业大学人文与发展学院教授,博士生导师  
责任编辑/汪永涛

### 参考文献:

- [1] 新华网. 习近平在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[EB/OL]. [http://www.china.com.cn/19da/2017-10/27/content\\_41805113\\_5.htm](http://www.china.com.cn/19da/2017-10/27/content_41805113_5.htm), 2017-10-27.
- [2] 人民网-中国共产党新闻网. 习近平谈妇女工作金句:引导妇女既要爱小家,也要爱国家[EB/OL]. [2019-03-08]. <http://cpc.people.com.cn/n1/2019/0308/c164113-30964271.html>.
- [3] 张建云. 互联网与农业生产方式大变革[J]. 兰州学刊, 2016(6): 179-185.
- [4] 曾亿武, 郭红东, 金松青. 电子商务有益于农民增收吗?——来自江苏沭阳的证据[J]. 中国农村经济, 2018(2): 49-64.
- [5] 何宇鹏, 武舜臣. 连接就是赋能:小农户与现代农业衔接的实践与思考[J]. 中国农村经济, 2019(6): 28-37.
- [6] 聂凤英, 熊雪. “涉农电商”减贫机制分析[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2018(4): 63-71.
- [7] 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.
- [8] 邵占鹏. 农民网商对电商平台的依附关系及其形成机制[J]. 上海对外经贸大学学报, 2020(3): 47-55.
- [9] 聂召英, 王伊欢. 后疫情时期青年农民网商的生存困境及策略[J]. 当代青年研究, 2021(1): 53-59.
- [10] 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.
- [11] 坎迪达·马奇, 伊内斯·史密斯, 迈阿特伊·穆霍帕德亚. 社会性别分析框架指南[M]. 社会性别意识资源小组, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2004.
- [12] 恰亚诺夫. 农民经济组织[M]. 萧正洪, 译. 北京: 中央编译出版社, 1996: 61.
- [13] [20] 扬·杜威·范德普勒格. 新小农阶级:世界农业的趋势与模式[M]. 潘璐, 叶敬忠, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2016: 29, 52.
- [14] 徐勇. “再识农户”与社会化小农的建构[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2006(3): 2-8.
- [15] Popkin S L. The Rational Peasant: The Political Economy of Rural Society in Vietnam[M]. Berkeley: University of California Press, 1979: 1-5.
- [16] 扬·杜威·范德普勒格. 小农与农业的艺术:恰亚诺夫主义宣言[M]. 潘璐, 叶敬忠, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2020: 44-45.
- [17] 徐勇. 如何认识当今的农民、农民合作与农民组织[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2007(1): 1-3.
- [18] 晋洪涛. 家庭经济周期理性:一个农民理性分析框架的构建[J]. 经济学家, 2015(7): 55-64.
- [19] 熊秉纯. 客厅即工厂[M]. 蔡一平, 张玉萍, 柳子剑, 译. 重庆: 重庆大学出版社, 2009: 109.
- [21] 黄宗智. 中国过去和现在的基本经济单位:家庭还是个人?[J]. 人民论坛·学术前沿, 2012(1): 76-93.
- [22] 刘继文, 良警宇. 生活理性:民族特色产业扶贫中农村妇女的行动逻辑——基于贵州省册亨县“锦绣计划”项目的经验考察[J]. 中国农村观察, 2021(2): 15-27.
- [23] 陈国权, 付旋. 公共政策的非公共化:寻租的影响[J]. 中国行政管理, 2003(1): 49-53.
- [24] 布里奇特·奥劳克林. “农户”的概念是普世的吗?对其讨论缘何依然重要?[M]//叶敬忠. 农政与发展当代思潮:第1卷. 北京: 社会科学文献出版社, 2016: 186.
- [25] Jassal S T. Review Article: Bina Agarwal, A Field of One's Own: Gender and Land Rights in South Asia[J]. Indian Journal of Gender Studies, 1996, 3(2): 303-307.