

新农人城乡双重社会资本转化与乡村产业振兴

——以胶东P市D镇假睫毛产业复兴为例

徐京波, 牡丹铭

郑州轻工业大学 政法学院/社会发展研究中心, 河南 郑州 450001

摘要:在产业衰落倒逼效应和产业振兴政策吸引下,新农人从城市流向农村,参与产业振兴。通过对胶东P市D镇调查资料的分析发现,新农人通过城乡双重社会资本转化,参与传统产业复兴,一方面可引入城市社会资本,参与技术创新和市场拓展;另一方面可激活乡村内生社会资本,实现工厂劳动力回流、股权融资和联合经营。这既可促进村镇联动发展,推动镇域产业聚集,又能提高乡村工业经济吸附力,使村庄主体回流,还可实现社会资本再生产,重塑村庄共同体意识。

关键词:新农人;社会资本;乡村产业振兴

中图分类号:D601;C911 **文献标识码:**A **DOI:**10.12186/2023.03.005

文章编号:2096-9864(2023)03-0035-07

中共二十大报告提出,加快建设农业强国,扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。其中,产业振兴位居首位,是乡村振兴的基础和突破口。而产业能否振兴,关键在于人才。2021年中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快推进乡村人才振兴的意见》,明确提出要加快培养农业生产经营人才和农村二三产业发展人才^[1]。在以上政策引导和支持下,乡村振兴实践中已经形成了许多新生力量,他们是从城市流入农村,在自主选择的基础上,秉承生态农业理念,运用互联网思维,从事与农村产业相关的生产经营活动的创业群体,这一群体也被学界称为新农人^[2]。

目前学界对新农人参与乡村产业振兴的研究较少,围绕其在产业振兴中的地位和作用主要形成了两种视角:一是新农人参与乡村产业

振兴的优势视角;二是新农人参与乡村产业振兴的风险视角。总体而言,已有研究对新农人参与乡村产业振兴进行了深入而富有启发意义的探讨,但仍然有待推进。本文拟通过对胶东P市D镇的田野调查,从社会资本视角探讨新农人参与乡村产业振兴的实践逻辑,以期为人 才下乡背景下的产业振兴提供理论参考。

一、新农人参与乡村产业振兴的结构与制度性背景

新农人参与乡村产业振兴,具有以下结构与制度性背景。

1. 结构固化与产业衰落

其一,产品结构不合理与抗击市场风险能力弱。目前,产自D镇的假睫毛大多仍然使用亚克力、3D化纤、炫彩等传统材料制作,这些种

收稿日期:2022-12-20

基金项目:国家社科基金一般项目(21BSH076)

作者简介:徐京波(1983—),男,山东省平度市人,郑州轻工业大学副教授,博士,硕士生导师,主要研究方向:农村社会治理。

类的假睫毛在国内外市场已经流行数十年,生产厂家较多。但是随着女性消费者对假睫毛舒适度要求的逐渐提高,用传统材料制成的假睫毛由于硬度较高,导致产品类型与消费者需求脱节。从对传统生产商访谈中了解到,大部分假睫毛生产商是当地农民,学历较低,他们主要通过“传帮带”的方式从父辈那里学习生产知识。他们在生产中主要依赖的是传统经验,缺乏技术创新的资源要素,而资源要素中较为重要的是人才、技术和信息^[3]。由于缺乏以上资源要素,产品类型单一、生产过剩,导致许多生产商不断压缩生产规模,甚至停产。

其二,传统销售途径受阻与产品滞销。传统销售途径有两种:一是D镇周围的省内市场,主要销售给玩具公司和中间批发商;二是销售给青岛的外贸公司。在这两种销售途径中,前者的交易额所占比例较小,后者的交易额所占比例较大。但是2008年的国际金融危机导致假睫毛的外贸出口额大幅削减,致使假睫毛产品滞销。另外,广州、义乌等地大型批发市场的崛起和外贸出口网络平台的兴起,给传统外贸行业带来较大冲击。面对传统销售途径受阻的现实压力,假睫毛生产商并没有主动应对,积极开拓新市场,仍然依赖传统外贸企业。调查中发现,2004—2017年,D镇的假睫毛生产企业规模较小,没有专门的销售部门和销售人才。因此,在生产商与贸易公司的关系中,贸易公司占据主导地位,更多情况下贸易公司主动到D镇寻找客源,生产商缺乏外出拓展销售途径的能动性。

其三,附加值低与可替代程度高。D镇假睫毛企业没有自主品牌,长期从事产品代加工作业,主要为两类企业代加工:一类是为国内外知名美妆企业贴牌生产,产品生产完成后贴上美妆企业商标进入市场销售,代加工生产使得企业在价值链中没有议价的能力,只能被动接受美妆企业的报价和苛刻要求,获利较少^[4];另一类是为大型外贸公司代加工生产。D镇假睫毛生

产企业很少接触国际市场,订单大多来自国内大型外贸公司,销售途径被外贸公司垄断,国际经济一旦下滑对假睫毛销售影响很大。调查中发现,二级批发和高溢价出口零售环节由外贸公司控制,假睫毛企业自身抵御风险能力较差^[5]。

2. 发展转向与政策吸引

其一,环境治理倒逼与区域发展导向转变。中共十八大以来,我国把生态文明建设摆在更加突出位置,而生态宜居是乡村振兴的总要求之一,各级政府围绕农村人居环境整治,出台了一系列政策文件。以上制度压力倒逼D镇进行环境整治,而D镇环境污染的重要因素是石材企业的污染物排放。D镇政府对辖区内污染较为严重的石材企业进行关停整顿,将产业发展方向由石材产业转向假睫毛产业。2017年之前,D镇有葡萄、假睫毛和石材三大产业,2004—2017年,石材产业产值超过了葡萄和假睫毛两大产业。D镇石材资源丰富,形成了开采、运输、加工、销售的完整产业链,截至2017年,D镇有100多处采矿点、300余家加工厂。长期开采石材,使山体植被受损,地下水资源污染严重,D镇石材污染问题成为省环保督察和中央环保督察反馈的重点问题之一。截至2018年,D镇所有采矿点已经关闭,关闭石材加工企业200余家。随着对石材产业的治理,该产业年产值迅速下降。2017年之后,D镇石材企业环境整治和假睫毛产业的政策支持为假睫毛产业复兴创造了良好环境。

其二,政策统筹与创业环境营造。D镇政府对假睫毛产业的扶持政策不是单一的,而是由多种政策组成的政策体系。P市围绕D镇假睫毛产业现状、制约因素和发展优势进行了系列调研,在此基础上出台了《P市支持睫毛产业发展若干意见》,从财税贡献、外贸与电商、快递物流、人才、品牌支持、展会补助、研发扶持、金融扶持八个方面提供强有力的政策支持。在这一政策体系制定过程中,形成了牵头部门负

责、相关部门配合的多部门联动机制^[6],每一项政策都明确了执行主体,清晰界定了牵头单位和责任单位。此外,D镇还成立了假睫毛产业服务办公室,精准服务产业所需,推动产业转型升级。围绕打造中国美妆(睫毛)产业基地和国际睫毛产销集散地,先后建立假睫毛展示交易中心、品牌研发推广中心、产品展示中心、电商中心,吸附行业人才。由此可见,围绕假睫毛产业复兴,D镇通过多部门协同合作实现了相关政策的有效衔接,并通过正向激励、高效执行和服务保障,为新农人参与假睫毛产业复兴创造了良好的政策环境,形成了较强的政策合力。

二、新农人城乡双重社会资本转化与产业振兴

新农人城乡双重社会资本转化与产业振兴具有以下密切关系。

1. 城市社会资本引入与产业振兴

(1) 城市社会资本引入与技术创新

新农人在接受高等教育期间与大学同学建立起了紧密的社会关系网络,在这种社会关系网络中蕴含着丰富的社会资源,他们可将这些社会资源转化为社会资本,参与技术创新。博秀假睫毛公司负责人,2011年大学毕业后在潍坊做销售,2018年来到其岳父的假睫毛厂工作,发现水貂假睫毛在市场上很受欢迎,但是因为原材料水貂毛紧缺,生产成本较高,使得该产品的生产规模较小,在市场上供不应求。于是,他尝试寻找水貂毛的替代品——人造水貂毛。这一方面可解决自然水貂毛供应不足的问题;另一方面能够降低生产成本,扩大水貂假睫毛的生产规模。

博秀假睫毛公司负责人,大学本科是学化工的,对化纤材料有一定的了解,但是毕业后没有从事化工相关工作,对化工专业知识了解不够深入,而他的许多大学同学从事化学纤维相关的生产与研发工作。因此,该负责人积极发挥同

学关系网络作用,让具备研发能力的同学参与到人造水貂毛的研发中,经过一年多时间,人造水貂毛研制成功,并申请了专利。视觉上人造水貂毛与自然水貂毛没什么差异,而成本仅是自然水貂毛的三分之一。由于视觉分辨差异不大和成本价格低于自然水貂毛,因此以人造水貂毛作为原材料制作而成的假睫毛迅速占领了国内市场,并向国外市场推广。2021年1—4月,博秀假睫毛公司80%的销售额由该产品创造。

由此可见,大学同学关系网络中蕴含着的知识、技术、人力等社会资源,可通过有效利用转化为技术创新的社会资本。新农人所在的企业规模一般较小,企业人员构成单一,以生产工人为主,因此,不能从企业内部获取创新性知识,应通过同学关系网络,加强与外部合作。可以说,研发协作网络是企业开发新技术的重要途径之一。

(2) 城市社会资本引入与市场拓展

在市场拓展方面,新农人身上则体现出了“亲互联网”基因。D镇大部分新农人具有电商从业的经历,在电商领域积累了丰富的社会关系网络。因此,他们会迅速转变思维,利用社会关系网络,将最新的经营理念灵活运用到假睫毛的线上销售领域。

新农人创业初期,由于开发新平台、组建线上销售团队成本较高,因此更倾向于选择经营网店的同学或原同事帮其代售。一般来说,网店的销售量较小,销售对象通常是个体消费者。随着生产规模的扩大,他们开始转向线上批发模式,主要销售途径是阿里巴巴1688批发采购平台。销售者是追求增值的经销商,包括实体店和线上经营者,他们采购的目的是通过二次销售盈利,或者购买半成品然后进行加工再销售。因此,经销商比较注重产品的价格和质量,同等条件下还会考虑规模采购的优惠力度。针对该类客户群体,新农人需要一定数量的平台宣传、客户追踪、促销优惠、产品设计等相关人才。但是由于农村缺乏此类人才,新农人便充分利用

同学和原同事关系网络,实现产品营销升级。他们一方面直接聘请同学或原同事加入营销团队;另一方面与同学或原同事通过线上方式建立联系,实现合作。

2020年初新冠疫情肆虐,人们居家时间增加,生活环境的封闭化催生了网络直播带货商业模式的井喷式发展。同全国市场一样,疫情期间是假睫毛直播带货的爆发式发展阶段,新农人充分利用同学或原同事关系网络组建直播团队。一是直接引入同学或原同事加入直播团队。分工明确、规模较大的直播团队由主播、直播策划、场控、副播等人员构成。目前D镇形成了10个左右规模较大的直播团队,团队成员以“90后”为主,大部分具有大专以上学历。二是新农人的同学或原同事不直接参与,而是在城市间接策划直播带货,为创新营销模式提供智力支持。

2. 乡村内生社会资本激活与产业振兴

(1) 父辈关系动员与工厂劳动力回流

假睫毛产业属于劳动密集型产业,产业复兴首先需要较为充足的劳动力。D镇属于东部沿海地区,乡村工业和现代农业较为发达,人口外流较少,属于“离土不离乡”的就业模式。由于假睫毛产业衰落,许多村民流向了石材产业和葡萄种植业,如何将村民从其他两种业态中吸引回来,是新农人面临的一个重要难题。尽管D镇大部分新农人是本地人,但是他们成年之后主要在城市学习、工作和生活,与村民的社会互动较少,而社会互动是社会关系网络构建的重要途径,这导致新农人与村民的社会关联度减弱。因为新农人的父辈依然生活在村庄中,而且大部分新农人的父辈都是第一代假睫毛产业的创业者,在村庄具有一定的经济实力、丰富的社会关系网络和较高的社会威望,因此,其父辈具备较强的关系动员能力。

在实地调查中发现,许多村民都是新农人父辈企业的员工,因为假睫毛产业衰落,流向了

石材产业和葡萄种植业。新农人通过运用父辈的关系动员能力,将村民重新吸引回到工厂。新农人父辈与村民之间具有双重关系:一是邻里之间的情感型关系。他们生活在一个村庄空间内,构建起了密切的人情往来,交往不只停留在就事论事的表层关系上,而是富有“人情味”;二是职场中的利益性关系。村民进入工厂之后,与新农人父辈形成了雇佣与被雇佣的关系,村民为工厂提供劳动力,企业负责人为村民提供劳动报酬。其实,这两种关系是相互融合的,但是情感占主导,双方以维系情感关系为主、利益交换为次。基于信任进行交往,需求提出者在没有即时利益交换的条件下,仍以利益承诺的方式换取被要求者的重大让步^[7]。因此,虽然新农人在创业初期存在一定困难,不能按时支付工人工资,但是,新农人父辈会向工人承诺,工厂一定会盈利,而且年底会给大家付清工资。工人对父辈具有较强的信任感,对上述承诺积极配合。在产业复兴早期,这就大大降低了企业用工成本支出,提高了企业的生产效率和经济效益。

(2) 亲属关系型信用重建与股权融资

第一代假睫毛创业者创办企业的主要融资手段是非正式私人借贷,通过宗亲关系、姻亲关系融入资金,大多数情况不存在利息,是一种无偿借贷^[8]。由于经营不善,许多第一代创业者借款不能偿还,甚至长期拖欠。这对新农人创业融资形成了较大障碍,父辈在借贷中的违约,使整个家庭在亲属关系中失去了信任,新农人作为家庭成员也被贴上了“不讲信用”的标签。另外,由于企业经营不善,缺乏抵押物,正规金融贷款申请往往被驳回。因此,新农人创业融资的核心问题是如何建立与亲属之间的信任机制,重构关系型信用。

新农人重构关系型信用,首先需要恢复与亲属之间的互动,因为信任是在互动中产生的。但是父辈在借贷中的违约使双方借贷互动受

阻,甚至人际交往中断,因此,新农人要替父辈偿还一部分债务,从而改变“不讲信用”的形象。新农人将部分创业资金用于偿还父辈债务,并且支付了一定利息,让借方看到了贷方偿还借款的意愿。同时通过节日拜访等形式,加强了与亲属之间的情感互动,新农人与亲属之间重新建立了信任,这样便可互相协作。

其次,要让提供资金的亲属受益。亲属之间的信任是借贷的基础,但只有信任没有经济回报,借贷融资也难以完成。而新农人不具备短期内偿还贷款并支付利息的能力,因此,采取了股权融资的方式。通过股权融资获得资本,无需支付利息,但是亲属可以分享企业的盈利。这种方式一方面缓解了新农人的还款压力;另一方面,提供资金的亲属也能不断地从企业经营中获利。

(3) 朋辈互助与联合经营

P市D镇假睫毛企业以中小企业和家庭作坊为主,员工人数大部分在50人以下,密集地分布在镇区和村庄。由于规模小,企业经营过程中的许多环节不能单独完成。企业之间的空间距离较近,便于企业之间互助与协作,因此,在D镇形成了一种“联户式”合作经营模式。这种合作互助主要在村庄年轻创业者之间进行,嵌入于宗亲关系、姻亲关系、邻里关系的同辈发小之间^[9]。返乡创业初期,朋辈间的社会资本发挥着重要作用,其主要体现在两个方面:一是朋辈通过沟通交流,一起返乡创业;二是部分年轻人是在较早返乡创业者的示范效应下参与到假睫毛产业经营中的。

返乡创业后,朋辈之间维持着社会关系网络,将社会资本运用到合作经营中去,具体表现为以下两个方面:其一,生产领域互助。一方面,原材料采购过程中的拼单;另一方面,装货卸货中的人员和设备临时调配。其二,销售领域合作。在企业获得较大订单而且供货时间较短的情况下,企业之间可以相互调货。调查中

发现,相互调货主要在私人关系较好的企业间进行,调货网络较为稳定,一般是4~5家企业为一个网络,像费孝通^[10]提出的差序格局一样,以获得较大订单的企业为中心,逐渐从一个企业推出去,越推越远,越推越薄。如果企业获得的订单只需要从一个企业调货,那么其会选择与自己关系最近的那个企业;如果需要从两个企业调货,那么其会选择与自己关系最近的两个企业,以此类推,而关系网络之外的企业,不会被选择。由此可见,基于朋辈关系的联合经营,降低了生产领域的成本,提高了销售环节的效率,能够应对市场风险,获取较高利润。

三、新农人参与乡村产业振兴的效果呈现

新农人参与乡村产业振兴的效果主要体现在以下三个方面。

1. 村镇联动发展与镇域产业集聚

D镇已经形成了一个由社会性联合、小规模、分权单位组成的镇域产业集群。目前从事假睫毛生产的企业大约有1000多家,以镇政府所在地为中心,辐射和带动周围40多个村庄的发展。可以说,在D镇空间范围内由聚集的企业组成的产业群,打造出了一个特色工业区域。

新农人在推进产业聚集中发挥了重要作用。目前D镇60%以上的假睫毛企业由新农人经营,而且这一比例在逐渐提高。首先,新农人充分发挥城市社会资本作用,加快要素聚集和业态创新,使企业数量快速增加,形成规模效应。他们一方面使已经离开假睫毛企业的传统经营者重新回归;另一方面使更多的第一代假睫毛经营者的子女从城市回流参与到假睫毛企业经营中。其次,通过激活乡村内生社会资本,促进了镇村联动发展。一方面是跨村横向联动。假睫毛企业经营者通过跨村的姻亲传统关系网络和新建立的朋辈关系网络,实现了在生产、销售、技术创新等方面的跨村合作。另一方

面是户、村、镇之间的纵向联动。目前D镇假睫毛的初次加工在农户家里完成,二次加工在村庄生产车间完成,展销在镇上完成。

由此可见,新农人返乡参与假睫毛产业经营,激发了传统经营者及其二代创业者的主体性和积极性,使得假睫毛产业快速形成规模,并且构建了跨村横向联动机制,形成了户-村-镇层级分工明显、功能有机衔接的格局,实现了小型企业的组织化,提高了与市场对接能力,促进了假睫毛产业复兴和镇域全面发展。

2. 乡村工业的经济吸附力提高与村庄主体回流

在工业化和城市化推动下,农村人口不断流向城市,将会产生农村人口结构失衡、经济凋敝、社会关系消解、基层治理组织功能弱化等问题,不利于乡村振兴。因此,一方面,应防止村民流失;另一方面,应让更多的村民回流,让村民和返乡创业者真正能在农村留得下、留得住,并且深入参与到乡村振兴中。与中西部地区农村劳动力大量外流不同,D镇作为东部沿海地区农村,乡村工业一直较为发达,从而衍生出了“离土不离乡”的就业模式。2017年开始,随着石材产业的衰落,而假睫毛产业尚未崛起,村民逐渐流入周围城市务工。2019年,新农人经营企业的数量已经形成较大规模,对劳动力需求迅速增加,更重要的是假睫毛产业带来的较大经济效益对村民产生了巨大吸引力,吸引更多的村民回流,从而使村民生产生活不分离,实现主体在村^[11]。

由此可见,短暂的务工经历难以改变“离土不离乡”的传统就业习惯,一旦家乡产业复兴,就业机会增加,农民会返乡就业。因为外出务工和在当地假睫毛企业上班收入差别不大,但是生活支出方面差异较大,在当地务工生活成本较低。村庄主体回流,一方面,可以提升对产业的承接能力,另一方面,可以提高乡村治理水平。目前乡村治理的核心是规范化治理,这

也是基层治理现代化的要求。特别是资本下乡过程中规范化治理对传统乡村治理方式构成了挑战,而村庄年轻主体的在场,有利于推动乡村治理规范化,提高乡村治理有效性^[12]。

3. 社会资本再生产与村庄共同体意识重塑

乡村产业振兴,使得更多的村民回流,村庄主体处于长期在场状态,有利于村庄传统血缘、地缘关系的维系;也使得生产活动、日常生活、公共事务、红白喜事等领域的互助能够实现,村庄社会秩序较为稳定。另外,假睫毛等乡镇产业的复兴,强化了原本薄弱的社会关系,如新农人与村庄老人和妇女(不含老年妇女)的关系。返乡之前新农人长期生活在城市社会,与村庄老人和妇女联系较少;返乡之后低龄老人和妇女成为新农人企业的员工,社会关联度增大。同时也拓展了一些新的社会关系,特别是同学关系、儿时玩伴之间的关系和生意伙伴关系。由此可见,村庄的社会网络密度不断增加,实现了社会资本再生产。

传统社会网络的维系和新型社会关系网络的建立,有利于村庄成员形成共同的心理认同感、归属感,因为村民在社会网络中能够获得各种支持和保障,包括物质方面的,更重要的是情感和精神方面的。相关研究表明,社会网络在日常生活中有重要的社会支持功能。换言之,村民是社会支持网络中的节点,社会关系中蕴含的社会资本,将每个节点上的村民联系起来,因为社会资本可以给村民带来回报,从而有利于村民作为村庄共同体身份的认同。总之,社会资本再生产使村庄主体自我身份确立,形成了统一的价值取向,重塑了村民的村庄共同体意识,构建了凝聚力较强的“社会生活共同体”。

四、结论与讨论

在产业衰落倒逼效应和产业振兴政策吸引下,新农人从城市流入农村,参与乡村产业振兴。新农人通过对城乡双重社会资本的转化,

实现了传统产业的复兴和发展。一方面,通过引入城市社会资本,实现了技术创新和市场拓展;另一方面,通过激活乡村内生社会资本实现了劳动力回流、股权融资和联合经营,从而在地方经济社会发展中呈现出较好的经济社会效益。首先,推动了村镇联动发展与镇域产业集聚;其次,提高了乡村工业的经济吸附力,促进了村庄主体回流;再次,实现了社会资本再生产,重塑了村庄共同体意识,强化了社区认同感。

但是目前的假睫毛产业运行也存在一些潜在的风险,如果不能有效防范,将会影响产业的可持续发展:一是地域范围内的企业数量多、规模小、分散经营,缺乏有效整合;二是生产环节和研发环节主要依赖于非正式的熟人关系网络,缺乏规范的制度保障,一旦出现纠纷冲突,缺乏有效制约;三是新农人与地方政府缺乏有效互动,信息沟通不畅。针对以上潜在风险,提出以下针对性的防控策略:其一,整合区域内的中小企业,实现企业之间信息互通、协同合作。建立产业园区,对入驻企业进行统一管理,产业园区内除加工区外,还要有配套的产品展示区和仓储物流区,在园区内建立生产、销售、物流、技术研发等信息共享平台。其二,建立正式的规范化制度体系。产业运营的制度保障应从非正式关系网络向正式法律规则转变,这一方面有利于产业运行秩序的稳定,另一方面对可能出现的冲突可提供调解依据。其三,提高新农人群体与地方政府的协同性。应通过与政府的协商对话、相互合作等方式,构建“参与-反馈-响应”的协同机制。新农人参与乡村产业振兴,将乡村产业振兴实践中遇到的问题反馈给地方政府,地方政府对新农人遇到的问题及时回应,通过调查研判,提出应对策略和政策支持。

参考文献:

[1] 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于加快推进乡村人才振兴的意见》[EB/OL]. (2021 -

02 - 23) [2022 - 12 - 12]. http://www.gov.cn/zhengce/2021-02/23/content_5588496.htm.

- [2] 张慧泽,高启杰. 新农人现象与乡村人才振兴机制构建:基于社会与产业双重网络视角[J]. 现代经济探讨,2021(2):121.
- [3] 罗以洪,杨燕. 供给侧改革下我国农产品结构优化路径与机制分析[J]. 农业经济,2018(3):47.
- [4] 杨桂菊,程兆谦,侯丽敏,等. 代工企业转型升级的多元路径研究[J]. 管理科学,2017(4):124.
- [5] 李田,王晓晨,刘阳春. 从代工到自创品牌:跨境电商助推OEM企业升级[J]. 产业评论,2019(9):31.
- [6] 郭俊华,王阳. 乡村振兴背景下农村产业政策优化调整研究[J]. 经济问题,2022(1):85.
- [7] 吕萍,胡元瑞. 人情式政策动员:宗族型村庄中的国家基层治理逻辑[J]. 公共管理学报,2020(3):150.
- [8] 叶敬忠,朱炎洁,杨洪萍,等. 社会学视角的农户金融需求与农村金融供给[J]. 中国农村经济,2004(8):31.
- [9] 黄思. 社会资本视角下内生型乡村产业振兴路径研究[J]. 农林经济管理学报,2021(4):534.
- [10] 费孝通. 乡土中国[M]. 上海:上海人民出版社,2019:36.
- [11] 严红. 嵌入与整合:乡村振兴战略下村落现代转型的实现机制[J]. 农林经济管理学报,2021(5):660.
- [12] 苏运勋. 嵌入家庭再生产:村庄“聘用干部”的形成机制及其治理效果[J]. 南京农业大学学报(社会科学版),2021(5):66.

[责任编辑:王天笑]



引用格式:徐京波,牡丹铭. 新农人城乡双重社会资本转化与乡村产业振兴:以胶东P市D镇假睫毛产业复兴为例[J]. 郑州轻工业大学学报(社会科学版),2023,24(3):35-41.