

农村电商产业集群发展模式与空间涉及差异研究

——江苏淘宝村的调查^{*1}

史修松 魏拓 刘琼

【内容提要】：淘宝村的快速发展是中国市场经济体系不断完善、中国农村经济体制改革不断深化与中国信息化进程加速推进所产生的叠加效应的结果。不同的淘宝村有着不同的产生基础、不同的发展过程或不同的运行方式。根据江苏农村电商产业集群的演化历程，可以看到产业基础、特色产品和政府引导对农村电商产业发展的巨大作用，而且不同发展模式的淘宝村的空间扩散是有差异的，非资源基础型的农村电商集群涉及半径远大于当地资源基础型的涉及半径。江苏 201 个淘宝村中，有超过一半得益于本地已有产业基础、特色产品。而苏北，尤其是睢宁、宿城区的家具产业，却是从无到有，在政府和农民的共同努力下创造的。淘宝村的级数式发展表明，重视地方特色产业基础，发挥政府引导作用，完善的治理体系是促进农村电商健康发展的重要途径，是深化农村经济体制改革的重要手段。

【关键词】：淘宝村 农村电商产业集群 空间涉及

【中图分类号】：F320；F726.4 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1009-2382（2017）11-0118-08

DOI:10.13891/j.cnki.mer.2017.11.014

一、问题的提出

从上个世纪 90 年代开始，随着我国信息化程度提高、网络技术的快速发展和农村互联网的逐步延伸，电子商务开始向农村发展，但发展缓慢，当 2003 年阿里巴巴建立免费开放的电子商务平台——淘宝网之后，农村的电子商务发展逐步加快，到 2009 年，已逐步形成了以淘宝网为主要平台、以农民为主要经营者并在某个村落大量集聚的“淘宝村”，集聚的地理空间主要是农村的自然村落，到 2014 年，淘宝村数量开始呈现爆发式增长，根据阿里研究报告，2014 年全国共有淘宝村 212 个，2015 年有 780 个，2016 年全国共发现 1311 个。此时，“淘宝村”已成为一种农村经济模式，是农村典型的电商集群。

2014 年 11 月 19 日，李克强总理到访号称网店第一村的浙江义乌青岩刘村之后，“淘宝村”一词迅速传遍大江南北，淘宝村已成为一种经济模式在农村被学习推广。淘宝村是中国农村经济和电子商务发生核聚变的产物，淘宝村的出现，不仅破解了农村信息化难题，有效提高了农民收入，更重要的是打破了城乡二元市场的隔阂，为农村经济发展提供了有效路径，为中国农村经济发展注入了新的活力，颠覆了中国传统的农村经济发展模式，它对中国农村经济发展的作用可以说起到了当年“小岗村”

¹ *基金项目：国家社科基金“互联网+背景下农村电商产业集群空间涉及效应研究”（项目编号：16BJY131）、江苏省社科基金“江苏农村电子商务产业集群创新发展模式、路径与对策研究”（项目编号：15GLB011）、江苏省软科学项目“江苏农村电子商务促进新农村建设路径、模式及案例研究”（项目编号：BR2016023）、“江苏高校哲学社会科学优秀创新团队建设项目资助”。

作者简介：史修松，淮阴工学院教授、博士，社科处副处长，苏北发展研究院副院长（淮安 223001）；魏拓，南京工业大学经济管理学院硕士研究生（南京 211816）；刘琼，淮阴工学院会计师（淮安 223001）。

的效应。目前，据媒体报道，一些城市开发区、产业区正在引入电商，培育“城市淘宝村”。

中国“淘宝村”是互联网时代的“小岗村”，是农村电子商务的新型模式，对中国农村电子商务的发展是开创性的，对我国农村经济发展模式将是颠覆性的。如果说农村家庭联产承包责任制的改革，让农民有了生产的自由，那么，“淘宝村”则让农民有了交易的自由，在这个意义上可谓是农村经济的“第二次革命”。

随着中国农村信息化进程加快，“淘宝村”以裂变的方式在发展。淘宝村经济模式是一种新型的经济发展模式，是中国人借助信息技术的伟大创举与实践，它和苏南模式、温州模式一样具有重大的理论与实践价值，但缺乏系统的理论研究，到目前为止只发现一本专门研究中国淘宝村的著作，即《中国淘宝村》（阿里研究院，2015），而且此书只是对早期的14个淘宝村进行案例调查与分析，并未形成系统的理论体系。为什么这种以网络电子商务平台为基础的小型网店或网商会在相对落后的农村地区形成集聚并快速发展，这种经济现象已受到国内外学界的关注，如中国社科院信息化研究中心和阿里研究中心的学者进行了相关研究，但是，理论研究相对滞后，缺乏系统性，尤其是经验的实证研究还很欠缺。本文以江苏为例来探讨农村电商产业集群形成、发展模式及其空间涉及差异。

二、江苏农村电商产业集群的空间分布

1. 江苏农村电商产业集群早期形成

电子商务是信息技术发展的产物，起源于20世纪70年代末，当信息技术应用到商业领域之后其开放性、全球性、地域性、低成本和高效率等内在特征便显现出来。早期的电子商务是通过专用网络实现的，从发展过程来看可以划分为B2C、B2B、e Marketplace三个阶段。我国电子商务的发展从1996年2月批准成立中国电子商务中心开始启动，到2000年6月中国电子商务协会在京正式成立才进入了快速推动阶段。

我国农村电子商务的发展应该说是从2006年淘宝网在农村的发展才真正开始。江苏是我国经济发达省份之一，农村信息化基础好，大部分农村都连通了互联网，当农村创业者接触到淘宝网平台后，江苏一些农村地区的创业者就尝试网店创业模式。据目前相关文献可知，徐州睢宁县沙集镇的淘宝村是被发现最早的农村电商产业集群。2006年，当地个别青年人在淘宝网上开起了自己的网店，之后网店模式被更多的村民成功复制。2007年发展为10多家，2008年达到100家，2009年底达到1200家，2010年全村的网店数量已经超过2000家，从事网络销售业务的家庭达到400余户，网络销售及加工同时带动了当地板材生产加工、五金配件、物流、快递等业务。到2010年，沙集镇东风村的电子商务产业集群已基本形成。与此同时，江苏另外两个自然村庄的电商产业集群也正在形成，沭阳县颜集镇堰下村形成了以当地花卉为主的花卉淘宝村，宿迁市耿车镇大众村在东风村的示范下电商已开始发展，并初具规模。

2. 江苏农村电商产业集群空间分布与增长趋势

淘宝村作为典型的农村电商产业集群，在2009年被发现，全国只有3个，江苏睢宁县沙集镇东风村的家具产品淘宝村就是其中之一，当时并没有引起人们的注意。到了2013年全国发现20个淘宝村，江苏有3个，分布在徐州和宿迁两个地级市中，都在苏北地区，2014年全国发现212个，江苏有24个，分布在8个地级市中，2015年全国发现780个，江苏有127个，分布在常州市、连云港市、南通市、苏州市、无锡市、宿迁市、徐州市、扬州市、盐城市、镇江市、泰州市，2016年全国发现1311个，江苏有201个，如表1，除了淮安市和南京市，其他的地级市都有，而且苏南地区的增长速度较快，如图1（a、b、c、d）、图2。

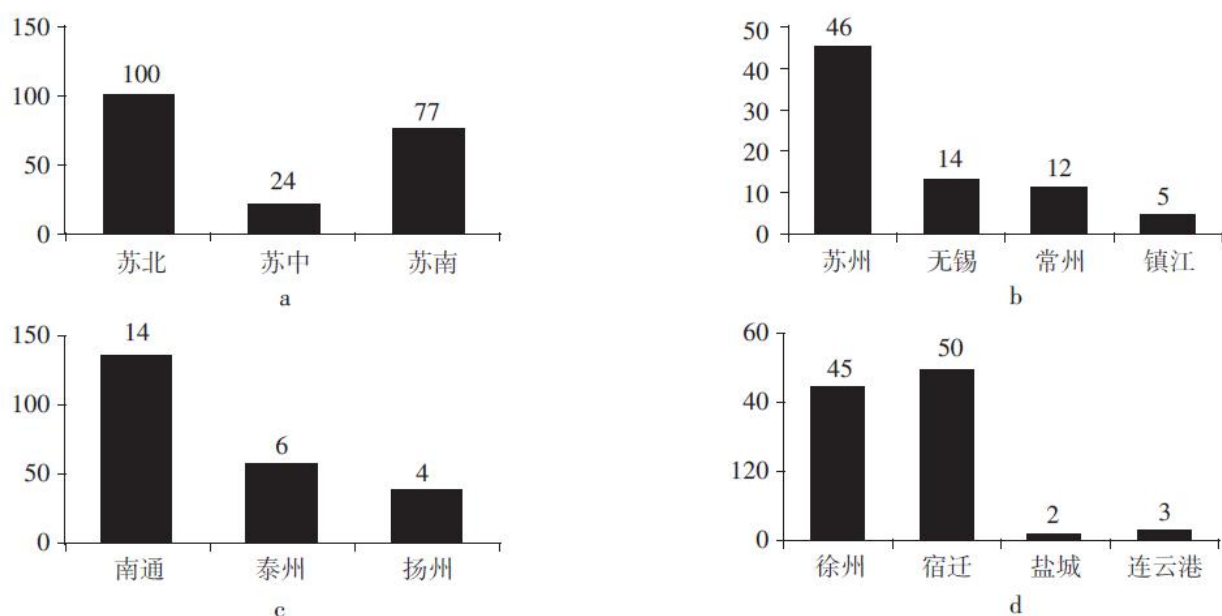


图1 2016年江苏淘宝村的空间分布

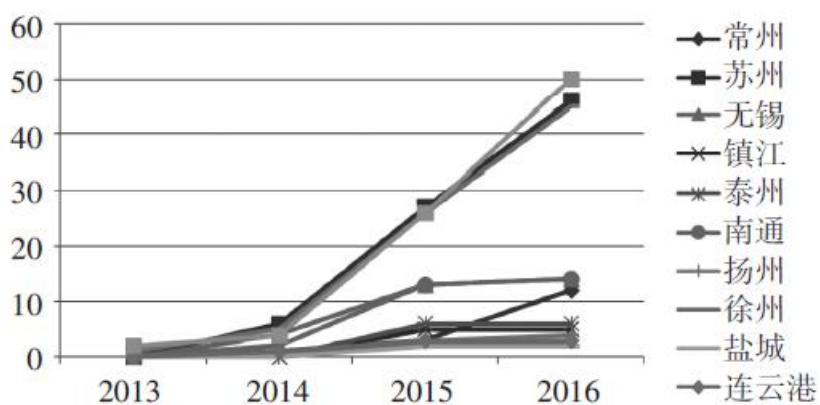


图2 江苏淘宝村区域增长趋势

表1 江苏淘宝村的空间分布数量

	苏南地区				苏中地区			苏北地区				
	常州	苏州	无锡	镇江	泰州	南通	扬州	徐州	盐城	连云港	宿迁	合计
2013	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	3
2014	1	6	2	0	0	4	1	5	0	1	4	24
2015	3	27	13	5	6	13	3	26	2	3	26	127
2016	12	46	14	5	6	14	4	45	2	3	50	201

三、淘宝村电商产业集群形成机理

“淘宝村”一词最早见诸报端是在 2009 年，当时媒体在报道江苏省徐州市睢宁县沙集镇东风村网店发展时提出了“淘宝村”概念，后来，阿里研究院对“淘宝村”进行了具体定义，认为“淘宝村”是大量网商集聚在某个村落，以淘宝网为主要交易平台，以淘宝电子商务生态系统为依托，形成规模与协同效应的电商群聚的现象（陈亮，2014）。2010 年，中国社科院信息化研究中心与阿里研究中心学者通过对江苏睢宁沙集镇电子商务的跟踪观察与研究，首次提出“沙集模式”。此后，阿里研究中心对典型的淘宝村进行跟踪研究，相继发布了《沙集模式 2.0》、《遂昌模式研究报告》、《义乌现象——从一个市场的转型到县域电子商务经济体的浮现》、《淘宝村研究微报告 1.0》、《淘宝村研究微报告 2.0》、《中国淘宝村研究报告（2014）》等一系列具有影响力的研究报告。同时，一些学者也开始对“淘宝村”这种独特的现象进行分析（汪向东，2010；王步芳，2010；姜奇平，2011）。淘宝村代表农村电商产业集群的特定形式，在典型的农村地区形成有其内在的形成机理。

1. 农村创业致富效应

对于农村而言，创业致富带头人具有明显的示范效应。中国农村是一个熟人社会，自然村的特点是村内的人基本上相互认识熟悉，也是较为了解的。在这种熟人社会里，信息几乎是完全的，一旦某一个人有了特殊的能力就很快传遍所有人，如果是可复制的，则迅速被复制，特别是致富能力，示范效应特别明显。

案例 1：江苏徐州睢宁县沙集镇的淘宝村

号称东风村“三剑客”的孙寒、陈雷和夏凯在沙集淘宝村的形成过程中是最初的示范者。2006 年之前，毕业于南京农业大学的孙寒在上海打工，帮亲戚做生意，一个月 300 块钱。2006 年回到老家睢宁县移动公司上班，后来，开始在网上卖手机充值卡，一个晚上就卖了 30 张，他发现电子商务可以成为“生存手段”。便在网上经营一些小的家具饰品和挂件，每月净利润有 2000 多元，可以把自己养活了，但孙寒并不满足，当时他发现淘宝上同类型网店已有 1 万多家，竞争非常激烈，利润空间很小，很难成为“主要的生存手段”，便开始谋求销售新产品。2007 年的一天，孙寒只身前往上海，发现了宜家家居超市。经过在网络上调查，孙寒发现宜家这种时尚简约的家具很有市场，利润空间也很可观，于是他当机立断赶回家中，开始了对木制家具生产的探索，模仿宜家做廉价简易家具，被人称为“山寨宜家产品”。一开始，孙寒寻找当地木匠代工，他拿着 2000 元创始资金满村满镇满县地找木匠。接下来，村民们开始发现孙寒每天都在家里发货几十单，却从不见人上门付钱，也没有店铺门面的，村民们议论纷纷，认为他是在搞传销。当初为了保密，孙寒开淘宝店只有另外两个好朋友陈雷和夏凯知道，夏凯是沙集中学的美术老师，尝到了开网店好处后，3 个人便一起干，不仅在当地找到木匠仿制出了宜家风格的家具，而且价低时髦，满足了都市白领兼顾时尚和实用的需求，销售快速增加，很快成了村里致富名人。

村里人看到孙寒通过开网店发家致富了，纷纷效仿开起了淘宝店，并在孙寒等的影响下，拥有 1180 多户人家的东风村，六成触网，有网店 1000 多家，2014 年销售总额达 13 亿人民币，东风村也因此被称为中国淘宝第一村。东风村的电商发展，离不开孙寒、陈雷和夏凯这 3 位创业青年，是他们的创业致富示范效应促进了沙集镇电商产业集群的形成与快速发展。

2. 区域资源优势效应

目前对淘宝村的分类方法有两种：第一种分类是按照产品特性、经营模式将淘宝村分为生产型和贸易型。生产型淘宝村主要是生产和销售农业工业产品、手工艺产品，如江苏睢宁东风村，浙江临安白牛村等。贸易型淘宝村无生产环节，主要从事商品的批发、零售，如浙江义乌的青岩刘村（邓晓峰，2014）。

第二种分类是按淘宝村形成方式分为资源基础型和“无中生有型”。阿里研究中心认为（阿里研究院，2013）目前“淘宝村”的类型主要有两类，一类是基于原有产业基础发展起来的“淘宝村”，我们称之为资源基础型，如：江苏省沭阳市颜集镇

（花木产业）、河北省清县杨二庄镇东高村（羊绒毛制品产业）、河北省保定市白沟新城（箱包产业）、浙江省义乌市东街道青岩刘村（小商品基地）、浙江省临安市昌化镇白牛村（山核桃种植及加工）。另一类是不依赖于原有产业，“从无到有”发展起来的淘宝村，我们称之为“无中生有型”，如：江苏省睢宁县沙集镇东风村、江苏省宿迁市耿车镇大众村、浙江省缙云县壶镇北山村、浙江省松阳县大东坝镇西山村、福建省龙岩市小池镇培斜村、山东省博兴县博兴镇顾家村等。

无论哪一种形式的淘宝村最终都会形成某一方面的资源优势。如果是当地特殊资源，资源优势就自然形成，如果是后天学习，一旦形成集群就显现为集聚优势。

案例 2：江苏沭阳颜集镇的淘宝村

颜集镇是全国有名的花木之乡，沭阳县是全国知名的花木大县，全县花木面积 30 万亩，颜集、新河两个乡镇是国家林业部首批命名的“全国花木之乡”。1997 年以来，当地政府积极进行市场引导，充分发挥花木生产的传统优势，实施“花木兴镇”战略，较好地促进了当地经济快速发展。2000 年 6 月份，被国家林业局、中国花卉协会评为全国首批“中国花木之乡”。各种各样的花木苗圃源源不断地销往全国各地。

2006 年底，当地一些年轻人尝试在淘宝上开了网店，将电子商务带入花木销售市场。到 2009 年，颜集镇就出现 100 余家电商。在此过程中，大部分网商的身份还是农民兼业，他们发展花木电商是受到电子商务市场的引导和“领先者”进入的内生驱动，属于典型意义的自发型创业。2009 年以前，颜集镇的周围花卉市场，规模偏小、功能不配套、市场和基地难以对接，造成大部分花卉来源于本地、品种单一，尤其缺少花卉交易、展销的配套场所，此外，当地以种植、批发和零售花卉为主，对外地花卉品种缺乏需求。2009 年之后，由于电商农户的产品需求逐渐多样化和规模化，周围市场经营范围扩大，全国的花卉销售向这里集聚，开始销售来自于广东、山东、云南等多地的产品，新河镇周围花卉市场占地 180 亩，销售各类花木 1000 余种，年成交额达 1.5 亿元。与此同时，与颜集镇相邻的新河镇出现了专供网店“淘宝花卉批发市场”，沭阳县本地生产大量花卉苗木，加上从南方流通过来的花木，产品更加齐全，使得沭阳成为名副其实的淘宝网“花木集散地”，具有明显的资源优势。这里丰富的产品资源、品类多样的优势和批发方式灵活的便利加速了农村电商产业集群的形成、发展。

3. 地方政府引导效应

部分学者和研究机构对淘宝村的经济效应进行了研究，可以归纳为以下几种：一是财富效应，这种经济模式是自发的创业致富内在需求使农民实现快速致富形成显著的财富效应（汪向东，2013；Jin Chen, Jing Chen etc, 2014）；二是促进农村经济发展，形成农村本地就业效应（钱俭、郑志锋，2012；）；三是促进城乡一体化发展（阿里研究中心，2013、2014）；四是产业融合效应，淘宝村经济模式体现了信息化带动农村工业化（叶建美，2012），用信息技术将分散的企业生产、管理、经营有效融合，使得更多的企业加入到产业集群的竞争中来，从而使原本的产业集群在新的地理范围内进行集中，扩大了产业集群的边界（陈德宝，2014）；五是集群效应，通过产业链引领与拉伸形成以村、镇、县为单位的产供销产业群（任小念，2014；Dahui Li, Jun Li etc, 2008）；六是复制效应，从已有的淘宝村的形成来看，淘宝村具有明显的可复制性（陆尹玮，2014）。这六种效应在政府的积极引导下产生极大的促进作用。

经济模式是特定条件下的经济发展方式（费孝通，1999；林毅夫，2010），任何一种经济模式不可能自行治理、自动升级，在其发展过程中会产生各种各样的问题（史晋川，2002；乔榛，2006）。淘宝村经济模式是在信息条件下产生的经济发展模式，淘宝村经济模式与任何一种经济模式一样存在治理与升级问题，已有研究表明，淘宝村经济模式主要面临着政策环境与内部治理两类问题。政策环境方面主要包括规范市场体系、知识产权、基础设施建设（宁光杰，2014；Qiang Ye, Zhuo Cheng etc, 2013）、农村金融政策（陈刚，2014）等。内部治理方面主要包括产品同质化严重、产品附加值低，为抢市场，越来越多的店主开始搞恶性竞争，把价格压得很低，甚至是亏本（经济参考报，2015），专业人才缺乏（邓晓峰，2014），作为农村很难吸引并留住高水平的管理人才与技术人才。农村电商的发展需要政府的支持与引导。

案例 3：江苏东台县新街村的淘宝村

江苏东台新街村是较早开始探索发展电子商务的自然村，村民通过网络打开销售渠道，促进了当地苗木和船用设备生产两大特色产业高效优质发展。目前，村属区域内在阿里巴巴、淘宝、慧聪等网站注册的网店 460 多家，从业 1500 多人。该村 821 户村民，40%以上的家庭开起了网店。由于网店的同质化较为严重，电商发展增速不快，东台县面对众多农民的创业热情和开网店某些方面的困惑，政府及时出台各种扶持措施，积极引导、推动、扩大电子商务。首先，搭建了电子商务平台，为从事电商的人员提供学习、交流、网上操作等培训的机会。建成了“电子商务服务中心”和 300 平方米的电商服务大厅，设置了 30 多个办公席位。其次，配备了电子商务指导员，担任辅导和协调工作，并经常聘请专家对新手进行培训。村里每年举办免费电商培训班四期，年受训人数达一百多名。通过组织讲座、现场指导、参观学习，帮助新手尽快入门入行。另外，从产业链角度建立保障系统，村委会先后联系五家快递公司在村里设点，并为他们免费提供办公经营场地，同时与多家物流公司建立了业务关系，保证物流系统安全高效运作。村里每年对电子商务成绩突出的先进单位和个人，并给予精神和物质奖励。

任何一个产业的发展除了产业内在的发展规律，政府的有效管理也非常重要。东台县在农村电商产业集群化发展中充分利用政府的引导效应。一是要求、敦促所有电商从业者以诚为本、以信取益，严禁各种欺诈蒙骗行为。对个别有骗买骗卖行为的人，协同有关方面坚决予以制止和查处，绝不放任。有人用外镇产品冒充新街船用设备产品在网上销售，村里随即报工商部门处置。多年来，新街村电商好评率一直超过 98%。2013 年新街村被评为盐城市船用设备优质产品示范区。二是注重强化品牌效应，努力创建自主特色品牌。经过多次努力，成功申报“新街船用设备”“新街苗木”地理标志。鼓励所有从业主体申报自己的注册商标，创建自主品牌。先后成功申报国内注册商标 52 个，国际注册商标 11 个，著名和知名注册商标 4 个。三是村设立电子商务发展基金，为村民网上开店提供资金管理保障，对需求较大的用户，村委会提供信用资格担保，到银行贷款。以上这些措施体现了政府在产业发展中的引导效应，引导农村的电商产业集群在规范有效的状态下向更高层次发展。

四、农村电商产业集群的空间扩散

1. 江苏农村电商产业集群发展模式

根据以上分析，无论淘宝村是如何形成的，从发展模式来看，这种典型的农村电商产业集群的发展模式主要分为“无中生有型”、资源基础型和生产贸易型。2014 年，江苏共发现了 24 个淘宝村，分布于 12 个区县，从这 24 个淘宝村的主要产品来看大部分是基于当地特色产品和独特资源产业集群，其经营产品与模式如表 2。截止 2016 年江苏形成了 201 个以淘宝村为主的农村电商产业集群，从其发展的模式来看，以上提到的几种模式都存在。江苏省睢宁县沙集镇东风村、江苏省宿迁市耿车镇大众村是以板材家具为主要产品的，属于“无中生有型”的，这类淘宝村所在的自然村中最初并没有这类产品，而是由于创业人的学习引入而形成的。江苏省沭阳市颜集镇堰下村是以花卉为主要产品，他们主要是农产品生产，属于资源基础型的。南通、苏州等地的淘宝村大多是当地良好的制造业基地，有丰富的工业产品资源，是生产贸易型的。

表 2 江苏淘宝村型农村电商产业集群发展模式

城市	区县	乡镇	村庄	主要产品	发展模式
常州市	武进区	横山桥镇	省庄村	毛线、营养食品	当地历史资源
连云港市	东海县	牛山镇	西蔡村	饰品	当地特色资源
南通市	通州区	川姜镇	三合口村	床上用品	3 个淘宝村分布于同一乡镇，示范效应明显，产品为当地特色产品。
	通州区	川姜镇	义成村	床上用品	

	通州区	川姜镇	志南村	床上用品	
	通州区	张芝山镇	塘坊村	床上用品	
苏州市	常熟市	尚湖镇	颜巷村	服装	利用当地原有产业特点和产品优势。
	昆山市	张浦镇	大市村	袜子、服饰配件	
	太仓市	沙溪镇	泰西村	鞋	
	相城区	北桥街道	庄基村	奶粉、家具	主要利用当地资独立发展
	相城区	黄桥街道	张庄村	家具	
	相城区	阳澄湖镇	消泾村	大闸蟹	利用当地农业资源
无锡市	江阴市	徐霞客镇	璜塘村	防辐射服装	利用当地特色资源和产业资源
	江阴市	周庄镇	长寿村	箱包	
宿迁市	沭阳县	新河镇	解桥村	糕点	利用当地产品及关联产品、学习 引人。
	沭阳县	新河镇	周圈村	花卉	
	沭阳县	颜集镇	堰下村	花卉	
	宿城区	耿车镇	大众村	家具	1. 创新产品，非本地特有资源，进行资源组合，形成产业订群。 2. 学习效应、学习引人、示范效 应、空间扩散效应明显。
徐州市	睢宁县	沙集镇	丁陈村	家具	
	睢宁县	沙集镇	东风村	家具	
	睢宁县	沙集镇	夏圩村	家具	
	睢宁县	沙集镇	兴国村	家具	
	睢宁县	沙集镇	朱庙村	家具	
扬州市	邗江区	西湖镇	金槐村	毛绒玩具	当地历史资源

2. 江苏农村电商产业集群空间扩散与涉及

淘宝村具有向周边扩散涉及效应。随着信息技术发展和江苏农村信息基础设施的大力建设，这种典型的农村电商产业集群发展以更快的速度向相邻或相近的空间涉及，其产品由资源型产品向创新产品和高附加值产品攀升。由于淘宝村的集群趋势，截至 2016 年 8 月底，江苏共发现了 201 个淘宝村，形成了 17 个淘宝镇，淘宝镇是指 3 个以上的淘宝村在同一个乡镇内。淘宝镇产业集群的带动效应更加强劲，产业链更具规模化，产品更具有地方特色。从 2014 年淘宝村到 2016 年淘宝镇的转化，可以清晰地看到淘宝产业的强大扩散效应。2014 年，新河镇、耿车镇和沙集镇分别有 2 个、1 个和 5 个淘宝村，到 2016 年，这一数量增加到了 10 个、9 个和 17 个，其中新河镇的淘宝村达到了 100%覆盖。不仅仅这 3 个镇，宿城区和睢宁县又涌现了 5 个淘宝镇。这 8 个镇均是依照沙集镇发展模式，以家具生产为主。2016 年江苏 17 个淘宝镇的发展模式如表 3。

表 3 江苏淘宝镇发展模式

城市	区县	乡镇	淘宝村数量	主要产品	发展模式
南通市	通州区	川姜镇	9	家纺	当地手工业资源。
苏州市	常熟市	尚湖镇	3	服装	利用当地服装产业资源，寻找新发 展。
		虞山镇	15	服装	
无锡市	江阴市	徐霞客镇	3	防辐射服装	利用本地特有产业。
		周庄镇	4	箱包	利用本地已有产业发展。
宿迁市	沭阳县	庙头镇	8	花卉	1、利用当地特色产品资源。 2、示 范效应。3、学习引人
		新河镇	10	花卉、糕点	
		颜集镇	12	花卉	
	宿城区	蔡集镇	3	家具	1. 创新产品，非本地特有资源，进 行资源组合，形成产业集群。 2. 学习引入、示范效应、空间扩散效 应明显。
		耿车镇	9	家具	
		王官集镇	3	家具	
徐州市	睢宁县	高作镇	11	家具	1. 创新产品，非本地特有资源，进 行资源组合，形成产业集群。 2. 学习引入、示范效应、空间扩散效 应明显。
		凌城镇	5	家具	
		邱集镇	3	家具	
		沙集镇	17	家具	
		睢城街道	4	家具	
	新沂市	新安镇	3	玩具	利用本地已有产业。

“无中生有”型淘宝村空间扩散与涉及半径大。根据淘宝村发展与扩散空间分析，不同模式的淘宝村扩散的速度和空间范围是不同的。“无中生有型”淘宝村，在苏北地区发展迅速，而且扩散的空间涉及半径较大。例如沙集镇的家具产业，2013 年时，在徐州睢宁和宿迁宿城区只有 2 个淘宝村，分别为沙集镇的东风村和耿车镇的大众村，均是家具板材产业。2014 年，这一数量增加到了 6 个，仍然聚集在沙集镇和耿车镇。2016 年，淘宝村向周边的高作镇、邱集镇、凌城镇、王官集镇和蔡集镇等地延伸，这一地区淘宝村数量增加到了 56 个，并大多为家具板材产业，空间涉及实现了跨越县区边界。如图 3。

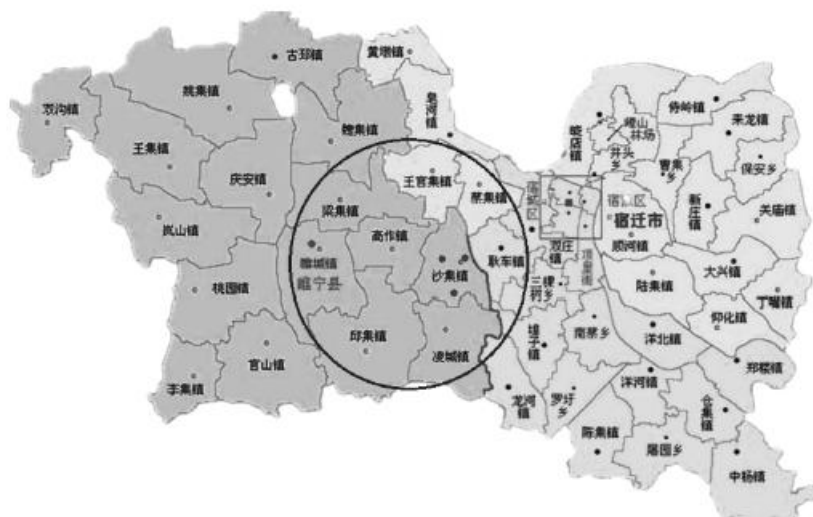


图3 “无中生有”型淘宝村的涉及空间

资源基础型和生产贸易型淘宝村扩散效应不明显，空间半径小得多，但发展质量较高。例如沭阳县颜集镇。2013年，沭阳地区仅有一个淘宝村，为花木产业。2014年，其数量为3个。2016年，其数量已经激增到了30个，均为花木产业。但是这30个淘宝村均集中在颜集、新河和庙头三镇，对外的扩散效应一般，这主要是因为资源基础型淘宝村依赖于本地产业基础。尤其是特色农业产业，对其区位因素十分敏感，不易扩散到较远的地方。一般在一个乡镇或相邻的乡镇之间（如图4）。资源基础型淘宝村的发展质量却非常高，2013年沭阳全县花木收入为38.5亿元，其中网络销售额超过19亿元。到2016年，颜集一个镇的花木网络年销售额就超过了6.8亿元，占全镇花木销售额的45.9%。



图4 资源基础型淘宝村的涉及空间

四、结论与政策建议

淘宝村之所以会以如此快的速度增长是中国市场经济体系不断完善、中国农村经济体制改革不断深化与中国信息化进程加速推进所产生的叠加效应的结果。这种经济模式不同于已有的苏南模式、温州模式和义乌的小商品市场模式，是对传统的中国农村经济发展模式的颠覆，是信息时代中国农村经济发展创新。

1. 重视本地产业基础建设

对于江苏的部分淘宝村而言，其产生通常与该地区的资源禀赋状况有关。如睢宁的花木、常熟的服装、通州区的家纺等。本地已有的、成熟的产业基础，尤其是特色产业，是淘宝村发展的强大支撑。农村电子商务植根于农村，其主体是农村创业者。农村创业者不可能去外界市场获取基础资源再进行深加工，其目光还是瞄准了本地已有资源。

2. 重视淘宝产业的扩散效应

淘宝村经济模式的核心是以淘宝网为主要商务平台的网络店铺，这种网络店铺在自然村落中就像是一粒火种，借助农村的熟人社会迅速裂变并集聚在一起，最终以线上产业集群形式成长。淘宝村的发展，会推动线上产业集群与线下产业集群相互延伸及融合，会带动周边地区模仿与创新，最终实现淘宝村向“淘宝镇”再向“淘宝县”的演进。

3. 积极完善的治理体系

淘宝村快速发展的最大优势在于它让农民有了交易的自由，而且交易成本极低，开放的网络平台提供了几乎完全的交易信息。但是，这种带有自发性的创业效应也存在潜在问题和制约因素。例如规模较小、抗风险能力差、同质化竞争、恶性竞争等问题。

完善的治理体系是淘宝村经济模式顺畅运行与健康发展保证，而它恰恰是目前淘宝村发展中最缺乏的一部分。要从三个方面完善淘宝村治理体制：线上治理体系、线下治理体系和平台治理体系。线上治理体系的完善包括企业信用体系、支付制度、知识产权保护等。线下治理体系的完善包括金融服务体系、质量认证体系、创新激励制度等。平台治理体系的完善包括平台管理规范、商业行为规范等。

4. 尽快实现淘宝村经济模式的转型升级

从目前来看，淘宝村经济模式是网络店铺在网络市场平台上的简单集聚，在缺乏有效管理情况下，网络集聚效应逐渐减弱，成本优势减小。实现淘宝村经济模式的转型升级，可以从产品差异化、技术创新、资源整合、产业链延伸等方面实现。另一方面，政府需加强统一规划、加快人才培养、加快信息化基础设施建设、加强政府服务职能等方面做出努力。

参考文献：

1. Dahui Li, Jun Li etc. Online Consumer-to-Consumer Market in China-A Comparative Study of Taobao and eBay. *Electronic Commerce Research and Applications*, 2008, 7 (1) : 55-67.
2. Jin Chen, Jing (Elaine) Chen etc. When Do Sellers Bifurcate from Electronic Multisided Platforms? The Effects of Customer Demand, Competitive Intensity, and Service Differentiation. *Information & Management*, 2014, 51 (8) : 972-983.
3. Qiang Ye, Zhuo (June) Cheng etc. Learning from Other Buyers: The Effect of Purchase History Recovd in Online

Marketplaces. Decision Support Systems, 2013, 56: 502-512.

4. Zi Lu, Sisi Wang etc. Online Shop Location Optimization Using a Fuzzy Multi-criteria Decision Model—Case Study on Tao- bao.com. Knowledge-Based Systems, 2012, 32: 76-83.

5. 阿里研究院：《中国淘宝村研究报告》2014 年，2015 年，2016 年。

6. 陈亮：《淘宝村：信息时代的“小岗村”》，《领导决策信息》2013 年第 37 期。

7. 崔丽丽等：《社会创新因素促进“淘宝村”电子商务发展的实证分析》，《中国农村经济》2014 年第 12 期。

8. 费孝通：《苏南乡村发展的新趋势》，《中国乡镇企业》1999 年第 11 期。

9. 顾松年：《试论苏南模式的完善化》，《中国农村经济》1998 年第 10 期。

10. 林毅夫、巫和懋、邢亦青：《“潮涌现象”与产能过剩的形成机制》，《经济研究》2010 年第 10 期。

11. 史晋川、朱康对：《温州模式研究：回顾与展望》，《浙江社会科学》2002 年第 3 期。

12. 汪向东：《“沙集模式”及其意义》，《互联网周刊》2010 年第 23 期。

13. 宁光杰、林子亮：《信息技术应用、企业组织变革与劳动力技能需求变化》，《经济研究》2014 年第 8 期。

14. 乔榛、焦方义、李楠：《中国农村经济制度变迁与农业增长》，《经济研究》2006 年第 7 期。