

## 三访江村

魏永刚

我也喜欢把开弦弓村称为“江村”。这是太湖边一个美丽的村落，现今属于江苏省苏州市吴江区七都镇。

80多年前，著名社会学家费孝通先生在这里做过一番调查，写成《江村经济——中国农民的生活》。这本书“被认为是人类学实地调查和理论工作发展中的一个里程碑”（马林诺夫斯基《江村经济》序言）。从此，人们都把这个村叫作江村。

因为有了费孝通先生的著作，因为留存了社会学意义的样本资料，这个村落便成为观照社会变迁甚至历史发展的一个窗口。总有许多人赶到村里，探寻社会发展的脉络。我也来回去过三次，思绪始终萦绕在乡村振兴这个题目上。

## 农工相辅

“苏南地区的历史传统可以概括为人多地少、农工相辅。”费孝通先生在《小城镇 大问题》一文中说：“我们的祖先闯出了一条新路子，使人口稠密与经济发达巧妙地结合在一起，那就是男耕女织，相辅相成。”

第一次到江村是2016年，距离费孝通先生的江村调查正好过去80年，但“农工相辅”的印记却并未被完全抹平。那个时候，江村的年轻人大多进工厂做工，传统意义上的农民已经不多。与费孝通先生在农民的日常生活中感受“农工相辅”不同，我是在现代化工厂门口看到了这种“相辅”的影子。

走访江村村口的田园纺织厂，门房里坐着一位70多岁的老人，还带着一只狗。打问之后才明白：老人已经74岁。“我们不缺钞票。人老了，不能在家里闲着，就到女婿的工厂来坐坐看大门。天热了，还要去种种菜，搞点农业。”他说。

这番话让我又想到“农工相辅”。其实，经济意义上的“相辅”大概已经完全改变，然而，农村社会结构却延伸到工厂里。农民之间的亲情连接，以一种独特形式，与工厂的现代化管理“相辅”。这也许无法简单用经济原理说清楚，但它却在工厂边的农村或者农村办的工厂里发挥着重要作用。

又过3年，重访江村，我认真查看了吴江区前一年的统计公报，农业占比只有2.2%。无论是吸纳就业人数，还是在经济结构中的占比，“农工相辅”都变成了“以农补工”，农业实实在在地成了二三产业的“补充”。

在苏浙农村甚至在北方，很多农民都脱离农业进入工厂或者城镇服务行业。我们今天在乡村振兴中突出产业振兴，就是想让更多农民从田间带出来，让他们实现新的就业。这是几十年走过来的路，也是一段生动得令人感叹的历程。

吴江区曾经提出土地向大户集中，工业向园区集中。今天的

苏南农村，工业化程度已经很高，但田地并没有荒芜。大户种田，农业由“工余”又变成了“专业”。三次访江村，我都会入户问农民：种田人如何能安心农业而不张望着出去打工？增收是农村工作不变的主题，农民收入究竟有多少才好？

江村一位姓周的老人，靠养螃蟹过日子。他算完家里的收支账告诉我：“一个家庭每年节余10万元，十年多就可以盖新房。这样的生活才过得下去。”

攒十年钱盖房，就不耽误下一代结婚成家。十年，一个孩子正好从少年长到青年。这是一个农家两代人“更新”的时间。农民收入不仅是一个经济数据，更包含着农家接续更替的社会意义。从这个角度看，也许更能理解为什么抓农民增收依然不能放松。

江村人在土地上同样投入很多。重访江村，我曾看到一位种田专业户在地头摆弄无人机。专业大户动辄经营数百亩农田，他们已经在另一个意义上成为“专业”农民。土地规模化经营，让种田人获得与打工者差不多的收入。当进工厂做工与在田间劳作收入相当时，当更多机械用于农田甚至无人机成为农民的帮手时，农业劳作并不比工厂做工更艰苦，进工厂或下地种田才成为纯粹分工意义上的不同。

当然，今天距离这个愿景还有很长的路要走，但在江村已经初现端倪。无疑，这是又一层值得期待的“农工相辅”。

## 乡脚新解

乡脚是吴江人的口头语。80多年前，费孝通先生在江村发现，大大小小的乘船每天来往附近集镇，捎回许多村里买不到的东西。每一艘船服务相对固定的农民。乘船的航线实际上连接起了集镇和农村。当地人把这一片滋养着集镇同时又受到集镇反哺的农村称之为乡脚。

他说，乡脚并不是以镇为中心的一个清晰的圆周，每一种商品都有各自的乡脚，一个小城镇的乡脚由许多半径不同的同心圆组成。没有乡脚，集镇就会因为营养无源头而枯竭；没有集镇，乡脚也会因流通阻塞而僵死。

乡脚，让我们看到了城乡之间生动的联系。疏通和壮大这种联系，也许能为乡村振兴增添新的力量。

今日江村，小清河流淌不息，但是，码头已成为人们游览的景点，再无乘船出入。江村周边是路，汽车保有量均1辆还多。江村与城镇的联系，农村与外边的商品交换，比过去任何时候都更紧密。村里一位老人一边述说着去吴江、苏州的见闻，一边抱怨“好久没有顾得上进城了”。“吴江不是‘城’？到苏州算不得‘进城’？”老人回答：“去上海才是进城。”

城乡融合深刻改变着农民对“城”的认识。乡脚这样围绕商品

流通而形成的同心圆，是否依旧一圈一圈连接着城镇与乡村呢？

我沿着江村附近行走，看到了农村宴会厅。走访4个乡镇的8个村庄，有的村竟然有3个宴会厅。最多的村子，一年宴会厅出租收入达300多万元。名字叫“厅”，其实就是一个大面积的饭堂，前后都有舞台，可以方便地隔开，形成不同区域。宴会厅附设有厨房和厨具，举办宴会时，允许租用者自带厨师、自带食材、自行做饭。小宴会厅能放上百张桌子，大的则可以容纳300多张桌子。

来“设宴”的大都是本村和附近农民。上世纪90年代以来，别墅式住房代替了过去的庭院，农民收入不仅是一个经济数据，更包含着农家接续更替的社会意义。从镇上到村里，农民并不喜欢。宴会厅每桌可坐8人至10人，“伙食标准”280元左右，比饭店便宜，更重要的是满足了农民热闹一下的情感需求。

宴会厅并不是村庄的“标配”，一个宴会厅通常服务周边20多里，最远可以辐射到50多里，老百姓说，开车20多分钟能到达最好。辐射所及的农村仿佛也是宴会厅的乡脚；这不是商品销售服务的范围，但可以看作是农村社会服务的“半径”。

太湖边经济发达，生活富庶，城乡之间融合很深。城乡融合的基础当然是交通设施和产业融合，继而就该是社会服务。除了普惠的公共服务，还有一些社会服务项目，找到服务半径，让每个项目都有自己的乡脚，在城乡之间也形成一圈一圈大小不等的“同心圆”，这大概是乡村建设的又一个新内容。

今天，城乡之间的地理隔阂已经熨平，商品流通的乡脚也许正在慢慢模糊，但社会服务的乡脚依然需要建设。宴会厅的红火某种程度上说明，乡村公共服务还有薄弱处甚至空白点。

## 文化弄堂

在苏浙一带，村子里房屋与房屋之间不宽的巷子叫作“弄堂”。江南的弄堂，意蕴悠长。江村围绕在小清河两岸，有大大小小许多弄堂。初访江村，我就被它所吸引。

江村在乡村建设中给弄堂加了一个定语，叫“文化弄堂”。村里有一面墙，写着“江村文化弄堂”几个大字。从这里开始，就走进了江村的新弄堂。灰瓦白墙之间，一条条小路通往深处。砖砌小道曲曲折折，突然就会有几行字，一句话映入眼帘。

“离土不离乡”“从哪里得到营养，应该让营养再回去发挥作用”“大城市和小城镇的关系是大鱼与小鱼的关系，大鱼要帮小鱼、小鱼要帮大鱼”……或写在墙上，或刻在地上，在幽静弄堂里与这些朴素的言语打个照面，心头总是泛起别样的感觉。

第一次到江村，我看到村办企业红火，人们生活富足；第二次

到江村，那里正在翻新文化礼堂，农民在自家院子里栽花种草，建设“美丽庭院”；最近，第三次到江村，江村的文化已经走出弄堂，走向田野。

江村文化园是来客必去的一个新景点。稻田、桑园、太湖蟹园……江南的农耕文化元素正以崭新方式在一片田野上铺展开来。这几年，每年暑期都有许多青年学生从上海、北京甚至更远的地方赶到江村来，游客已是一个不小的数字。

江村的文化投入不仅仅是建公园。他们主动对接学术、文学、绘画、书法等领域122位专家学者，进行江村社会学相关研究，光是期刊论文就收集了400多篇。今天的江村人又在推进“江村”家谱编写、“江村”家计调查等文化挖掘工作，将“江村”历史文献内容与房屋建设、点位布局有机结合。他们的目标是打造一条江村百年发展的乡村画廊。

说起江村文化，就不能不说姚富坤。这位土生土长的江村农民，从接待费孝通先生开始自学社会学，费老26次访江村，姚富坤“面对面”听了24次社会调查课。他因此重新认识了生养自己的土地，还写成江村70年变迁等著作。讲起江村历史和风土人情，他是名副其实的专家，人们称他“农民教授”。

周小芳现在也是江村的“文化人”。费孝通上世纪50年代重访江村，住的是他们家；上世纪80年代，周小芳刚刚嫁到江村不久，就接待了来访的费孝通先生。后来，费孝通多次到江村，都要到家里坐坐。这位外来的媳妇是一个有心人，费孝通当年用过的油灯、招待客人的玻璃杯，都被收藏起来。

我第一次访江村，曾在周家借宿；第三次访江村，周家已经开起了民宿，名字叫“足迹”。门口写着这样一句话：“江村在，人们就会沿着费老的足迹，走进江村的昨天、今天和明天。”

江村人对文化的理解和参与，耐人寻味。“江村文化”固然需要许多热爱乡土、热心社会学的人们支持，但更需要江村人的自觉参与。振兴乡村文化就得把乡土社会的经验积累提炼出来，再回馈给创造这些文化的人们。如果江村文化仅仅是因为费孝通先生的名望而“加”在这片土地上，那也背离了费先生的信念。他一生都主张文化要从土地上长出来。因为“从实求知”“志在富民”的学术理想，才有那些沾满乡土气的学术著作，他的学问才能感染姚富坤等江村本地人，激发起农民的文化自觉。

三访江村，我看到文化从弄堂走向田野，在乡村振兴的春风吹拂下，展现出勃勃兴起的美好图景。愿这蓬勃生长的乡村文化，枝叶仍然伸展在弄堂里，根还扎在江村人心中。



位于江苏省苏州市吴江区七都镇的开弦弓村村貌(无人机照片)。

新华社记者 李博摄

## 生活中的经济学

## 夫妻店的生意经

万建民

老家在浙江的一个山区小镇，这些年发展旅游，城里的“新消费”也被引进到小镇上，最典型的是街上升了一家连锁奶茶店，品牌在当地小有名气。

其实两年前回去那次，我就注意到了这家奶茶店——在小镇一众装潢简陋的小店里面，奶茶店洋气的门面颇有些“鹤立鸡群”。没想到经过这两年，它依然坚定地活着，甚至看起来活得还不错。这几年，一些奶茶店倒闭的消息不绝于耳，这一家小镇奶茶店是靠什么活下来的？

我打算去买杯奶茶，顺便找老板聊聊。这是一家夫妻店，没有雇员工，夫妻俩干活都很利索。这个时段店里没什么客人，刚搭几句话，老板就猜出了我“返乡游子”的身份——“这附近住的人我都面熟，外地游客一开口就能听出来。你一张陌生物面孔却是本地口音，只能是在外地工作的本地人了。”就凭这看人的本事，老板定是会做生意的精明人！很快，他就总结了几条“生意经”。

一是控成本。因为镇上房租很低，开奶茶店除了加盟费、原材料成本，最大的支出就是人力成本。老板夫妻直接上场，把人力成本压缩到了最低——除了去市里进货，老板一年365天风雨无阻都在店里，爱人忙完家务后再来店里帮忙。不忙的时候，附近的老主顾打个电话还能送货上门，两个人就撑起了一家奶茶店。“早上9点开门，8点前就得到店里准备；晚上9点关门，到10点钟才能盘点完离店。辛苦是辛苦一点，但如果雇人，至少要4个人轮班，平均4000块钱的工资，加上五险一金和周末加班费，一个月就是2万多元。”老板说，他们夫妻俩就是靠勤快挣个辛苦钱，如果雇员工，按目前的生意很难有盈利。

二是人用心。奶茶店生意主要靠年轻人，镇上的高中搬到县城去了，只剩下一所初中、一所职校，这些学生就是老板的重点客户。了解学校的课程安排，大致就能知道什么时候生意好、什么时候生意差，根据这个准备原材料，可以减少浪费。根据学生的喜好，准备点小礼物做赠满，满多少钱送礼物，可以吸引学生们结伴来买。“自己的生意，总是时刻琢磨着怎么让生意更好一点、成本更低一点。员工就不会这么用心，也很难给他这么大的自主权来做决策。”老板说，自己虽是小本生意，心思花得却不少，很多营销的手段，他都在试着学，“现在管一家店，说不定过几年就能管几家店呢”。

三是傍“大树”。因为选择加盟品牌，老板省了不少心。这个品牌主攻的就是三四线城市，在

当地有一定认知度，宣传推广上不用怎么操心；产品研发、原材料供应、店铺装修等也都由品牌方负责或者指导。“虽然要交一笔加盟费，但比起自己从0到1摸索，加盟还是一条捷径。”老板说，像他们这样开奶茶店的，最操心的是产品创新和供应链，这两项品牌方有成熟的体系，做起来就轻松多了，食品安全也能得到保证。

我们身边其实有不少这样的夫妻店，在看似没有优势的竞争中存活得不错。虽然小区旁边就是大超市，但楼下小夫妻开的便利店生意也不差；看起来大街上的房产中介都是大品牌连锁店，但深入某个老社区，就会发现总有一两家不知名的夫妻中介深受老街坊们喜欢；杂货铺、理发店、废品站，在很多人的印象中似乎理所当然就应该是夫妻店；甚至很多连锁品牌的门店，实际也是由加盟的老板亲自运营的夫妻店。对于那些隐藏在城市社区和低线城市市场缝隙里的机会，夫妻店这种低成本经营的模式具有天然的优势，很多时候只要利润抵得过夫妻俩打工的收入，他们就能坚持下去。

不要小看小本生意，夫妻店创业其实是中国经济底层逻辑的一个重要体现。有人估算，全国大约有2000万家夫妻店，主要集中在服装、餐饮、商贸等领域。这些数量庞大的夫妻店，不仅畅通了市场神经末梢，让经济充满活力，而且支撑起了大量就业，让更多人有机会获得创业收入，甚至成为创造财富、改善民生的一个重要载体。在就业形势相对困难的时候，一个移动摊位、一家便利店甚至可以是很多人维持生计的救命稻草。

当然，夫妻店很多时候还是一种非常初级的经济形态，存在管理效率低、产品质量次、服务水平差等问题。一方面，地方政府需要想办法为老百姓的小本生意创造便利条件，比如划出一些地段允许老百姓摆移动摊位，鼓励老百姓利用自家门面搞经营等。另一方面，也要鼓励平台企业或连锁品牌利用自己的数字化工具和供应链资源，帮助夫妻店提档升级，让夫妻店在保持经营灵活、成本较低等优势的同时，不断提升数字化水平，融入大公司供应链，实现提质增效。这些年，一些城市的京东便利店、不少农村地区的淘宝服务点，大都是由夫妻店升级而来，取得了不错的效果。政策应该支持，大公司大平台也要有建立商业生态、包容夫妻小店共生的格局，而不能一味追求一家独大，最终导致“大树底下不长草”。



读者在江村文化礼堂阅读书籍。

新华社记者 杨磊摄

本版编辑 陈莹莹 李静美 编 王子莹 来稿邮箱 fukan@jirbs.cn