

基于淘宝村实地调研的农村电商集聚效应研究

汪本学, 李梦佳 (衢州学院商学院, 浙江衢州 324000)

摘要 基于对浙江省永康市典型“淘宝村”的实地调研,应用GEM波特模型以及AHP层次分析法,探究了对农村电商集聚效应产生影响的普遍动力机制,总结出一个包含了生产要素、需求条件、支持产业、企业发展四要素的淘宝村形成因素的分析框架。结果表明,“淘宝村”基本发展模式为“农户+电商平台+家庭作坊+现代物流”,但“淘宝村”产业基础不同,会使其动力机制差异明显。

关键词 淘宝村;发展模式;动力机制;AHP层次分析法

中图分类号 S-9 文献标识码 A

文章编号 0517-6611(2021)12-0237-04

doi:10.3969/j.issn.0517-6611.2021.12.062



开放科学(资源服务)标识码(OSID):

Research on Rural E-commerce Agglomeration Effect Based on the Field Survey of Taobao Village

WANG Ben-xue, LI Meng-jia (Business School, Quzhou University, Quzhou, Zhejiang 324000)

Abstract The article based on field investigation of the typical “Taobao Village” in Yongkang City, Zhejiang Province, using the GEM porter model and AHP, explores the general dynamic mechanism that influence agglomeration effect of rural e-commerce and sums up an analysis framework of “Taobao village” forming factors which contains the production elements, demand conditions, support industry, enterprise development four elements. The results showed that: “Taobao Village” basic development model as “farmers + electric business platform + family workshops, modern logistics”, but different industrial bases of “Taobao Village” can make obvious differences in dynamic mechanism.

Key words Taobao Village; Development model; Dynamic mechanism; AHP analytic hierarchy process

“淘宝村”是农村经济与互联网平台相结合的产物。互联网平台改变了人们的生产方式和生活方式,电子商务市场也由“蓝海化”向“红海化”转变,从城市向农村传播。阿里研究院将“淘宝村”定义为:淘宝村是大量网商集聚在某一村落,以淘宝网为主要经营平台,依托于淘宝电子商务生态系统,形成协同效应及规模效应的集群现象。具体认定标准为,活跃在线商店的数量超过了本地号码的10%,电商的年内交易额须超过1 000万元。

据统计,中国“淘宝村”的数量由2014年的212个快速增长到2018年的2 118个,如今正是“淘宝村”的繁荣时代。浙江淘宝村数量在全国排名第一,涌现出了大量优秀的淘宝村。该研究样本为浙江省永康市,永康是一个典型的电子商务集聚区域,电商产业发达,共有45个淘宝村,2019年全市实现网络零售额446.70亿元,在全省排名第六位。目前,永康市的“电子商务发展总指数”连续4年位居全国电商百佳县,被阿里巴巴评为2017年中国十大淘宝村集群之一。永康市作为“淘宝村”的优秀代表,总结其成功模式,深入研究“淘宝村”农村电商创业集聚现象的动力机制,为更好地建设淘宝村提供理论依据和实践指导。

国外对电子商务集聚理论的研究始于20世纪90年代。Michael Porter^[1]在《国家竞争优势》中认为,产业集群是某特定产业的企业和机构聚集在一定的区域范围内形成的具有竞争优势的、稳定的集合体。Freeman^[2]认为知识溢出是集群成长的最根本驱动力。电子商务知识外溢扩散,使企业可以通过学习进行改革。Malecki^[3]认为社会网络,比其他类型的产业集群更具有有竞争的优势,因为农村产业集群内的企业更愿意共享信息与市场。Pouder^[4]研究认为,模仿是电商

产业集群不可缺少的条件,但长远来看却会导致集群的惰性与退步。Altenburg等^[5]指出产业集群发展可能会陷入丧失比较优势、缺乏产品竞争力的窘境之中。国外现阶段已有较权威的研究成果聚焦于产业集群等领域,部分研究涉及了由互联网带动农村区域发展^[6-7],但鲜少有外国学者对中国特有的“淘宝村”现象展开过研究。

国内对于“淘宝村”的研究始于阿里研究院。2014年开始,阿里研究院对当时中国淘宝村的发展状况进行了详实的总结与分析。此后阿里研究院每年都会对“淘宝村”进行一次研究总结^[8]。此外,还有一些相关的调研报告。如陆尹玮^[9]对东风村进行了分析,提出电商发展模式有农民自发、群体性效应等特点,且具有较强的适应性、可复制性。黄梅英等^[10]对广东揭阳的军埔“淘宝村”进行了实证调查,提出农村电商的发展模式是由个体先进入行业,进而带动周边区域的“熟人社会”模式。从2014年开始,“淘宝村”迅速发展,国内陆续开始研究对农村电商对产业集聚效应影响。谭乐义等^[11]指出了“淘宝村”产业加速发展,是由电子商务驱动的地方特色新型模式。徐智邦等^[12]研究认为,淘宝村快速发展的深层驱动因素有政府引导调控、相关行业的发展和电商平台投入的共同推动。

综上所述,国内外学者从不同的研究视角对电商产业集群及中国“淘宝村”进行了分析。然而,有关电子商务产业集群的机制研究,并未形成成熟的成果体系,对于农村电商产业集群的集聚机理及路径演变学界尚未取得共识,这就为本课题留下的研究空间。目前,我国对“淘宝村”农村电商集聚效应的研究也正在起步,大部分的研究均是通过宏观论述或个案分析为主,但结合“淘宝村”的不同类型,在系统调查的基础上进行动力机制的研究较少。理论分析结合案例研究的确是研究“淘宝村”的不错选择,但笔者以为,研究中加入定量分析的方法,能在一定程度上提高“淘宝村”集聚现象的

基金项目 教育部人文社科基金项目(17YJA850009)。

作者简介 汪本学(1969—),男,湖北恩施人,教授,硕士,从事农村区域经济与区域文化教学与研究。

收稿日期 2020-10-14

研究效度,对淘宝村的研究还需要运用 Michael Porter 等相关经典理论,依托电子商务平台,从实际出发,更好地研究我国特有产业集聚现象——“淘宝村”。

1 研究设计

1.1 理论框架 GEM 钻石模型是由哈佛商学院著名战略管理科学家 Michael Porter 提出的。该模型主要用于分析一个国家或地区中的产业国际竞争力。其主要观点认为一个国家产业竞争力的决定因素包括生产要素、需求条件、支持产业和企业发展 4 个因素。笔者在研究迈克尔·波特经典钻石模型基础上,结合中国“淘宝村”发展特点及调研地实际情况,重构了价值体系,引入了 12 个影响产业集群竞争力的重要因素作为评价指标。

生产要素包括人力资源、资源条件、资金条件等;需求条件主要是市场需求,政策支持或支部协会的辅助;支持产业包括电商平台、产业基础、基础设施等;企业发展主要是示范交流、操作能力、管理能力等。

1.2 样本选择与数据来源 该研究选取了浙江永康市的前仓村和下里溪村作为研究样本。其理由如下:名单来源于阿里研究院于 2018 年公布的全国 2 100 多个淘宝村和淘宝城的名单。浙江淘宝村的数量是全国第一,前仓村和下里溪村均位列其中,是全国重要的淘宝村集聚地,地位在全国同行业举足轻重。第二,针对该研究中采用的是比较分析方法,分别在前仓村和下里溪村的网店里开发了不同类型的商业产品,开发模式有所不同,满足了对样品的比较需求。第三,前仓村和下里溪村在同类“淘宝村”中具有较强的典型性与代表性。

下里溪村地处永康市东南部,现有的 637 户家庭人口有 1 715 人。网店数达到 145 家,主要从事生活电器经营,网店偏向于休闲工具和电动工具产品。全村工业总产值 600 万元,2017 年村集体经济收入 200 万元。前仓村位于永康市的南部,全村共有 320 户,人口 1 196 人,山林 333.33 hm²,耕地 70.67 hm²,以经营农产品为主的网店数达到 72 家,与下里溪村的经营业务不同,主要从事各类优质农产品经营。

1.3 样本特征描述性分析 通过年龄、受教育程度、开店年限、产品来源、与经营网店前相比收入变化 5 项指标,对样本进行描述性统计。结果表明,此次抽取的样品基本分布在合理的范围内,说明该研究的样品具有代表性。通过对有效样本的调查统计,综合信息显示,90%以上的网店经营者年龄在 20~40 岁。研究表明,农村网络商店的管理主体处于年轻化和年轻化的趋势。农村人口较少的的原因主要是由于农村的性质,首先是相对落后的农村地区。在这一领域,掌握科技的年轻人更容易抓住商机,适应互联网销售时代的变化。第二,年轻的店主有一定的文化或创新思维。电商文化水平不一,近 70%为初、高中毕业,具有大专以上学历占总电商人数的 14%。另外,经商时间来看,从事电商业务且开店年限 3~5 年的占电商总数的 50%以上。从主营产品来看,下里溪村主营与家用电器及相关产品,前仓村主营农产品,具有一定的区位优势。

2 实证分析

2.1 指标体系建立 基于前文分析,在对下里溪村和前仓村地区农民网商经营情况进行调查和访谈基础上,结合“电商平台+农户”这一新型经营模式的实际,确定了层次分析法指标体系的分析构架与数据指标体系(表 1)。

表 1 “淘宝村”形成影响因素的指标体系

Table 1 Indicator system of influencing factors of “Taobao Village”

一级指标 First-level indicators	二级指标 Second-level indicators	指标说明 Definition of indicator
生产要素 Factors of production	资金条件	网店经营所需要的初始投资易承受
	人力资源	村内或附近地区的劳动力充足
	资源条件	具有较优的地理条件及自然资源
需求条件 Demand conditions	政策支持	政府对农村电商的政策导向及支持
	支部带动	电商协会或党支部对电商的推动及管理
	市场需求	本地或外地的需求市场较大
支持产业 Supporting the industry	电商平台	电商平台对商家的管理规范、服务全面
	产业基础	村内拥有产品生产及经营的基础
	基础设施	本村有较完善的网络、交通及物流等基础设施
企业发展 Enterprise development	示范交流	村内外电商经营户的带头示范及交流学习
	操作能力	能快速掌握电商经营的基本操纵技术
	管理能力	能较好地对网店进行运营管理

2.2 构造判断矩阵 囿于篇幅,以下里溪村 4 个“一级指标”子系统为例,构建判断矩阵。设 A_1 为生产要素, A_2 为需求条件, A_3 为支持产业, A_4 为企业发展,按照“1-9”标度法,根据实地调查结果,对以上 4 个指标进行两两评判,得到表 2。由此得到转换后符合一致性的“淘宝村”形成指标体系的一级、二级判断矩阵。

表 2 下里溪村一级指标体系样本统计、权重结果

Table 2 Sample statistics and weight results of the first-level indicator system in Xialixi Village

A	A_1	A_2	A_3	A_4
A_1	1	1/4.565 2	1/3.363 6	1/4.666 7
A_2	4.565 2	1	2.142 9	1/4.166 7
A_3	3.363 6	2.142 9	1	1/4.826 1
A_4	4.666 7	4.166 7	4.826 1	1
合计 Total	13.595 5	7.528 6	8.266 3	1.661 5

(1) 对每一列进行归一化处理,公式如下:

$$B_{ij} = \frac{A_{ij}}{\sum A_{ij}}$$

其中, $\sum A_{ij}$ 的值为各列的和, B_{ij} 就是以各列的元素除以列的和,得到表 3 所示新矩阵 B 。

(2) 对矩阵 B 每一行进行求和,既得出特征向量 SUM。

(3) 对数据结果指标进行权重处理。运用公式 $W_i = \frac{B_j}{\sum B_j}$

对特征向量全部归一化处理,结果见表 4。

2.3 矩阵一致性检验 以上归一化处理结果指标权重进行检验,检验矩阵的一致性。

表 3 归一化处理后的新矩阵 B Table 3 The new matrix B after normalization treatment

B	B_1	B_2	B_3	B_4
B_1	0.073 5	0.029 2	0.036 0	0.129 0
B_2	0.335 8	0.132 8	0.259 2	0.144 4
B_3	0.247 4	0.284 6	0.121 0	0.124 7
B_4	0.343 3	0.553 4	0.583 8	0.601 9
合计 Total	1.000 0	1.000 0	1.000 0	1.000 0

表 4 指标权重处理结果

Table 4 Index weight processing results

B	B_1	B_2	B_3	B_4	SUM	W_i	权重百分比 Weight percentage//%
B_1	0.073 5	0.029 2	0.036 0	0.129 0	0.698 0	0.174 5	17.45
B_2	0.335 8	0.132 8	0.259 2	0.144 4	0.800 4	0.200 1	20.01
B_3	0.247 4	0.284 6	0.121 0	0.124 7	1.532 4	0.383 1	38.31
B_4	0.343 3	0.553 4	0.583 8	0.601 9	0.969 2	0.242 3	24.23
合计 Total	1	1	1	1	4	1	100.00

(1) 计算矩阵最大特征根。公式如下:

$$\lambda_{\max} = \frac{\sum (AW)_i}{nW_i}$$

AW 计算公式如下:

$$AW = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} W_1 \\ W_2 \\ W_3 \end{bmatrix}$$

$$AW_1 = a_{11} \times W_1 + a_{12} \times W_2 + a_{13} \times W_3$$

$$AW_2 = a_{21} \times W_1 + a_{22} \times W_2 + a_{23} \times W_3$$

$$AW_3 = a_{31} \times W_1 + a_{32} \times W_2 + a_{33} \times W_3$$

计算结果见表 5。

表 5 矩阵最大特征根

Table 5 Maximum eigenvalues of the matrix

B	W	权重百分比 Weight percentage//%	AW	AW/W
B_1	0.174 5	17.45	0.384 1	4.045 8
B_2	0.200 1	20.01	1.065 0	4.283 8
B_3	0.383 1	38.31	0.994 7	4.115 8
B_4	0.242 3	24.23	2.679 8	4.147 4
SUM	1	100	—	16.592 8

注: $\lambda_{\max} = 4.148 2$

(2) 计算判断矩阵的一致性指标。根据一致性检验指标公式 $CI = (\lambda_{\max} - n) / (n - 1)$ (n 表示矩阵的阶数。CI 越小, 矩阵越接近于完全一致性; CI 越大, 矩阵越偏离完全一致性), 可得 $CI = (4.148 2 - 4) / 3 = 0.049 4$ 。

(3) 计算随机一致性比率。检验公式如下:

$$CR = CI / RI$$

式中, RI 为常数, 表示平均随机一致性指标, 根据阶数可借助量表查找。当 $CR < 0.1$ 时, 矩阵的不一致程度是在容许范围内的。4 阶 RI 值为 0.9, 所以, $CR = 0.049 4 / 0.9 = 0.054 9 < 0.1$, 即保持显著水平, 对比矩阵是保持一致性的。该研究列出的

判断具有可以接受的一致性。

3 模型结果分析

3.1 下里溪村“淘宝村”因素分析 经过综合测算, 该村动力机制的各项指标依照影响因子数据从大到小排序为产业基础、电商平台、资源条件、操作能力、政府支持、市场需求、示范交流、管理能力、基础设施、资金条件、支部带动、人力资源。前 6 位指标详细分析如下:

(1) 产业基础。该指标所占权重为 17.06%, 在以上众多因子中排第一位, 说明农民对电商经营的主要动力来源于下里溪工业区的生产及经营基础。良好的区位优势和产业发展基础, 有利于下里溪网商降低学习成本和物质成本并大大降低了成功的风险, 促进了网商的集聚。

(2) 电商平台。电商平台的包容性为所有创业者提供了平等的创业机会, 极大地改善了线下销售的地域限制, 其贡献为大多数人认可, 16.99% 的人认为, 下里溪村“淘宝村”的形成离不开这一重要平台的出现。

(3) 资源条件。资源条件作用也较为重要, 权重为 14.28%。下里溪村靠近工业区的地理条件及蕴藏各种矿产的资源条件成为“淘宝村”形成的驱动力。

(4) 操作能力。调查发现操作能力也不容忽略, 10.01% 的人创业者认为非常重要。因其决定了电商是否有能力展开电子商务运营。对技术的掌握基本呈现年轻化的态势, 年轻人对电商了解成为其返乡创业的一部分原因, 并且文化层次相对较高, 68% 的创业者都具有初中以上文化水平。

(5) 政府支持。政策支持在促进“淘宝村”形成的影响因素中占据 9.18% 的重要性。从政府的宏观层面来说, 对于下里溪产业集群的扶持政策目前还处于初步阶段, 新农村建设项目和工业园区刚刚起步, 真正受益的企业较少。

(6) 市场需求。下里溪村网商的主营产品是生活电器, 并且永康作为著名的“五金之都”, 具有较好的品牌效应与市场。市场需求在淘宝村的动力因素中占到了 8.74% 的比例。

3.2 前仓村“淘宝村”因素分析 基于指标体系的权重分析。下里溪“淘宝村”形成原因的影响因子权重后按从大到少的顺序排序为政策支持、产业基础、支部带动、操作技术、电商平台、管理能力、示范交流、资源条件、基础设施、市场需求、资金条件、人力资源。前 5 位指标详细分析如下:

(1) 政府支持。前仓村以农业为主, 其工业基础薄弱, 人们认为当地电商发展要想原因在于政府政策支持, 占“淘宝村”形成原因比重的 25.09%。政策支持能够促使市场环境更利于“淘宝村”的形成。当地政府积极策划, 通过创建自主品牌, 开展“雪龙”极地科学考察船等一系列大胆行动, 大幅度提高了前仓特色农产品的品牌竞争力。

(2) 产业基础。该地发展成为“淘宝村”的一项不可或缺的基础条件即当地以农业为主的产业结构, 占 16.63% 的重要性。前仓村是永康最大的农产品种植与加工基地。良好的农业基础为前仓村农民的网商创业提供了有力的支持。

(3) 支部带动。支部带动在重要性中占比为 11.27%。说明在早期发展过程中, 党支部小组的宣传、带动作用也十

分明显。前仓村党支部为了专门批发和采购毛芋,成立了“宏扬”和“友谊”两家专业合作社。在此基础上,2020年“永康舜芋”技术协会成立,进一步打造“舜城糯芋”品牌等。通过整合技术培训、统一标准、统一服务、统一品牌等措施,推动引导了前仓72家网商,100多家芋农,进行电子商务经营。所以协会和党支部的支持对淘宝村形成的重要性较高。

(4)操作能力。操作能力在淘宝村形成因素中占比10.33%。操作能力决定了网商是否有能力开展电子商务运营,对于农产品销售的网商而言,在淘宝平台上,同一农产品中多个企业得以共存发展,需要互联网商家可以通过个性化和管理差异化来形成自己的消费群体,从而得到发展。所以操作能力对主营农产品的网商来说,占比较高。

(5)电商平台。电商平台发展得益于“互联网+”经营模式的出现,“舜城糯芋”畅销全国这都得益于电商平台的成熟,所以其重要性占比达到了9.34%。如今前仓村内40岁以上的农民主要从事现有的基础生产环节,与青年群体的商铺店主发展为密切的供应链关系,形成了鲜明的产销分工格局,从而实现了产业良性循环发展。

4 结论与启示

4.1 研究结论 该研究构建了波特钻石模型的理论框架,从生产要素、需求条件、产业支持、企业发展4个方面,通过调查分析,对“淘宝村”集聚的动力机制进行了深入的研究。研究发现:“淘宝村”产业基础不同其电商集聚形成机制具有差异性。研究样本中的下里溪村和前仓“淘宝村”,虽然2个村发展模式都接近于“农民+电子商务平台+家庭作坊+现代物流”,但下里溪村类型,良好的区位优势 and 产业发展基础,这类淘宝村电商集聚的推动因素主要有产业基础、电商平台、资源条件、操作能力、政策支持、市场需求等。下里溪村新兴工业成长初期主要是家庭作坊式制造,主营产品的经营和加工具有较强的可学习性和可复制性,短时间内吸引了大批商家开始经营网店。这种明显的传播效应主要依赖农村地区普遍的“熟人社会”。与之截然不同的前仓村类型的村落,其产业基础较差,电商集聚主要依赖当地传统的农业资源,通过电商平台“电商+农业”的创业模式,将新鲜的农产品送到不同地区不同需求的客户手中。其动力机制主要依靠政策带动、示范交流、政策支持、产业基础、操作能力、电商平台等关键因素,打造农业复合型发展典范。

4.2 政策启示

(1)针对传统产业基础好,并具备一定的区位优势,但近年来传统产业面临发展瓶颈的农村,可以考虑优先发展电子商务,实现产业带动最终实现产业升级,发展农村经济。此类地区可考虑借鉴“下里溪村模式”。其发展路径如下:优先发展电子商务,带动家电营销,形成一定市场容量,促进传统

产业升级,推动产业结构调整,农村经济迅速发展,最后形成新型农村发展模式。

(2)针对产业发展落后,并无工业发展潜力,但传统农业发展较好,且农业生产条件较好地区,可以考虑借鉴“前仓村模式”,在各级党组织支持下,培训农村青年学习电商技能及和互联网经营的新理念、新技术,依独特的农产品优势,运用电商平台打造“电商+农业+”的复合型农业发展新思路,强化电商集聚效应。

(3)“淘宝村”是一种具有典型中国特色的农村经济与社会发展模式,且兼具“二元经济”结构特点,“电商+农业”发展模式,作为农村经济发展的成功探索和有益实践,正肩负着发展农村经济,推进精准扶贫,统筹城乡发展的艰巨任务。因此各级政府应当进一步加强领导和政策支持,推动农村电商业发展;要加强电商行业协会建设,强化协会职能,创造健康有序的电商环境,运用行规和制度规范竞争秩序,提倡诚信经营;还需大力加强电商技能培训,提高从事电子商务业务水平,为“淘宝村”可持续发展提供充足劳动力。

参考文献

- [1] PORTER M E. The Adam Smith address: Location, clusters and the “new” microeconomics of competition [J]. *Business economics*, 1998, 33(1): 7-13.
- [2] FREEMAN C. Networks of innovators: A synthesis of research issues [J]. *Research policy*, 1991, 20(5): 499-514.
- [3] MALECKI E J, TOOTLE D M. The role of networks in small firm competitiveness [J]. *International journal of technical management*, 1996, 11(1/2): 43-57.
- [4] POUDE R, ST JOHN C H. Hot spots and blind spots: Geographical clusters of firms and innovation [J]. *Academy of management review*, 1996, 21(4): 1192-1225.
- [5] ALTENBURG T, MEYER-STAMER J. How to promote clusters: Policy experiences from Latin America [J]. *World development*, 1999, 27(9): 1693-1713.
- [6] CHEAH W, MASLI A B, MIT E. Sustainability modelling of E-commerce for rural community: A case from long lamai E-commerce initiative [C]//2013 international conference on informatics and creative multimedia. Kuala Lumpur, Malaysia: IEEE, 2013: 282-287.
- [7] KWAK D H, JAIN H. The role of web and E-commerce in poverty reduction: A framework based on ecological systems theory [C]//SUGUMARAN V, YOON V, SHAW M J. E-life: Web-enabled convergence of commerce, work, and social life. Cham: Springer International Publishing, 2016: 143-154.
- [8] 陈亮, 崔丽丽, 蒋正伟, 等. 淘宝村新突破——中国淘宝村研究报告(2016) [R]. 阿里研究院, 阿里新乡研究中心, 2016.
- [9] 陆尹玮. 淘宝村的沙集模式 [J]. *决策*, 2014(6): 66-67.
- [10] 黄梅英, 宾宁, 杨可莹, 等. 新农村电子商务发展调查: 基于揭阳市军埔淘宝村的调查分析 [J]. *市场周刊(理论研究)*, 2014(10): 55-58.
- [11] 谭乐义, 谭利伟. “淘宝村”再燃农村发展星火 [J]. *中国财政*, 2014(20): 50-51.
- [12] 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 [J]. *经济地理*, 2017, 37(1): 107-114.
- [13] 朱兴荣. 新农村电子商务及实施模式的探索 [J]. *科技情报开发与经济*, 2007(12): 227-228.
- [14] 李海平, 刘伟玲. 农村电子商务存在的问题与模式创新 [J]. *陕西科技大学学报(自然科学版)*, 2011, 29(2): 189-191.
- [15] 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 [J]. *南方经济*, 2018(1): 62-84.