

中国“淘宝村”研究:一个文献综述*

曾亿武 蔡谨静 (杭州师范大学经济与管理学院 杭州 311121)

郭红东 (浙江大学中国农村发展研究院 杭州 310058)

摘要:“淘宝村”是新阶段中国农村电子商务发展的典型产物,相关学术研究尚处于发端与初探阶段,但其研究热度正在快速提升。已有文献散布于不同学科属性的期刊中,研究方法以案例研究和定性论述为主,研究主题集中在“淘宝村”现象的空间分布特征、成因及演化机理、发展模式与转型升级、经济社会效应等方面。未来研究可重点着力于以下方面:一是关注中西部地区和民族地区的“淘宝村”,二是评估和比较不同发展模式的影响效应,三是加强对“淘宝村”农户组织化的研究,四是深入研究农户网店的经营行为及绩效,五是拓展“淘宝村”现象的经济社会效应研究。

关键词:农村电子商务;“淘宝村”;电商农户;文献综述

DOI:10.13246/j.cnki.iae.2020.03.012

一、引言

进入经济新常态阶段以来,中国农村电子商务发展十分迅速,“淘宝村”等新兴事物方兴未艾。据统计,截至2018年10月,全国“淘宝村”数量由2009年的3个增长到3202个,广泛分布于24个省份^①。“淘宝村”是新阶段中国农村电子商务发展的典型产物,其实践显示,得益于电子商务的开放性,农村地区的产品打破地域的限制,销往广阔的外部市场。电子商务创新了农村的商业流和信息

流,促进线下产业优化升级,并带动相关的基础设施、配套产业和公共服务实现新发展(曾亿武等,2019;张庆民等,2019)。“淘宝村”是农户电商化与电商集群化的双重实现,汇集了很多元素,成为诸多领域学者开展研究的绝好素材,受到广泛关注(张宸等,2019)。本文目的是梳理和分析中国“淘宝村”的国内外研究现状,并展望未来研究的方向,助推该领域科学研究的发展。

二、文献收集与样本描述

(一)文献收集

本文综合使用 Scopus、Web of Science、Elsevier、Emerald Insight、Springer、Scimedirect、Ideas、Wiley Online Library、Wageningen Academic、SAGE Journals 和百度学术等数据库检索国外文

献,以“Taobao Village”、“Taobao Town”、“E-commerce Village”、“Rural E-commerce Cluster”为检索用词,以“全文”为检索字段,文献的发表时间检索至2018年。通过快速浏览摘要(必要时阅读全文)进行筛选,只保留那些以“淘宝村”为研究对象

* 项目来源:浙江省哲学社会科学规划课题项目“互联网普及与城乡收入差距:浙江证据”(编号:20NDQN313YB)、国家自然科学基金项目“中国淘宝村形成机理及其‘三农’影响效应研究”(编号:71673244)、杭州市属高校第二轮优秀创新团队扶持计划、杭州市属高校优秀青年博士扶持计划。郭红东为本文通讯作者

^① 参见阿里研究院发布的《中国淘宝村研究报告(2018)》,http://www.199it.com/archives/794058.html

或主要案例的发表于 SSCI 或 SCI 期刊的学术论文,最终收集到 5 篇国外文献。

本文使用中国知网的“学术期刊网络出版总库”检索国内文献,以“淘宝村”、“淘宝镇”、“电商村”、“农村电商集群”为检索用词,以“全文”为检索字段,文献的发表时间检索至 2018 年。通过快速浏览摘要(必要时阅读全文)进行筛选,只保留那些以“淘宝村”为研究对象或主要案例的发表于 CSSCI 来源期刊(2017—2018 年核心版目录)的学术论文,最终收集到 48 篇国内文献。

(二) 样本描述

1. 时间分布情况。在所收集到的文献样本中,最早的文献于 2013 年发表,并且是英文文献。最早的“淘宝村”出现在 2009 年,阿里研究院首次发布“淘宝村”研究报告的时间是 2013 年,而从

2013 年开始就已经有涉及“淘宝村”的文章发表在高质量的国际期刊上,这既体现了先行学者的敏锐觉察力,也从一个侧面折射了“淘宝村”现象具有重要的研究价值以及推向国际的巨大潜力。国内学者(例如汪向东)从 2010 年开始关注“淘宝村”现象,但 2010—2014 年这段时期的研究成果以调研报告为主,进入 2015 年,随着越来越多学者关注“淘宝村”现象,开始涌现一些发表在 CSSCI 期刊上的学术论文成果。至 2016—2018 年,每年的样本文献都在 13 篇以上,“淘宝村”现象成为了“三农”领域的热点话题之一,开始受到广泛推介和深入研究。不少样本文献的下载量和被引次数领先于同一刊物的同期其他论文,其中部分样本文献的领先优势十分明显。这些都体现了“淘宝村”现象的研究热度正在快速提升。

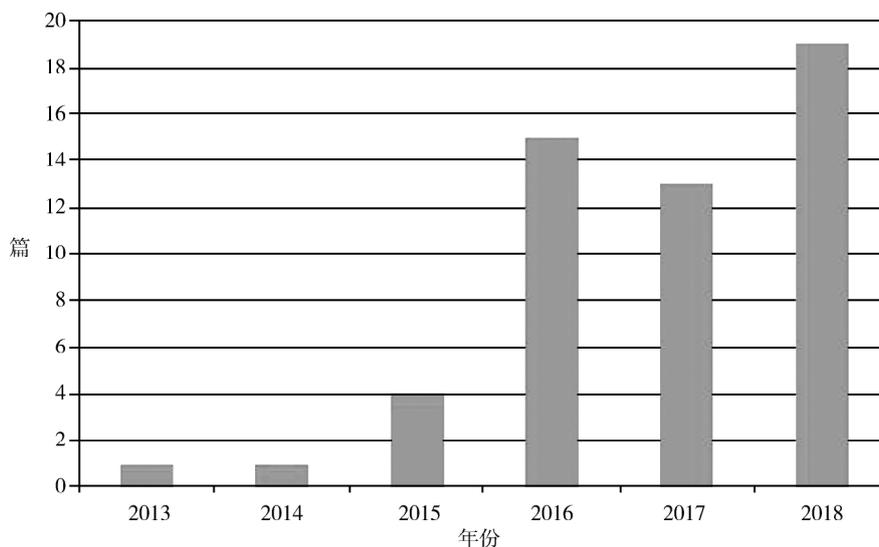


图 1 样本文献的时间分布情况

2. 期刊分布情况。统计发现,53 篇样本文献发表于 31 个不同的期刊,分布并不集中。从期刊的学科属性来看,这些期刊分属于经济学、管理学、社会学、人文地理、城乡规划、图书馆情报、信息系统等学科以及一些高校综合性学报和综合社科期刊。这间接印证了“淘宝村”是一种综合性较强的经济社会现象,其在研究视角上具有很大的拓展空间。具有不同学科背景的学者先后对“淘宝村”现象产生了浓厚兴趣,陆续加入“淘宝村”现象的研究队列,其中人文地理和城乡规划、农业经济管理

等领域的学者较多,其成果主要发表在《农业经济问题》、《中国农村经济》、《经济地理》、《城市规划》、《城市发展研究》等期刊。此外,从期刊分布的变化可以管窥到,随着各领域学者的深入交流和思想碰撞,“淘宝村”现象在不同学科理论和知识的交叉运用上将被逐渐发掘并推动“淘宝村”研究的发展。

3. 方法分布情况。根据 Seuring 等(2008)的观点,社会科学研究方法可归结为定性论述(Theory and Conceptual)、案例研究(Case Study)、

调查统计(Survey)、数学建模(Modelling)和文献综述(Review)5种。统计显示,在53篇样本文献中,超过一半的论文(27篇)采用了案例研究方法,有17篇论文属于定性论述,剩下的9篇文章是调查统计,而未有采用数学建模或文献综述方法的成果。学界对“淘宝村”现象的研究尚处于发端与初探阶段,以案例研究和定性论述为代表的质性研究

占据主导属于正常现象。对于新事物的认知,人们总是从思考事物的整体性质以及低成本探索局部分案开始,然后在定性分析的基础上逐步扩展到基于大范围调查样本的定量研究,从而得到更具普遍性的结论。伴随“淘宝村”数量的不断增加,定量分析方法尤其是基于计量模型的因果识别将会被更多地应用于该领域的研究。

三、主题归纳与观点综述

(一)“淘宝村”现象的空间分布特征

1. “淘宝村”数量呈现由东部沿海向内陆地区锐减的梯度特征。根据阿里研究院发布的“淘宝村”目录,截至2018年10月,东部地区拥有“淘宝村”3098个,占比96.75%,中部地区拥有“淘宝村”90个,占比2.81%,而西部地区仅14个“淘宝村”;东部地区平均每个省份拥有344.22个“淘宝村”,中部地区平均12.86个,西部地区平均1.75个;东部地区最多的省份拥有1172个“淘宝村”,中部地区是50个,西部地区是5个。“淘宝村”的发展规模在自东向西的空间分布上极不平衡,东部地区的优势十分明显,这与区域经济发展的空间差异规律是一致的。“淘宝村”依托市场经济条件下的产品集聚而发展,东部地区拥有便利的交通区位、开放的思维模式、完善的产业配套、优质的营商环境、成熟的消费市场,为培养大批电商农户提供坚实基础(张嘉欣等,2015);中西部地区受交通运输条件、经济基础、市场环境、配套产业及人口集中度的制约,“淘宝村”的发展相对比较落后(徐智邦等,2017)。

2. 以“秦岭—淮河”为界,“淘宝村”数量呈现“南多北少”特征。截至2018年10月,位于北方地区的“淘宝村”共计686个,占比21.42%,位于南方地区的“淘宝村”共计2516个,占比78.58%;北方地区平均每个省份拥有62.36个“淘宝村”,南方地区平均193.54个。显然,从南北方两个地理分区来看,“淘宝村”数量呈现出“南多北少”的格局。这种空间分布特征的形成与南北方地区自然地理、人文环境及经济发展有着密切联系。南方地区市

场发育和开放程度较高、地缘和人缘的优势较大、商业传统文化浓厚且交通运输条件便利,而北方地区相对较弱,因此“淘宝村”在南方地区的发展要优于北方地区(徐智邦等,2017)。

3. “淘宝村”呈现多中心的集聚格局,东部沿海地区集聚度较高。截至2018年10月,东部地区拥有全国99.17%的“淘宝镇”,共计360个,拥有全部“淘宝村集群”64个,并且主要集中在浙江、广东、江苏、山东、河北和福建6省*。总体来看,“淘宝村”呈现多中心的集聚格局,核心集聚区是长三角地区、珠三角地区、潮汕和闽东南地区、鲁西南地区。截至2018年10月,长三角地区共有“淘宝村”1096个、“淘宝镇”128个、“淘宝村集群”24个;珠三角地区共有“淘宝村”429个、“淘宝镇”49个、“淘宝村集群”14个;潮汕和闽东南地区共有“淘宝村”412个、“淘宝镇”51个、“淘宝村集群”6个;鲁西南地区共有“淘宝村”269个、“淘宝镇”35个、“淘宝村集群”2个。这些地区的中小城镇利用信息化发展的程度较高,产品丰富,信息化会降低地理临近对商业联系和空间集聚的作用,但“淘宝村”的空间集聚现象则表明了地理临近在促进技术扩散上的力量更占据上风(马海涛等,2017)。学者分析表明,在县域尺度上“淘宝村”的空间分布具有正向的自相关性,即“淘宝村”的分布呈现明显的空间关联格局,集聚区域具有邻近性和外溢性特征(朱邦耀等,2016; Qi等,2018)。北京及其周边人口众多,消费需求大,但昂贵的房价、租金以及制造业缺乏集聚,导致商家成本较高,产品优势

* “淘宝镇”指一个乡镇辖区内出现3个及以上“淘宝村”,这意味着当地形成了一个中等规模的电商集群。“淘宝村集群”指10个或10个以上的“淘宝村”连片发展,电子商务交易额达到或超过1亿元,这意味着当地形成了一个较大规模的电商集群。“淘宝镇”和“淘宝村集群”的数量可作为观察一个地区“淘宝村”集聚程度的指标

不足;作为重要工业基地的东北地区与四川地区,“淘宝村”难以达到集群化规模,原因在于其商业基础薄弱、交通不便以及基础设施相对落后(陈晓文等,2018)。

(二)“淘宝村”现象的成因及演化机理

“淘宝村”作为一种新兴现象是怎样形成的,又是如何演化发展的,有学者对此进行了探索。个别学者从动态演化视角分析“淘宝村”的形成与发展,例如,曾亿武等(2015)将“淘宝村”的形成过程划分为民间草根力量自发发展和政府、协会以及各类服务主体共同参与发展两个阶段,包含引进项目、初级扩散、加速扩散、抱团合作和纵向集聚5个环节;刘亚军等(2017)认为“淘宝村”的产业演化主要经历萌芽、裂变式扩张和产业集群式发展3个阶段。多数学者是从静态角度开展分析,但无论是纵向分析还是静态分析,都要落脚于发展要素与动力机制,已有文献主要涉及以下方面:

1. 产业基础。网络市场竞争更加充分,只有安全、优质、有特色的产品才能在同类产品的网络市场中保持竞争优势。多数“淘宝村”的形成得益于当地及周边地区独特的资源禀赋、自然条件或交通区位优势上所建立的良好产业基础。良好的产业基础有效降低了本土网商创业的物质成本、风险成本和学习成本,为当地村民的电商创业提供了最好的货源支持(曾亿武等,2016a)。产业基础的背后更是一个地区的文化传统,它能激发农民识别和发现电商创业机会(于海云等,2018)。而“淘宝村”的形成,会反过来强化产业基础,如增强了本地产品的知名度、进一步扩大产业规模、加快品牌化建设和技术创新、促进公共服务体系的完善等,这些积极变化又有助于推动“淘宝村”的进一步发展,形成良性循环。

2. 电商平台。以淘宝网为代表的第三方电商平台具有准入门槛低、技术难度小、使用客户多的特点(崔丽丽等,2014;薛洲等,2018),使大量农户有机会进入网络市场进行尝试,本质上是一种包容性创新。借助电商平台,农户避开了实体营销较高的成本与风险,较小成本地切入市场成为一种常态,而在“淘宝村”形成阶段把握住这种创业机遇的农户,往往获得了可观的增收(舒林,2018)。电商农户发展到一定程度,还可以通过企业化转型,

实施电商平台升级或多元化战略,谋求更好的发展。

3. 创业能人。创业能人是“淘宝村”形成和发展的核心主体(周静等,2017),他们通过发挥主观能动性将支持电商创业的周边资源和条件成功组合在了一起。在“淘宝村”的形成和发展过程中,需要敢于人先、勇于探索的发起型能人,需要不甘落后、追赶学习的模仿型能人,需要推陈出新、与时俱进的创新型能人,需要善于组织、乐于奉献的领导型能人,等等。这些创业能人的企业家精神是“淘宝村”形成和发展的关键动能(刘亚军等,2017;李红玲等,2018),在较大程度上决定着“淘宝村”所能达到的高度。

4. 基础设施。道路、交通、物流、网络、水电等基础设施是“淘宝村”形成的基本条件。例如,道路的承载力决定了车辆的运输上限,交通便利程度影响着运输的速度和成本。具有良好产业基础或区位条件的地区,基础设施条件通常也比较完善,不会构成“淘宝村”形成的硬性约束;这些地区一旦形成“淘宝村”,基础设施还会得到进一步完善。而基础设施的完善,有助于提升村民电商创业的成功率,加速电商产业集群的形成(于海云等,2018)。

5. 社会网络。“淘宝村”的形成还得益于农村社会网络,它是电子商务技术扩散背后强大的推力。一个商家率先发展起来,会形成模仿学习效应,向身边亲友邻里扩散,带动更多人从事电子商务及相关行业。另外,信息流是支撑“淘宝村”发展的关键一环,网商之间要进行信息交流,卖家和合作商之间也要实现资源共享。此时,熟人社会发挥巨大作用,能够降低信息获取成本和交易成本,增进联系和信任,促进信息的传播(千庆兰等,2017)。电商平台上的经济活动嵌入在本地行为规范所塑造的线下社会关系之中(Avgerou & Li, 2013)。

6. 地方政府。随着电子商务的快速发展,“淘宝村”逐渐从早期的野蛮生长过渡到定向培养与规范发展阶段,无论是新“淘宝村”的创建还是原有“淘宝村”的持续发展,地方政府的作用显得越发重要。从农户电商创业的角度看,政府的支持作用主要体现在创造创业条件、提高创业能力、激发

创业动机和扶持创业活动4个方面(梁强等,2016)。从各地实践来看,政府主要在制定规划、营造氛围、招商引资、园区建设、品牌建设、诚信建设、市场监管、对外宣传、创业孵化、组织培训、改善基础设施等方面发挥重要的推动作用(曾亿武等,2015;史修松等,2017;舒林,2018;于海云等,2018;Qi等,2018)。

7. 电商协会。“淘宝村”形成以后,往往有加强网商组织化程度的必要。电商协会(或称网商协会)作为电商农户抱团合作的主要形式以及实施集体行动的关键,对于“淘宝村”的健康发展有着积极的促进作用。电商协会在商户经营道德方面进行了一定的建议、教育和约束(周应恒等,2018)。“淘宝村”成立电商协会的动因在于谋求主动性集体效率,具体包括强化集群外部经济性、规避恶性竞争、增强市场地位以及吸取外部资源(曾亿武等,2016b)。实证分析表明,电商协会对“淘宝村”商户网络销售业绩增长产生显著的促进作用(崔丽丽等,2014)。

8. 市场需求。“淘宝村”的形成和发展是供需匹配的结果。相比于实体购物,网络购物具有经济实惠、搜寻成本和交易成本低、多样性和个性化凸显、买卖双方互动、信息公开等特点和优势,已成为国民一种不可或缺的日常生活方式。充足的线上市场需求为“淘宝村”的形成与发展提供巨大的拉力(曾亿武等,2016a;刘亚军,2017)。以市场需求为导向,重视消费者体验,不断提升产品性价比,是“淘宝村”形成和发展的关键。

(三)“淘宝村”的发展模式与转型升级

按照某个角度或标准,对“淘宝村”进行类型学划分,有助于促进“淘宝村”事物内部的解构和剖析,进一步明晰“淘宝村”现象的特点和运行规律。根据主营产品类型,可将“淘宝村”划分为基于农产品的“淘宝村”、基于工业品的“淘宝村”和基于手工艺品的“淘宝村”。基于农产品的“淘宝村”所生产的农产品具有地方特色和区域知名度,辨识度高;基于工业品的“淘宝村”往往依托当地传统产业或地方专业市场;基于手工艺品的“淘宝村”主要沿袭着世代相传的技艺,抑或从外部导入一款市场前景很好的产品并充分利用农村劳动力成本低廉的优势(周静等,2017)。按照初创时期

的资源禀赋和驱动主体两个维度,可将“淘宝村”划分为自发驱动型、自发培育型、政府培育型和政府驱动型4种类型,在不同类型中,“淘宝村”的内生状态和包容性创新驱动因素的构成要素有所不同,但内生状态和包容性创新驱动因素的交互作用有助于创新集聚的形成(范轶琳等,2018)。根据生产内部化情况,可将“淘宝村”划分为生产贸易型和纯贸易型,前者自产自销,后者代销外部产品。根据产业基础情况,可将“淘宝村”划分为“无中生有型”和“产业再造型”,前者不依赖当地原有产业发展起来,为数不多,后者在原有产业基础上将线下业务往线上拓展(郭承龙,2015;史修松等,2017)。对于“无中生有型”,有学者进一步划分为区位优势驱动型、龙头企业驱动型和产品创意驱动型(曾亿武等,2016c)。另有学者以典型案例直接命名“淘宝村”的发展模式,其中,以“沙集模式”最为著名。“沙集模式”本质是一种以市场为主导、自下而上的发展模式,由农民自发创业,经裂变式扩散,形成“网络+公司+农户”的商业模式群聚现象,从而实现信息化带动产业化,产业化促进信息化(刘亚军等,2016;姚庆荣,2016;董坤祥等,2016)。不论哪类“淘宝村”,最终都将“殊途同归”,进化成一体化共生系统结构,具有开放、有序、规范的特点,以及自我强化的能力(郭承龙,2015;曾亿武等,2015)。

不同类型“淘宝村”在发展到一定阶段后,都有可能面临困境,需要转型升级。总的来说,目前中国“淘宝村”发展存在的主要问题包括:一是同质化竞争激烈。与传统的产业集群一样,伴随集群规模的扩张,电商农户容易陷入低水平的同质化竞争,企业提供产品的单一化与市场需求的多元化无法匹配,产品质量难以提升,创新不足,价格和利润率不断下滑,引发经营困难甚至是假冒伪劣现象发生(曾亿武等,2016b;张天泽等,2018;张嘉欣等,2018)。二是电商专业人才紧缺。目前整个电商行业处于人才紧缺的状态,而电商人才供需矛盾在农村地区表现得更加突出,多数高校电子商务专业毕业的人才不愿到农村去,这严重制约了“淘宝村”电商产业的转型升级(郑新煌等,2016;张嘉欣等,2018;舒林,2018)。三是网店经营难度加大。目前“淘宝村”电商农户整体在经营上表现出家庭化、

规模小、策略单一等特征(路征等,2015)。随着网商数量的不断增加,电商市场竞争越发激烈,网店经营的技术门槛快速抬高,要求新网商一开始就必须在网店经营的各个环节达到较高水准,而老网商为保持竞争力,需要在产品介绍、图片美工、视频制作、营销策略等方面体现专业化,仅靠自我学习不足以应对竞争。与此同时,随着网购经历的累积,消费者对网店的考量越发挑剔,网店专业性必须相应提升,才能满足消费者的需求。此外,电商平台会不时进行经营规则的调整,每次调整都会让部分网商感到无所适从,他们亟需专业指导以应对新变化。随着电商平台集聚越来越多的流量,占据垄断位置的电商平台掌握着制定和更改游戏规则的权力,规则与资本成为型塑农民网店的支配逻辑,缺少规则议价与资本造势能力的农民网店将逐渐地被边缘化(邵占鹏,2017)。四是公共产品供给不足。随着“淘宝村”的快速发展,要素资源瓶颈日渐凸显,人才和资金匮乏,土地供应紧张,公共服务不到位,电商发展所需的培训、金融、仓储、审批等配套服务无法满足电商农户日益增长的需求(刘亚军等,2017)。一些地方政府虽然采取了一些政策措施扶持本地“淘宝村”发展,但这些措施普遍倾向于扶持电商大户(路征等,2015)。另外,有学者发现,本地宗族观念过强,会导致“淘宝村”的封闭性,电商农户对外延关系资源持排斥心理,这不利于“淘宝村”的进一步发展(梁强等,2016)。

当“淘宝村”进入瓶颈阶段,需要从多方面着手谋求转型升级,实现可持续性发展。总的来说,寻求内部竞争良性化以及有力应对外部竞争是推动“淘宝村”演化的内在动力,未来“淘宝村”的发展方向在于,建立和完善以普惠性为导向的农村电商创新创业支持服务体系,引导电商农户向企业化、专业化、组织化和品牌化的方向发展,推动模仿型“淘宝村”升级为创新型“淘宝村”。特别要指出的是,市场本就有推动资源向少数主体集中的趋势,如果政策支持也以培育大户为导向,将进一步推动资源向少数网商集中,因此政府应出台一些具有普惠性的政策措施,让所有电商农户都能受益(路征等,2015)。此外,实施集体行动、主动谋求集体效率是“淘宝村”发展的重要路径(曾亿武等,2016),网商不能局限于自我经营,必须积极参与集

体行动,共同提升集体竞争优势,才能有助于提升个体效率。

(四)“淘宝村”现象的经济社会效应

“淘宝村”现象可视为信息技术型塑和改造农村地区的能量和潜力的一种集中展示,能够产生深刻而广泛的经济社会效应。这些经济社会效应体现在“点—线—面—体”4个层面上,即分别对农户个体、农户间关系、农村社区发展、城乡融合发展产生影响。

1. “点效应”:对农户个体的影响。从群体平均效应来看,“淘宝村”农户采纳电子商务对其农业收入产生显著的促进作用,这源自利润率和销量的双重提升;与此同时,电子商务加剧了农户内部的收入不平等程度(曾亿武等,2018)。“淘宝村”的形成还对农民的迁移决策产生影响,“淘宝村”居民的外出迁移概率要比非“淘宝村”居民的外出迁移概率大约低26%(Qi等,2018)。“淘宝村”现象具有内生包容性增长意义,其促进了农民的能力增长,主要表现为人力资本提升和心智模式改善两个方面(刘亚军,2018)。“淘宝村”的兴起改变了农村居民的生活价值观、社区情感认同和日常生活节奏(Lin等,2016)。

2. “线效应”:对农户间关系的影响。广州里仁洞村在成为“淘宝村”以后,外来人员大量涌入,他们与本地村民共同组成了一张关系紧密且复杂的乡土社会网络,本地村民的社会联系弱化,外来者成为权力主体,通过地缘、亲缘关系形成生产、生活中的权力共享(张嘉欣等,2016)。“淘宝村”的形成意味着主体相互依存关系的重新建构,农户间快速传播知识,促成广泛的参与(Leong等,2016)。在有些“淘宝村”里,村民之间的日常互动和交流变成实现个人利益目标的一大方式,村民之间亲密的关系被功利主义所替代(Lin等,2016)。

3. “面效应”:对农村社区发展的影响。“淘宝村”现象本质上是一种基于ICT的社区驱动型内生发展模式,它增强了村庄的自组织能力(Leong等,2016)。成为“淘宝村”以后,村庄的整体收入水平会得到提升,但其增收幅度取决于诸多因素(曾亿武等,2016)。“淘宝村”是一种社区嵌入型大众创业现象,其创业孵化和就业带动效应突出,既孵化了大批创业者,也创造了大量的就业岗位(魏晓

蓓等,2018)。基于农产品的“淘宝村”发展促进了原有农业产业集群的升级,使农村土地和空间得到进一步利用(陈永富等,2018)。从社会空间的角度看,伴随“淘宝村”的发展,村落社会空间迅速变迁与重构,具体表现在生活空间的变革、商业空间的出现与发展、生产空间扩大以及产业空间多元化,一些“淘宝村”甚至出现新的功能性空间和新的游客参观体验空间(周大鸣等,2018;周静,2018)。

4. “体效应”:对城乡融合发展的影响。“淘宝村”揭开了一场信息化时代电子商务作用下的乡村城镇化进程的序幕。这一进程是对乡村地区社会、经济环境与物质空间的系统重构(罗震东等,2017),使乡村传统和现代因素全面而有效融合,实现对“农业、农村、农民”的“一体配套式”现代化改造(房冠辛,2016),改变以往城镇化过程中不平等的城乡关系,促进新型城镇化发展以及城乡经济、地理和文化融合(刘亚军,2017)。“淘宝村”的发展把大量散落的中国农村通过互联网和物流网直接接入了现代社会,实现“在线城镇化”、“实时城市化”,使之摆脱因各种原因而与城市隔绝或依附于城市发展的地位(楼健等,2018)。“淘宝村”建

立起一种流动空间结构,农村居民在交通和信息技术支持下无须人口迁移便能实现人口、资本、商品、信息和技术的实时流动和深度共享。基于流空间的电子商务摆脱了贸易对空间区位、距离的依赖,重塑了城乡间商品交易模式,促成了新型城乡关系网络(王林申等,2017;陈宏伟等,2018)。

(五)其他研究主题

除了上述主题,有些学者还探讨了其他研究主题,例如,董运生等(2016)探讨“淘宝村”民间团体的合法性获得问题,认为自下而上发育的民间团体具有公众合法性能达致正常运转,却因无法获得体制合法性而陷入生存困境,或在获得体制合法性后却没有如预期般长期享受发展优势;曾亿武等(2017)基于8个发展比较成熟的“淘宝村”案例,运用扎根理论方法,质性研究集群社会资本对农户网店经营绩效的影响机理;邓华等(2017)以“淘宝村”为案例,从本地能力、盈利模式、关键活动、价值网络和价值主张8个维度分析了互联网时代包容性创业企业的商业模式;梁强等(2017)以军埔“淘宝村”为例,探讨新创企业生成的印记因素及生态位对企业成长的影响。

四、总结与展望

综合研究持续时间、研究成果数量以及研究方法使用等方面的情况来看,中国“淘宝村”的相关学术研究尚处于发端与初探阶段,但其研究热度正在快速提升,预计不久将进入加速探索的丛林化阶段。现有研究对“淘宝村”的诸多方面已进行了有益探索,推进了有关理论的构建和拓展,增进了对“淘宝村”现象及其背后规律的认知,为政策制定与实践深化提供了科学依据和决策参考。东部沿海地区的“淘宝村”起步早、发展快、数量多、局部规模大,受到的关注更多。总的来说,中国“淘宝村”的研究内容大致可以划分为两大块:一是针对“淘宝村”现象本身的研究,另一是基于“淘宝村”案例研究其他领域的议题。前者占据主导地位,后者仅以“淘宝村”案例作为佐证素材。针对“淘宝村”现象本身的研究主要围绕“淘宝村”现象的空间分布特征、成因及演化机理、发展模式与转型升级、经济社会效应等方面进行,研究视角总体上偏

宏观层面或村域尺度的多,聚焦农户微观层面的文献相对较少,尤其是关于农户组织管理和农户网店经营的研究薄弱;对“淘宝村”现象经济社会效应的分析,现有文献已有了较为广泛的讨论,但仍存在一些影响效应有待拓展,并且有必要对不同发展模式的异质性效果加以区分和比较,而在研究方法上应注意补充严格规范的量化研究从而对变量之间的因果关系进行有效识别。总而言之,为推动中国“淘宝村”研究的深入发展,使科学研究工作更好地服务于现实需要,本文认为未来研究可重点在以下方面争取获得新的进展:

1. 关注中西部地区和民族地区的“淘宝村”。电子商务正逐渐成为减贫的新途径。但与东部沿海地区相比,中西部地区和民族地区的农村电子商务发展相对缓慢,电商扶贫任重而道远,需要学者给予更多的关注,开展更加深入的科学研究。然而,已有“淘宝村”文献主要泛谈全国范围的所有

“淘宝村”,抑或集中关注东风村、军埔村、青岩刘村、里仁洞村等热门案例,专门针对中西部地区和民族地区“淘宝村”的研究成果相当匮乏。中西部地区和民族地区的“淘宝村”与东部沿海地区的“淘宝村”在生成与发展规律上是否存在差异、中西部地区和民族地区的“淘宝村”应如何培育并发挥显著的减贫效应、从乡村振兴战略总要求的视角探讨中西部地区和民族地区“淘宝村”的发展路径、如何将中西部地区和民族地区的电子商务进农村综合示范与现有“淘宝村”实践经验结合起来等议题,有待学者开展研究。

2. 评估和比较不同发展模式的影响效应。关于“淘宝村”发展模式的已有研究,主要是介绍了不同发展模式的特点、形成原因,缺乏对不同发展模式所产生的影响效应分别进行评估并做比较,以及揭示不同发展模式影响效应存在差异的机理。例如,在基于农产品的“淘宝村”、基于工业品的“淘宝村”和基于手工艺品的“淘宝村”³ 3种不同情境下,电子商务分别对农户收入产生怎样的影响效应,是否存在显著的差异,是什么因素引致了差异性;再如,草根自发形成的“淘宝村”与政府驱动形成的“淘宝村”分别产生了怎样的包容性创新绩效,是否存在显著的差异,是什么因素引致了差异性。这些问题也有待今后学者开展研究。

3. 加强对“淘宝村”农户组织化的研究。电商协会是伴随“淘宝村”现象的产生而出现的新型农村民间组织,其在加强行业自律、促进行业交流、增强谈判地位等方面发挥了积极作用。但目前学者对电商协会的研究成果并不多见,未来研究可以开展“淘宝村”电商协会的多案例研究,探讨不同的运行模式和演化规律,也可以在问卷调查数据基础上评价分析电商协会的组织绩效,还可以针对其内部各类主体开展研究。其次,还可以关注“淘宝村”的农民合作组织。农民合作社是农户在自愿互助的基础上所成立的经济合作组织,广泛分布在中国农村地区。不少“淘宝村”拥有农民合作社,但鲜有学者研究这一主体。“淘宝村”的形成会对农民合作社产生什么影响,农民合作社应如何调整

以适应“淘宝村”发展,这些问题也有待于研究。此外,发展较好的“淘宝村”如何在产业兴旺的基础上加强农户社区参与,开展智慧村务建设,推进社区治理现代化,这一议题同样值得学者深入探讨。

4. 深入研究农户网店经营行为及绩效。“淘宝村”是村域尺度上的以农户为网店经营主体的创业群聚现象,微观农户的网店经营行为及绩效关系到整个“淘宝村”的发展,但目前学者对“淘宝村”农户网店经营行为及绩效问题的探讨不多。线上营销策略、线下供应管理、品牌化建设以及大数据产品应用等方面都是研究农户网店经营的重要视角。例如,部分电商农户使用“生意参谋”等大数据产品辅助网店经营决策,那么电商农户大数据产品使用行为受到哪些因素的影响,电商农户对大数据产品属性的偏好和支付意愿如何,以及大数据产品使用对电商农户收入产生怎样的影响效应,都是非常有价值的研究问题。另一方面,关于农户网店经营绩效的评价体系尚需构建,相关的农户追踪调查也有待开展,在此基础上,定量分析农户网店经营绩效水平及其影响因素,从而深化对农户网店经营规律的理解。

5. 拓展“淘宝村”现象的经济社会效应研究。“淘宝村”现象具有广泛的经济社会效应,并且以积极的一面为主,这是客观现实,也是普遍共识。已有文献对“淘宝村”现象的经济社会效应已有不少的探讨,但在研究方法上主要是案例研究和定性论述,未来研究应增强定量研究的力度,在大范围问卷调查基础上开展严格的因果识别,从而对“淘宝村”现象的实际作用进行准确评价以及对相关作用机制进行验证。另外,未来研究还要拓展“淘宝村”现象影响效应的考察角度,例如,研究“淘宝村”现象对农户的收入结构、消费水平、消费结构、主观幸福感、家庭婚姻状况、女性地位、女性就业、女性创业、社会资本、人力资本,以及村庄基层治理、城乡收入差距等方面的影响效应,已有文献对这些角度的涉及甚少,也有待学者开展研究。

参考文献

1. Avgerou C., Li B. Relational and institutional embeddedness of Web-enabled entrepreneurial networks: case studies of netpreneurs in Chi-

- na. Information Systems Journal 2013 23(4): 329~350
2. Leong C, Pan S. L., Newell S., Cui J. L. The emergence of self-organizing e-commerce ecosystems in remote villages of china: A tale of digital empowerment for rural development. MIS Quarterly 2016 40: 475~484
 3. Lin G., Xie X., Lv Z. Taobao practices everyday life and emerging hybrid rurality in contemporary China. Journal of Rural Studies 2016 47 (B): 514~523
 4. Qi J., Zheng X., Cao P., Zhu L. The effect of e-commerce agribusiness clusters on farmers' migration decisions in China. Agribusiness, 2018 35(1): 20~35
 5. Qi J., Zheng X., Guo H. The formation of Taobao villages in China. China Economic Review, available at: <http://doi.org/10.1016/j.chieco.2018.08.010>
 6. Seuring F., Müller M. From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. Journal of Cleaner Production 2008 16: 1699~1710
 7. 陈晓文, 张欣怡. 电商特色小镇的空间布局与产业发展——以淘宝镇为例. 中国科技论坛 2018(6): 91~97
 8. 陈永富, 方湖柳, 曾亿武等. 电子商务促进农业产业集群升级的机理分析——以江苏省沭阳县花木产业集群为例. 浙江社会科学, 2018(10): 65~70, 78
 9. 陈宏伟, 张京祥. 解读淘宝村: 流空间驱动下的乡村发展转型. 城市规划 2018(9): 97~105
 10. 崔丽丽, 王璐静, 王井泉. 社会创新因素促进“淘宝村”电子商务发展的实证分析——以浙江丽水为例. 中国农村经济 2014(12): 50~60
 11. 邓华, 李金光. 互联网时代包容性创业企业商业模式构建机制研究. 中国科技论坛 2017(6): 24~29
 12. 董坤祥, 侯文华, 丁慧平等. 创新导向的农村电商集群发展研究——基于遂昌模式和沙集模式的分析. 农业经济问题 2016(10): 60~67
 13. 董运生, 傅园园. 合法性悖论: 淘宝村民间团体的生存困境. 江海学刊 2016(4): 100~108
 14. 范轶琳, 姚明明, 吴卫芬. 中国淘宝村包容性创新的模式与机理研究. 农业经济问题 2018(12): 118~127
 15. 房冠辛. 中国“淘宝村”: 走出乡村城镇化困境的可能性尝试与思考——一种城市社会学的研究视角. 中国农村观察 2016(3): 71~81, 96
 16. 郭承龙. 农村电子商务模式探析——基于淘宝村的调研. 经济体制改革 2015(5): 110~115
 17. 李红玲, 张晓晓. 中西部地区淘宝村发展的关键路径研究. 科学学研究 2018(12): 2250~2258
 18. 梁强, 鄧立凯, 宋丽红等. 组织印记、生态位与新创企业成长——基于组织生态学视角的质性研究. 管理世界 2017(6): 141~154
 19. 楼健, 胡大平. 淘宝村、实时城市化和新型城镇化实践. 学术研究 2018(5): 58~62
 20. 梁强, 鄧立凯, 杨学儒等. 政府支持对包容性创业的影响机制研究——基于揭阳市军埔农村电商创业集群的案例分析. 南方经济, 2016(1): 42~56
 21. 梁强, 鄧立凯, 王博等. 关系嵌入与创业集群发展: 基于揭阳市军埔淘宝村的案例研究. 管理学报 2016(8): 1125~1134
 22. 刘亚军. 互联网条件下的自发式包容性增长——基于一个“淘宝村”的纵向案例研究. 社会科学 2017(10): 46~60
 23. 刘亚军. 互联网赋能、金字塔底层创业促进内生包容性增长的双案例研究. 管理学报 2018(12): 1761~1771
 24. 刘亚军, 陈进, 储新民. “互联网+农户+公司”的商业模式探析——来自“淘宝村”的经验. 西北农林科技大学学报(社会科学版) 2016(6): 87~93
 25. 刘亚军, 储新民. 中国“淘宝村”的产业演化研究. 中国软科学 2017(2): 29~36
 26. 路征, 张益辉, 王珅等. 我国“农民网商”的微观特征及问题分析——基于对福建省某“淘宝镇”的调查. 情报杂志 2015(12): 139~145
 27. 罗震东, 何鹤鸣. 新自下而上进程——电子商务作用下的乡村城镇化. 城市规划 2017(3): 31~40
 28. 马海涛, 李强, 刘静玉等. 中国淘宝镇的空间格局特征及其影响因素. 经济地理 2017(9): 118~124
 29. 邵占鹏. 规则与资本的逻辑: 淘宝村中农民网店的类型机制. 西北农林科技大学学报(社会科学版) 2017(4): 74~82
 30. 史修松, 魏拓, 刘琼. 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. 现代经济探讨 2017(11): 118~125
 31. 舒林. “淘宝村”发展的动力机制、困境及对策. 经济体制改革 2018(3): 79~84
 32. 王林申, 运迎霞, 倪剑波. 淘宝村的空间透视——一个基于流空间视角的理论框架. 城市规划 2017(6): 27~34
 33. 魏晓蓓, 王森. 乡村振兴战略中农村电商聚集化“2+”模式研究. 山东大学学报(社会科学版) 2018(6): 130~137
 34. 薛洲, 耿献辉. 电商平台、熟人社会与农村特色产业集群——沙集“淘宝村”的案例. 西北农林科技大学学报(社会科学版) 2018(5): 46~54
 35. 姚庆荣. 我国农村电子商务发展模式比较研究. 现代经济探讨 2016(12): 64~67

36. 千庆兰,陈颖彪,刘素娴等. 淘宝镇的发展特征与形成机制解析——基于广州新塘镇的实证研究. 地理科学, 2017(7): 1040~1048
37. 于海云,汪长玉,赵增耀. 乡村电商创业集聚的动因及机理研究——以江苏沭阳“淘宝村”为例. 经济管理, 2018(12): 39~54
38. 张嘉欣,千庆兰. 信息时代下“淘宝村”的空间转型研究. 城市发展研究, 2015(10): 81~84
39. 徐智邦,王中辉,周亮等. 中国“淘宝村”的空间分布特征及驱动因素分析. 经济地理, 2017(1): 107~114
40. 曾亿武,陈永富,郭红东. 先前经验、社会资本与农户电商采纳行为. 农业技术经济, 2019(3): 38~48
41. 曾亿武,郭红东. 农产品淘宝村形成机理:一个多案例研究. 农业经济问题, 2016(4): 39~48
42. 曾亿武,郭红东. 专业村电商化转型的增收效应. 华南农业大学学报(社会科学版), 2016(6): 104~113
43. 曾亿武,邱东茂,郭红东. 集群社会资本影响农户网店经营绩效的机理分析. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2017(4): 67~73
44. 曾亿武,邱东茂,沈逸婷等. 淘宝村形成过程研究:以东风村和军埔村为例. 经济地理, 2015(12): 90~97
45. 张宸,周耿. 淘宝村产业集聚的形成和发展机制研究. 农业经济问题, 2019(4): 108~117
46. 张庆民,孙树垒,吴士亮等. 淘宝村农户网商群体持续成长演化研究. 农业技术经济, 2019(1): 121~134
47. 张天泽,张京祥. 乡村增长主义:基于“乡村工业化”与“淘宝村”的比较与反思. 城市发展研究, 2018(6): 112~119
48. 张嘉欣,千庆兰,姜炎峰等. 淘宝村的演变历程与空间优化策略研究——以广州市里仁洞村为例. 城市规划, 2018(9): 114~121
49. 张嘉欣,千庆兰,陈颖彪等. 空间生产视角下广州里仁洞“淘宝村”的空间变迁. 经济地理, 2016(1): 120~126
50. 郑新煌,孙久文. 农村电子商务发展中的集聚效应研究. 学习与实践, 2016(6): 28~37
51. 周大鸣,向璐. 社会空间视角下“淘宝村”的生计模式转型研究. 吉首大学学报(社会科学版), 2018(5): 22~28
52. 周静. 电子商务对苏州消泾村发展的影响及规划思考. 城市规划, 2018(9): 106~113
53. 周静,杨紫悦,高文. 电子商务经济下江苏省淘宝村发展特征及其动力机制分析. 城市发展研究, 2017(2): 9~14
54. 周应恒,刘常瑜. “淘宝村”农户电商创业集聚现象的成因探究——基于沙集镇和颜集镇的调研. 南方经济, 2018(1): 62~84
55. 朱邦耀,宋玉祥,李国柱等. C2C电子商务模式下中国“淘宝村”的空间聚集格局与影响因素. 经济地理, 2016(4): 92~98

Research on China's Taobao Village: A Literature Review

ZENG Yiwu, CAI Jinjing, GUO Hongdong

Abstract: Taobao village is a typical product of e-commerce development in rural China. Academic research on Taobao village is still in the early stage, but scholars' enthusiasm is growing fast. The existing literature is scattered in journals with different disciplinary properties, meanwhile there are mainly case studies and conceptual researches whose topics include spatial distribution, formation and evolution mechanism, development mode and transformation and upgrading, economic and social effects, etc. Future research could focus on the following aspects: firstly, Taobao villages in central and western regions as well as minority concentrated region; secondly, effect of different development mode and its comparison; thirdly, the organization of smallholders in Taobao village; fourthly, rural e-commerce households' e-shop operation behavior and its performance; finally, the economic and social effects of Taobao village phenomenon.

Keywords: Rural e-commerce; China's taobao village; Rural e-commerce household; Literature review

责任编辑:段艳