

村庄市场共同体的形成与农村社区治理转型*

——基于陕西袁家村的考察

郭占锋 李轶星 张 森 黄民杰

摘要：乡村振兴背景下，乡村旅游已成为推进村庄发展与治理转型的重要力量。文章通过对陕西省袁家村的长期跟踪调查，发现乡村旅游业在袁家村迅猛发展，形成了规模宏大且超越村域范围的乡村旅游市场体系，深度改变了村庄的社会经济结构，极大强化了村庄与外界之间的关联。这在一定程度上触及袁家村原本以传统农业为特征的共同体属性，村庄的群体成员结构、社会关系格局、社会交往行为、共享价值认同、利益分配原则等多个维度都出现深刻变化，由此催生了村庄市场共同体。正是村庄共同体属性的变化以及复杂多变的市场运作逻辑引发了治理基础的变化，使袁家村此类社区的治理不得不由侧重“内部社会秩序”转向“社会秩序+市场秩序”内外兼顾的新格局，并不断进行治理创新以应对新的利益冲突和矛盾纠纷，从而保障袁家村旅游业的可持续发展。文章将袁家村作为典型案例进行深度剖析，不仅能为旅游型村庄治理提供经验借鉴，还期望为当前乡村社会治理研究贡献一些思考。

关键词：乡村振兴 旅游型村庄 市场共同体 村庄治理转型

中图分类号：C911 **文献标识码：**A

一、问题的提出

乡村治理有效是乡村振兴的题中之义，加快推进乡村治理体系和治理能力现代化是实现乡村振兴的必由之路。十九届四中全会明确提出推进国家治理体系和治理能力现代化，对治理问题作出了新阐述，提出了新要求，以“构建基层社会治理格局”为目标，进一步“完善群众参与基层社会治理的制度化渠道，健全党组织领导的自治、法治、德治相结合的城乡基层治理体系”^①。

*[基金项目]文章得到2017年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）、2017年西北农林科技大学“仲英青年学者”项目支持计划、2020年西北农林科技大学人文社会发展学院“凤岗卓越社科人才”支持计划（FGZY202001）的资助，在此表示感谢。

^①参见十九届四中全会通过的《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》。

随着中国现代化和市场化进程不断加快，越来越多的农村社区通过工业或服务业实现了村庄的跨越式发展，特别是乡村振兴战略的提出，为乡村转型提供了更多可能。近年来，通过发展旅游实现转型的村庄不断增多，旅游型村庄的治理也因此成为热点议题。有关数据显示，2019年上半年全国乡村旅游总人次达15.1亿次，总收入8600亿元，带动就业886万人^①。在乡村旅游的发展过程中，市场要素迅速向村庄渗透，吸引着商户、投资者、务工人员等大量外来人口源源不断地流入村庄，使村庄原本的经济结构、群体成员结构、社会关系格局、社会交往行为、共享价值认同、利益分配原则等发生显著改变。与此同时，传统的乡村治理格局也被逐步消解，取而代之的是市场运作逻辑下的农村社区治理新格局。在当前乡村振兴背景下，未来将有越来越多的村庄走向乡村旅游发展道路，讨论这一类型村庄的属性及其治理问题显得愈发重要。本文基于对陕西袁家村这一旅游型村庄的长期跟踪调查，深度剖析该村“市场共同体”的形成过程及其所引发的社区治理基础变化，并进一步尝试阐释其社区治理转型的实践过程与内在逻辑，期望为当前乡村社会治理研究贡献一些理论思考。

二、村庄市场共同体的理论阐释

正如费孝通先生所言：“无论出于什么原因，中国乡土社区的基本单位是村庄”（费孝通，2008），村庄以血缘和地缘关系联结成农民经济生活和社会生活的基本圈子。传统村庄研究大多将目光聚焦于村落内部，将其描绘为斐迪南·滕尼斯笔下的“共同体”。在《共同体与社会》一书中，滕尼斯将共同体阐释为一种建立在人的本质（自然）意志基础上的群体结合类型，它以人的本能、习惯和记忆为基础形成彼此之间亲密的有机联系和默认一致的共同生活，血缘共同体、地缘共同体以及精神共同体是其基本形式（斐迪南·滕尼斯，1999），自然形成的联结纽带则是传统共同体所强调的基本要素。随着理论的演变，共同体被认为是由一定的地理边界、联结纽带、强烈的认同感以及密切的交往关系所组成的共同生活团体。这样的共同体在乡村地区表现得要强大得多，更为生机勃勃（斐迪南·滕尼斯，1999）。

日本学者平野义太郎率先将“共同体”一词用于中国村庄的研究，认为中国乡村社会的基本单元结构是具有封闭、内聚特征的村落，从而提出村落共同体的假设（平野义太郎，1944）。在村庄共同体下，以长老统治为核心，礼法兼备为治理手段，宗族等自治组织为日常事务的主要管理者，农民直接面对的是乡绅、族长、头人等组成的一个个“小主权者”（徐勇，2006）。杜赞奇指出，中国的村庄封闭性特征明显，强调集体认同感和集体生存利益，内部互动密切，是基层的合作中心和道义权威中心（杜赞奇，1996）。不同于将关注点聚焦在村庄内部的学者，美国人类学家施坚雅则关注到了中国村庄经济与生活的开放性，认为“农民的实际社会区域不是由他所住村庄的狭窄的范围确定，而是由他的基层市场区域的边界确定”（施坚雅，1998）。这意味着，小农生活在一个囊括着多个村落的基层市场社区中。西达·斯科波尔也曾指出：“传统中国共同体的基本单位并非个体村落……而是包括一组村庄的市场共同体”（Skocpol, 1979）。施坚雅的研究关注到市场对于村庄共同体的重要作用，

^①参见2019年7月28日文化和旅游部发布《全国乡村旅游发展监测报告(2019年上半年)》。

伴随着市场经济在乡村社会的层层嵌入，村庄共同体原本的形态日渐被打散，原有的维系纽带也遭遇瓦解，共同体关系在市场力量介入下与经济因素产生密切关联。市场使经济往来不再囿于村庄社会内部，并将土地、劳动力视作自由交易的商品。同时，在市场原则要求下，社会需要朝着适应效益的方向转变，传统村庄被纳入到市场与社会的互动中，村民的社会交往也由道德秩序导向转向利益秩序导向。市场关系成为村庄中的核心关系，使传统农业村落共同体转变为村庄市场共同体。

在本文中，村庄市场共同体具有两个基本特征：第一，共同体基本形态并未完全脱离滕尼斯所谓的传统共同体，仍然是其众多类型之一；第二，市场的重要意义在村庄市场共同体中被凸显，即村庄市场共同体的核心在市场，是市场将群体结合成共同生活的有机团体。

（一）村庄市场共同体的要素分析

从村庄与市场的关系上看，二者一直保持着密不可分的联系，即便是传统乡村社会也离不开市场力量的重要影响。传统村庄中无处不在的商铺、庙会以及集市，都是实体意义上的市场，承载着商品交换、贸易流通的功能，同时也兼具文化娱乐、社会交往的功能。乡村中的传统市场结构简单、规模有限且开放程度不高，多以本地市场为主，尚未发育出独立的体系，市场不过是内嵌于村庄共同体的一种结构。改革开放后，市场经济迅速向乡村渗透，不但农村市场的数量、规模、类型、结构等皆得到明显拓展，而且相应的交易内容、交易方式、交易范围也发生显著改变。村庄被拉入到由劳动力、资本、土地三个要素编织起来的市场网络之中，村庄社会成为市场体系的一部分（卡尔·波兰尼，2007），转而向“村庄市场共同体”的方向迈进。然而，共同体形态的转变并未割裂村庄市场共同体与传统共同体的联系，村庄市场共同体既保留了传统共同体的特点，又在市场力量的影响下凸显出新的要素（见表1）。

表1 村庄市场共同体的基本要素分析

边界	非疆域性边界
生产方式	商业交易活动
交往方式	商业往来
联结纽带	利益分配纽带
认同感	利益分享

第一，从共同体的边界来看，村庄市场共同体的边界受到市场辐射力度的影响，呈现出非疆域性的特点。有学者将村庄边界赋予两层含义：一是村庄与外界之间的疆域性界限，如以亲缘和地缘关系为基础的地域共同体的范围，以土地所属为依据的村界，以及行政关系制约下的行政界限等；二是村庄主要事务和活动的非疆域性边缘，如村庄的经济组织、市场经济网络、人际关系网络和社会生活圈子所涉及的范围等（折晓叶，1996）。一方面，在村庄市场共同体中，土地成为重要的商业资本，作为一种商品在市场中流通。尽管土地的所有权仍然归本村所有，但土地的使用和产出收益都属于承转方，使原本基于土地所属而划分的村界逐渐转变为名义上的边界，从而更加突显了村庄边界的第二特征，即疆域性边界日渐模糊，非疆域性边缘则呈现出动态性、超越性的发展态势；另一方面，市场虽然发源于村庄内部，但是市场的开放性特征推动村庄的经济活动不断外扩至更大区域，村庄成员的交

往范围以及生活圈子也因此越出了村庄所属的地域维度。因此，村庄的地理边界、交往边界、经济边界以及行政边界都伴随着市场的不断发育而发生不同程度的扩展。

第二，市场带来了商业的繁荣，以商品交换和流通为核心的交易活动是村庄市场共同体的主要生产方式。市场经济作用下的乡村社会呈现出更多的交易元素，传统社会中自给自足、互助互惠的结构被打破，土地、劳动力等原本静态的生产资料都被赋予商业交换的性质，单纯的农业生产已经不适应发展的需要，被市场导向的生产活动所替代。市场将村庄发展成为一个商品交易中心，农户自产不自用的物品都集中在那里销售，并以此为渠道完成向上或向下的流通。同时，农户逐渐适应了从市场上购买粮食、蔬菜等日常生活必需品，也接受通过购买专业服务来代替自给自足的生活方式。虽然在村庄市场共同体中，传统的农业生产方式并未完全瓦解，但也逐步被商业交易活动所替代。

第三，生产方式的改变将村民从农业生产者转变为商业从业者。基于商业贸易往来所形成的业缘关系是村庄市场共同体内部的主要交往方式。各类从业者围绕市场交易中心，在经济交往中建立起竞争与合作关系，这种经济关系超脱了血缘、地缘的联系，又在空间上无限扩展，具有更加自由的发展特征。

第四，从村庄联结纽带来看，利益分配是将多元主体凝聚在一起的核心纽带。乡村经济网络持续外扩，吸引大量外来劳动力向村庄聚集，形成复杂多元的群体结构，上述的业缘关系使人员交往中处处渗透着利益、理性、竞争等元素，进而不断重组着村庄内的合作方式。在此背景下，传统文化纽带的统合效力弱化，甚至面临瓦解，利益分配反而成为村民与外来者共同关注的议题。所以，在村庄市场共同体中，以经济利益为导向所建立的“利益分配机制”成为将成员重新联结的重要纽带。

第五，在村民认同方面，生产方式和交往方式的变化以及人口结构的扩展推动村庄出现不同程度分化，各类主体在市场中因谋生方式不同而产生不同层次的需求，成员之间的差异化发展导致村庄原有的价值认同弱化。同时，由于市场中充斥着复杂的竞争关系，要形成稳定一致的价值认同就愈发困难。尽管如此，多元主体在市场中却追求着一个共同的目标，即谋取经济利益，市场正是其至关重要的载体，只有稳定发展的市场才能够带来持续不断的经济收益。基于此，围绕获利而建构起的“共建共享”理念是重塑村庄内部合作与信任的突破点，也是重新激活主体认同感的关键点。

（二）不同经济结构下的村庄治理

中国的村庄正在经历着复杂而又持续的变迁与转型，村庄研究的视角也逐渐放大，尤其是当市场和力量同时介入农村后，村庄共同体面临空前复杂的推拉力量（毛丹，2010）。时代的发展将现代性、国家和村庄地方性知识三个变量集中于传统村庄当中，不断推动着村庄进行有规划的改造（吴毅，2002）。新中国成立后，长期实行的计划经济体制使农村处于集体化的控制之下，村庄的生产生活都被要求在国家统一的经济计划之中进行（陆学艺，2003）。改革开放以来，市场经济不断发展，中国传统村庄因此受到巨大冲击，封闭的小农经济逐渐解体，传统乡村社会式微，农村人口不断向城市集聚（李裕瑞等，2010）。在工业化与城市化的双重推动下，诸多村庄因地制宜创造出新的生产与消费方式，促使村庄产业、人员构成、管理结构等发生转变，村庄治理的主体、内容和方式在不同程度上发生分异（张磊，2015）。

在村庄的变迁过程中,受经济、政治、文化等因素的作用,其治理结构会产生相应的变化与转型。回顾中国村庄的发展历程,经济变迁是影响村庄转型不可忽视的重要力量。不同经济结构下,村庄将面临不同的治理格局,治理模式也随之发生改变。中国传统的农业型村庄以自给自足的小农经济为特色,生产效率低下,生活形式单一,构成简单的农业社会经济条件。在这种经济结构中,村民日常生活与生产统一在村庄这一基本单位中,人际交往以血缘、地缘关系为纽带,贸易往来通常发生在村落内部及其成员之间,形成一个封闭的、内聚性的村庄形态。村庄的治理格局相对简单,长老权威掌握村庄的实际治理权力,成为各村落中的治理主体。由于受到血缘宗族制的影响,村民在村庄中绝对维护家族内部利益,围绕同姓家族形成社会生活网络(黄鑫等,2020)。因此,传统村庄尚未发展出复杂的治理形态,呈现的是一种建立在农业社会经济结构基础上的单一治理格局。随着现代化的推进,部分乡村引入了一批批规模不一的工厂和企业,走上了工业化道路,非农经济的快速增长大量侵占了土地、资金、劳动力等传统农业所赖以生存的物质基础,村民之间因职业差异产生了新的分化,社会关系网络与层级结构、权威焦点发生改变(折晓叶,1997),村庄由此呈现出新的结构特征,展现出另外一种村庄治理模式。折晓叶在对苏南超级村庄^①的研究中提出了“企业型村庄”的发展模式,这类村庄已经形成了以乡镇企业为主的非农经济结构,其工业产值和非农产值已在村庄总产值中占据绝对优势(折晓叶,1997),不断发展的乡村工业重组了传统的村庄经济结构,村庄社会也发生了相应的再组织。村办工业以股份合作的方式发展各类经济合作组织,转换了农民的身份并扩展了其经济活动方式,还将村庄经济的开发范围拓展至村落外部区域,提升了与外界联系的深度和广度,使村庄经济边界呈现出开放的形态。同时,公司、企业的入驻丰富了村庄的经济发展格局,为村庄治理增添了许多新的内容。此类超级村庄对村民来说具有双重意义,一方面是作为企业的村庄,村民需要在这一企业当中重建自己的经济营生;另一方面是作为“政府”的村组织,村民的日常政治活动、交往活动、人情往来还要在村庄的空间范围内进行(折晓叶、陈婴婴,1997),村庄的治理格局呈现多元化态势。首先,外来人口增多大大加重了村庄治理任务。其次,企业组织成为村庄实际生产与经营的核心,村庄传统的治理模式和管理方式遭遇变迁,从某种意义上来看,村庄就是一个企业,村庄的治理以企业或公司管理的方式进行。毛丹对尖山下村的调查也发现,当村庄进入到以工业生产为基础的单位化^②运作当中后,社区体系的运作逻辑也发生相应的改变,具体来说,家庭、经济、教育、村级组织和其它娱乐福利部门都朝着更加适合村庄属性的方向发展(毛丹,2000)。

通过梳理前述的村庄转型研究不难发现,从传统农业型村庄转向工业型村庄的过程中,首先带来了村庄经济结构的变迁,其次引发了村庄治理模式的转变。近些年来,市场的多元化发展态势迅猛,越来越多的村庄通过第三产业走上转型之路,本文所关注的乡村旅游型村庄就是其中的重要代表。乡村旅游产业的发展涉及到更多利益相关者,包括居民、商户、投资公司、游客和政府等(Kayat.K,2008),改造了传统农村社会的治理基础,也赋予了村庄不同于工业村的新属性。总之,多元化的利益主体在

^① “超级村庄”是研究者为具有非农社会经济结构特征的发达村庄所起的学名。

^② “单位化”是毛丹在《村落变迁中的单位化——尝试村落研究的一种范式》中提出的一种村庄研究视角。

同一市场空间内从事多种类型的经济交往活动，形成了更加复杂的村庄社会结构，村庄传统治理模式也呈现出新的样态。因此，关注旅游型村庄的治理问题具有十分重要的意义。

三、袁家村市场共同体的形成过程

袁家村位于陕西省礼泉县烟霞镇，地处关中平原腹地。现有村民 62 户，共 286 人，村庄集体土地 630 亩，人均住房面积 52 平方米。村庄现阶段以发展乡村旅游业为核心，形成包括作坊街、农家乐、小吃街、祠堂街、回民街、书院街、酒吧街、酒店住宿等特色。如图 1 所示，自 2014 年起，袁家村接待游客量稳步增长，至今连续四年超过 500 万人次，2019 年已经超过 600 万人次。村庄旅游总收入也逐年递增，2018 年起营收超过 10 亿元，村民人均收入保持在 10 万元左右。袁家村目前是陕西省最著名的民俗村落之一，是关中地区乃至全国乡村振兴的模范样本。

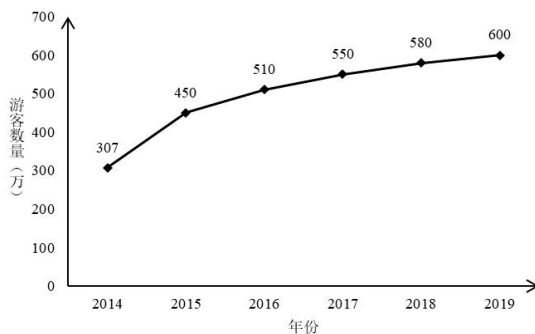


图 1 2014-2019 年袁家村旅游人次

(一) 产业转型奠定基础

袁家村如今的发展成就与两次产业转型密不可分。上世纪 70 年代，环境恶劣、生活贫困的袁家村在时任支部书记郭裕禄的带领下开始探索村庄转型之路，其产业发展先后历经从传统农业到村办企业，再到乡村旅游业两次转型，村民生活实现了从温饱不足到富裕小康的质性飞跃。两次成功转型为袁家村后续发展提供了持续动力，并为形成村庄市场共同体奠定了坚实基础。

1. 第一次产业转型：从传统农业到村办企业。1970 年以前的袁家村土地贫瘠、居住环境恶劣，村民“吃粮靠返销、生活靠救济、花钱靠贷款”，是当地出名的贫困村。村民们通过挖坡填沟、打井积肥，大力发展农业生产，将坡地改造成旱涝保收的水浇地，村里粮食产量不断提高，实现了户户有余粮，村民住房环境也从地坑窑变为村集体建造的关中民居。农业生产不仅解决了村民生存问题，还为发展村办企业积累了原始资本。

改革开放后，袁家村在国家政策支持下率先发展村集体工业，村两委带领村民充分利用附近九峻山石灰石藏量丰富且投入成本低的优势，建造白灰窑、砖瓦窑，以建材业为龙头，逐步建立起较为发达的村办工业体系。1983 年，村集体投资 70 万元建成年产 1 万吨的水泥厂，年产值稳定在 80 万元左右，占全村工农业总产值的 56%，成为村中支柱性产业。1988 年，袁家村成立“农工商公司”，进一步扩大集体经济经营范围，到 1990 年，村集体先后投资 460 万元建立起硅铁厂、印刷厂等一批小型

企业。在建材业崛起的基础上，运输业、建筑业和服务业也逐渐得到发展，村中成立汽车运输队和建筑队，并开办商业服务部，形成农工商并举，各行业相互连接、相互服务的良性产业结构。村办企业吸纳了大量的本地劳动力，村民收入结构由传统耕种业转变为“果业收入+工资收入+村集体分红”的形式。袁家村工农业产值比重随之发生变化，农业产值不足 0.5%，工商业产值则超过 99.5%，不仅完成了从传统农业到村集体工业的转型，还为村庄第二次产业转型创造了良好条件。

2. 第二次产业转型：从村办企业到乡村旅游业。2000 年后，国家出台相关政策，要求关停“五小企业”^①，袁家村的水泥厂、白灰窑厂这类村办企业的发展陷入困境。直到 2005 年，国家实行以社会主义新农村建设为目标，以农村城市化、农村工业化和农村集体产权制度改革为动力，采取“城市支持农村，工业反哺农业”的方针来推动农村地区新一轮的经济发展。袁家村“两委”班子适时将发展思路转变为“休闲文化兴业、旅游富民增收”，依托大唐贞观文化和关中民俗文化特色，加大力度挖掘农耕民俗文化，开始发展乡村旅游产业。2007 年，袁家村成功打造“关中印象体验地”，在原本农家乐经营的基础上，相继打造小吃街、酒吧街、康庄老街、回民街、书院街等旅游项目，成立 14 家股份合作社、8 家“前店后厂”实体子公司、15 家“袁家村城市体验店”以及游乐场、滑雪场等多类别休闲娱乐场所，集结原生态农业观光、关中农耕文化体验、农家休闲度假、生态娱乐为一体，成为一个综合性休闲旅游示范区。经过近 20 年的发展，袁家村实现了从第二产业发展为核心到第三产业带动第一、二产业发展的经济转型，既解决了周边近 3000 人的就业问题，又通过农家住宿、商铺经营、持股分红等方式使一半以上的农民获益超过百万元。

袁家村从传统农业型村庄^②发展为旅游型村庄的历程中，村庄政治精英和村集体经济成为其中的核心力量。袁家村政治精英带领村民最大化开发利用原初村庄资源，先后改善了村民的生存环境和生活水平。此外，村庄坚持走集体经济的道路，依托村集体工业和村办企业积累大量原始资本，为村庄旅游产业发展提供了雄厚的经济支持。两次产业转型改变了袁家村内部的经济关系，加强了与外界的纵深联系，并于无形之中扩展了村民的生产生活空间，村庄内部封闭性被打破，村落内部同质性和自给自足的程度降低，传统村落形态逐渐瓦解，村落共同体的基础面临解体（李国庆，2005）。但与此同时，集体经济中千丝万缕的利益关系又将独立分散的农户联结成一个凝聚力较强的共同体，乡村旅游市场的发展更是强化了共同体的利益纽带，推动袁家村踏上了由传统村落共同体向村庄市场共同体的转型之路。

（二）袁家村的村庄市场共同体

施坚雅有意识地消解了共同体的地域边界，强调村落共同体在满足成员需求方面的功能，认为以集市为纽带的乡村经济社会关系网络才是理解中国乡村社会的关键（施坚雅，1998）。市场体系的扩

^① “五小企业”是指浪费资源、技术落后、质量低劣、污染严重的小煤矿、小炼油、小水泥、小玻璃、小火电等。

^② 袁家村虽然在 1983 年至 2000 年有过集体工业时期，但在这期间村民仍然没有脱离原来的农业生产，处于一种半工半耕的状态，也没有因此改变村内传统的社会关系，在村庄治理方面亦与传统农业时期没有显著差别。因此本文认为，乡村旅游兴起之前的袁家村更偏向一个传统农业型共同体类型。

展重组了村庄经济关系网络，因此对村落共同体变迁的研究不应当把视野局限在村庄内部，而是要从村落空间中抽引出来，将问题置于乡村社会、市场与国家的联系和互动之中。乡村旅游产业的发展改变了袁家村传统市场的结构功能、商品种类、交易方式和辐射范围，使其在较低行政级别中心地快速形成一个集生产、加工、交换、销售多面一体的高级市场，重构了村庄边界、社会交往关系、村庄产业模式、社会联系纽带以及村落价值认同，引发村落共同体经济生活的调适，以至于村落成员的家庭生活、社会生活面临变革与重组（蒋小杰、赵春盛，2019）。

1.村庄边界动态化外延。从一般意义上来说，乡村是具有特有空间属性和独立封闭社会边界的实体（毛丹、王萍，2014）。然而，乡村旅游的发展逐渐消解了传统村落的封闭性，村庄的社会经济发展与外界开始紧密地联系起来，开放性特征不断凸显（郭凌，2008）。蓬勃发展的乡村旅游市场推动袁家村成为镇域内的中心地，强化对周边村庄的土地、人口以及文化等诸多要素的吸纳力度，村庄行政边界、经济边界、文化边界等在持续变化中扩充。一是村庄行政边界外延。2007年以后，为扩大旅游市场规模，袁家村流转周边村庄土地建设生态停车场和游客中心，并与周边村庄一起组成一个新的“袁家大社区”。至此，村域间原本的地理界限被打破，袁家村的管理范围扩充，行政边界得到拓展。二是经济边界外拓。规模宏大的市场体系使袁家村的经济活动不再囿于村庄内部，而是扩大到附近城镇以及更大的市场，吸引了来自全国不同地区的投资者、经营者入驻旅游市场，形成跨区域的经济合作关系与超空间的贸易网络，村庄的经济边界彻底打开。比如，袁家村的农副产品不仅在村庄内部自产自销，还在西安、宝鸡等周边大中城市的“袁家村城市体验店”出售。三是村庄文化边界扩展。袁家村旅游产业发展的特色之一是通过继承、改造及迁移等不同方式，保留村庄自有文化，整合关中美食文化，并建设打造都市文化体验地，在村域范围内实现多元文化的碰撞与融合。总体而言，乡村旅游市场的辐射性特质不断扩展着袁家村与外界的联系，土地流转、人口扩充以及社会关系网络重组直接导致村庄的行政边界向外延伸，经济往来则随着交易活动外拓而跨越村界，村庄文化也在多元交融中持续更迭。

2.社会交往以“商业往来”为特征。迅速拓展的市场体系在袁家村内部孕育出由本村村民、商户、外来务工者、投资者等多类型群体交织而成的新关系网络，村庄原有的熟人社会形态改变，传统乡村社会中的“人情往来”规则也逐渐被“商业往来”取代，社会联系日益多元化。袁家村旅游市场为外来人口提供了优质的创业平台和良好的就业机会，这些外来从业者或是经朋友介绍来袁家村投资，或是来自周边村庄、县镇甚至大城市，抑或是在袁家村旅游期间深受其吸引而选择留下来发展。书院街的投资商邓经理就是在旅游的过程中与袁家村结缘：

“最初是因为到袁家村旅游，对袁家村非常有好感，就投资买了一套住宅，之后又进一步修建了两栋新的住宅，然后就干脆在这里做了一个更大的投资，与村书记商量项目计划后，我们两人一拍即合建设了以魁星阁、书院和烟霞镇草堂等文化产业为主体的书院街这条街道”（YJC-SYJ02-20170811）^①。

^①YJC-SYJ02-20170811：代表本研究的访谈案例代码，表示本案例选取自袁家村（YJC）案例库，为书院街（SYJ）的第二个案例（02），此案例收集时间是2017年8月11日。

在村庄市场共同体中，村民、商户、务工者等每个群体不但是从业者，而且自身具备特殊的市场资源，发挥着必要的功能。村民掌握着土地、住宅等空间资源，他们将住宅租给商户开办农家乐，同时又入股到商户所经营的产业中；商户是整个产业的中坚力量，市场中的资金、劳动力等要素都要以商户作为中介流通；大量务工者则为整个市场运行提供了必要的服务。通过商业投资、劳动力买卖或者个体经营等多种方式，外来人口围绕旅游市场结成不同类型的商业往来关系，这种密切的联系将本村村民之间的单一交往关系扩充至多元群体构成的业缘关系，重新形塑着袁家村的社会网络。

3. 商业化互惠的产业合作。旅游经济的兴起使袁家村村民的生产活动呈现出非农化特征，传统村落中的农民开始扮演起股东、老板、商人等角色，以新的身份参与到市场当中。灵活多变的市场运行规则与激烈的行业竞争关系决定了整个村庄的产业发展出现不均衡、不稳定态势，个体或家庭独立面对风险的压力并未减小，村庄中的合作显得尤为必要。袁家村的合作关系不同于传统的简单互惠模式，它具有商业化的性质。袁家村于2015年4月28日正式成立小吃街合作社，并先后创建了醪糟、面粉、豆腐、酸奶等14家规模不一的合作社。作为合作社的主要成员，农户既是生产者又是经营者和消费者：一方面，他们可以在村庄内部实现生产、加工及销售的闭环式发展，挣脱了在流通领域所遭受的利润挤压，进而成为直接的盈利者；另一方面则形成了产业发展中的合作互助关系，减小个体独自面对市场的风险，实现收益的持续与稳定。同时，袁家村的产业合作还体现在小吃街与作坊街、酒吧街与农家乐之间互惠共生的运转模式上。比如，小吃一条街汇集了300多种陕西美食，每种食品的原材料均严格挑选于作坊街，而作坊街的产品又优先销售给小吃街，剩余再向外销售。上述的产业合作模式，既从源头上保障了食材的品质，又提高了农副产品的销量，完全体现了村庄范围内的互利互惠。此外，酒吧街与农家乐的运营也具有产业互惠的特点。尽管陕西特色小吃与自营农副产品等品牌的成功推出使袁家村的客流量持续攀升，但其中短程游客居多且客流高峰主要集中于白天，选择留宿袁家村的游客则相对较少。加之，周边村庄也开始依托袁家村的客流量相继开发旅游资源并兴办农家乐，同质化的产业模式冲击了袁家村农家乐的发展。为了吸引更多类型的游客留宿农家乐并进一步促进村庄旅游产业纵向发展，袁家村以“夜生活文化”为主题打造酒吧一条街，通过炫彩的灯光装饰、精彩的音乐演出以及新奇的娱乐节目为村庄增添了极具现代气息的艺术元素和轻松舒适的生活氛围，发展起“度假旅游”产业，自然而然地带动了农家乐住宿方面的收益。当然，袁家村的农家乐也以此为契机不断进行升级改造，尤其在装修风格方面融入更多本土化、艺术化、个性化的元素以吸引更多的游客留宿，与此同时农家乐主人也积极为留宿游客推荐酒吧街的文化娱乐项目，从而实现互利互惠的产业运营。因此，无论是互助性质的合作社，还是互惠共生的产业经营模式，都能够将不同群体纳入到同一个市场网络和经济链条之中，形成利益驱动下的合作关系。这种建立在村庄之中的合作主义既是村民在经济上和生活上联合与互益的一种行为规范，又是一种强调社区内部的社会关系（折晓叶，1996）。多元主体间的商业合作与互惠互助不但保障了各自利益的持续稳定，而且有助于村庄“共同富裕”目标的实现。

4. 以利益分配为核心的联结纽带。在市场环境下，以血缘或地缘关系维系起来的熟人社会，需要培育一种与市场体系相容的社会组织和适应市场运行规则的“社会规范”（赵泉民、井世洁，2016）。袁家村的旅游市场活跃着异质性明显的从业群体，这些群体在市场营生过程中表现出强烈的趋利意识，

合理的利益分配是将其联结在一起的新纽带，亦是缓解彼此之间矛盾与冲突的关键要素。在袁家村，无论是本村村民还是外来从业者，都有机会在村中的产业合作社入股，合作社秉持“利益共享、道义互惠”的分配理念，将多元主体纳入到村庄经济共同体之中，并依照“限制大户，照顾小户”的分配原则，平衡和调节不同主体的利益关系，借此契机建立起村庄内部的联结纽带。以小吃街合作社为例，该社的股东包括袁家村村集体、62户原村民、91位普通商户、其他外来投资商等，股东们可以自主选择小吃街内的商户进行投资，商户之间也可以相互入股投资，自营谋生的同时也能够投资获益，形成利益的共享链条。农家乐经营者王老板谈道：

“我在各个合作社都有入股，每年的收入基本包括经营收入和分红收入两部分。其中分红收入每年不一定，村中会根据每家每户这一年的收入进行分红，严格控制收入差距，谨防收入差距悬殊现象的出现。另外村中采取条件好的少入股，条件差的多入股，‘分红穷的多分，富的少分’，管理严格，强调个人收入和本村发展息息相关，很大程度上避免了贫富差距的出现”（YJC-NJL03-20180814）。

从持股者的角度出发，合作社的利益分红是充实日常收入的有效手段，也是参与村庄发展和村集体活动的重要途径之一。对于合作社老板而言，将自己的收益通过再分配的形式让渡给村庄内的其他成员，不仅有益于旅游市场的稳定发展，还有益于在市场的持续壮大中实现自身利益的循环再生。辣子合作社老板表示：

“辣子合作社一年纯收入300万，假如没有袁家村这么好的平台，我自己也不可能发展得那么好，可能连那6%的收益^①都得不到，所以我们要懂得感恩，让更多的人都富裕起来”（YJC-ZFJ01-20180813）。

不仅仅是辣子合作社，袁家村每一类产品皆以入股分红的方式进行多主体之间的利益分配，充分照顾到每一位成员的利益需求，进而深化了多元主体在村庄市场共同体中的联系与合作。

5. 共建共享的价值认同构建。与中国传统乡村社会交往圈子意识明显、情感认同强烈等基本特征不同，村庄市场共同体中的成员交往以市场为介质，围绕利益分配的纽带形成“共建共享”的新价值认同。在袁家村，“共建共享”的价值认同具体表现为两方面：一是营造共建的思想氛围。村民、商户以及投资者按照季度周期，踊跃参加专业技术人士和专家组成的指导交流会，总结反思各自的从业经验与经营理念，彼此建言献策，即学即用。如小吃街等街区通常在每周一召开工作例会，会议围绕对利益共同体的理解、个体矛盾冲突化解、经营环境维护等内容展开交流，旨在解决问题，营造良好的共商氛围，强化集体意识并形塑共建的价值认同。二是形成共享的村庄文化。本着“共同发展、共享成果”的理念，村民、各类经营者以及投资者联合成立农家乐协会和小吃街协会，自发签订了“食品安全协议书”，把食品安全与个体商户的利益紧密挂钩，多元主体在维护袁家村“集体利益”或“集体口碑”的过程中达成信任互助、共建共享的价值认同。正是这种建立在村庄市场共同体之中的价值共识，成为重塑村庄凝聚力的关键。

^①根据访谈资料，袁家村的辣子合作社一年纯收入300万元，合作社老板王某所得其中的6%，其余94%通过分红的形式再分配给合作社社员。袁家村中每一类产品都建立了产业合作社，通过入股分红的方式进行多主体间的利益分配。

四、袁家村的治理转型

旅游市场在袁家村的发展加快了乡村社会的人员流动与贸易往来，袁家村市场内部的多元群体在经济交往中不断构建着复杂的社会关系，共同推动市场的持续壮大，形成以市场为核心的新共同体。在此基础上，袁家村的治理对象、主体、内容、理念等方面具有了新的特征与侧重，村庄治理出现明显转型态势。

（一）从农业经营主体治理转向商业从业者治理

袁家村从传统农业村逐步向旅游型村庄的转变过程中，村庄治理对象面临的最突出变化是从对农业经营主体的治理转向了对商业从业者的治理。自发展旅游业以来，袁家村的农田被商业建筑所替代，本村农民彻底告别了基本农业生产，一心投入到乡村旅游服务业当中。此外，在袁家村内从业的外来商户、务工者等流动人口都成为村庄治理的重要对象。目前活跃在袁家村的外来商户及务工者有近3000人，本村村民仅有62户，280余人，外来人口甚至成为袁家村的主要治理对象。

一般而言，传统农业村主要是对农户、农业合作社等经营主体的治理，这些主体相较于商业从业者来说具有较高的稳定性。农业从业者与自耕田、宅基地紧密相连，生产和生活都统一在村落共同体当中。但是对于外来从商者而言，村庄只是从事商业活动的场所，生活与生产在空间上具有明显的分离，从而导致商人流动性很强，不利于村庄治理。为了能够将流动人口稳定下来，袁家村在村西北角建设了6栋住宅单元楼，低价售卖或租赁给在市场中经营、务工的外来人口，并成立了专门的物业公司为住户提供生活服务。另外，这些商业从业者内部也存在很大的差异性，既有刚毕业的创业大学生，也有受邀入驻的手工艺人，还有小个体户或农民工，甚至包括资金力量雄厚的企业家和投资人。不同群体的利益诉求差异巨大，创业者希望借袁家村平台收获第一桶金；务工者希望市场中得到公平的待遇，有一份稳定的收入；携资入驻的企业家和投资商则更希望实现资本快速升值。基于此，袁家村若想将这些不同类型的从业者稳定在市场当中，就必须在治理方面进行多种制度创新，以协调不同主体的利益并使其最终达到相对平衡的共业状态。

（二）商业合作组织的加入与片区化管理

从治理主体的变化上来看，上个世纪的袁家村是在村民自治大框架下选举产生了村庄的“当家人”和“代理人”。直到村办企业时期，袁家村才逐步涌现出了一批工商业管理人才。转型发展旅游业之后，依靠村两委难以应对多元治理对象组成的复杂治理格局，因此，村庄治理主体开始从传统治理中的“村两委”转变为“村两委+管理公司”，开始形成多组织共同参与的多元治理模式。2007年，袁家村率先成立“陕西关中印象旅游公司”（以下简称“总公司”）作为运作整个乡村旅游产业的法人，接着通过建立合作社的形式整合村内同质旅游产品业态。随着旅游产业越做越大，又逐步成立各种行业协会，甚至招商引进了二级代管公司从事具体的执行工作。各种商业合作组织虽然形式多元，但是与村两委的分工却十分明确，商业组织的加入并不意味着村民自治组织以及村党委组织被替代或者架空，而是接续了村办企业“政企合一”的部分特征，将商业组织与代表村庄利益的“当家人”结合起来，实现旅游产业与乡村社会的有机融合。当然，这些商业组织之间也具备明确的权利义务关系，总

公司是整个产业的核心领导权威，所有二级管理公司、合作社、协会、商铺都需要在总公司制定的各项制度下运行，直接受总公司管理并向其负责，二级管理公司分别承包不同的街道，自行招商、收租并承担日常管理。得益于袁家村严密的组织管理体系，任何一个商铺都能够通过某一组织与村庄直接发生关系，袁家村也能够实时地、动态地监测每一个商户的经营行为，有效实现上传下达与沟通交流，虽然在一定程度上增加了治理成本，但是大大提升了治理效率和效果。

在各种商业组织协同方面，袁家村采用了片区划分、层级管理的方式，充分发挥专业性社会组织的作用，实现专事专管。袁家村内部划分为九大片区，“村两委”与总公司统领村庄发展方向并主导村庄事务，下设街道协会或旅游公司对商户进行具体管理，呈现出结构稳定的管理模式。总公司直接管理的街道包括农家乐街、小吃街、作坊街、艺术长廊、康庄老街、酒吧街，这些街道主要依托行业协会和街长制度执行具体工作。另外，二级公司又是一个完整的经营单元，承包给二级管理公司的祠堂街、书院街和回民街下设自己的财务、法务、人事等行政部门，拥有相对较高的自由度，但是必须经过总公司审批后方可施行创新型制度或其它附加制度。每一个片区和层级都可以看作是袁家村市场共同体的子系统，共同体的子系统及其主体在资源的交换和分配中，各自发挥优势，扬长避短，各取所需，共同推动袁家村的和谐发展。回民街的杨经理在访谈中表示：

“袁家村的回民街在 2015 年成立，投资主体是陕西礼泉袁家伊兰回民饮食文化有限公司，公司成立时村委会占股份 20%，村委会只对服务、卫生、安全等问题进行严格把控，公司拥有独立的管理体制，包括独立的会计、出纳、库管、街管等，能够根据回族文化对街区内的商户进行自主管理。此外，公司为照顾穆斯林宗教需要，还特意向袁家村申请修建了一座清真寺，相同的宗教信仰也使商户之间的关系更为亲密”（YJC-HMJ01-20190812）。

从经济层面来说，袁家村更像是计划经济时期的“单位”，村民都被纳入到旅游业当中，凭借土地、资金入股的形式间接成为公司的“员工”或“股民”，在正式的制度中从事经济活动。然而，与传统单位体制不同的是，地处乡村社会的袁家村仍然是血缘关系、地缘关系延续的生活空间，村民之间存在着大量超越经济关系的多重属性，在部分场景下，这些非经济关系发挥着重要作用。同时，当涉及到村庄的户籍管理、人情往来等日常社会事务时，村两委在其中仍然扮演着主要角色。公司和村两委在日常管理当中各司其职，相互补充，成为袁家村旅游业发展和乡村治理双重驱动的有效保障。

（三）从日常村务管理转向旅游市场经营管理

在旅游业开始之前，袁家村的治理内容相对简单，村干部的工作主要是为群众办理日常事务、配合政府有关部门开展农村工作、协调解决各类矛盾纠纷等。旅游产业的兴起改变了袁家村的治理结构，自然推动治理内容发生新的侧重点，如不同街区的发展路线、各类商户的经营规则、产品原材料的调配和使用都更需要专业的人士给予规划和指导，同时也必须施以专业的管理办法，村庄治理内容朝着更专业化的方向发展。因此，除了村务管理之外，村庄治理还包括村庄旅游项目企划、未来发展规划、对经营者及进驻企业的管理、平衡协调各方利益冲突以及村集体资产的投资与分配等复杂事务。副村长袁社娃回忆起成立总公司时的一些细节：

“当初办乡村旅游必须要将全村的土地进行流转，才能统一进行建设，但是村委会无法同时作为

集体土地的所有者和开发者，所以需要成立一个旅游公司才能合法地从村民手中将土地流转到一起，统一规划”（YJC-KZLJ04-20190809）。

总公司成立后，有关村庄旅游产业发展的种种事务成为纯粹的商业化市场决策，具体包括招商引资、市场宣传、企业融资等诸多方面。此外，袁家村作为一个主打美食、休闲的关中印象体验地，治理主体与治理对象之间最直接的关系体现在对食品安全的监管上。袁家村充分发挥了村民契约的软约束力，每个门店都有一块发誓牌，上面有其对食品质量做出的保证。例如小吃街洋芋饼店发誓内容：“原材料如有掺假，甘愿八辈受穷”，这种乡土起誓的办法不仅能规范和约束商户的经营意识，还能取得游客的好感与信任，提升袁家村的口碑。

旅游市场的形成扩展了袁家村的各类边界，市场经营管理的需要也使袁家村将触角伸向村庄之外，其治理范围面向外部进行扩展。特别是2013年实行“一村带十村”的发展战略之后，袁家村与周边村庄组建成一个新的“袁家大社区”，周边村庄被纳入到袁家村的管理范围之内，彻底打破了袁家村本身的地域边界和行政边界。需要特别说明的是，袁家村的向外扩展不是掠夺性的，而是共享性的，强调地方参与、地方认同、对地方资源环境和特色文化保护开发三位一体的发展方式（马荟等，2020）。出于产业发展的需要，袁家村进一步整合了周边村庄的资源，一方面通过继续流转外村土地建设停车场、娱乐项目、假日酒店等；另一方面则通过与周边村庄洽谈农业原料供应协议，让附近的优质农田都种植特定品种的小麦、油菜等，专供袁家村进行农产品深加工。袁家村村长王创战说：“虽然袁家村现在没有农田，但是袁家村的目标是让周边村庄都成为袁家村的农田，促进周边村庄共同富裕”（YJC-KZLJ01-20190809）。

（四）资源分配中的互惠道义理念

面对多元的村庄内部结构和复杂的管理内容，袁家村贯彻了一套新的社区治理理念，即从传统的道德权威、宗族权威式治理转变为以市场运作逻辑为基础的复合式治理，其中既包括了村民自治法规、市场管理规则等正式制度，又包括乡村商业中的互惠道义逻辑，在村庄资源分配的过程中，最能够洞察到这些蕴藏在日常治理工作背后的核心理念。乡村旅游产业的特殊性赋予袁家村“企业”与“自治组织”的双重身份，在基础生产资料配置方面，村内的土地都归集体统一规划和使用，村民并没有太多的自主权，但是，旅游产业和市场主体的多元性却注定了村庄多样性的分配形式。

由于在旅游市场的实际运行过程中，不同经营项目背后的盈利情况具有巨大差异，容易造成从业者内部贫富分化。为了平衡不同经营主体的收益差距，使之维持在一个彼此都能接受的差距水平上，袁家村使用了包括“交叉入股”在内的多种分配方式。“交叉入股”不是一种纯粹基于经济理性的商业手段，其中还保留着来自乡土社会的互惠道义原则。袁家村建立的各种产业合作社是实行交叉入股的主要平台，这些合作社不仅面向本村村民募股，还把认购股权的机会开放给在袁家村开店的店主，并鼓励这些店主之间相互入股，当然，认购股份的数量要经过袁家村出面审核，以防止垄断性经营。比如，麻花店的年经营额达到了100万元以上，属于发展势头很好的店铺，袁家村通过合作社募股的形式进一步扩大麻花店的经营规模，并经过多方投资核算，决定麻花店利润的20%归原经营者所有，另外80%交由股东们再分配。同属于经营面点类小吃的蒸馍店年收益则只有3万元左右，因两者差距

较大，村上出面协调蒸馍店的经营额 100% 由店主保留，并优先让蒸馍店店主认购麻花店的合作社股份。依照这样的分配方式，蒸馍店每年可从麻花合作社获得一份分红收入以提升总收入水平，从而能够继续留在袁家村经营。除此之外，很多利润率较低的民间艺术类店铺也是通过股份分红才得以继续在袁家村维持经营。

“康庄街的古玩店、皮影店，生意较为冷淡，但是村上支持他们入股多个合作社，年底时便可从合作社中获得一笔可观的分红，能够适量弥补他们开店的成本，使店铺经营者有利可图，保留店铺经营，丰富袁家村市场”（YJC-XCJ04-20180812）。

袁家村深知，这些民间艺术类的店铺是乡村旅游吸引力的重要来源，是产业发展不可或缺的一部分，必须要靠这种人为的干预与协调，才能够将这些业态稳定在村庄市场共同体内部。而这些看似不符合现代商业逻辑的分配办法，实际上是袁家村乡村旅游业保持长久内生动力的关键。在转型与发展中，很多村庄被时代的洪流抹杀了乡村性，不仅面临着人口外流、组织松散等现实问题，还经历着文化传统流失的危机（田毅鹏、张红阳，2020）。然而，袁家村在现代经济的理性冲击下守住了传统道德底线，复兴乡土社会中的互惠逻辑以协调不同经营主体间的利益，推动村庄的可持续发展。

为了不断强化这一道义，袁家村还采取周期性商户教育的办法在村庄建立起了一套共享的价值体系，教育的内容主要有政治理论学习、经营理念解读、模范商户经验分享等多种形式。经过动之以情，晓之以理的理念阐释，这一套分配机制逐渐获得越来越多认可，尤其是得到了经营大户的鼎力支持，年营业额 700 余万元的粉汤羊血老板吕先生谈道：

“没有袁家村这个平台我肯定赚不了这么多钱，如果没有周边商户为袁家村吸引人气，我也不会有这么多客源，所以大家都是一个绳上的，有钱一起赚，要知足”（YJC-ZFJ03-20190813）。

袁家村道义互惠理念之下的多元分配方式，不但有效缩小了从业者的贫富差距，而且刺激每一个商户都参与到袁家村的发展与经营之中，增强了人们对村庄的归属感并提高了整个产业的凝聚力，最终实现成果共享、共同富裕。

五、结论与启示

如上所述，乡村旅游业在袁家村的迅猛发展，形成了规模宏大且超越村域范围的乡村旅游市场体系，深度改变了村庄的社会经济结构，并且极大地强化了村庄与外界之间的关联。这在一定程度上触及袁家村原本以传统农业为特征的共同体属性，村庄的群体成员结构、社会关系格局、社会交往行为、价值认同理念、利益分配原则等多个维度都出现深刻变化，促进了村庄市场共同体的形成。面对社区治理基础的变化以及复杂多变的市场运作逻辑，袁家村不得不进行社区治理转型，并不断驱动其治理创新以应对新的利益冲突和矛盾纠纷，从而进一步保障袁家村旅游业的可持续发展。在乡村振兴的背景下，袁家村的治理实践毫无疑问具有十分重要的借鉴意义，除了实践上的价值之外，本文还有以下三点启示：

第一，从传统村落共同体到村庄市场共同体的转变是一个有机衔接的连续过程，两类共同体的形态之间并没有发生彻底断裂。传统农业村落共同体主要以农户家庭为单位构成农业生产单元，即便共

同体内部有互帮互助的社会支持系统存在，它仍然是一个较为封闭的农业生产与交易系统。然而，袁家村所形成的旅游市场裹挟着明显的商业特质，催生了内部多元主体的商业合作，并骤然形成一个乡村旅游市场共同体，在一定程度上冲击着传统村落共同体，并使共同体的地理边界模糊且不断外扩。市场交换体系中的利益分配纽带替代了血缘、地缘叠加的情感纽带，这种开放型“市场共同体”在某种程度上形成了一个区域边界模糊、社会关系复杂、商业利益交织的“市场社会”，而非单一的“乡土熟人社会”。同样，袁家村的旅游产业也改变了农户固有的生产方式、交往行为以及价值认同，在原有“村落共同体”的基础上，基于商业利益形成“村庄市场共同体”。但是，从传统村落共同体到村庄市场共同体不是断裂式突变，而是一个有机连续的过程，其中，村庄市场共同体继承了传统村落共同体当中的一部分要素，也新生了与市场相关的要素，这些要素最终重新组合，并在社区发展中发挥重要功能。袁家村市场共同体的主要特征是将传统村落共同体内在的优势充分激活（例如地缘、血缘的社会情感纽带等），同时巧妙地将市场体系中的现代性因素（商业合作组织与制度等）嵌入到乡村社会中，两者优势叠加，在短时间内造就了乡村旅游发展的奇迹。这种村庄市场共同体兼具“乡土”和“现代”二重属性，实质上是对传统村落共同体的“改造”，旨在适应乡村旅游产业发展的需要。

第二，村庄共同体属性变化引发治理基础之改变，这在一定程度上倒逼社区治理由侧重“内部社会秩序”转向“社会秩序+市场秩序”内外兼顾的治理新格局。从抽象意义上来说，乡村旅游业代表着农业文明与商业文明的交织点，充分体现着农业文化特征与商业文化特质，一方面保留许多农业社会的文化符号；一方面又充满商品交易的市场逻辑。村庄市场共同体的成员身份复杂，个体之间既存在商业竞争，又同时面临市场风险以及各自的利益维护，于是，如何化解个体之间的矛盾冲突，如何动员成员之间合作以及如何保持袁家村旅游产业的可持续发展等，都是社区治理过程中遇到的新问题。传统村落共同体的治理主要聚焦于维持村庄内部的社会秩序，以调解成员之间的日常矛盾纠纷为主，旨在促进农村社会和谐发展。然而，规模空前的旅游产业改变了袁家村的治理内容，除了维持村内日常社会秩序，更多转向了村庄日益复杂多变的市场秩序管理，尤其是对经营者和进驻企业的信誉管理、各方之间的利益协调、食品安全管理、游客生命财产管理、村集体资产的投资与分配以及超越村庄的产业整体发展布局等诸多方面。这种社区治理转型不仅使治理结构及内容愈发复杂化，还不断促进乡村治理朝着更加专业化、组织化的方向发展。

第三，村庄的经济结构在一定程度上影响着村庄的社会结构，其中最为主要的是对社会关系格局的影响，这也是社区治理转型的核心层面。显著变化的村庄经济结构势必会减弱或解构原有的社会关系，对成员之间固有的各种交往互动行为产生冲击，使其依据新的经济结构做出相应调适。以乡村旅游产业为例，这种经济产业不同于传统农业，具有溢出村域边界、链接城乡、融合“三产”的鲜明特征，其中所蕴含的社会关系常常处于多元、多变的状态。因此社区治理从根本上来说，就是不断调整产业发展中各种新出现的社会关系，例如本村村民、外村村民、外来商户、驻村企业、游客以及村级管理组织之间复杂的社会关系。本质上说，社区治理转型也是源于社区内动态变化的社会关系，这也是此类村庄治理之难点所在。

最后，需要说明的是，袁家村代表了一种乡村发展与治理有效的典范，对全国乡村振兴及未来农

村社区治理转型具有重要意义。同时，袁家村的研究也为学界提供了一种思路，即村庄发展路径有很多可能，决然不是工业化、城市化视域下“乡村衰败”的简单思维，反而有时会出现创造性的转换，呈现乡村振兴的新局面。因此，正是由于此类“新乡村性”的出现（文军、吴越菲，2017），农村社区属性越发复杂化，乡村治理随之面临各种各样的新挑战。这恰恰是当前研究农村社区类型、属性以及治理转型的契机，也可能是新时代村庄研究在理论层面的生长点。

参考文献

- 1.杜赞奇，1996：《文化，权利与国家——1900—1942年的华北农村》，王福明译，南京：江苏人民出版社。
- 2.斐迪南·滕尼斯，1999：《共同体与社会》，林荣远译，北京：商务印书馆。
- 3.费孝通，2008：《乡土中国》，北京：人民出版社。
- 4.郭凌，2008：《乡村旅游发展中的乡村治理研究》，《农村经济》第6期。
- 5.黄鑫、邹统钎、褚德平，2020：《旅游乡村治理演变机理及模式研究——陕西袁家村1949—2019年纵向案例研究》，《人文地理》第3期。
- 6.蒋小杰、赵春盛，2019：《村落共同体现代转型的逻辑与政策回应——基于弥勒山兴村的观察与思考》，《云南民族大学学报》第1期。
- 7.卡尔·波兰尼，2007：《大转型——我们时代的政治与经济起源》，冯钢等译，杭州：浙江人民出版社。
- 8.李国庆，2005：《关于中国村落共同体的论战——以“戒能—平野论战”为核心》，《社会学研究》第6期。
- 9.李裕瑞、刘彦随、龙花楼，2010：《中国农村人口与农村居民点用地的时空变化》，《自然资源学报》第10期。
- 10.陆学艺，2003：《农村要进行第二次改革 进一步破除计划经济体制对农民的束缚》，《中国农村经济》第1期。
- 11.马荟、庞欣、奚云霄、周立，2020：《熟人社会、村庄动员与内源式发展——以陕西省袁家村为例》，《中国农村观察》第3期。
- 12.毛丹，2000：《一个村庄共同体的变迁：关于尖山下村的单位化的观察与阐释》，上海：学林出版社。
- 13.毛丹，2010：《村庄共同体的当代命运：四个观察维度》，《社会学研究》第1期。
- 14.毛丹、王萍，2014：《英语学术界的乡村转型研究》，《社会学研究》第1期。
- 15.平野义太郎，1944：《会，会首，村长》，《支那惯行调查汇报》，第1-2号。
- 16.折晓叶，1996：《村庄边界的多元化——经济边界开放与社会边界封闭的冲突与共生》，《中国社会科学》第3期。
- 17.折晓叶，1997：《村庄的再造：一个“超级村庄”的社会变迁》，北京：中国社会科学出版社。
- 18.折晓叶、陈婴婴，1997：《超级村庄的基本特征及“中间”形态》，《社会学研究》第6期。
- 19.施坚雅，1998：《中国农村的市场和社会结构》，史建云、徐秀丽译，北京：中国社会科学出版社。
- 20.田毅鹏、张红阳，2020：《村落转型再生进程中“乡村性”的发现与重写——以浙西M村为中心》，《学术界》第7期。
- 21.文军、吴越菲，2017：《流失“村民”的村落：传统村落的转型及其乡村性反思——基于15个典型村落的经验研究》，《社会学研究》第4期。
- 22.吴毅，2002：《村治变迁中的权威与秩序》，北京：中国社会科学出版社。

- 23.徐勇, 2006: 《现代国家的建构与村民自治的成长——对中国村民自治发生与发展的一种阐释》, 《学习与探索》第6期。
- 24.张磊, 2015: 《“新常态”下城市更新治理模式比较与转型路径》, 《城市发展研究》第12期。
- 25.赵泉民、井世洁, 2016: 《合作经济组织嵌入与村庄治理结构重构——村社共治中合作社“有限主导型”治理模式剖析》, 《贵州社会科学》第7期。
- 26.Kayat, K. 2008, “Stakeholders Perspectives toward a Community Based Rural Tourism Development”, *European Journal of Tourism Research*, 1(2):94-111.
- 27.Skocpol, Theda.1979, *State and Social Revolutions: A Comparative Analysis of France, Russia, and China*, Cambridge: Cambridge University Press.

(作者单位: 西北农林科技大学人文社会发展学院;
陕西省乡村治理与社会建设协同创新研究中心)
(责任编辑: 小 秦)

The Formation of Village Market Community and the Governance Transformation of Rural Community: An Analysis Based on the Investigation of Yuanjia Village in Shaanxi Province

GUO Zhanfeng LI Yixing ZHANG Sen HUANG Minjie

Abstract: In the context of rural revitalization, rural tourism has become an important way to promote village development and governance transformation. Based on a long-term follow-up investigation survey of Yuanjia Village in Shaanxi Province, this article finds that the rapid development of rural tourism in Yuanjia Village has formed a large-scale rural tourism market system beyond the village scope, which has profoundly changed the social and economic structure of the village and greatly strengthened the connection between the village and the outside world. To a certain extent, this modifies the community attributes of Yuanjia Village originally characterized by traditional agriculture. Profound changes have taken place in the village's group member structure, social relations pattern, social interaction behavior, shared value identification, and benefit distribution principles, thus leading to the formation of village market community. It is precisely the changes in the community attributes and the complex and changeable market operation logic that lead to the transition of governance basis, which makes the governance of such communities in Yuanjia shift from focusing on "internal social order" to "internal and external social order + market order", and constantly innovates governance mechanism to deal with new conflicts of interest, so as to ensure the sustainable development of tourism in Yuanjia Village. The article takes Yuanjia Village as a typical case for in-depth analysis, which can not only provide experience and reference for the governance of tourism villages, but also contribute some thinking to the current research on rural social governance.

Keywords: Rural Revitalization; Tourism Village; Market Community; Village Governance Transformation