

重庆市乡村空间商品化格局特征、 驱动机制及发展模式

苏康传¹ 杨庆媛² 吴江¹ 周璐璐² 陈鸿基² 刘燕^{2, 31}

(1. 西南大学国家治理学院, 中国 重庆 400715;

2. 西南大学地理科学学院, 中国 重庆 400715;

3. 重庆市规划和自然资源调查监测院, 中国 重庆 401120)

【摘要】: 乡村空间商品化是乡村空间转型与重构的重要方式之一, 对于实现乡村振兴和农业农村现代化具有重要意义。文章采用 POI 等多源数据, 综合运用核密度估计法、Moran's I 指数分析重庆市乡村空间商品化格局及空间集聚特征。研究表明: (1) 重庆市乡村空间商品化主要包括地理标志农产品、乡村民宿、农家乐、乡村电商及地票等 5 种类型, 在主城都市区外围形成 1 个高密度半环、渝东北三峡库区城镇群形成 1 个以云阳、巫溪、巫山及奉节为主的次高密度环状区域, 渝东南武陵山区城镇群以武隆和石柱为中心形成 2 个高密度区域。(2) 从全局空间关联上看, 重庆市乡村空间商品化具有正向空间自相关性, 均存在明显的空间异质性特征; 从局部空间关联上看, 重庆市乡村空间商品化正相关集聚效应显著, 高一高集聚区县分布在渝东北三峡库区城镇群, 低—低集聚分布于主城都市区北部, 高一低集聚位于铜梁。(3) 重庆市乡村空间商品化的发展在乡村内生发展需求及外部环境刺激下, 进行乡村物质空间和非物质空间的生产, 在“消费乡村”的推动和不同自然、社会经济条件影响下形成了不同的乡村空间商品化集聚形态。文章提出未来重庆市乡村空间商品化发展模式主要有“互联网+农产品”“民宿/农家乐+乡村旅游”“土地要素市场化+乡村产业”田园综合体模式及其空间指引方案。

【关键词】: 乡村空间商品化 地理标志农产品 乡村民宿与农家乐 乡村电商 田园综合体 空间指引 乡村振兴战略

【中图分类号】: F713.582 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 1000-8462 (2022) 07-0167-11

乡村空间商品化是乡村空间转型与重构的重要方式之一^[1,2]。从工业文明向生态文明转型过程中, 乡村的概念及意象不断发生变化, 其功能也由单一化向多样化转变, 由早期的农业及其生产活动为主向现阶段的农业生产、景观再造、乡村旅游空间生产

作者简介: 苏康传 (1986—), 男, 云南宣威人, 博士, 讲师, 研究方向为国土资源与区域发展。E-mail: sukangchuan@163.com; 杨庆媛 (1966—), 女, 云南腾冲人, 博士, 教授, 博士生导师, 研究方向为国土资源与区域发展、土地经济与政策、土地利用与国土空间规划。E-mail: yizyang@swu.edu.cn

基金项目: 重庆市社会科学规划项目 (2021NDYB084); 中国博士后科学基金项目 (2022M712620); 中央高校基本科研业务费专项资金 (SWU2109308); 国家自然科学基金项目 (42071234); 西南大学创新研究 2035 先导计划 (SWUPilotPlan031); 重庆市社会科学规划博士项目 (2020BS44)

等乡村空间商品化发展道路为主转变^[3,4]。自从 2015 年“欧洲研究委员会‘全球农村’项目中国中心”(China Center for European Research Council GLOBAL-RURAL Project) 的实施^[5]、2020 年首届世界乡村复兴大会(World Rural Revitalization Conference, WRRRC) 的举办^[6]，“全球乡村计划(Global Rural Plan)”^[7]、“振兴世界乡村”^[8]等概念的提出并力求解决全球乡村衰落及乡村可持续发展等问题以来，该主题逐渐成为乡村地理学关注的前沿热点问题之一。

随着城市化、工业化的持续推进，中国东部沿海地区出现了逆城市化现象，乡村从传统落后的地方演变为城市居民旅游休闲的空间^[9]。在乡村振兴战略及相关政策的推动下，城市人口、资金、信息等持续向乡村流动，农户非农生计需求不断增加，在“外源—内生”驱动机制作用下，乡村的物质资源(如土地、农产品、民宿住宅、自然景观、人文景观、新鲜空气等)和非物质资源(如乡村性、乡村印象、探险体验、乡村文化等)逐渐成为“商品”被消费，在此过程中，消费乡村和乡村空间商品化现象开始形成和发展^[10,11]。然而，受地域差异性的影响，乡村商品化呈现出差异化的格局特征与发展路径。为此，在乡村振兴战略实施背景下，亟需加强对不同区域内乡村空间商品化研究，分析其格局特征及驱动机制，揭示其发展规律，提出切实可行的发展模式。

国外对乡村空间商品化的研究贯穿于乡村发展理论探索过程中，即从二战结束后社会各界注重乡村空间粮食生产这一主导功能而形成的“生产主义”理论^[12]，到后期为解决粮食生产过剩问题和居民对乡村休闲等需求增加而形成的“后生产主义”理论^[13]，再到缓和二者矛盾所形成的“多功能乡村”理论，不同社会经济发展阶段产生了不同的乡村空间发展理论。另外，国外对乡村空间商品化研究往往与乡村性^[14]、消费乡村^[11]、乡村绅士化^[15]等研究相联系。国内关于乡村空间商品化的研究刚起步，研究内容集中于对国外乡村空间商品化理论梳理及对中国的启示^[16,17]，对发达地区典型农村^[18]、城乡接合部^[4,9]、旅游地等乡村空间商品化^[1]，地理标志农产品商品化^[19,20]，乡村空间商品化对乡村重构的影响^[21]等进行实证研究，以及乡村空间商品化所带来的创造性破坏^[22,23,24]、地方身份转化^[25]等负面效应研究；研究尺度集中于省级尺度^[2]和村域尺度^[18,24]；研究方法主要包括行动者网络理论模型^[26]、核密度估计^[19]及标准差椭圆^[2]等空间分析法、综合指数法^[4]、案例分析法^[24]等；研究数据来源主要有新浪微博、携程、大众点评等各类博客以及旅游点评网络平台等^[18]、全国农产品地理标志查询系统^[20]、农业信息网^[19]及相关部门等。分析当前文献成果发现，国外关于“乡村空间商品化”的研究是在对乡村“生产主义”“后生产主义”“多功能乡村”研究的基础上形成的，相关成果主要对其发生机理、对乡村空间转型与重构的影响及利弊进行了研究，国内研究主要是对国外相关理论的介绍和对中国省级尺度、村域尺度某一类型乡村空间商品化进行实证研究，然而以县域为单元开展不同类型乡村空间商品化格局特征及发展模式的研究成果较为鲜见。

基于以上分析，本文以重庆市为研究区，运用核密度估计、空间自相关分析等方法，从地理标志农产品、乡村民宿、农家乐、乡村电商、重庆地票等主要表征类型对乡村空间商品化格局特征、驱动机制、发展模式及其空间指引展开研究，以期为重庆市乡村振兴及社会经济发展提供理论参考和借鉴。

1 乡村空间商品化的内涵与外延

地理学中关于“空间”概念的界定是复杂和多维的，哈特向在《地理学的性质》中指出：“地理学家的任务就是用空间来描述和分析现象的相互作用和加以综合”^[30]，而该观点则起源于康德空间哲学中的空间“容器”观点^[31,32]。乡村空间包括物质空间和非物质空间，物质空间主要包括地形、土壤、气候等地理要素及人口要素，还包括乡村的空间结构、形态、功能等方面，同时，还包括由此形成的社会关系空间，是社会经济等各种活动在乡村地域上的投影^[33]。Halfacree 认为乡村空间由乡村表征(representations of the rural)、乡村区位(rural locality)和乡村生活(lives of the rural)三要素构成^[34]。

Michael John Woods 认为乡村空间商品化的内涵是指通过旅游活动、非农人员的房地产投资、乡村各类产品销售、利用乡村印象推销农产品及其他商品等方式来达到“销售”乡村资源的目的^[11]。乡村空间商品化包括对乡村地区农产品、服务、土地、住宅、景观、民俗文化及乡村性等的消费过程及在此过程中形成的乡村集市、交易平台等空间实体^[24]。基于国内外学者关于乡村空间商品化的阐释，本文认为乡村空间商品化的内涵是指，在乡村地区通过市场行为，将乡村空间中的物质要素、非物质要素、乡村相关服务、乡村空间本身等作为“商品”来进行交易，以此来达到“销售”乡村资源的目的并促进乡村社会经济发展的动

态过程。其外延包括由乡村文化、乡村印象等所形成的“乡村性”的商品化,乡村空间体验的商品化,如乡村景观、静谧的环境、新鲜的空气等,还包括由各类商品化对象及其所形成的乡村集市、商店、电商服务平台等构成的空间实体。主要包括农产品类乡村空间商品化(普通农产品、地理标志农产品、农产品批发市场等)、土地要素类乡村空间商品化(土地流转、集体经营性建设用地入市、重庆地票、集地券等)、乡村旅游类空间商品化(民宿、农家乐等)、电商集市类乡村空间商品化(乡村电商、淘宝镇、淘宝村、乡村集市、商店等)等类型。根据重庆市乡村空间商品化主导类型及数据可获取性,本文选取地理标志农产品、民宿及农家乐、物流速递、重庆地票分别表征重庆市乡村空间商品化的相应类型并展开研究。

2 研究区概况、数据来源与方法

2.1 研究区概况

重庆市位于中国西南部、长江上游,面积 $8.24 \times 10^4 \text{ km}^2$,辖38个区(县),838个镇街、190个乡,总体上形成“一区两群”城镇空间格局,一区即“主城都市区”,两群即“渝东北三峡库区城镇群”和“渝东南武陵山区城镇群”(图1)。选择重庆市作为乡村空间商品化研究区域的理由如下:一是重庆市是集大城市、大农村、大山区、大库区于一体的直辖市,社会经济发展区域差异显著,另外,2007年被批准为全国统筹城乡综合配套改革试验区,2019年被批准为国家城乡融合发展试验区,对城市和农村的发展做出了大量创新性探索,特别是农村土地制度改革,形成了全国首创的“重庆地票”,是乡村空间商品化中土地要素类的典型代表。二是乡村新产业新业态发展类型多样,主要包括乡村旅游民宿、农家乐、田园综合体等,其中,“巴渝民宿”是乡村空间商品化中乡村旅游类的典型代表之一。三是重庆市地形地貌类型复杂多样,主城都市区以低山丘陵为主,渝东北三峡库区城镇群和渝东南武陵山区城镇群以山地为主,能较好地代表不同地貌区乡村社会经济发展状况。

2.2 数据来源及处理

本文所需数据包含基础地理数据和乡村空间商品化表征类型数据:基础地理数据来源于重庆市规划和自然资源调查监测院。乡村空间商品化表征类型数据包含乡村民宿、农家乐、乡村电商、重庆地票、地理标志农产品数据,其中,乡村民宿、农家乐及乡村电商数据点通过高德地图网站提供的API(Application Programming Interface)获取相关地理要素点的名称、类别、地址、行政区、经纬度等信息数据,为保证数据的精确性,将部分样本与实地调研及遥感影像数据进行对比,最终获得相应的POI(Point of Interest)数据;地理标志农产品数据来自全国农产品地理标志查询系统;重庆地票复垦点数据来源于重庆农村土地交易所;行政区划数据来源于重庆市规划和自然资源调查监测院。

乡村民宿、农家乐及乡村电商POI数据于2021年12月通过多线程高德地图POI数据爬取工具“POIKit”爬取获得,并将矢量数据进行空间投影转换及坐标纠偏后与重庆市中心城区范围进行叠加,剔除位于中心城区范围内的数据,只留下乡村范围内的数据点。地理标志农产品数据来自全国农产品地理标志查询系统(<http://www.anluyun.com/>)。通过该网站选取重庆市范围,将所有地理标志农产品数据信息包括产品名称、产地、产品编号、证书持有者、登记年份、主要产地等进行整理。地票复垦数据来源于重庆农村土地交易所,包括2008—2018年所有地票复垦项目,并将其图斑转为点要素,与行政区进行叠加,得到涵盖重庆市38个行政单元、时间跨度11年的地票复垦点数据。

2.3 研究方法

2.3.1 核密度估计

核密度估计(Kernel Density Estimation)主要根据待估计要素与样本要素之间的距离进行概率密度值估计,利用数据样本本身的空间属性研究空间分布特征,能较好地反映乡村空间商品化分布的集聚程度和距离衰减效应^[27]。计算公式为:

$$f(x) = \frac{1}{nh} \sum_{i=1}^n K \frac{x - x_i}{h} \quad (1)$$

式中： $f(x)$ 为空间位置 x 处的核密度函数； h 为分析范围阈值，即搜索半径； K 为默认的空间权重核函数； $x-x_i$ 表示估值点到输出格网处的距离。本文采用 ArcGIS 中的核密度分析模块对重庆市不同乡村空间商品化要素进行核密度分析。

2.3.2 空间自相关分析

Moran's I 指数又称为空间相关指数，根据要素位置和要素属性值进行度量，空间自相关包括全局空间自相关和局部空间自相关^[28,29]。全局莫兰指数 (Global Moran's I) 从区域整体上测度某一要素的空间集聚程度，局部莫兰指数 (Local Moran's I) 分析本地区与邻近地区的空间集聚特征，揭示类型属性值的高值和低值的空间分布位置。

3 重庆市乡村空间商品化格局特征

3.1 总体分布特征

重庆市地理标志农产品、乡村民宿、农家乐、物流速递、重庆地票等主要乡村空间商品化类型空间分布格局如图 1 所示。截至 2021 年 12 月，重庆市地理标志农产品共计 70 项，以镇（街道/乡）为单位进行统计共有 1210 个主产地，主城区市区 408 个，占比为 33.72%，渝东北三峡库区城镇群 548 个，占比为 45.29%，渝东南武陵山区城镇群 254 个，占比为 20.99%，涉及粮食、蔬菜、水果、畜禽、水产、中药、茶叶、坚果等农产品。乡村民宿点共 827 个，主要分布在主城区市区及武隆、石柱及奉节等旅游资源较为丰富的区县，主城区市区 376 个，占比为 45.47%，渝东北三峡库区城镇群 156 个，占比为 18.86%，渝东南武陵山区城镇群 295 个，占比为 35.67%。农家乐要素点共 2181 个，分布格局与民宿具有相似性，但分布范围更广、更均衡，主城区市区 960 个，占比为 44.02%，渝东北三峡库区城镇群 653 个，占比为 29.94%，渝东南武陵山区城镇群 568 个，占比为 26.04%。物流速递要素点共 2432 个，主要分布在主城区市区及渝东北三峡库区城镇群，主城区市区 1265 个，占比为 52.01%，渝东北三峡库区城镇群 866 个，占比为 35.61%，渝东南武陵山区城镇群 301 个，占比为 12.38%。截至 2018 年底，重庆地票复垦点共 335544 个，主城区市区、渝东北三峡库区城镇群及渝东南武陵山区城镇群分别为 102059 个、170931 个及 62554 个，为保证与其他类型数据的协调性，采用 ArcGIS 中的 Subset Features 工具进行等比例抽稀，抽取 1% 的点数据进行空间分析。抽取后重庆地票复垦点共 3355 个，主要分布于主城周边区域及渝东北地区，主城区市区 1060 个，占比为 31.60%，渝东北三峡库区城镇群 1696 个，占比为 50.55%，渝东南武陵山区城镇群 599 个，占比为 17.85%。

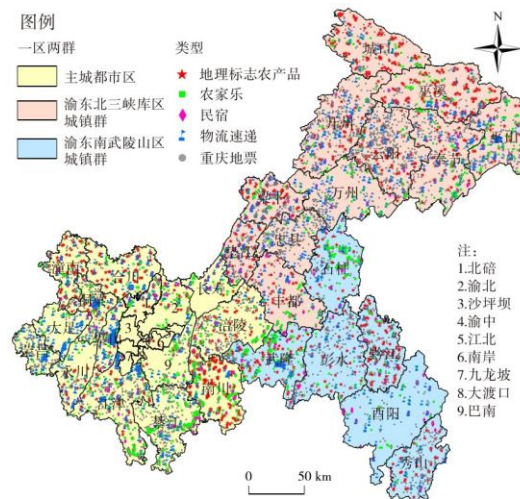


图1 重庆市各类乡村空间商品化分布图

3.2 核密度估计

运用 ArcGIS 中的 Kernel Density 分析模块，对重庆市不同乡村空间商品化类型的空间格局进行分析，可得到 5 类要乡村空间商品化总体格局特征（图2）。

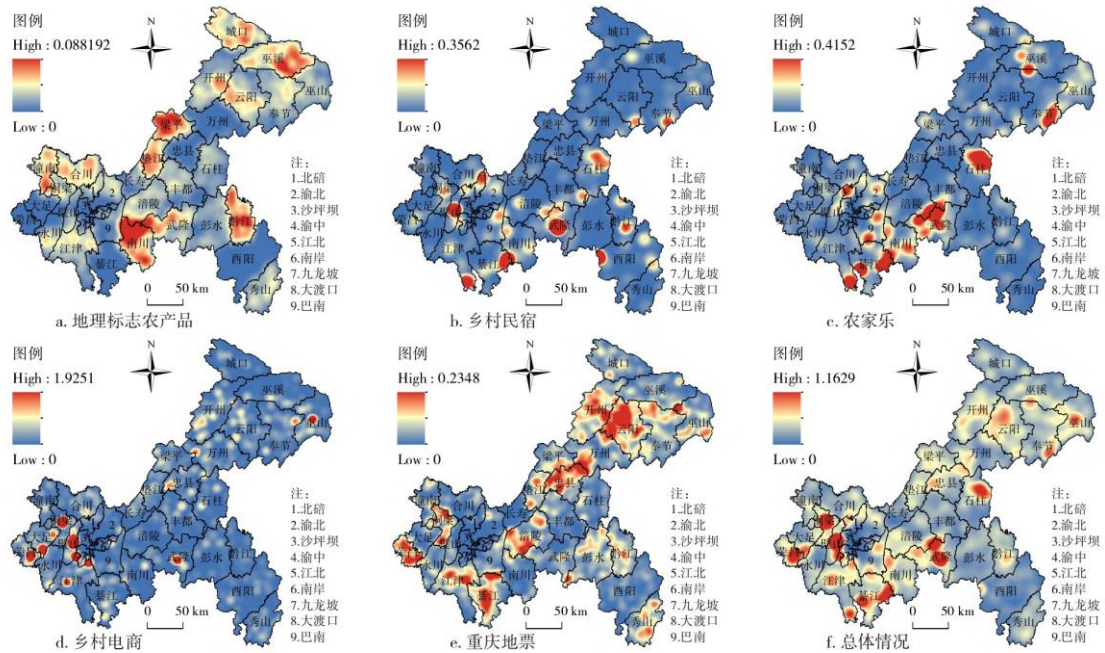


图2 重庆市乡村空间商品化核密度图

①地理标志农产品。在主城都市区形成 1 个高密度区，位于南川，4 个次低密度区，其中 2 个位于合川、2 个位于潼南，低密度区主要分布在江津、永川、北碚及渝北；渝东北三峡库区城镇群形成 4 个高密度区，分别位于城口、巫溪、梁平及垫江，其他区县为低密度区；渝东南武陵山区城镇群形成 2 个高密度区，分别位于武隆和黔江，其他区县为低密度区。

②乡村民宿。在主城都市区形成 1 个高密度环，从北碚、合川、铜梁、璧山、江津、綦江、南川、巴南到涪陵等区县形成环状区域；渝东南武陵山区城镇群形成 4 个高密度区，分别位于武隆、石柱、黔江和酉阳；渝东北三峡库区城镇群形成 3 个高密度区，分别位于丰都、云阳及奉节，在巫山和巫溪形成 2 个次高密度区；低密度区分布散而广。从各个高密度区的分布特征来看，乡村民宿与旅游景区具有较强的依附关系，如江津区四面山、南川区金佛山国家 5A 级旅游景区，武隆区仙女山、天生三桥和芙蓉洞等各大旅游景区周围均是民宿分布的高密度区。

③农家乐。与乡村民宿的空间分布格局具有一定的相似性，但总体数量更多，分布也更为广泛。在主城都市区的中心城区周围形成 1 个高密度环，主要包括北碚、璧山、渝北及巴南，其余则在江津南部、綦江中部、南川中部和涪陵东南部形成 5 个高密度区，与所在区域的旅游景区分布相吻合；渝东北三峡库区城镇群则在奉节、巫溪、丰都南部形成 3 个高密度区，其余区域零散分布着多个低密度区；渝东南武陵山区城镇群则在武隆和石柱形成 2 个高密度区，这两个区域是重庆市的避暑胜地和旅游胜地，易形成农家乐聚集区，其他区域则为零散的低密度区。

④乡村电商。本文中乡村电商空间商品化格局采用物流速递点进行表征，除中心城区外，其他区县均有大量物流速递点分布，且较为零散。主城都市区在西部区域形成8个高密度区，主要分布于璧山、江津、铜梁、大足、荣昌，其他区域为低密度区；渝东北三峡库区城镇群则在巫山形成1个高密度区，在忠县、万州、开州及云阳形成4个次高密度区，其余零散分布着多个低密度区；渝东南武陵山区城镇群则在武隆区形成1个高密度区，其他区域为零散的低密度区。

⑤重庆地票。地票复垦点主要分布在中心城区以外的大部分区域，形成1个“中空外密”的高密度环，高密度区主要分布于潼南、铜梁、荣昌、江津、綦江和涪陵，次高密度区域主要为渝北、合川、大足、永川、巴南及南川；渝东北三峡库区城镇群是地票复垦点分布最广、密度最高的区域，其中，巫山、奉节、云阳、开州、万州、梁平、忠县及垫江为高密度区，城口、巫溪及丰都均为次高密度区域；渝东南武陵山区城镇群分布相对较少，其中，武隆、彭水、黔江及秀山为高密度区，石柱、酉阳为低密度区。

⑥总体格局。在主城都市区的中心城区外围形成1个高密度半环区域，其他区域多为低密度区；渝东北三峡库区城镇群形成以云阳、巫溪、巫山及奉节为主的次高密度环状区域，其他区域为低密度区；渝东南武陵山区城镇群仅形成2个高密度区，位于武隆和石柱，次高密度区位于黔江，其他区域为低密度区。

3.3 空间相关性分析

①全局 Moran' sI 分析。重庆市不同类型乡村空间商品化全局 Moran' sI 均大于 0，表明具有正向空间自相关性，除地理标志农产品 Z 值小于 1.96, P 值大于 0.05 外，其他类型显著性水平均较高且通过检验，表明重庆市各类乡村空间商品化在空间上存在空间自相关性。地理标志农产品未通过显著性检验，但仍具有一定的空间自相关性，除主城区全域城镇化区域及涉农区县中荣昌、大足、綦江、酉阳、忠县及万州大部分地区没有地理标志农产品分布外，其他区域均分布着不同类型的地理标志农产品，呈现出均质性的正向空间自相关。农家乐空间自相关指数略高于乡村民宿，二者具有相似的空间分布特征，由于数量多且分布广，均衡性更强。乡村电商空间自相关性较强，高值区和低值区在空间上分布明显，集聚于主城都市区周围，渝东北三峡库区城镇群次之，渝东南武陵山区城镇群最低。重庆地票是所有类型中空间自相关性最强的一类，存在明显的空间异质性，“两群地区”和“一区外围地区”是地票复垦点的主要分布区域，主城都市区的中心城区为地票的主要落地区域。

②局部 Moran' sI 分析。通过局部空间自相关分析，揭示重庆市各区县不同类型乡村空间商品化要素点的空间集聚效应，以此反映乡村空间商品化的发展程度。LISA 集聚包括 4 种类型，高一高集聚、低一低集聚、低一高集聚和高一低集聚，其中高一高集聚和低一低集聚属于具有均质性的正向空间自相关；低一高集聚和高一低集聚属于异质性的负向空间自相关，通过分析得出重庆市乡村空间商品化集聚特征（图 3）。

高一高集聚分布于巫溪和奉节，均通过显著性检验，其 p 值均为 0.05，显著性较弱。低一低集聚分布于渝北、长寿和荣昌，其中，渝北 p 值为 0.01，显著性较强，长寿和荣昌 p 值均为 0.05，显著性较弱。高一低集聚位于铜梁，其 p 值为 0.05，显著性较弱。以万州为中心的渝东北三峡库区城镇群是重庆市“大农村”的典型代表区域，该区域除乡村民宿分布相对较少外，其他乡村空间商品化类型分布均较广，也是地票生产的重要贡献区域，从而在巫溪和奉节呈现出高一高集聚特征。渝北、长寿和荣昌处于主城都市区的东西部，均为城镇化较高的区域，除乡村民宿和农家乐分别形成一个高密度区和次高密度区外，其他乡村空间商品化类型分布均较少，周边的北碚和巴南等乡村空间商品化类型分布较少，因靠近中心城区，缺乏大型旅游景区，也非地票重点生产区，大量乡村商服功能被城镇商服功能所替代，从而在空间上形成低一低集聚区域。铜梁为高一低集聚区，位于成渝地区双城经济圈中轴线上，是渝西地区的几何中心、“桥头堡”城市及乡村空间商品化的发展极，形成自身乡村空间商品化程度高而周边相对低的集聚特征。

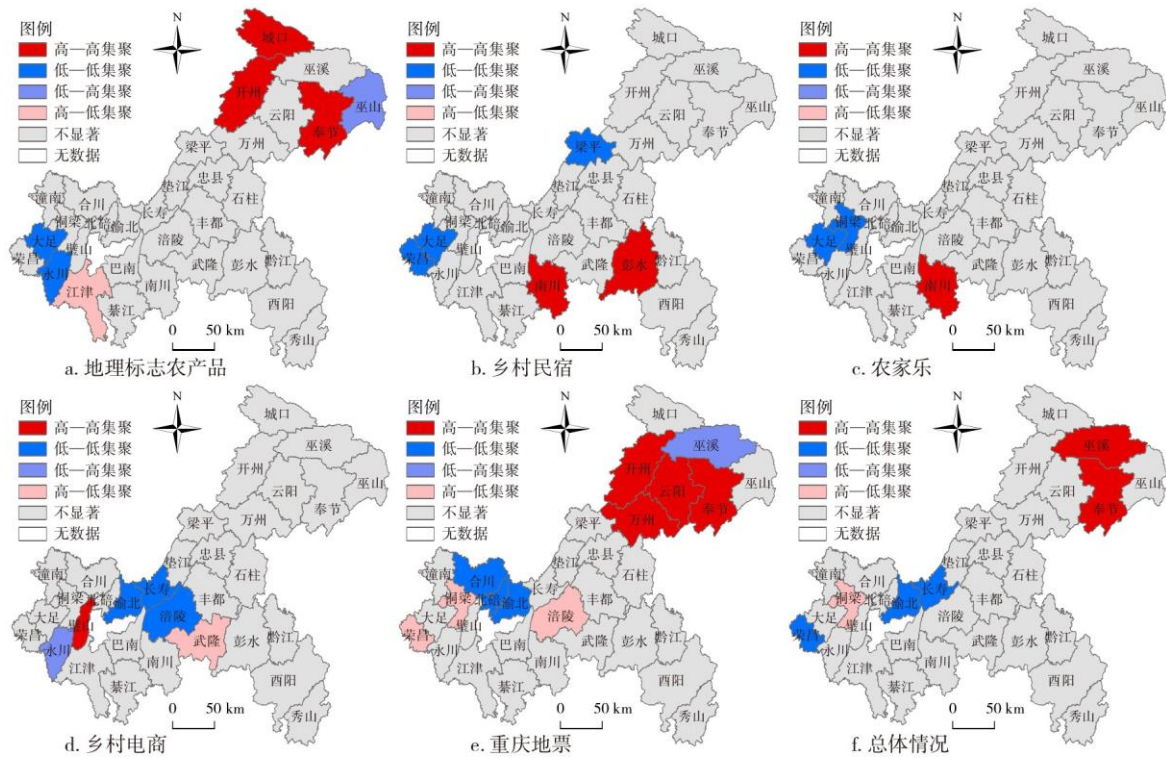


图3 重庆市乡村空间商品化LISA集聚图

4 重庆市乡村空间商品化集聚驱动机制分析

乡村空间商品化的发展和演化受乡村内外部因素的共同影响和驱动^[36]。根据“内因和外因辩证关系原理，即内因是事物变化的根据，外因是事物变化的条件，外因通过内因起作用”，可以更好地解释各类因素如何驱动乡村空间商品化集聚发展。由于乡村内生发展需求及外部环境刺激，促进了乡村物质空间和非物质空间的生产，同时在消费乡村的推动下，促使乡村空间商品化不断发展，并在不同的社会经济发展条件、自然资源本底条件等影响下，形成了乡村空间商品化在空间上的高一高、低一低、低一高及高一低集聚形态。

从外部驱动因素来看，在全球化、工业化、城市化及信息化的推动下，中国社会经济进入转型发展期，并提出了乡村振兴战略，伴随着资本下乡、“互联网+”及电商平台发展等，诸多乡村外部环境演变为乡村空间商品化的内部因素发展提供了必要的条件。乡村内部环境则体现在乡村对产业兴旺的内在发展需求增强，农户生计非农化转变，乡村交通、通信等基础设施不断完善，推动了“乡村空间生产”实践。乡村消费需求的持续增加促进乡村空间商品化的快速发展，在乡村自然本底条件和社会经济条件分异的影响下，形成了不同的空间自相关集聚形态。重庆市乡村空间商品化集聚现象，除受上述具有普遍性的内外部因素的驱动外，还受区域自然资源禀赋、社会经济发展差异的影响。其中，地理标志农产品主要受区域自然地理因素、农作制度等的影响；乡村民宿及农家乐主要受城市辐射及旅游景区依附等的驱动；乡村电商分布较为广泛，高密度区集中于重庆中心城区西部，与离中心城区距离较近、交通便利等密切相关；重庆地票分布较为广泛，受重庆地票制度及相关土地利用政策的影响，最为集中的区域为渝东北三峡库区城镇群，受区域人口往主城区迁移、农村宅基地闲置低效利用与城市建设用地缺口大等因素驱动（图4）。

5 重庆市乡村空间商品化发展模式及其空间指引

5.1 重庆市乡村空间商品化发展模式

通过对重庆市乡村空间商品化格局特征的分析发现，不同类型的乡村空间商品化在空间上呈现出不同的分布格局和集聚特征，在未来乡村振兴过程中，开展乡村空间商品化规划及相关工作时，应充分考虑其现状空间格局特征，因地制宜、分门别类地提出乡村空间商品化发展模式和路径。本文在上述乡村空间商品化格局特征、驱动机制分析的基础上，结合资本下乡、乡村多功能发展、农村产业+互联网、乡村要素市场化等诸多乡村振兴政策及要求，提出未来乡村空间商品化发展模式（图5）。

5.1.1 “互联网+农产品”模式

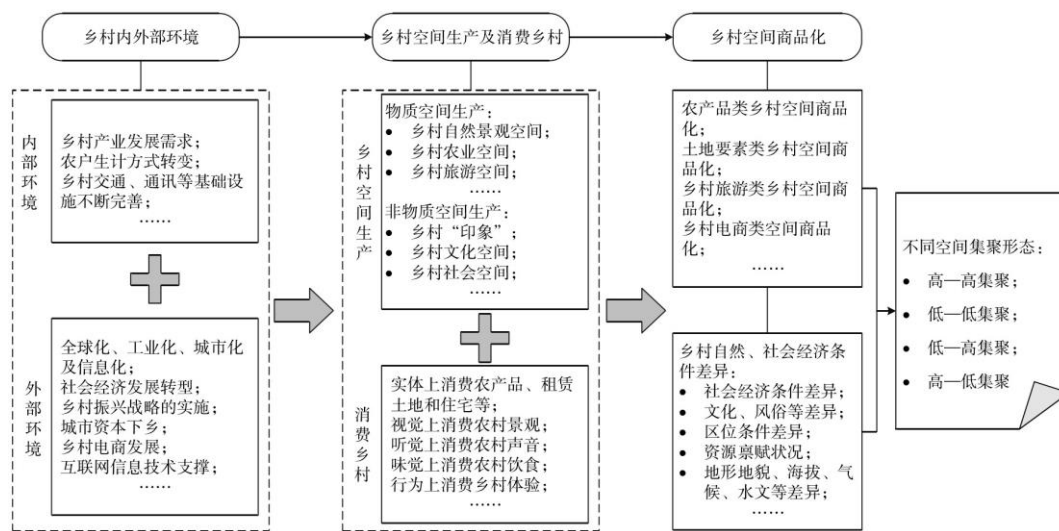


图4 重庆市乡村空间商品化不同集聚形态驱动机制

“互联网+农产品”模式，是指将互联网技术、物流平台运用到传统农业中，实现农产品生产、加工、营销、仓储、物流，最后到达消费者手中的农业全产业链，以此达到把产业链主体留在区县内，让农民更多地分享产业增值收益的一种方式。该模式运用互联网、物联网、大数据、云技术等实现乡城之间生产与消费的有效衔接，将乡村农业产业资源转变为农产品收益，从而促进以农产品为表征的乡村空间商品化，具体操作方式包括可视化农业+农产品、微商+农产品、电商+农产品、直播+农产品、展销+订单农产品等。①可视化农业+农产品，利用互联网、物联网等技术，将现实农产品生产与可视化网络相结合，消费者可实时观看农作物生产过程，提高对农产品质量的信任度，形成农产品“产供展销”一体化平台。②微商+农产品，以微信为平台，通过朋友圈发布农产品生产过程图文、视频等信息，让消费者了解农产品的真实信息，促进销售。③电商+农产品，当前普及率和利用率最高的销售平台，包括淘宝、天猫、京东、淘菜菜、永辉生活、美团优选等App，通过平台推广销售农产品，实现产销一体化，可促进乡村空间商品化。④直播+农产品，通过抖音、快手等平台，采用现场直播的形式展示农产品品质，消费者通过“购物车”提交订单，发挥线上和线下优势来推广农产品。⑤展销+订单农产品，通过邀请全国各农产品主产区的政府、专家学者、龙头企业、大宗批发商平台、专业连锁店、电商社群、大型商超等共同举办农业展览会、农产品展销会，实现农产品的大宗销售。重庆市地理标志农产品可通过上述“互联网+农产品”的各项具体模式开展产供销工作，从而促进该要素类型所表征的乡村空间商品化。

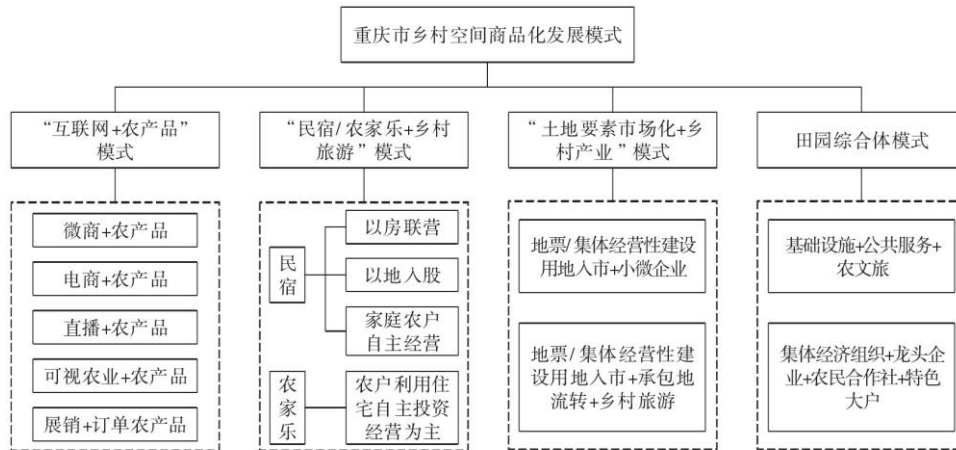


图5 重庆市乡村空间商品化发展模式

5.1.2 “民宿/农家乐+乡村旅游”模式

乡村旅游是乡村空间商品化的典型表征类型之一，其形式多样，涉及主体及要素较为复杂，但总体遵循“资本下乡—乡村空间生产—乡村空间商品化—消费乡村”的逻辑主线，其中民宿和农家乐是乡村旅游的重要组成部分。该模式主要通过企业和农户投资建设民宿或农家乐，结合当地自然及文化特色资源，为游客提供休闲观光、农事体验、农产品销售、乡村美食等活动，带动乡村产业发展、增加农民收入，促进乡村空间商品化发展。重庆市农家乐多为利用农户住宅进行自主投资和经营，而乡村旅游民宿则包括“以地入股”模式、“以房联营”模式和家庭农户自主经营模式三类。“以地入股”模式，一般是企业出资，农户提供宅基地，确定双方股份比例，实行保底分红；“以房联营”模式，一般是企业通过对农户住房进行改造，按照统一标准和规范共同经营、管理和维护，企业按市场比例收取农户的联营利润；家庭农户自主经营模式，主要针对较为偏远的村庄，通过成立民宿合作社，农户自主建设或改造住宅，根据村规民约确定相关接待标准，按照自负盈亏的方式运营。重庆市各区县需根据乡村旅游资源禀赋程度，对于可以引进企业的村庄，可采用“以地入股”“以房联营”模式，对于规模较小、暂无条件引进企业的村庄，可采取家庭农户自主经营模式。

5.1.3 “土地要素市场化+乡村产业”模式

土地是乡村空间商品化发展的载体，对乡村产业兴旺、促进农民增收具有重要作用。重庆地处西南欠发达地区，农村人口外流导致大量宅基地、承包地闲置低效利用，通过探索“土地要素市场化+乡村产业”模式，可以促进农村土地有效利用，通过产业振兴促进乡村空间商品化发展。重庆市农村土地市场化方式主要有地票、集体经营性建设用地入市、承包地流转等，为促进乡村发展，在保障村民居住的基础上，满足产业用地需求，具体通过“地票/集体经营性建设用地入市+小微企业”“地票/集体经营性建设用地入市+承包地流转+乡村旅游”等方式促进该类要素表征的乡村空间商品化发展。

5.1.4 田园综合体模式

2017年中央“一号文件”首次提出“田园综合体”概念，通过农村全域治理、三产融合开发、农文旅有机结合，实现农民增收的农村现代化综合体。重庆市具有诸多特色产业和独特的民俗文化，在推进田园综合体模式中具有自身优势，其中特色产业包括柑橘、榨菜、生态渔业、草食牲畜、中药材、茶叶、调味品等，民俗文化包括巫巴文化、抗战文化及在重庆世代演绎形成的川剧、舞龙、曲艺、杂技、油画及农民版画、川江号子、民间吹打、龙灯、花灯等民俗演艺，在这些产业和文化资源较丰富的村镇，通过政、企、农、科、金五维联动，探索形成“基础设施+公共服务+农文旅”“集体经济组织+龙头企业+农民专业合作社+特色

大户”等具体方式，促进乡村三产深度融合，助推乡村空间商品化发展。

5.2 重庆市乡村空间商品化发展模式空间指引

在重庆市乡村空间商品化格局特征分析及模式设计的基础上，结合重庆市“两点”（西部大开发的重要战略支点、“一带一路”和长江经济带的联结点）定位和“两地”（内陆开放高地、山清水秀美丽之地）、“两高”（高质量发展、高品质生活）战略目标，成渝地区双城经济圈建设契机，提出乡村空间商品化模式空间指引方案。

①“互联网+农产品”模式空间指引。该模式以农产品为主体，以“互联网+”为媒介，二者结合促进乡村产业发展。适合在主城区中的南川、铜梁、潼南及合川，渝东北的梁平、垫江、开州、云阳、城口及巫溪，渝东南的黔江及武隆等地理标志农产品较为集中的区县推广。

②“民宿/农家乐+乡村旅游”模式空间指引。该模式主要以民宿和农家乐为主，具有明显的城市和大型景区依附特征，适合在各城区近郊区、景区周围及沿线区域推广。另外，在乡村振兴过程中，应结合乡村自然资源禀赋特征，对旅游资源较为丰富，海拔适宜避暑的乡村地区，大力推广巴渝民宿及农家乐，通过乡村旅游促进乡村社会经济发展。该模式发展的重点区域为主城区的合川、璧山、江津、巴南及綦江，渝东北的城口、巫溪、巫山及奉节，渝东南的石柱、武隆、黔江、彭水及酉阳等区县。

③“土地要素市场化+乡村产业”模式空间指引。重庆市土地要素市场化方式主要包括地票、集体经营性建设用地入市、承包地流转等，分布区域较为广泛，除中心城区全域城镇化区县外均有分布。该模式的空间指引应以乡村产业空间布局相结合，对于乡村工业需重点考虑产业基础较好的区域，如大足区“集经营性建设用地+小微企业（刀具企业）”；对于乡村旅游产业应考虑自然资源及旅游资源禀赋较好的区域，如彭水、酉阳、石柱、城口、巫溪、北碚等区县可实行“地票+承包地流转+巴渝民宿”模式。

④田园综合体模式空间指引。重庆市应充分结合特色产业及民俗文化，构建具有丘陵山地特色的田园综合体，该模式的空间选址应满足“根（农业产业）—魂（民俗文化）—景（自然景观）—核（龙头企业）—体（合作社、农户等）”等基本要求。具体空间指引为，南川油菜—茶叶基地、梁平区梁平柚基地、忠县三峡橘海、永川茶叶基地、潼南柠檬—油菜产业园、石柱莼菜基地、秀山清溪油菜花海、万州甘宁特色蔬菜基地和玫瑰香橙园、涪陵榨菜文化小镇、江津现代农业园、永川黄瓜山休闲基地等，以特色产业为主导构建农文旅融合的田园综合体。

6 结论与政策建议

6.1 结论

基于地理空间分析方法，采用POI等多源数据，对重庆市乡村空间商品化类型、格局特征、驱动机制、发展模式及其空间指引进行研究，得出以下结论：

①重庆市乡村空间商品化类型多样，主要表征类型包括地理标志农产品、乡村民宿、农家乐、乡村电商及地票等5种，总体分布格局为：主城都市区在中心城区外围形成1个高密度半环状区域，渝东北三峡库区城镇群形成1个以云阳、巫溪、巫山及奉节为主的次高密度环状区域，渝东南武陵山区城镇群以武隆和石柱为中心形成2个高密度区域。

②从全局空间关联上看，重庆市乡村空间商品化具有正向空间自相关性，其中，地理标志农产品空间自相关指数最低，空间分布均质性较强，地票空间自相关性最高，乡村民宿、农家乐及乡村电商空间自相关指数相差较小，均存在明显的空间异质性特征。

③从局部空间关联上看，重庆市乡村空间商品化正相关集聚效应显著，不同类型要素所表征的乡村空间商品化局部空间关联特征差异显著，总体来看，高一高集聚区县分布在渝东北三峡库区城镇群，该区域地理标志农产品、农家乐、乡村电商及地票分布均较为广泛，乡村空间商品化程度较高；低一低集聚分布于主城都市区东西部，由于部分区县为中心城区，受城市商服功能辐射较强，从而形成低值集聚区；高一低集聚区位于铜梁，其空间关联特征因自身乡村空间商品化要素与相邻区域分布差异显著所致。

④重庆市乡村空间商品化的发展在乡村内生发展需求及外部环境刺激下，进行乡村物质空间和非物质空间的生产，在“消费乡村”的推动和不同自然、社会经济条件影响下形成了不同的乡村空间商品化集聚形态，不同的乡村空间商品化类型其主要驱动力不同，其中地理标志农产品主要受自然地理因素、农作制度的影响，乡村民宿及农家乐主要受城市辐射和景区依附影响，乡村电商主要受区位及交通等影响，重庆地票主要受土地政策影响。

⑤根据重庆市乡村空间商品化格局特征及乡村资源禀赋特征，提出“互联网+农产品”模式、“民宿/农家乐+乡村旅游”模式、“土地要素市场化+乡村产业”模式及田园综合体模式等乡村空间商品化发展模式及其空间指引方案。

6.2 政策建议

重庆市地处长江上游地区，以平坝、丘陵和山地地形为主，拥有丰富的旅游资源、民俗文化等。在实施乡村振兴过程中，应充分结合城市发展定位，开发以山地丘陵为主的乡村旅游资源，如乡村民宿、传统古村落、农家乐等，打造集休闲、避暑、康养、研学等于一体的全要素融合乡村旅游发展格局。针对主城区应充分利用城市辐射优势，加强乡村空间商品化高质量发展，主要满足城市居民对乡村农产品、乡村旅游的需求，如绿色有机农产品的生产、高端民宿的开发等；渝东北三峡库区城镇群应结合库区、山区特点发展绿色生态经济和乡村旅游业等；渝东南武陵山区城镇群应结合山水、民俗特色，发展生态康养、文旅融合产业等。另外，在乡村振兴过程中需在全市范围内加强乡村电商服务平台的建设和运营，促进乡村产业转型发展，解决“小农户、大市场”的矛盾，为乡村经济发展注入活力^[37]。此外，为避免“创造性破坏”“资本主体与民争利”等负面效应的产生，需出台相关政策合理引导乡村空间商品化的发展。

参考文献：

- [1]樊立惠,王鹏飞,王成,等.中国农村空间商品化与乡村重构及其研究展望[J].地理科学,2019,39(2):316-324.
- [2]樊立惠,蔺雪芹,王鹏飞.农村空间商品化的理论基础与实现路径[J].人文地理,2020,35(1):123-131.
- [3]Woods M.Engaging the global countryside:Globalization,hybridity and the reconstitution of rural place[J].Progress in Human Geography,2007,31(4):485-507.
- [4]魏晓,王鹏飞.大城市郊区乡村性的商品化:以北京市怀柔区为例[J].首都师范大学学报:自然科学版,2017,38(6):75-84.
- [5]Rignall K,Atia M.The global rural:Relational geographies of poverty and uneven development[J].Geography Compass,2017,11(7):e12322.
- [6]温铁军.生态文明战略下的乡村振兴:首届世界乡村复兴大会的发言[J].山西农业大学学报:社会科学版,2021,20(1):1-5.

-
- [7]Yang Yuanyuan,Li Yuheng,Long Hualou.Report on the first IGU-AGLE commission conference on global rural development and land capacity building[J].Journal of Geographical Sciences,2018,28(1):124-129.
- [8]Liu Yansui,Li Yuheng.Revitalize the world' s countryside[J].Nature,2017,548:275-277.
- [9]王鹏飞.论北京农村空间的商品化与城乡关系[J].地理学报,2013,68(12):1657-1667.
- [10]Woods M.Rural Geography:Processes Responses and Experiences in Rural Restructuring[M].London:Sage Publications Limited,2005.
- [11]Woods M.Rural[M].London,UK:Routledge,2011.
- [12]Ilbery B,Bowler I.From agricultural productivism to post-productivism[C]//Ilbery B.The geography of rural change.New York:Taylor&Francis.1998.
- [13]Halfacree K H,Boyle P.Migration,Rurality and the Post-Productivist Countryside[C]//Boyle P,Halfacree K H.Migration into Rural Areas:Theories and Issues.Chichester:Wiley,1998:1-20.
- [14]Cloke P.Conceptualizing rurality[C]//Cloke P,Marsden T,Mooney P.Handbook of Rural Studies.London:Sage Publications,2006:18-28.
- [15]Phillips M.Rural gentrification and the processes of class colonisation[J].Journal of Rural Studies,1993,9(2):123-140.
- [16]王瑞璠,王鹏飞.后生产主义下消费农村的理论和实践[J].首都师范大学学报:自然科学版,2017,38(1):91-97.
- [17]张京祥,申明锐,赵晨.乡村复兴:生产主义和后生产主义下的中国乡村转型[J].国际城市规划,2014,29(5):1-7.
- [18]胡晓亮,李红波,张小林,等.发达地区乡村空间商品化的过程与机制解析:以苏州市西巷村为例[J].地理科学进展,2021,40(1):171-182.
- [19]樊立惠,王鹏飞.中国农产品批发市场时空演化与商品化效应[J].经济地理,2019,39(7):175-183.
- [20]樊立惠,王鹏飞,张加华.地理标志农产品时空分布特征及其影响因素[J].世界农业,2020(2):120-127.
- [21]姚娟,马晓冬.后生产主义乡村多元价值空间重构研究:基于无锡马山镇的实证分析[J].人文地理,2019,34(2):135-142.
- [22]郑艳芬,王华.历史城镇旅游商业化的创造性破坏模型:以乌镇为例[J].旅游学刊,2019,34(7):124-136.
- [23]Clare J.A.Mitchell,Sarah B.de Waal.Revisiting the model of creative destruction:St.Jacobs,Ontario,a decade later[J].Journal of Rural Studies,2009,25(1):156-167.

-
- [24]Tonts M,Greive S.Commodification and creative destruction in the Australian rural landscape:The case of Bridgetown,western Australia[J].Geographical Research,2010,40(1):58-70.
- [25]姜辽,苏勤.周庄古镇创造性破坏与地方身份转化[J].地理学报,2013,68(8):1131-1142.
- [26]王鹏飞,王瑞璠.行动者网络理论与农村空间商品化:以北京市麻峪房村乡村旅游为例[J].地理学报,2017,72(8):1408-1418.
- [27]焦利民,李泽慧,许刚,等.武汉市城市空间集聚要素的分布特征与模式[J].地理学报,2017,72(8):1432-1443.
- [28]王文鑫,杨庆媛,苏康传,等.长江经济带开发区及其产业空间格局演变研究[J].长江流域资源与环境,2021,30(3):519-533.
- [29]姜广辉,何新,马雯秋,等.基于空间自相关的农村居民点空间格局演变及其分区[J].农业工程学报,2015,31(13):265-273.
- [30]Hartshorne R.The Nature of Geography:A Critical Survey of Current Thought in the Light of the Past[M].Association of American Geographers,Taylor&Francis,Ltd.,1939.
- [31]Hartshorne R.The concept of geography as a science of space,from Kant and Humboldt to Hettner[J].Annals of the Association of American Geographers,1958,48(2):97-108.
- [32]Harvey D.Explanation in Geography[M].London:Edward Arnold,1973.
- [33]Grimaccia E.Europe 2020 strategy for a smart,inclusive and sustainable growth:A first evaluation[J].Italian Review of Economics,Demography and Statistics,2021,75(1):65-77.
- [34]Halfacree K H.Locality and social representation:Space,discourse and alternative definitions of the rural[J].Journal of Rural Studies,1993,9(1):23-37.
- [35]刘燕,杨庆媛.重庆地票交易时空特征及其与人口流动的耦合态势[J].自然资源学报,2021,36(11):2926-2937.
- [36]王丹,刘祖云.国外乡村空间研究的进展与启示[J].地理科学进展,2019,38(12):1991-2002.
- [37]周浪.另一种“资本下乡”:电商资本嵌入乡村社会的过程与机制[J].中国农村经济,2020(12):35-55.