

中国淘宝村发展报告

(2014-2018)

南京大学空间规划研究中心

阿里新乡村研究中心

2018. 12

国家自然科学基金课题 (No. 51878329) “电子商务推动的乡村城镇化特征、机制与规划应对研究” 资助成果

国家自然科学基金课题 (No. 51478216) “基于流空间的城镇发展战略分析方法与规划理论研究” 资助成果

国家自然科学基金课题 (No. 51808280) “治理结构视角下乡村公共产品供给和规划策略研究” 资助成果

中国淘宝村发展报告 (2014-2018)

南京大学空间规划研究中心

阿里新乡村研究中心

2018. 12

目 录

核心观点.....	1
第一章 空间分布与增长.....	2
1 巨变的五年.....	2
1.1 全国格局：高度集中于东部沿海地区.....	2
1.2 空间梯度：“东中西”递减.....	7
1.3 区域集聚：“北中南”分布.....	8
2 边缘的革命.....	9
2.1 中心城市尺度的边缘区效应.....	10
2.2 长三角区域尺度的边缘效应.....	11
3 裂变式增长.....	12
第二章 发展机制与模式.....	15
1 钻石模型.....	15
1.1 草根创业：企业家精神与自组织.....	15
1.2 主营产品：产业基础与蓝海产品.....	16
1.3 设施支撑：多元创新与在线赋能.....	16
1.4 政府支持：政策制定与服务供给.....	17
2 多元模式.....	19
2.1 自发成长模式.....	19
2.2 政府推动模式.....	21
2.3 政府+服务商模式.....	23
第三章 乡村类型与特色.....	27
1 淘宝村分类.....	27
1.1 城市边缘的纯贸易型淘宝村.....	27
1.2 城市边缘的工贸型淘宝村.....	28
1.3 城镇近郊的纯贸易型淘宝村.....	29
1.4 城镇近郊的工贸型淘宝村.....	30
1.5 城镇近郊的农贸型淘宝村.....	30
1.6 独立发展的工贸型淘宝村.....	31
1.7 独立发展的农贸型淘宝村.....	31
2 特色淘宝村——传统手工艺产业的复兴.....	32
2.1 下营村（绿松石）.....	32
2.2 平乐村（牡丹花画）.....	35
2.3 南石山村（唐三彩）.....	37
2.4 霍庄村（社火服饰）.....	39
致谢.....	43

核心观点

- 五年来中国淘宝村经历了井喷式的快速增长，已经成为**具有全国影响力的经济地理现象**。淘宝村的空间分布虽然开始浮现出与中国“东中西”经济地理梯度相吻合的格局，但淘宝村总体上仍高度密集地分布在东部沿海地区，并在一定地域范围内呈现快速裂变式增殖的态势。
- 淘宝村是一场由**“边缘人群”在“边缘区位”靠“边缘产品”**发起的**“边缘革命”**，三重边缘属性使得淘宝村的兴起与繁荣充满张力，并迅速成为一支改变中国城乡格局的重要力量。
- **淘宝村的形成遵循钻石机制模型**，草根创业、主营产品、支撑设施和政府支持是影响淘宝村发展的四大核心因素，乡村治理是淘宝村能否实现升级转型的关键因素。
- 淘宝村的形成模式主要有三种，**自下而上的自发成长模式，自上而下的政府推动模式，以及整合政府和乡村草根力量的“政府+服务商”模式**。
- 根据空间区位和产业特色，可以将淘宝村分为城镇近郊的农贸型、独立发展的农贸型、城市边缘的工贸型、城镇近郊的工贸型、独立发展的工贸型淘宝村、城市边缘的纯贸易型、城镇近郊的纯贸易型七类。
- 互联网电子商务的兴起重新彰显了以个性和品质为特征的传统手工艺的价值。电子商务对于传统手工艺产业的复兴不仅孕育了一批淘宝村，而且**描绘了一道淘宝村特色发展的靓丽风景线**。

第一章 空间分布与增长

1 巨变的五年

1.1 全国格局：高度集中于东部沿海地区

自 2009 年发现三个淘宝村¹以来，全国淘宝村经历了井喷式的快速增长，从最初沿海省份的零星分布迅速扩展为具有全国影响力的经济地理现象。深入分析淘宝村 2014-2018 年的增长数据可以看到²，虽然从 2017 年中国淘宝村的空间分布开始浮现出与中国“东中西”经济地理梯度相吻合的格局，但淘宝村总体上仍高度密集地分布在东部沿海地区，总量占比始终在 96%以上⁴（见图 1-1）⁵。

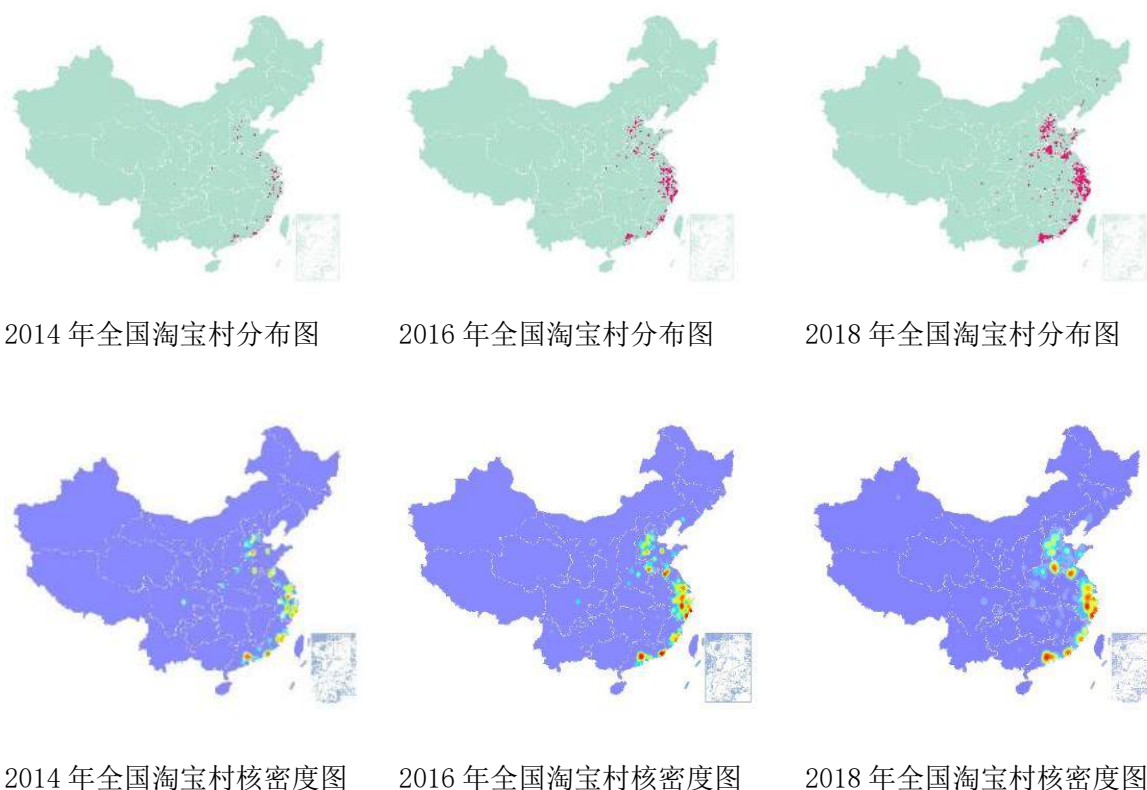


图 1-1 2014、2016、2018 年全国淘宝村分布变化

¹ 浙江义乌的青岩刘村、河北清河的东高村、江苏睢宁的东风村。

² 自 2014 年阿里研究院开始引入大数据等方法进行淘宝村的发掘，淘宝村数据的准确性大大提高，数据的可比性和研究价值相应更高。

⁴ 2014-2008 年东部六省两市淘宝村数占总量的比例依次分别为 98.11%、97.69%、97.71%、96.32%、96.47%。

⁵ 报告中所有图片与表格未标注来源者均为报告编著者自绘或自拍，数据则来源于编著单位。特此说明！

表 1-1 2014 年-2018 年全国淘宝村和淘宝镇分布情况

省份	2014 年		2015 年		2016 年		2017 年		2018 年	
	淘宝村	淘宝镇	淘宝村	淘宝镇	淘宝村	淘宝镇	淘宝村	淘宝镇	淘宝村	淘宝镇
浙江省	62	6	280	22	506	51	779	77	1172	128
广东省	54	5	157	20	262	32	411	54	614	74
江苏省	25	2	126	11	201	17	262	29	452	50
福建省	28	2	71	7	107	13	187	24	233	29
山东省	13		63	6	108	12	243	36	367	48
河北省	25	2	59	5	91	8	146	16	229	27
河南省	1		4		13		34	2	50	3
四川省	2		2		3	1	4	1	5	
湖北省	1		1		1		4		10	
天津市	1		3		5		9	1	11	2
辽宁省			1		4	1	7	1	9	1
江西省			3		4		8		12	
湖南省			3		1		3		4	
云南省			2		1		1		1	
北京市			1		1		3	1	11	1
吉林省			1		1		3		4	
山西省			1		1		2		2	
安徽省					1		6		8	
广西壮族 自治区							1		1	
贵州省							1		1	
陕西省							1		1	
宁夏回族 自治区							1		1	
新疆维吾 尔自治区							1		1	
重庆市							1		3	
合计	212	17	778	71	1311	135	2118	242	3202	363

（1）省域分布特征：以浙江为中心向东部沿海省份扩散

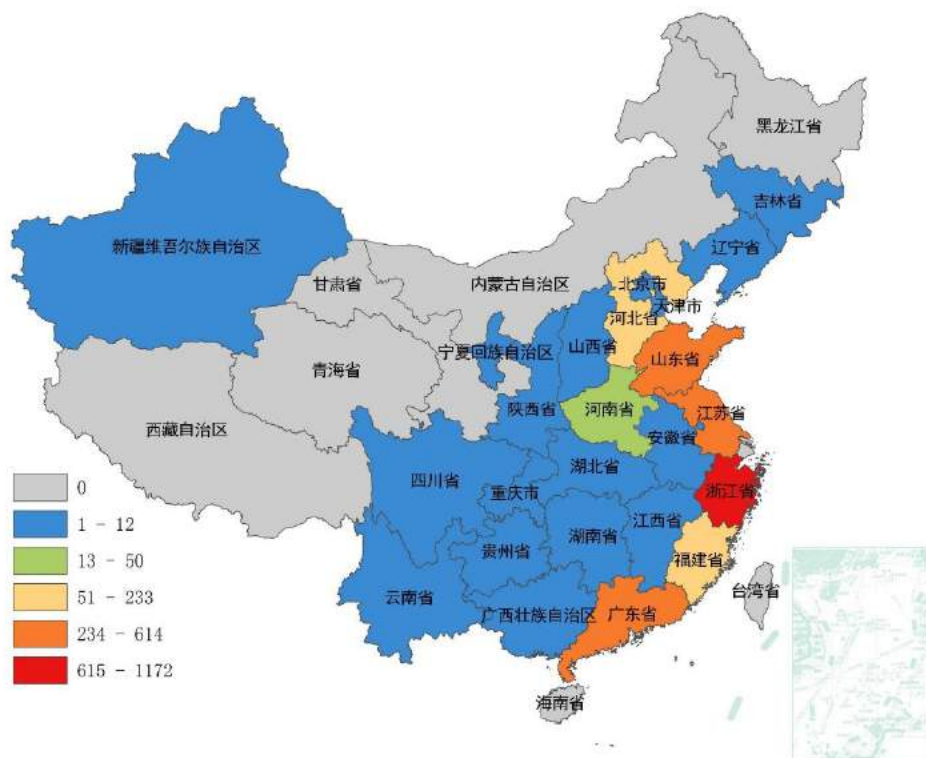


图 1-2 2018 年全国淘宝村省域分级图

在省域层面上，中国淘宝村呈现出明显的沿东部沿海地区集聚的特征⁶。浙江省拥有淘宝村的数量处于遥遥领先的地位，2018 年占全国的比重为 36.6%，几乎是位于第二名的广东省数量的两倍（见图 1-2）。2018 年全国淘宝村最多的十个城市（见表 1-2），以及十大淘宝村集群（见表 1-3）均有一多半位于浙江省内。紧随浙江省之后的省份是广东省、江苏省、山东省、福建省和河北省，淘宝村数量均超过 200 个，且都位于东部沿海地区。位于中部的河南省近年来增长速度极快，已经成为东部沿海六省以外第一个也是唯一一个淘宝村数量达到 50 个的省份。位于中部地区的江西、湖北和安徽三省以及位于东北地区的辽宁省，近两年淘宝村的发展开始进入加速期。除此之外的广大中西部省份淘宝村数量普遍较少。地理区位、交通条件、技术水平以及政府治理等方面要素的限制，使这些地区的农村电子商务发展水平明显滞后于东部沿海地区。

⁶ 徐杰，罗震东，何鹤鸣，et al. 中国县域电子商务发展的空间特征及影响因素研究[J]. 上海城市规划，2017(2):90-97.

表 1-2 2018 年淘宝村数量最多的十个城市

2018 年排名	2017 年排名	省份	城市	2018 年淘宝村数量（2017 年）
1	1	山东省	菏泽市	267（168）
2	3	浙江省	温州市	254（162）
3	2	浙江省	金华市	245（168）
4	4	浙江省	台州市	203（143）
5	5	福建省	泉州市	140（124）
6	9	江苏省	宿迁市	132（75）
7	8	浙江省	宁波市	131（79）
8	7	浙江省	杭州市	126（96）
9	6	广东省	广州市	125（106）
10	非前十	浙江省	嘉兴市	113（60）

表 1-3 2018 年十大淘宝村集群（区县层面）

2018 年排名	2017 年排名	省份	区县	淘宝村数量（2017 年）
1	1	浙江省	义乌市	134（104）
2	3	山东省	曹县	113（74）
3	2	浙江省	温岭市	97（75）
4	6	江苏省	睢宁县	92（51）
5	非前十	浙江省	乐清市	83（40）
6	8	浙江省	慈溪市	78（44）
7	8	浙江省	永康市	74（44）
8	4	浙江省	瑞安市	71（51）
8	5	广东省	普宁市	64（52）
10	非前十	江苏省	宿迁宿城区	61（31）

（2）县域分布特征：东部地区集群发展，中西部及东北地区零散分布

在县域尺度，中国淘宝村的空间分布与省域层面观测到的情况颇为相似，主要分布在东南沿海地区，尤其江浙两省形成县域大范围连片发展的格局（见图 1-3、1-4）。在县域淘宝村十大产业集群中，浙江省占据七席（义乌市、温岭市、乐清市、慈溪市、永康市、瑞安市），山东省曹县、江苏省睢宁县和广东省普宁县由于电商产业的专业化、规模化发展，也跻身十大淘宝村集群之列（见表 1-3）。除此之外，在长三角、珠三角、苏北、闽东南以及潮汕等地区，存在大量淘宝村数量在三十个以上的县域。相比于东部地区的高密度分布格局，中西部及东北地区的县域淘宝村数量普遍较少，基本处于五个以下的低水平区间。河南省新郑市和洛阳市洛龙区是为数不多的淘宝村数量超过五个的中西部县域。辽宁省海

城市是唯一的淘宝村数量超过五个的东北地区县域。

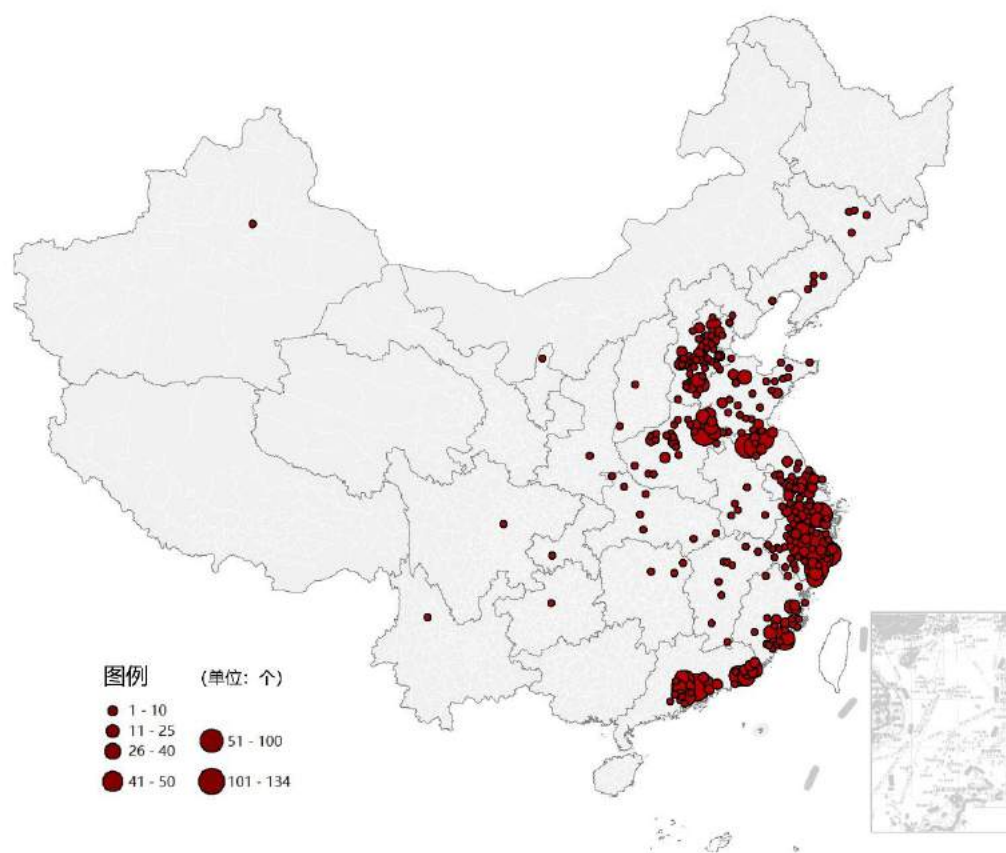


图 1-3 2018 年中国淘宝村县域分级图

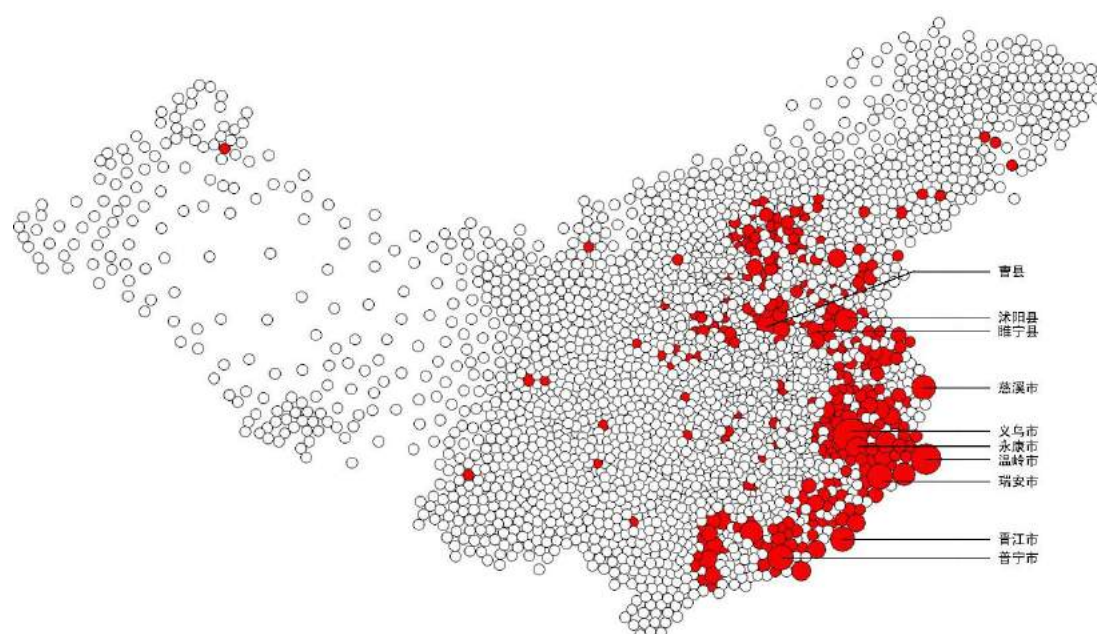


图 1-4 2017 年中国县域淘宝村 cartogram 分布图

1.2 空间梯度：“东中西”递减

（1）东部：高密度面状分布

由于东部沿海地区区位优势优越、经济较为发达，互联网普及程度和交通运输便利度普遍较高，为淘宝村的产生奠定了良好的基础。位于东部地区的沿海六省两市（河北省、山东省、江苏省、浙江省、福建省、广东省、北京市和天津市）2018年淘宝村总数达到3089个，占全国的96.47%，呈现出团块状的农村电子商务产业集聚区域（见图1-3、1-4）。尤其浙江全省、冀中南、鲁西南、苏北、苏南、闽东南、潮汕、珠三角等区域，呈现出若干个县域淘宝村连绵发展的状态。

（2）中部与东北：中密度岛状分布

中部地区六省（河南省、安徽省、江西省、湖北省、湖南省和山西省）和东北地区两省（辽宁省、吉林省）形成了淘宝村分布的第二梯队，淘宝村总数2018年达到99个，占比为3.09%。中部地区淘宝村的发展更多依靠特色产业或与东部地区形成产业上下游关联。空间分布上呈现出以一至两个相邻县域连接成片的岛状分布特征。典型如河南省洛阳市洛龙区（钢质家具）—孟津县（唐三彩、牡丹花画）—偃师市（大鼓）、长葛市（峰产品）—新郑市、安徽省泾县（宣纸）、江西省景德镇市昌江区（陶瓷）以及辽宁省的海城市等。

（3）西部：低密度点状分布

西部地区已有四省三自治区一直辖市（四川省、贵州省、云南省、陕西省、广西壮族自治区、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区、重庆市）发现淘宝村，总数2018年达到14个，但总占比仍不足0.5%。淘宝镇2017年曾发现一个（四川省成都市郫都区安靖镇），2018年随着淘宝村的消失淘宝镇也消失了。大部分西部地区淘宝村的形成主要依靠自身的资源禀赋和传统手工业。产业发展具有明显的地方粘性，较难被大规模工业化生产替代或模仿复制，但产业规模相对较小，扩散效应不足。淘宝村在空间上多呈点状分布特征，如云南大理鹤庆县新华村（传统手工银器）、新疆乌鲁木齐沙依巴克区仓房沟村（高海拔山花花蜜）、山西省万荣县王显乡王显村（苹果）以及贵州息烽县立碑村（农特产品）等。

1.3 区域集聚：“北中南”分布

（1）北部集聚区

北部集聚区覆盖地域相对较大，主要包括苏北、鲁南以及冀中南地区，近年来淘宝村呈现爆发式增长，集聚程度不断提升。例如山东省菏泽市，淘宝村数量由2014年的7个增长到2018年的269个。北部区域基于属于华北平原农业经济区，经济发展水平和产业基础远远落后于东部沿海其他区域。大多数村庄在形成淘宝村之前，产业基础十分薄弱，人口、资金等生产要素长期处于外流状态，一定程度上属于乡村衰败地区。电子商务的全球链接特性与乡村低成本创业环境的结合，开启并加速了当地的乡村产业化进程，催生出菏泽曹县（演出服饰）、徐州睢宁-宿迁宿城（家具产业）、宿迁沭阳（花卉苗木）等一批新兴淘宝村集群，为乡村振兴探索出新的途径。

（2）中部集聚区

中部集聚区主要包括浙江全省和江苏省南部地区，这里是全国淘宝村分布最为集中的区域，集聚了超过40%的淘宝村。2018年全国淘宝村最多的十座城市有

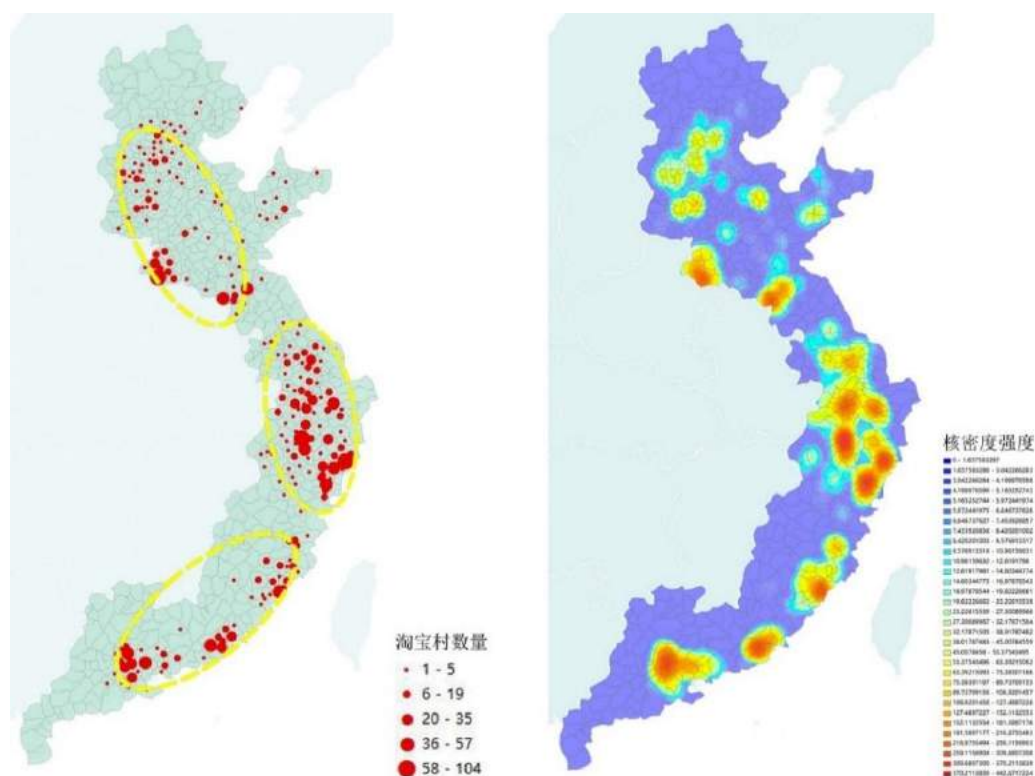


图 1-5 东部沿海地区淘宝村县域分级图（左）与淘宝村核密度图（右）

六座位于这一区域（金华市、温州市、台州市、杭州市、宁波市、嘉兴市）。这一区域一方面是中国乡镇企业、私营经济最为发达的地区之一，同时也是中国电子商务的发源地，具有最为坚实的产业基础。同时由于地处长三角，密集的交通网络和居中的地理位置使得该区域的产品在运输效率和运输成本上具有显著比较优势，可以便捷地辐射全国最主要的消费市场。

（3）南部集聚区

南部集聚区由珠三角、潮汕和闽东南三个相对独立的团块状集聚区构成。由于毗邻港澳台，这一区域是改革开放的前沿，早期通过发展“三来一补”的外向型经济，逐渐形成服装、电子、食品、玩具等优势产业。电子商务的发展进一步拓宽了销售渠道、提升了产业链的整合程度，并促进了人口、资金、技术等各类生产要素由广深等贸易窗口向产品原产地回流，涌现出普宁服装、澄海玩具等代表性淘宝村集群。

2 边缘的革命

电子商务带动下的淘宝村的迅猛发展是一场非常重要的“边缘革命”⁷。最早返乡从事电商的草根创业者群体基本属于城市的边缘人，大量的淘宝村、镇也基本分布在城市区域格局中的边缘区位，而自发形成的淘宝村的主营产品多为低成本的蓝海产品。边缘人群、边缘区位和边缘产品，三重边缘属性使得淘宝村的兴起与繁荣充满张力，并迅速成为一支改变中国城乡经济地理格局的重要力量。

以淘宝村分布最为密集的长三角地区（苏浙沪两省一市）为例，2014-2018年淘宝村的分布位置均与区域中心城市形成不同程度的错位⁸。长三角区域中心城市除了杭州之外，南京、上海周边均没有发现淘宝村，即使杭州的淘宝村也分布在杭州都市区的边缘区域。结合2018年新增淘宝村的分布来看，其分布与区域中心城市错位的现象更明显，并表现为双重边缘效应：第一重是淘宝村及其集群大多分布在区域中心城市的边缘；第二重是不在区域中心城市边缘的淘宝村及

⁷ 梁春晓. 改革开放和互联网都是货真价实的边缘革命. 阿里研究院（2018-06-29）

<http://www.aliresearch.com/blog/article/detail/id/21517.html>

⁸ 单建树, 罗震东. 集聚与裂变——淘宝村、镇空间分布特征与演化趋势研究[J]. 上海城市规划, 2017(02): 98-104

其集群大都分布在长三角城市区域的边缘。

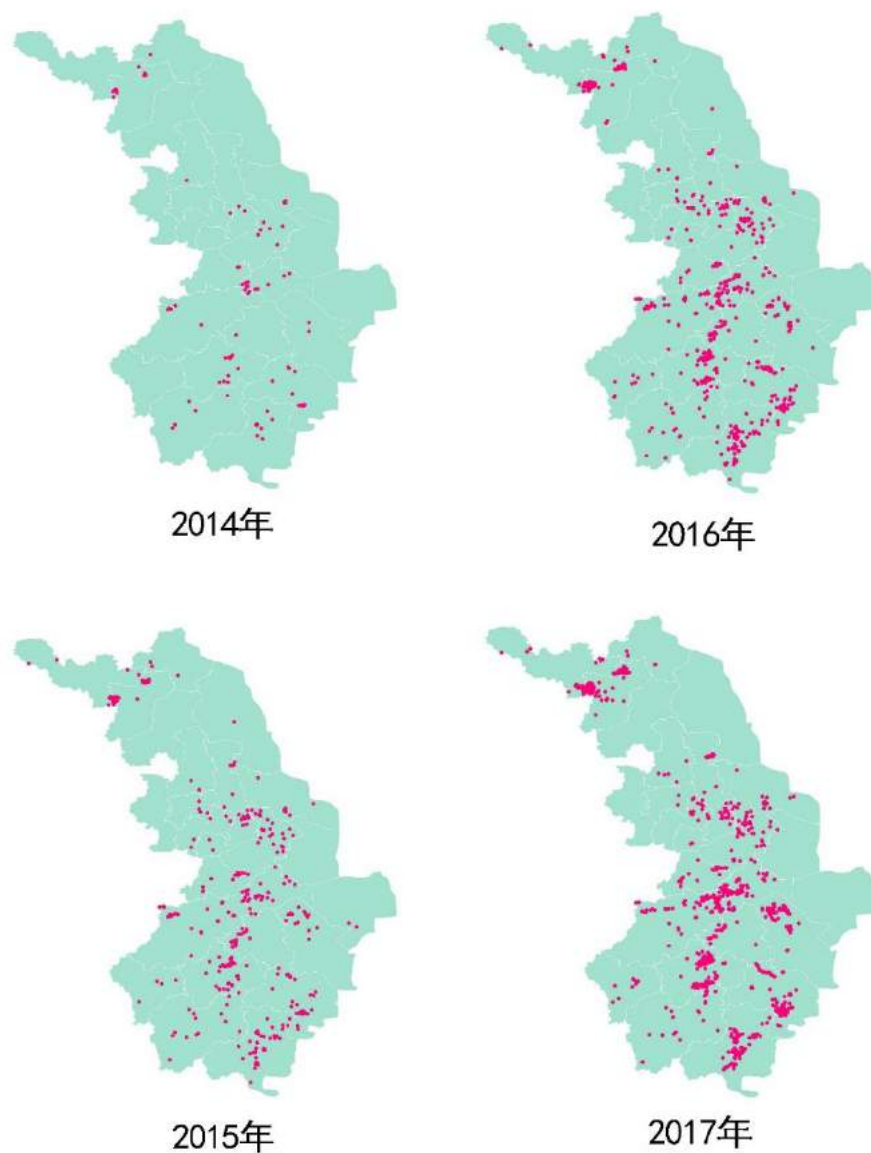


图 1-6 2014-2017 年长三角区域淘宝村分布散点图

2.1 中心城市尺度的边缘区效应

沪宁杭三座中心城市周围的淘宝村分布呈现明显的差异性。根据 2018 年数据,上海市辖区内依然没有发现淘宝村,市区以外 30km 范围内发现 9 个淘宝村,30-80km 的环形区域内淘宝村数量增长到 146 个;南京市中心 60km 范围内依然没有淘宝村,市区以外 80km 范围内只发现 6 个淘宝村;杭州市相比上海、南京

两座城市最大的不同在于，10-30km 的近边缘地带和 30-60km 的远边缘地带均发现数量较多且相近的淘宝村。显然，在长江三角洲这一全球城市区域内，大都市区近郊乡村的多元价值日益显现，自上而下的开发利用和空间管制程度较高，淘宝村发育的边缘条件逐渐丧失。一方面，都市短途休闲度假需求巨大，由此引致的乡村旅游大量出现，政府与民间资本也更倾向通过满足都市需求来建设乡村，于是美好乡村建设成为近郊乡村发展的主要模式，并能够形成良好的示范和带动效应。例如南京都市近郊范围内的江宁区，通过美丽乡村“五朵金花”的打造逐渐形成全域乡村旅游的格局，南京远郊区的溧水、高淳以及句容等地纷纷效仿。另一方面，大都市近郊土地价值普遍较高，同时中心城区强烈的辐射与带动效应使得近郊乡村人口大多呈现多元兼业状态，以收租为主体的综合收入水平相对较高，总体缺乏草根创业的动力。

2.2 长三角区域尺度的边缘效应

淘宝村的空间分布在长三角城市区域尺度存在着第二重的边缘效应。从 2018 年淘宝村空间分布图可以看到，除了中部环太湖地区与杭绍甬地区集聚了大量淘宝村外，浙中南和徐宿地区是另外两大密集分布区域，且均位于长三角核心区域——沪宁杭甬城镇带的外围边缘⁹（见图 1-7）。这两个地区淘宝村的出现、发展与扩散的机制与中心城市尺度下的机制完全不

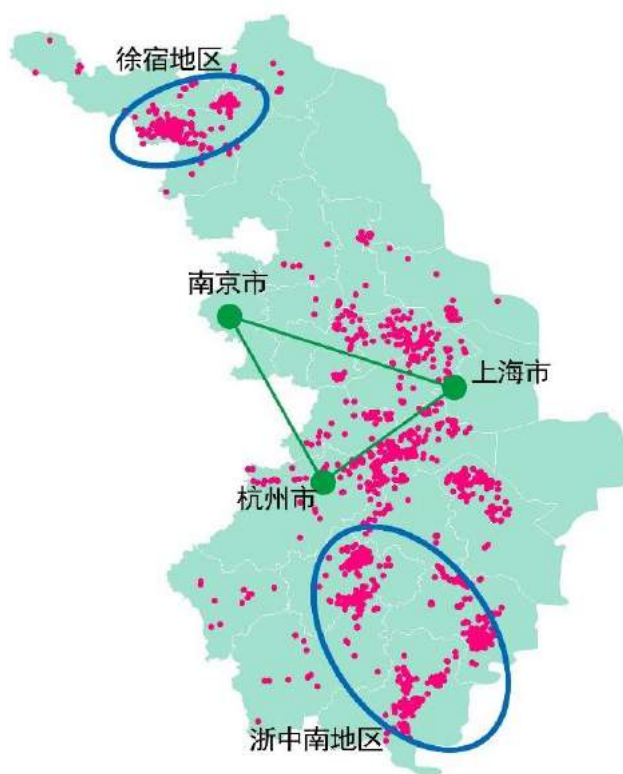


图 1-7 2018 年长三角地区淘宝村分布空间示意图

⁹ 罗震东，朱查松，薛雯雯. 基于高铁客流的长江三角洲空间结构再审视[J]. 上海城市规划，2015，(4):

同。交通不便、资源紧张的浙中南区域属于长三角两省一市的南部边缘，淘宝村的出现主要基于长期以来自发形成的“块状经济”的生产与贸易基础。源远流长的经商、创业传统与电子商务的有机结合迅速孕育出大量淘宝村、镇。江苏北部的徐州-宿迁地区的“边缘气质”更为明显，均属于经济相对落后地区，产业基础近乎为零，仅仅凭借当地人民的草根创业精神和低成本的互联网创业环境，十年时间发展为长三角区域三大淘宝村集群之一。

3 裂变式增长

淘宝村、镇高度密集的分布在东部沿海地区这一显著的空间特征，与新增淘宝村的裂变式增长模式密切相关。淘宝村、镇虽然在数量上快速增长，但在空间分布上并未呈现显著的扩张性，更多地呈现为一定范围内（县域）的邻近增长状态，即新增淘宝村多数出现在原本就较为集中的地方，仿佛细胞的裂变增殖¹⁰。2014-2018 年淘宝村的分布省份从 10 个增加到 24 个，然而新增的 14 个省份淘宝村的总量仅为 59 个，只占新增数量的 2.0%，淘宝村在新增地区远未形成集聚

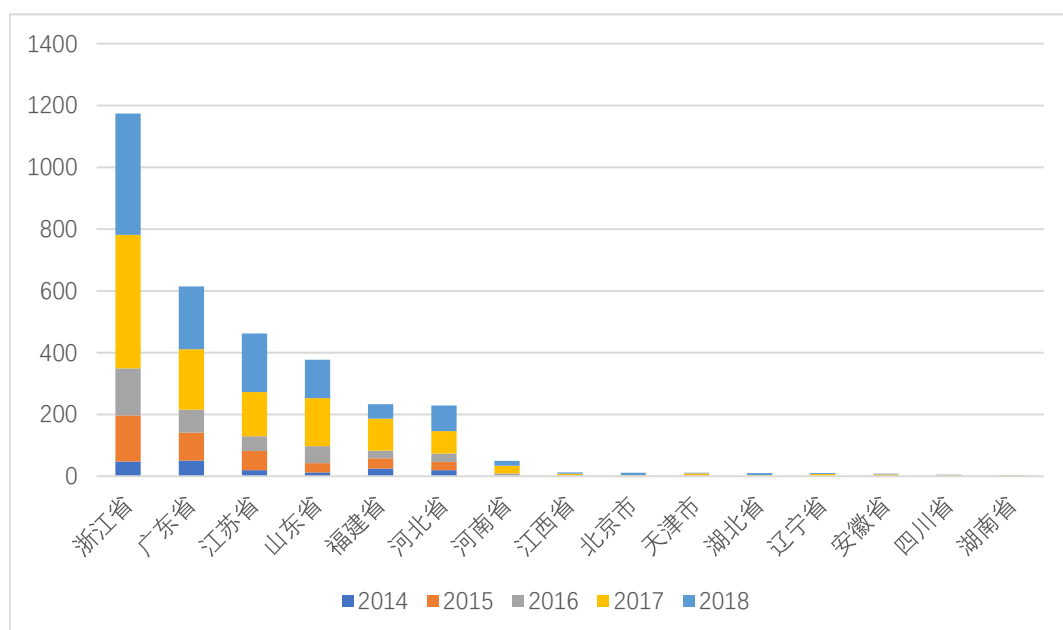


图 1-8 2014-2018 年部分省市淘宝村数量增长情况（其中 2014 年为初始值）

¹⁰ 单建树, 罗震东. 集聚与裂变——淘宝村、镇空间分布特征与演化趋势研究[J]. 上海城市规划, 2017(02): 98-104

发展的态势。相比于 2016 年，2017 年新增的淘宝村中，有 94%仍位于东部沿海的六省二市中，有 63%位于 59 个淘宝村集群中。计算 2015、2016 和 2017 年新增淘宝村数量的平均最近邻比率，结果表明新增淘宝村在空间上具有很强的集聚性，并且集聚程度不断提高，绝大部分新增的淘宝村位于原本分布就较为集中的沿海六省（见图 1-8、1-9），占到新增数量的 95%以上。2014 年至 2017 年淘宝村数量由 212 个增加至 2118 个，数量增长近九倍，但是淘宝村的集聚范围增幅仅为 165%（见图 1-10），分布空间扩张的趋势远不及数量扩张的趋势，裂变式增长的特征非常显著。

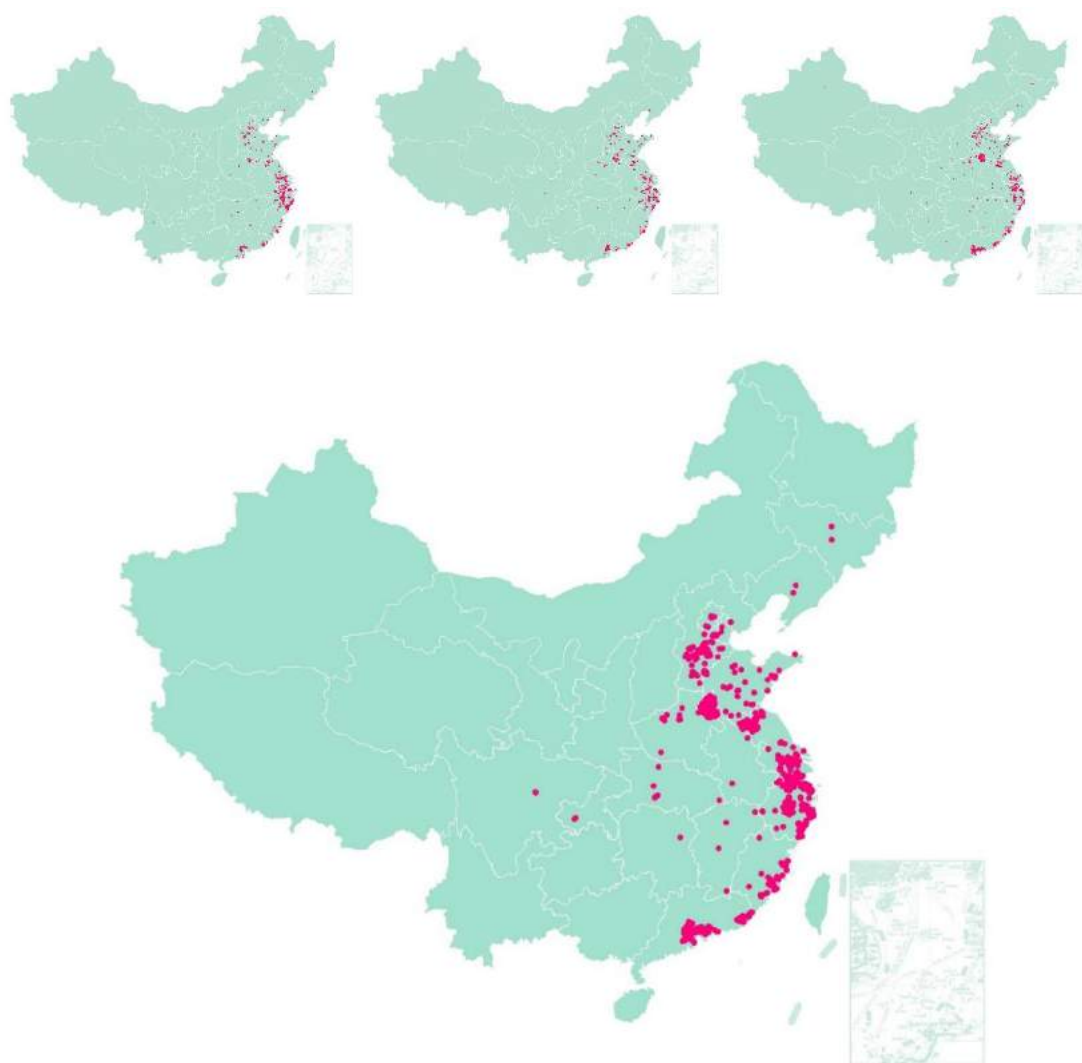


图 1-9 2015-2018 年全国新增淘宝村空间分布图

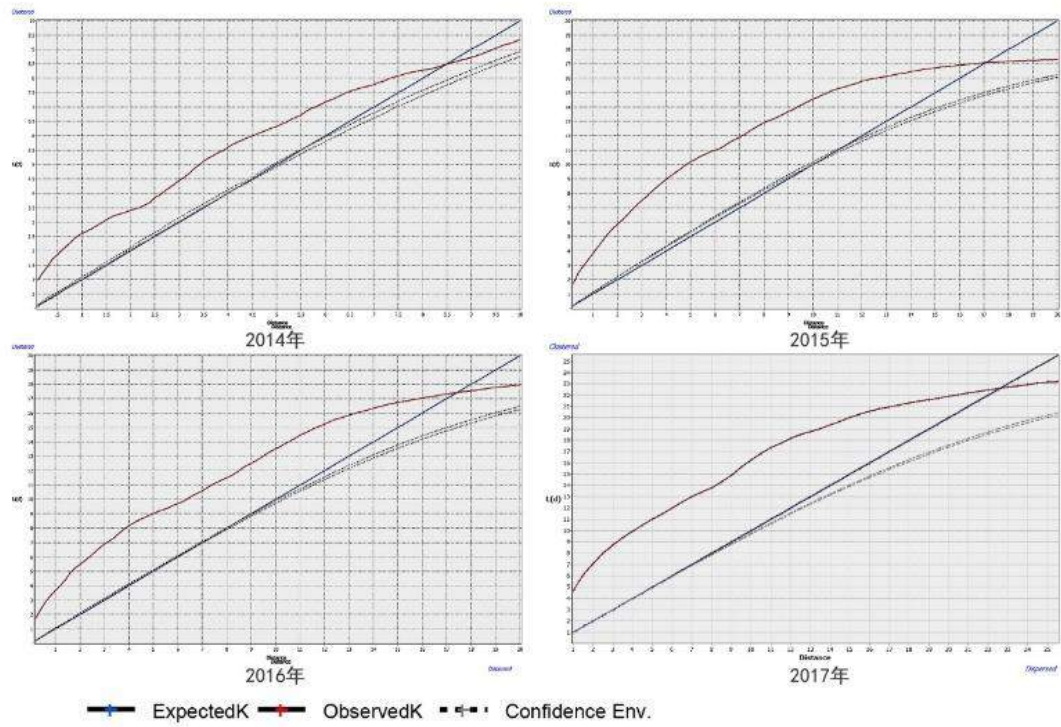


图 1-10 2014-2017 年淘宝村多距离空间聚类分析图

第二章 发展机制与模式

1 钻石模型

淘宝村的形成与发展过程是互联网时代电子商务对乡村地区物质空间和社会系统全面重构的过程。富于开拓精神的乡村草根创业者，依托当地的产业基础与资源禀赋发掘特色产品，借助电商平台的链接能力，辅以政府的政策支持与资金帮扶，推动了乡村电子商务产业的快速发展，使普通乡村逐步成长为淘宝村。草根创业、主营产品、支撑设施和政府支持是影响淘宝村发展的四大核心因素，而乡村治理是淘宝村能否实现升级转型的关键，由此便构成了淘宝村形成与发展的钻石机制模型（见图 2-1）。

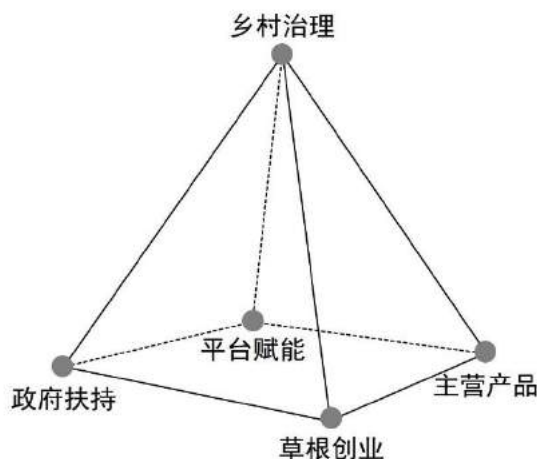


图 2-1 淘宝村形成的钻石机制模型

1.1 草根创业：企业家精神与自组织

大量淘宝村的发展过程表明，其最初都是由若干创业者率先尝试，取得成功后迅速扩散而形成。这些接触了先进知识和前沿技术的草根创业者是互联网时代的乡村精英、时代英雄，是推动淘宝村形成的核心动力¹¹，如著名的“沙集三剑客”、“军埔十二罗汉”以及 2017、2018 两届“中国淘宝村高峰论坛”所评选的“淘宝村优秀带头人”。企业家精神¹²彰显了创业草根的核心人格，他们借助农村的低生活成本，借助互联网不断试错寻找绝佳的商业机会。电商创业取得成功后，其令人目眩的财富效应立即会引发村民竞相模仿。由于中国的乡村基本是以血缘、

¹¹ 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[J]. 城市规划，2017，(3)，vol. 41: 31-40

¹² 庄子银. 企业家精神、持续技术创新和长期经济增长的微观机制[J]. 世界经济，2005（12）：32-43

亲缘、友缘等关系为纽带的熟人社会，相对封闭的空间中社会信任网络发达，具有明显的自组织性。因此草根创业者的创业信息和缄默知识在乡村内部传播扩散的阻隔成本极低¹³。创业者的企业家精神和农村社会网络的自组织性，构成了大多数淘宝村形成与发展的基本逻辑。

1.2 主营产品：产业基础与蓝海产品

发掘适合当地生产并在外部市场具有独特竞争力的产品对淘宝村的形成至关重要。梳理全国的淘宝村可以发现，主营产品主要有两种类型。在制造业基础较为坚实的地区，依托当地的实体市场和相关配套设施，可以较为容易地将原有产品的销售渠道由实体店拓展至互联网，从而带来淘宝村的迅速发展。而在制造业基础较弱的地区，由于产品的生产工艺和产业链的成熟度较低，必须依托当地资源禀赋和特色工艺，通过错位发展塑造蓝海产品，从而将本土产品通过互联网链接到广阔的外部市场。典型如山东曹县大集镇的儿童演出服饰、云南鹤庆县新华村的手工银器¹⁴、河南省洛阳市孟津县的唐三彩与牡丹画，都是在制造业并不发达的地区形成独具特色的蓝海产品。

1.3 设施支撑：多元创新与在线赋能

基础设施的叠加支撑为淘宝村的迅猛发展奠定了坚实的硬件基础。近年来，随着国家对三农领域投资的逐年增加，农村地区的基础设施建设状况明显提升，大大提高了人流、物流的交通运输效率，而移动互联网的快速发展则进一步放大了基础设施的综合效用。电商平台企业所营造的海量线上市场，不仅满足了巨大的、持续升级的消费需求，而且有效匹配了供需双方的诉求，为草根创业者提供了低门槛的创业渠道。各大电商平台除了具备强大的交易功能，还是获取各种信息、学习生产和运营技能、进行数据分析的技术服务商，可以有效解决草根创业者知识缺乏的困难¹⁵，从而持续不断地推动互联网知识的扩散和淘宝村产业的升

¹³ Hagerstrand T. Innovation diffusion as a spatial process[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1968

¹⁴ 银器作为贵金属本身价值较高，但由于当地丰富的银矿资源，并且唐代就已是云南银器手工艺中心，至今已有上千年历史，村内集聚了大量的匠人，使当地在看似高端的市场中找到了独特的发展空间。

¹⁵ 洪卫，崔鹏. 交易平台、专用知识与柔性生产关系的实证研究——基于曹县淘宝村调研[J]. 中国流通经济, 2017, 31(01): 122-128

级。

1.4 政府支持：政策制定与服务供给

淘宝村在其发展过程中大都获得来自不同层级政府的大力支持。在农村电商产业发展的初期，由于规模不大、绩效较弱，通常很难引起上级政府的重视，主要是基层政府发挥行政优势予以支持。例如为创业者提供网店注册、创业贷款、技术培训等方面的帮扶，甚至通过许多“机智”的策略在一定范围内包容、扶持乡村草根的创业行为，促进乡村电商产业的快速发展，形成了显著的绩效。典型如菏泽市曹县大集镇政府、十堰市郧西县涧池乡政府、宿迁市宿城区政府、揭阳市政府等。随着乡村电商产业的快速壮大，淘宝村逐渐引起社会各界和高层领导的关注。2014年11月，国务院总理李克强莅临“网店第一村”——浙江青岩刘村调研¹⁶，并在2015年1月的达沃斯论坛上向全球介绍了这个案例¹⁷。总理以及中央政府对于电商扶贫、电商振兴乡村绩效的认可，开始促使各级政府积极介入淘宝村的发展与培育。在大量资金和政策的支持下，各类公共服务产品开始持续

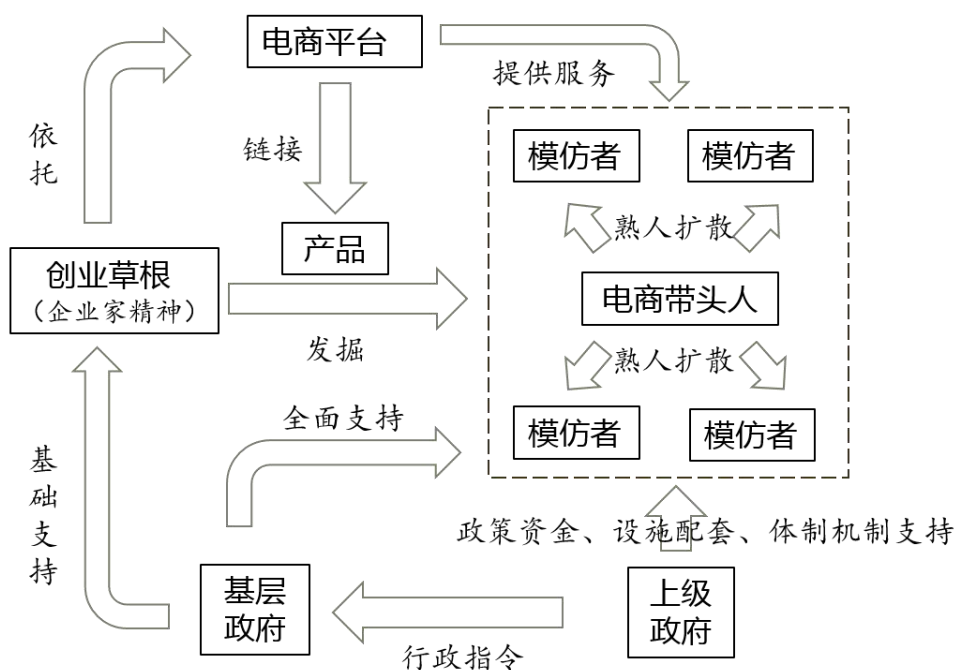


图 2-2 淘宝村驱动因素的作用机制

¹⁶ 李克强现身“网店第一村” [EB/OL]. 中国政府网, 2014-11-20 http://www.gov.cn/zhuanti/2014-11/20/content_2781163.htm

¹⁷ 李克强达沃斯再赞淘宝村, 2015 年继续力推大众创业 [EB/OL]. 中国政府网, 2015-1-23 http://www.gov.cn/zhuanti/2015-01/23/content_2808977.htm

进入乡村，道路交通、土地供应、通讯设施等方面的保障不断完善，乡村电商产业开始从淘宝村出发向更大的空间扩散。

创业草根、主营产品、基础设施和各级政府是淘宝村发展的核心驱动因素。创业草根依托电子商务平台发掘主营产品过程可能是众多偶然因素综合作用的结果，但是其创业的成功与否则必须由市场的选择机制来决定。当创业者探索成功后，乡村的熟人社会网络会将电商产业推入快速扩散阶段。相关设施支撑的叠加，一方面通过多元创新为乡村的“产品上行”提供新渠道，另一方面则通过线上赋能降低网商的综合成本。淘宝村产生与发展的过程中，各级政府从不同层面、以不同方式提供的各类公共产品，不同程度的扫清了产业发展的阻碍，加速了乡村电商产业的扩张与升级（见图 2-2）。

随着产业的持续发展，生活设施的完善和人居环境的优化日益成为淘宝村进一步发展的重要诉求。当前大量淘宝村的空间改造仅局限于生产空间，生活空间则基本停留在原有的状态，有的甚至更加恶化。这种非均衡发展的空间表征实质上是由当前淘宝村内外治理体系的不协调造成的。相较于普通村庄的“治理真空”状态，近几年随着淘宝村的“异军突起”使得各级政府对其关注度持续提升，国家治理体系在此重新下沉。而乡村本身也由于产业的发展重新激活了村民的主体意识，不再对村庄事务持冷漠态度¹⁸。加之上下游供应商、快递公司、金融信贷等外部市场主体的入驻，在一定程度上丰富了乡村治理的参与力量。与此同时，淘宝村的发展引发了众多新闻媒体和专家学者的广泛关注和深度参与。

如今的淘宝村治理已经形成一个多元的参与主体群，乡村建设具有非常良好的基础和机遇。然而由于各方权、责、利的不同，参与治理的能力和愿景也存在差别，要实现合力共治，就必须推动建立现代化的治理机制。在乡村治理现代化的进程中，村两委是关键因素。村两委能否顺势而为形成统筹各方力量的有效治理机制将直接决定淘宝村能否可持续发展。积极有为的村两委，需要将各级政府的投入与乡村内部各方力量进行有效整合，从而形成推动淘宝村持续升级的强大

¹⁸ 陈芳芳，罗震东，何鹤鸣. 电子商务驱动下的乡村治理多元化重构研究——基于山东省曹县大集镇的实证[J]. 现代城市研究，2016（10）：22-29

合力。

2 多元模式

2.1 自发成长模式

最早在乡村地区涌现出的淘宝村基本都是由自下而上的草根力量推动形成的。江苏省徐州市睢宁县沙集镇东风村和山东省菏泽市曹县大集镇丁楼村就是淘宝村自发成长模式的典型代表。电子商务的飞速发展如同魔法师的点金术一样彻底改变了黄淮平原上两个普通小村庄的发展轨迹，从远近闻名的“破烂村”、“贫困村”蜕变为全国最早的“淘宝村”之一。互联网信息化不仅成就着无数草根创业者令人目眩的财富神话，同时带动了更大范围的工业化和城镇化，使睢宁、曹县等地彻底摆脱传统发展路径，跨入电子商务产业的全新天地。

（1）草根创业者的先行尝试

无论沙集还是大集，草根创业者——“淘宝村优秀带头人”们的先行尝试如同火种一样点燃了电商发展的燎原之势。沙集镇电商家具产业最早源于以孙寒为首的“三剑客”的积极探索。从2006年离职回到东风村初次接触网上交易，到2007年萌生生产简易家具并进行网上销售的念头，不善言辞甚至略显腼腆的孙寒的大胆尝试，拉开了东风村家具电商产业的序幕。廉价时尚的仿制家具迎合了大量都市新落脚人群的需求，迅速带来可观的利润，由此打开了沙集区域的“地方机遇窗口”¹⁹。在孙寒创业的同时，大集镇丁楼村的任庆生也在筹划着他的儿童演出服饰网上交易。从过去外出打工、外地贩卖演出服饰，到发现儿童演出服饰这一蓝海产品，并成功地进行网上销售，同样腼腆不善言辞的任庆生的尝试与突破点燃了大集镇演出服饰产业发展的导火索。

（2）财富效应驱动的模仿扩散

当“网上卖货赚了大钱”的消息在乡村里迅速传播起来时，互联网电子商务所带来的财富效应便开始了它持续发酵的旅程。乡村社会是藏不住太多秘密的社

¹⁹ 陈之琰. 沙集故事：“淘宝第一镇”的十年乐与路[EB/OL]. 天下网商网, 2016-11-14
<http://i.wshang.com/Post/Default/Index/pid/248326.html>

会，无论是沙集的东风村还是大集的丁楼村、孙庄村，电商致富的巨大示范效应立即让整个村庄热闹起来。在乡土社会浓密的亲情友情关系网络之中，亲戚好友之间的知识传播就再简单不过了，于是网店如雨后春笋般开始迸发。网销、拿货、配送、收款，网店经营流程简单，加工工艺也不复杂，在高额的利润回报激励下，“东奔西跑，不如淘宝”成为人们的共识。经济实力强的电商大户，更是跳出自家院子在村外办起生产加工厂。一个“无中生有”的产业，一条不断完善电商产业链，塑造了一个新经济时代的“明星村”。

（3）迫于竞争压力的持续升级

大规模同质化网商的迅速崛起，必然加剧产品的同质化竞争，导致利润率的显著下降，一定程度上形成“内卷化”²⁰。市场规律是简单的，当整个行业的总需求基本不变，供给不断扩大的结果必然导致利润被大大摊薄，形成生产增长快速但利润增长缓慢的情况。沙集的“专利风波”其实就是对自发成长模式的粗放发展敲了警钟。随着产业规模的不断扩大，缺乏品牌、恶性竞争的发展模式必将难以为继。于是有远见的网商逐渐转向产品专业化和高质量品牌化发展之路，产品类型逐渐从相对低端向附加值更高的类型转移，生产模式也逐渐从家庭作坊式的前店后厂转向更为自动化、规模化的电商园区。竞争的巨大压力迫使电商产业持续升级，不断提升市场竞争力。

（4）有为政府的积极干预

市场发育到一定阶段必须有政府的积极干预，有形之手和无形之手在电商产业的发展过程中同样缺一不可。农村电商发展前期，由于空间管制的缺失，很多农民把作坊设在自家



图 2-3 沙集镇电商小镇鸟瞰效果图

图片来源：睢宁县沙集电商小镇概念规划，2018

²⁰ “内卷化”代表了一种发展的状态或模式，它表达了一种“路径依赖”，即一旦进入某种状态或形成某种模式，其“刚性”特征将不断地限制和约束进一步的发展，从而无法自我转变到新的状态或模式。简而言之，内卷化所描述实际上是一种不理想的变革（演化）形态，也即没有实际发展（或效益提高）的变革和增长。

庭院里，或者在房前屋后的宅基地上兴建厂房，有的甚至建到农田里，私搭乱建现象严重。规范企业的市场与空间行为，为产业发展提供更好的空间供给是政府必须承担的责任。沙集模式在这一方面走在前列。睢宁县地方政府不仅对沙集的产业体系进行有效整合，同时在沙集镇积极规划“电商特色小镇”，打造“一城两园一带”，即电子商务城、电商产业园和电商物流园及徐淮路电商产业带，推动沙集电商产业“园区化”、“品质化”，形成更加集约高效的产城空间。

2.2 政府推动模式

政府推动模式主要指各级政府通过多种手段直接培育淘宝村的模式。通常政府在农村电商发展的初期就主动介入，通过一系列强有力的行政手段全方位地推动产业快速发展，并针对淘宝村成长过程中所出现的各种阶段性问题提供有针对性的服务，持续为淘宝村的发展保驾护航。政府推动模式中，政府不



图 2-4 揭阳军埔电子商务村

是姗姗来迟的支持者和监管者，而是淘宝村产生和发展的主动参与者和直接推动者。这一模式最典型的案例就是广东省揭阳市揭东区锡场镇军埔村。

军埔村是 2013 年阿里研究院公布的首批 14 个淘宝村之一。2012 年，锡场镇政府向揭阳市政府的一次例行报告中提及军埔村的一小批年轻人正在从事电子商务经营活动。这一报告引起了市领导的重视，认为这可能成为农村发展的新经济增长点。2013 年 6 月，揭阳市市长重点到军埔村进行调研。随后市政府明确提出将大力支持当地电商发展，并陆续出台一系列政策，集中优势资源打造电商人才、电商服务、电商产业、电商文化、电商制度的“五大高地”²¹，强力推动军埔村电商产业快速成长。经过持续的培育，2017 年军埔村年销售额高达 40 亿元，拥有网店超过 3 万家、实体店 300 多家²²，成为具有强劲生命力和带动力

²¹ 揭阳实施“互联网+”五大措施打造军埔“电商第一村”做法与启示 [EB/OL].

http://www.gzsxz.gov.cn/gzszxz/xzdt_dcyj/201609/67a8308d491d4a169815dd83f78c5013.shtml

²² 广东省揭阳市军埔电商村的考察报告 [EB/OL]. <http://wemedia.ifeng.com/80626176/wemedia.shtml>

的电商“明星村”。政府的主动介入和有效推动措施主要包括基础设施建设、资金与政策扶持、人才培养培训、配套服务完善以及发展平台搭建等多个方面。

（1）基础设施建设

良好的道路交通条件与信息通讯设施是农村电商发展的基本保障。揭阳市政府对军埔村基础设施建设十分重视，政府积极协调联通、电信等公司，全力支持军埔村信息网络建设，使军埔村成为广东省第一个宽带光纤到户的农村，也是粤东地区网速最快、宽带资费最低的村落²³。各大通信运营商相继进入军埔村新建基站，设置自助服务终端，开设便利服务。随着产业规模的扩大，政府规划建设了“军埔电子商务一条街”，有效地改善了村庄内部的交通条件，成功吸引了大量电商企业集聚，形成产业集群效应。



图 2-5 军埔电子商务一条街

（2）资金和政策扶持

为支持军埔村电商产业的发展，揭阳市先后出台了《军埔村电子商务企业贷款风险补偿暂行办法》、《军埔村电子商务企业贷款贴息暂行办法》等政策措施，积极解决电商企业融资难问题。揭阳市政府为军埔村电商企业提供政府贴息贷款1000万元，惠及数十家电商企业；制定《军埔村创业引导基金实施办法》等系列文件，为符合资格的电商户提供房租、网络等补贴和减免。集中的扶持政策和资金支持不仅解决了电商企业融资难的问题，大大激励了农民进行电商创业的热情。

（3）支持人才培养

人才短缺是淘宝村产业可持续发展和转型升级的主要制约因素之一。军埔村电商产业规模的快速扩展使得电商专业人才的缺口越来越大。为解决这一问题，政府拨款在军埔村兴办军埔电商学校，开设覆盖全市、辐射周边的免费电子商务培训班，为农村网商提供专业培训服务。这一举措有效地促进了农村剩余劳动力

²³ 李育林，张玉强. 我国地方政府在“淘宝村”发展中的职能定位探析——以广东省军埔村为例[J]. 科技管理研究, 2015, v. 35;No. 333(11):174-178.

的转移，为电商产业的发展提供了有力的人才保障。随着培训规模的扩大，政府牵头成立电商培训机构大联盟，打造面向全国的免费电商培训基地。除此以外，政府还积极促成中央直属青联、北京大学光华管理学院和军埔村青年网商结对，建立可持续的人才培养机制。



图 2-6 军埔电商培训学校

（4）完善配套服务

完善的配套服务是保障农村电商产业健康发展，加速产业转型升级的重要支撑。揭阳市政府在提高政务服务水平与引进产业配套服务两方面均做出很大的努力，为军埔村的发展提供了高质量的配套服务。揭阳市通过制定专门的工商注册登记流程、设立专门的注册窗口，使得所有手续和资格认证能够一次性办理完毕。政府组织成立的军埔村电商服务中心，整合了工商、电讯、设计、金融、招商等多种服务功能，为军埔村广大网商提供一站式服务。至 2016 年，全村就有 5 家金融机构、15 家快递公司进驻，7 家快递公司在周边建立区域分拨中心。

（5）搭建发展平台

面对行业竞争加剧、经营秩序混乱等问题，政府积极引导农村网商“抱团”发展。政府牵头成立军埔村电子商务协会，积极发挥协会的协调带动作用，避免各家企业因同质化造成恶性竞争。引导、推动电商企业抱团发展，形成诚信经营、依法经营的行业氛围。除此之外，政府还在搭建国际平台，引导、促进军埔电商村进行国际交流，发展跨境电商。

2.3 政府+服务商模式

随着中国县域电商进入“多方协同发展”新阶段²⁴，淘宝村发展的第三条路径——“政府+服务商”模式开始浮现。“政府+服务商”模式是指以县级政府为主体向市场购买公共服务，电子商务服务商通过陪伴式服务，有效配置公共资源，

²⁴ 阿里研究院. 2015 年中国县域电子商务报告[R]. 2016.

二者共同推动淘宝村形成和发展的新型模式。“政府+服务商”模式常见于中西部经济相对欠发达地区。由于产业基础和创新观念弱于东部沿海地区，中西部地区难以依靠农村自身力量自下而上地推动电商产业发展，因此不仅需要政府营造电子商务氛围，推动产业专业化与规模化，还需要专业化机构进行全程陪伴式培训、引导与扶持，构建良性发展的生态系统。

河南省洛阳市孟津县是目前“政府+服务商”模式应用最为成功的案例。孟津县县政府自 2016 年开始与洛阳闪迅电子商务有限公司（以下简称闪迅公司）展开合作，至今已成功培育出三个淘宝村（2016 年 1 个，2018 年 2 个），既有基于传统手工业形成的淘宝村，如牡丹画平乐村（洛阳市首个淘宝村）与唐三彩南石山村，也有利用“电商+扶贫”，促进特色农产品（袖珍西瓜、仙桃、葡萄、草莓等）上行形成的淘宝村，即送庄镇东山头村（洛阳首个特色农产品淘宝村）。

“政府+服务商”模式主要呈现以下两个方面的特点。

（1）多层级政府推动

电商环境的营造离不开政府的财政支持。孟津县业已形成省级示范补贴、县级推动发展的模式。同时河南省通过开展农村综合示范县工作，向示范县定向提供专项补贴来推动“淘宝村”建设，调动各县积极性。孟津县自 2017 年被评定为示范县，可连续三年获得 500 万专项资金补贴，该项资金成为推进淘宝村培育工作的重要保障。孟津县作为主要的实施主体，通过组建人员、出台政策、建立制度三个手段推进电子商务进农村工作。



图 2-7 孟津县送庄镇电商孵化基地

基础设施方面，搭建起县、镇、村三级电商服务和物流配送体系，支撑电商产业集聚发展。目前孟津县已建成 1 个县级农村电子商务公共服务中心、2 个镇级电子商务服务站、92 个村级各类电子商务服务点，基本形成“一县一仓配、一镇一中心、一村一站点”的电商服务格局。在制度建立层面，成立了电子商务推

进办公室，推出“12510”²⁵电商发展工程等具体措施。县级农村电子商务公共服务中心是整合县域资源、对接政企、联合产业协作的重要机构，既可作为特色产品、产业展示交流空间，又可依托该中心建设电子商务实训及创业孵化基地。镇级综合服务站与村级服务点则具备政策宣传、网上代买代卖、生活缴费、金融服务、快递收发和其它增值服务等功能，解决电子商务进村最后一公里问题。领导小组为降低创业门槛，提升农民创业热情，积极拓宽创业资金支持渠道，推出小额贷款与创业奖励政策（包含贫困户创业奖补），进一步提升农民返乡创业热情。

（2）服务商陪伴式培育

服务商的工作有两个重点，第一是根据乡村产业发展情况选择培育对象，第二在培育对象村庄进行陪伴式服务。闪迅公司通常与地方政府共同考察、选择有产业基础的村庄作为培育对象，然后有针对性地制定整体培育方案，派遣小型精英团队驻扎村庄，开展两个阶段的陪伴式服务。第一



图 2-8 服务商对村民进行日常辅导

一阶段为半年集中式陪伴运营，即通过“1个月全面培训、3个月孵化和2个月资源整合”，第二阶段为半年至两年不等的差别化陪伴运营，包括24小时解决村民问题、分类差别化培育网店以及进行整体运营的数据分析等。在电商培训方面，实行差异化辅导，分电商创业班、电商精英班等多种类型，重点教授实操性电商知识，培养村民网商意识，解决乡村电商人才匮乏困境。在网店运营方面，根据活跃程度将村民的网店划分为标杆店铺、重点店铺和活跃店铺三级，进行差异化的深度指导与孵化。重点打造标杆店铺，利用闪迅公司的美工、视觉、运营、推广、活动、客服等各类专业化资源，专人专店运营，培育本地电商龙头企业，增强示范效应。对于重点店铺和活跃店铺则分别予以方案辅助与助力发展。整个陪伴式运营期间，服务商借助自建的大数据平台，对各店铺进行数据收集、储存

²⁵ 即1个县级农村电子商务公共服务中心；2个电子商务产业园区：孟津县田园综合体电子商务园区、孟津县跨境电子商务园区；5个淘宝村：平乐“牡丹画”淘宝村、送庄“特色果蔬”淘宝村、朝阳“唐三彩”文化艺术淘宝村、会盟双槐“黄河名优特产”淘宝村、依托浙商工业园建立“特色工业品”淘宝村；成功培育10家传统经营企业向电子商务企业转型升级。

与加工，实时、有效地结合市场需求，优化淘宝村电商产业发展策略。

在服务商的陪伴式运营体系中可以进一步整合地理品牌营销、产品品质提升与美丽乡村营建等功能。通过注册地域品牌商标，如“中国牡丹画第一村”，对本地特色产品进行统一认证、统一品牌、统一包装、统一标准与统一管理，并利用政府网站、新媒体等宣传渠道推广，提高品牌知名度。不断延伸电商营销服务，不仅利用农村电子商务公共服务中心建设展销中心，宣传孟津特色产品，还基于互联网产业，推动农、文、旅结合，如平乐牡丹画村在 1.0 模式基础上，提出平乐 2.0 模式，打造“电子商务”、“创意平乐”、“生态旅游”三张名片，从电商产业发展走向活力社区营造。

第三章 乡村类型与特色

1 淘宝村分类

中国幅员辽阔、区域差异巨大。沿海与内陆诸省由于自然禀赋、经济基础、文化传统以及社会背景等多种因素的差异，涌现出的淘宝村有着各自独特的发展逻辑，形成了多种类型。为了更好的识别、研究不同类型的淘宝村，本报告根据经济地理的两个基本维度，即空间区位和产业特色对全国的淘宝村进行分类。根据已发现的淘宝村的空间区位可分为：城市边缘淘宝村、城镇近郊淘宝村和独立发展的淘宝村。根据淘宝村的产业特色可分为：农贸型淘宝村、工贸型淘宝村和纯贸易型淘宝村。两个维度所构成的矩阵呈现了淘宝村可能的九种分类，然而真实世界中有两类（也是矩阵的两端）是不大可能出现的，即城市边缘的纯农产品淘宝村和独立发展的纯贸易型淘宝村，于是得到淘宝村的七种类型（见表 3-1）。

表 3-1 基于空间、产业维度综合考量的淘宝村分类矩阵

	城市边缘淘宝村	城镇周边淘宝村	独立发展的淘宝村
农贸型淘宝村	——	城镇近郊的农贸型淘宝村	独立发展的农贸型淘宝村
工贸型淘宝村	城市边缘的工贸型淘宝村	城镇近郊的工贸型淘宝村	独立发展的工贸型淘宝村
纯贸易型淘宝村	城市边缘的纯贸易型淘宝村	城镇近郊的纯贸易型淘宝村	——

1.1 城市边缘的纯贸易型淘宝村

纯贸易型淘宝村的发展主要依托实体专业市场的发展升级，充分利用实体专业市场所拥有的商品资源、物流集散以及综合服务职能，形成纯网商集聚的空间。由于实体专业市场通常选址在城市或城镇，因此纯贸易型淘宝村大多为城中村、城边村或镇边村。据研究显示²⁶，我国专业市场空间集聚性较强，但东西分布不

²⁶ 张旭亮, 宁越敏. 我国专业市场与城市经济发展的空间规律和关联分析[J]. 经济地理, 2009, 29(07): 1121-1126.

均衡，呈现东、中、西南递减的梯次。城市边缘的纯贸易型淘宝村的区域分布特征与之类似。绝大多数集中于东部沿海省份（长三角、珠三角等区域）及中西部的中心城市近郊，与当地经济发展水平呈正相关关系。分析这类淘宝村与市区的空间距离，可以看到多位于都市近郊的城乡过渡地带或与专业市场相邻的城中村。代表性的淘宝村集群如义乌市区周边依托义乌小商品市场发展形成的淘宝村（见图 3-1）。它们依托良好的区位，享受小商品市场所塑造的良好的商业环境、充足的货源供应和强大的综合服务



图 3-1 浙江省义乌市青岩刘村

能力，快速发展壮大，迄今已经形成全国最大的淘宝村集群。也有个别纯贸易型淘宝村可能与市区存在一定距离，但因为其位于重要的交通物流走廊上，交通可达性高、对外交通体系发达，一定程度上形成成本洼地，深受网商群体青睐，同样具有较强的可持续发展能力。

1.2 城市边缘的工贸型淘宝村

城市边缘的工贸型淘宝村是较为常见的淘宝村，尤其在东部沿海省份。沿海六省的省会城市中，除南京市、济南市外，石家庄市、杭州市、福州市、广州市均在其下辖县市发现数量可观的淘宝村集聚。福州、广州两市更是出现位于主城区及相邻地带的工贸型淘宝村。就产品门类而言，现状城市边缘的工贸型淘宝村的生产活动主要集中在轻工产品领域，与日常生活密切相关，如服装、鞋业、箱包、家具等行业（见图 3-2）。在这些行业门类中，从事服装纺织加工的淘宝村集中度最高，且高度密集分布在浙江、广东两个纺织业大省。少数中西部省份的城市边缘的工贸型淘宝村具有鲜明的产业“空投”特征，即在政府的积极引导下，依托毗邻城市的优势区位，通过引入新的工业产业，完善配套环节，形成政府推动型的淘宝村，如江西省南昌市进贤县李渡镇的大道社区。

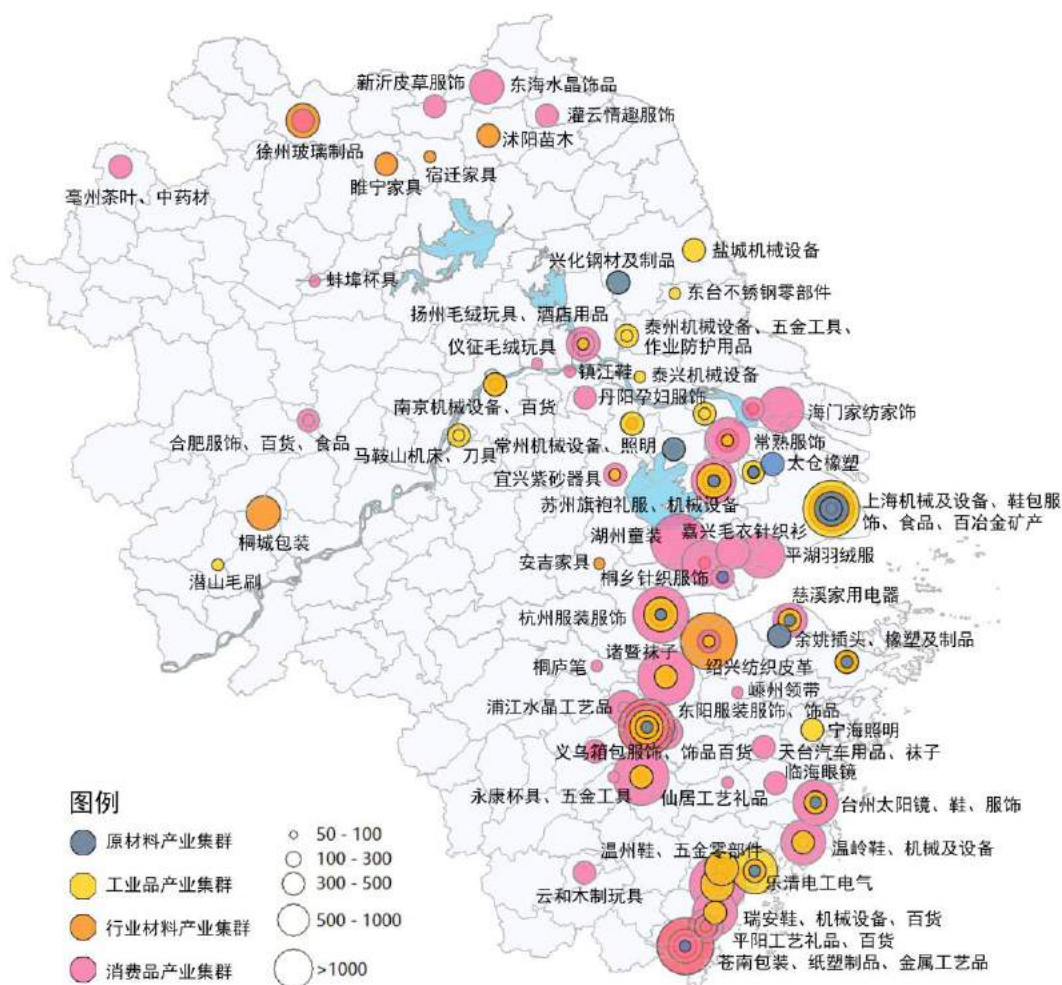


图 3-2 长三角电商企业相应类别产业集群

图片来源：杨卓，罗震东，耿磊． 传统抑或创新的空间？基于 B2B 电子商务的长三角产业空间特征研究[J]．上海城市规划，2018，（3）：108-115

1.3 城镇近郊的纯贸易型淘宝村

城镇近郊的纯贸易型淘宝村与城市边缘的纯贸易型淘宝村具有基本相似的产生机制，区别主要在于市场能级所引致的淘宝村集群的密度。根据分析甄别，目前在河北省唐山市、辽宁省海城市、山东省青岛市、河南省洛阳市等地发现一定数量的纯贸易型淘宝村。这类纯贸易型淘宝村大多区位良好、交通便利，邻近城镇物品集散交易中心，周边乡镇制造业发达。从销售的产品类型来看，主要以劳动密集型的工业消费品为主，如服装（辽宁省鞍山市海城市西柳镇东柳社区）、鞋业（山东省青岛市胶州市三里河街道花园村）、小商品（河北省唐山市鸦鸿桥镇河西村）及日用百货的批发零售。这些淘宝村所依托的交易中心大多经历了从

零散销售到专业市场再到综合化市场的渐次升级过程，经营日益规范。伴随电子商务的发展与成熟，大部分商户采用“实体+网络”双轨销售的模式，并以多平台经营来进一步增强市场竞争力，在相关产业领域具有较大的辐射力。

1.4 城镇近郊的工贸型淘宝村

城镇近郊的工贸型淘宝村是当前分布最广、总量最多一个类型。广泛分布在北起河北、南至广东的沿海六省，大多已形成集群状的连片发展态势。事实上，改革开放以来所形成、积淀的乡镇企业、民营经济是当前电商产业发展的重要基础。大量的淘宝村正是利用这一产业基础而形成的。典型如基于箱包产业的河北白沟、基于鞋业的福建莆田、基于五金、小家电的浙江宁波。当然这类淘宝村最为密集的分布依然在江浙粤三省，涵盖了包括纺织（含家纺）、服装（女装、童装）、五金工具、箱包、家具、模具、电气配件等近乎全部日用轻工业产品（见图 3-2）。这些淘宝村普遍存在产业层次不高、技术含量偏低等问题，但特色产业的主导性十分突出，其细分门类产品常具有较高的市场占有率。

1.5 城镇近郊的农贸型淘宝村

由于农产品上行的难度较大，农贸型淘宝村数量不多。至 2017 年，全国共发现农贸型淘宝村约 60 个，仅占当年淘宝村总数的 2.8% 左右。城镇近郊的农贸型淘宝村分布较广，在福建、广东、河北、河南、湖北、吉林、江苏、江西、山东和浙江等十个省份均有发现。从主营产品类型看，城镇近郊的农贸型淘宝村多以本地特色农副产品为主，如贵阳息烽的腊肉、石家庄马于镇的鸭梨、瘦猪等，既包涵特色山货（如延边朝鲜族自治州安图县二道白河镇长白村的食用菌），也有品牌经营成熟的生鲜，如阳澄湖大闸蟹，基本覆盖了种植业、养殖业和林业。以宿迁市沭阳县为代表的花卉苗木栽培电商集群，是农贸型淘宝村的典型代表，充分展现了第一产业向二三产联动扩展的可能。除此之外，依托景区名产形成的农贸型淘宝村一定程度上也是城



图 3-3 浙江省杭州市临安白牛村

镇近郊的文旅亮点，典型如杭州龙井景区的梅家坞、杭州临安区的白牛村（见图 3-3）。

1.6 独立发展的工贸型淘宝村

所谓独立发展指的是淘宝村的空间区位远离城镇，产业发展基本依靠内生力量自发形成。由于独立发展产生淘宝村的难度很大，所以数量不多。从主营产品类型来看，该类淘宝村的产品具有鲜明的蓝海产品特质。典型如以儿童演出服饰为产品的大集镇丁楼村、孙庄村（见图 3-4），以地方特色资源为产品（绿松石配饰）的湖北省十堰市郧西县涧池乡下营村。尤其这类匠心独具的手工艺制品，虽然难以进行大规模产业化批量生产，但其蕴含的地方独特性使得它也很难被其他地区模仿。当前乡村电子商务产业正持续地激活这些地方手工艺。



图 3-4 山东省菏泽市曹县大集镇孙庄村

1.7 独立发展的农贸型淘宝村

独立发展的农贸型淘宝村的产生具有较强的偶然性和不确定性。中西部以及东北地区依托特定农产品的特定产地，能够形成这类淘宝村。相比而言，东部地区较难形成这一类型的淘宝村，目前仅发现东莞市辖区内有一例以枇杷种植为特色的淘宝村。由于是源自特定产地的特定农产品，这类淘宝村的主营产品普遍具有强烈的地方特色，由东北向关内再至西南，基本涵盖山货、地方食品、水果、花卉苗木等多种门类的农副产品，并具有较高的地区辨识度。由于物流价格、保鲜技术、产品营销和运营人才等多方面的限制，农产品上行一直是农村电商产业发展的难题，这也导致独立的农贸型淘宝村的发展速度相对较慢，急需配套网络和服务的进一步升级、完善。

2 特色淘宝村——传统手工艺产业的复兴

长期以来的工业化所追求的规模化、集约化大大地压制着传统手工艺产业的发展，互联网电子商务的兴起重新彰显了以个性和品质为特征的传统手工艺的价值。电子商务对于传统手工艺产业的复兴不仅孕育了一批淘宝村，而且描绘了一道淘宝村特色发展的靓丽风景线。

2.1 下营村（绿松石）

在中西部的淘宝村中，十堰市郧西县涧池乡下营村是最早出现的4个淘宝村之一，也湖北省的第一个淘宝村。这一地处秦巴山区深处的鄂西北山村（见图3-5），整个行政村约300多户，共计1000余人。从2010年开始，村里的年轻人依靠在网上销售当地特殊资源——绿松石产品，迅速将线上销售额从2013年的1500万元做到2016年的7000多



图 3-5 湖北省十堰市郧西县涧池乡下营村

万元。电子商务对于市场拓展和财富积累的巨大示范效应迅速吸引了全村近一半村民从事电子商务活动。全村开设淘宝店、微店约500家，实现了4G网络全覆盖，百兆光纤入户……短短几年间，下营村实现了经济发展和村民生活水平的显著提高。下营淘宝村的形成和快速发展验证了淘宝村产生的钻石机制模型，除了当地特色的绿松石产品，下营村的发展完全是大量草根创业群体与强大的互联网平台结合的产物，而政府的积极作为和扶持则进一步推动了淘宝村的快速发展，村两委的积极作为则使下营村从产业蓬勃发展的淘宝村升级为生产、生活、生态有机融合的美丽乡村。

（1）特殊的蓝海产品

绿松石是下营村电商产业的主营产品。绿松石又称“松石”，因其“形似松球，色近松绿”而得名，是深受古今中外人士喜爱的传统玉石，作为佩戴和使用

已有几千年的历史，相传春秋战国时期著名的和氏璧即是绿松石所制。湖北省的郧阳区、郧西县和竹山县一带是全球著名的优质绿松石产地。而下营村就是郧西县著名的姚家坡绿松石矿所在地。上世纪 80 年代下营村村民就参与国营矿山的开采工作，具有丰富的矿石开采和分拣知识，熟悉绿松石的选料和加工过程。因此在改革开放之初就有村民肩挑背驮着自己的绿松石产品到北京、西藏以及广东沿海地区销售，在电子商务发展之前全村有超过两百人在全国各地销售绿松石，具有精明的商业头脑和市场经验。2010 年村里的年轻人开始在淘宝网上销售绿松石，并迅速打开产品市场，迎来产业的爆发式增长。

（2）草根的创业基因

众多 80 后、90 后基本都是在家人的影响下，自幼接触绿松石行业。很多人在从事电商产业前就已经具有丰富的鉴定、加工和销售绿松石产品的经验。在王韬、王杰电商致富事迹的带动下，年轻人纷纷回村创业，快速推动下营村绿松石电商产业的规模扩大和品质升级。从 2014 年被认定为淘宝村，3 年多的时间下营村的电商产业规模迅速扩大。由于绿松石的精细加工需要极高的技艺，下营村的绿松石产业已经开始主动地进行产业链的延展和地域分工。下营村主要负责产业链附加值最高的两端，即选料和销售（网店管理和客户沟通）两大部分，玉料的精细加工会根据其质地的等级分别处理。顶级玉料通常会通过顺丰保价包邮的方式送到北京、苏州等工艺高超的企业或工艺师处加工，普通玉料则由本地的雕刻工作室加工。由于从事电子商务的基本都是本村的年轻人，他们不是亲戚就是一起长大的伙伴，所以经常聚集在一起讨论交流，了解彼此对于展示产品、提高网店搜索率的方式方法。2014 年，下营村自发成立电子商务协会，为广大网商提供信息共享、政策咨询、质量监督、技术培训等方面的服务。

（3）强大的平台赋能

下营淘宝村的发展又一次鲜活地展示了电商平台赋能的强大作用。在没有接触电子商务之前，下营村人主要的经营地点在拉萨、北京以及广东一些对绿松石饰品具有较大需求的旅游目的地，经营规模有限，而且物流交通成本较高。通过电商品牌，下营村网人充分利用互联网的长尾效应，将原本在线下属于小众商品、实体店铺难以经营的绿松石产品做成了一个具有高附加值的、就地集聚的产业，其扩大就业、促进扶贫、推动经济社会发展的综合效应非常显著。从平台类型来

看，下营村人所依赖的阿里巴巴平台是全球最大的电子商务平台企业，2016 年在中国电子商务零售市场中份额占比超过一半，同时中国最大社交平台——腾讯所支持的微商近年来也快速发展，两大平台为网商带来了丰厚的流量红利。正是平台赋能成就了下营村这样一个地处大山深处的封闭乡村的财富传奇。

（4）政府的有力扶持

下营村电商的快速发展离不开政府的引导和支持，基层政府的作用尤为重要。作为连接政府与村民的纽带，村书记刘庭洲在下营村电商发展过程扮演了关键角色。早在上世纪 80 年代初，他就尝试将家乡出产的绿松石拿到北京出售，后来又辗转西藏、广东等地。2010 年前后，刘庭洲回到下营村，全力投身下营村的发展建设。作为下营村最早一批外出经商者之一，刘庭洲深谙绿松石这一宝石行业的特殊性，深知除了需要具备吃苦耐劳精神，能在互联网的陌生环境中赢得客户的信任至关重要，诚信经营与沟通能力尤其不可或缺。因此在下营村的电商发展过程中，他始终向年轻人强调“勤奋、诚信、沟通”的理念，使下营村网商能够不断积累、扩大稳定的客户群体，产业规模也不断扩大。在村书记的积极协调沟通下，各级政府部门均对下营村予以扶持，针对电商发展过程中的仓储物流、通信网络、电力供应、道路交通、金融服务等方面的需求给予不同程度的解决。2014 年郧西县跻身“国家电子商务进农村综合示范试点县”，每年获得国家商务部 2000 万元的扶持资金，并享受各级政府的一系列优惠政策。

与此同时，立足于电商产业的快速发展，下营村进一步发掘生态和文化要素，着力打造集电子商务、文化旅游、乡村体验于一体的美丽乡村，尝试实现乡村经济的内生发展与人居环境的持续优化（见图 3-6）。自 2014 年起，下营村便启动美丽乡村建设行动，为保证美丽乡村的高标准建设，当地特地邀请以“郝堂村”乡建而著名的乡村规划设计师孙君领衔的中国乡村规划设计院团队，进驻下营村进行首期三年的美丽乡村建设。围绕下营村的绿松石矿山、周家寨生态村落、特色绿松石资源以及电商经济业态，规划设计团队系统地描绘了一幅集吃、住、行、游、娱、购为一体的秦巴山区特色乡村图卷。规划的下营村未来将成为集珠宝交易+电商培训+乡村体验于一体的美丽乡村，综合的规划设计不仅要丰富下营村的经济发展模式，更要超越众多淘宝村单纯重视产业发展的狭隘路径，进入了“生产、生活、生态”三生协调的美丽乡村发展新阶段。



图3-6 下营村美丽乡村的营建

2.2 平乐村（牡丹花画）

平乐村为河南省洛阳市孟津县平乐镇下辖村，位于洛阳市北郊，距洛阳市中心城区 12 公里，邻近洛阳北郊机场、洛阳北站等大型交通设施，交通便利（见图 3-7）。在河南洛阳“千年帝都，牡丹花城”的文化熏陶下，平乐村创立平乐牡丹画品牌。凭借“一幅画、一亩粮、小牡丹、大产业”，平乐村目前已成为全国唯一的“牡丹画生产基地”，也是农业部发布的中国“美丽乡村”文化传承型模式的典型。2016 年平乐牡丹画产业实现“互联网+”的突破，被阿里研究院认定为“中国淘宝村”。



图 3-7 河南省洛阳市孟津县平乐镇平乐村

（1）文化催生产业，农民升级画师

上世纪八十年代，平乐村的郭泰森大师结缘于洛阳牡丹花会（现改名为中国洛阳牡丹文化节），开始创制平乐牡丹画。因平乐村南邻“中国第一古刹”白马寺，郭泰森兄弟很早就将牡丹画作为旅游纪念品在白马寺等景区销售，颇受游客喜爱，收入可观，渐渐地一批村民开始效仿学习牡丹画绘制。九十年代初，郭泰森联合几位农民画师建立汉园书画院，切磋技艺，推广平乐牡丹画，并公益性开设牡丹画培训班，培养出一批农民画师，平乐牡丹画产业逐渐成形。围绕绘画创作的装裱、包装、销售等配套产业也开始发展。

（2）镇政府助力，民间协会兴办

2007 年平乐镇镇政府组建发展牡丹画产业领导小组，领导小组基于原汉园书画院成立了平乐牡丹书画院，以协会的形式对画院进行统一管理²⁷。镇政府每年设立专项培训资金，举办 3-4 期公益性牡丹画培训班，每名画家每年帮带 10-15 名新学员，并奖励对在牡丹画对外销售中做出突出贡献的销售能人以及创业开办工作室和展厅的商户。镇政府还积极利用中国洛阳牡丹文化节（已入选国家非物质文化遗产名录），举办全国农民牡丹画展，提升平乐牡丹画的影响力与知名度，实现文化技艺、文化节庆、文化品牌、文化产业共生共荣，实现经济、社会、文化多重增益。



图 3-8 农民画师展示其作品（左）及中国平乐牡丹画创意产业园区（右）

（3）县政府出资，服务商陪伴式

为进一步规范产业发展，提升产业质量，发挥规模效应，平乐镇政府在省、市、县三级政府扶持下，开始搭建实体产业发展平台——中国平乐牡丹画创意产业园区（见图 3-8）。县政府积极把握“互联网+”产业的新机遇，购买洛阳闪迅电子商务有限公司的综合服务，共建平乐牡丹画电商孵化基地。服务商自 2016 年 3 月起派遣团队驻扎平乐，提供“全天候”、陪伴式的电商服务。通过“政府+服务商”的模式，平乐村在原有牡丹画实体产业的基础上，仅用半年时间就达到了“中国淘宝村”的认定标准，村民返乡创业热情由此被点燃。目前全村有农民画师 900 余人，年生产牡丹画 40 多万幅，以自产自销（典型分工是父母作画、子女销售）、代销等形式进行网络销售。2018 年已开设线上活跃店铺 150 余家，全年线上交易额预计将突破 5000 万，产品甚至远销至日本、欧美等国家²⁸。当前

²⁷ 章志刚,李亚娟,李娜,王久臣. 文化传承型美丽乡村建设——中国牡丹画第一村平乐村案例[EB/OL]. <http://theory.people.com.cn/n1/2016/0802/c401815-28604187.html>, 2016-08-02.

²⁸ 河南省商务厅. 电商进农村推动产业转型升级 淘宝村创建推动产业提质增效[EB/OL].

平乐村正在谋划从淘宝村 1.0 模式向 2.0 模式升级，打响“电子商务”、“创意平乐”、“生态旅游”三张名片。规划围绕平乐牡丹画产业，联动平乐正骨医术、平乐水席（乡村特色餐饮）、平乐太仓毛笔等地域资源，积极打造平乐淘宝特色小镇。

2.3 南石山村（唐三彩）

南石山村属河南省洛阳市孟津县朝阳镇，是中国唐三彩的发源地（见图 3-9）。南石山村基于出土的唐三彩文物，创新唐三彩烧制技艺（入选国家级非物质文化遗产项目），大力发展唐三彩手工艺品产业，先后被评为“河南省特色文化村”、“河南省特色景观旅游名村”、“中国唐三彩文化第一村”，产品曾被当作国礼赠送外宾。文化振兴带



图 3-9 河南省洛阳市孟津县朝阳镇南石山村

动乡村振兴，2017 年中国·洛阳三彩小镇（朝阳镇）入选国家第二批特色小镇。2018 年南石山村唐三彩产业加强与互联网融合，以“政府+服务商”模式推动电子商务发展，成功实现“中国淘宝村”的飞跃。

（1）一方水土养一方人

俗语有“生在苏杭，死葬北邙”，洛阳以北的邙山，自东周以来即为历代帝王及达官贵人的殡葬风水宝地，而南石山村正处北邙腹地，出土文物众多²⁹。1905 年陇海铁路修建时，恰于南石山村挖出唐三彩，自此开启了南石山村的“黄金时代”。随着考古学家、收藏家以及文物贩子大量涌入，村民开始陆续参与出土的唐三彩文物的修复活动。1920 年前后，当地村民高良田在长期修补文物的过程中，创造了唐三彩仿复制技术，弥补了失传的唐三彩技艺空白。“造假”技术结合南石山村独有的高岭土制造的工艺品具有极高的仿真度，甚至流于黑市被疯狂

<http://www.hncom.gov.cn/topic/show/105495.aspx>, 2018-11-05.

²⁹ 半岛都市报. “古董”现做现卖利润暴涨 400 元仿品曾卖 2 万元[EB/OL].

http://news.bandao.cn/news_html/201003/20100315/news_20100315_911038.shtml, 2010-03-15.

抢购，南石山唐三彩“造假”能力于是闻名遐迩。

（2）大师领衔传承文化

南石山村近百年的唐三彩文化中，有过辉煌也有过衰落。21 世纪初高水旺大师担起重任，凭借其精湛的手工艺技术、过人的胆识，再次将传统手工技艺带出乡村，走向大众。高水旺成立洛阳九朝文物复制品有限公司，不仅生产高、中、低端仿品，还致力于文化传承，收学徒传授技艺，更自费 400 多万建起 1000 多平方米的唐三彩传承保护基地。张家彩窑创始人张二舜大师尽管小学没毕业，但传承祖上五代的烧窑技艺和唐三彩文物修复技艺，深耕于唐三彩创作，研制出开细片与“蜻蜓之翼”效果等核心技术。秉承“一辈子只做好一件事”的信念，张大师痴情唐三彩文化，自己设计、建设唐三彩展示、体验基地，致力于宣扬以唐三彩为主要代表的传统文化，共建中小學生文化教育基地。

（3）“政府+服务商”模式

与平乐牡丹画村一样，南石山村也是“政府+服务商”成功实践的典型案例。2018 年 5 月，孟津县政府与洛阳闪迅电子商务有限公司再次合作，依托南石山村“三新”讲习所，共建电商培训基地³⁰。服务商为本地 72 家企业教授电商基本知识，指导村民建立唐三彩淘宝店，辅助店铺运营（见图 3-10）。同时为提升网销效率，减少产品运输破损率，积极研发、升级物流包装，使用木架固定、外裹气柱减震等新措施。目前南石山村民已开网店 128 家，活跃店铺 68 家，包括 5 家标杆店铺、20 家重点店铺和 43 家活跃店铺，形成线上产业集群，年交易额突破 3000 万元³¹。

（4）手工艺现代化升级

电子商务对于传统手工艺产业的促进不仅止于扩大生产，同时能够将多样化、个性化的消费需求及时反馈生产端，驱动生产技术创新与创意升级。在南石山可以看到，一方面随着生产技术升级，煤、柴窑开始被气窑、电窑替代，全村 72 家企业全部完成“煤改气”工作。气窑和电窑的温度火候更便于掌控，大大提高了

³⁰ 中国孟津网. 朝阳镇：“三新”讲习拓思路 网上淘出致富路[EB/OL].

<http://www.zgmj.gov.cn/today/c/121/86694.html>, 2018-10-31.

³¹ 闪讯电商学院. 磨剑五年，精益求精：闪迅县域电商精品案例[EB/OL].

<http://www.lyshanxun.com/wap.php?r=means%2Ftdview&id=581> 2018-11-28.

素胎正品率。另一方面创意升级，除原有仿古唐三彩产品外，新工艺三彩开始与当代艺术结合，衍生出多个细分市场，例如唐三彩汽车挂饰、汽车摆件等小饰品就颇受欢迎，线上销量占比高达 85%。目前南石山村年产唐三彩工艺品约 170 万件，产品种类包括唐三彩仿古产品、新工艺产品等 3500 余种，工业总产值达 1.5 亿元，全国市场占有率近 95%³²。



图 3-10 正在塑型的工艺师（左）和正在接受电商培训的村民（右）

2.4 霍庄村（社火服饰）

霍庄村位于河南省许昌市建安区灵井镇，是一个典型的平原乡镇（见图 3-11）。不同于广袤中原大地上传统的农耕村落，霍庄从事舞狮、龙灯、旱船、花灯、戏服等传统社火戏剧道具的生产和销售已有百年历史，有着“社火戏剧之乡”的美誉³³。如今借助互联网电商平台，霍庄村社火道具的商品类型已拓展至上千种，产品远销全国各地及欧美、东南亚等地区，为全球华人营造节日氛围、怀念故乡风俗提供重要道具。



图 3-11 许昌市建安区灵井镇霍庄村

³² 闪讯科技. 触“电”南石山，三彩“焕”新颜!! [EB/OL].

<http://www.lyshanxun.com/index.php?r=means%2Fkjview&id=569>, 2018-08-24.

³³ 许昌县霍庄村：网络营销把社火卖到国外去[EB/OL].

http://blog.sina.com.cn/s/blog_135ed2bd50102va4q.html

（1）“触网”开辟产品销售新渠道

霍庄的淘宝村发展之路并非一帆风顺。霍庄村过去主营胡须、头饰，采取家庭自产自销的形式。这种“小作坊里搞生产，销路要靠自己问”的传统模式一直饱受生产规模过小、销售渠道不畅的限制³⁴。由于利润有限，年轻人不愿承接这一传统手艺，手工产销社火道具逐渐成为中老年人的专利。转机发生在 2012 年——在外求学的本村青年首先“触网”，尝试在淘宝网上开店售卖产品，并逐步在本村推广。互联网开辟了社火道具销售的新渠道，使一度难以为继的传统手工业重新焕发生机。目前全村共 700 余户，有电商 500 余家，带动本村和周边村庄从业者数千人。村民家门口挂起的“淘宝商户”牌子，成为当地最常见的标识。在“家家开网店，社火卖全国”的喜人局面下，霍庄也从贫困村转型成为产值数亿的淘宝村³⁵。

（2）电商拓展生产销售新模式

电子商务把早些年“忙年底”变成了“忙全年”，需求的大幅增加推动了生产方式的转型升级，也引入了新的营销管理手段。借助阿里旺旺等聊天工具，商户得以迅速获取前沿信息，并根据买家反馈及时调整产品线；借助后台管理软件，商户可以高效便捷地了解库存情况，监控商品成交量和交易额；借助抖音、快手等短视频平台以及淘宝直播，商户对社火道具的制作流程进行推广，取得了良好的宣传效果³⁶。互联网的浸润与链接让小乡村与外界构建了沟通的桥梁。霍



图 3-12 机器生产的绣花鞋制作精美与手工无异

³⁴ 【砥砺奋进的五年】“互联网+”推动精准扶贫 贫困村转型“社火淘宝村”[EB/OL].

http://toutiao.chinaso.com/gmw/tth/20170522/1000200033057801495438178792843597_1.html

³⁵ 贫困村转型淘宝村，河南一村庄年收入 2 亿，日发货近万单[EB/OL].

http://k.sina.com.cn/article_6371834509_17bca7a8d027008fu9.html

³⁶ 《霍元甲》等大制作影视剧 不少道具来自霍庄村[EB/OL].

<https://www.henan100.com/news/2018/814446.shtml>

庄村与专注生产大鼓的洛阳偃师马屯村、专注演出服饰生产的曹县大集镇等淘宝村、镇跨越地理障碍，形成错位发展、互利合作的关系。一个淘宝村、镇之间的社会分工网络悄然形成。



图 3-13 各家各户分包的狮头、花轿、扇子等道具

（3）乡村空间品质提升与文化复兴

霍庄自发逆袭成为“社火电商巨头”后，上级政府开始在发展电商方面给予大力支持。包括组织村民开展电商技能培训、学习产品营销方法；引入专用光纤，为电商打造快速通道，联系物流快递企业入驻等³⁷，村里还出现了电脑维修商店等相关配套服务设施（见图 3-14）。如火如荼的淘宝经济也吸引了不少年轻人加入这场乡村振兴之路，成为淘宝店铺运营管理的主力。村内随处可见的特色墙画上，“弘扬传统文化，发展戏剧经济”、“走进文明和谐、诚信经营戏剧示范村”等标语彰显了村民对融入网络科技大潮、继承与坚守传统民俗文化的自豪感。



图 3-14 电子商务带来乡村职能转变与文化复兴

³⁷ 灵井镇霍庄村：大力扶持电商 家门口就业促脱贫[EB/OL].
<http://mini.eastday.com/bdmip/171214095559615.html#>

报告主编

罗震东 南京大学建筑与城市规划学院教授，南京大学空间规划研究中心执行主任，中国城市规划学会乡村规划与建设学术委员会委员，阿里新乡村研究中心客座研究员

盛振中 阿里研究院高级专家，阿里新乡村研究中心副主任兼秘书长

报告参编者（按姓名拼音排名）

曹 义 南京大学建筑与城市规划学院，硕士研究生

陈芳芳 杭州市城市规划设计研究院，规划师

陈文涛 南京大学建筑与城市规划学院，硕士研究生

陈 颖 南京大学建筑与城市规划学院，硕士研究生

傅哲宁 南京大学建筑与城市规划学院，硕士研究生

何鹤鸣 南京大学城市规划设计研究院战略研究室，副主任，博士研究生

廖茂羽 南京大学城市规划设计研究院战略研究室，规划师

乔艺波 南京大学建筑与城市规划学院，硕士研究生

申明锐 南京大学建筑与城市规划学院，助理研究员，博士

单建树 杭州市规划局杭州经济技术开发区规划分局，硕士

周玉璇 南京大学建筑与城市规划学院，硕士研究生

致谢

报告的撰写得益于阿里研究院的鼎力协助和大量与淘宝村、镇相关的朋友的大力支持。阿里研究院为团队研究工作提供了诸多便利。曹县大集镇、睢宁县沙集镇、宿迁市耿车镇、沭阳县新河镇、义乌市青岩刘村、揭阳市军埔村、鄢县下营村、孟津县平乐村、南石山村和许昌市霍庄村等地的相关领导和朋友，为调研提供了大量的素材和帮助。河南洛阳闪迅集为河南调研更是提供了无微不至的照顾。团队在此诚挚地感谢你们！

报告的主要内容是五年来团队淘宝村研究的精炼和集成。长期的研究过程中，阿里研究院梁春晓老师、清华大学刘鹰教授、中国社科院汪向东教授、台湾大学张圣琳教授、北京大学邱泽奇教授、浙江大学郭红东教授、赶街网陈亮先生等师长给予团队诸多无私的指导和支持，团队在此衷心地感谢你们！

报告由南京大学空间规划研究中心与阿里新乡村研究中心共同撰写并发布。南京大学空间规划研究中心致力于以全球化视野服务中国新型城镇化发展需求，秉承知行合一理念，致力于建设中国一流的空间规划研究和人才培养基地。本报告的电子版将通过“南大空间规划”公众号统一发布，感谢您的关注。

