

【全面推进乡村振兴】

# 欠发达地区农民专业合作社产业发展的策略和逻辑

——以甘肃陇中地区 B 合作社为例

姚兆余,郝泽芸

(南京农业大学 人文与社会发展学院,江苏 南京 210095)

**摘 要:**农村产业发展是乡村振兴的重要抓手,也是实现农业农村现代化的重要途径。通过对甘肃省陇中地区 B 合作社产业发展进行考察,发现合作社产业发展是策略行动的过程。在产业发展过程中,合作社采取了“跑项目”“拉关系”“面子压迫”“利益诱导”等策略,获得合作社产业发展所需要的各种资源。之所以如此,与农村资源行政化配置、村庄的社会关系结构和村民的价值观念有密切的关系。农村合作社的产业发展,不完全是单一因素的结果,而是政治逻辑、社会逻辑和经济逻辑的统一。

**关键词:**合作社;产业发展;策略;逻辑

**中图分类号:**C912.82      **文献标志码:**A      **文章编号:**1671-7465(2021)06-0164-09

## 一、问题的提出

农村产业发展是乡村振兴的重要抓手,也是农业农村现代化的重要途径。党的十九大报告明确提出,构建现代农业产业体系、生产体系和经营体系,实现小农户和现代农业发展有机衔接。2018 年 1 月发布的《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》和 2021 年发布的《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》两个文件中,都把农村产业发展作为乡村振兴的重要任务,要求依托乡村特色优势资源,打造农业全产业链,构建现代乡村产业体系。在国家相关政策的支持下,家庭农场、专业大户、农民专业合作社、农业产业化龙头企业等新型农业经营主体蓬勃兴起,在引领农业适度规模经营发展、带动农民发展产业脱贫增收等方面发挥了重要的作用。

既往研究从不同的学科视角阐释了农业产业发展的条件、基础和动力机制,形成了不同的观点。一种是经济学视角的研究,主要是运用产业发展理论、交易费用理论、新结构经济学理论和资源优势理论,对农业产业化、农村产业融合发展、特色农业发展等主题进行探讨<sup>[1-3]</sup>。在农业产业化的原因和条件上,主要从优化生产要素、转移剩余劳动力、提高农业效益、增加农民收入、实现小农户与大市场的有机衔接等方面进行分析,认为农业产业化的经济动因是比较利益的驱动和农业经营性投资的利润驱动;且农业产业化必须具备相应的基础条件,包括发达的基础设施网络、高素质的人才队伍、先进的经营技术和稳定的供销关系<sup>[4]</sup>。另一种是社会学视角的研究,主要运用实地考察和案例研究方法,描述农业产业发展的社会过程,总结了农业产业发展的“嵌入性”特征<sup>[5]</sup>、“寄生性”特征<sup>[6]</sup>和“内生性”特征<sup>[7]</sup>。研究者除了关注农村产业发展的外在条件和物质基础,更加关注乡土社会的历史传统和社会基础,包括乡土的社会网络<sup>[8]</sup>、乡土

收稿日期:2021-06-27

基金项目:国家社会科学基金重大项目“农业社会学的基本理论与前沿问题研究”(17ZDA113)

作者简介:姚兆余,男,南京农业大学人文与社会发展学院教授。

社会的各种社会关系、伦理关系,乃至隐藏于其下的社会结构共同构成的“传统”<sup>[9]</sup>、乡土熟人社会和人情社会<sup>[10]</sup>、人际关系和社会伦理<sup>[11]</sup>等。此外,研究者还探讨了农业产业发展对小农业生产<sup>[12]</sup>、乡村治理<sup>[13]</sup>等的影响。

可以看出,学术界对农业产业发展的研究存在着明显的学科差异。相对而言,经济学侧重于农业产业发展的物质基础、产业转型和经济效益;社会学侧重于农业产业发展的社会过程和社会基础。这些研究,在一定程度上揭示了现阶段农业产业发展的内在机制,为本文研究提供了颇有启发性的思路。但是,在笔者看来,上述两种视角的研究都存在一些不足。一方面,中国是一个有着数千年农业传统的国家,以血缘和地缘关系为纽带结成的生活共同体及以此为基础而形成的社会关系和伦理文化,不仅是传统社会农民的生活单位和社会规范,而且对现代社会农民的社会生活仍然产生重要影响。现代农业产业发展虽然遵循市场和资本的逻辑,但农业产业发展的组织过程极其复杂,乡土社会的权力结构、关系网络、伦理文化、社会记忆和非正式制度都会对农业产业发展产生较大的影响。因此,仅仅从生产需要和经济理性的角度去分析农业产业发展,在一定程度上忽视了中国农村的历史传统和社会结构。另一方面,既有的社会学视角的研究成果,虽然注重探讨农业产业发展的社会基础,但仅从宏观上讨论文化伦理、社会关系对产业发展的影响,忽视了行动者在产业发展实践中的策略性和能动性。事实上,行动者并不是“制度的影子”或布迪厄所说的“文化傀儡”,他们往往会根据自身所处的情境,为实现具体的目标而采取变通性和灵活性的策略。基于这种认识,本文以甘肃陇中地区 B 合作社为例,通过对 B 合作社在产业发展中的实践策略进行探讨,揭示农民合作社产业发展的内在逻辑。

## 二、案例呈现:合作社产业发展的实践探索

### (一) 合作社产业发展的背景

B 合作社位于陇中地区 S 镇,因黄河流经该镇地域,形成了黄河阶地和河谷盆地,土地肥沃、气候湿润、日照充足,为瓜果和蔬菜生产提供了良好的条件。据历史文献记载,S 镇种植梨树始于南宋,民国时期梨园面积已达 3000 亩,农业集体化时期仍然保持着这个规模。20 世纪 80 年代,由于实行家庭联产承包责任制,梨园从集体经营转变为家庭分散经营。家庭承包经营制度虽然调动了农民的生产积极性,但也带来了一系列的问题:一是村里大量青壮年劳动力外出务工,梨树种植和管理主要靠村里的老人,生产和管理比较粗放,缺乏应对品种退化和病虫害侵袭的技术和方法,导致果梨品质下滑。二是农户分散经营,组织化和市场化程度不高,缺乏市场供求信息,只能推着小车在市场上零售果梨,收益没有明显增加,甚至出现“果贱伤农”的现象。三是部分农户重收益轻投入,对古梨树的管护不到位。在这种情况下,百年梨园面临着走向衰落的危机。

### (二) 合作社产业发展的过程

B 合作社发起于 2011 年,正式成立于 2013 年 3 月,领办人 W 属于当地的经济精英。W 多年从事水果蔬菜批发和跨国物流生意,具有丰富的经商经验和敏锐的商业眼光。为了解决家乡梨园生产存在的品种退化和病虫害侵袭、农户缺乏市场信息、果梨销售难等问题,他在了解国家相关农业发展政策和 S 镇农业发展规划之后,凭借着个人的经济资本和社会威望,筹备创办了合作社。

合作社成立之初,主要是以社会服务为手段,向社员提供技术培训、产品销售等方面信息。此外,合作社每年开春与一部分农户签订合同,建立购销关系;等秋季梨子成熟时,以高出市场价的价格进行收购。这一时期,合作社不仅与农户之间的关系比较松散,没有形成紧密的利益联结机制,而且在果梨的产业化、集约化和规模化方面还没有实质性的行动。

此后,为了加快推进果梨的产业化发展,合作社采取了如下措施:一是采取统一管理、统一施肥、统一购药、统一销售、统一技术指导的“五统一”生产经营模式,规范梨树种植,保证产品质量。二是采取“产品+树苗+土地+资金”入股的方式,使合作社与社员之间从松散型合作走向紧密型合作,从松散的利益关系变成紧密的利益联结。三是加强基础设施建设,多方争取资源,建成一座500吨冷库,500平方米糖化车间,100平方米包装车间,80平方米农资库房;流转50亩古梨园,作为果梨种植保护实验基地。四是联合开展技术研发,解决品种老化和产品不易保存的难题。一方面,与当地农业高校合作研制果梨冷冻和真空包装技术,延长果梨的保存期;另一方面,与L市农研中心果树站联合申报研究项目,对果梨的品种优化、栽培技术进行研究。五是申报4个梨园文化建设研究项目,开展古梨树的保护及传统种植技术的发掘和传承,从历史、人文、地域方面挖掘果梨的附加值。六是开拓和构建市场网络,不仅在广州、深圳、丽江、西安等地建立销售网点,而且运用电子商务平台建立网店,把产品推广到全国。

### (三) 合作社产业发展的成效

经过近10年的发展,合作社逐渐从最初简单从事果梨的生产和收购,发展成为以市场需求为导向,以果品生产基地为基础,实行专业化生产、社会化服务、产供销一体化经营的综合型合作社,取得了一定的规模效益和经济效益。

第一,合作社规模不断扩大,经济效益明显增加。合作社成员从最初的10余人发展到105人,带动当地种植户800多户。2016年,合作社销售果品520万吨,销售收入2450万元,总利润490多万元,合作社成员年均纯收入达到35000元,成为带动农民增收致富的典范。由于成效显著,2017年B合作社被评为“第三批国家级合作社示范社”,成为当地农村经济合作组织的“先行者”和“领跑者”。

第二,实现了果梨生产的专业化和品牌化。合作社不仅掌握了先进的选种、栽培、冷冻、包装等技术,而且开展了果梨产品的品牌化建设。合作社先后申请了果梨的“变温冻藏方法”“后熟方法”“品种后熟简易处理方法”3个专利,注册了4个商标,果梨产品的质量和声誉越来越高。2019年,合作社走出国门,参加了日本千叶国际食品与饮料展览会,进一步扩大果梨产品的知名度。

第三,建立了稳定的销售渠道。合作社不仅在广州、深圳、丽江、西安等地建立销售网点,运用电子商务平台,把产品推广到全国,而且与当地知名销售企业——自然优品农业科技有限公司合作,建立了“公司+基地+合作社+农户”的生产体系和经营体系。

## 三、B 合作社产业发展的实践策略

按照布迪厄的社会实践理论,策略是指客观趋向的行动方式的积极展开,而不是对业已经过计算的目标进行有意图的预先计划的追求;这些客观趋向的行动方式乃是对规律性的遵从,从连贯一致且能在社会中被理解的模式的形塑,哪怕它们并未遵循有意识的规则,也未致力于完成由某位策略家安排的事先考虑的目标<sup>[14]</sup>。借助布迪厄这一概念,简单地说,策略是指行动者在特定场域内,根据其面对的具体事项,遵从一定的客观规律,采取的灵活变通的应对手段和行动方式。合作社在发展产业的过程中,如何从乡村社会的场域中获得产业发展的各种资源,这就需要合作社核心成员采取一些符合乡村社会特点的行动策略。

### (一) “跑项目”:寻求政府资源支持

20世纪90年代分税制改革后,项目制成为农村财政资源分配的主要方式。周飞舟曾对财政资金的专项化问题进行过专门探讨,认为在1994年分税制改革以后,各种财政资金开始以专项或者项目的方式向下分配,并成为最主要的财政支出手段<sup>[15]</sup>。在分税制体制下,大量的专项



资金以项目的形式下拨到各级地方政府,使得地方政府在财政收入减少的情况下能够维持公共服务的供给<sup>[16]</sup>。从实施程序上来说,上级政府或部门负责设置项目和验收项目,下级政府或部门则负责申请项目并实施项目。因此,合作社在发展产业过程中,要想获得政府的项目资金支持,就必须与地方政府“共谋”,将合作社的产业发展纳入地方政府的农业发展规划,这样才有可能从政府的项目中分得一部分项目资金。

如前所述,S镇响应国家发展现代农业的要求,利用自然条件和城郊区位优势,大力发展以瓜果和蔬菜为主的绿色食品生产,探索构建“一村一品、一镇一业”农业产业体系。在这种情况下,任何合作社想要发展产业,都必须了解地方政府的农业发展规划,瞄准地方政府的需求,这样才能获得地方政府的支持。S镇一位官员曾这样表述:“合作社要想搞大产业,获得政府支持,就要符合我们的农业发展规划,这样我们才会向上面推荐申报的项目。”(镇干部S,2018年10月)换句话说,如果合作社不按照地方政府的农业发展规划来发展产业,就不仅得不到政府的支持,甚至可能会受到排斥和挤压。

合作社理事长W非常清楚“大项目大发展,小项目小发展,无项目不发展”的道理(理事长W,2018年8月)。因而,他积极寻求地方政府支持,在研制冷冻技术、建造冷库、改良与引进品种、改进栽培技术等方面,均获得了地方政府的项目支持和财政补贴,甚至地方政府的贷款担保。“我们这几年把合作社能享受的政策都得到了,像政府扶持、贷款补贴以及担保型贷款。因为我们现在是国家级的合作社,有相应的(指标)限制,每年针对不同级别的(合作社扶持)力度不一样。”(副理事长W1,2018年8月)

当然,合作社要想获得政府支持,除了正式的项目申请之外,还需要运用非制度化方式进行运作,即采取“跑项目”的策略来实现自己的目标。在乡村社会,项目运作是自上而下的项目推荐和自下而上的项目申请交相互动的过程,其中充满着“人情运作”的成分。说到底,农村资源配置中存在的所谓“精英俘获”现象,不仅是因为合作社发展势头好、发展潜力大,还在于合作社与地方政府之间的密切关系。对此,合作社理事长W深有感触。“项目申请,前期都需要打理,你不愿跑,一点机会都没有。虽然(提供项目)这是他的职能,但你不去经常和他们沟通自己的难处,是很难获取的,我天天这么忙也是这个原因,得跑关系,混脸熟。”(理事长W,2018年8月)由于深谙此中奥秘,理事长W几乎是S镇政府的“常客”,只要有空闲时间,他几乎每周都会去镇政府“转一圈”,要么打听农业政策信息,要么了解项目申请进程。据镇干部介绍,“他(理事长W)往政府这边跑得很勤。本来我们私交就很好,加上他是我们镇上有名的能人,合作社发展得不错,名声也打出去了,是典型的合作社示范社,算是我们重点扶持对象。所以在分配政策资源的时候,我们肯定会把带动当地经济的能力和影响力作为重要的考虑因素”(镇干部X,2018年10月)。可见,基层政府在配置经济资源时,不仅要考虑地方产业发展的实际需要,还要受制于乡村社会的社会结构和人情关系。对于合作社来说,符合地方政府的发展理念和发展规划,是获得项目和资源支持的决定性因素,利用人情关系“跑项目”则是合作社取得支持的辅助手段。

## (二)“拉关系”:动员家族成员参与

合作社产业发展初期,由于村民对合作社这个新生事物缺乏了解和认识,更不清楚合作社的发展前景,因而很多人抱着观望甚至拒绝的态度。

当时我们不知道这个协会(合作社未正式成立前的名称)是干什么的,以前我们这边没人搞过,大家心里没谱。我们老百姓种梨,果子熟了就拿到市场上卖,还搞什么协会干吗?而且听说入会还要交钱,还没赚钱就想收钱了,那不行。所以我想先望望(观察)他们搞得怎么样,搞得好了之后再加入也不迟。(社员W4,2018年1月)

刚搞合作社的时候,村里很多男人去外地打工了,只有老人和妇女在家种地,有的

地就撂荒了。这些地就变成了害虫的温床,对日后的生产经营是一个很大的隐患。他(理事长W)要成立合作社,大家都抱着观望态度。(社员H,2018年8月)

从村民的言谈中可以看出,他们对合作的好处充满期待,但他们既害怕合作社不能真正发挥作用,又害怕成本过高而无力承担合作风险。在这种情况下,理事长W和合作社骨干成员只能按照“差序格局”的法则,首先发动家庭或家族成员加入合作社。

拉社员来(合作社)的话,只能先从身边的熟人入手,包括我自己的家里人,还有之前一起做生意的朋友,他们信任我。(理事长W,2018年1月)

我当初加入合作社,主要是考虑他(理事长W)是本家的侄子。他几次来找我,说要搞一个合作社,带领大家闯市场,找销售渠道。我想反正也没有多少风险,就答应参加了。(社员W4,2018年8月)

合作社起步的前两年,……什么好事肯定都会优先考虑本家人,要不肯定会被(家里人)说的,而且这样也是拉社员最快的方法,后面也好管理,矛盾分歧都在内部得到解决。(镇干部X,2018年10月)

不仅合作社起步阶段需要家庭或家族成员的支持,在合作社发展阶段,无论是土地流转,还是产品销售,同样需要发挥血缘关系的作用。例如,在建立果梨种植保护实验基地的过程中,合作社从村民手中顺利流转土地,其成功的奥秘就在于从近亲的家族成员入手,通过“讲关系”“说情面”的方式获得村民的支持。在产品销售的过程中,更是组建了以血缘关系为基础的团队,将“血缘共同体”与“利益共同体”有效地结合在一起,最大化地保证了团队的工作效率。之所以如此,与乡土社会中以差序格局为基础的社会关系网络以及蕴含在社会关系网络中的特殊信任有密切的关系。

### (三)“面子压迫”:挖掘社会资源

面子是与身份、地位、角色相联系的一种心理结构。翟学伟研究表明,面子在根本上是一种由个人表现出来的形象类型而导致的能不能被他人看得起的心理和行为,它“比金钱和财富更为重要,因为是它赋予了金钱和财富以社会和文化的价值和意义,也使奋斗者感受到了为之奋斗的幸福感”<sup>[17]</sup>。面子不仅使个体获得心理上的满足,还具有工具性的特征,通过人情和面子的运作,个体可以获得更多的社会资源、非制度性的社会支持和日常权威。对于合作社负责人W来说,由于从小与村民一起生活,在经商销售过程中也给村民们带来过帮助和利益,因而在村民的心目中有一定的身份和面子,只要他提出的要求不太过分,大家都会通过“给面子”的方式给予支持。

合作社成立初期,由于对发起人数和规模有一定要求,理事长W不得不找村民帮忙,村民也非常配合。村民的解释是:“你有这个能力,多多少少帮一点,都是份情谊,人家以前也帮过你,这是相互的。不帮(的话),抬头不见低头见的,面子上怎么过得去呢?”(社员W3,2018年8月)“加不加入合作社,对我个人无所谓,但他说过几次,我也就加了,面子还是要给的。”(社员H,2018年8月)可见,部分村民刚开始参加合作社,不是为了获得更多的利益,而是迫于面子的压力,不得不加入合作社。

面子不仅成为整合村庄内部资源的工具,而且在合作社寻找外部资源时也发挥了重要的作用。在理事长W看来,“关系好了,关键时候就能派上用处,同等条件下,有些面子肯定会给我的”(理事长W,2018年10月)。因而,不论向乡镇政府和市农业主管部门争取资源,还是与销售企业合作,除了依靠正式的制度和规则之外,还充分利用对方“爱面子”“给面子”的心理策略,在同等条件下优先获得资源或优先获得果梨产品的销售机会。因此,互惠、共赢、平等交换的背后,也蕴含着人情、面子和关系等因素的作用。

### (四)“利益诱导”:增加社员收益

在布迪厄的策略理论中,利益既是策略的构成要素,也是场域的主要要素。在场域中,利益

引导行动成员采取行动,利益既是客观存在于场域中的现实存在物,又是行动者在场域的行动过程中主观建构和比较而得出的主观心理意识形态。可见,利益不仅包括知识、信息、技术和经济收益,还包括行动者的主观认知和感受。在调研中发现,合作社在不同的发展阶段,采取了不同的利益诱导和分享方式,吸引村民加入合作社的产业体系。

### 1. 提供技术服务和销售渠道,实现资源共享

果蔬种植与粮食生产的目标不同,不是用于家庭成员消费,而是需要在市场交换中获得收益。农户要想从市场交换中取得最大化的收益,不仅要掌握市场的需求信息,还要掌握先进的生产技术,保证果梨产品的品质。合作社成立之初,主要是满足农户两个方面的需求。一是提供技术咨询和信息服务,邀请农业专家手把手地传授农业技术,甚至无偿提供生产资料和生产工具。“刚开始我们自己拿出一部分钱,买农药、化肥、剪刀送给他们,这样慢慢地引导他们来入社。”(副理事长 W1,2018 年 10 月)二是帮助农户解决“卖梨难”问题。“以前就是几毛钱、一块钱,走市场价,我们合作社最高收到了三块五一斤。今年没有加入合作社的农户,城管也不让他们(摆摊)卖,放熟才是七毛。”(社员 W4,2018 年 8 月)由于解决了果梨的销路问题,有效地消除了农户的顾虑,提高了农户参加合作社的积极性。

### 2. 采取入股方式,实现利益关联

随着合作社的进一步发展,仅仅依靠简单的技术服务和市场服务,难以满足社员的需求,必须在合作社和社员之间形成有效的利益联结机制。在这种情况下,合作社开始采取“产品+树苗+土地+资金”入股的方式。所谓入股,可以拿数量不等的钱入股,也可以拿自家梨树、梨或者土地入股,甚至可以拿梨树传统种植技艺“天把式”入股。从实际操作上看,主要有两种形式。

一种是产品入股。“一种是和做得好的一部分社员结为命运综合体,他们的产品从开春的时候我们就已经付了定金,果子产下来直接交到合作社。还有一种是以他的产品入股,这种风险比较大一些,他的产品(果子)产下来之后,我们风险共担,利益共享。比如,他产的一万斤梨入到我们合作社,等我们合作社卖完,除去各种生产成本,按照售价的 60% 返还给他;返还之后剩下的盈余再把另外的开支开掉,比如包装、推广、贮藏的费用,再给他二次返还。”(副理事长 W1,2018 年 8 月)

另一种是资金入股。根据入股的金额,分为两种类型:一种是象征性收费。“按照合作社法的要求,严格来说是入社就要入股,我们也就象征性地收费,比如你入 50 块钱、100 块钱都可以。因为人家在你没做起来的时候,他(农户)的信心还很弱,很有忧患意识,对承担风险这块还是很理性的。”(副理事长 W1,2018 年 8 月)这种象征性收费,与其说是“股金”,不如说是“诚意金”,主要是表达了社员参与合作的诚意,也是合作社社员的身份象征。另一种是资金入股。“我们骨干成员对合作社的发展很有信心,所以会把自己的积蓄拿出来。前期收购的这一块,我们有 5 个大股东,款是我们自己拿出来的股金。比如,今年要收购 10 万斤,这 5 个人各拿 10 万元,最后收了 50 万元的梨,最后卖掉,除去成本,就和公司化运营差不多,最后给股东返还股金和分配利润。”(副理事长 W1,2018 年 10 月)相对而言,资金入股比产品入股和社员缴费具有更大的风险,一旦果梨卖不出去,导致货物积压,股东们就会遭受严重损失。

总之,合作社采取的产品入股或资金入股,虽然不完全符合股份合作社的规范要求,但意味着合作社已经从过去的关系联结走向利益联结,逐渐成为紧密的利益共同体。社员既可以以股东的身份参与合作社的管理,又可以对合作社生产经营和利益分配进行监督和约束。

## 四、嵌入乡土社会的农村产业发展

农业产业发展属于市场经济行为,应遵循市场经济的运作逻辑,以追求利益最大化作为农



业产业发展的动力,但是,B合作社在产业发展过程中,一方面,运用经济利益这一杠杆吸引农户加入合作社,维持社员与合作社之间的联系;另一方面,又采取依附发展、关系动员、面子压迫等策略,从村庄内部和外部获得资源,推进合作社的产业发展。究其原因,笔者认为,在乡土社会,农业产业发展是经济活动和社会活动的统一体,农业产业发展离不开特定的社会环境和社会结构,在一定程度上受到乡村社会的公共资源配置方式、社会关系、文化伦理等因素的影响。可以说,合作社在农业产业发展过程中所采取的策略,是乡村社会政治、社会、文化等因素综合作用的结果。

第一,农村财政资源的行政化配置,是合作社产业发展策略的政治逻辑。

在农村现行的管理体制中,公共资源的配置基本上是以政府为主导,政府掌握着资源配置的话语权和操作权。就农业产业发展来说,地方政府不仅主导农业产业发展的规模和方向,而且掌握着农业产业发展的财政资金。因此,合作社如果想要获得地方政府的资金支持,就必须了解和适应地方政府资源配置的行政逻辑,与地方政府建立互助互惠、合作共赢的关系,甚至形成“利益共同体”。其一,从地方政府方面来看,税费制度改革后,基层政权从汲取型政权变为资源分配型政权<sup>[18]</sup>,如何获得更多的资源成为考量地方政府能力的重要标准。随着财政资金的专项化,中央和省级的财政转移支付资金逐渐成为地方政府建设乡村的资金来源。在这种情况下,基层政府不得不将更多精力用于“争资跑项”上。但是,“争资跑项”要获得成功,除了需要“争资跑项”官员有个人能力和关系资源外,还需要农民合作社、龙头企业、农业公司默契配合。其二,从合作社方面来看,合作社所从事的果梨生产是效益较低但风险较高的产业。果梨种植受到生物规律的制约,不像工业生产那样具有周期短、见效快的特点,不可能创造出较大的经济效益;果农种植果梨还要承受各种自然风险和市场风险,一旦遭遇旱涝灾害、病虫害侵袭或果梨产品滞销,就会亏本甚至破产。此外,随着合作社产业规模的扩大,物质装备和基础设施建设投入会不断增加。因此,合作社的产业发展需要仰赖地方政府的支持,需要借助地方政府之手,争取项目资金和政策补贴等公共资源。这样一来,在“争资跑项”这个目标的引领下,地方政府和合作社形成了一致的行动。

第二,以血缘关系为纽带的社会关系网络,是合作社产业发展策略的社会逻辑。

卡尔·波兰尼关于经济活动嵌入社会关系结构的观点,为农村产业发展的社会基础提供了较好的分析视角<sup>[19]</sup>。现阶段我国农村总体上处于从传统社会向现代社会转型的阶段,但是,对于西部地区农村而言,由于社会发展进程相对缓慢,农村基本上属于费孝通所说的“熟人社会”,以亲缘和地缘关系为主导的社会关系在人们日常生活中发挥着重要的作用。S镇是以W姓氏为主的宗族聚居地区,80%以上的村民都具有血缘关系,村民们信奉“血浓于水”的观念。近年来,W氏家族举办了一系列的活动,强化家族成员的血亲认同。“我们募集捐款,修建宗族祠堂,举行清明祭祀大典,成立家族文化研究会,出版宗亲书画和作品,就是为了让族人寻根寻源,重新形成文化和命运共同体,增强宗族的归属感和向心力,汇聚家族的力量,让本家人互相借力,一起发展得更好,走得更远。”(W园守门人,2018年8月)通过这些活动,形成了以血缘关系为纽带的“自家人”群体,产生了以亲情和人格为基础的特殊信任。

“自家人”的身份,为合作社核心成员“拉拢社员”和解决经济纠纷提供了便利。一方面,“自家人”的身份使得村民对合作社领办人存在天然的亲切感和信任感,即使加入合作社或入股存在很多不确定性,甚至存在收益风险,一些村民还是出于人情和道义,以“帮个忙”“少投一点”“意思一下”为理由加入合作社。另一方面,由于是“自家人”,合作社内部一旦遇到矛盾纠纷,往往采取“非制度化”方式加以解决,正如一位社员所说,“社员干活出现了问题,你也不能直接用条条框框的硬制度去惩罚人家。大家说到底都是亲戚,好多还是同一‘房’的。一般都是我去做工作,实在不行,我就想办法请我们这边有威望的人去和他讲,视问题大小,象征性地

处罚点,保证下不为例。一般只要不是大事,也不会让他退出”(副理事长 W2,2018 年 10 月)。这种“私下调解”的策略,符合乡土“熟人社会”和人情社会的特点,能够有效化解合作社发展过程中的难题和障碍。

总之,在合作社产业发展的过程中,以血缘关系为纽带的社会关系网络以及蕴含在社会关系网络中的特殊信任,对合作社产业发展产生了重要的影响,不但带来了合作社发展所需要的资源和动力,而且减少了合作社发展过程中的内耗,保证了合作社的稳定发展。

第三,市场经济带来的功利心态和逐利行为,是合作社产业发展策略的经济逻辑。

20 世纪 80 年代实行的家庭联产承包责任制,拉开了中国农村市场化的序幕,推动了中国农业农村现代化的进程。在这场深刻的社会变迁中,农民通过社会流动和职业变化,实现了个人技能和社会位置的有效结合,这不仅带来了农民经济收入的增长,而且引起了农民思想观念和价值观念的变化。正如中国绝大多数村庄一样,S 镇在改革开放的进程中经历了一场重要的社会变迁,传统的“重义轻利”的价值观念受到市场化的冲击,农民的价值取向和行为规范出现分化,农民逐渐成为独立、自利的行动主体。因此,合作社产业发展在不破坏乡村社会秩序和不违背乡村文化伦理的前提下,还是需要遵循市场经济的逻辑,利用经济利益去吸引农民加入合作社,扩大合作社的产业规模。

## 五、结论与思考

农民合作社是农业产业发展的重要载体。农民合作社的产业发展,离不开特定的社会环境和社会结构。具体来说,国家的农业支持政策、村庄的社会关系网络和村民的经济诉求,是合作社产业发展的外在条件和内在动力。如何将这些外在条件和内在动力转化为合作社产业发展的资源?这就需要合作社采取符合乡村社会特点的策略。研究发现,“跑项目”“拉关系”“面子压迫”“利益诱导”是合作社在产业发展过程中采取的基本策略,而农村资源配置方式、村庄的社会关系网络和经济理性的价值观念是合作社产业发展过程中策略实践的直接原因。

目前我国农村处于社会转型时期,在经济生活、社会生活和价值观念等方面均体现出传统与现代并存的特点。在经济生活领域,以政府为主导的管理模式在经济生活中仍然发挥着重要的作用,市场在资源配置中还没有起到决定性作用。尤其在农村产业发展过程中,地方政府不仅是农村产业规划的主导者和决定者,而且还掌握着农村产业发展的资源和机会,因此,合作社的产业发展必须服从地方产业发展的总体规划,甚至服务于地方农村产业结构调整的安排。在社会生活领域,社会关系和伦理本位仍然影响着人们的行为方式,农民合作社产业发展的过程具有浓厚的乡土性,受到乡村社会的社会关系网络、人情伦理、文化传统等非正式规则的影响。合作社在产业发展的过程中,需要充分发挥这些非正式规则的“润滑剂”作用,从而获得村庄、企业和政府的各种资源,为合作社产业发展创造良好的环境和条件。在价值观念上,农民的主体意识和经济理性在不断增强,社会交往中世俗和功利的色彩越来越浓厚;但由于生活在乡土社会的场域中,农民又不能不受到传统的伦理文化的影响。从合作社产业发展中可以看出,合作社产业发展不完全是单一因素的结果,而是政治逻辑、社会逻辑和经济逻辑的统一。

### 参考文献:

[1] 张振伟.集体互惠视角下的农业产业化与乡村振兴[J].求索,2020(3):109-117.  
[2] 钱忠好.节约交易费用:农业产业化经营成功的关键[J].中国农村经济,2000(8):62-66.  
[3] 熊德斌,欧阳洪妹,李佳欢.政府有为、市场有效与特色农业发展机制——赣南脐橙产业升级历史变迁考察[J].上海大学学报(社会科学版),2021,38(5):79-92.  
[4] 农业经济问题杂志社.农业产业化研究综述[J].农业经济,1997(8):6-12.



- [5] 梁栋.嵌入式农业产业发展与农业转型:基于广西A镇的个案研究[J].南京农业大学学报(社会科学版), 2021(4):29-38.
- [6] 周冬梅.农村产业化发展困局及其社会后果——基于黔东南T县产业扶贫项目的社会学考察[J].原生态民族文化学刊, 2018(5):25-36.
- [7] 黄思.社会资本视角下内生型乡村产业振兴路径研究——基于闽南D村瓷砖产业的考察[J].农林经济管理学报, 2021(4):534-541.
- [8] 韩启民.城镇化背景下的家庭农业与乡土社会——对内蒙赤峰市农业经营形式的案例研究[J].社会, 2015(5):122-141.
- [9] 徐宗阳.资本下乡的社会基础[J].社会学研究, 2016(5):63-87.
- [10] 陈航英.扎根乡土:新型农业经营主体发展的社会基础[J].西北农林科技大学学报(社会科学版), 2018(5):25-31.
- [11] 付伟.城乡融合发展进程中的乡村产业及其社会基础[J].中国社会科学, 2018(6):71-90.
- [12] 赵晓峰, 赵祥云.新型农业经营主体社会化服务能力建设与小农经济的发展前景[J].农业经济问题, 2018(4):99-107.
- [13] 焦长权, 周飞舟.“资本下乡”与村庄的再造[J].中国社会科学, 2016(1):100-116.
- [14] 布迪厄, 华康德.实践与反思[M].李猛, 李康, 译.北京:中央编译出版社, 1988:27.
- [15] 周飞舟.财政资金的专项化及其问题——兼论“项目治国”[J].社会, 2012(1):1-37.
- [16] 陈家建.项目制与基层政府动员——对社会管理项目化运作的社会学考察[J].中国社会科学, 2013(2):64-79.
- [17] 翟学伟.人情、面子与权力的再生产——情理社会中的社会交换方式[J].社会学研究, 2004(5):48-57.
- [18] 周飞舟.从汲取型政权到“悬浮型”政权——税费改革对国家与农民关系之影响[J].社会学研究, 2006(3):1-38.
- [19] 魏程琳.政府干预转型与乡村产业发展:基于国家农民关系重构的视角[J].深圳大学学报(人文社会科学版), 2021(3):108-119.

(责任编辑:李凌)

## The Strategy and Logic of the Industrial Development of Farmers' Cooperative

YAO Zhaoyu, HAO Zeyun

**Abstract:** It is important for rural revitalization and modernization of agriculture and rural areas to develop the rural industrial. Based on the expedition of the industrial development of B cooperatives in Longzhong area of Gansu Province, we found that the industrial development of cooperatives is a process of strategic action. In the process of industrial development, the cooperative adopts the strategies to obtain various resources needed for cooperative industrial development, just like “run projects”, “establish a relationship”, “face pressure” and “interest inducement” and so on. It is closely related to the administrative allocation of rural resources, the structure of social relations in villages and the values of villagers. The industrial development of rural cooperatives is not entirely the result of a single factor, but a unification of political logic, social logic and economic logic.

**Keywords:** Cooperatives; Industrial Development; Strategy; Logic