

农村电子商务普及下淘宝村的发展现状

——基于成都市郫县的案例研究

余发英 高蕊 陈佳钰

(四川农业大学 管理学院, 四川 成都 611134)

[摘要] 作为农村经济与电子商务结合的产物, 在电子商务发展如此迅速的今天, 淘宝村以井喷之势蓬勃发展。成都郫县在优越的地理优势和人才优势下, 产生了西部唯一的两个淘宝村。同时, 在激烈的竞争下, 其发展也正遭受着严峻的挑战。通过对成都郫县淘宝村的发展现状, 探究其发展过程中存在的问题, 以寻求淘宝村未来更好地发展。

[关键词] 淘宝村; 电子商务; 发展现状

[中图分类号] F724.6

[文献标识码] A

伴随着经济的快速发展, 在短短不到几年的时间, 淘宝村便以燎原之势从最初的萌芽状态不断生长, 达到现在的大规模复制。淘宝村的出现, 标志着农村经济的划时代的进步, 同时在解决三农问题上发挥着极大地作用。有效的解决了农村人口就业难、增收难, 农民信息渠道狭窄等问题。并鼓励农民自主创业, 提高农民生活收入, 带动城乡结合, 缩小城乡差距。截至到2014年12月, 基于阿里研究院的实地调查分析, 在全国范围内, 已经发现淘宝村近200余个, 其分布的地点广泛, 分别在浙江、福建、天津、广东、河南、河北、湖北、江西、四川、山东等10个省市。成都郫县的土地村和林湾村均在此列, 并且两个村都在安靖镇。通过对当地人口的调查发现, 当地在住人口超过2700人, 超过32000人的流动人口, 超过1/3的人口从事淘宝行业, 其中大多数人都从事服装加工行业。在更多人回村就业的形势下, 形成一条连接了生产、物流、销售等环节的电商产业链条。照此发展, 安靖镇则有望成为下一个淘宝镇。

1 郫县“淘宝村”形成的原因及特点

从2000年五块石服装市场拆迁后, 大多数的服装工人陆续的迁至安靖镇土地村, 并从此扎根于此, 开始着手发展他们的服装产业, 而在此以前, 土地村当地居民的收入大多数以农业为主。土地村得以成功转型为淘宝村, 除了服装厂拆迁的契机外, 土地村自身也存在着很大的优势吸引着服装产业的入驻。一是由于土地村处于城乡结合的地带, 交通便利, 为服装物流提供了良好的条件; 二是村里的住房多以出租房为主, 更是为小型服装作坊提供了有利的场所; 三是村有一个完整的产业链相关的服务设施, 并为这些小型服装行业增加了一个专门的招聘服务市场, 以解决企业招聘困难的问题。

现阶段土地村“淘宝村”存在着以下特点: 一是从事的行业一体化。土地村大多数人从事的都是服装加工业, 主要以女装为主, 这样便有利于生产的规模化发展。二是从业人口的多元化。不仅当地的居民从事着淘宝服装业生产, 当地外出打工的人口以及大学生返乡创业的也越来越多, 还有许多外来人口也加入到淘宝的行业, 其总人口数量呈现出逐年增长之势。三是结合当地的产业优势, 能够让服务的成本更低、效率更高。方便的交通设施, 良好的生产基地, 稳定的销售渠道, 使得当地“淘宝村”一步步壮大。

2 “淘宝村”改变下的农村

2.1 农民收入增加

淘宝村以农村电子商务为发展手段，改变传统的经营方式。成为农村掌握外界信息和同外界沟通的渠道，以网络的方式直接向全国各地的消费者销售自己的商品，直接与国内、国际消费者对接，省掉许多中间环节。根据对郫县淘宝村的调查，土地村已形成产业链配套服务，村里落户人口将近2700 多人，流动人口近40000 人。2013 年村里的集体资产达到了1000 万，村民人均收入超过20000 元；林湾村，从2004 年初开淘宝店，该村的人均年收入逐年增加。特别是近两年人均收入增长最为突出，已经达到了3 万元左右。

2.2 就业创业本地化

淘宝村的兴起，让许多外出打工人员纷纷返乡，大学生也愿意回到乡村里就业，除此外还因为其人才的稀缺性吸引了许多外地人口来此就业。根据阿里研究中心的调查，在大多数的淘宝卖家中，有超过一半人的户籍在农村，15% 文化水平偏低。其中还提到淘宝村的出现在全国范围内，实现了将近六万人的直接就业。包含淘宝行业中的加工、物流、运输、营销、售后等各个环节。服装公司负责人李艳彬，公司最初设在成都高新区，但在看到土地村家家户户从事服装加工后，决定将公司迁至土地村。首先，迁移公司是为了方便直接从村里的服装厂拿货，另一方面，公司落在村里，从物流成本上，每年可以节省近十万元的费用。在她的公司迁移至土地村之后，她聘请当地的村民为员工，做大自己服装公司的同时，也解决了村里部分就业问题。

2.3 产业电商化

结合农村电商平台，农民实现了交易电商化。从以前的面对面交易，到现在动动手指头就可以远程实现交易，农村电商平台发挥着至关重要的作用。农民可以在电商平台上了解到市场的讯息，消费者也可以和农民完全对接，避免了信息的不对称性。此外，电商平台交易支付，能够有效地缩短中间环节，节约了中间环节产生的过多的成本。利用电商平台，还可以实现先销售，再生产的经营模式，减少了产品生产不足或产品生产过剩的问题。

3 “淘宝村”发展的挑战

3.1 人才不足

淘宝村主要的从业人员大多是来自农村的农业人口，教育水平普遍偏低；农村本身对高学历高收入人群的吸引力并不大。农村基础设施相对薄弱，环境条件较差，也是大多数人不愿意来到农村就业的一大原因。对于技术性、专业性的问题，缺乏专业的人员指导，而当赶上“双十一”等重大节日时，连基本的短工都存在着严重的短缺。

3.2 设施缺乏完善

实地调查中发现，郫县的淘宝村在物流设施、基础设施方面存在着一定缺陷。物流系统不完善，村外物流公司少，交通堵塞等问题有待解决。根据当地厂家反映，一到节日期间，物流系统就难以维持正常，有些订单常常要等上几天才能发货。其次是电力设施缺乏完善，在大批量生产，赶制产品时，村里的电路设施有时会供应不上，面临着断电的危险。最后是产品的平面设施不完善。村里的产品生产出来以后，缺乏拍摄商品的平面模特和平面设计师，以及拍摄相关的设备。很多商品的图片，都是厂家自己亲自做模特拍摄，照片经过简单的修理，就直接上传了，难以达到理想的效果。

3.3 同质低价竞争

淘宝村之所以能够发展的如此迅速，是因为其本身存在着很大的可复制性。信息在平台公开，一旦存在所谓的“爆款”，便会使得各方厂家争相模仿，制造出类似的产品，从而导致一场价格战。以郫县的淘宝村为例，当地厂商就表示，村里制衣的厂商大多数根本不参与产品款式的设计，由于淘宝网店上服装的款式太多变，很多商家都是送样品和样料到厂家，以让产品能以最快的速度面向市场，赶上稍纵即逝的热潮。随着各个企业的不断聚集，在村里的房租上涨，尤其是近年来，租金涨幅高达50%，企业面临巨大的成本压力；同类商品太多导致低价竞争，以致利润微薄。

土地村有自己经营的品牌的商家最多10家。厂商李艳彬也透露，90%以上的商家都是在网上寻找顾客追捧的“爆款”，继而将中意的款式图交给服装加工厂，或在自家厂房加工制作。

3.4 缺乏品牌

当前土地村和林湾村两个淘宝村所销售的商品，都缺乏自己的品牌。通常是仿照网上其他卖家的经营方式，缺乏具有自身产品特色的标志。而商品的品牌是农村电子商务快速发展过程中不可缺少的元素。通过我们实地调研成都的这两个淘宝村，我们体会到，郫县淘宝村要想走规模化的发展之路，必须放弃传统的低成本模仿经营，而要在产品品牌化、差异化、集约化的方面达到产品的升级。

3.5 空间束缚

地理位置的限制，阻碍了郫县淘宝村向外部扩张。淘宝村的服装生产，需要占用很多空间修建工厂厂房，放置加工的大型机器。而除了当地本身拥有土地的居民外，其他很多厂商，都难以找到合适的地方去修建厂房，其规模的扩大遭受到了进一步的阻碍。除了土地问题外，还存在着资金问题。扩大淘宝村，租地修建厂房，购买设备，需要大量的资金支持。土地和资金的缺乏制约着淘宝村的进一步发展，这在很大程度上依赖于政府的鼓励和扶持。

4 结论

当前淘宝村的兴起，解决了部分农民问题，给农民带来了福音。然而，其本身的发展也面临着一些瓶颈，人才不足、设施不完善、同质化竞争、缺乏独立自主的品牌以及资金问题等都亟待解决。未来，淘宝村要想稳定发展，需要政府的大力支持和引导，改善交通、物流、电力等基本设施，并引导农民自主创新，向集约化、品牌化、生态化方向不断发展。

[参考文献]

[1] 朱康对, 朱呈访, 潘姬熙. “淘宝村”现象与温州网络经济发展—基于永嘉西岙“淘宝村”的案例研究及政策建议[J]. 温州职业技术学院学报, 2015, 15(1): 23-26.

[2] 刘静, 李佳乐, 刘常瑜. 农村电子商务发展带动农村经营新模式—基于江苏省“淘宝村”的案例研究[J]. 安徽农业科学, 2015(20): 293-295.

[3] 阿里研究院. 淘宝村研究微报告2.0[R/OL]. 阿里研究院官方网站, 2013-12-27.