

## 數位嵌入與網際連結下的機緣催化： 淘寶村多元行動者的共生共治\*

孫宇婷、張健挺、梁朝雲\*\*

---

投稿日期：2023 年 1 月 25 日；通過日期：2023 年 9 月 29 日。

\* 作者衷心感謝主編與兩位匿名評審所提供的寶貴建議。

\*\* 孫宇婷（第一作者）為河海大學公共管理學院新聞傳播學系講師，碩士生導師。

研究方向：傳播社會學、鄉村傳播、媒介傳播效果。

張健挺（第二作者）為河海大學新聞傳播學系講師，成功大學政經所博士候選人。研究方向：媒介生態學、傳播效果。

梁朝雲（第三暨通訊作者）國立臺灣大學生物產業傳播暨發展學系特聘教授。研究方向：農業傳播、媒介心理、農鄉創業。

本文引述格式：

孫宇婷、張健挺、梁朝雲（2024）。〈數位嵌入與網際連結下的機緣催化：淘寶村多元行動者的共生共治〉，《新聞學研究》，158: 57-111。https://doi.org/10.30386/MCR.202401.0002

## 《摘要》

本研究基於社會網絡的視角，透過田野調查探索數位科技與淘寶村行動者身分轉化的互動共生關係和背後的治理邏輯。本研究發現：（一）中國宏觀政治體制與數位經濟所催生的機緣，延伸了原本以血緣、地緣與業緣為基礎的鄉村社會網絡，推動鄉村行動者在既定結構與位置中發展出行動策略並進行身分轉化，填補網絡中的結構洞。（二）具有資本優勢的精英透過數位賦予網際連結獲取更多的資源，佔據核心結構洞的位置，並創造出有利於政治吸納、經濟分享、資訊紅利等價值，形塑出協作互惠的精英網絡；普通村民在動員下形成對精英的共生與依賴關係，發展出日常多向度的散裝職業；精英網絡捲動出村民網絡，村內聯結村外，形成圈層漸進式的擴散式共生結構；（三）村內經濟形態以數位電商嵌入的有機連帶為外部特徵、基於在地信任的產銷模式為內部機械連帶特徵，同時又嵌入國家權力結構的總體機械社會中而存在；（四）政治優先性在數位科技的加持下所建構的政治治理能力，形塑出共生網絡的格局，揭示淘寶村得以共治的背後邏輯。

關鍵詞：共生共治、身分轉化、淘寶村、鄉村精英、數位科技、機會結構

## 壹、緒論

中國政府將鄉村振興做為推進鄉村治理體系和治理能力現代化的必要手段，而農村電商是農村地區應用數位科技開展商務活動的貿易形式，自 2014 年以來，已成為改善產業結構、促進商貿流通和協助鄉村振興的重要手段。《電子商務「十四五」發展規劃》（中華人民共和國商務部，2021）明確促使電子商務與各級產業加速融合，全面促進產業鏈數位化之改造，成為協助傳統產業升級和鄉村振興的重要力量。根據《中國農村電子商務發展報告（2021-2022）》<sup>1</sup> 顯示，2021 年中國農村網路零售額已達 2.05 萬億元，占中國網路零售額的 15.66%，同比增長 11.3%，農產品網路零售額達 4,221 億元。在此之中，中國東部地區是農村電商的主體市場，發展相對成熟，其經驗值得借鑒。

在數位科技重塑現代經濟形態的同時，催生了電子商務平臺，形成具有中國特色的「淘寶村」。阿里研究院（2014）將「淘寶村」定義為：「大量網商聚集在某個村落，以淘寶為主要交易平臺，以淘寶電商生態系統為依託，形成規模和協同效應的網絡商業群聚現象。」截至 2022 年底，中國共有 7,780 個淘寶村。電商系統的規模化布局也帶動了農村地區網路的普及，2022 年 6 月中國農村網民規模達 2.93 億；農村地區網路普及率為 58.8%。世界銀行曾高度評價中國農村電商的發展與成效，證明數位科技「可以在發展中國家和農村地區快速發展，成為鄉村振興和減貧的強大工具」（董峻，2019 年 11 月 23 日）。淘寶村的形

---

<sup>1</sup> 中國國際電子商務中心（2022）。〈中國農村電子商務發展報告（2021-2022）〉。取自 <https://ciecc.ec.com.cn/upload/article/20221024/20221024113120420.pdf>

成既是數位化草根創業推動的包容性經濟發展現象（劉亞軍、儲新民，2017），也是農村電子商務產業發展模式快速推進與科技創新擴散的產物（梅燕、蔣雨清，2020；曾億武、郭紅東，2016；Lee & Mueller, 2017; Li, 2017）。可見，在鄉村振興的背景下，淘寶村已成為數位科技應用與農村自然資源相結合的新場域，形成一種新的經濟業態，在促進鄉村經濟發展、提升鄉村治理能力、加強社會關係紐帶等方面都凸顯出了強大優勢，成為實現鄉村振興的重要引擎。

由於經濟基礎、資源稟賦和產業類型的差異，各地呈現出不同於淘寶村的發展邏輯。現有關於淘寶村的研究主要是從宏觀層面來探討其發展模式、動力機制、影響效應、治理轉型，對特定群體的賦權等。地方政府、商戶、社會網絡，和電商平臺科技是淘寶村空間重構的主要驅力（舒林，2018；楊忍，2021），鄉村能人（辛向陽、喬家君，2018）、電子商務協會（曾億武、郭紅東，2016），以及異質性行動者（謝滌湘等，2023）也促進淘寶村加快成型和持續發展，從而使數位科技在與鄉村社會的互構關係中得到契合（潘勁平、王藝璇，2020）。孫萍（2021）從淘寶村的內生角度對「鄉村性」的概念進行重構並指出，「鄉村性」並沒有在全球化、資訊化的浪潮中被消解，而是透過鄉村多元主體的發展實踐和社會網絡關係得以重構。鄉村重建也影響了鄉村治理結構的轉變，淘寶村透過鄉賢精英引領、多元主體參與和改善公共服務等方式推動鄉村治理轉型，從約定俗成的鄉村觀念和人格化治理轉變為仰賴制度和現代化科技的治理（林元城、楊忍、楊帆，2022；張英男等人，2019）。然而在鄉村振興背景下，數位化轉型成功的淘寶村，面對傳統鄉村社會的變遷，其經濟模式轉型和生產關係轉換所產生的現代化，並沒有摧毀傳統性，鄉村社會內部張力反而因共享紅利而趨向開放與包容，而此共生背後的社會機制鮮少被探討。

隨著現代農村建設的推進，以及資本和市場和數位科技對鄉村社會的嵌入，中國鄉村社會的現代性與媒介化程度不斷提升，鄉村由不流動演變為流動，鄉村群體由「離土離鄉」轉變為文化反哺與數位反哺。鄉村越來越被理解為一個混合的、關係性的複雜空間（Heley & Jones, 2012; Lin, Xie, & Lv, 2016）。有學者認為，具有傳統特性的文化在面對現代性嵌入過程中並非總以消極和對抗形式出現，農民也不一定會受到深刻傷害，這種鄉村傳統「文化底蘊」具備對接現代性倫理的功能，會不斷結合新的歷史條件與發展機遇，進而產生建設性與創新性的局面（楊善華、孫飛宇，2015）。一方面以血緣、地緣、信仰、習俗等為主要特徵的傳統文化仍具有不可忽視的力量，另一方面也在尋求變遷的內生性動力，進行地方自覺的鄉土性重構（陳然，2016）。而處於生存性狀態下的傳統文化和社會規則，可以成為鄉村實踐中的新資源（吳一帆、李小雲、宋海燕、董強，2020）。由於中國地域廣闊，區域差異明顯，鄉村資源稟賦參差不齊，現代性嵌入程度不盡相同，使得現代與傳統的二元對立共處於鄉村社會場域空間之中（詹國輝，2019），而單純從內生性的文化層面與異質性角度，難以深入解釋鄉村振興背景下數位科技嵌入變遷背後的邏輯，而外部結構對在地制度變遷的影響也應被納入分析的視野中。

中國鄉村治理不僅是傳統與現代的碰撞，還受到國家、社會和鄉村內部等多重力量交錯影響，導致結構洞（structural hole）存在張力（王增武、湯奪先，2023）。從維繫秩序穩定的角度而言，內生與外生秩序都具有維繫鄉村社會穩定、達到鄉村治理的功能，但外生秩序過強則會導致內生性的不足，致使鄉村治理面臨重重困境，鄉村善治也就應運而生。鄉村善治既代表良好的治理狀態，亦代表有效的治理方法（張佳、王成，2023）。隨著現代農村建設的推進，以及資本、市場和數位科技

對鄉村社會的嵌入，中國鄉村社會的現代性與媒介化程度不斷提升，鄉村由不流動演變為流動，鄉村群體由「離土離鄉」轉變為文化反哺與數位反哺。鄉村與外部環境的相互作用決定了鄉村的發展與演變，鄉村振興需要區域內外的行動者之間的合作（Li, Westlund, & Liu, 2019）。回流的鄉村精英成為農村社會發展的嶄新力量，他們憑藉自身的資源與實力，與駐村精英共同參與鄉村治理（孫宇婷、周勇、梁朝雲，2021）。有學者研究新興鄉村精英作為傳統鄉村結構洞的仲介者，對維持鄉村社會秩序具有重要的推動作用（王增武、湯奪先，2023；楊寶強、鐘曼麗，2023）。特別是在外生秩序維持鄉村社會良序的背景下，如何透過多元行動者的「共生共治」來激活鄉村的內生秩序，達到內外秩序的平衡，進而實現鄉村的善治，鮮少從內生性與外部因素的互動角度，對數位科技驅動下不同類型鄉村行動者在互動過程中生成與填補結構洞的社會網絡進行探討。

政治機會結構（political opportunity structure）理論是一種強調外部情境「政治屬性」的理論。過往研究主要運用它來解釋社會抗爭與集體行動（何明修，2004；陳占江、包智明，2014；曾潤喜、周曉文，2021）。鮮少探討行動者柔性的行動能力與既定經濟結構、政治性情境的互動。在鄉村現代化的進程中，經濟體制、社會結構、價值觀念的深刻巨變，營造了與以往截然不同的機會結構，影響並決定著集體行動者身分轉化的產生及其演化邏輯（文宏、戚曉雪，2016）。原有政治機會不斷被重塑，新生的政治機會誘發出不同的行動與身分轉化，觸動了不同主體之間相互利益的協作。面對外來資源與數位科技嵌入鄉村場域，處於既定結構中的多元鄉村行動者，在不改變鑲嵌結構性質的情況下，如何透過理性選擇發揮其行為的能動性，處理與地方實踐和社會規則對接、進而實現鄉土性與現代性的相容共生，必須納入個體行動者這一微

觀視角，與農村地方的環境場域以及治理工具嵌入後的改變連結起來，面貌方能得以完整。而引入政治機會結構理論，能為考察鄉村從機械連帶過渡到有機連帶的進程中，不同行動者間互動與共生的深層邏輯，提供重要的理論借鑒。

據此，本研究採蘇北邊陲一個擁有多個花木電商小鎮為個案，以社會網絡視角，將數位科技對鄉村的嵌入作為一種促能媒介，探究從機械連帶過渡到有機連帶社會的淘寶村，其內部的行動者身分轉化與村內社會關係網絡的演化過程，進一步探索中國新時代鄉村振興得以形成共生網絡與共治背後的社會機制。具體而言，本研究探索以下三個研究問題：（1）電商及數位科技作為一種賦能媒介，如何捲動起不同鄉村行動者（鄉村精英與普通村民）的角色身分轉化？（2）多元行動者的身分轉化重塑了怎樣的鄉村社會關係網絡？（3）這樣關係網絡的背後揭示出怎樣的鄉村共治邏輯？

## 貳、文獻探討

### 一、社會網絡關係視角分析框架

#### （一）結構洞理論

Granovetter (1973, 1983) 從社會網絡角度提出經濟行動嵌入社會結構的假設，旨在解釋微觀經濟行為與宏觀社會環境之間的關係。Granovetter 將社會網絡的人際關係界定為強弱兩種。強連結 (strong ties) 的特點是行動者的社會網絡同質性高，人際關係緊密、群體、職業和掌握的資訊趨同；而弱連結 (weak ties) 的特點是行動者社會網絡同質性低，往來對象可能是跨行業，人際之間關係並不緊密。強連結網

絡不利於資訊擴散，易於形成一個封閉排外的組織，而弱連結網絡有利於資訊傳遞，因此組織口碑的傳播和業務擴張主要是依靠社會網絡中的「弱連結」連結。

美國社會網絡學者 Burt (1992) 進一步對微觀經濟行為中的社會結構和人際關係網絡的競爭性結構和效率進行分析，提出「結構洞」概念，專指兩個人之間的非重複關係。非重複關係即為沒有直接聯繫的人們，透過結構洞聯繫起來。「洞」意味著某種東西的缺失，由此形成社會關係網絡和結構的張力（王增武、湯奪先，2023）。出現網絡關係間斷的主體既可是具有互補性資源的不同群體，也可以是追求自身利益實現而相互博弈的行動者。不同主體和不同群體之間的相互隔離，意味著兩者均處於相對弱勢的狀態。在社會網絡中佔據更多結構洞的行動者，意味著擁有更多的資源和資訊優勢，更容易獲得控制的優勢，在社會中的地位也就越為重要。社會結構仰賴具有聚合力的第三方仲介者（brokers），通過會將沒有直接關係或斷開聯繫的行動者連結起來，發揮資訊傳遞、互補動員和非零和博弈的作用。他們會在關係網絡中逐漸占據結構洞的位置，也因此能獲得更具競爭優勢的資訊、資源、權力等，同時能將現有資源與外界建立連結，推動結構洞的形成並發展出「非重複關係」與相對完整的社會網絡結構。結構洞理論最為核心的即是結構洞占據者產生的協同效應，仲介者的聚合力越強，其越能夠產生積聚和協同效應，越能夠促進更廣泛社會網絡的形成與發展（董明偉，2022）。

中國傳統鄉村社會建立在 Durkheim 所述的機械連帶（mechanical solidarity）基礎上，即強調在血緣和鄉親基礎上所建立的強關係，以村落的物理空間為邊界，以地方精英為核心，形成的鄉村社會長期穩定的局面。個體之間有較高的相似性與同質性（Durkheim, 1893／梁東譯，



2006），呈現出穩定性、親密性、互惠性和不均衡性。除資訊傳遞外，還有熟人社會的人情交換。這種基於傳統力量所形成的強關係不易形成結構洞，不僅排斥外力，也難以生成新的力量，並打破不利發展的傳統力量，自我封閉的關係是治理張力的重點（王增武、湯奪先，2023）。隨著國家基層政權建設和鄉村捲入市場化進程，鄉村社會相對封閉的權力結構被打破，形成社會分工並進一步導致職業化，人際關係以任務與責任分工為基礎，進而發展出有機連帶（organic solidarity）的社會（潘淑滿、蔡青墉、楊榮宗，2000），社會的異質性加大，個體發展成為具有獨立意識的行為體，並逐漸感到群體共識的困難。鄉村治理一方面受傳統與現代的碰撞，存在著大量的結構洞；另一方面，國家、社會與鄉村內部等多重力量相互交錯影響，導致結構洞具有存在張力（王增武、湯奪先，2023），因此有必要將外部宏觀環境納入結構洞填補的分析框架中。

## （二）政治機會結構理論

政治機會結構是一種強調外部情境「政治屬性」的理論觀點，係指政治體制的開放程度與其對於行動者所帶來的限制與助益（何明修，2004）。宏觀結構機制決定著行動本身以及社會網絡結構的形成，特定政治情境所形成的相對常規、穩定的制度性結構，為行動者提供行動空間和可憑藉的行動策略，構成了推動行動產生的「政治機會結構」（Tarrow, 1998）。行動者行動的演化、策略和效果等都受到政治機會結構的影響和限制（何明修，2004）。Tilly（1978）提出了政體模型和資源動員模型，認為國家機器作為一個完整的政體，具有一定的排他性，政體外成員的利益表達行為必然需要借助政體內成員的資源和力量，與政體內成員形成同盟。Tarrow（1998）指出，抗爭行為的出現及

其最終效果，既不取決於人們的憤恨，也不取決於所能利用的資源多少，而是取決於政治機會結構的特點和人們把握政治機會的能力。碎片化的制度執行環境能夠為行動者創造更多的機會空間，既定的社會位置不僅影響了行動的策略，而且也影響到行動者所能獲得的、可能的資源水準和類型（Spires, 2011）。換句話說，結構性位置基礎上所掌握的資源，決定了他們所能利用或開啟的政治機會結構。

從宏觀層面來講，中國的政治體制隨著改革發展的不斷推進，國家治理體系和能力持續完善，政體的開放性及包容性日趨增強，國家對民眾集體行動的制約不斷弱化（文宏、戚曉雪，2016）。Ho（2007）分析中國環保組織與國家關係時指出，限制性的政治環境促進了環保組織採取自願審查的制度，以及「去政治化」或非對抗性的策略，並充分應用其與政府和國家官員之間的非正式關係來影響政策制定的過程。草根 NGO 根據不同的話語環境來迎合國家政策和地方官員，在實踐中與政府相關部門便形成「權益共生」的關係（Spires, 2011）。隨著資訊科技和傳播平臺的發展，數位化賦權為被排除在政體之外的人們提供了發聲管道（Tucker, Theocharis, Roberts, & Barberá, 2017），促進了政治機會結構內部要素的變遷，成為弱者開啟新的政治機會結構的有利武器（臧雷振，2016）。

中國鄉村機會結構的變化離不開自上而下的國家政策支持。目前，在鄉村振興人才方面，相關法律實施方案的頒布為回流精英進入農村政治場域提供了合法性的基礎，成為了返鄉精英積極參與鄉村治理政策的助推力量。就鄉村振興的科技層面，加快數位化鄉村建設已成為中國實現農村現代化的重要內容和重大任務。在數位賦能背景下，大大小小的電商產業園、廠中廠、家庭作坊被網際網路連接到社會分工體系中（周靜，2022）。傳統農村的弱經濟組織正在發生根本性的變化，在資訊通

信科技的協同作用下演化為一種強經濟組織，推動地方產業迭代升級（Zhou, Yu, & Choguill, 2021）。鄉村社會的變遷、相對開放的政治機會結構、政府主導的扶貧體系，以及精英俘獲（elite capture）此一話語議題的轉變，使得鄉村社會內部的衝突和村民集體行動減少（駱希、莊天慧，2016），村民在惠農資源下鄉過程中的「獲得感」增強，進而維護了鄉村治理秩序（楊佳將，2022）。社會結構、社會組織、傳播形式、數位媒介及民眾情感等，都成為不同利益群體相互利益爭取或穩定維護的重要工具（文宏、戚曉雪，2016）。本研究綜合結構洞理論與政治機會結構理論，將「機會結構」特指為「機緣」，即中國特定政治體制及數位化驅動下參與催生的、能夠影響不同行動者在既定結構發生的身分轉化，進而形塑出的具有共生特質的社會網絡空間。

## 二、數位科技嵌入與中國鄉村精英

「精英」係指在經濟、政治和社會系統中最強有力、最生機勃勃和最精明能幹的人們（Pareto, 1991）。這一少數群體能夠占據特定位置，使其進入並控制資源，並能將其轉變成其他形式資本（Rahman Khan, 2012），進而在複雜和動態的權力網絡中重新定義並獲取他們的權力（Pakulski, 2018）。在中國，鄉村精英在國家政權與地方社會互動過程中發揮著極重要的角色（孫信茹、趙亞淨，2021）。周立、龐欣、馬薈、王曉飛（2021）將鄉村精英定義為具備豐富的政治、經濟、社會資源，在村莊中富有感召力和領導力，且在村莊經濟、政治、社會等事務均發揮著引導、推動、規範作用的綜合型精英。依據不同資本的相對優勢，鄉村精英劃分為政治精英、經濟精英和社會精英（陳光金，2004）。政治精英指直接掌握村內公共政治、文化事務等管理權的村幹

部，如支部書記、村委會主任和積極參與社區政治的能人所組成；經濟精英指具有經濟資源優勢，率先致富的經濟能人，是社區範圍內的私營企業主和集體企業的創辦者和管理者；社會精英則是人品、知識、經驗、威望等方面具有相對優勢的群體，在社區互動與人際交流中產生。依據村治精英來源劃分為在地／駐村精英和回流精英（劉玉俠、石峰浩，2019）。在地／駐村精英係指一直生活在農村，掌握豐厚的政治資源並擁有較強的能人，並對農村發展產生影響；回流精英指在城市工作，因個人發展需要、政策支持及對家鄉的情愫返鄉，憑藉資源、科技、門路、想法，逐漸掌握村莊的公共權力，引領農村發展且成效顯著。相較於鄉村精英，普通村民是指在鄉村中沒有擔任領導、管理或科技工作，沒有特別的地位、權力、知識或技能的人群。

在鄉村城鎮化的進程中，一方面，隨著鄉村社會的階層分化和階級固化，「身分」做為一種特殊的標識被帶入話語權的分配格局中，逐步分離出鄉村精英和普通村民兩大群體（胡衛衛、辛境怡、于水，2019）。另一方面，自 1978 年後，隨著鄉村社會改革的不斷深化，觸發了鄉村精英群體的多樣化湧現，鄉村治理模式經歷了從體制內精英治理轉向多元精英合作治理的變遷（劉路軍、樊志民，2015；孫信茹、趙亞淨，2021）。隨著鄉村振興戰略的全面實施，鄉村不再是單一類型的精英治理，早年從農村出走的精英回流後成為鄉村的新精英，擔負起發展農村事業與帶動村民脫貧的任務，並與傳統駐村精英共同治理鄉村。魏丹、張目傑、梅林（2021）提出新興精英與鄉村產業振興間具有高水準的耦合性。回流精英自身具有豐富的資源，與較強的社會公益意識，能夠為鄉村振興帶來更強的動力。劉玉俠與石峰浩（2019）指出，回流精英應具備經濟精英、社會精英和政治精英三位一體的特徵。這也賦予了「回流精英」這一新晉群體更高的流動性與可轉化性。鄉村、行政、

市場等主體構成當前鄉村振興場域中的重要行動者，以新鄉賢、回流精英、駐村能手、中堅農民為代表的群體成為傳統鄉村結構洞仲介者，對維持鄉村社會秩序、促進鄉村社會文明規範發展具有推動的功能（楊寶強、鐘曼麗，2023）。

數位科技與網際連結都表現在新媒體嵌入鄉村生活，將村民聚合在同一個網絡社群中，使得鄉村網絡的公共能量兼具「國家在場」和「鄉村自治」的雙重面向，推動著鄉村公共能量場由「權威主導型」過渡到「互動博弈型」（周紹東、劉健，2022；鄔家峰，2021）。一方面，村幹部等鄉鎮公職人員作為國家政權建設在鄉村社會的執行者和準代理人，其對黨群及村務微信群的介入，賦予微信等新媒體成為貫徹與落實國家政策的重要平臺，以及代理國家管理鄉村社會的工具，強化國家對村民的教育與服務（徐琴，2020），在鞏固鄉村精英象徵性資源、拓展社會關係網絡、激發公共生活的參與度等方面，形成新的權威構建方式（孫信茹、趙亞淨，2021）；另一方面，以村務微信群為代表的鄉村網絡公共空間，為村民展開民主管理、民主監督和民主決策提供了科技平臺，強化了村民在鄉村治理中的主體性作用和在場性特徵，形塑出村民的公共精神和村莊認同。微信群、QQ 群等不僅打破了村民交往的時空阻隔和角色區隔，還將內外村民聚合在同一個網絡社群之中，參與鄉村公共事務的線上交流與討論，形成鄉村社會公共交往的網絡空間場域（徐琴，2020；鄔家峰，2021）。由此可見，新媒體科技和使用方式連接起散居在不同時空條件下的「原子化」村民，維繫並再造了鄉村社會的內生秩序。

本研究在回流經濟精英的單向度身分轉化基礎上，依據不同資本的相對優勢，將「鄉村精英」分為政治精英、經濟精英與社會精英，並從精英來源將「鄉村精英」分為回流精英與駐村精英，即從回流精英返鄉

後與駐村精英、村民等鄉村行動者互動過程中的身分轉化，及其所捲動起不同圈層間的鄉村社會網絡。本研究以社會網絡視角，從精英身分轉化的動態性探討數位嵌入與網際連結下的淘寶村，鄉村精英群體與普通村民透過何種行動策略來填補與彌合淘寶村中的結構洞、形塑何種鄉村共生網絡及其背後的邏輯，研究結果將有助於完善鄉村發展的理論體系。

## 參、研究方法

### 一、研究場域：Y 鎮淘寶村概況

Y 鎮位於蘇北沭陽縣，全鎮人口 53 萬人，共有 4.3 萬畝耕地，而花木面積達 4 萬畝。在 14 個行政村中，村村種花育苗，專業村占 12 個，共有 8,000 多戶種花大戶，花卉品種共 2,000 餘種，是江蘇省面積最大的花卉種植基地。

Y 鎮有著悠久的花木種植傳統，二十世紀中葉即為當地散戶養家糊口的副業。在八十年代市場經濟的促動下，花木開始可以自由買賣，由於利潤可觀，村民開始相互效仿，花木種植隨即鋪陳開來。後來在政府的政策指導和強力推動下，花木種植與販賣逐漸成為一個產業。2000 年左右，城市綠化建設擴大了市場需求，進一步刺激了村民種植規模的擴大，一些種植大戶開始大量租賃土地，推動土地流轉與規模化種植，逐漸誕生了一批以現代化企業管理為理念的龍頭企業，唱響了花木品牌。政府因應積極實施「花木興縣」戰略，加強基礎設施（電、網、道路）建設，加大融資力度，引導金融機構支持花木企業發展，推進產業化經營，積極引導花木產業鏈向公司化延伸發展，花木種植大戶向運銷大戶

延伸發展，產業基地亦向消費市場延伸發展（劉揚、韓允，2017）。Y 鎮遂被國家林業局和中國花卉協會命名為首批中國花木之鄉。

2010 年後，數位電商蓬勃發展，再加上國家對回流人才振興鄉村的政策引導，Y 鎮年輕的返鄉村民嗅到數位通路的商機，開始協助花木農戶將其產品的銷售對象，從距離村鎮較近、單一且固定的實體花木市場，擴展到廣大而分散的遠距客戶手中，借助數位科技與網際連結打開了現代市場的大門。截至 2013 年，Y 鎮花木網路商店已發展到 3,000 家，占全鎮總戶數的 28%，帶動就業人口達 1.2 萬，每年平均花木網路銷售額高達 3.5 億元。在 2014 年，Y 鎮榮獲中國首批「淘寶村」的榮譽稱號。到了 2016 年，花木網路銷售人員已占全鎮總人口的 55% 以上，且花木網路銷售連年增長，網銷總額已占全鎮花木銷售總額的一半以上。2017 年，Y 鎮成為江蘇省首批 105 個農業特色小鎮，被授予「花木電商小鎮」的美名，蘇北的花木產業就此蓬勃發展。

位於江蘇沭陽縣 Y 鎮東部的木蘭村（化名），距鎮區約 3 公里，全村共有農戶 848 戶，共有 3,616 人口，是沭陽縣花木種植的核心地區，在當地具有「花木產業之源、盆景藝術之根」的美譽。木蘭村天賦溫帶季風氣候，四季分明、雨量適度、陽光充沛，是「南花北移、北花南遷」的優良馴化基地，具有悠久的花木種植歷史。在 2017 年時，木蘭村等 12 個村即被評為「中國淘寶村」，沭陽也因此躋身進入「年度十大淘寶村集群」。面對迅猛的網路銷售態勢，縣鎮基層政府再次將目光彙集到花木產業，積極打造電子商務的示範基地，探索「數位科技＋農業經濟」的發展模式，以此來推進全區的經濟發展。2020 年，花木產業淘寶村所產生的經濟價值，讓沭陽縣獲評為中國農產品電商百強縣之首（表 1），電商反哺農業成為 Y 鎮的嶄新趨勢。

表 1：2020 年農產品電商百強縣排名

排名	省	市	縣	代表農產品
1	江蘇省	宿遷市	沭陽縣	花木
2	福建省	泉州市	安溪縣	茶（鐵觀音）
3	江蘇省	徐州市	豐縣	水果（蘋果）
4	山東省	煙臺市	棲霞市	水果（蘋果）
5	福建省	南平市	武夷山市	茶（大紅袍、金駿眉）
6	浙江省	武義縣	金華市	茶（花果茶）
7	江蘇省	泰州市	興化市	調味品
8	江蘇省	連雲港市	東海縣	綠植、堅果（腰果）
9	福建省	寧德市	福鼎市	茶（白茶）
10	黑龍江省	哈爾濱市	五常市	糧油（大米）
11	浙江省	金華市	義烏市	滋補品、肉乾
12	江蘇省	徐州市	邳州市	茶（花果茶）
13	江蘇省	蘇州市	昆山市	水產品（大閘蟹）
14	江蘇省	徐州市	新沂市	果蔬、核桃仁
15	河南省	許昌市	長葛市	蜂產品

資料來源：〈農產品電商出村進城研究：以阿里平臺為例〉，阿里研究院，2021 年 6 月，取自 <http://www.aliresearch.com/ch/m2aqYn>

## 二、研究對象：進入田野與尋找受訪者

因本研究目的在探討鄉村精英的身分轉化與更迭，因此強調受訪者應具備「帶動村民脫貧致富」的屬性。研究者於 2020 年 8 月至 9 月期間，在中國江蘇省沭陽縣進行田野調查。研究者身為外地人，從縣城到



村落的大眾交通工具原本便很少，一般只能抵達特定站點，且不方便進行非正式的閒聊，想要對研究目標進行初步約談，便需要選擇搭乘網約車。由此，研究者在網約車司機的帶領下先找到 Y 鎮木蘭村的黨支部服務站，透過訪談進行受訪者的滾雪球樣本，與隨後下個蹲點地方的選取。隨著在村子駐紮時間久了後，漸漸才有更多的機會參與到當地人日常生活以進行觀察和調查研究。本研究最終選擇了 14 名訪談對象，如表 2 所示，表中標示為受訪者代號（匿名）。

本研究一方面按照不同資本的相對優勢將鄉村精英區分為：國家在村落社會的代理、發揮村內公共治理功能的政治精英；有一定經營規模的經濟能人，透過做生意、創業、承包工程等形式持續獲益的經濟精英；以及具有較高聲望、幫助扶持（以下簡稱幫扶）村民，受村民敬仰的社會精英。另一方面按照來源將精英分為回流精英與駐村精英，回流精英主要是由國家政策牽引的大學生村官及返鄉創業者；駐村精英主要是指常年在鄉村社會且主要依託鄉村資源機會獲得收入的鄉村精英，如村組幹部、種植大戶、鄉村經紀人；而沒有特別地位、權力、知識或技能的人群，及需要幫扶的群體，則稱為普通村民。本研究受訪個案為多重身分類型，前四位是回流政治精英（最基層且因沒編制而地位不穩），林村長與老謝是基層政治領導（有編制且地位穩固），而萬姐則是該村的經濟精英，老曹則是鄉村經紀人，其他受訪者則為普通村民。精英們除了完成其領域內的基本工作外，通常會活躍於其他領域，交織了多重身分。本研究以精英最早涉足的領域和最早積累的相對優勢出發，來探究其身分轉化的路徑。

表 2：受訪者資料

代號	性別	年齡	學歷	受訪者個人資訊	身分類型	精英類型
小史	男	31	初中	退伍軍人返鄉創業，是無花果種植戶與淘寶商戶，粉絲 1.7 萬，在無花果界小有名堂，現任基層村網格員。	網格員 <sup>2</sup> +回流花木創業者	回流經濟兼政治精英
小姜	男	29	大學	大學畢業後在深圳工作數年，返鄉擔任大學生村官兼網格員，父輩從事綠植，他則開始以電商創業，且以紙花為主。	大學生村官	回流政治精英
小政	男	26	大專	返鄉的大學生村官兼網格員，正籌備在村裏物流產業的創業。	大學生村官	回流政治精英
小丁	男	28	大專	之前在新加坡工作，經村長引薦返鄉後成為基層村官兼網格員，同時也是電商創業老闆。	大學生村官	回流政治精英
林村長	男	63	初中	花木種植大戶，對花木致富篤定不已，鼓勵村民不畏風險種花賣花。	村兩委 <sup>3</sup> 領導班子	駐村政治精英
老謝	男	61	初中	村副主任，被評為紅色網格黨員，同時是幫扶貧困戶的致富領袖。	村兩委領導班子	駐村政治精英
萬姐	女	59	小學	電商一條街的老闆娘，是電商街鋪的發起人，也是最早投入到店商市場的人，同時是擁有上百畝土地的花木種植大戶，並租土地給政府流轉。	種植大戶	駐村經濟精英
老曹	男	54	初中	花木協會的創辦人，主要招募花木種植大戶和經紀人入會。	鄉村經紀人	駐村經濟精英
老王	男	74	未受教育	開三輪車的大爺。	農戶	普通村民
小趙	男	34	高中	兼職滴滴順風車司機，同時也做月季和花盆的淘寶戶。	自由人	普通村民
張姐	女	47	—	賣花散戶，開車走街串巷，以拉外地人來尋找商機。	自由人	普通村民
小 A	女	22	—	年輕的花木直播主，看到哪家種植的花木好看，就會進入種植戶的花園裏坐下來直播。	直播主	普通村民
小 B	女	24	—	同上。	直播主	普通村民
小 C	女	19	—	同上。	直播主	普通村民

<sup>2</sup> 網格員係針對鄉村進行細分成為格狀區域，每塊區域皆有幹部提供服務管理，其任務主要是搜集並上報村民訊息，平日亦擔任糾紛協調與巡守庶務。

<sup>3</sup> 村兩委係村黨支部和村委會之聯合簡稱。前者負責村內黨務工作，是鄉村發展的戰略部署，也屬國家機關體系的最底層；後者即村民自治組織，負責村民事務，非屬國家機關。

### 三、研究工具與資料收集

個案研究強調過程與經歷，關注現象與情境脈絡之間的複雜交互作用，特別適用於深入理解與詮釋該個案的特殊性（邱憶惠，1999）。因本研究的目的是希望探討鄉村精英的角色變遷，採用個案研究是理想的研究設計。在資料收集方法上，本研究透過質性研究中的深度訪談、參與式觀察，並輔以新聞媒體報導等數種來源，以形成三角檢證。就訪談方面，研究者採用一對一半結構式的深度訪談方法；在徵得受訪者同意後，研究者以錄音方式進行，並進行逐字稿的謄錄。在訪談過程中，研究者扮演聆聽者的角色，注意受訪者常使用的字眼、語音、語調、表情、情緒變化等，並針對訪談過程中未釐清的細節，和受訪者以文字聊天、微信語音，以及通話等形式進行追訪以進行補充。在結束訪談後再根據其所提供的資訊與私下回饋進行反思，並進行相應修改與完善。就參與式觀察方面，研究者除了實地駐村觀察村民的日常生產與生活、跟隨受訪者走訪與處理村內日常事務、自行前往大棚種植基地等，同時也關注受訪者的淘寶店鋪與社交媒體平臺帳號。就媒體報導而言，新聞資訊的主要來源包括了沭陽縣域融媒體報導及網路資訊。

### 肆、研究發現

#### 一、政治權威的推動：從貧困縣到產業致富之蛻變

##### （一）擔保與幫扶：綠色通道的紅色通行證

根據對 Y 鎮的相關報導，早期花木買賣是違法行為，一旦被抓到就

要被罰；儘管 1978 年改革開放，但蘇北地區因為制度滯後，導致一直到八〇年代初，「買賣」都被視為是資本主義的投機倒把行為。而當時退伍返鄉的現村支部書記，即率先成為第一個吃螃蟹的人（意指勇士），帶領全村 100 多位村民組建自行車隊，到省內其他縣市和鄰近省等地尋找銷路賣花。「我們是縣裏最早的一批『自行車賣花郎』，我的第一桶金是在安徽賺到的，一共 380 元，那是 1984 年」（趙久龍，2018 年 2 月 9 日）。小姜和老謝也表示，早年為了擺脫貧困、尋找出路，幹部們帶頭承包土地開始種植花木：「在上級政府推動花木之前，他們就已經承包了土地，再慢慢擴大規模、成立公司，我們整個村的經濟就是那個時候起來的。」（老曹）

政治精英憑藉著村內治理權力而被賦予創業行動，優先性的創業行動能夠快速地占據市場核心位置，形成木蘭村的主導特色產業，帶動當地經濟發展，此一權力與創業優先行動的結合奠定了以政治資本為核心的帶頭創業發展路徑，即是以黨委領導、黨支部引導為中心的「支部＋」模式。

黨員身分與權力既作為一種信譽擔保，也為村民創業提供綠色通道的通行證：

其他地方都把黨員視為一種負擔，但在我們這裏擁有黨員身分是非常光榮的，代表著一種威望。村支兩委都是花木大戶，領袖魅力在，村民就有幹勁兒；講求合作，資源共用、和諧、威信在，出外有大戶擔保的資金下來快。（小姜）

這一群體在市場尚未放開的早期，以村整體利益為農民個體的花木經銷提供了合法的身分支持，讓農民賣花有了正規的輸出管道，為拓展村裡花木的銷售打通了致富之路，從而也在村民心中樹立了其政治楷模

的權威形象。在木蘭村，基層村兩委領導班子等都是具有較長的駐村時間、較高聲望的村幹部，既擔任村裡的政治精英，又是花木大戶和花木串接者。<sup>4</sup>這一群體在電商時代到來之前就已經完成了資本積累與身分轉化，因此數位科技並未對他們的地位構成衝擊。而對村內其他幹部，在 2010 年電商剛剛興起時，他們同樣也需要以能量接力的方式帶頭涉足電商市場，也帶頭經營花木產業，成為村內的致富帶頭人。對此小史表示：「村裡的基層幹部基本都有 50 多畝地，一些黨員幹部還需要扶持村內的貧困農戶。」

對於社會資本較弱的後進創業者、普通農民和貧困戶等，一方面，黨支部會統一牽頭幫扶，為不懂網路想要入門的創業農民提供免費培訓；另一方面，縣鎮政府會分派貧困戶給黨員幹部，以「精準到戶」的方式為貧困戶提供專項指導。小姜指出：「網格黨員是黨員先行的致富領袖，紅色網格就是我們這裡的特色，以黨員成為網絡，一個黨員幫扶 3-5 個貧困戶，能者多勞。」

作為網格黨員，同時又是致富領袖的老謝也表示，自己負責協助縣鎮政府分派的 10 個貧困戶，除了正常的培訓指導外，同時還購買貧困戶家的苗木來為貧困戶創造收入。這些黨員幹部為普通農戶提供帶頭幫扶，以成為村內的道德楷模，這些利他行為能夠讓他們在村內樹立威望，以「黨員」的「利他性」幫扶得以延續，進而提高了其成為村內社會精英的聲望屬性。可以見得，數位電商對村莊的嵌入創新了村內的幫扶模式，規範化了村內的治理體系，也讓村內的政治精英在發揮日常治理的過程中，得到身分延展與聲望的強化。

---

<sup>4</sup> 花木串接者係指，在連接農戶與市場交易中從事中介活動的群體，其作為鄉村社會的一種非正式制度資源，具有多重身分屬性。

## （二）代理與委託：政策與資本的雙重嵌入

經濟具有驅使人為服務的能力，是鄉村精英的權威來源，也是其社會身分的標識（孫信茹、馬翀煒，2009）。有了豐富財產的人不僅會要保護其既得的利益，還要增加新的利益（費孝通、吳晗，2015）。在木蘭村，經濟精英的資本擴張與身分轉化更多仰賴電商政策的助推和縣鎮政府的扶持。

為了支持農村電商產業發展、促進農業現代化建設，縣裡出臺了一系列優惠政策，在補貼獎勵、市場准入、建設用地、人才培養等方面為農村電商發展大開「綠燈」。在電商人才隊伍培訓方面，積極發揮行業協會、社會培訓機構在開展電子商務相關培訓方面的作用，對經批准的培訓專案給予資助，最高可達 1,000 元／人，另對場租費、資料費、講課費等給予 80% 補助（每次不超過 3 萬元）。從而實現了農村電商在堰下村的大面積鋪開。（盧鏡逢，2018）。

電商一條街被稱為「人大代表『五幫三帶』示範基地」，也是農村電商優惠政策之地。萬姐就表示 L 書記憑藉領袖魅力，以租金的方式說服農民將土地流轉，並集中起來承包給即將入駐電商一條街的商戶。基層政府同步將花木電子商務納入工作重點，比如招攬花木公司、建立新花木專案、設立黨支部＋電商培訓班等。

事實上，中國《土地管理法》、《農村土地承包法》與《基本農田保護條例》等多部法律規定，對流轉的土地不能改變其農業用途，因此便無法在基本農田中進行商業開發等非農業建設。而作為中國第一淘寶村的示範點，政策紅利為 Y 鎮開了特權，為村民創業致富提供了機會。

但由於基層政府的扶貧能力較為薄弱，作為縣鎮政府政策的執行

者，更多是填補了農民與經濟精英之間的結構洞，在農民與經濟精英之間充當著串接者角色，即土地流轉與承包商：

當時這塊還沒建成的時候，L 書記便提議要讓土地「化零為整」，挨家挨戶去和農民請求流轉一部分土地，書記和村黨支部就負責土地承包給我們，我們入駐的就按月交地租，當時一畝 5,000 元，規劃與設計就是縣政府負責。（萬姐）

由於 L 書記是帶領全村致富的最早領袖，又是縣人大代表，具有全村威望與話語權。因此，他能夠憑藉領袖魅力，以租金的方式說服農民拿出土地，並集中起來承包給即將入駐電商一條街的商戶。

基層政府同時扮演著扶貧產業發展委託人的角色，透過制度外委託代理的方式將經濟精英納入到扶貧實踐中，將招商引資和帶動貧困戶發展的任務委託給經濟精英。參與扶貧的經濟精英群體，在電商嵌入後也以串接者的身分帶動了產業集聚。根據萬姐回憶：「2017 年剛建成，我和我表哥就是第一批入駐的商戶，也做為牽頭的。村長負責拿地，我們入駐後就負責招商，接連好幾家花木商戶也進來了，之後各式各樣的快遞公司、板材公司、紙箱、包裝、花盆等，基本上都是花木上下游的產業，現在基本上也有 30 多家了。」

入駐的花木大戶不僅帶動起產業集聚，為多元化精英群體的嵌入與發揮致富領袖角色創造了先決條件，同時也帶動普通農戶，解決村內貧困戶的就業問題。小史便這樣表達：「我當兵回來，開始做淘寶電商，正好趕上國家政策向電商傾斜，我那片地差不多能超過 50 畝了，平時雇人手十幾個。書記讓我做村官，帶頭對農戶進行培訓。」

基層政府隨後亦將部分大戶吸收為村幹部，積極引導這一群體參與村內治理，承擔「利他」的社會精英角色，而大戶則借此獲得一定的政

治資本與權力運作空間，完成了政治追求。

## 二、主副業的翻轉：從村官到謀生創業之路

### （一）彈性與編制外：返鄉青年的融入與運作

村委會是基層自治組織，為村莊自我管理與自我服務的核心，因處於國家行政體系與社會自治體系之交界，而有了更多「權宜性執行」的空間（周慶智，2015），木蘭村在人事、職位與權力運作上，都具有相當的彈性與自主性。小姜、小政、小丁與小史都是返鄉青年，他們成為基層幹部多半是基於血緣、親緣、地緣和熟人的關係網絡，具有內生性與就近化，以「本地戶籍+返鄉+內推」的形式來獲得鄉村職位。小姜表示：「我家裏是經營花卉的，父親從事採購，從我這輩才開始從事電商，剛好回來接手」。小政提到：「我兩年前就是大學生村官，也同時兼任網格員，專科就行，加上我學的也是管理類的」。小丁也說：「當時是村長推薦我，因為我和村書記住對門。」小史也表示：「我就住在這個村，後來去了新疆當兵。因為我是專業做果樹苗木的，做中國無花果盆栽，在中國無花果界小有名堂，回來就在這裏做網格員。」

在法理上，村莊是非科層化的，村官不在國家行政體系範圍內，只是作為社會自治體的成員（周慶智，2015），這也決定了村幹部崗位的編制外屬性。而四位回流青年亦表示，他們並非透過國家公務體系之招考選管道來任職村幹部，且無正式編制。但村級組織是國家治理體系的重要構成部分，一直以來都承擔了基礎性的行政任務（仇葉，2020）。這也令村級組織無可避免地捲入各類例行性的文書工作，這些工作會耗費掉村幹部大量的精力。為了應對日益複雜與規範化文檔和資料整備工作，村一級崗位也有明確的職責分工和任務：



新進來的年輕人這幾年變多了，都衝著「淘寶村」這個名，每個幹部的職責就很細緻了，同樣是網格員，像我（大學生）專門處理文書和電子化村民的資料，有的當兵回來的就專門負責跑村子、解決村內糾紛。（小政）

由此可見，數位科技普及化和工具化媒體的使用，成為返鄉青年的文化資本，決定其返鄉後從事的職務類型，成為鄉村精英各司其職的重要因素。

儘管相對於跑村網格員和「創業者」身分的角色，文職村官的日常被消耗在辦公室裏，但因應日常辦公的數位科技也為文職村官打通了另一種融入鄉村的有利管道。小政即表示，「我的工作性質就是坐在辦公室，很少與村民打交道，但因為要錄入系統嘛，每家每戶的資訊我都多多少少瞭解。」

雖然文職村官例行性的日常行政工作並不能給他們帶來實質性的利益，但「編制外」讓他們不需要嚴格按照官僚制組織所遵循的程式與規則運作：

村官這個職務沒有什麼事情，也沒有編制，這就需要自謀出路，像我們村又是淘寶村，我又是以創新創業專案的村官進來的，就是我要自己創業。（小丁）

就此，借助電商科技發展起來的產業優勢與政策紅利，也為自謀創業之路提供了條件。

村內事務較少，需要網格員即時上報的資訊很少，網格化治理體系難免出現空轉的情況。「閒」讓他們有充足的時間與精力去創新思變，因此有更多時間去經營其他角色。小史就表示：

我們實行坐班制，輪流值班，值班時候來就行，來了也很閒，就比較有空自己經營點小生意。哪有那麼多貧困戶評估，我們這裏的標準是一年 6,000 元，隨便幫人捆個花木一天就兩三百。（小史）

而薪水低是基層組織的普遍現狀：

村長工資一個月 3,400 元，單純只做網格員一個月也 3,000 左右，普通村官就一個月 2,000 左右，有的還 1,000 多元，兼職網格員的話一個月再多給你 300 元。（小丁）

「低工資」又迫使他們一定要經營自己的產業，不能安於現狀才能供養家庭，小政就表示小孩出生後逼著自己要經營快遞產業。

在淘寶村，任何產業的經營都要同步電子商務化。這些也表明，在工作職務中能夠工具化的媒體使用是返鄉青年自帶的科技資本，日常工作的電子化為其進行「創業」行動積累社會資本，而基層幹部的運作空間決定了他們進行身分轉化的合理性與合法性。

## （二）利他與反哺：幹群共同體的相互依賴

利他行動帶動了基層村幹部與村民之間，相互依賴且互惠交換的關係：

我們農村工作的兩大任務是維護社會穩定和小康社會建設。第一個就是網格，對人口進行細緻化管理，基本上每一戶是什麼情況我們都非常瞭解；第二個就是精準化扶貧，我們主要做評估、幫扶貧困戶。（小姜）

首先，貧困戶仰賴基層村幹部的幫扶，包括為貧困戶發放津貼、定期關懷與幫扶、對加入電商的農戶進行技能培訓等工作。這些雖然是回流青年基層村幹部的基本職責，但對這些貧困戶則是一種利他行動，如荒漠甘泉，既「授之以魚」（如給予救濟金）以解決其生存問題，又「授之以漁」（如教會致富觀念與技能）來點燃村民心中希望。一方面，明確的職責分工鍛煉了村官的業務素質，在與村民密切接觸中，又可以拉近其與村民之間的關係，增進幹部與群眾之間的熟悉度，以獲得村民的部分信任；另一方面，基層村幹部不僅對貧困戶補助名額進行評估與分配，掌握著貧困資金的下放，同時，作為自上而下行政權力的執行者，令村民對其產生敬畏。

其次，回流青年基層幹部亦仰賴村民的積極配合，才能實現其村內事務各個環節的順暢達成。同時，回流基層幹部身為管轄領域的資訊收集者，掌握村裏種植大戶的基本資訊，進而為其後續跨界到創業領域提供了行動策略。年輕的基層村幹事與年長的村兩委領導班子之間，也形成了相互依賴且互惠交換的關係。年長的村領導需要依靠年輕幹事來串聯起對電子政務（e-government）官僚體系各層級的運作、政績考核，以及對當今時代的鄉村實現數位化治理。如林村長就表示：「我都六十多了，老了，對這些高科技的搞不明白，他們是大學生，他們比我懂，你們多多交流啊。」

此外，年輕的村幹事還有一定的網購習慣與商業意識，他們大多接受過一定的數位教育或具備一定的電商運營經驗，能夠對本地農民實現一定意義上的「文化反哺」、「資訊反哺」和「科技反哺」，因此安排他們對本地村民進行幫扶與電商培訓。媒體報導也給予 Y 鎮的回流青年這般評價：「年輕人返鄉，帶回的不只是新思維、新科技，還有接軌城市的生活方式。」（趙久龍，2018 年 2 月 9 日）而年輕基層村幹事亦依

賴年長領導班子的引薦與提拔，方能融入鄉村治理體系中。若希望未來能得到事業上的回報，則需要當下工作的認真負責，才有機會實現職位的向上流動。如小丁表示：「當時是村長推薦我，因為我和村書記住對門。」小政也表示：「我們屬於儲備幹部，幹得好，村長下來，我們就頂上，至少也會是副主任級別。」

### 三、點、線、網的共構：從個體到跨域之流動

#### （一）地緣與業緣：花木經紀人網絡的編織

儘管數位科技高度鑲嵌在木蘭村，但作為村內傳統的傳播媒體——高音喇叭，依然是村裡日常交易的主要傳播工具。木蘭村最引人注目的，便是家家戶戶屋頂上的大喇叭：

村裡有 300 多個喇叭，七成以上的花農都安裝了喇叭。在花木銷售旺季，平均每戶每天發佈花木購銷資訊 10 條以上，透過小喇叭每天促成花木交易額達 30 多萬元。正因如此，該村連續被評為中國淘寶村，年花木銷售額超億元（搜狐網，2017 年 2 月 6 日）。

這些高音喇叭的傳播者則是以花木經紀人為主體，以花木經紀人所掌握的資訊作為傳播內容唱響的淘寶村之聲，勾連起木蘭村的整張社會網絡。

地緣關係是社會資本的一種重要形式，指的是基於地域之緣，生活在一起的人們互相交往而形成的一種初級社會的關係網絡。在地緣基礎上，透過市場經濟和電商的進入，建構出另一種超越空間邊界的社會關係，即為業緣關係，可視為原本空間的外延。花木經紀人在木蘭村大體

分為兩類，一類是讓花農與經銷商對接的專業經紀人，所謂村裡喇叭的資訊掌握者；第二類是在不同機緣與多方行動者促動下，由其他領域的精英轉化而成的串接者。後者以機關幹部與村種植大戶的轉化最為常見。

第一類花木市場的經紀人多為本村農民，地緣與業緣的雙重身分使得他們與農戶更加親近：

他們都是我們這村的，街坊鄰里都認識。一部分沒有種花木的，在早期沒有喇叭的時候，他們每天就在土道上遛，挨家挨戶打聽花木品種啊、大概什麼時候要賣啊、要賣多少錢啊、買方要多少啊，多少錢收啊之類的。那時候都靠自行車，小本子記下來。做的早的積累的也就多，路子也多了，他們就成了村裡的喇叭專家。還有一批是農民出身的，當年花木產業銷售成為了一個重要問題。農民為了尋找市場，主動跑到外地甚至是省外兜售花木，山東、湖北等地，開闢市場，在省外成立花木公司，就成了跨區經紀人了。（老曹）

在木蘭村，一直沿襲著透過經紀人的喇叭，來完成每天每戶花木交易的傳統。對花木經紀人而言，這是一群在花木產業剛興起的九〇年代，就已將各戶底細摸清的群體，幾十年下來掌握著供需雙方橫向與時間縱向的資料，加之隨著花卉經紀人行業的規模化，也逐漸形成了經紀人網絡。這一網絡的形成基於農村地緣關係所產生的相互信任的道義性，而這種道義性仰賴於交易中經紀人與市場、農戶，以及經紀人內部的信任。也正是基於此三種信任，交易才得以正常進行，並使得三方利益得以實現。這些信任產生的邏輯是基於地緣熟人關係的人情往來，也得基於理性的市場互惠共同作用的結果，這些都構成了關係網絡的基

石。

## （二）機緣與思變：串接者聯結的流動共同體

在木蘭村，機緣的善用體現在「思變」上。第二類花木經紀人的串接者，以回流基層幹部與村種植大戶的身分轉化而成，最為常見。返鄉青年村官利用電子化辦公採集到的每戶資訊，可以精準地尋找有利於「創業」的人脈資源，更好地搭建自己的社會網絡，轉向花木產業的創業。2010 年以後，由於數位科技的發展，一些返鄉青年在父輩經營實體花木的基礎上開始做起了電商，在網路平臺上創建網頁進行宣傳銷售。他們具有較強的市場意識與積極的創新性，經營思路也更為靈活，能夠同時藉助於數位電商平臺思考差異化經營，花木經營的種類開始多樣化、花木產品銷售到中國各地，花木上下游產業也被延伸開來。如小姜跳脫父輩的傳統經商思維，自己在電商平臺創新與創業以經營仿真花。再如小王，意識到花木產業的飽和，著手布局電商快遞產業，形成了村官善用基層職權與數位科技思維進行變現。作為世代經營花木的種植大戶，其本身掌握著經濟資源，而這一群體又有能力開出價位，向政府承包土地，抓住電商的政策紅利，帶動村內經濟的發展，因此又與政府形成了緊密的合作關係，從而參與村內的公共治理。隨著花木種植規模的擴大，一些大戶成了走南闖北的串接者，花木也隨之銷售到中國各地。花木公司也不再侷限於種植和銷售，而是集花木研發、生產、銷售，以及生態觀光旅遊於一體，成為了地方龍頭企業。由此可見，機緣是在數位嵌入與網際連結後，血緣、地緣與業緣匯聚的湧現（**emergence**）。

機緣是基於地緣關係上的相互依存。即便是買賣交易都已平臺化，科技工人的線下勞動仍無法被取代，而規模越大的店鋪，對於勞動力的需求也會越大，進而帶動起村內就業，將「利他」效應輻射到更多貧困

戶身上。小史便表示，自己的地平時僱傭人手十幾個，主要多為村裡弱勢群體所構成的剩餘勞動力，一天付給他們 200-300 元。在缺工現象嚴重的農忙時節，他們的薪水也會水漲船高：

像 70 到 80 歲的老人，只要手能捆綁花苗，一天就能賺到 100 多塊，養活自己是不成問題的；農忙時候對僱傭工需求特別大，像 40 多歲的青壯年，一個月 5,000 元都招不來。（萬姐）

給他們打工，最起碼我勤快點就能多賺，他們生意好有得僱，我就能多得，自給自足，不給兒女添麻煩就行。（老王）

淘寶村的互惠效應也為鄉村女性提供了彈性就業的機會。原本可能外出務工的年輕女性能夠分享種植大戶的紅利，運用直播技術將村內的花木資源變現：

她們看上哪個開花，開得漂亮，就會跟我講，問我價格和品種之類的，然後就坐下來直播。基本上我們這裡哪個品種長得好，她們也都知道。（線上）大單可遇不可求，其實線上的體量對於我們有固定貨源 to B（對企業）的來說都比較小，但都是一個村的嘛，相互幫個忙，她們小姑娘家的也不容易，一坐就坐一天，但至少對她們來講是賺錢的。（萬姐）

由此可見，淘寶村種植大戶帶動鄉村「就業本地化」，讓普通村民更依附於這片土地，重構了鄉土社會的地方依附（陳然，2016）。同樣，僱傭工們拿著按天計算的工資或計件給工資的僱傭薪水，尋找給種植大戶做僱傭工的機會，對「精英」有著依賴。只要村裡的種植戶在，

他們就有被僱傭的機會，被僱傭的角色賺到的相對「穩定」、「及時」，又不用「冒險」的收入，令他們小富即安，能夠長期依附在這片土地上。

機緣也是基於信任互惠關係的利益共用。數位科技的嵌入突破了地理邊界，並重構了村內外的業緣關係，這種業緣關係也因地域的信任互惠而能夠產生利益共用的增值效益：

相互幫扶在我們這已是常態，花木大戶之間相互幫助，出外談專案，需要資金投注較多，一個人應付不過來，就會分配合股。像一些淘寶店鋪，線上訂單體量大，接不過來時，就鄰里的相互勻一些，客戶那邊下的訂單量大，我家數量不夠了，你家有，正好可以完成訂單。保證能按時交給客戶。（小姜）

木蘭村從基層組織的政治精英到花木大戶的經濟精英，再到普通村民都發展苗木種植與買賣，儘管具有一定競爭的同質性，但也促動了特定機緣下，基於互惠基礎上的合作與共享行為。血緣、地緣、業緣與機緣的融合，催生出鄉村行動者具有共生和身分轉化的社會網絡空間，一方面有利於人情的往來和信任的發展，另一方面也促進了同行業間的流動幫扶。

機緣更是以致富為核心的價值共識。如林村長表示：「在我們這裏，不能保證你一夜暴富，那是不現實的，但只要堅持奮鬥三年，發財致富賺個幾十萬是沒問題的。」小丁也表示出一種對創業的執念：「我們不會想要出去打工，也不甘心出去給別人打工，創業會是最快的發財管道。」小姜也認同致富價值認同所帶來的效力：「我們村的集體凝聚力很強。窮山惡水出刁民，我們這裡幸福靠雙手創造，社會矛盾就少。」



在木蘭村，機緣俯拾皆是，而業緣因與地緣既有重合又有延伸，在不同發展階段催生了機緣；又因為「思變」而有了抓住並善用機緣的可能，進而在各方行動者之間產生最大效益。

#### 四、散裝職業的生成：從村內到村外的聯結

木蘭村的機緣並非同時出現，而是分階段逐步呈現，農戶選擇與行動有時間先後。木蘭村的產業結構調整大體上經歷三波浪潮，如小姜總結道：

賺不到錢有三方面原因：天災，比如洪水；市場影響，會出現返貧戶；以及是否抓住機遇。第一波機遇是：全部地方莊稼毀掉種植花卉（有的沒抓住，還是在種糧食，糧食收成低）；第二波機遇是：租地種花，趁著租金低的時候種花，就富了；第三波機遇是：電商。如果這三波機遇都沒抓住，那就是貧窮。（小姜）

儘管大部分以種植為主的普通農戶完成了第一波浪潮。但在第二波租地機遇中，只有種植大戶脫穎而出擠進經濟精英行列；普通花木種植戶仍以維持生計的自給自足式為主。在第三波電商浪潮中，分工的精細化也產生了碎片化時間與利用碎片時間賺錢的流動角色。司機小趙，幾年前做月季花直播，現在賣花盆，同時還利用碎片化時間跑網約車。同樣作為司機的張姐，一邊做著散裝鮮花零售，一邊走街串巷拉車接客，也積攢了十多個拉車微信群：

我們本地人都有拉車群，一般誰要外出，什麼時間，在群

裡說一下，就一起載過去了。這邊家家戶戶都在搞花木電商，沒有空閒時間跑出租的。（張姐）

他們都是利用碎片化時間與同步進行的方式來尋找賺錢機會，不同的是，網約車平臺作為陌生關係的弱連結，而微信群則以地緣為基礎的鄰里關係強連結。由此可見，小趙的乘客對象建立在更廣泛的地理空間且比較多元，以非本地人居多；而張姐更多的是服務本村村民。總之，數位科技的嵌入讓村內村外的陌生關係得以連接，讓鄰里關係得以加強，整合了個體的碎片化時間，這些又能夠在不同的時間點產生新的流動性角色，為他們帶來更多的經濟收入。

電商直播主小 A、小 B 和小 C 這些走街串巷做淘寶直播的年輕女性，她們是土生土長的村裡人，在電商一條街的花卉大棚裡，看到哪家種植戶的花卉開得好，就架起直播腳架在這家種植園裡做直播。如果有人看到直播想要線上購買，她們就會直接就地從老闆這兒拿。這些直播主在社交平臺經營自己的網店，也有自己固定的粉絲，她們並不和花卉戶綁定，不受僱傭，只是就地取材，從中賺取提成。種植大戶為其提供可以展示給線上消費者和粉絲的實物景觀，她們有能力，也有時間操作數位科技，以手機鏡頭來為觀眾尋找特定視角，將鄉村美感轉譯成鏡頭之下的吸引力，營造視覺化的鄉村空間，同時將解說融進直播中，進行二次產製。

差異化經營逐步覆蓋木蘭村的電商生態，包括產業的上下游和前中後端，豐富了整個產業鏈，將產業鏈做到精細化與分工明確；服務的下沉（即垂直向下的擴散運動）不斷地打通一村一品的最後一哩路。電商產業生態的完整性意味著從原材料、輔料進村，到產品出村的完整環節都在村裡實現，讓整個鄉村生產和生活的節奏變得快速且高效。例如萬姐表示：「過去，我老公要自己開 20 多公里的車去縣城網點送花木，

現在在家門口坐等快遞小哥上門取件已經是日常常態了。」

數位科技的使用也讓日常生活與工作同步，小史即表示：「現在每年有幾千元要花在網購上，平時刷手機的時候順便看看自己的交易量，也看看別人的店鋪學習學習。」小姜也表示：「我們這裡家家戶戶都是電商，我們的和生活和工作融為一體，大家都非常珍惜時間，早上醒來第一件事就是看昨天的訂單如何？」

在傳統大眾傳播的年代，榜樣能量的傳遞主要是透過廣播、電視、報紙來形塑村民對領袖權威的認同（孫信茹、馬翀煒，2009），並能夠產生持久效力。「當時電視臺的記者也來採訪報導，村裡的喇叭都在宣傳，我們村能脫貧致富多虧了他們，這些模範到現在都是我們村傳頌的佳話。」（老曹）

而當數位科技嵌入村莊後，黨支部開設的電商培訓班既為想要從事電商的普通農戶提供免費培訓，黨員幹部的幫扶經驗與創業學員的致富經驗同時也成為電商培訓班的典範素材，並被媒體宣傳報導，持續建構出村內「創業致富」的價值理念，吸引更多農戶加入電商創業。特別是新媒體 APP 的普及，進入群體傳播時代的木蘭村村民由以往的受眾變為具有主動權的傳播者，主動以拍攝抖音短影片、日常發朋友圈等形式將價值認同內化、接力與傳遞：

以前咱們村能上回電視，被媒體報導一次機會難得，為了讓扛大鏡頭的捕捉到一些畫面，我們都要停工擺拍。現在我們帶頭的好人好事太多了，隨處可見，隨處可拍，直接手機錄短視頻（影片）隨手發在朋友圈、抖音上記錄日常。原本我只是沒事兒的時候記錄下，這軟體也智能，直接根據你的畫面內容匹配音樂，吸引到不少關注，你看，我現在這麼多粉絲，這個作品剛發出一下子收到這麼多讚，有很多都是看我作品（影

片)來跟我買花木談合作的。(老曹)

在第三波浪潮中，淘寶村的蓬勃發展帶動了就業機會與周邊產業集羣的形成，催生出新的結構洞並形成普通村民之間的相互依賴，從而使非原始資本的農戶、脫貧戶與僱傭工得以依靠淘寶村整體的環境優勢，和仰賴傳統地緣關係網絡的支持，基於致富共識，並藉助數位科技與社交媒體投入碎片化時間與非專業技能經營「散裝職業」，形塑出打通村內與村外界限的非精英群體共生網絡。

## 伍、討論

本研究基於社會網絡視角，綜合結構洞理論與政治機會結構理論，探討了由機械連帶轉向有機連帶的淘寶村內，多元鄉村行動者（精英、村民）在機緣促動下創造了流動協作的共生網絡格局及背後的共治邏輯。數位嵌入延伸了原本以地緣為基礎的鄉村社會網絡，催生出機緣，推動鄉村行動者的思變意識與跨域轉化的能力，聚合原本散落的連結點。具體而言，政治精英、經濟精英、花木經紀人透過數位賦能得到了更多的資源，占據核心結構洞位置，並創造出有利於政治吸納、經濟分享、資訊紅利的價值，再透過經濟誘因吸納外部人才，加入生產銷售與在地政治生活；基層組織作為幫扶網絡的結構洞，將經濟精英、政治精英、上級政府，以及農戶等多元行動者聚集起來，形成捆綁合力，發揮鄉村振興的公益效益與致富的經濟效益；普通村民在精英動員下形成對精英的共生依賴關係，內化致富共識，進而主動藉助科技賦權催生的機緣來參與致富行動，發展出日常多向度的散裝職業，並開拓非精英網絡的結構洞。由此，以精英帶頭捲動村民進而不斷覆蓋村內與村外的漸進

式圈層的共生網絡，數位賦能下的淘寶村是異質性行動者網絡建構的價值共創過程。以下將分為四點逐一說明：

## 一、以資本優勢占據結構洞的精英身分轉化

本研究發現，木蘭村的資源掌握在擁有絕對權力的政治精英、擁有經濟實力的種植與經銷大戶，以及擁有情報資源的經紀人手中。基於自身所在領域掌握的專業資本，在特定機緣的促動下，能夠帶動其求變意識，進而產生跨域轉化的行動力。

在中國特殊之基層政治運轉的實踐中，黨支部是真正的掌舵者和權力擁有者。村長與村兩委這類駐村政治精英，因具備較長的從政資歷，奠定了他們村內聲望等象徵性的資本，且對村莊內部資源如土地、財產、勞動力，擁有相對控制權。政治資本與在地聲望的疊加，賦予這一群體能夠在市場化改革時搶占先機，填補跨接到經濟領域的結構洞。這類精英身分的轉化也促進了木蘭村基礎設施條件的完善，對發展市場導向和產業化經營、引入電商模式等提供了政策青睞。在數位電商時代，產業基礎的完備觸動「支部＋電商＋扶貧」的電商政策向木蘭村傾斜，並賦予「網格黨員」科技嵌入的獨特性，可掌握在地村民資訊，以及擁有幹部身分等「象徵資本」，發揮市場帶頭作用，占據資源與資訊的最佳仲介位置，啟動政商資本的協作與電商接合的可能。因此，擁有行政職權是行動者身分轉化得以可能的直接因素，在既有且持續性傾斜的機會結構下，政策的合法性能夠將轉型中的不確定因素確定化，從而使駐村政治精英有能力跨接不同社群，並透過占據結構洞而啟動不同社會網絡，獲得市場交易核心，並進行身分的跨域轉化。

對於回流精英，在一系列鄉村政策的開放性結構下，憑藉人才優

勢，能夠打破傳統鄉村結構並成為鄉村結構洞的新中介者，但這只能作為進入鄉村時的身分狀態，唯有在進入鄉村開展一系列行動策略後，才能有後續身分轉化的可能。即便是先擔任村官，期望在參與鄉村治理中獲得村民支持的象徵資本，進而轉化成為村內社會精英，也很難有機會晉升為具有權威的駐村政治精英。對於以種植產業為主的淘寶村，成為村內經濟精英是這一群體的追求目標。對於此類回流青年而言，不太可能直接具備經濟精英的先決條件，因此需要透過參與鄉村治理尋找創業機會。對於具備種植基礎的普通農戶子女，可以藉由「回流精英＋網際網路原住民」的身分，既能借助人材振興政策成為傳統鄉村的結構洞中介者，又能憑藉電商反哺農產業轉型的契機成為家庭產業的結構洞中介者，使家庭資本得以代際傳遞並擴散。隨著線上市場帶動起對線下種植規模與勞動力需求的擴大，電商創業者透過僱傭村內剩餘勞動力成為村內社會精英。這類青農能夠在回流創業的過程中，憑藉其土生土長的本地優勢，善用血緣與地緣進入基層組織，同時又能在電商平臺所牽動的產業上下游供應商、同行業競爭者，以及消費者間形成的經濟依賴關係中，尋找政策傾斜的可能性。這也表明，在既有制度結構中，結構性位置基礎上的社會關係網絡和行動策略，決定了回流精英所能利用或開啟的政治機會結構（文宏、戚曉雪，2016）。

對於一些經濟能人／創業帶頭人／種植大戶而言，他們抓住市場經濟的機遇進行規模性擴張與原始資本積累，率先成為村內的龍頭企業，帶動村內就業，是鄉村經濟發展的主要貢獻者。這類經濟精英因其產業的龍頭作用更需要政策推動資源的重新配置與建立新的產銷模式，才能產生從村內惠及區域的溢出效應。儘管這一過程也牽動從基層到地方各層級政府的政績，但這類種植大戶想要跨足政治領域獲得精英身分的情況亦較罕見，而更多的是在特定機會結構下，以政商協作組建利益共同

體的方式，被賦予在某些方面的政治特權、成為政府代理人或進入基層組織，兼具政治精英屬性。這種以「政治交易」換取政治特權具有暫時性，除非不同行動者之間確實需要進行利益交換，否則更多是短暫的利益，用來伺機獲得便捷的身分跨域權力。這也驗證了國家機器具有一定的排他性，政體外成員的利益表達行為必然需要借助政體內成員的資源和力量，與政體內成員形成同盟（Tilly, 1978）。

在市場化轉型中，經紀人與串接者作為第三方仲介者，基於村內的親緣和地緣關係網絡拓展了業緣關係，在業緣的鬆散關係平臺上共用資訊資源，對這種微觀資本不可見性的運用與積累也為其後的發展提供了際遇，產生新的流動體。此一流動體能夠迅速集結並匯流資源，其自身的業務布局以及相關行業規範作為鄉村社會一種非正式的制度策略，彌合傳統鄉村社會結構的結構洞，填補了原本鄉土性與現代性在耦合過程中的縫隙，在市場化轉型中實現村內與村外資訊資源的高效對接，實現業務上的互助共贏。特別是在數位電商介入木蘭村後，經紀人與串接者的流動性不受時空制約，從資訊傳送者到成為資訊專家，這一基於地緣的群體又修復了虛擬匿名電商平臺嵌入到鄉村實體產業結構中對信任機制的破壞。當能夠連接不同行動者的第三方仲介者出現時，不同群體之間能夠實現資源互補、非零和博弈，從而產生明顯的競爭優勢，這時結構洞也就被填充，形成相對完整的社會網絡結構。

## 二、階層縱向更迭與權力再生的政治資本運作

就行動者在不同階段的流動變革而言，Rona-Tas（1994）將社會主義市場的轉型分為「侵蝕」與「轉型」兩個不同的階段，精英循環理論適用於侵蝕階段，而精英再生理論則適用於轉型及後階段。精英循環論

(circulation of elites) 主張在精英圈內部，個體精英之間的平行流動 (horizontal mobility)，以及非精英階層向精英階層的晉升與轉換，特別是社會底層群眾與精英階層的流動 (Li, Knight, Luo, & Hu, 2020)。精英再生論 (elite reproduction) 則認為，新的精英體系是舊的精英體系之發展和變革，精英轉化發生在精英內部圈層，並只能由精英體系自身的更新與發展來實現 (Oi, 1995; Rona-Tas, 1994; Staniszki, 1990)。

木蘭村內部變革的三次轉型所經歷的每一波浪潮前後皆存在「侵蝕」與「轉型」兩個階段。相較於第一波浪潮催生的花木經紀人，第二波租地種花浪潮形成了新的機會結構，村內與村外構建的非重複、異質性關係人網絡帶來更多的結構洞，原本同質性的花木種植戶因租地規模形成資本占有的異質性，推動「普通農戶—種植大戶—經濟精英」的縱向轉化；異質性自然資源為普通種植戶致富帶來的獲益機會具有一定的短期時效性，會伴隨著花木同質性的湧現而逐漸消失。特別是第三波浪潮中，市場經濟與平臺資本在創造了新機會的同時，兩者的裹挾也加劇了不穩定性與風險性。抓住階段性機會的村民，僅能在速度資本的「侵蝕」階段參與到精英循環體系中，隨著成功經驗驅動下渴望垂直轉化為精英的農戶越來越多，市場越趨於飽和從而迎來新一輪「轉型」階段，速度資本的臨時性讓位給政治資本的永續性，新的循環系統也勢必帶來垂直轉化的精英更迭。真正能得以平穩永續運作的，仍是掌握權力與政治資本的精英，他們並未受到衝擊，也並未在發展初期減少，只是因為湧現出較多垂直轉化成功的精英，而暫時使原本的政治精英轉化看起來沒那麼活躍。因此，當垂直轉化的精英退潮後，再生論才得以浮現。從普通村民到精英的縱向流動臨時存在於轉型剛開始的階段，起到補充和催化作用；而精英再生理論則適用於在市場轉型過程中及後續階段，來持續發揮影響力 (Rona-Tas, 1994)。由此形塑出中國後鄉土社會中，



以「政治資本」（Staniszki, 1990）實踐個體身分持續性轉化與鄉村振興事業穩定性運作，發揮著至關重要的作用。

### 三、有機連帶鑲嵌於機械社會的在地產銷模式

木蘭村原先是機械社會，在經歷第一波與第二波市場化改革浪潮後，出現了社會分工並朝向有機社會發展。這兩波市場化浪潮也穩固了木蘭村的產業基礎設施、確立了基於血緣和地緣為本的業緣關係、花木經紀人的結構洞地位、商品化運作模式，以及村內資訊傳遞的溝通方式等。在第三波電商浪潮中，數位模式賦予了本地經濟變遷的機會，傳統鄉村經濟體系中地方生產和銷售方式所遵循的固定規律和慣例被打破，數位科技、網際網路、平臺經濟規則和電子商務交易方式出現。數位科技的發展促使傳統的勞動關係、社會分工，以及集體意識被不斷地解構與重構，勞動的去場所化使得社會分工更有可能以跨地區、跨行業、跨組織的方式來實現。數位科技的嵌入不僅打破了空間界限，也打破了原本「日出而作，日落而息」的村民勞作實踐，重組了 24 小時的鄉村日常，同時又彌合了虛擬與現實的縫隙。淘寶村村民在實體空間中所承擔的生產功能被一系列社會分工所拆解，也因此有了更多時間投入在虛擬空間中參與交易功能。新型態交易模式透過資本與科技的整合、產品供給和數位銷售的整合、內地生產網絡與外部市場網絡的整合，讓過往以政治資本換取經濟資本並透過此種政商關係所建構的扈從／代理模式被快速轉化，進而將數位經濟帶入政治資本、經濟資本與社會資本所交織的在地生產模式之中。原先精英關係與資源分配模式被改進與複製，產生制度外溢效應，重構了木蘭村的在地經濟體系。而虛擬交易為處於不同地域的工作團隊提供了合作的機會，參與分工的團隊不僅能夠身臨其

境，而且重塑了「在一起」（being together）的概念和意識（Boughzala, de Vreede, & Limayem, 2012）。

在中國社會，儘管有機連帶是連接現代社會的主要方式，但機械連帶有歷史延續性（王敬堯、董詩藝，2022）。儘管現代化的商業模式與平臺經濟的有機連帶特質成為木蘭村的主要表現形式，但傳統鄉村經濟體系中地方生產和銷售方式依然延續，其本質依然是以「機械連帶」為核心，形塑出有機與機械互為表裡的鄉村社會。即便是引入外地的數位交易火種，真正能夠點燃木蘭村觀賞植物經濟引擎的，依然是紮根於在地社會、以地緣聯結起來的機械連帶，其機械表現為：（1）在地經濟權力的科層結構，例如在地供給市場中產銷分工或二級代理，仍與過去在 1984 年支部書記騎車賣花的分銷模式類似；（2）村內媒介溝通與交往方式，如架設於屋頂的高音喇叭、走街串巷的代理人作為商情與資訊的分享平臺；（3）在地的線下關係協作網絡、致富帶頭人創業培訓模式、鄰里溝通模式，就地取材直播模式、村民的數位化思考與市場導向的決策，以及在地社會之交易習性等，均基於地緣基礎上發展起在地人際的信任關係，作為連接機械社會與有機社會的仲介，填補了社會變遷中存在的結構洞。而在地人際的信任關係隨後推動了經濟理性化，在此基礎上發展起的現代化電商產銷體系兼具機械連帶與有機連帶的共生共存特質。

原有在地傳統的自給自足經濟型態，在引入數位資本和電商經濟之後，精英以資本優勢，透過數位賦能獲取更多的資源，占據了核心結構洞的位置，產生政策偏向的制度外溢效果，創造出有利於政治吸納、經濟分享、資訊紅利的價值，再透過經濟誘因吸納外部人才，加入生產銷售與在地政治生活。制度外溢效果也構成了在地民眾加入此一商業模式的誘因，促動普通村民借助數位科技激活在地網絡和潛在連接，發展出

日常多向度的散裝職業。這種在地信任以人際關係而非制度規範為主，村民的社會生活與經濟模式之間是一種工具理性的連結，木蘭村現代化商業模式的本質處於「體用」的操作應用層面。然而，木蘭村的在地經濟模式又鑲嵌於總體機械社會中，仰賴外部政治結構的政策支持，並遵循平臺經濟模式的資本運作邏輯，才有機會推動某些資源的重新配置（如引入外部人才）、建立新的產銷模式（如電商一條街）。由此可見，木蘭村以數位電商嵌入的有機連帶為外部特徵、以基於在地信任的產銷模式為內部機械連帶特徵，同時又嵌入國家權力結構的總體機械社會中的淘寶村經濟形態。

#### 四、政治機會結構下的共生網絡與善治邏輯

「數位科技」的經濟模式與中國特定政治體制催生出「機會結構」，是木蘭村振興得以善治的重要機制。宏觀政策是推動木蘭村經濟變遷的外部政治力量，如：改革所帶來的市場化、鄉村振興政策、人才回流政策，以及電商政策等。引入數位科技與電商經濟後的在地行動者也正是在宏觀政策脈絡下，催生出新的機會結構。木蘭村在地市場社會的運作習性雖有變化，但對應的整體國家結構仍框限了行動者多元發展的可能性，如農村土地運用或地方幹部扶貧的責任分配。政治資本持有者在進行身分轉換時享有優勢，但又必需持續配合國家總體政策方向，發揮帶頭作用，才能確保資本持有的永續性，如以國家政策和媒體報導等顯性機會空間衍生出了「駐村政治精英的突出表現」。而其他精英只有與政體內成員結成同盟才能發揮優勢，如「土地財政下的政府角色」衍生而來的隱性機會空間，催生出作為政府代理人的經濟精英。非原始資本農戶、脫貧戶與僱傭工依靠淘寶村整體的環境優勢，以及在地群體

關係網絡的支持，在精英占據領域主導資本的結構之外，尋找其所處既定位置擁有的機會，並開拓非精英網絡的行動策略，發展「差序均富」的散裝職業。精英的橫縱向流動也帶來村內弱勢群體被僱傭的機會，一些低技能工作還會吸引喪失部分勞動能力的人的參與，進而發展出木蘭村能夠永續脫貧致富的運作模式。

在中國政治結構決定政策、政治任務與經濟模式的大環境下催生的機會結構，能夠令不同鄉村行動者基於所處的既定位置結構協作互惠、相互制衡，並善用這些「機緣」進行身分轉化，填補並占據網絡關係中的結構洞，形塑出淘寶村的共生網絡。而這種共生網絡又消解了轉型期鄉村的內部張力，反而能共享紅利而達到善治的效果。木蘭村唯有在整體國家結構框架內，仰賴外部政治結構的政策支持，並遵循平臺經濟模式的資本運作邏輯，才能有機會推動某些資源的重新配置，以及建立嶄新的產銷模式。這種政治優先性在數位經濟的加持下，所建構的數位治理能力對在地社會的穿透與重建具有必然性。儘管催生出了經濟模式轉型和生產關係轉換等有機連帶的外部特徵與異質性社會網絡，但這種「現代性」實際是鑲嵌於在地鄉村的機械社會與國家權力結構的總體機械社會之中，而在地精英的身分建構亦是這種必然性所賦予的結果。

## 陸、貢獻與展望

本研究豐富了結構洞理論與政治機會結構理論在鄉村轉型中的實踐應用，彌補了過往從單一層面對淘寶村成功運作機制的探討，而是從該村的內生性與外部宏觀結構兩個層面，創新性提出「機緣」這一概念，並連結血／地／業／機緣之間的關係，為鄉村振興得以善治背後的社會機制提供更為全面與多元的解釋。由於木蘭村經歷了三波市場化與現代

化浪潮，第一與第二波浪潮從傳統只有血緣和地緣為基礎的社會過渡到業緣社會，而第三波數位電商浪潮催化出機緣。機緣是外部政治體質與數位科技催化下，作為彌合現代性與傳統鄉村的結構洞而出現的產物。就外部因素而言，機緣作為常民概念或為賦予集體行動者的中國宏觀政經結構，因著不同的鄉村振興政策驅動催化出的機會結構。從鄉村內部的行動者角度，這種外部力量又塑造了微觀行動者因共用市場利基的競合關係。機緣的湧現既是鄉村內部基於第一波和第二波浪潮後的第三波數位浪潮，同時也催生出鄉村行動者能基於既定社會位置而集結形成的、具有共生和身分轉化可能的社會網絡空間。也因此在此層面，機緣包括了特定社會網絡之組成部分；亦即，「共生網絡＝血緣＋地緣＋業緣＋機緣」。本研究豐富了鄉村轉型研究的全面性與完整性，所示之鄉村行動者轉化路徑和實現所採用的策略，足堪其他以政治資本牽動且有數位賦能的鄉村地區借鑒與參用。

善於創新改變並抓住機緣，積累身分轉化與疊加的資本，是本研究的核心建議。據此，針對不同行動者提出如下建議：（1）回流精英可藉助資訊反哺與身分合法性等優勢，遵循鄉村社會的人際網絡運作邏輯，從而實現其身分的跨域轉化，並更完善地融入鄉村社會建設；（2）駐村政治精英可藉助自身固有的權威與聲望，藉助新媒體工具以整村形象進行宣傳，並做好村內數位科技的教育培訓統籌，以提升個人形象與凝聚村民的致富共識；（3）種植大戶與經濟精英應善用經濟資本，承接並落實政策、政府委託與利他性幫扶等工作，從對村內貢獻的經濟精英轉向發揮龍頭企業，具有區域帶動效果的區域經濟精英；（4）花木經紀人可善用資訊資本聯結村內與村外，成為共生空間與共生網絡中的串接者；（5）普通村民儘管較精英缺乏占據市場的優先性，但卻可以在精英動員與同圈層致富經驗動員下，透過科技賦權致富

理念，發展多元化的散裝職業，進而增加個體村民收入，在農村電商市場中分一杯羹。

由於本研究的田野聚焦在鎮範圍內的村級場域，對縣鎮官僚場域及其內部不同層級國家機構的行動邏輯尚未深究，有待進一步考證。此外，本研究的個案木蘭村由於經歷三波市場化浪潮，因此在鄉村振興政策之數位科技賦能的第三波浪潮前已初具政治資本引領的動能，其社會機制之解釋力更適用於「支部＋電商產業＋扶貧」模式的鄉村。未來研究亦將可納入具有類社會經濟史意義的不同類型淘寶村，來進行比較與分析，相關案例可進一步回應國家、資本與數位科技等多重合力作用下鄉村社會的挑戰，以期豐富相關理論與實務貢獻。

## 參考書目

- 中華人民共和國商務部（2021）。〈電子商務「十四五」發展規劃〉。取自 <http://images.mofcom.gov.cn/dzsws/202110/20211026104704129.pdf>
- 文宏、戚曉雪（2016）。〈政治機會結構與民眾抗爭行為的策略選擇：基於蘭州市宋村集體土地糾紛的案例研究〉，《南京農業大學學報（社會科學版）》，16(5): 25-37, 154。
- 仇葉（2020）。〈行政公共性:理解村級治理行政化的一個新視角〉，《探索》，5: 153-167。
- 王敬堯、董詩藝（2022）。〈尋找團結：重建鄉村共同體的現實邏輯〉，《社會主義研究》，6: 114-121。
- 王增武、湯奪先（2023）。〈結構洞視角下鄉村有效治理的張力與動力：以皖中 A 村為例〉，《新疆社會科學》，1: 119-127。
- 何明修（2004）。〈政治機會結構與社會運動研究〉，《政治大學社會學報》，37: 33-80。
- 吳一帆、李小雲、宋海燕、董強（2020）。〈因勢利導：貧困村的日常生活邏輯與現代性發展專案嵌入：以瑤村客房專案為個案的研究〉，《廣西民族大學學報（哲學社會科學版）》，42(4): 142-152。
- 辛向陽、喬家君（2018）。〈淘寶村集聚的時空演變及形成機制〉，《地域研究與

- 開發》，37(1): 11-15, 30。
- 周立、龐欣、馬薈、王曉飛（2021）。〈鄉村建設中的農民主體性提升：基於角色互動理論的 Y 村案例分析〉，《行政管理改革》，4: 51-58。
- 周紹東、劉健（2022）。〈數字技術如何促進共同富裕？以「湖北淘寶第一村」下營村為例〉，《理論月刊》，9: 60-70。
- 周慶智（2015）。〈關於「村官腐敗」的制度分析：一個社會自治問題〉，《武漢大學學報（哲學社會科學版）》，3: 20-30。
- 周靜（2022）。〈技術發展與鄉村轉型：蘇南淘寶村的實踐〉，《上海城市規劃》，5: 13-18。
- 林元城、楊忍、楊帆（2022）。〈面向鄉村振興的淘寶村發展轉型及其現代化治理框架探索〉，《湖南師範大學自然科學學報》，45(2): 34-45。
- 邱憶惠（1999）。〈個案研究法：質化取向〉，《教育研究》，7: 113-127。
- 阿里研究院（2014）。〈中國淘寶村研究報告〉。取自 [https://wenku.baidu.com/view/dcc3d7a33186bceb19e8bb79.html?\\_wktts\\_=1673880350585&bdQuery=中國淘寶村研究報告2014](https://wenku.baidu.com/view/dcc3d7a33186bceb19e8bb79.html?_wktts_=1673880350585&bdQuery=中國淘寶村研究報告2014)
- 胡衛衛、辛瓊怡、于水（2019）。〈技術賦權下的鄉村公共能量場：情景、風險與建構〉，《電子政務》，10: 117-124。
- 孫宇婷、周勇、梁朝雲（2021）。〈鄉村精英在疫情期間的身分轉化：以禮物交換為促能媒介的視角〉，《新聞學研究》，148: 107-151。
- 孫信茹、馬泮煒（2009）。〈一個鄉村電視臺的社會文化人類學考察〉，《西南邊疆民族研究》，1: 92-99。
- 孫信茹、趙亞淨（2021）。〈「微言」與「大義」：微信使用對鄉村精英權威構建的影響：對大理白族村落的田野考察〉，《民族學刊》，3: 64-73, 101。
- 孫萍（2021）。〈「鄉村性」的概念重構：數字時代的淘寶村建構〉，《社會發展研究》，1: 96-110, 243。
- 徐琴（2020）。〈「微交往」與「微自治」：現代鄉村社會治理的空間延展及其效應〉，《華中農業大學學報（社會科學版）》，3: 129-137。
- 張佳、王成（2023）。〈鄉村善治的內涵解析與水準測度研究：以雲南省昌寧縣田園鎮為例〉，《湖南師範大學自然科學學報》，46(4): 47-56。
- 張英男、龍花樓、屠爽爽、李裕瑞、馬曆、戈大專（2019）。〈電子商務影響下的「淘寶村」鄉村重構多維度分析：以湖北省十堰市鄖西縣下營村為例〉，《地理科學》，6: 947-956。
- 梁東譯（2006）。《社會分工》。北京：三聯書店。（原書 Durkheim, E. [1893]. *De la division du travail social*. Paris, FR: University Press of France）
- 梅燕、蔣雨清（2020）。〈鄉村振興背景下農村電商產業集聚與區域經濟協同發展

- 機制：基於產業集群生命週期理論的多案例研究》，《中國農村經濟》，6: 56-74。
- 陳占江、包智明（2014）。〈農民環境抗爭的歷史演變與策略轉換：基於宏觀結構與微觀行動的關聯性考察〉，《中央民族大學學報（哲學社會科學版）》，3(41): 98-103。
- 陳光金（2004）。〈20 世紀末農村社區精英的「資本」積累策略〉，《江蘇行政學院學報》，6: 54-60。
- 陳然（2016）。〈地方自覺與鄉土重構：「淘寶村」現象的社會學分析〉，《華中農業大學學報：社會科學版》，3: 74-81。
- 曾億武、郭紅東（2016）。〈電子商務協會促進淘寶村發展的機理及其運行機制：以廣東省揭陽市軍埔村的實踐為例〉，《中國農村經濟》，6: 51-60。
- 曾潤喜、周曉文（2021）。〈「微抗爭」：互聯網技術賦權與政治機會結構的限制：基於微博上訪的實證研究〉，《新聞界》，11: 56-64。
- 舒林（2018）。〈「淘寶村」發展的動力機制、困境及對策〉，《經濟體制改革》，210(3): 79-84。
- 費孝通、吳晗（2015）。《皇權與紳權》。上海：華東師範大學出版社。
- 搜狐網（2017 年 2 月 6 日）。〈江蘇沭陽：村裏裝起大喇叭發佈花木購銷資訊〉。取自 [https://www.sohu.com/a/125537568\\_114731](https://www.sohu.com/a/125537568_114731)
- 董峻（2019 年 11 月 23 日）。〈世行報告：數字技術可以成為鄉村振興和減貧強大工具〉，《新華社》。取自 <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1650985410417064767&wfr=spider&for=pc>
- 趙久龍（2018 年 2 月 9 日）。〈「賣花郎」村支書的鄉村振興夢〉，《新浪財經》。取自 <http://finance.sina.com.cn/roll/2018-02-19/doc-ifyrrhct9669549.shtml>
- 楊忍（2021）。〈珠三角地區典型淘寶村重構過程及其內在邏輯機制〉，《地理學報》，76(12): 3076-3089。
- 楊佳將（2022）。〈從反對到默許：精英俘獲中普通村民的行為轉變及其生成邏輯：以變遷、結構與話語為分析框架〉，《內蒙古大學學報（哲學社會科學版）》，54(5): 53-60。
- 楊善華、孫飛宇（2015）。〈「社會底蘊」：田野經驗與思考〉，《社會》，35(1): 74-91。
- 楊寶強、鐘曼麗（2023）。〈從外包到內生驅動：鄉村產業振興的長效路徑研究〉，《理論月刊》，3: 99-107。
- 董明偉（2022）。〈鄉村振興中結構洞的升級：鄉村治理優化與精英俘獲超越〉，《領導科學》，818(9): 136-139。
- 詹國輝（2019）。〈社會品質與治理有效的互嵌：鄉村振興戰略在地化實踐的耦合性議題〉，《蘭州學刊》，2: 154-165。



- 鄔家峰 (2021)。〈技術賦權：鄉村公共能量場與鄉村治理轉型〉，《華中農業大學學報（社會科學版）》，6: 121-128, 191-192。
- 臧雷振 (2016)。〈新媒體資訊傳播對中國政治參與的影響：政治機會結構的分析視角〉，《新聞與傳播研究》，2: 51-65, 127。
- 劉玉俠、石峰浩 (2019)。〈農民工回流背景下村治精英互動問題探析〉，《浙江學刊》，2019(2): 195-201。
- 劉亞軍、儲新民 (2017)。〈中國「淘寶村」的產業演化研究〉，《中國軟科學》，2: 29-36。
- 劉揚、韓允 (2017)。〈產業發展過程中的政府與農民行為分析：以蘇北 S 縣 Y 鎮花木產業發展為例〉，《南京農業大學學報（社會科學版）》，17(6): 14-26。
- 劉路軍、樊志民 (2015)。〈中國鄉村精英轉換對鄉村社會秩序的影響〉，《甘肅社會科學》，2: 109-113。
- 潘勁平、王藝璇 (2020)。〈技術的社會嵌入：農產品淘寶村形成機制研究：基於 W 村的實證分析〉，《西南大學學報（社會科學版）》，46(1): 61-68。
- 潘淑滿、蔡青埔、楊榮宗 (2000)。〈評估社區總體營造在現階段推行社區發展工作之成效：都市社區落實草根民主之可能途徑〉，《社會工作學刊》，6: 87-122。
- 盧鏡逢 (2018)。〈堰下村的電商景象〉，《群眾》，24: 55-56。
- 駱希、莊天慧 (2016)。〈貧困治理視域下小農集體行動的現實需求、困境與培育〉，《農村經濟》，5: 80-86。
- 謝滌湘、余可、莊煜鈿、簡慧敏、徐旭豪、楚哈 (2023)。〈行動者網絡視角下電商村的演化機制：以廣州市大源村為例〉，《熱帶地理》，43(4): 758-768。
- 魏丹、張目傑、梅林 (2021)。〈新鄉賢參與鄉村產業振興的理論邏輯及耦合機制〉，《南昌大學學報（人文社會科學版）》，3: 72-80。
- Boughzala, I., de Vreede, G. J., & Limayem, M. (2012). Team collaboration in virtual worlds: Introduction to the special issue. *Journal of the Association for Information Systems*, 13(10), 714-734.
- Burt, R. S. (1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Massachusetts, MA: Harvard University Press.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Granovetter, M. S. (1983). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological Theory*, 1, 201-233.
- Heley, J., & Jones, L. (2012). Relational rurals: Some thoughts on relating things and theory in rural studies. *Journal of Rural Studies*, 28(3), 208-217.
- Ho, P. (2007). Embedded activism and political change in a semiauthoritarian context.

- China Information*, 21(2), 187-209.
- Lee, D. P. W., & Mueller, J. (2017). Junpu “Taobao” village: A validation of Porter’s diamond model? *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 13(1), 51-72.
- Li, A. H. (2017). E-commerce and Taobao villages: A promise for China’s rural development? *China Perspectives*, 3, 57-62
- Li, Y., Knight, D. W., Luo, W., & Hu, J. (2020). Elite circulation in Chinese ethnic tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 103030.
- Li, Y., Westlund, H., & Liu, Y. (2019). Why some rural areas decline while some others not: An overview of rural evolution in the world. *Journal of Rural Studies*, 68, 135-143.
- Lin, G., Xie, X., & Lv, Z. (2016). Taobao practices, everyday life and emerging hybrid rurality in contemporary China. *Journal of Rural Studies*, 47, 514-523.
- Oi, J. C. (1995). The role of the local state in China’s transitional economy. *The China Quarterly*, 144, 1132-1149.
- Pakulski, J. (2018). The development of elite theory. In H. Best & J. Higley (Eds.), *The Palgrave handbook of political elites* (pp. 9-16). London, UK: Palgrave Macmillan.
- Pareto, V. (1991). *The rise and fall of elites*. New Jersey, NJ: Transaction.
- Rahman Khan, S. (2012). The sociology of elites. *Annual Review of Sociology*, 38, 361-377.
- Rona-Tas, A. (1994). The first shall be last? Entrepreneurship and communist cadres in the transition from socialism. *American Journal of Sociology*, 100(1), 40-69.
- Spires, A. J. (2011). Contingent symbiosis and civil society in an authoritarian state: Understanding the survival of China’s grassroots NGOs. *American Journal of Sociology*, 117(1), 1-45.
- Staniszki, J. (1990). “Political capitalism” in Poland. *East European Politics and Societies*, 5(1), 127-141.
- Tarrow, S. (1998). *Power in movement*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Tilly, C. (1978). *From mobilization to revolution*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Tucker, J. A., Theocharis, Y., Roberts, M. E., & Barberá, P. (2017). From liberation to turmoil: Social media and democracy. *Journal of Democracy*, 28(4), 46-59.
- Zhou, J., Yu, L., & Choguill, C. L. (2021). Co-evolution of technology and rural society: The blossoming of taobao villages in the information era, China. *Journal of Rural Studies*, 83, 81-87.

# Opportunistic Catalysis Embedded in Digital Networking Technology: Symbiosis and Co-Governance of Multiple Actors in Taobao Village

Yu-Ting Sun, Jian-Ting Zhang, Chao-Yun Liang \*

## ABSTRACT

For a long time, rural societies in China have been dominated by an exogenous order, resulting in insufficient rural endogeneity and causing rural governance to face numerous difficulties. With the comprehensive advancement of rural revitalization, Taobao Village, where e-commerce supports agriculture, has led a new field that combines the application of digital networking technology with natural resources. The transformation of modern production relations and economic models has not destroyed the inherent tradition of Taobao Village. Instead, the endogenous nature of rural society has been activated by the mobility practice of multiple actors and the reconstruction of social networks, which share the dividends to achieve good

---

\* Yu-Ting Sun is a lecturer/master supervisor at the Department of Journalism and Communication, School of Public Administration, Hohai University. Research areas: communication sociology, rural communication, and media communication effect.

Jian-Ting Zhang is a lecturer at the Department of Journalism and Communication, School of Public Administration, Hohai University. PhD Candidate, Institute of Political Economy, National Cheng Kung University. Research areas: media ecology and media communication effect.

Chao-Yun Liang is a Distinguished Professor at the Department of Bio-Industry Communication and Development, National Taiwan University, Taiwan. Research areas: agriculture communication, media psychology, and rural entrepreneurship.

rural governance between the balance and tension of internal and external orders. Therefore, it is interesting to explore the social mechanism behind the compatibility and symbiosis of both rurality and modernity.

This study explores the symbiotic relationship between digital technology and the identity transformation of rural actors based on the social network perspective through fieldwork in the well-known Taobao Village of Jiangsu province. It further investigates the social mechanism behind the formation of symbiotic networks and co-governance in China's new era of rural revitalization. This study deals with the following three research questions: (1) How do e-commerce and digital technology, as enabling media, trigger the role identity transformation of different rural actors (rural elites and ordinary villagers)? (2) What kind of rural social relationship network has been reshaped by the identity transformation of multiple actors? (3) What kind of logic of rural co-governance is revealed behind this network of relationships?

The structural hole theory emphasizes that the embedding of third-party intermediaries can connect actors who have no direct relationship or are disconnected, thus playing the role of information transmission and complementary mobilization. The strong relationships formed in traditional Chinese rural society not only repel external forces, but also make it difficult to generate new forces and for structural holes to form. With the process of rural modernization, the collision of tradition and modernity in rural governance has not only given rise to a large number of structural holes, but also caused tension among the structural holes due to the action of multiple forces.

The political opportunity structure theory explains structural holes from the perspective of external political attributes. In the process of rural modernization, original political opportunities are constantly being reshaped, and new political opportunities induce different actions and identity

transformations. However, this theory has rarely been applied to rural governance.

Returning rural elites, as third-party intermediaries in the hole of the traditional rural structure, participate in rural governance together with village-resident elites, essentially acting out critical roles in maintaining rural social order. Therefore, this study combines the theories of structural hole and political opportunity structure, takes a social network perspective, and starts from the endogenous and exogenous orders to explore the social network shaped by the dynamic transformation of the multiple identities of different rural actors and the social mechanisms behind them.

Based on the “digital networking technology + flower and tree industry” model, the current study selects Taobao Village in Shuyang County, Jiangsu Province, China as a case study. Through fieldwork, both in-depth interviews and participatory observations were conducted with 14 rural actors, supplemented by news reports. The findings present that diverse rural actors, driven by opportunities, co-created a symbiotic network pattern of fluid collaboration and co-governance logic behind it.

The results reveal the following. (1) The opportunity structure created by China’s macro-level political system and digital economy has extended the rural social network originally based on blood, geographic, and industrial structures. It promotes rural actors to develop action strategies and to transform their identities within the established structure and position, filling the structural holes in the network.

(2) The village under digital empowerment is a value co-creation process constructed by heterogeneous actor networks. Elites with capital advantages obtain increasing resources through digital empowerment, occupy core structural holes, and create values conducive to political absorption, economic sharing, and information dividends, shaping a collaborative and mutually

beneficial elite network. Filling a structural hole in the assistance network, grassroots organizations bring together multiple actors to form a binding force that gives full play to the public welfare benefits of rural revitalization and the economic benefits of getting rich. Under the mobilization, villagers establish a symbiotic and interdependent relationship and develop multi-dimensional bulk occupations in daily life. The elite network scrolls out of the village network and then connects the inside with the outside of the village, forming a gradual diffusion and symbiosis structure of circles.

(3) The essence of Mulan village's modern business model is still at the practical application level of instrumental rationality. The economic form within the village is characterized by the organic solidarity embedded in digital e-commerce as the external feature. The production and sales model is based on local trust as the internal mechanical solidarity feature and also embedded in the overall mechanical society of the state power structure.

(4) The economic model of digital networking technology and China's specific political system have given rise to an opportunity structure. The political governance capability constructed by political priority with the support of digital technology has shaped a symbiotic network pattern and revealed the logic behind Mulan village's good governance, reflecting the pattern of symbiosis and good governance of multiple actors in the Taobao village.

At the academic level, this study enriches the practical application of both structural hole and political opportunity structure theories in rural transformation from the two levels of endogeneity and external macrostructure. In addition, it proposes an innovative concept of opportunity and the specific social network it involves; i.e., symbiotic network = blood + geographic + industrial + opportunity structures. This provides a more comprehensive and diverse explanatory power for the social mechanism of rural revitalization and

good governance. At the practical level, in the face of the multiple combined forces of the state, capital, and digital networking technology, the case of Mulan village in this study is an essential reference for rural development in China. Being good at innovation and change, seizing opportunities, and accumulating superimposed capital for identity transformation are the action logic for actors to transform their identities and implement rural revitalization.

**Keywords:** digital technology, identity transformation, opportunity structure, rural elites, symbiosis and co-governance, Taobao Village

• 新聞學研究 • 第一五八期 2024 年 1 月