

增长下的消失:淘宝村空间分布格局与演进机制研究*

Disappearing under the Growth: Spatial Distribution Patterns and Evolution Mechanisms of Taobao Villages

傅哲宁 罗震东 乔艺波 FU Zhening, LUO Zhendong, QIAO Yibo

摘要 在全球化与信息化的共同影响下,淘宝村作为中国乡村地区特殊的经济地理景观,持续经历了剧烈而多样的变化。基于对2014—2018年淘宝村数据的综合分析,呈现了中国淘宝村的最新发展趋势和“增长下的消失”现象。一方面,淘宝村依然保持着强劲的增长势头,全国层面“东中西”梯度分布趋势逐渐显现,东部地区“北中南”集聚特征进一步强化,中部和东北地区成为增长的新亮点。另一方面,虽然消失的淘宝村所占的比例不高,但呈现的特征和产生的机制值得关注。日益激烈的市场竞争、不断完善的电商平台规则、长期滞后的乡村基础设施与公共服务发展,以及村庄撤并等行政干预措施,不仅是导致淘宝村消失的主要原因,也是影响乡村振兴的核心机制。

Abstract Under the dual influence of globalization and informatization, as a special economic and geographical landscape in rural China, the Taobao Village has undergone dramatic and diverse changes. Based on the comprehensive analysis of the data of Taobao Village from 2014 to 2018, it presents the latest development trend of Taobao Village in China and the phenomenon of “disappearance in growth”. On one hand, Taobao Village still maintains a strong growth momentum. The gradient trend of “East, Middle and West” distribution is gradually emerging at the national level. The clustering characteristics of “North Central South” in the eastern region are further strengthened, and the central and northeast regions have become new highlights for growth. Although the proportion of Taobao Village which disappeared during these years is not high, the characteristics and mechanisms behind it are worthy of attention. Increasingly fierce market competition, constantly improving e-commerce platform rules, long-delayed rural infrastructure and public service development, and administrative interventions such as the village evacuation are not only the main reasons for the disappearance of Taobao Village but also the core mechanisms affecting rural revitalization.

关键词 淘宝村 | 电子商务 | 空间分布 | 消失 | 机制

Keywords Taobao Village | E-commerce | Spatial distribution | Disappearance | Mechanism

文章编号 1673-8985 (2019) 02-0124-07 中图分类号 TU981 文献标志码 A

DOI 10.11982/j. supr. 20190219

作者简介

傅哲宁

南京大学建筑与城市规划学院
硕士研究生

罗震东 (通讯作者)

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

乔艺波

南京大学建筑与城市规划学院
硕士研究生

0 引言

电子商务所推动的新一轮工业化与城镇化正深刻地改变着中国的城乡空间,淘宝村作为这一自下而上进程中涌现出的新经济地理景观^[1],开始受到社会各界的广泛关注。自2009年首见报端,淘宝村迅速进入高速发展期,最近3年总量的倍速扩张更是以千为单位计算。截止2018年10月,全国共有3 202个行政村达到淘宝

村标准,约占全国乡村总数的0.5%。淘宝村强劲的发展态势,不仅直接释放了地方经济潜力,更以其在吸引劳动力回流、强化乡村自组织、推进脱贫减贫以及复兴传统手工艺等方面所起的重要作用,为乡村振兴战略实施提供了一条可行的路径^[2]。淘宝村所承载的价值业已突破以致富为单一目标的初级设置,逐渐成为观察信息时代中国新型城镇化进程中多种因素碰撞融合的

*基金项目:国家自然科学基金“电子商务推动的乡村城镇化特征、机制与规划应对研究”(编号51878329),国家自然科学基金“治理结构视角下乡村公共产品供给和规划策略研究”(编号51808280)资助。

重要样本,日益成为学术研究的热点。来自经济学、社会学、地理学和城乡规划的众多学者立足于典型案例的追踪调查^[3-5],从淘宝村的产生机制与特征差异^[1,6-7]、不同尺度的空间分布^[8-10]、城镇化进程的耦合关系^[11-12]等方面展开定量与定性研究,试图揭示淘宝村的产生机制,为新时代乡村重焕活力寻找出路。

在众多研究中,从经济地理和产业集群视角展开的空间分布研究一直是淘宝村研究的重点,尤其关注增长的趋势与格局^[5,10,13]。基于对历年淘宝村数据的空间分析,相关研究已经形成一定的共识。一方面,淘宝村高度集中于东南沿海地区,尤其是浙江、广东、江苏、山东、福建和河北6省总计占比达到95%以上。另一方面,在东南6省区域基本形成“北、中、南”3大集聚区域,依次为北部的苏北、鲁南与冀中南地区,中部的浙江全省和江苏省南部地区,以及南部的珠三角、潮汕与闽东南地区。同时新增淘宝村基本呈现出“裂变式”的增长方式^[10],即在既有淘宝村周边不断涌现。上述研究所形成的判断为后继研究奠定了坚实的基础,然而也存在两个方面的不足:第一,随着淘宝村的快速增长,空间分布已经呈现出新的特点和趋势,既有研究基于2016年及以前的数据所形成的判断需要更新和修正;第二,既有研究主要关注淘宝村的增长,在增长和繁荣的喧嚣中鲜有关关注淘宝村的“消失”现象^①,难免形成有偏差的判断。

淘宝村作为中国城镇化新阶段中新经济与乡村相结合的典型,需要深入、客观、理性的研究,既不忽视也不夸大,唯有如此才能为乡村振兴战略的实施提供有价值的经验与教训。基于此,本文以2018年淘宝村最新数据为主,全面考察2015年以来淘宝村空间分布的总体特征与趋势,完善、更新既有研究的判断,并重点围绕2015年以来浮现的淘宝村“消失”现象,通过详细的数据比对和案例分析,揭示引发淘宝村消失的深层原因,为淘宝村适时采取风险规避措施、保障可持续健康发展提供借鉴。

1 数据来源与研究方法

阿里研究院自2014年开始基于大数据

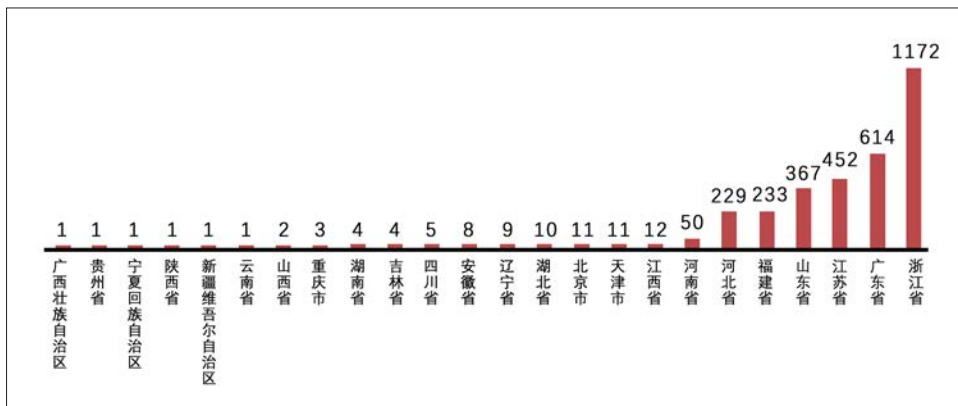


图1 2018年全国淘宝村各省分布统计排序(单位:个)
资料来源:笔者自绘。

平台识别的淘宝村数据,为研究中国淘宝村的空间分布和增长趋势提供良好的基础。尤其是数据标准的稳定性和发布的连续性,为比较研究创造了条件。本文关于淘宝村增长与消失的定量研究,主要依据阿里研究院自2014年以来每年发布的“中国淘宝村研究报告”。一方面,统计全国淘宝村名录(不含港澳台三地)中不同层级行政单元中的淘宝村分布数据,进行横向比较;另一方面,进行空间匹配,将淘宝村在全国尺度地理空间上的分布抽象为点状地理事物,从而形成淘宝村的全国空间分布数据。然后采用平均最近邻、空间自相关分析等方法,分析淘宝村空间分布的特征与变化趋势。

基于数据所进行的定量分析往往只能获得宏观的、总体层面的特征和趋势认知,无法形成深入的、感性的发展水平判断,更无法深刻地揭示增长与消失的真实机制。定量分析必须与实地调研相结合。为此,研究团队自2015年以来持续跟踪浙江、江苏、山东、广东、湖北、河南等省的淘宝村、镇发展案例,进行大量的深度访谈和资料收集,为客观、全面地判断淘宝村的发展特征与趋势奠定了坚实的基础。尤其是与淘宝村带头人、推动者的深度访谈,为揭示淘宝村发展进程中的诸多困惑提供了非常重要的启发。

随着淘宝村社会关注度的不断提升,众多官方媒体开始介入淘宝村的相关调查和报道,所形成的调查报告或者新闻报道包含了很多有

价值的信息,因此也成为学者进行研究的重要辅助资料。本文重视这方面信息与数据的收集,尤其是许多新闻调查记者深入淘宝村所进行的调查报道,为客观、理性地判断淘宝村的发展机制和困境提供了有益的补充。

2 增长特征与趋势:格局调整与空间加密

相较于2016年,随着淘宝村数量的快速增长(表1),空间分布的格局开始出现明显的变化,主要体现在3个方面:全国层面“东中西”的梯度分布格局逐渐显现;东部地区“北中南”的集聚格局进一步强化;中部和东北地区成为增长的新亮点。

2.1 全国“东中西”梯度格局逐渐显现

通过省级行政单元的统计,可以清楚地看到,近两年全国范围内淘宝村的“东中西”横向维度开始逐渐显现(表1,图1)。2018年东部省份淘宝村总数之和占全国淘宝村的96.47%,中部和东北省份比例为3.09%,西部仅为0.44%,虽然东部地区仍占据绝对优势,但东中西的梯度格局已经浮现。从绝对数量上来看,2018年中部和东北地区共有淘宝村99个(其中东北地区有13个),西部地区分布有14个,分别为2014年同期的50倍和7倍。中部和东北省份近两年开始进入快速发展时期。2017年河南省淘宝村增速惊人,总數位居中部和东北省份之首,其后依次为江西省、辽宁省、安徽省、湖北

注释 ①所谓的“消失”是指在新一年的淘宝村名录中消失。也即之前是淘宝村,在新的统计年份里不符合淘宝村的标准。

表1 2015—2018年全国淘宝村和淘宝镇的分布情况

| 省份 | 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 |
| 浙江省 | 280 | 22 | 506 | 51 | 779 | 77 | 1 172 | 128 |
| 广东省 | 157 | 20 | 262 | 32 | 411 | 54 | 614 | 74 |
| 江苏省 | 127 | 11 | 201 | 17 | 262 | 29 | 452 | 50 |
| 福建省 | 71 | 7 | 107 | 13 | 187 | 24 | 233 | 29 |
| 山东省 | 64 | 6 | 108 | 12 | 243 | 36 | 367 | 48 |
| 河北省 | 59 | 5 | 91 | 8 | 146 | 16 | 229 | 27 |
| 河南省 | 4 | — | 13 | — | 34 | 2 | 50 | 3 |
| 四川省 | 2 | — | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | — |
| 湖北省 | 1 | — | 1 | — | 4 | — | 10 | — |
| 天津市 | 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 | 780 | 71 | 1 311 | 135 | 2 118 | 242 | 3 202 | 363 |

资料来源:根据阿里研究院历年中国淘宝村研究报告整理。

省、湖南省、吉林省和山西省。2018年,河南、江西、湖北、安徽4省继续保持强劲的增长态势,辽宁省继续保持东北地区领跑的地位。

在广袤的西部地区,淘宝村的空间分布仍呈现低密度特征,增长较为缓慢。在很长一段时期内,淘宝村仅在四川省成都市郫都区、云南省大理白族自治州鹤庆县等地零星分布。2017年西部地区共有11个淘宝村,分布于8个省、直辖市、自治区。其中,广西壮族自治区、贵州省、重庆市、陕西省、宁夏回族自治区和新疆维吾尔自治区6省市在这一年实现淘宝村零的突破。2018年没有新的省份发现淘宝村,仅四川、重庆两省市数量有所增加,使西部淘宝村总数增至14个,以经营特色农副产品和生活用品为主。受自然地理环境、基础设施条件、经济发展水平和人才集聚程度等多方面因素的制约,西部省份自发形成淘宝村的难度日益增大。新增淘宝村多为立足于自身资源禀赋的特色型淘宝村,且

村庄所在地基本位于省会或门户城市周边,具有相对较好的综合发展条件,如四川成都、贵州贵阳、新疆乌鲁木齐、云南大理、广西柳州等。这一空间分布特征在一定程度上体现了技术、人才空间扩散的规律。

2.2 东部“北中南”3大集聚区格局强化

由于淘宝村“裂变式”增长模式的长期存在,新增淘宝村依然主要集聚在东部地区,使得东部地区尤其沿海6省的淘宝村总量保持绝对领先的地位,空间集聚强度持续增大(图2,表1)。2018年东部省份淘宝村总数达到3 089个,占全国总量的96.87%,其中河北、山东、江苏、浙江、福建、广东6省之和更是占到全国总数的95.78%,虽然较2016年的97.25%略有下降,但仍包揽淘宝村的绝大部分。2016年沿海6省淘宝村新增量占全国比重的97.18%,2017年这一比例为94.25%,2018年为95.90%,超高的

新增比例反映了东部地区强劲的“造血能力”。计算2016—2018年淘宝村、镇的平均最近邻比率,3年的结果均显示满足统计学显著性的要求,表明淘宝村和淘宝镇的分布持续具有较强的集聚特性,集聚度仍在持续强化。单独筛选以2014—2018年为起止年份的新增淘宝村进行全局莫兰指数和平均最近邻分析,可以看到新增淘宝村的空间集聚水平亦显著高于同年全国平均水平。

不断加密的集聚态势,使得东部地区淘宝村“北中南”3大集聚区的分布格局进一步得到强化。北部以鲁西南的菏泽市和苏北的徐州—宿迁交界地带最为活跃,是全国淘宝村增长最显著的板块;中部以长三角区域为核心地带,产业基础良好,区域整体发展稳健;南部集聚区中以潮汕地区最具代表性,专业镇时期积累的制造业优势得到持续释放。3大集聚区内,淘宝村的空间分布密度不断提高,已形成淘宝



图2 2016—2018年全国淘宝村分布散点图
资料来源:笔者自绘。

村集群连绵发展的态势。2018年,浙江省成为首个淘宝村数量过千的省级行政单位,超过1/3的新增淘宝村出现在浙江,广东位列第二,新增淘宝村数量占全国总增量的18.72%,江苏、山东两省新增淘宝村占比也双双超过10%。东部地区良好的产业基础、优越的空间区位、务实的思想观念以及完善的基础设施,为农村电子商务的发展提供了强有力的保障。甚至部分处于东部地区相对边缘区位的城市,在淘宝村发展方面也展现出很高的活跃度,最典型的如菏泽、金华、宿迁、揭阳等城市。

2.3 中部和东北地区成为增长新亮点

随着电商认知的不断深入和区域合作的不断开展,淘宝村在以河南为代表的中部地区进入快速增长阶段,无论在分布数量还是覆盖广度方面都得到显著提升。从新增淘宝村的分布情况来看,2017年河南全省新增淘宝村20个,分布于安阳、洛阳、南阳、新乡、郑州和漯河6市;湖北、辽宁两省各新增淘宝村3个,分别位于十堰、咸宁、宜昌和本溪、葫芦岛、辽阳。2018年河南再增淘宝村16个,其中邻近省会的新郑市表现最为抢眼;湖北省、江西两省分别以6个、4个的年增量紧随其后。就整体密度而言,中部与东北地区虽与沿海6省存在较大差距,但发展态势良好的中密度岛状集群已经出现。典型的如河南的洛阳—郑州地区、鄂西的十堰—宜昌地区、辽中的本溪—辽阳—鞍山地区等。

相较于制造业基础雄厚的沿海地区,中部、东北等省份的淘宝村主营产品更具地方特色,涉及农特产品、传统手工艺以及工业制品等多个领域。尤其在人文积淀深厚的中部地区,电子商务在辅助创业者开拓线上市场的同时,激活了传统乡镇中被规模化生产大幅度挤压的地方手工业。这些传统手工业的复兴,迅速催生出一批带有浓郁民俗气息的淘宝村。如湖北省十堰市郧西县涧池乡下营村的绿松石手工艺制品、河南省许昌市建安区灵井镇郭店村的社火道具、河南省洛阳市孟津县平乐镇平乐村的牡丹花画、朝阳镇南石山村的唐三彩等。这些极具地方特性的手工业大多具有百年以上的传承,虽然难以形成较大的产业规模,但对于保护历史文化传统、繁荣地方经济、重塑乡村治理等具有非常重要的意义。近年来,各级政府对于乡村发展持续的推动和投入,使得中部和东北地区的基础设施水平显著提高,尤其省会及大中城市的商贸、物流体系的持续优化为周边乡村地区发展电子商务奠定了良好的基础,涌现出多个农产品特色淘宝村,典型如紧邻郑州的河南省长葛市,拥有4个淘宝村,网店数量发展到1 200多家,线上年交易额突破17亿元,形成全国知名的地标性、专营化、供应链体系完善的蜂业电商集群^②。农产品淘宝村的出现不仅丰富了农村电商的产品类型,更重要的是为农业发展、农产品上行探索了成功的路径。

3 消失区域与机制:东部地区率先演替

有出现就应该有消失,这是自然规律,淘宝村作为一种特殊的乡村经济、社会现象也不例外。尤其是近3年,在总量快速增长的同时,开始出现大量淘宝村消失的现象。虽然地方发展都希望看到增长,也尤其重视增长,但决不能忽视增长下的消失,尤其不能忽视消失的原因,研究“消失”其实是为了更好地培育,更可持续地发展。

3.1 消失的淘宝村的空间分布

比照历年发布的淘宝村统计名录^③,筛查消失的淘宝村名单(表2),可以看到近3年淘宝村出现明显的消失。2016年共消失了36个淘宝村,涉及浙江、广东、福建、湖南、江苏、山东、天津、江西和云南9个省级行政区,22个地级市。消失的淘宝村主要位于东部沿海的淘宝村高密度连片地区,如苏北、浙中等地的淘宝村集群。东部地区以外,仅云南、江西和湖南3省有极个别淘宝村消失。排除行政区变更的影响,2017年淘宝村消失总数逾百,形成迄今最大的一次消失潮。消失的淘宝村全部集中于沿海地区,即广东、浙江、江苏、福建、山东、河北6省与天津市,其中又以潮汕地区、环太湖地区以及苏北地区最为明显。2018年全国淘宝村消失现象趋于和缓,消失数量大幅减少,仅为14个,除吉林、四川两省各有1个外,其余12个全部分布于沿海的苏浙闽粤4省。总体上,消失的淘宝村的空间分布与淘宝村的总体格局具有很高的重合度(图3)。

注释 ②参见许昌网报道。张铮,“长葛有个‘淘宝村’,阿里巴巴为其点赞!”,<http://www.21xc.com/content/201901/21/c445511.html>。

③淘宝村统计均以行政村为单位。近年来部分省市频繁出现“村”转“社区”的更名现象,对研究造成了一定干扰。本文从比较研究的连续性出发,将其作为同一统计单元进行测算。

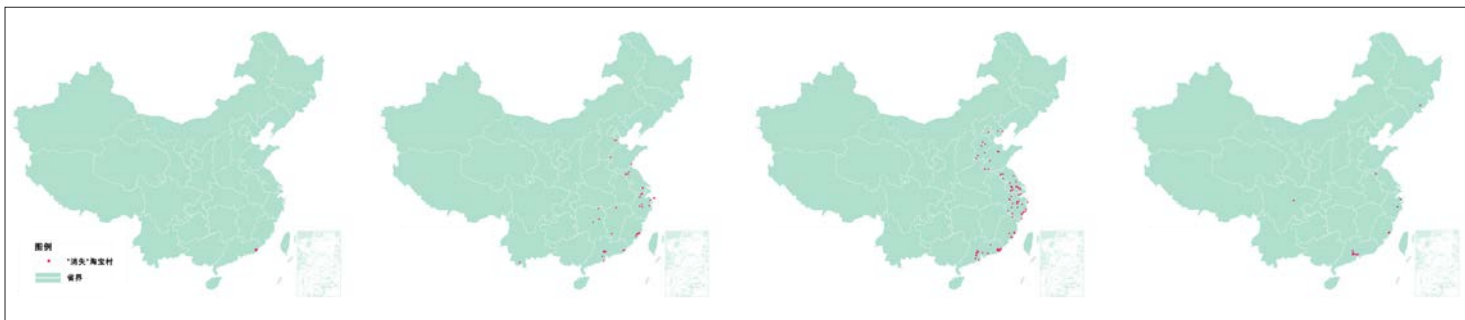


图3 2015—2018年全国消失淘宝村分布散点图
资料来源:笔者自绘。

表2 2015—2018年全国统计消失淘宝村分布情况(单位:个)

| 省份 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
|-----|-------|-------|-------|-------|
| 河北省 | — | — | 8 | — |
| 山东省 | — | 2 | 9 | — |
| 江苏省 | — | 4 | 21 | 1 |
| 浙江省 | — | 9 | 32 | 2 |
| 福建省 | — | 6 | 16 | 2 |
| 广东省 | 1 | 7 | 44 | 7 |
| 吉林省 | — | — | — | 1 |
| 四川省 | — | — | — | 1 |
| 湖南省 | — | 3 | — | — |
| 江西省 | — | 2 | — | — |
| 天津市 | — | 2 | — | — |
| 云南省 | — | 1 | — | — |
| 总计 | 1 | 36 | 130 | 14 |

注:该表数据主要基于历年淘宝村名录的前后对比统计获得,可能与现实情况存在一定出入。研究通过相关调研对个别省份进行了修正。

资料来源:根据阿里研究院历年中国淘宝村研究报告整理。

与增长情况类似,淘宝村的消失同样表现出强烈的地区不平衡性。测算2016—2018年消失淘宝村的平均最近邻比率,各组结果均具有统计学上的显著性,表明近年出现的淘宝村消失现象同样具有很强的空间相关性。集聚的显著性在2017年达到时段性峰值,而2018年同期对应平均最近邻P值为0.8665,已无相关性表征,表明该年消失的淘宝村重新趋向随机分布模式。

3.2 淘宝村消失的多元机制

淘宝村本质上是一种由主营产品、电商平台、电商从业者以及各类配套要素综合作用形成的开放型产业生态系统,是多方面因素共同作用、相互影响的产物,各种要素在淘宝村形成的不同环节均扮演着重要的角色。淘宝村的可持续发展离不开这一复合系统的良性运转与持

续自我优化。发展升级的过程中,如果构成要素中的一个或几个因环境变动产生问题,则有可能对整体的发展产生相对负面的影响。基于淘宝村复合系统构成要素的分析,本文总结了近年来淘宝村消失的主要机制。

3.2.1 市场竞争:蓝海产品变为红海产品

无论线上销售还是线下贩卖,产品本身始终是最关键的因素。在日益激烈的市场竞争中,产品失去竞争力,淘宝村也就失去持续发展的动力。基于上文的分析可以看到,近年来消失的淘宝村主要分布在东部沿海淘宝村高密度连片分布地区,主营产品也多集中于与日常生活密切相关的轻工业领域,这类淘宝村甚至占消失村落的4/5以上。典型如销售服装、鞋袜、箱包、家具等产品的淘宝村,数量多、分布广,且与所在地的传统产业基础具有较高的关联度。将传

统产业基础与电商平台相结合,从而形成价格相对低廉和性价比相对较高的产品,是这类淘宝村出现的主要原因。然而随着中国电子商务的迅速发展,以日常消费品为主营产品的传统市场主体纷纷转战电商,线上线下融合比例不断提高,市场竞争更趋激烈,从而大大地挤压了销售同类产品的早期淘宝村的生存空间。以江苏省太仓市沙溪镇泰西村为例^④。依托邻村的利泰皮鞋批发市场,早年泰西村依靠低廉的经营成本,集聚了一批鞋类专营网商,迅速实现了销售额的突破,2014—2016年连续3年跻身全国淘宝村名录。然而伴随电商网络的不断成熟,同类经营者相继触网,传统批发市场的竞争力短板日益显现,线下的实体规模日趋萎缩,外来电商经营者或迁离他处或转行,泰西村电商规模近乎“腰斩”,2017年该村从淘宝村名录中消失。

市场竞争的加剧必然要求产品不断创新、升级,从而获得持续的竞争优势。然而日常消费品产业创新、升级的难度较大。一方面,涉及材质、功能等硬核的创新、升级投入大、周期长,中小企业承担不起;另一方面,涉及包装、外观等软性的创新又极易被模仿,在乡村环境下更无法形成有效保护。这两方面的困难使得日常消费产品从“蓝海”走向“红海”的过程非常短,相关中小企业从兴起到被市场淘汰的风险很大、周期很短。为了不被市场淘汰,最为常见的手段就是价格战,于是利润不断被摊薄,投入创新的资源更加难以为继。如团队长期跟踪研究的山东省曹县大集镇,依靠儿童演出服饰这一“蓝海”产品迅速兴起,成为全国知名的淘

注释 ④参考新华日报报道。徐冠英、汪晓霞,“走访‘消失’的淘宝村:新业态的水土不服怎么破”,<http://js.xhby.net/system/2018/07/14/030855079.shtml>。

宝镇,与演出服饰相关的电商产业已经形成集群规模。近年来随着从事演出服饰产业的市场主体的快速增长,淘宝村的租金、用工等成本持续升高,同时创新升级的困难使得产品同质化程度加剧,低价竞争于是愈演愈烈,拼价拼量冲销量。“干的人太多,利太薄,一件衣服挣一块钱就不错了……为了坚持下去,有时不挣钱也卖”^⑤,价格战常常带有很强的负面作用,一旦出现必然对淘宝村的可持续发展带来不利影响。

3.2.2 电商平台:放水养鱼转向精细化管理

电子商务平台的交易规则和协议对市场主体有着深远的影响,规则与管理策略的变动常常会传导到淘宝村的发展上。作为新生的虚拟市场,淘宝平台在诞生之初,同样需要采用实体市场常用的“放水养鱼”策略,即低门槛、微盈利、粗放管理和野蛮生长,以便尽快扩大市场规模、提高市场占有率。然而随着入驻商家的不断增多、市场规模的日益扩大,市场的交易规则和运营管理体系必须持续升级、完善,从粗放式服务转向更加精细化的管理。这主要体现在两个方面:第一,严肃市场规则,治理各种违法违规行为。如阿里巴巴平台作为行业的领导者,近年来频频出台规则,严厉打击假货,从而使得许多依靠低成本、抄袭模仿获得发展空间的企业难以为继。第二,深化、细化数据服务,协助商家提升运营技巧、改良客户体验,从而加速电商企业的洗牌,让更具有创新性、进取心的企业逐渐替代不能有效适应新的竞争机制的企业。规则的改变与管理的精细化对于企业生死的影响,必然直接体现在淘宝村的可持续发展能力上,积累的差距必将日益明显。

电商平台的多元竞争对于淘宝优势的稀释也是淘宝村消失的原因之一,当然这种消失是统计上的消失,或者说从淘宝村转变为电商村。随着微信、京东、苏宁、唯品会、拼多多等电商平台的快速崛起,淘宝村的电商主体有了更多的选择,多平台经营策略日益受到青睐,一定程度上削弱了淘宝平台的市场份额。中国电子

商务研究中心监测数据显示^⑥,2018年上半年中国B2C网络零售市场(包括开放平台式与自营销售式,不含品牌电商),天猫以55%的市场份额持续排名第一,相较2017年同期占比略有回升。而自2013年至今,依托微信等移动社交平台逐步兴起的微商市场不断壮大,已成为一支不容小觑的电商力量。根据《2018中国社交电商行业发展报告》^⑦,2018中国社交电商市场规模预计达到11397.78亿元,较2017年增长66.73%,社交电商从业者规模预计达到3032.6万人。尤其微商的“圈层文化”基因在很大程度上契合了部分网销商品(如珠宝、化妆品、特定农副产品等)的特质,已经成为电商营销的热门途径。近年来屡见报端的“微商村”从一个侧面说明,乡村电商产业发展水平的高低与是否成为淘宝村之间的联系正在弱化。

3.2.3 配套要素:公共基础设施供给不足

乡村基础设施和公共服务供给的长期不足,难以留住创业者,更难以吸引人才,这是淘宝村可持续发展的最大困境。电子商务发展带来的乡村人口的大量回流和村民经济上的富裕,迫切要求乡村的教育、医疗等公共服务提档升级。然而乡村公共服务发展的长期滞后,使得淘宝村很大程度上只是承担生产、销售的基地,本身的生活服务功能则由于供需不匹配而逐渐转移、丧失,导致大量富裕村民基本选择去县城消费,在县城购房,将孩子送到县城乃至更大的城市读书^⑧。长期发展下去,乡村的生活服务功能只会进一步转移,最终导致家园感的彻底丧失。作为互联网时代的新乡村典型,淘宝村得以快速发展固然离不开当地的产业基础与资源禀赋、电商平台的链接能力以及政府的政策支持与资金帮扶,但最核心的动力是富于开拓精神的乡村草根创业者^⑨。随着淘宝村的快速发展,好的基础设施和公共服务已经成为发展的巨大瓶颈,不仅无法吸引人才,甚至无法留住最初的创业者。而创业者的离开某种程度上就是淘宝村核心动力的消失,直接影响淘宝村的生存。

近几年创业者因乡村基础设施和公共服务

供给不足而离开淘宝村的现象已经屡见不鲜,直接影响着淘宝村的维继。从调研的淘宝村中可以看到两类情况:一类为部分淘宝村对个别电商大户的依赖度很高,随着该电商大户基于生产、销售和生活等方面的综合考虑决定离开乡村,该淘宝村立即面临消失的危机;更为普遍的情况是淘宝村并未立即消失,但大量电商创业者会根据企业发展和个人生活的需要采用“产—销—居分离”策略,逐渐造成乡村发展的异化和多种风险的累积。短期来看,这种分离策略对淘宝村的指标考核干扰不大,但长期的资源流失终将彻底破坏乡村转型升级的基础。农村人居环境,尤其村庄基础设施和农村公共服务是乡村可持续发展的关键,这已经是共识。2019年中央一号文件第三条“扎实推进乡村建设,加快补齐农村人居环境和公共服务短板”的内容,就非常切合当前中国乡村发展的实际,尤其适用于已初步实现产业兴旺的淘宝村。

3.2.4 行政区划:乡村撤并重构城乡关系

以村庄撤并为主要形式的行政区划调整是当前淘宝村消失的另一个原因,尤其在东部沿海淘宝村分布较为密集的省份。长期以来自下而上的县域经济的蓬勃发展,既为东部沿海地区淘宝村集群式产生奠定了坚实的基础,也带来了城乡空间混杂、土地利用低效等问题,严重影响着区域的高质量发展。随着东部沿海地区新型城镇化进程的推进,理顺区域空间治理体系、实现土地集约化使用、推动城乡高质量发展,成为近年来发展的新要求,乡村撤并成为空间治理的一项重要措施得以推行。村庄撤并必然带来村庄名称和归属信息的变化,反映在数据统计中,就会造成淘宝村“消失”的现象^⑩。与此同时,很多城市在设立新城、新区的过程中,会将部分邻近城镇的淘宝村纳入城市规划的建设范围,将“村”转变为“社区”,一定程度上也造成统计困难,影响最终的计算结果。

4 结论与讨论

基于对近5年淘宝村数据的综合分析,研

注释 ⑤参考生活日报网络报道,“探访山东‘中国淘宝村’:从一夜暴富到一件衣服赚1块钱死撑,风光终难续”,http://www.sohu.com/a/149467268_355191。

⑥参考中国质量新闻网—中国质量报报道。何可,“中国网络零售市场数据监测报告发布电商‘马大效应’加剧”,http://www.cqn.com.cn/zgzb/content/2018-10/11/content_6328790.htm。

⑦参考光明网2018中国互联网大会闭幕式报道,“2018中国社交电商行业发展报告发布”,http://it.gmw.cn/2018-07/13/content_29843765.htm。

⑩淘宝村的线上交易额根据阿里平台大数据统计计算。货物发送的村庄的名称和属地信息是最重要的检索信息,村庄名称的更改或取消就会导致检索失效,造成统计上的“消失”。为了弥补这一算法上的缺陷,近两年阿里研究院也鼓励淘宝村上报数据,用于和平台统计数据进行校验。

究呈现了中国淘宝村的最新发展趋势和“增长下的消失”现象。一方面,淘宝村依然保持着强劲的增长势头,并在空间分布上出现格局性调整,全国层面“东中西”梯度分布趋势逐渐显现,东部地区“北中南”集聚特征进一步强化,中部和东北地区成为近两年增长的新亮点。另一方面,虽然消失的淘宝村所占的比例并不高,但呈现的特征和产生的机制值得关注。每一条机制都将成为淘宝村甚至中国更广大乡村需要重视和完善的方面。日益激烈的市场竞争、不断完善电商平台规则、长期滞后的乡村基础设施与公共服务发展以及村庄撤并等行政干预措施,不仅是导致淘宝村消失的主要原因,长远来看也是影响乡村振兴的核心机制。淘宝村在某种程度上更像是一个先锋。

振兴道路千万条,人居环境第一条。没有乡村人居环境的改善,即使是已经率先实现产业兴旺的淘宝村,依然无法摆脱异化、消失的困境。改善乡村人居环境是一个系统工程,难度很大,需要通盘考虑、多方统筹,科学实用的乡村规划尤为重要。同时,作为城乡治理手段之一的村庄撤并,一定程度上是必需的、必要的,但实际操作过程中需要尊重村民的意愿谨慎判断。这些在“中央农办、农业农村部、自然资源部、国家发展改革委、财政部关于统筹推进村庄规划工作的意见(农规发[2019]1号)”中其实已有明确强调,要“发挥农民主体作用,充分尊重村民的知情权、决策权、监督权,打造各具特色、不同风格的美丽村庄”;对于村庄分类,则“对于看不准的村庄,可暂不做分类,留出足够的观察和论证时间”。道路已经清晰,乡村规划与建设任重而道远。■

参考文献 References

- [1] 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.
LUO Zhendong, HE Heming. New bottom-up process: rural urbanization under the influence of e-commerce[J]. Urban Planning Review, 2017, 41(3): 31-40.
- [2] 罗震东,陈芳芳,单建树.迈向淘宝村3.0:实现乡村振兴的一条可行道路[J].小城镇建设,2019(2):43-49.
LUO Zhendong, CHEN Fangfang, SHAN Jianshu. Towards the Taobao Village 3.0: a feasible road to rural revitalization[J]. Development of Small Cities & Towns, 2019(2): 43-49.
- [3] 徐高春,高红冰,陈亮,等.浙江淘宝村研究报告[J].浙江经济,2015(14):25-29.
XU Gaochun, GAO Hongbing, CHEN Liang, et al. Research report of Taobao Village in Zhejiang Province[J]. Zhejiang Economy, 2015(14): 25-29.
- [4] 曾亿武,邱东茂,沈逸婷,等.淘宝村形成过程研究:以东风村和军埔村为例[J].经济地理,2015,35(12):90-97.
ZENG Yiwu, QIU Dongmao, SHEN Yiting, et al. Research on the formation of Taobao Village: taking Dongfeng Village and Junpu Village as examples[J]. Economic Geography, 2015, 35(12): 90-97.
- [5] 吴昕晖,袁振杰,朱旻.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),2015,47(2):115-123.
WU Xinhui, YUAN Zhenjie, ZHU Hong. Global information network and the social and cultural construction of rurality: taking Taobao Village in Lirendong, Guangzhou as an example[J]. Journal of South China Normal University (Natural Science), 2015, 47(2): 115-123.
- [6] 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,2017,37(1):107-114.
XU Zhibang, WANG Zhonghui, ZHOU Liang, et al. Analysis of spatial distribution characteristics and driving factors of Taobao Villages in China[J]. Economic Geography, 2017, 37(1): 107-114.
- [7] 王倩.淘宝村的演变路径及其动力机制:多案例研究[D].南京:南京大学,2015.
WANG Qian. The evolution paths of Taobao Villages and its dynamic mechanisms: multiple case studies[D]. Nanjing: Nanjing University, 2015.
- [8] 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.
XIN Xiangyang, QIAO Jiajun. Temporal and spatial evolutions and formation mechanisms of Taobao Village clusters[J]. Areal Research and Development, 2018, 37(1): 11-15, 30.
- [9] 王林申,运迎霞,倪剑波.淘宝村的空间透视——一个基于流空间视角的理论框架[J].城市规划,2017,41(6):27-34.
WANG Linshen, YUN Yingxia, Ni Jianbo. Spatial perspectives of Taobao Villages: a theoretical framework based on flow space perspective[J]. Urban Planning Review, 2017, 41(6): 27-34.
- [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(2):98-104.
SHAN Jianshu, LUO Zhendong. Agglomeration and fission: study on spatial distribution characteristics and evolution trend of Taobao Villages and Towns[J]. Shanghai Urban Planning Review, 2017(2): 98-104.
- [11] 房冠辛.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[J].中国农村观察,2016(3):71-81,96-97.
FANG Guanxin. China's "Taobao Villages": the possibility of thinking out of the rural urbanization predicament and thinking: a perspective of urban sociology[J]. China Rural Survey, 2016(3): 71-81, 96-97.
- [12] 于婧,林孔团.区域电子商务与新型城镇化的耦合协调发展研究[J].青岛农业大学学报(社会科学版),2016,28(4):36-40,92.
YU Jing, LIN Kongtuan. Research on the coordinated development of regional e-commerce and new urbanization[J]. Journal of Qingdao Agricultural University (Social Science Edition), 2016, 28(4): 36-40, 92.
- [13] 刁贝妮,陈昆仑,丁镭,等.中国淘宝村的空间分布格局及其影响因素[J].热带地理,2017,37(1):56-65.
DIAO Beidi, CHEN Kunlun, DING Lei, et al. Spatial distribution pattern and its influencing factors of Taobao Villages in China [J]. Tropical Geography, 2017, 37(1): 56-65.

组织型乡村绅士化现象及机制研究

——以南京不老村为例

State-sponsored Rural Gentrification and Its Mechanism: A Case Study of Bulao Village, Nanjing

刘蕾 朱喜钢 孙洁 LIU Lei, ZHU Xigang, SUN Jie

摘要 在梳理乡村绅士化现有研究的基础上,尝试以南京不老村为例,研究组织型乡村绅士化的现象和机制。与西方国家常见的自发乡村绅士化不同,组织型乡村绅士化表现出快速全面的空间更新、先出后进的人群替代和商业化业态植入等特征,其中政府以撬动者、统筹者和参与者的多重角色自上而下主导着绅士化进程。这种中国特色的组织型乡村绅士化来源于我国体制环境下的路径依赖、土地制度改革下的政府实践和城镇化背景下的乡村战略选择。

Abstract Based on the case study of Bulao Village, Nanjing, the paper is to explore the characteristics and mechanism of state-sponsored rural gentrification. Differing from spontaneous rural gentrification, state-sponsored rural gentrification has following characteristics. Firstly, the rural space is updated rapidly and comprehensively by the local government. Secondly, gentrifiers move into the village after most villagers' emigration. Thirdly, commercial activities are implanted after the exit of the agricultural industry. The state dominates gentrification process in the roles of leverage, organizer and participant. This kind of state-sponsored rural gentrification is full of Chinese characteristics, which stems from the path dependence under the prevailing institutional environment, the government practices of land system reform and rural strategic choices during the process of the urbanization.

关键词 乡村绅士化 | 政府主导 | 不老村

Keywords Rural gentrification | State-sponsored | Bulao Village

文章编号 1673-8985 (2019) 02-0131-06 中图分类号 TU981 文献标志码 A

DOI 10.11982/j. supr. 20190220

作者简介

刘蕾

南京大学建筑与城市规划学院
硕士研究生

朱喜钢 (通讯作者)

南京大学建筑与城市规划学院
教授,博士生导师

孙洁

南京大学建筑与城市规划学院
助理研究员,博士研究生

0 引言

“绅士化”(Gentrification)一词最早是由社会学家Glass在研究伦敦内城社会结构变迁现象时提出的。它描述了中产阶级出于对内城工人阶层社区住房的偏好,迁入内城对其进行翻新并取代原住低收入群体的过程^[1]。1970年代末,随着西方国家的经济复苏,绅士化现象迅速蔓延并引发学者们的广泛关注和争论。其中,以Smith为代表的生产端理论认为,内城的住宅价值与土地潜在价值之间的“租差”(Rent gap)是吸引资本注入内城并导致绅士化现象的动力^[2];而以Ley为代表的消费端理论则认为,中产阶级的消费需求和文化偏好驱动

了绅士化现象的发生^[3]。就社会效应而言,绅士化带来城市建成环境的改善、经济增长和产业调整^[4-5],也导致低收入阶层被迫迁离和社会冲突的发生^[6]。

随着研究对象的不断丰富,绅士化逐渐从最初的内城区、历史街区、滨水地区放大到乡村等更多的地理空间^[7-8]。1980年Parsons在对英国乡村居民社会阶层结构变化进行研究时提出“乡村绅士化”概念,它描述了中产阶级迁居乡村地区,并引发乡村社会阶层结构改变及乡村空间、文化等多方面转变的现象^[9]。目前乡村绅士化的研究主要集中在英、美等西方发达国家,并重点关注乡村绅士化过程中3个