

# 乡村振兴背景下农村电商产业集聚 与区域经济协同发展机制\*

## ——基于产业集群生命周期理论的多案例研究

梅 燕 蒋雨清

**摘要：**基于产业集群生命周期理论，本文以浙江省缙云县和杭州市临安区、山东省曹县、安徽省泾县、江苏省沭阳县、山西省临猗县6个电子商务发展阶段不同的典型区域为研究对象，综合运用扎根研究手段，采用多案例分析方法，探讨不同阶段的农村电子商务产业集聚与区域经济协同发展机制。研究发现：①在农村电子商务产业集聚的产生阶段，电子商务的发展速度快于区域经济的发展速度，二者之间呈现基本不协同状态；②在农村电子商务产业集聚的成长阶段，电子商务产业集聚发展速度开始下降，并与区域经济发展相互影响、相互磨合；③在农村电子商务产业集聚的成熟阶段，在区域经济稳步增长的带领下，二者逐渐走向协同状态。

**关键词：**产业集群生命周期理论 农村电子商务 区域经济 协同发展机制

**中图分类号：**F325.2 **文献标识码：**A

### 一、引言

2019年6月国务院印发的《关于促进乡村产业振兴的指导意见》中明确指出：“产业兴旺是乡村振兴的重要基础，是解决农村一切问题的前提。”发展农村电子商务产业既是经济欠发达地区实现增加农民收入、消除贫困的有效途径（汪向东，2016），也是引导农村供给侧结构性改革、促进乡村振兴的重要力量。农村电子商务的飞速发展使得新农村、新农民、新农业模式不断涌现，催生了新的就业形态，吸收了大量农村剩余劳动力，并实现了农产品上行与工业品下行，极大程度上带动了农村一、二、三产业的发展与融合，进而促进了区域经济发展。商务部发布的数据显示，2018年中国农产品网络零售额达到2305亿元，同比增长33.8%；农村网络零售额达到1.37万亿元，同比增长30.4%<sup>①</sup>。

\*本文研究得到国家社会科学基金青年项目“涉农电子商务与农村区域经济协同发展机制及路径选择研究”（项目编号：15CJY061）的资助。

<sup>①</sup>参见《2018年全国网上零售额突破9万亿元》，[http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/201902/21/t20190221\\_31534567.shtml](http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/201902/21/t20190221_31534567.shtml)。

随着电子商务在中国农村地区的持续飞速发展，部分区域已经出现了淘宝村<sup>①</sup>、淘宝镇<sup>②</sup>、农村电子商务产业园区等典型的农村网络商业聚集现象。一方面，同一个村庄、乡镇或园区聚集了大量从事电子商务的农村个体创业者或企业，另一方面，这些电子商务从业者在淘宝等电子商务平台上提供的商品或服务往往聚集在一个或几个相同或相近的产业内（Qi et al., 2019）。这种商业聚集现象带动了电子商务技术流、资金流、商流、人才流逐步向农村地区集聚，形成农村电子商务产业集聚<sup>③</sup>。这在一定程度上扭转了农村资源要素向城市单向流动的局面，增强了农村地区的吸引力和发展潜力，使得农村电子商务发展与区域经济发展紧密相联。农村电子商务产业集聚是当前部分农村地区电子商务发展的新形态（舒林，2018），能够对当地产业结构的调整、就业机会的增加、农民收入的增长等方面起到促进作用，进而促进当地区域经济的发展。

但值得关注的是，农村电子商务在中国不同区域的发展有先有后，有快有慢，即各区域农村电子商务产业集聚处于不同的发展阶段，那么，不同阶段的农村电子商务产业集聚是如何驱动当地区域经济发展的？同时，区域经济发展是否会对农村电子商务产业集聚产生一定的影响？目前，学者们对农村电子商务产业集聚在不同阶段驱动区域经济发展的理论机制尚不清楚，区域经济发展对农村电子商务产业集聚的反馈作用也有待研究。

鉴于此，本文基于产业集群生命周期理论，通过实地调查，分别探讨中国东中西部（地区）3个区域6个案例样本村不同阶段的农村电子商务产业集聚与区域经济协同发展的机制。本文的分析有助于人们更加清晰地了解农村电子商务产业集聚与区域经济在不同阶段的发展特征以及两者逐步协同发展的过程，既可为其他正在发展农村电子商务的地区提供参考，也对分类推进中国不同区域农村电子商务产业发展具有一定现实意义。

## 二、文献回顾与理论分析框架

### （一）文献回顾

近年来，互联网信息技术在农村的普及与应用、丰富的农村劳动力资源、相对较低的电子商务创业资金投入等因素共同促进了中国农村电子商务的迅猛发展（汪向东、梁春晓，2014）。中国各地农村区域持续形成的以淘宝村为代表的农村电子商务产业集聚现象，也引发了国内外学者的关注。淘宝村

---

<sup>①</sup>本文采用阿里研究院对淘宝村的定义和认定标准：①淘宝村是大量网商聚集在某个村落，以淘宝为主要交易平台，以淘宝电商生态系统为依托，形成规模和协同效应的网络商业群集现象。②淘宝村的认定标准包括3个方面：一为交易场所标准（经营场所农村地区，以行政村为单元）；二为交易规模标准（电子商务年交易额达到1000万元以上）；三为网商规模标准（本村活跃网店数量达到100家以上或活跃网店数量达到当地家庭户数10%以上）。

<sup>②</sup>淘宝镇是指一个乡镇或街道的淘宝村大于或等于3个，或者在阿里平台，一个乡镇一年的电商销售额超过3000万元、活跃网店超过300个，不局限于是否有淘宝村。

<sup>③</sup>本文研究的“农村电子商务产业集聚”是指农村电子商务产业集群所产生的外部经济效应促使区域内相关产业聚集的一种现象（Alexander et al., 2013）。

的形成既是互联网草根创业推动的包容性经济发展现象（吴晓波等，2014；刘亚军、储新民，2017），也是农村电子商务产业发展模式快速推进与技术创新扩散的产物（曾亿武、郭红东，2016；Lee and Mueller, 2017；Li, 2017）。同时，淘宝村在助推农村经济社会转型上发挥着越来越大的作用，不仅能解决小农户“卖难”与大市场对接的问题（Zeng et al., 2019），而且能够为农民提供更多的当地就业机会（Kong, 2019）、增加农户家庭收入（Luo and Niu, 2019）、促进农村区域经济发展与转型（汪向东、梁春晓，2014），对推进中国城镇化进程、缩小城乡差距有重要意义（凌守兴，2015；房冠辛，2016）。

一个地区的某种产业集聚对当地的生产力有重要影响，而产业集聚程度的加深有助于加速当地经济的发展（Combes and Gobillon, 2015）。这是因为，产业集聚不仅能够推动自身产业发展，也会带动相关产业发展，并以此促进区域经济的快速发展（Hanlon and Miscio, 2017）。基于此，学者们也认为农村电子商务产业集聚有助于区域经济的发展。一方面，农村电子商务产业集聚过程往往伴随着创业带头人引领、邻里示范、电子商务协会互助、当地政府帮扶等社会创新效应（崔丽丽等，2014）。这些效应不仅能够提升当地经济协作的集体效率（郭红东等，2019；Cui et al., 2017），也改变了农民在利益链中的角色，激发了农民利用电子商务自主创业的积极性（刘亚军、储新民，2017），为更多的小农户与大市场对接开拓了线上渠道和交易空间（曾亿武等，2017），从而进一步促进区域经济发展（梁强等，2016；雷兵、刘蒙蒙，2017）。另一方面，农村电子商务产业集聚会带来区域内产业结构的动态演化。例如，张嘉欣等（2016）对广州市里仁洞的淘宝村的单案例研究表明，电子商务的持续发展使得该村的产业结构从第一产业、第二产业逐步向第三产业演变。刘亚军、储新民（2017）从经济演化理论视角剖析了淘宝村的产业演化规律，发现淘宝村的产业演化一般经历了萌芽、裂变式成长和产业集群式发展3个阶段。王滢、张瑞东（2017）也认为电子商务产业集聚能够促进当地传统产业集群的升级与演化。

从上述对相关理论文献回顾可以看出，目前，部分学者对淘宝村等农村电子商务产业集聚现象的形成机制、影响因素等开展了很多研究，但对该现象与区域经济协同发展机制的研究尚不多见，也鲜见有文献具体探究农村电子商务产业集聚在不同阶段驱动区域经济发展的理论机制，同时，区域经济发展对农村电子商务产业集聚的反馈作用也有待研究。鉴于此，本文基于产业集群生命周期理论，选择中国东中西部处于农村电子商务产业集聚不同阶段的6个典型样本村庄，通过实地调查，采取多案例研究方法，从微观视角探讨不同阶段的农村电子商务产业集聚的特征，及其与区域经济协同发展的作用机制，以期对分类推进不同地区不同发展阶段的农村电子商务持续演进提供理论依据和决策参考。

## （二）理论分析框架

关于产业集群生命周期理论的研究较丰富，不同学者对产业集群生命周期的划分也有所不同。Eisingerich et al.（2008）将产业集群的发展归为两个阶段，即少年阶段（或称为“早期阶段”）和成熟阶段（或称为“晚期阶段”）。Maggioni（2004）则将产业集群生命周期划分为3个阶段：在第一阶段，集群的产生通常由外部的激变触发，集群内部企业持续向外界释放该集群所在区域具备盈利性的信息，从而吸引更多企业进入该集群内部；在第二阶段，集群内部企业不断成长，大量竞争促使集群内部产

业结构转型；在第三阶段，集群或者成为国家（地区）的产业技术领导力量，并且能够抵挡外部的技术冲击和经济衰退，或者开始走向衰退。相比之下，Tichy（1998）对产业集群生命周期的划分得到大多数学者认同（例如付韬、张永安，2010）。他将产业集群生命周期划分为产生、成长、成熟和衰退4个阶段：①产生阶段。产品和生产过程还未标准化，集群内企业凭借知识溢出、分工协作、资源共享所产生的外部经济性获取竞争优势。②成长阶段。集群发展迅速，企业生产率不断提高，资源开始出现集中趋势。③成熟阶段。企业生产过程和产品走向标准化和规模化，集群内部生产同类产品的企业之间的竞争加剧，利润下降。④衰退阶段。集群中企业大量退出，创新趋于停滞，集群优势逐步减弱。

本文借鉴 Tichy（1998）的划分方法，选择从产生、成长、成熟3个阶段构建分析农村电子商务产业集聚与区域经济协同发展机制的理论框架<sup>①</sup>。①在农村电子商务产业集聚的产生阶段，会出现劳动力集聚、创新知识外溢、资源共享等外部经济性特征。鉴于此，本文将从创新扩散角度入手，分别对此阶段中案例样本的劳动力流向、电子商务创业知识外溢、基础设施变化、农民收入变化4个方面开展分析，以探讨在该阶段农村电子商务产业集聚对区域经济发展的影响。②在农村电子商务产业集聚的成长阶段，农村开始出现电子商务产业链和管理服务等资源集中的趋势。本文将从农村电子商务产业集聚的影响因素入手，分析区域农业产业链和电子商务服务体系这两个方面在该阶段的特征，以及对农村电子商务集聚效应的影响和作用。③在农村电子商务产业集聚的成熟阶段，农村电子商务产业链体系逐渐规模化。本文将从区域经济发展的影响因素和区域竞争力的变化入手，分析此时区域经济与农村电子商务产业集聚的协同发展机制，并归纳出农村电子商务产业集聚与区域经济协同发展的表现形式。上述分析框架如图1所示。

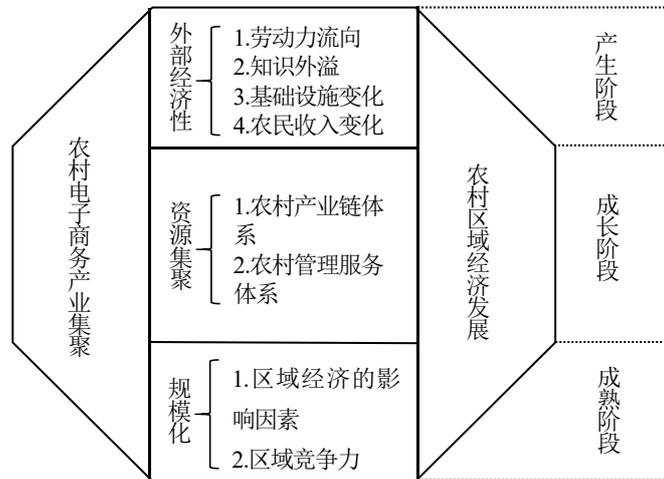


图1 理论分析框架

<sup>①</sup>根据已有研究和 Tichy（1998）的划分方法，农村电子商务发展还没有进入产业集群衰退阶段，因此，本文不对衰退阶段开展研究。

### 三、研究方法 with 数据采集过程

为了实现研究目的，本文采用多案例研究的方法。之所以采用多个案例，是因为从多个案例推导出的结论往往被认为更具有说服力，更能经得起推敲（Herriott and Firestone, 1983）。多案例研究应该遵循复制的法则，即通过某个或某几个案例研究取得有价值的发现后，接着进行更多案例的相同研究，以分析确认初次发现的真实性和可靠性，当然，在此期间可以进行一定的问题调整（Yin, 1984）。本文在具体分析的过程中，遵循复制法则的多案例研究的规范流程（参见罗伯特·K.殷，2019）。

#### （一）样本选择及其特征

本文的研究目的是探讨中国农村电子商务产业集聚在不同阶段与区域经济协同发展的机制，因此，所选择的研究区域必须具有两个特征：①县域及以下地区；②已经或正在形成电子商务产业集聚。依照这两个标准，为了能进行不同阶段的对比分析，并考虑样本区域集聚的电子商务产业特征，本文选取了浙江省缙云县和杭州市临安区、山东省曹县、安徽省泾县、江苏省沭阳县、山西省临猗县<sup>⑥</sup> 6 个区域作为案例样本县域，并在每个县域的代表性村庄<sup>⑦</sup>开展实地调查。样本村庄电子商务产业特征与所处的生命周期阶段如表 1 所示，村庄及其所在区域电子商务发展的具体情况如下：

1. 缙云县北山村。北山村位于浙江省丽水市缙云县壶镇镇北山脚下，是浙江省丽水市首个农村电子商务示范村，2013 年被评为“淘宝村”。成为淘宝村之前，北山村的村民大多以走街串巷卖烧饼为生。从 2006 年有村民开始在淘宝网上销售户外用品起，发展到现在，村内已有自主品牌十余个，淘宝店 300 多个，天猫店 12 个，从事网络销售及工作人员达 500 余人，逐步形成了以北山狼公司为龙头，以个人、家庭、小团队开设的分销店为支点，以户外用品为主打产品的电子商务发展模式，可归结为“龙头企业示范带动+政府推动引导+青年有效创业”模式。北山村发展农村电子商务的事迹被学术界概括为典型的“从无到有”的“北山模式”（汪向东，2016）。

2. 曹县丁楼村。丁楼村位于山东省曹县大集镇，是山东省曹县产生的第一个淘宝村。在 20 世纪 90 年代初，丁楼村个别村民便开始做起了服装贸易生意，为影楼、戏班加工服饰。2009 年，村民试着在网上卖影楼服饰；2013 年，丁楼村被评为“淘宝村”；2018 年，该村的电商销售额达到 2.9 亿元。2018 年，曹县新增淘宝村 39 个，新增数量位居全国第一，连续两年创历史最高增幅；全县的淘宝村发展到了 113 个，首次突破 100 大关，已成为全国第二大淘宝村集群、山东省最大的淘宝村集群、全国唯一所有乡镇都有淘宝村的县。目前，曹县电子商务发展已经形成特有的“一核两翼”模式，即以人为

<sup>⑥</sup>截至 2019 年 6 月的数据显示，山西省临猗县还未产生淘宝村，也是 6 个样本区域中唯一没有产生淘宝村的区域。但需要说明的是，笔者在 2018 年 8 月实地调查的过程中发现，该县已有越来越多的农民使用微信或淘宝平台创业，因此，笔者认为该县目前还处于农村电子商务产业集聚的产生阶段，并将其作为比较研究的对象，同时，课题组也在调查完成后向该县有关部门递交了关于当地农村电子商务发展模式选择和应用方面的建议。

<sup>⑦</sup>除了山西省临猗县的代表性村庄（后土营村）外，课题组在其他 5 个县（区）选择的 5 个代表性村庄均是县域内最早出现的淘宝村，可以满足课题组对不同阶段农村电子商务产业集聚特征的分析 and 比较的要求。

本，电商平台与服务型政府双向赋能的发展模式。

3.泾县李园村。李园村位于安徽省泾县丁家桥镇。20世纪90年代起，李园村的部分村民就以家庭为单位，从事宣纸、书画纸的生产加工。2010年开始有村民在淘宝网上销售宣纸，2016年该村被评为“淘宝村”，也是安徽省最早产生的淘宝村。2018年，全村电子商户有200多家，从事宣纸生产制造和销售的人员达800余人。2018年，李园村所在的丁家桥镇淘宝村数量占泾县淘宝村数量的2/3，占安徽省淘宝村数量的1/4；同年，丁家桥电商集聚区被认定为安徽省现代服务业集聚区。

4.临安区白牛村。白牛村位于浙江省杭州市临安区，主要生产经营山核桃。2007年白牛村开启了电商之路，截至2018年，临安区有19个淘宝村。从2007年到2017年，电子商务已经被白牛村人从一桩“外快”做成了一份“事业”。2016年，白牛村被评为“浙江省电商专业村前十强”。白牛村借助互联网力量将农产品拓展成“品牌”，有效地将“小农户”与“大市场”连接了起来。

5.沭阳县周圈村。周圈村位于江苏省沭阳县新河镇，种植花卉苗木近400年，90%以上的村民以种植花卉苗木为业，2014年被评为“淘宝村”。2018年，全村有1800余人从事花木种植和网络销售工作，有800余家淘宝店铺，线上花木销售额达到2亿元。2006年以来，周圈村所在的沭阳县花卉苗木类的淘宝店铺发展到近万家，年销售额占全县花卉苗木销售额的50%以上。目前，网上卖花卉苗木的店铺有近50%来自于沭阳县。沭阳县的电子商务发展已经形成了典型的“农村本地产业资源优势+互联网创新”模式，也被学界称为“沭阳模式”。

6.临猗县后土营村。后土营村位于山西省临猗县，村民以种植临猗苹果<sup>①</sup>为生。2015年，后土营村所在的临猗县出现苹果大范围滞销问题，当地村民自发借助“互联网+”，使用淘宝、微信、O2O等营销模式并竭力参加当地政府提供的电子商务培训来应对“卖果难”问题。2017年，后土营村通过电子商务平台销售临猗苹果已达到近150万公斤。2018年临猗县的苹果网上销售额达到了5亿公斤。村民借助电子商务平台大量和快速销售了当地种植的苹果，实现了农产品上行，解决了农产品销售难问题。

表1 案例样本村庄的特征

区域	所属省份	代表性村庄	村庄原有产业	村庄原有产业基础强弱	产业集群生命周期阶段判断	村庄现有的线上主营产品	产业属性
缙云县	浙江	北山村	无	—	成熟阶段	户外产品	
曹县	山东	丁楼村	芦笋	弱	成熟阶段	演出服装、木制品	第二产业
泾县	安徽	李园村	宣纸	强	成长阶段	宣纸	
临安区	浙江	白牛村	山核桃	强	成长阶段	山核桃	
沭阳县	江苏	周圈村	花卉苗木	强	成熟阶段	花卉苗木	第一产业
临猗县	山西	后土营村	苹果	强	产生阶段	苹果	

## （二）资料采集过程说明

本文收集的资料包括一手资料和二手资料。一手资料的获得方法包括：①课题组为了探讨电子商

<sup>①</sup>临猗苹果是山西运城市临猗县的特产，是全国农产品地理标志产品。

务的介入如何推动农村一、二、三产业融合发展，选取了表1所示的6个样本村庄开展田野调查，采取现场访谈、现场考察、亲自体验农户网上销售服务等方式。②课题组与当地村委会负责人和农村电子商务协会负责人开展座谈，座谈的主题为当地农村电子商务产业集聚与区域经济协同发展的关系。收集的二手资料包括：①阿里研究院有关淘宝村的研究报告。②直接从当地县级政府获得的相关材料，特别是当地相关负责人撰写的研究报告和其他有关当地农村电子商务发展的研究报告。田野调查的具体情况见表2。

表2 田野调查的具体情况

调查地点	调查时间	调查对象	调查形式	调查内容
北山村	2017年8月	北山村村民，北山村村委会负责人，北山村电子商务协会负责人，共计20人。	面对面访谈	
丁楼村	2019年5月	丁楼村村民，曹县政府相关工作人员，县电子商务协会相关工作人员，共计18人。	面对面访谈	①当地农村电子商务在不同阶段的发展情况；
李园村	2018年8月	李园村村民，泾县政府相关工作人员，泾县电子商务协会相关工作人员，共计25人。	面对面访谈	②农民借助电子商务创业前后的收入水平、生活方式等方面的变化；
白牛村	2018年7月	白牛村村民，村委会负责人，白牛村电子商务协会负责人，共计15人。	面对面访谈	③当地区域经济受到农村电子商务发展的哪些影响。
周圈村	2017年8月	周圈村村民，周圈村村委会负责人，周圈村电子商务协会负责人，共计20人。	面对面访谈	
后土营村	2018年8月	后土营村村民，村委会负责人，共计15人。	面对面访谈	

注：选择的受访村民皆具有开网店或通过电子商务创业的经历。

#### 四、案例分析

基于图1的理论分析框架，笔者将从农村电子商务产业集聚的产生阶段、成长阶段和成熟阶段对样本区域的案例进行分析，并概括总结出样本区域电子商务产业集聚在不同阶段的特征，以及农村电子商务产业集聚与区域经济协同发展的机制。

##### （一）产生阶段：农村电子商务快速发展正向推动区域经济发展

表3为6个样本村<sup>⑥</sup>的部分代表性实地访谈资料，以及提取的关键词。从这些资料的分析结果可以看出：①电商创业扩散和创新知识外溢是农村电子商务产业集聚产生阶段的主要特征，同时，当地的产业基础会影响电子商务创业在农村区域扩散的方式。在无产业基础的地区，一般会先出现一个创业带头人；但在有产业基础的地区，更多的是由于互联网的介入和应用，村内部分青年劳动力开始尝试通过电子商务销售当地的特色产品（农产品或手工业品）。例如，样本中的北山村和丁楼村均没有产业

<sup>⑥</sup>按照表1的划分可知，6个样本村均已经历或正处于农村电子商务产业集聚的产生阶段，因此，课题组遵循多案例研究的复制法则，在实地访谈中询问了每个村在该阶段的发展背景，并通过文本分析提取资料中的关键词。

基础,当地村民利用电子商务创业均由当地创业带头人引领。在北山村,吕振鸿<sup>①</sup>作为北山村网络创业的“老大哥”,2006年就在家开了村里的第一家淘宝店,在网上代理销售各类户外用品,2008年正式成立自己的公司,开始打造自己的户外用品品牌“北山狼”。他将自身的成功经验传授给村里乡邻,并在创业初期吸纳他们到自己公司上班学习淘宝店运营知识。因此,北山村村民电商创业采用的是“边干边学”的方式。在丁楼村,村民周爱华于2010年3月第一个在淘宝网上注册了网店售卖演出服饰,在她的带动下,同村的村民也学着开起了网店。可见,北山村逐步集聚的户外用品产业和丁楼村逐步集聚的表演服装产业均是“从无到有”的过程。相比较而言,李园村、白牛村、周圈村和后土营村均有产业基础,村民们更多地是因为互联网应用的普及选择利用电商平台拓展原有产业的线上销售渠道。课题组在实地调查中发现,李园村、白牛村、周圈村和后土营村的受访村民大部分是因为受到亲戚朋友创业的吸引而模仿学习,并不是像北山村和丁楼村的受访者均提到当地的创业带头人。<sup>②</sup>当地基础设施改善和农民收入提高也是农村电子商务产业集聚产生阶段的共同特征。首先,当地政府会不断改善道路、网络等基础设施,以满足部分区域农村电子商务产业集聚过程中物流、信息流不断增加的需要。例如,自丁楼村2013年成为曹县首个淘宝村以来,当地政府部门持续对该县的电商村基础设施建设增加支持和投入力度,仅2017年曹县政府为丁楼村等电商村改造道路186.9公里、改造农村电网502.33公里<sup>③</sup>。其次,借助农村电子商务的应用,当地村民的收入逐步提高,例如,电子商务的发展使得北山村的人均纯收入由2006年的3311元增长到2014年的13926元;丁楼村人均纯收入从2010年的5000元增加到2014年的15000元<sup>④</sup>。

表3 6个样本村的部分代表性实地访谈资料及提取的关键词(产生阶段)

阶段特征	村庄	代表性访谈资料整理	关键词提取
电商创业扩散	北山村	一开始是吕振鸿在外地打工,后来回村开始创业,做户外产品淘宝店。他做得好了,我们就选择跟他做淘宝。(ZGS <sup>a</sup> )	创业带头人
	丁楼村	我们原来种植芦笋,但是销售一直比较一般,后来有人在网上卖演出服,销量还不错,我们就也想创业。(ZAM)	创业带头人
	李园村	我们以前都是把宣纸运送到镇上或者市里去卖,要起早贪黑。后来互联网出现了,村里开始通网,就有人尝试在网上卖。(LXH)	互联网
	白牛村	当时村内有人通过淘宝挣了大钱,然后我也心动了,就学着干。(YF)	互联网
	周圈村	以前都是推着车出去卖花,现在可以坐在家里卖花木了。(JAH)	互联网
	后土营村	以前都是等着镇上商户或者外地商户来收苹果,价格压得很低,现在我们可以通过微信、淘宝自己销售,直接和客户谈价格。(LTW)	互联网

<sup>①</sup>吕振鸿是北山村第一位利用淘宝平台创业的带头人,创立了“北山狼”户外用品品牌,并带领全村村民进行电商创业,被当地人称为带领北山村“触电”的电商“领头羊”,现为缙云县网商协会会长。

<sup>②</sup>丁楼村道路、网络等基础设施的改造均由曹县县政府统一规划和投资,该处两个数据分别是曹县县政府为电商村改造道路和农村电网的总里程数。

<sup>③</sup>按照本文界定的农村电子商务产业集聚的概念和采用的淘宝村的定义,可以把一个村被评为“淘宝村”的时间节点作为该区域电子商务产业集聚正式形成的节点。因此,这里比较的收入数据是村庄成为淘宝村前后的数据。

创新知识外溢	北山村	吕振鸿招聘我们去他公司上班，给我们培训，教我们怎么利用电商平台去卖产品，我们就一边上班一边学习。(LH)	边干边学
	丁楼村	家里有亲戚开始进货，在网上卖服装（演出服、校服）。我看他们都挣钱了，就也想跟着做，因为服装都是村里自己生产的，所以拿货很方便。(FS)	模仿学习
	李园村	我本来是在厂里上班，自己家也有作坊，看见有人在网上卖宣纸卖得挺好的，就辞职回来自己做，既可以挣钱还可以照顾家里。(LSM)	模仿学习
	白牛村	一开始村内有人带头开始淘宝创业，就跟着学，后来发现在网上销售还不错。(ZJK)	模仿学习
	周圈村	一开始对开网店一点都不懂，就自己一边摸索一边学习。(YBF)	边干边学
	后土营村	知道隔壁家在微信上卖了很多箱苹果，我也尝试在微信上卖。(LF)	模仿学习
基础设施改善	北山村	村里修了路，寄快递方便多了。(LY)	物流
	丁楼村	道路修好了，小学、医院就在附近，很方便。(CWW)	道路、教育、医疗
	李园村	村里很多人家都自己盖了新楼房；路也好走了，小孩去镇上上学也很方便。(WAG)	住房、道路、教育
	白牛村	村内有好多淘宝服务站，道路也比以前好了，设施也漂亮了。(LRW)	公共基础设施
	周圈村	相较于之前，村内道路通畅了，我们也都盖了大房子了。(DTW)	道路，住房
	后土营村	村内有好几个物流站点，寄送苹果比以前方便多了。(YTH)	物流
农民收入水平提高	北山村	家里新盖了房，买了新电视、新电脑、新冰箱。(ZKL)	生活质量提高
	丁楼村	有了钱就想把生意做大，就买了厂房，自己做。(WDT)	继续投资
	李园村	比以前在外地打工挣的多了，有钱了就可以给小孩更好的教育，给家里添了许多新家电。(YL)	生活质量提高
	白牛村	相较于之前，收入提高了很多，家里也比以前条件好了。(YHC)	生活质量提高
	周圈村	现在我们家家都盖了小别墅，名牌小汽车在这里也很常见。(WT)	生活质量提高
	后土营村	苹果都卖出去了，就有钱了，家里就增加了很多新家电。(ZDH)	生活质量提高

资料来源：作者根据调查结果和相关资料整理。<sup>a</sup>表中括号内的大写字母组合均代表受访者姓名的首字母缩写。

从对上述案例区域的调查中可以看出：在农村电子商务产业集聚的产生阶段（下文简称“产生阶段”），随着区域内电子商务创业扩散与创新知识外溢，农村电子商务得到快速发展，并有助于当地基础设施改善和农民收入提高，可见，产生阶段的电子商务产业集聚正向推动了区域经济发展。一方面，当部分农民开始通过电商创业提高收入之后，当地农民基于亲缘、地缘关系会模仿学习，从而形成了创新知识的裂变式扩散，更多的农民通过电子商务创业提高了家庭收入（Luo and Niu, 2019）。这也表明了产业集聚形成初期会带来人口在空间上的集中，不仅为产业集聚提供了充足的劳动力资源，也使得区域内的居民和企业能够从中获益（吴勤堂，2004）。另一方面，电子商务创业在农村区域的扩散倒逼当地政府增加基础设施投入，使得农民不仅能更好地开展网络销售，生活质量也提高了。与此同时，农村电子商务的出现使得区域内互联网的应用开始普及并逐渐覆盖，电子信息服务产业开始蓬勃发展；运输需求的扩大促使物流产业也迅速发展起来。此时，农业与信息服务产业、物流产业开始相互渗透融合，农村电子商务产业集聚逐步形成，并开始对区域经济产生正向影响。电子商务产业集聚

在产生阶段正向推动区域经济发展的作用机制如图 2 所示。

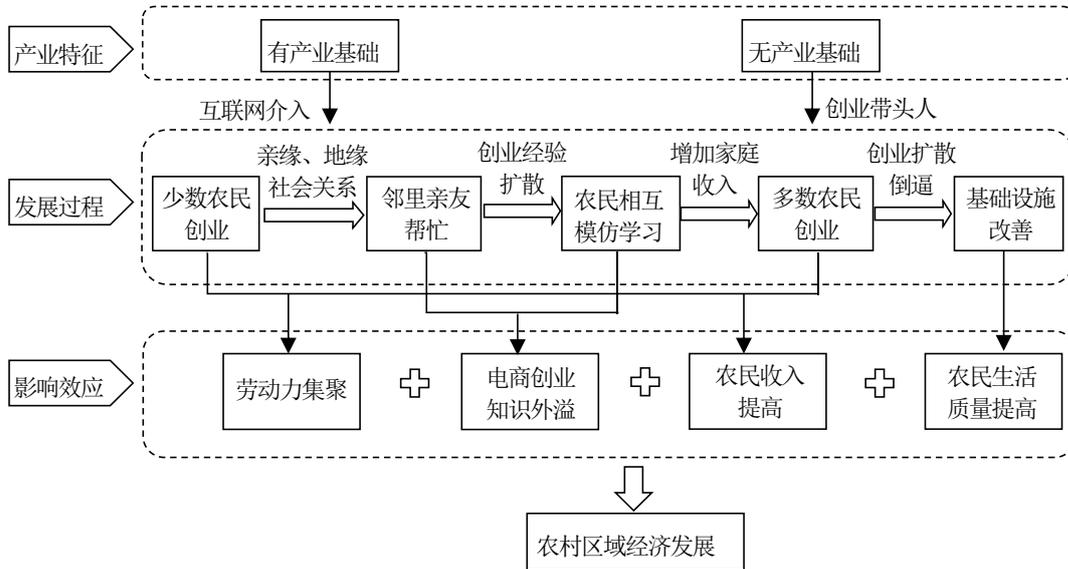


图 2 电子商务产业集聚在产生阶段正向推动区域经济发展的作用机制

## （二）成长阶段：农村电子商务产业集聚与区域经济发展相互影响

表 4 为 5 个样本村<sup>①</sup>的部分代表性实地访谈资料，以及提取的关键词。从这些资料的分析结果可以看出：①逐渐形成规模和协同效应的网络产业集群是农村电子商务产业集聚成长阶段（下文简称“成长阶段”）的显著特征。例如，经过近 8 年的发展，北山村于 2014 年左右形成了“北山狼”户外用品产业集群。周圈村在 2014 年前后形成了沭阳县最大的盆景盆栽产业集群。丁楼村也在 2015 年之后，在发展过程中逐步形成了表演服装产业集群<sup>②</sup>，不仅如此，还带动了曹县其他产业集群的形成和发展，这主要是因为表演服装产业集群的规模化效应带动了电商服务业产业链的发展（如摄影、美工、电商运营、客服、物流等），而这些服务业企业还可以服务于其他行业，因此，电子商务产业集聚的形成与区域经济发展开始产生协同发展效应。丁楼村所在的曹县目前除表演服装产业集群外，依据当地农业产业基础，还形成了木制工艺品产业集群和农副产品集群。但白牛村和李园村由于电子商务产业集聚形成的时间较晚，目前还没有形成规模化的电子商务产业集群。②所有样本村庄在成长阶段均出现了同类产品竞争或线上经营管理等问题。例如，北山村的主要问题是，由于“北山狼”品牌已经在电商平台打响，其他不是“北山狼”品牌的户外产品就很难销售。李园村的主要问题是产品同质化，因为当地主要以宣纸生产为主，产品存在严重的同质化问题，为了追求销量，部分村民开始恶价格竞争，导致网络销售价格一降再降，利润空间骤减。白牛村的主要问题同样是产品方面的问题，首先，线上产品同质化问题比较突出，出现了本村山核桃线上价格无序竞争的状态；其次，村里部分网商为了追

<sup>①</sup>按照表 1 中的阶段划分结果可知，除后土营村外，其他 5 个样本村均经历了或正处于电子商务产业集聚的成长阶段。

<sup>②</sup>课题组在调查过程中发现，丁楼村的表演服装产业集群还带动了周边村庄很多村民纷纷在电商平台从事表演服装产业相关的创业活动；但北山村的户外用品产业集群中的相关企业主要还是集中在本村内部。

求自身利益，在缺乏行业监管的情况下，在网上出售质量不达标的山核桃产品。而周圈村的主要问题是销售的花木种子、盆景产品相似度较高，线上产品管理不善就会导致混淆不清、发错货等问题。<sup>③</sup>当不同问题出现后，政府、金融机构和电子商务协会等第三方服务组织给予扶持，通过提供管理技能培训、资金支持等帮助村民解决问题，对电子商务产业持续良性发展起到了积极作用。例如，北山村所在的县政府向当地村民提供电子商务的专项低息贷款，同时聘请阿里巴巴淘宝大学的电子商务创业导师为村民进行电商营销技能培训。周圈村所在的沭阳县对参加经过批准的电子商务相关培训项目给予最高每人 1000 元的资助；同时，周圈村电子商务协会从 2014 年开始就委托沭阳县当地的职业技术学校培养更多的电子商务专业人才，以求为当地电子商务的持续发展提供人才支持。丁楼村所在的曹县政府在 2018 年与阿里巴巴蚂蚁金融服务集团、浙商银行、山东省工商银行、曹县农村商业银行签订了合作协议，这些机构于 2019 年共同向曹县投放 20 亿元电商贷款支持其电子商务产业持续发展。

表 4 5 个样本村的部分代表性实地访谈资料及提取的关键词（成长阶段）

阶段特征	村庄	代表性访谈资料整理	关键词提取
农村电子商务产业集群	北山村	我们主要是户外产品产业集群，目前村里大部分的村民都在进行户外产品的销售。(LT <sup>a</sup> )	一个产业集群
	丁楼村	我们县有三大产业集群：农副产品集群、木制工艺品产业集群和表演服饰产业集群。(CHG)	三大产业集群
	周圈村	目前，我们县拥有全国唯一的农产品淘宝村产业集群。(ZSH)	一个产业集群
问题出现	北山村	“北山狼”的品牌名气很响，所以村里其他户外产品很难销售。(ZJ)	产品品牌问题
	丁楼村	贷款难，没有地方盖仓库。(ZAM)	资金、土地问题
	李园村	同质产品导致村民恶性价格竞争，规模较小的网商开始走下坡路。(LWM)	产品同质化问题
	白牛村	业内无序竞争，经常存在质量问题或者缺斤少两问题；同时，产品销售具有季节性，在销售淡季无事可做。(WF)	产品质量问题、产品销售季节性问题
	周圈村	花种相似度较高，容易混淆，经常存在发错货的情况，但一两个月后卖家才会发现。(ZLH)	产品管理问题
解决问题	北山村	政府与电子商务协会出资扶持户外用品创新，部分村民开始通过改变户外用品的设计样式等进行创新。(ZDH)	政府、电子商务协会解决
	丁楼村	政府和金融机构给予电商从业者扩大经营等相关惠农资金支持。(FXW)	政府、金融机构解决
	李园村	政府与电子商务协会计划将零散的网商集聚，建立产业园区，统一价格。(LXS)	政府、电子商务协会解决
	白牛村	政府和电子商务协会加强线上销售的山核桃质量监控，对村民进行培训辅导，以促进合理竞争。(GH)	政府、电子商务协会解决
	周圈村	政府和电子商务协会对农户进行培训，引导部分村民将线上产品升级，从原来的苗木转型升级为附加值更高的盆景、盆栽等。(ZTH)	政府、电子商务协会解决

资料来源：作者根据调查结果和相关资料整理。<sup>a</sup>表中括号内的大写字母组合均代表受访者姓名的首字母缩写。

从对上述案例区域的调查中可以看出：在成长阶段，随着同一区域内农民网商不断集聚，区域内与电子商务相关产业和支持产业开始快速发展，并且在空间分布上不断趋向集中，区域内出现了产业分工合作，促进了农村上、下游产业链的延伸和完善。此时，农村电子商务产业集群开始出现。然而，随着农村电子商务的膨胀式发展，资源的稀缺性导致供给跟不上需求的扩张，诸如线上产品同质化、产品质量参差不齐、线上价格无序竞争、专业管理人才缺乏等各类问题逐步出现，这些问题在一定时期内对当地电子商务产业集聚会产生负面影响，使得农村电子商务产业集群的发展速度放缓。由于农民网商企业多为家庭式的小微企业组织形式，难以通过个体力量解决上述问题。因此，一方面，一些淘宝村通过成立电子商务协会谋求主动性集体效率（曾亿武、郭红东，2016），如北山村早在2012年2月就在当地政府的支持下成立了电子商务协会。电子商务协会利用内部成员资源，通过有效的内部治理提升农村电子商务产业集群竞争力，并通过发挥协会职能，利用外部资源，依靠协会自身能力促进区域相关资源的整合（曾亿武、郭红东，2016）。另一方面，地方政府、金融机构、教育培训机构等第三方服务部门的介入与支持，可以改善农村电子商务产业集群中出现的土地、资金缺乏和专业管理人才缺失等问题，使得农村电子商务产业与金融产业、教育产业相融合。此时，电子商务产业集群与当地经济发展相互影响，区域内第三方服务组织能够帮助农村电子商务产业集群发展实现从“无序”到“有序”的过渡。

可见，在成长阶段，农村电子商务产业集群与区域经济相互影响，相互磨合。电子商务产业集群在成长阶段与区域经济发展相互作用的作用机制如图3所示。

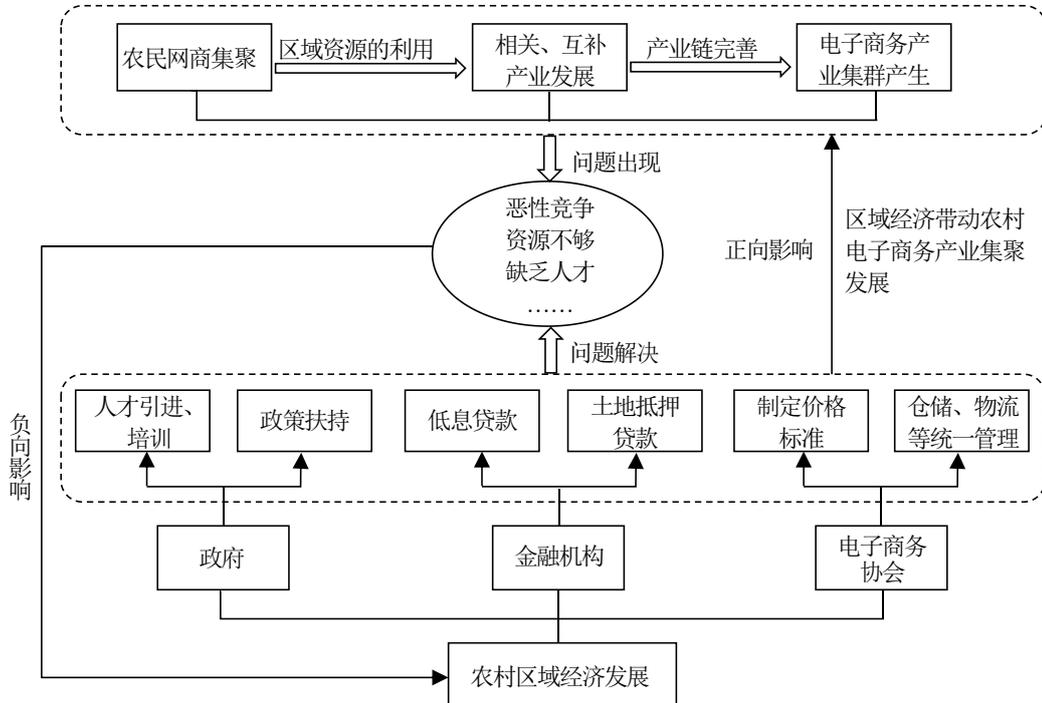


图3 农村电子商务产业集群在成长阶段与区域经济相互影响的作用机制

### （三）成熟阶段：区域经济与农村电子商务产业集聚协同发展

表 5 为 3 个样本村<sup>①</sup>的部分代表性实地访谈资料，以及提取的关键词。从这些资料的分析结果可以看出：①在农村电子商务产业集聚的成熟阶段（下文简称“成熟阶段”），电子商务产业的核心要素（商流、物流、技术流、资金流）能够得到较为充分的发展。首先，在该阶段，农民网商或当地企业为了电子商务产业能够持续发展，需要进行产业转型升级，从而会增加对工业品的需求，如引进新型生产设备、运输工具等。例如，周圈村和北山村成为淘宝村以来，随着国内外市场的持续扩大，对产品原材料、物流包装、仓储、深加工设备的需求增加，促进了区域内商流的集聚发展。其次，电子商务商流的集聚发展能够促进当地物流业、旅游业、文化业等第三产业的发展。区域内快递公司的数量不断增加，除此，极具特色的电商发展模式带动了当地旅游业和文化产业的发展，提高了电子商务产业招商引资项目的吸引力。例如，截至 2018 年底，周圈村所在的新河镇已有物流公司 23 家。这些物流公司也会在村民间传播电商理念和知识，既会建立自己的 QQ 群、微信群，也会加入当地的电子商务协会群宣传物流服务，帮助村民答疑解惑，促进了当地物流产业的集聚发展。同时，周圈村因其良好的电商创业文化氛围和环境吸引了大量外地大学生、返乡军人过来学习电商创业的经验和技能。再如，近年来，北山村着力推进美丽乡村建设，在村庄中央建立了一道极具电商特色文化的景观墙，用来展示多姿多彩的“北山模式”电商文化，吸引了众多游客来参观学习。丁楼村所在的大集镇电子商务产业园区 2016 年入选了山东省政府电子商务重点建设项目，总投资规模达到 9 亿元，并在 2017 年完成了该项目的全部投资。再次，随着区域内的竞争日趋激烈，大小企业网商会通过技术创新提高产品的科技含量，并通过采用个性化定制和网络直播等新媒体技术吸引网络消费者，扩大线上市场。例如，丁楼村所在的曹县已经对该县三大电子商务产业集群内的核心产品进行了升级，升级路径如图 4 所示。②区域农村电子商务产业集聚的完成及其产生的空间溢出效应是成熟阶段的重要特征。首先，3 个样本村庄所在的县域均通过发展淘宝村、淘宝镇和电子商务产业园区等产业集群形式完成了农村电子商务产业集聚。其次，3 个淘宝村电子商务产业集聚的成熟带来了空间溢出效应，邻近的村落更容易形成淘宝村<sup>②</sup>。例如，截至 2019 年 6 月，北山村所在的缙云县已经拥有 11 个淘宝村，3 个淘宝镇；周圈村所在的沭阳县已经拥有 90 个淘宝村，11 个淘宝镇，形成了全国最大的花木电子商务产业集群；丁楼村所在的曹县拥有 124 个淘宝村，15 个淘宝镇，已形成了极具特色的表演服装、木制品、农副产品三大电子商务产业集群。缙云县、沭阳县、曹县淘宝村的数量分别占浙江省丽水市、江苏省宿迁市、山东省菏泽市淘宝村总量的 37.9%、51.7%和 43.6%。

<sup>①</sup>按照表 1 的阶段划分可知，北山村、周圈村和丁楼村均进入了农村电子商务产业集聚的成熟阶段。

<sup>②</sup>课题组在实地调查中发现，安徽省泾县的第二个淘宝村为小岭村，该村位于本文案例分析的样本村李园村的隔壁。但由于李园村还处于农村电子商务产业集聚的成长阶段，因此未纳入成熟阶段的分析，但也验证了文中的观点，即在已被认定为淘宝村的村庄周围更容易形成新的淘宝村。

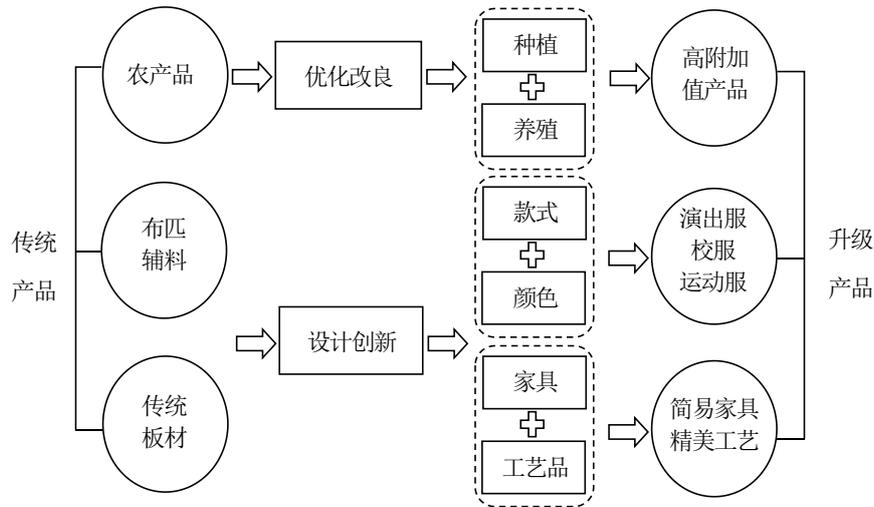


图4 曹县三大产业集群核心产品的升级路径

表5 3个样本村的部分代表性实地访谈资料及提取的关键词（成熟阶段）

阶段特征	村庄	代表性访谈资料整理	关键词提取
商流	北山村	我们这个地方已经出名了，很多人会过来参观、调研、学习。（YHS <sup>a</sup> ）	旅游业
	周圈村	我们的村庄现在很有名。许多外来的人来到这里做电商。因为我们有成熟的产业链。（XB）	成熟产业链、吸引外来创业者
	丁楼村	我们这里会定期举办时装展，借助新媒体平台展现魅力，传播当地文化，很多人慕名而来。（HW）	旅游业、文化业
物流	北山村	以前北山村是我最不愿意去的地方，北山村的路途遥远且山路难走，整个村一天10个包裹不到。现在几家快递公司抢着来。（CGH）	物流便捷
	周圈村	我可以直接在村里向全国各地的顾客寄送包裹，很方便。（LZN）	物流便捷
	丁楼村	中通、申通、圆通、百世汇通、韵达5家快递物流公司在曹县皆设有快递收发点。（RQF）	物流便捷
技术流	北山村	我们开始重视创新，像产品的用途、颜色和包装，同时树立品牌意识，开始成立其他品牌。（HHS）	品牌、产品创新
	周圈村	对原先传统产品进行创新，例如，将简单木制品改造成精美工艺品。（LYS）	产品升级
	丁楼村	对产品进行升级，培训农民成为园艺师，设计不同样式的盆栽，通过网络直播等方式进行销售。（JF）	产品升级、创新
资金流	北山村	当地银行专门为我们农民提供适合我们的贷款产品，解决我们的资金问题。（CYS）	便民贷款
	周圈村	现在，我们可以轻松地 from 银行获得贷款以扩展我的线上业务。对于像我这样的小农户来说，这是以前无法想象的。（LT）	便民贷款
	丁楼村	我们有自己的银行——曹县农商银行，非常适合我们，基本都能解决我们的资金问题。（RQS）	本地银行
农村电子商务产业	北山村	2019年，北山村所在的缙云县已拥有11个淘宝村，3个淘宝镇。	淘宝村、淘宝镇

集聚	周圈村	2019年,周圈村所在的沭阳县有90个淘宝村,被评为十大淘宝村集群。 淘宝村集群
	丁楼村	2019年,丁楼村所在的曹县有124个淘宝村,被评为十大淘宝村集群; 同时还有3个电子商务产业园区。 淘宝村集群、产业园区

资料来源:作者根据调查结果和相关资料整理。\*表中括号内的大写字母组合均代表受访者姓名的首字母缩写。

综上分析可知,在成熟阶段,区域经济的发展保持稳定的增长态势,通过已经形成的商流、物流、技术流和资金流与农村电子商务产业集聚产生良性互动,实现了农村区域的工业品下行、产品升级和电子商务产业规模的扩大。同时,在成熟阶段,农村电子商务产业集聚已经趋于完成,如人才集聚、商业集聚、物流业集聚等,规模企业不断涌现,技术创新引领区域品牌和竞争力不断升级,所在区域已打造出具有地方特色的电子商务产业园区、特色地方馆、淘宝村或淘宝镇。于是,越来越多的人想来参观和学习。此时,具有乡村特色的旅游业和文化产业也随之融合了进来,加大了区域的宣传效果,提高了农村区域的知名度,增强了招商引资的吸引力。因此,在该阶段,农村电子商务产业链日趋完整,区域内电子商务服务支撑体系逐步完善,整个电子商务商业生态体系日渐健壮(刘亚军、储新民,2017)。

综上所述,在成熟阶段,农村电子商务产业集聚主要受到农村区域经济发展的正向影响,二者正逐渐走向协同状态。成熟阶段电子商务产业集聚与区域经济协同发展的作用机制如图5所示。

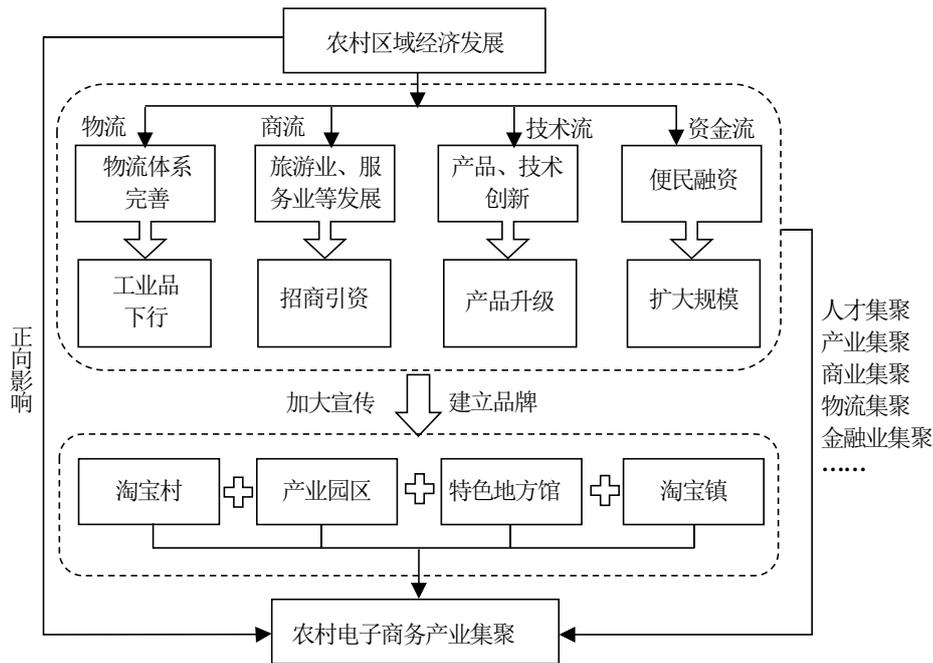


图5 农村电子商务产业集聚在成熟阶段与区域经济协同发展的作用机制

#### (四) 案例分析总结

通过对样本区域的案例分析可以发现,农村电子商务产业集聚在生命周期不同阶段与区域经济的关系从不协同到相互磨合,再到协同发展,大致经历了3个阶段:①在产生阶段,农民在互联网或创业带头人的引导下进行创业扩散。此时,农村电子商务产业集聚通过劳动力集聚、知识外溢、基础设

施完善和农民收入提高等效应对农村区域经济产生正向影响。②在成长阶段，相关性、互补性、竞争性产业随之发展起来，逐步形成了完整的产业链。另外，当地政府对农民网商和农民企业发展电子商务给予配套政策扶持，有效地改善了农村第一产业延伸不充分、产业链不健全和第二产业加工转化率低等问题。此时，也会出现恶性竞争、人才缺乏、资本不足等问题，使得农村电子商务产业集聚的发展滞后于区域经济的发展。然而，政府和金融机构等第三方组织发挥了作用，保障了当地农村电子商务产业的持续良性发展。③在成熟阶段，农村区域分别通过商流、物流、技术流和资金流推动电子商务产业集聚的发展。此时，区域农村电子商务产业集聚已经趋于完成，开始以淘宝村、淘宝镇、电子商务产业园区等方式呈现，这些农村区域同时也吸引了大量的人才返乡，促进了第三产业的配套发展，使得乡村价值得到充分开发，一定程度上促进了乡村产业振兴。同时，当地为了更好地提升区域电子商务产业的竞争力，会积极采取推动技术创新、助推产品升级、管理创新等支持性政策与措施，引导和帮助企业建立产品品牌，扩大市场，从而更好地帮助农村区域内企业生产加工的产品通过电子商务渠道上行。

综上所述，农村电子商务产业集聚与区域经济协同发展的机制如图 6 所示。

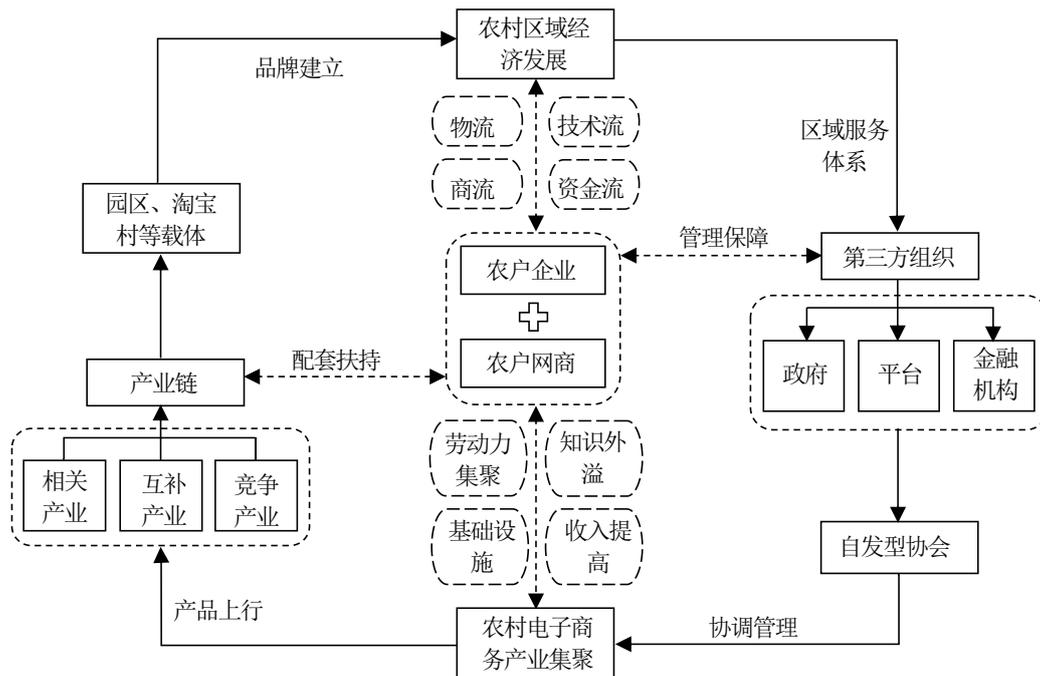


图 6 农村电子商务产业集聚与区域经济协同发展机制

## 五、结论

本文探讨了农村电子商务产业集聚在生命周期不同阶段（产生阶段、成长阶段和成熟阶段）与区域经济协同发展的机制，得出了以下几点结论：第一，在产生阶段，农村电子商务产业集聚带动区域内各项产业发展，但区域经济的发展滞后于农村电子商务的发展，二者之间基本不协同。第二，在成

长阶段，产业集群开始产生，区域内部各产业相互影响，相互扶持；同时，电子商务的快速发展带来了产品、管理等方面的问题，使得农村电子商务产业集聚的发展减缓，与区域经济的发展相互磨合。第三，在成熟阶段，农村电子商务产业的转型升级促使电子商务产业集聚完成，电子商务模式的创新和互联网信息技术的运用使得农村电子商务产业集聚与区域经济发展逐渐走向协同。第四，通过电子商务的介入，农村地区可以实现资本、技术、资源等的跨界优化配置，并通过产业集聚、技术创新、制度优化等方式，将农村区域内的农业生产、工农产品加工、销售、餐饮、物流、农村金融服务、休闲旅游等其他产业有机结合在一起，从而促进农村一、二、三产业之间的融合和协同发展。

最后，需要指出的是，本文研究仍存在一定不足。相关研究发现，中国农村电子商务区际间差异较大，空间分布上具有沿东南向外扩散的特征，且集聚区域呈现地域梯度和连片化特征，东部沿海省份农村电商发展水平高于西部内陆省份（汤英汉，2015；朱邦耀等，2016）。此外，笔者在案例研究中发现，以发展农村第二产业为主的区域更容易在较短时期内形成大量产业集聚，而对发展第一产业为主的区域而言，农村电子商务产业集聚的进展相对较为缓慢。因此，不同地区的不同产业具体应该如何推广电子商务发展模式，仍待进一步研究。

#### 参考文献

- 1.崔丽丽、王骊静、王井泉，2014：《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》第12期。
- 2.付韬、张永安，2010：《产业集群生命周期理论探析》，《华东经济管理》第6期。
- 3.房冠辛，2016：《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》第3期。
- 4.郭红东、曲江、刘晔虹、龚瑶莹、陈潇玮，2019：《山东曹县电子商务促进乡村振兴发展报告》，杭州：浙江大学中国农村发展研究院（CARD）农村电商研究中心发布。
- 5.雷兵、刘蒙蒙，2017：《农村电子商务产业集群的形成机制——基于典型淘宝村的案例分析》，《科技管理研究》第11期。
- 6.梁强、邹立凯、杨学儒，2016：《政府支持对包容性创业的影响机制研究——基于揭阳军埔农村电商创业集群的案例分析》，《南方经济》第1期。
- 7.凌守兴，2015：《我国农村电子商务产业集群形成及演进机理研究》，《商业研究》第1期。
- 8.刘亚军、储新民，2017：《中国“淘宝村”的产业演化研究》，《中国软科学》第2期。
- 9.罗伯特·K.殷，2019：《案例研究设计和方法》（第五版），重庆：重庆大学出版社。
- 10.舒林，2018：《“淘宝村”发展的动力机制、困境及对策》，《经济体制改革》第3期。
- 11.汤英汉，2015：《中国电子商务发展水平及空间分异》，《经济地理》第5期。
- 12.汪向东，2016：《淘宝村与电商新变局》，《中国科技财富》第1期。
- 13.汪向东、梁春晓，2014：《“新三农”与电子商务》，北京：中国农业科学技术出版社。
- 14.王滢、张瑞东，2017：《县域电商促进传统产业集群升级的演进路径研究》，《科技管理研究》第20期。

- 15.吴勤堂, 2004:《产业集群与区域经济发展耦合机理分析》,《管理世界》第2期。
- 16.吴晓波、黄灿、吴东、范轶琳、李竞、邵晓琳、雷李楠、张紫涵, 2014:《包容性创新和增长:中国涉农电子商务发展研究》,杭州:浙江大学管理学院包容性创新课题组发布。
- 17.曾亿武、郭红东, 2016:《电子商务协会促进淘宝村发展的机理及其运行机制——以广东省揭阳市军埔村的实践为例》,《中国农村经济》第6期。
- 18.曾亿武、邱东茂、郭红东, 2017:《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)》第4期。
- 19.张嘉欣、千庆兰、陈颖彪, 2016:《空间生产视角下广州里仁洞“淘宝村”的空间变迁》,《经济地理》第1期。
- 20.朱邦耀、宋玉祥、李国柱、于婷婷, 2016:《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》第4期。
- 21.Alexander, B., K. Tatiana, and U. Svetlana, 2013, “Formation of Industrial Clusters Using Method of Virtual Enterprises”, *Procedia Economics & Finance*, 5: 68-72.
- 22.Cui, M., S. L. Pan, S. Newell, and L. Cui, 2017, “Strategy, Resource Orchestration and E-Commerce Enabled Social Innovation in Rural China”, *The Journal of Strategic Information Systems*, 26(1): 3-21.
- 23.Combes, P. P., and L. Gobillon, 2015, “The Empirics of Agglomeration Economies”, in G. Duranton, J. V. Henderson and W. C. Strange (eds.) *Handbook of Regional & Urban Economics 5A*, Amsterdam: Elsevier, pp. 247-348.
- 24.Eisingerich A., O. Falck, S. Heblich, and T. Kretschmer, 2008, “Cluster Innovation Along the Industry Lifecycle”, Jena Economic Research Paper (JERP). Working paper 20560, <http://epub.ub.uni-muenchen.de/20560/>.
- 25.Hanlon W. W., and A. Miscio, 2017, “Agglomeration: A Long-Run Panel Data Approach”, *Journal of Urban Economics*, 99(1): 1-14.
- 26.Herriott, R. E., and W. A. Firestone, 1983, “Multisite Qualitative Policy Research: Optimizing Description and Generalizability”, *Educational Research*, 12(2): 14-19.
27. Kong S. T., 2019, “E-commerce Development in Rural China”, in S. Liang, Y. X. Zhou, and L. Hurst (eds.) *The Chinese Economic Transformation*, Canberra: Australian National University Press, pp. 129-142.
- 28.Lee, D. P. W., and J. Mueller, 2017, “Junpu Taobao Village—A Validation of Porter's Diamond Model”, *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 13(1): 51-72.
- 29.Li, A. H., 2017, “E-commerce and Taobao Villages: A Promise for China's Rural Development”, *China Perspectives*, 3(9): 57-62.
- 30.Luo, X., and C. Niu, 2019, “E-Commerce Participation and Household Income Growth in Taobao Villages”, World Bank Working Paper 198, <https://econpapers.repec.org/paper/wbkwbrwps/8811>.
- 31.Maggioni M. A., 2004, “The Rise and Fall of Industrial Clusters Technology and the Life Cycle of Region”, Institut d' Economia de Barcelona (IEB) Working Papers, <http://hdl.handle.net/2445/119593>.
- 32.Qi, J., X. Zheng, and H. Guo, 2019, “The Formation of Taobao Villages in China”, *China Economic Review*, 53(2): 106-127.

33. Tichy G., 1998, *Clusters: Less Dispensable and More Risky than Ever Clusters and Regional Specialization*, London: Pion Limited.
34. Yin, R. K., 1984, *Case Study Research Design and Methods*. CA: SAGE Publications.
35. Zeng, Y., H. Guo, Y. Yao, and L. Huang, 2019, "The Formation of Agricultural E-Commerce Clusters: A Case from China", *Growth and Change*, 50(4): 1356-1374.

(作者单位: 杭州电子科技大学经济学院)

(责任编辑: 张丽娟)

## **The Mechanism Between Rural E-commerce Industry Agglomeration and Regional Economic Development in the Context of Rural Revitalization: A Multi-case Study Based on the Life Cycle Theory of Industrial Clusters**

Mei Yan Jiang Yuqing

**Abstract:** Based on the life cycle theory of industrial clusters, this study investigates six typical regions in different stages of e-commerce development in rural China. Then, it uses a multi-case study analysis method to explore the relationships and mechanism of action between rural E-commerce industry agglomeration and regional economy development in different stages. The results show that in the initial stage of rural e-commerce industry agglomeration, the development speed of rural e-commerce industry agglomeration is faster than that of local regional economy, and there is no obvious interaction between them. In the growth stage, the development speed of rural e-commerce industry agglomeration gradually decreases, and there is a simple interaction effect between them. In the mature stage, the development speed of regional economy continuously accelerates, and the accelerated regional economy development enhances rural E-commerce industry agglomeration at the same time. The results indicate that there is a synergy effect between rural e-commerce industry agglomeration and regional economic development, and that E-commerce industry agglomeration will be a powerful engine to drive China's economic development in rural areas.

**Key Words:** Industrial Cluster Life Cycle Theory; Rural E-commerce; Regional Economy; Coordinated Development mechanism