

乡村振兴背景下农村电商新内生式发展路径研究

——以曹县大集镇为例

邱明楚

山东建筑大学建筑城规学院, 山东 济南

收稿日期: 2026年3月30日; 录用日期: 2026年4月15日; 发布日期: 2026年6月25日

摘要

针对乡村内生动力不足这一典型性问题, 统筹内部与外部资源是推进乡村振兴的重要手段。立足于乡村振兴的维度, 以山东省曹县大集镇为例, 运用新内生式发展理论, 以村庄层面上该类以电商驱动型村庄为样本, 分析了“产业-社会-空间”三方面促进该类村庄转型的路径和难题。在此基础上, 探索并形成该镇整合内外资源转变发展的“大集模式”。但同时, 该模式发展过程又会遭遇村域空间要素碎片化、电子商务同质化竞争激烈、平台效应发挥不够充分、乡土社会空间与市场空间呈现明显的二元结构、外源性人才培育吸引力不强、产业规模有限等困境, 通过乡村层面的人力物力资源齐头并进以弥补乡土社会被同质化的空缺来解决此问题。本文通过对内生因素发力、外源因素融合、政府政策推动进行补足, 从产业升级、主体融合、空间匹配、高效治理等方面提出了实现转型升级的具体方案, 以供电商驱动型乡村可持续振兴参酌使用。

关键词

新内生式发展, 农村电商, 乡村振兴

The New Endogenous Development Path for Rural E-Commerce in the Context of Rural Revitalization

—A Case Study of Daji Town, Cao County

Mingchu Qiu

School of Architecture and Urban Planning, Shandong Jianzhu University, Jinan Shandong

Received: March 30, 2026; accepted: April 15, 2026; published: June 25, 2026

Abstract

In view of the typical problem of insufficient endogenous power in rural areas, the coordination of internal and external resources is an important means to promote rural revitalization. Based on the dimension of rural revitalization, taking Daiji Town, Cao County, Shandong Province as an example, this paper uses the neo-endogenous development theory to analyze the paths and problems of promoting the transformation of such villages in three aspects: "industry-society-space". On this basis, explore and form a "large collection model" for the transformation and development of the town's integration of internal and external resources. However, at the same time, the development process of this model will encounter the dilemma of fragmentation of spatial elements in the village area, fierce competition in the homogenization of e-commerce, insufficient play of platform effect, obvious dual structure of rural social space and market space, weak attraction of exogenous talent cultivation, and limited industrial scale. This paper makes up for the development of endogenous factors, the integration of exogenous factors, and the promotion of government policies, and puts forward specific plans to achieve transformation and upgrading from the aspects of industrial upgrading, main body integration, spatial matching, and efficient governance, and uses the sustainable revitalization of rural areas driven by power suppliers as a reference.

Keywords

Neo-Endogenous Development, Rural E-Commerce, Rural Revitalization

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

乡村振兴战略以“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”为总要求¹，构建起涵盖经济、生态、文化、社会、民生五大维度的系统性发展框架。乡村振兴战略以聚焦于破解城乡发展不平衡不充分的结构性矛盾为战略目标，旨在通过农业农村现代化转型与治理体系重构，最终实现“农业强、农村美、农民富”的百年发展愿景。依据《乡村振兴战略规划(2018-2022年)》的顶层设计²，乡村振兴要以“坚持农民主体地位”“坚持因地制宜、循序渐进”为原则，顺应村庄发展规律和演变趋势，根据不同村庄的发展现状、区位条件、资源禀赋等，按照集聚提升、融入城镇、特色保护、搬迁撤并的思路，分类推进乡村振兴。

在信息化和数字化浪潮的影响下，农村电商作为新兴产业能够有效激发乡村的内在发展动能，助力农业农村实现现代化发展。与此同时，农村居民也没有局限于农业生产，而是参与到了电子商务等各种各样的新业态当中，在生产生活中也有着更多元化的就业选择。农村居民的就业领域从传统农业生产向直播电商、供应链管理、数字营销等新业态延伸，催生了“新农人”职业群体。这种转变不仅拓展了农民收入渠道，还构建起“离土不离乡”的在地化就业体系，为破解乡村空心化问题提供结构性解决方案。

曹县大集镇的发展路径具有典型的新内生式发展特征，新内生式发展要求不断从外部获取知识、资源的同时保持本乡本土的文化观与世界观[1]。在电子商务助推乡村振兴的大背景下，新内生式发展既要重视乡村的内源式发展，也要求注重以外部资源与外部主体为助力来实现整合资源、激活内力、协同

¹https://www.gov.cn/gongbao/content/2018/content_5266232.htm

²https://www.gov.cn/zhengce/2018-09/26/content_5325534.htm

发展的目的,进而实现乡村稳定的、长远的发展。大集镇通过农村电商赋能实现结构性转型,从传统劳动密集型产业集聚区向数字化驱动的特色产业集群转变,其电子商务激活农民活力的电商发展模式为研究新内生发展路径提供了典型实证样本。

2. 电子商务推动下的集镇现状格局

2.1. 发展概况

曹县大集镇作为中国首批“淘宝镇”,从2009年开始,借助于电商的力量,大集镇实现了从劳动密集型的传统产业到技术密集型产业的巨大转变,形成了独具特色的“大集模式”,吸引外出务工青年返乡创业,同时实施精准化人才引进战略,促进外部技术要素与本土产业基础的深度融合。大集镇创建各种众创空间与电商产业链,积极吸纳本地青年回归,发展第一产业、第二产业以及第三产业联动发展模式。随着电商产业发展,大集镇大部分区域在从事农业的同时还具备交易、加工农产品等功能,有些地区甚至专门用来打造厂房区、工业园区用于加工、制造工业产品。

目前,大集镇已成为全国最大的演出服产业集群地与汉服生产基地,全国各大市场畅销款由其厂家供货,其所生产的服装品类深受老百姓喜爱,生产出来的服装单品出口到国外每一个角落,市场影响力十分广泛;全镇70%人口从事电商相关产业,已吸引回乡创业人数达5万人,其中博士3人、硕士近百人;2023年,全镇实现电商销售突破百亿元,实现全村民人均收入大幅提升,并将电商所获得的利润反哺于当地教育、医疗等公共事业,扎实推进乡村全面振兴。

2023年大集镇的汉服网络销售额达到87.5亿,占据全国汉服市场的一半,在前2000家汉服网店中大约有60%是出自于大集镇。此外,演出服产业占全国电商市场70%左右的份额,大集镇内网店数量有2万余家,其中有近三千家是天猫店,注册的服饰企业共有3600余家,已经形成了一条由原创设计、面料供给、生产制作、物流仓储及发布平台等共同构成的完整的汉服与演出服产业链闭环[2]。按照国家互联网兴村的总体要求,在乡村振兴战略引领下,走出了一条“互联网+特色产业”的创新发展路子,开创出独具特色的“大集模式”。

2.2. 产业发展复合

大集镇的电商生产空间经历了从“家庭作坊”式到独立作坊式再到现代工厂的阶段式发展[3]。随着服装产业生产链条的逐渐完善(如图1),大量外来资本在该镇投资设厂,并在原材料生产、服装设计、刺绣印染等环节居主导地位。大集镇服装制造辐射范围大,通过企业普查数据得知,浙江省、广东省的企业数量最多。其中来自浙江省的商户主要集中于原材料出售的环节,来自广东省的商户则是看中大集镇演出服、汉服等服饰价格较低,因此选择大集镇的货源并销往各地。在产业链条上,本土企业与外来企业各环节分工明确。位于孙庄村的布艺辅料市场依托江苏、浙江等地的商户,淘宝产业园专注于中间生产,天津提供设计人才,杭州引入绣花技术,销售则通过网络和线下2000余家店铺进行。外地商户入驻的辅料店铺丰富了市场种类,天津的设计公司促进了本地特色产品的产生,杭州的刺绣技术提升了产品质量。穿越大唐汉服基地是产业分工的一个典型案例,其不仅通过线上线下等方式带动汉服销售,还为相关加工企业带来了机遇。

随着大集镇服装产业的发展,乡村电商服务形成专门化发展,一些小型网商与大型网商在销售和生产上也展开了合作。借助合作外地企业的先进技术及管理经验,大集镇本地企业得以快速发展。电商服务的发展总体呈规模式增长,在2019年开始规模化扩张,2021年发展最为迅速。大集镇为演出服生产企业提供互联网专门化服务的电子商务类企业以服装销售、直播平台为主,并延伸到广告设计、电商培训、服装摄影等功能,但对于服装体验、艺术表演、产品摄影等服务占比较少,二三产融合程度仍存在不足。

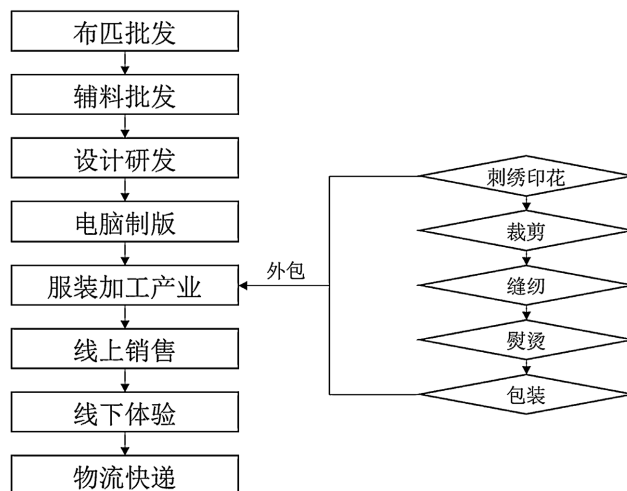


Figure 1. Daiji town garment industry chain
图 1. 大集镇服装产业链

政府在发展大集镇电商产业上也起到了重要作用，当地政府不仅给予诸多优惠政策鼓励外地企业落户当地，还通过提供电商公共服务平台的方式，鼓励和支持电商产业的发展，为本地电商产业发展的需要服务，提供相应的便利条件。

2.3. 社会网络融合

淘宝村的认定不仅为各村庄带来了经济上的转机，还促进了人才、信息和知识的回流。早期，由于经济不发达，原本外出打工的青壮年通过学习电商知识和技能，成为乡村能人，并借助自身的血缘、地缘关系等社会网络将这些资源引入乡村，带动了村民从事电商和人口回流。2010年当时在城里打工的刘楼村村民姜生在朋友的引领下回村生产演出服饰，随着订单的增加，人手不够便把家里的亲戚叫来一起帮忙，慢慢地，在他的影响下，其亲朋好友及村里的其他村民也开始投入演出服生产中。这一过程中，个体为核心的熟人社会关系网络起到了关键作用，但也可能导致合作局限于血缘团体。

依据曹县政府工作报告，近十年来曹县大集镇外来人口增加近一万人，吸引了 7000 余名外出务工青年与 700 余名大学生返乡创业。孙庄村青年费敬在 2006 年高中毕业后在上海打工期间接触了淘宝网，基于本地影楼服饰的发展基础，他回到村里生产学位服，通过互联网进行线上销售，并带动孙庄村及周边 5 个村庄的村民学习如何开网店[4]。这种“新带老”机制构成了本地社会网络，返乡青年带来了先进的电商运营经验，本地村民提供了劳动力支撑。

大集镇的电商产业直接带动全镇近 2 万人从事演出服饰加工行业，吸引了周边村庄及乡镇近万名村民来此就业，除本地从业者外，还有从事生产的外地商户，协助乡村治理的政府工作人员、研发设计人才、高校技术人才等各类外来人才加入(如表 1)。其中，大量来自浙江、江苏等地从业者在孙庄村辅料市场内开设有 20 余家大型布匹批发店；鲁信集团省派贾瑞涛、李杨、胡凡宝 3 名同志分别驻孙庄、丁楼、李八庄村帮扶电商发展，与此同时，大集镇与山东工艺美术学院、浙江理工大学等合作建设曹县汉服设计研究院，筹建曹县电商产业发展学院，山东建筑大学与曹县进行“百校联百县兴千村”行动结对，为大集镇输送高校技术人才。2023 年 4 月份，设计师陈龙在电商办的牵头下，带领自己的设计团队来到曹县考察汉服和电商产业，不久后便决定落户孙庄村，并创立“山河锦绣”品牌，志在打造一个集生产、学习、研发于一体的创业基地。以孙庄村为例，村内常住的外来人口已达 4000 人，这一数字远远超过了本地户籍居民的数量。

Table 1. Principal division of labor and collaboration network**表 1.** 主体分工与协作网络

主体类型	协作分工
本地村民	中老年群体从事裁剪、缝制；青年负责客服、运营
返乡青年/大学生	引领电商创业，推动技术升级
外来企业	提供资本、技术、管理经验

2.4. 空间供给契合

2.4.1. 镇村尺度

罗震东对全国范围内大量淘宝村进行实地调研后，提出电子商务的特征决定其在镇域尺度的发展呈空间集约化的特点[5]。大集镇产业空间也呈现出沿主要交通道路聚集的现象，形成以城市主干路为主轴，村干道为次轴的村村共享的发展态势。生产模式也实现了由最初零星的家庭作坊到独立的工厂作坊再到专业化产业园区的转变。

电商产业最早是以户为单位开展家庭作坊式的生产与经营，在一屋之内同时实现了生产和销售的功能，规模小、生产效率低、但是灵活性高，对市场的适应能力也较强。一些家庭作坊逐渐发展为独立的手工作坊或者是小型工厂之后，生产和生活开始相分离，并且设立专门的生产区，生产效率以及专业水平提高。随着电商产业发展，大集镇于 2015 年修建了大集淘宝产业园，为电商产业提供必要的设施和公共平台，引导企业搬迁至产业园区，形成产业集群，生产空间更加专业化和标准化，完成了由家庭作坊至产业园区的跳跃式发展。在此过程中，形成了包括原材料供应、生产加工、销售等环节的完整产业链条，产品多样化、质量和档次提升，品牌建设成为重要发展方向。

2.4.2. 县域尺度

伴随着电子商务产业的不断发展、产业规模不断壮大，对产业空间的需求也随之增长。为解决电子商务产业空间的实际需要，2018 年，县 - 镇两级政府与市场主体在县城东部、临近大集镇合力投资建设打造了一座“飞地型”综合电商产业园区——E 裳小镇电商产业园[6]。该项目首期选址在大集镇北侧，距离原有的电商产业园仅一墙之隔，但由于原计划占地不够以及缺乏相应的土地指标等原因未予实施。E 裳小镇总投资约 19.8 亿元，占地 842.35 亩左右，包含了产业孵化区、产业创新区、农民创业区、创客空间、创业培训服务中心和文创展示中心等设施；拥有物流分拨中心一座，位于园区西端，于 2020 年 5 月份建成投用，建筑面积达 5.2 万 m²，内设自动化分拣机，极大程度上提高了县域内快件的集散和打包处理能力。

蓬勃发展的电商产业提升了村民的收入水平，促使村民追求更加优质的教育、医疗等公共资源以及更加舒适的居住环境。通过对若干个村民走访调研得出，大概有十分之一左右的村民搬至县城居住，还有百分之二十左右的村民虽没有在县城常住，但是已经在县城购置房产。受电商行业工作模式的影响，一部分人在家中开设直播间或者仓库，实现了居住与工作的有机结合，使住房功能变得更加多样化。一方面，这一系列的变化反映了农村电商发展对村民生活条件的改善。另一方面，也展现了在电商产业发展影响下的农村居住形态的改变。

2.4.3. 跨区域尺度

由于当地企业的技术与资金都较弱，受到技术因素的制约，部分产业环节只能在外地开展，自动化程度有限，仍需依赖大量人工操作。以印染环节为例，当地的印染技术和设备相对落后，一些复杂的印染工艺无法在本地完成，不得不将面料运至省外的印染工厂进行加工，这无疑增加了运输和时间成本。一些高端汉服面料需要采用特殊印染工艺以呈现古香古色的效果，而大集镇的企业往往无法独立完成，

只能与江苏、浙江等地的印染厂合作。在产业设备的购置和维护方面，也主要依赖江苏苏州、浙江绍兴等纺织服装产业发达地区，高端缝纫机、锁边机等缝制设备是从苏州采购的，高质量面料和印染设备是从绍兴采购的。

另外，资源要素的制约极大限制了当地企业生产规模的扩大。由于可承载产业的土地空间有限，加之劳动力成本不断上涨，一些服装企业为了降低用工成本，选择外迁或在河南、安徽等临近省份建立生产工厂。从本地角度来看，企业将生产环节外迁会对本地的就业和税收产生一定的负面影响。镇政府也针对这种情况，通过召开电商发展动员大会和电商企业外设店铺回迁推进会来减少其不利影响，约有 200 余家天猫店铺回迁。但是，产业发展的资源要素约束问题依然存在。

3. 问题研判

3.1. 产品同质化竞争明显

农村电商产业的准入门槛相对较低，加之大集镇产业发展依托熟人社会形成合作网络，各村产业技术基础趋同，直接导致服饰类产品同质化现象突出，产品质量层次不齐，整体盈利水平被拉低。随着产业规模扩张，外来资本大规模入驻，进一步加剧了市场竞争，而本地服装产业结构单一，企业多集中于生产制造环节，产业链上下游协同整合不足，难以形成差异化竞争优势与产业协同效应。

2009 年以来外来企业入驻规模整体呈扩张态势，2019 年扩张速度达到峰值，2020 年后受突发公共卫生事件、经济下行等因素影响，市场需求收缩，企业入驻增速放缓，行业迎来转型关键期。外来企业大多具备园区化、规模化发展优势，拥有完善的生产管理与质量管控体系，产品质量更具竞争力，但外来资本的盈利反哺乡村的比例较低，一定程度上挤占了本地村民的利润空间，对乡村内生发展动力形成挤压。尽管当地从业主体尝试通过拓宽产品种类、成立行业协会抱团发展等方式破解竞争难题，但在外来社会资本的持续冲击下，内外资本同质化竞争引发的内生发展动力消解风险仍未得到根本解决，亟待挖掘新的市场需求、探索差异化发展路径。

3.2. 社会内外分异与短期效应的融合困境

大集镇电商产业发展依托熟人社会关系网络形成了本地电商抱团合作的模式，虽在初期推动了产业集聚效应释放，但也形成了一定的产业封闭性，本地与外地电商经营者的联结紧密度较低，商户个体间的电商技术、经营知识交流不足，阻碍了外来人才的融入与转化。电商发展初期，产业交流仅局限于本地人口与返乡人口之间，且活动范围以村内为主，本地人口内部联动性较弱；随着产业发展，外来人口开始在镇域内设厂，内外人口的联结初步形成，但多为 3~5 人的小团体形式，未构建起全域化的协作网络，且交往范围多限于镇域，与县市外的交流合作不足，城乡要素联动性较弱。

人才短缺与人才吸引力不足成为制约大集镇产业升级的核心瓶颈，当地外源性人才主要包括下乡科技人才、上级派遣治理人才、高校帮扶人才等，但这类人才具有显著的阶段性、流动性与不稳定性特征，难以形成稳定的优秀人才储备库。企业管理人才多从湖南、江苏等外地聘请，高校服装设计等专业人才前来实习后，也鲜有选择留当地就业生活的情况。同时，当地政府人才引进政策与配套措施较为薄弱，缺乏系统化的人才激励与保障机制，进一步限制了外源性人才向内源性人才的转化，加剧了人才流失问题，如何集聚并留住高精尖外来人才，成为大集镇电商产业可持续发展亟待破解的难题。

3.3. 空间规模制约和配套质低的匹配困境

目前，大集镇的电商产业规模不断扩大。数据显示，大集镇电商销售额已突破 100 亿³；伴随着汉

³<http://www.sd.xinhuanet.com/20241106/1eb482e2a51a40afa61c203652163a39/c.html>

服、演出服等产品的需求增加，大集镇的电商规模还会进一步扩大。这一过程中也产生了一些新的要素如仓储、物流、配送中心，相应地就需要更大面积的土地，而乡村的土地是有限的，存量用地不足，面对这种形势，乡镇政府需要开展工作的重点是乡镇村庄节约集约发展。根据《曹县大集镇国土空间规划(2021-2035)【公示草案】》⁴和刘楼、孙庄等村村庄规划，大集镇孙庄村、丁楼村、刘楼村、李八庄村、南街五村城镇开发边界划定面积为 68.43 公顷，城镇开发边界内现状建设用地区域面积达到 63.73 公顷，占城镇开发边界面积的 93.1%，城镇开发边界内现有城镇开发用地饱和度已高达 93.1%；城镇开发边界外建设用地区域面积 118.1 公顷，其中农村宅基地面积 115.3 公顷，其余为采矿用地、工业用地和塘坝水面，产业规模扩大、产业用地空间与产业用地指标受限的空间矛盾日益凸显。除此之外，在一些工业区或生产厂家周边，中小企业通常会通过将生产车间迁移到附近其他地区或将生产环节委托给其他厂家实现自身的发展空间。

电商产业的快速发展对基础设施建设提出了更高的要求，以支撑其高效运作和持续增长。在曹县伊尹故里电子商务衔接推进区建设的推动下，大集镇在产业发展、乡村建设、乡村治理等方面进行了相关设施建设，对产业配套设施进行提升改造升级，但适应快速发展与转型升级的品质型设施供给仍不完善。一方面满足产业升级的配套设施不足。对于农村电商而言，改善交通、水利、电力等基础设施，提升农村地区的网络覆盖率和物流配送能力，是推动农产品销售、促进农村经济发展的基础。目前，仅李八庄村、丁楼村、付海村、孙庄村完成了电网基础设施建设项目。虽然大集镇已经实现了村村通，但户户通仍有待推进，交通因素仍然制约着村庄电商产业的货物运输条件。另一方面满足不同产业与人才主体需求的设施配套不足。对外来务工人员而言，一些企业虽然提供宿舍，但存在空间狭小、居住人数过多、设施简陋等问题。在当地难以找到价格合适、条件较好的廉租房或长租公寓。这使得他们在住房选择上受到限制，增加了生活成本和居住的不稳定性。对于本地居民而言，为了适应产业升级的需要，本地居民需要提升自己的职业技能。然而，当地缺少针对本地居民就业培训的设施，如缺少服装制作工艺提升培训教室、电商直播培训基地等。面向外地技术人才需求的类型更加丰富、品质更高的文化娱乐休闲设施更为缺乏。

4. 策略构建

4.1. 基于新内生式发展的整体策略构建

区别于传统内生发展，新内生式发展不仅为平衡外生资源的引入与内生活力的建构提供了原则方向 [7]，还特别强调乡村发展的整体性与系统性，自主性与公共性，包容性与多样性的统一(表 2)。基于加快推进城乡融合发展的目标要求，需要面向产业、社会和空间等构建多维度发展策略和治理结构。

大集镇以电商驱动的演出服、汉服特色产业，发轫于草根创业主体，经电商带头人“以点带面”的示范引领逐步发展壮大，数字信息技术的深度融合更是推动乡村实现自我更新与价值增值。产业发展过程中，网店规模的持续扩张带动上下游产业链逐步成型，以网销服饰为核心的资源要素不断实现空间集聚，形成了极具特色的产业发展格局。但在此过程中，因内部本土主体与外部引入主体的利益联结、协作模式发生动态变化，产业转型、社会融合、空间匹配等环节相继出现发展困境，成为制约产业可持续发展与乡村内生动力持续释放的关键因素。

立足大集镇发展实际，以新内生式发展为核心价值导向，充分考量数字时代下信息交互数字化、主体博弈多元化、城乡市场网络化的发展特征，从内生驱动、外源协同、政策助力三大核心抓手出发，面向产业内外互促、社会内外互嵌、空间内外互补三大维度，构建路径耦合、要素融通、内外共生的整体

⁴<http://www.caoxian.gov.cn/upload-service/2c90808883d172a50183e89e80f5003b/2c90808483d1711c0183e9b10a720027/WY1789918736208236544.pdf>

发展策略框架。通过激活乡村本土内生动力，强化外部资源与本土发展的适配性融合，依托政府政策的精准引导与保障，推动内外部资源要素的高效整合、双向流动，实现本土发展根基与外部赋能支撑的有机结合，为电商驱动型乡村的可持续振兴筑牢发展根基。

Table 2. Comparison of traditional endogenous development and neo-endogenous development

表 2. 传统内生发展与新内生式发展比较

传统内生发展模式	新内生发展模式
“极化”发展理念	“整体性”发展视角
本地资源	外生资源的内生激活
内部自生	社区化赋能
封闭性地方实践	开放性地方实践
自上而下	上下联动，内外共生

4.2. 产业提质创新

针对淘宝村目前存在的同质化竞争激烈、社会资本大举介入挤占村本地村民利润空间、电子商务平台挤压中小电商发展空间等问题，要突出创新、树立品牌意识，创造性地开发地方产品、文化特色和本土化的品牌；防止简单的复制粘贴，避免大量同一品牌或商品充斥市场。一是建立一定的质量规范，逐渐趋向于规范化发展；二是注重树立区域品牌，提高竞争力，如可学习借鉴浙江丽水打造“山”字系列区域公共品牌的经验，帮助当地群众致富共富。

避免单一产业类型可能面临的风险，乡村产业应基于现有优势基础，面向一二三产业融合发展转型。基于服装制造汉服体验、结合本地景点融合汉服摄影、打卡等三产配套服务，促进电商、乡村旅游与三产融合是未来大集乡村产业融合的发展方向。对于外部社会资本的涌入，应建立相应引导机制，引导其适当转向资金需求较大的现代农业产业化、基础设施建设项目、文化旅游开发项目等。

4.3. 社群协同共生

对于内向开展来说，把构建社会链接网络作为最终目的。具体表现为组织电商交流会、创业者联谊会等活动，让本地人与外来创业者有面对面接触的机会；还可以建设内外联合发展的平台，让本地村民把自己的空闲房子或者土地等资源通过线上线下平台发布出来，供外来的创业者当作仓库或者加工的场地；外来的创业者则提供自身的技术、市场渠道等无形资产，以互助互利的形式实现双方的双赢。

为了满足对外部机构嵌入的需求，有必要建立一种长期激励机制，整合“政策-制度-人才”。在吸引人才和教育方面，应制定包括促进科研、住房保障和税收激励在内的全面政策一揽子计划，并建立技术研发中心和工业孵化基地等职业发展工具，以创造吸引和留住人才的系统环境；在治理能力建设方面，通过体制创新加强基层组织在资源整合方面的领导作用，例如优化“两委”成员待遇制度，延长服务周期，授予参与经济发展规划的权利；在知识支持方面，探索在村级治理岗位设置专项特设岗位，在大学建立人才实践基础，并激发年轻人的主动性，以通过适应劳动力来振兴农村地区。这种多层面的政策制定有助于打破城乡因素流动的障碍，促进人才，技术和资本等发展因素在乡镇一级的流通和积累，最终形成内生发展动力与外部资源注入有机衔接的振兴格局。

4.4. 空间统筹适配

在内部镇域空间治理层面，构建精准化的空间供给体系，以适应电子商务行业的动态发展。首先是

控制规模、增加效益，提高存量建设用地效益。在此基础上，更加侧重布局集约化，大量加大乡村基础设施建设，完善交通、通信、网络等硬件设施，使乡村生活更便捷、更舒心；优化资源配置、共用设施和服务，使得当地村民和外来创业者可以分享高效高质的服务。建设公园、健身房、电影院，让村民和创业者有一个娱乐休闲的地方，可以释放压力、降低创业成本、提高创业效益。同时，适应形势需要，灵活调整个别产业格局；紧跟行业发展需要，建设好生态环境，镇村环境生态优化、宜居宜业；以优美的环境留人，筑巢引凤。

在外部需求匹配方面，一方面面向产业主体需求，加强高品质生活设施供给。从区域层面要加强与周边城市的交通联系，修建专用通道，减少运输时间，提高物流配送的时效性。在县城提供高品质的居住、医疗、教育、商务、文化等满足技术人才需求的设施与服务。另一方面，面向消费人群需求，丰富多类型配套设施供给。随着电商产业知名度的提高和产业融合发展的推进，会吸引不少游客前来体验并消费。因此，要完善旅游服务设施，建设游客接待中心、特色商品展示馆和餐饮住宿设施。开发乡村旅游线路，将电商产业景观与乡村自然风光相结合，打造独特的旅游体验，进一步拓展产业融合发展空间。

4.5. 治理内外互容

以乡村精英为连接点，建立内外互容、跨地域的关联交互网络，从小共同体到大共同体，完善村庄从建设发展到持续运营的内生动力维系。村民、乡村精英、村集体等各内部主体形成小共同体[8]。一方面进一步强化曹县“一体两翼”模式。“一核”即以村民为核心力量进行乡村产业创业和就业；“两翼”即淘宝为主的电商平台赋能和服务型政府，为村民提供低门槛创业平台和逐步提升村民能力的各项功能和服务，助推产业集群化发展。另一方面是在此基础上，壮大集体经济实力，进而村村联合，以整体性的有效联合增强内生动力市场竞争力。促进电商产业和二第三产业融合发展过程中内部资源与外部资源的有效整合。依托行业协会、产业合作社、电商服务平台等提升对接外源资本主体的能力，有针对性地提升各村产业融合发展的内生性发展能力。

政府对于乡村内生动力扶持思路，需由短期福利资助转向立足长远的发展型社会投资，依托组织化运营模式与数字化技术落地，推动乡村内外资源、各类发展主体深度联动与高效协作。建立内外部利益共享机制，推动建立内部发展主体与外部发展主体形成大共同体，完善从建设到运营的乡村治理内外互容。

5. 结语

大集镇乡村借助电商产业实现了乡村发展内生动力激发，为乡村振兴按下“快捷键”。面向城乡融合发展目标与内外不同主体之间的张力关系，大集镇乡村仍面临内生动力持续维系的挑战。乡村新内生式发展的模式仍处于探索阶段，只有坚持村民主体为核心，在政策、技术等方面不断创新，充分整合乡村发展的内外资源以更好地转化为内生动力，才能更好的建设美丽乡村，实现乡村振兴的伟大目标。未来可借助定量与定性的分析手段，加强政策影响评估，促进跨学科综合研究，并特别关注其可持续发展与绿色转型，以全面打造大集镇新内生式发展的乡村振兴样板。

参考文献

- [1] 闫宇, 汪江华, 张玉坤. 新内生式发展理论对我国乡村振兴的启示与拓展研究[J]. 城市发展研究, 2021, 28(7): 19-23.
- [2] 菏泽信息港文化传媒. 菏泽联通: 为曹县汉服“穿针引线” 织就数字华服新篇章[EB/OL]. https://www.sohu.com/a/888322697_99965110, 2025-04-24.
- [3] 刘本城, 房艳刚. “淘宝村”电商生产空间演变效应及优化——以山东省曹县大集镇丁楼村为例[J]. 地域研究与开

发, 2020, 39(5): 138-144.

- [4] 郭红东, 刘晔虹, 龚瑶莹, 等. 电商发展与经济欠发达地区乡村振兴——以山东曹县为例[J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2019, 41(5): 49-55.
- [5] 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, 41(3): 31-40.
- [6] 袁超君, 罗震东. 乡村增长机器: 电子商务推动城镇化的微观机制研究——以山东省曹县大集镇为例[J]. 国际城市规划, 2023, 38(1): 74-81.
- [7] 陈子朗, 曾欢, 魏立华. “四体共建, 共治共享”: 新内生式发展视角下乡村建设模式及治理效应——以潮州市 Z 村为例[J]. 小城镇建设, 2024, 42(10): 68-74.
- [8] 魏晓彤, 龚大永. 数字技术赋能乡村产业内源式发展的作用机制研究[J]. 重庆理工大学学报(社会科学), 2023, 37(6): 57-68.