

电子商务推动的乡村空间重构*——以南通三合口村为例

Rural Development and Spatial Reconstruction Driven by E-commerce: A Case Study of Nantong Sanhekou Village

周 静 ZHOU Jing

摘 要 在国家大力推进乡村振兴的背景下,淘宝村作为电子商务与本地化生产结合产生的新乡村现象,正展现出一种全新的乡村振兴之路。以南通三合口村为例,乡村家纺企业正围绕电子商务不断进行生产组织重构,推进定制化和精细化生产;企业间的分工协作不断深化,并通过互联网将全球化的设计、销售服务纳入本地化生产网络;乡村本身也转向一种生产加工、设计研发、创新等功能复合化的空间单元。在这一过程中,地方政府在协同区域规划、统筹产业资源、提供基础设施配套、公共服务等方面发挥了积极的推动作用。

Abstract In the context of the country's rural revitalization strategy, Taobao Village, as a combination of e-commerce and localized production, has created a new rural phenomenon and is demonstrating a new road to rural revitalization. Taking Sanhekou Village in Nantong as an example, the rural home textile enterprises are constantly reorganizing the production organization around e-commerce and promoting customization and refined production. The division of labor among enterprises continues to deepen, and the globalization of design and sales services is integrated into the localized production network through the Internet. The village itself has also turned to a space unit that combines functions of production, processing, design, research and development, and innovation. In this process, local governments have played an active role in promoting regional planning, coordinating industrial resources, supporting infrastructure, and providing public services.

关键词 乡村振兴 | 淘宝村 | 生产组织 | 空间组织 | 空间规划

Keywords Rural revitalization | Taobao village | Production organization | Space organization | Space planning

文章编号 1673-8985 (2018) 06-0069-07 中图分类号 TU981 文献标志码 A

DOI 10.11982/j. supr. 20180610

作者简介

周 静
苏州科技大学建筑与城市规划学院
讲师,博士

0 引言

在国家全面推进乡村振兴战略的宏观背景下,全国近年来涌现的各种淘宝村已经成为研究乡村不可忽略的现象。据统计,从2009年最初的3个到2017年2 118个(图1),淘宝村经历了从少到多、由点及面的发展,网络销售额超过1 200亿元,带动就业机会超过130万个^[1]。在江、浙、广一些乡村工业化先行地区,借助互联网和电子商务正发生着深刻的转变:中、小、微型企业分布日益密集,数量日趋庞大甚至达到成千上万家规模;以农村家庭作坊为单位,几乎家家户户都在承担着生产、加工、外包的

任务;当地十几个淘宝村连片发展,展现出蓬勃发展的新乡村面貌。

亟待研究的是,互联网和电子商务在怎样更进一步影响这些淘宝村:互联网及电子商务是如何嵌入当地的生产组织和社会生活中?相应地在空间上出现哪些新的特征?在这个过程中,地方政府和规划发挥了怎样的作用?最后,这些“自下而上”涌现出的淘宝村将为国家乡村振兴战略带来哪些借鉴和启示?

国内关于淘宝村的研究,近几年逐年增多,主要集中在:(1)描述淘宝村发展现状、特

*基金项目:国家自然科学基金项目“电子商务对农村社会网络的影响及作用机制研究——以江苏‘淘宝村’为例”(编号51508365)资助;江苏省高校优秀中青年骨干教师和校长境外研修计划资助;江苏高校品牌专业建设工程资助项目(TAPP);江苏高校优势学科建设工程资助项目。



图1 2017年全国淘宝村分布图
资料来源:阿里研究院。

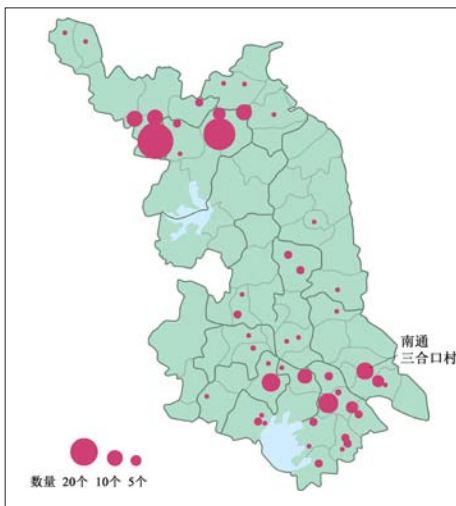


图2 2017年江苏省淘宝村分布图
资料来源:阿里研究院。

点与空间特征。如微观层面总结个案^[2-4],宏观层面在全国或省、市层面淘宝村或淘宝店铺进行空间统计分析^[5-9]。(2) 解释淘宝村或淘宝镇现象出现的原因与形成机制。已经有不同学者从互联网消费市场的兴起、农村低成本创业环境、农村社会网络、既有的产业基础、区位条件等不同角度^[9-11]展开解释。(3) 探讨淘宝村未来发展趋势及对中国其他类似村庄的启示。如有学者指出淘宝村作为一种新型的在线城镇化发展模式,有可能突破以往工业化时代乡村发展的瓶颈,为城乡空间格局打开新的大门^[12-13]。国外研究则多从亚马逊、eBay等电子商务企业或网络零售店的企业空间组织出发,探讨零售电商化现象,并进一步探讨电子商务、互联网对空间产生的影响^[14-15]。综上,针对淘宝村现象,相关研究做出了大量

探索性描述与解释,但基于深度调查的综合性分析研究仍然较少。

本文以南通三合口村为案例,采用田野调查、半结构访谈等研究方法,从生产组织和协作分工的角度,深入剖析了从乡村工业化到连接互联网,乡村生产组织、空间秩序等方面的变化,并解析了地方政府及城乡规划在这一过程中发挥的作用。研究认为互联网革命及新兴消费市场的兴起,引发了产品产地复杂生产协作系统的建立。在这个过程中,淘宝村通过互联网提升连接能力,不再只是处于产业链的生产末端,而是趋向发展出复合功能,同时由于更多的价值利润留在地方,生产日益根植于地方,甚至对产业链上游产生拉力作用。这些变化反过来又对地方治理提出新的要求。

1 三合口村概况

三合口村位于南通通州区川姜镇中部,是探索电子商务发展的样本村庄之一(图2)。2014—2017年连续4年被阿里研究院认定为淘宝村,2015年末被江苏省商务厅评为江苏省第3批电子商务示范村。

三合口村现状用地2.6 km²,本地人口2 917人,常住人口5 300多人。20世纪90年代开始,南通家纺生产逐步从农村家庭式的分散作业发展到组织规模生产,从手工操作发展到现代化作业,从单纯自产自销发展到产、供、销配套成龙。1998年底,随着乡镇企业改制完成,三合口村大部分乡镇企业转变为民营企业,诞生了以家纺龙头企业“罗莱家纺”为代表的一批有活力的民营企业,并不断吸引外来企业来此落户^[16-19]。近年来随着电子商务兴起,家纺网店大量涌现。2015年底三合口村网店总数达328家,电子商务从业人员有2 000余人。2016年1—6月三合口村电子商务销售交易额达到2.5亿。

2 电子商务崛起下三合口村的生产组织变迁

2.1 数据驱动生产日趋明显

随着互联网经济深入发展,以电子商务平

台为载体的网上交易数据快速增长累积。包括阿里系平台、京东平台等各种专业平台。数据驱动生产开始显现,目前发挥作用最为明显的是基于阿里系平台的“生意参谋”数据分析工具的应用。通过对三合口村的家纺企业和网店调查,数据驱动生产主要有以下几个方面。

(1) 定制化生产

“从下单那一刻起做生产”,数据是决定生产数量的信号。如针对网上高端订单如蚕丝4件套,几家规模企业设立独立的生产线,提供定制化、柔性化生产服务。

(2) 辅助生产决策

“生意参谋”数据分析工具能够将网上历史成交的大数据统计分析,如行业大盘信息、产品销量与价格、消费人群等原本难以获取的信息,以极低的成本^①提供给企业和网店,并实现实时可视化。这对于企业和网店掌握消费者的动态信息,把握行业趋势,及时调整生产与销售非常重要。

另外,数据分析还被广泛应用于开拓新市场、精细化管理和开展网络营销等方面。如在传统风格基础上进一步丰富家纺产品风格,并开拓新的电子商务品牌。

(3) 协同上下游供应链

近几年,“找家纺网”“591”“91”“DSS”等本地化B2B平台快速崛起,为企业提供家纺信息^②,帮助上下游企业精确匹配,并在数据支持下提供更加细致的专业性服务^③。在协同上下游供应链,企业对接、合作方面发挥越来越大的作用(图3)。

2.2 分工前所未有纵深发展

在三合口村的案例中,存在以下2种较为明显的分工协作趋势。

(1) 本地化协作

在三合口村,一些较大规模电子商务企业协调能力强,能够整合下游企业拼单式生产。大部分会与7—8家工厂合作,其中1家200多人规模的电子商务企业,通过与20多家工厂稳定合作以及10多家工厂弹性合作,实现小批

注释 ① 另据AliDa Talk数据显示,全国网商中使用“生意参谋”的占比达56.7%,2016年累计服务商家超过2 000万。该软件每年费用在3 000元左右。

② 专业平台相比全电商平台,专业性更强。一个有趣的现象是,阿里B2B交易平台也入驻了当地,尽管拥有一流的技术和人才,但在提供家纺专业性数据信息和技术服务方面,远远落后于本地化的B2B交易平台。

③ 访谈时,“找家纺网”的负责人说:“公司目前的主营业务是数据信息服务,在这个基础上,还可以提供软件服务(帮助企业建立自己的网站与APP,拓宽展示渠道),物流代发服务(单件产品也能代发,降低企业成本)和金融服务(引入第三方金融机构,同时提供企业数据信息,防范金融风险)。”

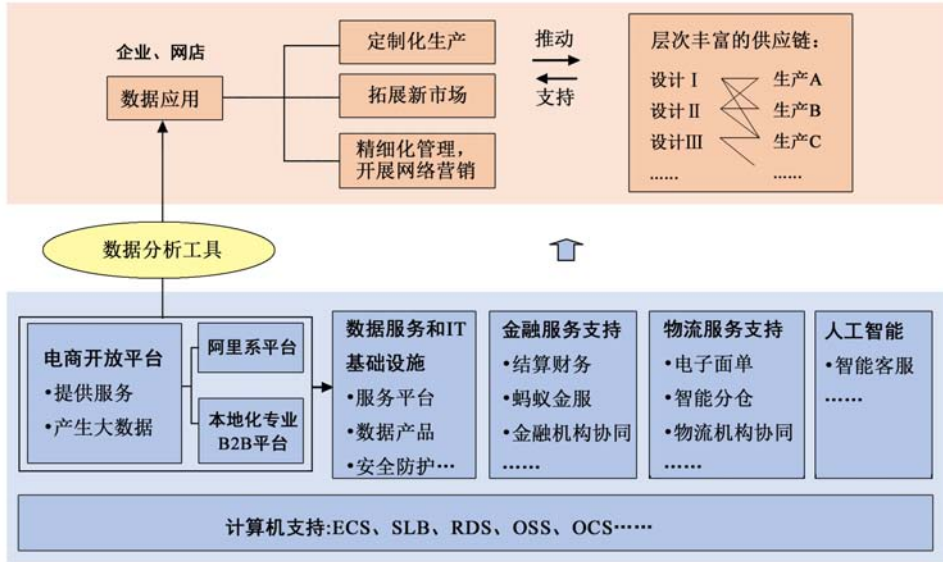


图3 数据驱动生产
资料来源:笔者根据实地调研及参考文献[20]自绘。

量、多品种家纺产品的供货(表1)。

本地农民基本退出农业生产,以家庭作坊的方式参与到家纺生产加工环节中,形成微小层面的分工——分工细化的程度几乎达到不能再细化的程度。据统计,三合口村有多达150家农村家庭作坊(表2-表3)。规模小的作坊仅有2—3人,大的作坊可达10多人。生产加工产品主要来自本村或邻村家纺企业的外包服务。通常,每家农户只加工1类小件,或从事其中的1道工序。如加工坐垫、床裙,生产床裙模型,又或者从事面料绣花或绗缝^④,甚至小到枕芯在充棉之前的决明子灌装也独立成为1道加工工序。

既有的本地化庞大生产网络^⑤,加上新兴的电子商务以及微小层面的分工,使得新的生产组织兼具弹性与效率。一旦上游发生创新性改

表1 三合口村典型家纺电子商务企业调查样本

企业样本 (产值)	生产组织			空间组织
	设计环节	生产环节	销售环节 (电子商务销售占比)	
企业一 (3亿—4亿)	有2—3名本企业设计师,同时与设计单位合作	有工厂(80多人)	有1个电子商务品牌,团队人数6—7人,电子商务销售占比约30%	
企业二 (1亿—2亿)	外包	有工厂(40—50人),并与20多家工厂保持稳定合作,临时合作工厂10多家	有3个电子商务品牌(针对年轻人的快时尚家纺、儿童家纺和大众家纺),团队人数共200多人,电子商务销售占比约100%	
企业三 (5000万)	与设计师、工作室合作	有工厂(80多人)	有2个电子商务品牌,团队人数5—6人,电子商务销售占比约10%	
企业四 (3000万)	有5—6名本企业设计师,并与法国、意大利等国外城市、上海,以及南通本地设计师合作	有2家工厂(共100人左右),1家工厂为普通生产线,另1家工厂提供柔性生产,高端定制服务	为电子商务企业、微商供货;提供拼单式生产服务	
企业五 (500万)	—	有工厂(10多人)	夫妻做销售,另聘客服2—3人,电子商务销售占比约50%	

资料来源:根据实地调研整理。

注释 ④ 三合口村有电脑绣花及绗缝的家庭作坊共22家。当地缝纫机器平均1—2年就会更新换代。
⑤ 在这样一个庞大的生产网络中,可以找到最低成本的任意1个家纺生产加工环节。寻找合作因而变得容易。

表2 三合口村家纺生产家庭作坊数量统计

生产家庭作坊分类	数量 (家)	
生产类作坊	(1) 4件套生产	24
	(2) 被套生产	5
	(3) 被子生产	12
	(4) 毛毯类生产	4
	(5) 枕芯生产	2
配套类作坊	(1) 电脑绣花	19
	(2) 绉绣	9
	(3) 小件加工	3
	(4) 布仓库	7
	(5) 纸箱生产	4
	(6) 包装	4
	(7) 纺车	1
	(8) 其他	5
原材料加工 作坊	(1) 棉加工	1
	(2) 木棉加工	1
	(3) 无纺布	1
合计	102	

资料来源:根据三合口村村委会提供资料整理。

变,下游的中小企业和家庭作坊之间生产合作可以迅速调整,重新组合形成新的生产网络^[21]。

(2) 全球化连接

主要集中在部分附加值更高的设计、研发环节。连接互联网之前,当地民营企业在花型、款式、面料上都相对单一,主要以生产中低端家纺为主。通过互联网,企业更倾向于在全球范围寻找更优质的资源,“将最流行的设计花型、款式等与本地的机器、生产工艺等结合在一起”^⑥,降低企业成本的同时使得产品质量大幅提高。

3 新的空间组织:基于互联网的复杂生产协作系统建立

随着互联网及电子商务与南通家纺产业深度融合,以三合口村为代表的淘宝村与毗邻的家纺城从“生产加工基地+农村交易市场”传统协作方式,转向基于互联网的复杂生产协作方式。

3.1 趋向复合功能的村庄

连接上互联网的三合口村,在这个过程中不断围绕新的经济活动重新组织生产和生活空间(图4)。从传统生产加工型村庄,正在向

生产加工、设计研发、创新等功能复合化的空间单元转变。

近年来,三合口村新建成56栋6层标准厂房及相应的宿舍、食堂、公寓等相关配套设施,总投资额超过10亿元,总建筑面积68万 km^2 ,采用产学研一体化设计,满足企业生产、办公、研发等多种功能需求。这种标准厂房具有通用性、配套性、集约性和节省省地的特征,适合中小企业入驻。需求面积主要集中在1 200—2 500 km^2 ,部分企业需求面积在3 000—5 000 km^2 ,超过6 000 km^2 的较少。即便是小到1户农宅,都是集“生产、居住、生活”于一体的微小功能复合化的空间单元。

3.2 正在崛起的“枢纽性”功能节点

更为重要的是,被三合口村等十几个淘宝村围绕着的南通国际家纺城正在崛起。家纺城由分属通州、海门两地的面料市场和成品市场组成,经过20多年发展,空间上基本融为一片,没有明显的界限。至此,家纺城由最初的农村交易市场发展到规模达到近3 km^2 、拥有2万多家商铺、经营着1 000多个家纺品牌的全国最大的家纺专业市场。

空间上,传统的面料市场收缩到家纺城东西向大道(金川大道)一侧,而另一侧则建成为低密度的展示办公类的大型网供市场和2个电子商务产业园,形成“园中园”的空间格局。家纺城通过集聚功能性平台,每年举办“中国国际家用纺织品及辅料博览会”“中国家纺画稿交易会”等各种交流会,增强信息、数据生产能力。一些生产企业特意将电子商务销售部门设在家纺城,以此来汇聚反馈市场信息和流行趋势。

一位来家纺城采购的商家说,“以前来家纺市场只是去几家大商铺拿货,现在整个市场体量大得惊人,像W馆这类创意企业,还有研发、设计类企业也越来越多。走进每家店都能感受到创意与活力,像是一场场生动、有趣的家居体验。如一家名为‘蔚澜’的商铺,不仅能看到个性化十足的产品,还能喝到地道的咖啡,体验到小众的数码产品,欣赏到各式的花艺植物”。而

像“蔚澜”这种打造概念式体验店的做法正是南通家纺城众多商家转型发展的缩影。另外,学校、医院、商业综合体、酒店、法院等配套设施也都在建设中,部分已经建成。

在这场互联网革命中,村庄获得了连接能力,纳入“全球—地方网络”^[22-24]空间逻辑中,并趋向于发展出复合功能。家纺城则演化为功能更加复杂的“枢纽性”节点——对外,通过互联网汇聚全球范围的家纺信息及优质资源,展开跨境贸易;对内,通过信息技术数据驱动不断整合地方资源^[9-10],提供区域性公共服务,使地方化联系更加紧密(图5,表4)。

4 政府及规划的角色

4.1 权责统一的制度安排推动地方发展

在三合口村发展过程中,镇村两级政府发挥了重要作用^⑦。近年来,川姜镇作为省级创新平台、综合治税试点镇,获得上级政府的大力支持和政策保障。2014年底,川姜镇与家纺城“区镇合一”,成立了“南通家纺城管委会”,并将管委会迁至家纺城,实行扁平化管理,“一套班子,两块牌子”,以此推动产城融合发展。

(1) 通过“区镇合一”下放事权^⑧,充分调动镇级政府自主发展、自我保障的主动性,开展招商引资、管理等相关工作。在保障建设用地方面,通州区1年建设用地指标只有500多亩(约33.3 hm^2),为了推动家纺产业发展,地方政府打破原有的博弈均衡“土地指标层层下拨”,充分利用现有政策及自身权利的优势,推动规划适度集权,统筹向重点项目倾斜。在“三合口村地块拆迁是做大做强园区规模,构筑家纺产业发展平台的基础性工程”^⑨的共识下,三合口村共获得建设标准厂房项目403亩(约26.9 hm^2)的用地指标,拆迁农户156户,并集中统一还建。

(2) 财政上,通过“综合治税”扩大税源,镇级新增财力留成比例提高。2011年,川姜镇作为“综合治税”试点镇^⑩在1季度已完成19个行政村2 252户个体户(不含家纺城)的信息采集、民主评议和定额核定,每年新征税款720万元;位于川姜镇的家纺城,新增税收涨幅

注释 ⑥ 1位家纺生产企业设计师访谈时说。

⑦ 在上级政府指导下,村委会主要执行和落实具体的工作。

⑧ 向石港、川姜、五接镇试点下放区级经济社会管理权限245项,向重点镇区园下放涉及城管、安检共156项行政处罚、行政强制等行政权力事项。见《通州年鉴2015》。

⑨ 见《川姜镇2010年工作小结》,资料来源:南通市通州区人民政府网站 $\text{xxgk.tongzhou.gov.cn/}$ 。

⑩ 赋予试点建制镇项目立项、投资审批、企业注册等方面的审批权限,加大财政支持、补贴、转移支付力度,逐步提高镇级新增财力留成比例。

表3 三合口村部分家纺电商经营情况统计 (样本数量:21家)

规模	电商平台	样本数量 (个)	从业人数 (人)	大学生人数 (人)	2015年度交易额 (万元)	日均发单量 (件)	经营产品类型 (经营家数)
超过1 000万	天猫	2	40	25	3 800	1 300	床上用品
			25	10	1 500	400	床上用品
	网站	1	20	15	1 000	300	床上用品
小微规模	淘宝/天猫	17/1	平均2—4	共19	50—300	8—50	床上用品 (4) /4件套 (11) /被套 (1) /垫子 (1) /床垫 (1)

资料来源:根据三合口村村委会提供资料整理。



图4 2015年底三合口村影像图
资料来源:google earth, 2015.12。

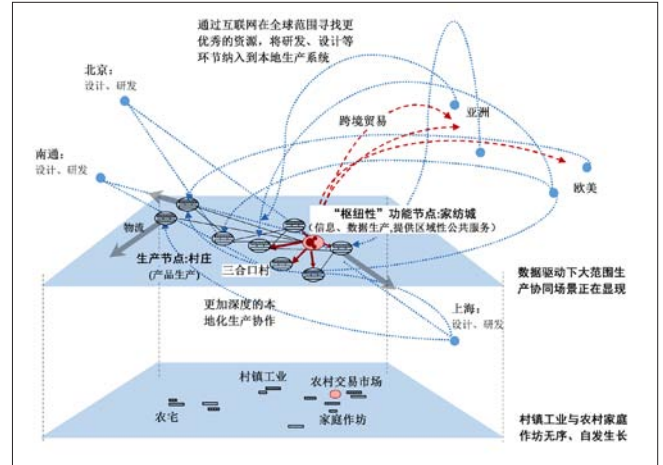


图5 互联网革命中的乡村工业化地区空间演进
资料来源:根据实地调研笔者自绘。

表4 基于互联网的复杂生产协作系统

	村庄	家纺城
功能特征	生产单元 (产品生产), 并趋向于发展出复合功能	“枢纽性”的功能集聚中心 (信息生产、数据生产、提供服务)
空间特征	由若干个微小复合化的空间单元组成, 每个空间单元都具有连接到更大空间范围生产网络的能力	呈现出“园中园”格局, 除了传统市场以外, 近年来又形成了2个电子商务产业园和1个网供市场
集聚企业类型及数量	以生产型企业和分散的中小微型电子商务企业为主。以三合口村为例, 有56家左右规模企业, 150家左右农村家庭作坊, 网店户数230余户	以平台型、功能型企业和B2B的供货商等为主。除了传统商家以外, 集聚450家B2B供货商和88家电子商务、跨境电商服务机构及其相关企业

资料来源:根据实地调研和川姜镇、三合口村等提供资料整理。

达45%。2016年川姜镇上交税收超过5亿元, 财政留存约4 000多万元, 基层财政公共服务水平和统筹发展能力得到切实加强。通过完善区镇财政管理体制, 配套奖励措施, 推动地方快速发展。

正是由于事权、财权相对独立, 权责统一, 才调动了地方政府发展的积极性。镇政府作为管委会的双重身份, 一方面除了社会事务工作以外, 还要保障地方的发展; 另一方面, 通过招商引资、税收反哺到区域建设, 形成发展的良

性循环。

4.2 空间规划在更大范围统筹资源

规划建立起基本的空间框架, 更大范围统筹基础设施和资源, 支撑地区发展。2014年, 海门市、通州区两地政府联合编制了《中国南通 (叠石桥·志浩) 国际家纺商务城总体规划 (2014—2030)》(图6)。该规划被视为近年来该地区发展最为重要的一个规划。借鉴花桥商务城、义乌国际小商品市场的案例, 通过“高

起点”规划向外界展示政府发展的信心并期望吸引更多的资源。

突破传统基于规模等级体系的规划方法, 将区域协同作为保障地方发展的重要战略。在空间布局上, 提出重视区域空间的“延续生长”以及内部空间的“整合优化”。(1) 调整用地, 指导新一轮镇村布局规划。三合口村及其他邻近家纺城9个行政村被进一步纳入城镇建设用地 (图6-图8)。(2) 完善服务功能和居住功能。增加医疗、教育、文化等公共服务设施, 保障一定比例的居住用地, 提升整体生活品质。(3) 倡导多主体协调发展, 针对原多主体管理下的空间无序发展^①, 除了从技术上打通各级道路和市政基础设施以外, 建议对现行两大市场的管理体制进行改革创新。

5 启示与讨论

以三合口村为代表的乡村发展经验, 展现了信息技术与地方产业深度融合所迸发出

注释 ① 由于管理体制不统一, 叠石桥 (成品) 和志浩 (面料) 两个市场从创立初期就一直存在矛盾与相互竞争, 地方的整体发展受到严重制约。

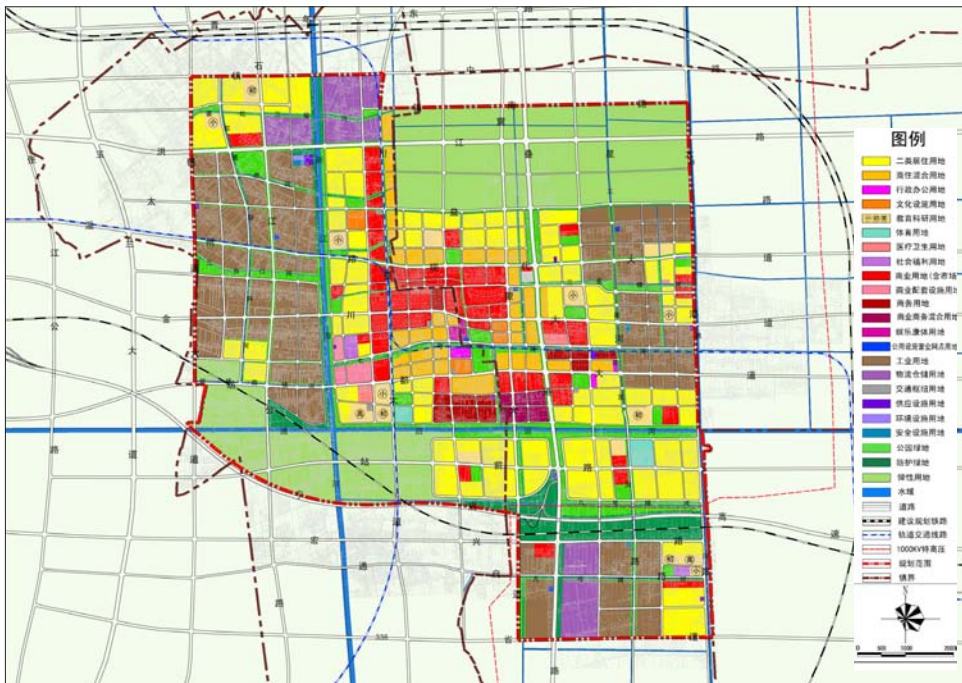


图6 中国南通(叠石桥·志浩)国际家纺商务城总体规划(2014—2030)
资料来源:由家纺城管委会提供。



图7 川姜镇村庄布局现状图
资料来源:由家纺城管委会提供。

的巨大力量,同时由于权责统一的制度安排,充分调动了镇村两级政府发展的主动性,并通过空间规划在更大范围内统筹资源,这些都成为实现创新经济爆发式增长的关键。透过该案例,看到随着信息技术深入发展,电子商务、移动通信、互联网金融、物联网……正在大规模普及到乡村,更多的乡村将卷入这场互联网革命中,一场更大时空范围的创新进程正在乡村地区展开。它正深刻地影响着中国乡村地区的发展,部分地改变着乡村的生产组织和结构,为中国乡村振兴之路做出努力。

当然,这场变革还只是处于演进过程中,数据驱动生产发挥作用才刚刚开始,还有赖于未来数据进一步的开放与连接。互联网“群体创造”^[25]通过价值创造过程中的分权,将进一步加速创新速度,“大数据”的力量未来将真正体现出来。因此,现阶段仍然会存在一些问题。

(1) 制度没有完全打开,区域竞争内耗仍然存在。正如调研过程中看到相邻的2个市场仍然各自建设知识产权服务机构、检测中心等,而2套公共服务设施在空间上相距仅仅

1.5 km。各级政府向服务型政府转变依然任重道远。

(2) 生态环境问题严峻。在过去20多年里,南通家纺工业废料的产生量逐年攀升,垃圾处理与生态整治已经成为制约地方发展的负担。今年3月,通州区举全区之力开展为期100天的生态环境修复战,联合“12+5”个部门,每天组织超过300人进驻现场整治。

(3) 空间规划亟需进一步提升^[27],同时创新规划手段和方法。思考如何在物质空间层面更加合理引导与支撑人流、物流、信息流等各种要素流动。思考如何通过使用新技术、创新规划管理,修复当地的生态环境并促进其可持续发展。更为重要的是,思考如何在物质空间以外,建立起支撑未来发展的社会经济空间协同策略,保障城乡社会公平,并减轻可能出现的负面外部效应。这些都是后续发展需要加以重视的问题。

(感谢苏州科技大学梁正虹、何洪宇等同学参与社会调查。)



图8 川姜镇村庄布局规划图
资料来源:由家纺城管委会提供。

参考文献 References

- [1] 阿里研究院. 2017中国淘宝村研究报告[R]. 2017.12.
Ali Research Institute. 2017 China Taobao Village research report[R]. 2017. 12.
- [2] 张嘉欣, 千庆兰. 信息时代下淘宝村的空间转型研究[J]. 城市发展研究, 2015 (10): 81-101.
ZHANG Jiaxin, QIAN Qinglan. Research of the spatial transformation of "Taobao Village" in information age[J]. Urban Development Studies, 2015(10): 81-101.
- [3] 曾亿武, 邱东茂, 沈逸婷, 等. 淘宝村形成过程研究: 以东凤村和军埔村为例[J]. 经济地理, 2015 (12): 90-97.
ZENG Yiwu, QIU Dongmao, SHEN Yiting, et al. Study on the formation of Taobao Village: taking Dongfeng Village and Junpu Village as examples [J]. Economic Geography, 2015(12): 90-97.
- [4] 周静. 电子商务对苏州消泾村发展的影响及规划思考[J]. 城市规划, 2018 (9): 102-109.
ZHOU Jing. The influence of e-commerce on the development of Suzhou Xiaojing Village and planning thinking[J]. City Planning Review, 2018(9): 102-109.
- [5] 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(1): 107-114.
XU Zhibang, WANG Zhonghui, ZHOU Liang, et al. The spatial distribution characteristics and driving factors of "Taobao Village" in China[J]. Economic Geography, 2017(1): 107-114.
- [6] 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 (2): 98-104.
SHAN Jianshu, LUO Zhendong. Agglomeration and fission: spatial distribution characteristics and evolution trends of Taobao Villages and Towns[J]. Shanghai Urban Planning Review, 2017(2): 98-104.
- [7] 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): 97-104.
YANG Zhuo, LUO Zhendong, GENG Lei. Conventional or innovative space? Research on the characteristics of industrial space in Yangtze River Delta based on business-to-business e-commerce [J]. Shanghai Urban Planning Review, 2018(3): 97-104.
- [8] 周静, 杨紫悦, 高文. 电子商务经济下江苏省淘宝村发展特征及其动力机制分析[J]. 城市发展研究, 2017 (2): 9-14.
ZHOU Jing, YANG Ziyue, GAO Wen. The development characteristics and mechanism analysis of Taobao Villages in Jiangsu province under e-commerce economy[J]. Urban Development Studies, 2017(2): 9-14.
- [9] 千庆兰, 陈颖彪, 刘素娟, 等. 淘宝镇的发展特征与形成机制解析——基于广州新塘镇的实证研究[J]. 地理科学, 2017, 37 (7): 1040-1048.
QIAN Qinglan, CHEN Yingbiao, LIU Suxian, et al. Development characteristics and formation mechanism of Taobao Town: taking Xintang town in Guangzhou as an example[J]. Scientia Geographica Sinica, 2017, 37(7): 1040-1048.
- [10] 崔丽丽, 王璐静, 王井泉. 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[J]. 中国农村经济, 2014 (12): 50-60.
CUI Lili, WANG Lijing, WANG Jingquan. An empirical analysis of social innovation factors promoting the development of e-commerce in "Taobao Village": a case study of Lishui, Zhejiang Province[J]. China's Rural Economy, 2014(12): 50-60.
- [11] 吴昕晖, 袁振杰, 朱斌. 全球信息网络与乡村性的社会文化建构——以广州里仁洞“淘宝村”为例[J]. 华南师范大学学报(自然科学版), 2015 (2): 90-97.
WU Xinhui, YUAN Zhenjie, ZHU Hong. Global information network and the social and cultural construction of rurality: a case based on "Taobao Village" in Guangzhou[J]. Journal of South China Normal University(Natural Science Edition), 2015(2): 90-97.
- [12] 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): 31-40.
LUO Zhendong, HE Heming. A new bottom-up process: the rural urbanization driven by e-commerce in China [J]. City Planning Review, 2017(3): 31-40.
- [13] 曹璐. 从淘宝村到“互联网+”, 是否将改变中国乡村空间格局?[J]. 小城镇建设, 2016 (6): 74-86.
CAO Lu. From "Taobao Village" to "Internet +" Concept, will change the spatial structure of rural area?[J]. Development of Small Cities & Towns, 2016(6): 74-86.
- [14] ANDREW C. Behind the web store: the organisational and spatial evolution of multichannel retailing in Toronto [J]. Environment and Planning, 2002, 34: 1411-1441.
- [15] BOSCHMA R A, WELTEVREDEN J W J. An evolutionary perspective on Internet adoption by retailers in the Netherlands[J]. Environment and Planning A, 2008 (40): 2222-2237.
- [16] 羽离子. 东方乌托邦: 近代南通[M]. 北京: 人民出版社, 2007.12.
YU Lizi. Eastern utopia: modern Nantong [M]. Beijing: People's publishing house, 2007.12.
- [17] 董鉴泓. 张謇在南通建设中的时代背景、理念及启示[J]. 城市规划汇刊, 2003 (5): 27-28.
DONG Jianhong. Zhang Jian's ideas and enlightenment in Nantong construction [J]. Urban Planning Forum, 2003(5): 27-28.
- [18] 南通市通州区地方志编纂委员会. 通州市志(1993—2009) [M]. 北京: 中国文史出版社, 2014.10.
Nantong Tongzhou District Local Chronicles Compilation Committee. Tongzhou chronicles (1993-2009) [M]. Beijing: Chinese Literature and History Press, 2014.10.
- [19] 通州市地方志办公室. 通州年鉴(2016) [M]. 通州: 方志出版社, 2016.10.
Tongzhou local records office. Tongzhou yearbook (2016) [M]. Tongzhou: Local Chronicles Press, 2016.10.
- [20] 阿里研究院. 新经济崛起: 阿里巴巴3万亿的商业逻辑[M]. 北京: 机械工业出版社, 2016.8.
Ali Research Institute. The rise of the new economy: Alibaba's 3 trillion business logic [M]. Beijing: Mechanical Industry Press, 2016.8.
- [21] 王煜全, 薛兆丰. 全球风口: 积木式创新与中国新机遇[M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2016.1.
WANG Yuquan, XUE Zhaofeng. Modularized innovation[M]. Hangzhou: Zhejiang People Press, 2016.1.
- [22] CASTELLS M. The rise of the network society[M]. Oxford: Blackwell, 1996.
- [23] 童明. 信息技术时代的城市社会与空间[J]. 城市规划学刊, 2008 (3): 22-33.
TONG Ming. Urban society and space in the IT era[J]. Urban Planning Forum, 2008(3): 22-33.
- [24] KELLY K. Out of control: the new biology of machines, social systems, & the economic world [M]. New York: Basic Books, 1994.
- [25] KELLY K. The inevitable: understanding the 12 technological forces that will shape our future[M]. Berkley: Penguin USA, 2016.
- [26] RAMASWAMY V, GOUILLART F. Power of co-creation[M]. New York: Simon & Schuster, 2010.
- [27] 吴丽萍, 王勇, 李广斌. 电商集群导向下的乡村空间分异特征及机制[J]. 规划师, 2017 (7): 119-125.
WU Liping, WANG Yong, LI Guangbin. Countryside space differentiation and mechanism with clustered e-commerce[J]. Planners, 2017(7): 119-125.