

电商经济驱动下淘宝村内生性发展模式研究

孙成豪

山东建筑大学建筑城规学院, 山东 济南

收稿日期: 2025年7月7日; 录用日期: 2025年7月28日; 发布日期: 2025年8月25日

摘 要

当前, 电商经济作为促进农村经济发展的新兴手段, 是进一步推进农业供给侧改革、从根本上解决“三农”问题的有效途径。淘宝村因其特殊的空间集聚和演化机理而引起高度关注, 呈现出鲜明的内生演化与外生驱动交织发展特性, 应从淘宝村因地制宜挖掘自身禀赋、活用在地资源、自主创新发展等方面, 实现乡村内生式发展。本文在总结分主体淘宝村电子商务发展模式的基础上, 基于农村内生发展理念角度探讨淘宝村的发展机制, 总结淘宝村发展中存在的现有问题, 提出有利于农村电子商务发展的内生效率提升的可靠路径, 旨在为淘宝村内生发展模式的重构提供参考。

关键词

淘宝村, 电子商务, 内生性, 发展模式

Research on the Endogenous Development Model of Taobao Villages Driven by E-Commerce Economy

Chenghao Sun

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

Received: Jul. 7th, 2025; accepted: Jul. 28th, 2025; published: Aug. 25th, 2025

Abstract

Currently, the e-commerce economy, as an emerging means to promote rural economic development, is an effective way to further promote agricultural supply side reform and fundamentally solve the “three rural issues”. Taobao Village has attracted high attention due to its unique spatial agglomeration and evolution mechanism, presenting distinct characteristics of intertwined endogenous evolution and exogenous driving development. Taobao Village should explore its own endowments, make

full use of land resources, and achieve independent innovation development according to local conditions to achieve endogenous rural development. On the basis of summarizing the development model of e-commerce in Taobao Village, this article explores the development mechanism of Taobao Village from the perspective of rural endogenous development concept, summarizes the existing problems in the development of Taobao Village, and proposes a reliable path for improving the endogenous efficiency of rural e-commerce development, aiming to provide reference for the reconstruction of Taobao Village's endogenous development model.

Keywords

Taobao Village, E-Commerce, Endogeneity, Development Model

Copyright © 2025 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. 前言

2017年,党的十九大报告明确提出实施乡村振兴战略,涵盖乡村产业、人才、文化、生态、组织五大重点领域。其中,产业作为乡村振兴的基础条件备受重视,聚焦产业发展,激活乡村发展活力,成为许多地方探索乡村振兴的重要路径。而电子商务作为促进乡村产业发展的一种崭新且具有创新性、代表性的路径和手段,发展潜力巨大,前景广阔。2021年,国务院印发《“十四五”推进农业农村现代化规划》,要求加快农村电子商务发展。发展农村电子商务产业不仅可以增加农民收入,还可以加快繁荣农村产业,促进乡村振兴。在政策引导与消费需求等因素作用下,农村电子商务作为新的业态逐渐凸显。电子商务作为一种新兴的交易模式,打通了乡村产品上行与城市产品下行的双向流通渠道,将长期处于边缘化的广大乡村地区纳入到生产与消费的区域网络大体系之中[1]。乡村地区充分利用互联网强大的外部连接功能,将其与自身的特色产业及资源优势紧密结合,激活了乡村产业的发展潜能,形成了乡村地区产业集聚与空间拓展的独特景象——淘宝村[2]。从萌芽到成长,再到扩散式增长,生机勃勃的“淘宝村”已成为中国农村电商发展的典范。截至2022年,淘宝村数量已达到7780个,涌现了一大批有特色、收益良好的淘宝村,数字经济与乡村深度融合仍然具有较大潜力[3]。淘宝村的发展升级具有鲜明的时代特色,随着高质量发展理念的提出进入了一个新的成长阶段。发展阶段的变化也使得淘宝村急需摆脱依赖式的外部性驱动型发展,向主要依靠自身力量的内生型发展模式转变。

国内学者对淘宝村的发展进行了丰富而前沿的探索,主要集中在以下四个方面:一是空间格局与影响因素研究。研究者从省域、市域、县域不同空间尺度对淘宝村的空间分布格局和影响因素进行分析[4]-[6],剖析了淘宝村发展过程中出现的产业集聚现象。二是对淘宝村的形成机理研究。学者认为个体能动性、社会网络的支持、地方政府扶持、电商平台引导是淘宝村在短时期内获得巨大进步的驱动因素[7],其他学者提出三大“互联网+”背景下淘宝村发展的动力机制,其中产业基础为初始动力、“互联网+”平台为突破动力、网商群体为发展动力[8]。三是对淘宝村模式类型的研究。按照其销售的品类,学者将“淘宝村”划分为以农产品为主的淘宝村、以工业产品为主的淘宝村、以手工艺品为主的淘宝村三个种类[9];按照电商扶贫方式可划分为社会主导模式、集体主导模式和企业主导模式三种[9];学者综合创新资源禀赋、创新驱动主体两个维度,将淘宝村划分为四种类型,即自发驱动型、自发培育型、政府培育型、政府驱动型[10]。四是对淘宝村发展困境的研究。大多学者认为,缺乏专业的人才,特别是市场信息收集分析、商品管理、营销等方面的知识严重不足[11],融资困难、企业自身状况、金融体制方面以及信

用担保基础不牢固[12],是阻碍淘宝村进一步发展的几大主要原因。

淘宝村的内生性、造血型发展,是在传统乡村发展模式失效、电商行业竞争升级、政策导向转变以及农村自身社会文化特性等多重背景下的必然选择。现有对淘宝村的研究主要探讨了淘宝村的空间分布、影响因素、发展模式和发展困境。有学者对国内经典的淘宝村模式进行了总结和概括,但对其效益的比较分析相对缺乏。在内生转型发展的趋势下,缺少对淘宝村自身造血性发展的反思与策略引导。鉴于现有研究的不足,本文在总结淘宝村以主体划分的电商发展模式的基础上,从乡村内生发展视角出发,探究了淘宝村的发展机理,总结了现有淘宝村发展存在的问题,并提出了有利于农村电商发展的可行性增效机制和可靠路径。

2. 电商经济驱动下淘宝村发展模式

2.1. 发展模式类型划分

农村电子商务发展的核心在于经营主体引领,虽然在各种淘宝村发展模式中都有多个经营主体相互作用,但不同模式下的主导经营主体并不相同。为了便于研究和讨论,本文根据经营运作主体的不同,将淘宝村的各种运营模式分为自组织模式、合作组织模式、政府驱动模式、企业驱动模式、园区主导模式和平台依赖模式六种类型,并对不同的电子商务发展模式进行比较研究。

1) 自组织模式。自组织模式是指当地有志村民自主创业或返乡创业,通过电商平台销售产品,待经验成熟后,迅速带动村民农户们共同开设网店,销售相同的产品。发展初期,这些村庄拥有专业市场、专业基地等产业资源,而农民网商通过自发复制和裂变的方式,形成了如河北清河东高庄村、浙江临安白牛村等典型的淘宝村。

2) 合作组织模式。在淘宝村成长的中后期,恶性竞争和创新不足导致的同质化现象将产生不利影响,为了减轻这些不利影响,淘宝村内部需要强化横向和纵向的合作。合作组织包括电子商务协会和类似机构,可以加速信息和知识的传播,增强外部谈判能力,避免同行之间的恶性竞争,弥补政府在基层管理中的缺位等。

3) 政府推动模式。以甘肃成县为代表,政府在农村电商发展中发挥关键推动作用。政府通过成立电子商务协会,由政府官员带头宣传推广本地特色农产品,如“核桃书记”叫卖家乡鲜核桃。同时,政府为农产品质量做担保,提供电商企业的注册、税收、资金等支持,整合当地农产品资源,依托淘宝网等平台进行销售,主要通过微博、微信等社会化媒体拓展市场。

4) 企业辐射模式。大量小微网商的崛起将导致规模分化的局面。一些网络商家正朝着垂直整合的方向发展,聚集形成龙头企业,如淘宝和京东。龙头企业利用自身的规模优势和资源优势,不仅可以承担技术创新和规模化生产的重要任务,还可以集中本地和异地资源,协调内部和外部关系,与农村网商在知识、技术和异构资源等方面进行互动。例如,由阿里等品牌电商服务公司主导,结合企业自身及平台优势,为电商村提供专业服务,专业人员负责农产品包装设计、宣传营销、网红带货等,通过“互联网+实体店+运营平台+种养基地”的模式,整合区域特色农产品,构建线上线下全渠道营销体系,带动农产品供应链发展。

5) 园区主导模式。在市场竞争优胜劣汰的作用下,沉淀出颇具规模的农村网商,由地方政府推动,规划与建设以电商产业为主导的产业园区,提供公共配套服务,有选择地吸纳其他网商入驻。这种“产业园+网商”模式通常出现在自组织模式的淘宝村发展后期,此时的淘宝村虽然能产生经济上的外部性,但因其规模小而空间分散的特点使得难以产生规模效应。与此同时,受人力、土地、资金、技术等因素的制约,部分淘宝村发展遇到瓶颈,政府适当的规划和干预可以促进淘宝村的“园区化”、“集约化”和“提质化”,提高空间利用率和产业集中度。

6) 平台依托模式。平台依托模式是指立足于当地原有的产业资源,通过第三方交易平台拓展网上销售渠道和开拓新市场的模式。由地方政府驱动后通过 PPP 模式或政府购买服务等形式委托电子商务服务商孵化形成的淘宝村。电子商务网站平台提供优质产品购销、市场分析、自由贸易撮合、农产品团购贸易等农村电子商务服务,为农业全产业链提供服务。构建农资农产品双向流通的销售服务体系,减少农产品流通中的冗余环节,创造无限商机。如江苏省句容农民特色信息网、金坛名优农产品直销中心网站等。

2.2. 发展模式总体特征

尽管淘宝村的不同发展模式因主导主体的差异而各具特色,但在长期的实践中,它们也展现出一些共性特征。各类模式普遍呈现出“从分散到集聚、从粗放到精细、从单一利益到多元共赢”的发展趋势。

1) 产业发展复合化。早期淘宝村的各类模式均以本地特色资源为核心,围绕农产品、手工艺品、轻工业品等形成差异化竞争力,近年来,淘宝村业态发展形式逐渐多样化,正从传统农业向高效农业、生态农业形式,以及休闲服务、娱乐消费、康养养老等高附加值服务业转型,为淘宝村的产业模式增添了新的元素,同时也为农村电子商务的发展注入新的力量;

2) 产业链条完善化。初期主要以“生产 + 线上销售”为主,后期则逐渐整合物流、包装、设计、培训、售后等配套环节,最终形成“生产 - 加工 - 销售 - 服务”的完整产业链。例如,在企业主导型模式中,品牌公司不仅负责销售,还深入参与包装设计和供应链管理;而在服务商主导型的遂昌模式中,通过统一物流和售后服务,有效降低了小卖家参与产业链的门槛;

3) 主体协同多元化。即便是在某一主体起主导作用的模式中,其他主体的协作也是不可或缺的:农户主导的模式需要政府提供必要的基础设施支持;政府主导的模式则依赖于企业或合作社来执行具体的运营任务;企业主导的模式则要求农户提供产品。单一模式最终将演变为一个由“农户/合作社 + 政府 + 企业 + 服务商”构成的协同网络,这一网络中,主导者更多地承担着“资源整合者”的角色,而非“孤立操作者”;

4) 空间演进集群化。阿里研究院的数据显示,淘宝村空间分布格局与我国区域经济发展的东、中、西三级阶梯特征基本吻合,主要集中在江浙沪和山东西南部地区,如浙江义乌、山东曹县等村形成了独特的淘宝村模式。

3. 电商经济驱动下淘宝村内生重构机理

3.1. 内生发展内涵

“内生发展”的概念最早是由日本学者鹤见和子提出的。根据区域发展方式初始动力源的不同,将其分为“外援发展”和“内生发展”两种模式。她主张在区域发展中,不仅要注重经济发展,激活区域内部潜力,更要注重社会文化的发展,强调人是发展的主体[13]。在发展初期,各类淘宝村通常依靠外部资金、技术、信息等要素实现快速增长,这种外援发展模式确实在一定时期内促进了农村资源的开发利用,取得了一定的短期经济效益。然而,随着时间的推移,这种“输血式”、“嵌入式”的农村发展模式忽视了农村内部发展机制的构建,未能有效激发淘宝村农民产业、治理、文化、空间治理的积极性和主动性。最终,它不仅导致农村经济和文化独立性的丧失,而且使农村环境和资源陷入危机。

内生发展并非完全排斥外部资本、技术、政策等外援力量,而是强调外援力量需经过“内生筛选 - 本土改造 - 有机融合”的过程,转化为内生动力的一部分。其核心矛盾并非“内生 - 外生”,而是“外部输入的标准化逻辑”与“内部需求的差异化逻辑”如何动态平衡,最终形成“以我为主、为我所用”的发展生态。相比于外援式发展,内生发展更突出“由下而上”的特征,强调地方对发展的主导权,充分发挥

地方资源和地方优势形成竞争力[14]。

3.2. 淘宝村内生发展机理

中共中央、国务院印发的《乡村振兴战略规划(2018~2022年)》提出了“五大振兴”的科学论断,即乡村产业振兴、乡村人才振兴、乡村文化振兴、乡村生态振兴、乡村组织振兴。目前,大部分淘宝村仍只是在产业兴旺上迈出了重要的一步,取得阶段性成就,但是从电商经济蓬勃发展到美丽乡村全面振兴还存在一定差距。因而,在淘宝村五大乡村振兴目标基础之上,整合内生发展理念,将淘宝村的内生发展过程概括为多种行为主体为响应外援、内生驱动力,通过数字技术、电商经济与农业农村发展内生融合,共同参与淘宝村产业、生态、文化、治理、服务等五大维度的全面振兴,促进实现淘宝村产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕,提出统筹谋划、科学推进淘宝村乡村振兴战略的具体实现方式(图1)。

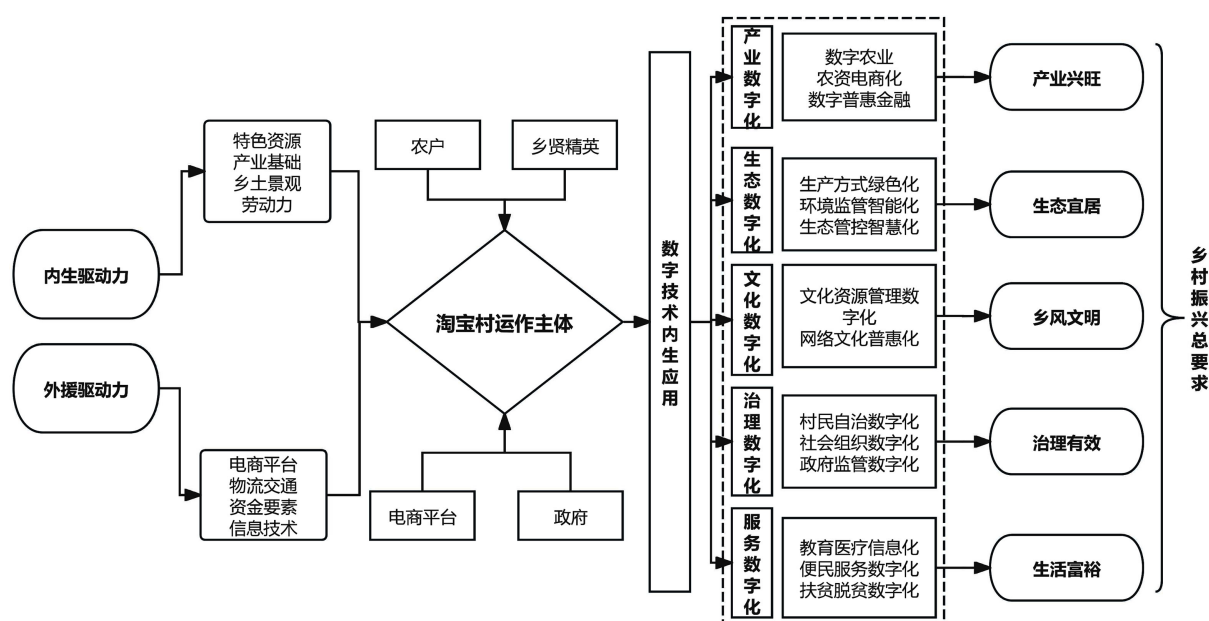


Figure 1. The intrinsic mechanism of endogenous development in Taobao villages driven by e-commerce economy
图 1. 电商经济驱动下淘宝村内生发展的内在机理

产业数字化是指淘宝村依托数字技术,从生产端、供应链端、资金端形成协同,通过技术赋能、成本优化、资源整合,共同推动淘宝村产业从“单点销售”向“全链条升级”跃迁,最终实现产业兴旺。借助物联网、大数据、AI等技术,实现种养过程的“可控化”的数字农业。农资电商化通过“去中间化”重构采购渠道,为淘宝村降低生产成本。借助数字信贷、数字保险等手段破解传统金融服务在农村地区的覆盖盲区,精准满足电商产业链各环节的资金、支付、风险管理需求;生态数字化是针对部分淘宝村基础设施建设水平相对较低、农村生产生活垃圾难以充分吸收、生存环境持续恶化等问题的回应。借助新一代物联网和移动互联网的基础,加强农业面源污染治理,提升农村环境监管、生态环境整治信息化水平;文化数字化是指利用数字技术全方位赋能淘宝村文化领域,将语言、文字、声音、图像等文化元素转化为数字形态,实现文化资源的数字化存储、传播与利用。深入挖掘乡村文化这一内生发展模式的内在动力,是推动乡风文明的有力抓手;治理数字化是指通过数字技术赋予农民发展和组织协调能力,从增强主体能力、组织互联互通等方面增强农村公共事务治理的有效性,弥补传统淘宝村治理模式的诸

多不足,是淘宝村内生发展模式的治理保障;服务数字化,依托数字技术的广覆盖、可复制共享、低成本等特点,依托在线课堂、名师直播、AI 辅导为淘宝村内的孩子共享城市优质教育资源,通过远程问诊、在线购药、电子健康档案等医疗数字化手段使得村民无需长途奔波即可获得基础诊疗服务,政务与生活服务在线化办理简化营业执照、社保缴纳、水电费缴费等事务流程,服务数字化为淘宝村的医疗、教育、便民服务提供了全新的路径,为弥合城乡公共服务差距、弥补贫富差距提供了手段。

4. 电商经济驱动下淘宝村内生发展的反思

4.1. 生产空间的过度侵占与无序扩张

随着电子商务产业的蓬勃发展,淘宝村的空间布局问题日益突出。空间正义是指淘宝村村民在空间生产和空间资源配置等领域空间权益的社会公平与公正。淘宝村空间的过度侵占与无序扩张首先表现在空间的生产和占有上,村内商品产销发展会持续改变乡村地区传统三生地域空间格局,逐渐形成了“前店后厂”、“上店下铺”、“上店下厂”等生活生产边界模糊的格局,生态空间逐步被忽视。尽管在城市反哺乡村、电商助力乡村振兴的价值观念下,部分组织主体在发展中为村民提供一定的就业机会,但是不合理的资本介入还是会演变为城市对乡村生活空间资源、权益的隐性剥削,造成了城乡土地资源配置的非正义,乡村性逐渐弱化。

电商经济的发展改变了农村传统的农业生产模式,工业园区建设也随生产加工制造业发展逐步建立并扩大,工业用地供应紧张与农村耕地保护红线之间矛盾逐渐凸显。加工制造业和物流仓储业的发展因管理不当、环保措施缺失等在一定程度上破坏了农村生态环境,导致了污水排放、噪音污染等各种问题。此外,产业园区发展模式并非适用于所有家庭作坊为主的自组织模式,这导致部分淘宝村产业园区被荒废闲置,土地利用效率低下,破坏了乡村传统的生产空间格局。

4.2. 产业发展的粗放化与同质化严重

由于农村电商的进入门槛较低,各行业的商业模式容易被复制,随着商家数量的增加,行业之间、行业内部通常发生恶性竞争行为。在自组织模式发展的淘宝村,由于缺乏有效的政府引导、科学的战略规划和专业的市场运营管理,当前的产业发展和空间建设都呈现出粗放型的特点,自发生长的乡村生产空间与生活空间相互交织、相互交融,交织混杂的现象明显。大多淘宝村缺少对乡村本身的特色 and 文化的挖掘,与周边资源的整合程度也需要进一步提升。

此外,知识产权意识和技术创新能力的缺乏也是目前大多数淘宝村在内部产业发展中面临的重要问题。为了实现低成本高回报,许多村民采取了低价竞争和假冒商品的策略,通过操纵订单、假冒伪劣、以次充好等不正当手段降低产品价格,从而提高市场竞争力。由于缺乏自主创新的 brand,一些运营商使用别人的图片进行推广,这种商业模式严重威胁着淘宝村经济的可持续内生发展。

4.3. 乡村社会与文化的自主性式微

淘宝村发展追求的是资本的增殖,在追求利润的过程中,淘宝村的土地、劳动力等资源向资本集中。在企业主导或政府主导的现有淘宝村发展过程中,村民大多成为企业雇佣的员工,在乡村生产、建设和治理上过度依赖外部资本,失去了在淘宝村发展中的主导地位和话语权,也失去了主动发展的能力,传统乡村主体在电商经济驱动背景下日趋边缘化。

外来生活、消费、文化等价值理念随着资本逐步植入乡村,乡村主体的置换,许多具有历史感和归属感的乡村文化活动、设施日益减少,祠堂庙宇、戏台、生活集市等富有地方特色的传统乡村公共设施和 cultural space 正逐渐消亡,乡土文化也逐渐被取代或弱化,造成乡村社会与地方性文化的自主性式微。电

子商务的介入促进了居民生活方式的变革，如何适应电商经济下的生产生活方式，也是此类发展模式下农户的必修课。

4.4. 农村电商人才供需矛盾突出

虽然农村电子商务已经逐渐意识到品牌建设、宣传推广、产品策划、质量标准制定以及销售、物流和售后服务在电子商务运营中的重要性，但由于缺乏专业人才，目前仍处于粗放型发展阶段。电商行业整体面临人才短缺的问题，而农村地区相较于城市存在先天劣势，导致引进专业优秀人才的渠道不畅。由于农村地区整体知识结构水平的限制，内部人才潜力的挖掘也受到了制约，无法满足产业快速发展的需求，这进一步加剧了农村电商产业在更新升级过程中所面临的挑战，淘宝村内部分自组织模式、合作组织模式类的电商企业正面临着招聘难、留人难的困境。

5. 电商经济驱动下淘宝村内生发展模式构建

淘宝村作为“互联网 + 乡村”的多样化实践样本，其内生力量与外援力量的互动模式因产业基础和发展阶段的差异呈现显著分化，但通过观察上述淘宝村的发展模式可以发现，它们仍然普遍面临着产品同质化严重、电商复合人才匮乏、空间开发粗放等严重困境。因此，为了推动淘宝村的持续健康发展，本文从内生发展视角提出以下模式构建建议。

5.1. 优化淘宝村空间治理体系

在电商经济的冲击下，淘宝村内部打破了生产和生活空间的界限，改变了传统的农村区域空间格局，部分淘宝村的农资生产、物流仓储等产业发展对生态空间带来了负面影响。因此，急需以土地综合整治为切入点进行内生性空间治理。优化以自组织模式、合作组织模式为代表的淘宝村功能分区，加速产居空间分离，合理组织乡村功能布局；对于园区主导型淘宝村，重点是适当推进产业园区建设。在充分评估开发潜力的基础上，开展适宜性建设评价，提高空间利用率，优化改造集约高效的农村生产空间、宜居适度的农村生活空间和绿水青山的农村生态空间，促进三个生活空间内生发展。

5.2. 因地制宜打造特色品牌

淘宝村既不是城市的复制品，也不是其他淘宝村的替代品。提升农村电商竞争力，必须打造地方特色品牌。因此，有必要挖掘本地特色资源塑造品牌形象，精细化探索不同类型、各种运作模式的淘宝村数字化转型与发展方式，因地制宜打造本地品牌，避免同质化竞争。首先，依托当地农产品资源的品种、口感、种植方式等特点，融入特有历史、民俗文化打造品牌，塑造独特品牌形象，讲好品牌故事，以提升市场竞争力。其次，注重品牌管理与保护，加大品牌推广力度，提升本土品牌的知名度与影响力。同时，结合市场需求和本地产品特点，对产品进行功能拓展，拓宽传播渠道，将传统传播方式与新兴传播方式相结合，开展全方位的广告宣传。

5.3. 推动教育、医疗、文化一体化

随着电子商务经济发展水平的提高，淘宝村传统的乡村治理理念和方式已经无法适应社会结构深刻变化和农民需求日益多样化的乡村发展趋势，加强和完善公共服务设施已成为淘宝村内生发展的迫切需要。因此，可借助电商经济带来的资金优势和数字技术提供的便利条件，扩大乡村数字化应用，整合乡村在医疗、卫生、教育、农业、文化等方面的信息资源，建设淘宝村教育、医疗资源数据库，利用数字技术搭建线上教育平台，引入优质教育资源，与城市大医院建立远程医疗合作关系，推动“互联网 + 教育”、“互联网 + 医疗健康”等平台建设，实现城乡公共服务资源共享。此外，大力挖掘淘宝村在地文化，通

过多渠道传输、多平台展示、多终端推广，销售带有本地文化元素的产品，数字化保护和传承本地传统文化。同时借助新媒体加快城市文化向淘宝村传播，有效增进城乡文化之间的价值认同。

5.4. 培养复合型乡土电商人才

农村电子商务的发展离不开高端技术型人才，在地农村居民是实施淘宝村内生发展的主体。目前来看，淘宝村在地村民人口结构与信息化素质还难以适应高质量建设的需要。首先，挖掘本地人力资源，高度重视提升现有人力资源，大力培养本地电商人才，有针对性地注重“本地人才培养、原籍人才回流”。提供各种优惠政策，引进产品设计、平面设计、网页模板设计、网络营销、摄影等高质量电商人才返乡创业，或联合各电商企业开展电子商务合作。此外，各地还应加强相关政府组织与农业高校、企业、事业单位等的对接，做好淘宝村电商人才供给工作，并有针对性地提供培训和帮扶。在人才待遇和发展机会方面提供政策支持，实现“人才长留”。不断扩大乡村振兴数字专业人才库，提升淘宝村人力资本。

参考文献

- [1] 罗震东, 陈芳芳, 单建树. 迈向淘宝村 3.0: 乡村振兴的一条可行道路[J]. 小城镇建设, 2019, 37(2): 43-49.
- [2] 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[J]. 城市规划, 2018, 42(9): 114-121.
- [3] 王阔鑫. 基于农村电商驱动下淘宝村典型模式的比较研究[J]. 现代商业, 2024(14): 114-118.
- [4] 朱邦耀, 宋玉祥, 李国柱, 于婷婷. 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[J]. 经济地理, 2016, 36(4): 92-98.
- [5] 辛向阳, 乔家君. 淘宝村集聚的时空演变及形成机制[J]. 地域研究与开发, 2018, 37(1): 11-15+30.
- [6] 张莹. 广东省淘宝村空间分布特征与影响因素研究[J]. 山西农经, 2025(8): 107-110.
- [7] 舒林. “淘宝村”发展的动力机制、困境及对策[J]. 经济体制改革, 2018(3): 79-84.
- [8] 毛锦庚. “互联网+”背景下淘宝村的发展特征与动力机制[J]. 商业经济研究, 2018(18): 131-133.
- [9] 邓伶俐, 刘帅. 农村电子商务扶贫模式对比分析[J]. 农业经济, 2021(7): 140-141.
- [10] 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[J]. 农业经济问题, 2018(12): 118-127.
- [11] 王志辉, 祝宏辉, 雷兵. 农村电商产业集群高质量发展: 内涵、困境与关键路径[J]. 农村经济, 2021(3): 110-118.
- [12] 付萍. 乡村振兴战略视域下淘宝村融资纾困路径探析[J]. 商业经济研究, 2021(1): 151-153.
- [13] 王志刚, 黄棋. 内生式发展模式的演进过程——一个跨学科的研究述评[J]. 教学与研究, 2009(3): 72-76.
- [14] 张文明, 章志敏. 资源·参与·认同: 乡村振兴的内生发展逻辑与路径选择[J]. 社会科学, 2018(11): 75-85.