基于运营流程的海宁市淘宝村空间联系研究*

Spatial Connection of Taobao Village in Haining Based on the Operation Process

朱查松　王　鑫　王　德　张　涛　钟炜菁　ZHU Chasong, WANG Xin, WANG De, ZHANG Tao, ZHONG Weijing

摘　要 淘宝村作为极富中国特色的产业现象，形成从生产到销售、从核心物品到配套产业的完整产业链，产生广泛的空间联系。应用问卷调查、访谈法获取海宁市淘宝村店铺的一手资料，从店铺运营视角研究淘宝村的空间联系特征。经研究发现，网店运营可以划分为研发或采样、生产或进货、网络销售、发货配送4个核心环节，自产自销型店铺、本地依赖经销型店铺的主要环节都在海宁市，形成了紧密的产业关联，能够形成根植于本地的生产体系或产业集群，而外地依赖型店铺的运营流程仅有部分环节在海宁市，本地依赖较小。相应地，淘宝村、海宁市承担了研发或采样、生产或进货、网络销售、发货配送等运营全环节功能，是复合型空间，也是淘宝村空间强联系的主要区域。嘉兴市以外的区域主要为销售市场（杭州市区提供销售平台），与淘宝村的联系以网络联系为主。

Abstract As an industrial phenomenon with Chinese characteristics, Taobao Village has formed a complete industrial chain from production to sales, from core goods to supporting industries, and has generated extensive spatial connections. By questionnaire survey and interviews, this paper obtains first-hand data on Taobao Village stores in Haining City, and studies the spatial connection characteristics of Taobao Village's industrial chain from the perspective of operation process. The research shows that the main operation links of self-produced and self-sold stores and local dependent dealership stores are all in Haining, forming a close industrial relationship and a production system or industrial cluster rooted in the local area. However, there are only partial operation processes of non-local dependent dealership stores in Haining, with less regional dependence. This results in Taobao Village and Haining City being a compound space, which undertakes the entire operational functions such as R&D or sampling, production or purchase, online sales, delivery and distribution, and being the main areas with strong spatial connections. Jiaxing and other counties and cities are mainly for production or purchase, delivery and distribution. The urban area of Hangzhou provides a sales platform. Other provinces and cities are mainly sales destinations. Their contact with Taobao Village is mainly axial virtual contact.

关 键 词 运营流程；淘宝村；空间联系；海宁市

Key words operation process; Taobao Village; spatial connections; Haining City

文章编号 1673-8985（2021）02-0036-06　中图分类号 TU984　文献标志码 A　　DOI 10.11982/j.supr.20210206

作者简介

朱查松
厦门大学建筑与土木工程学院
助理教授，博士

王　鑫
武汉中央商务区城建开发有限公司
投拓经理，硕士

王　德
同济大学建筑与城市规划学院
教授，博士生导师

张　涛
同济大学建筑与城市规划学院
博士研究生

钟炜菁
杭州市城市规划设计研究院
设计师，硕士

0　引言

近年来，淘宝村、淘宝镇在全国范围内数量增长迅猛，分布广泛。阿里研究院自2014年起连续发布《中国淘宝村研究报告》，数据显示自2014年起，淘宝村开始出现井喷式的增长，淘宝村、淘宝镇近年来已经逐步覆盖全国70%的省

*基金项目：厦门大学校长基金“基于街景图片的街道空间品质测度与提升研究”（编号20720190017）资助。

市自治区。“互联网+”时代背景下的农村电子商务，以村落作为实体空间载体，形成网络化、虚拟化的空间结构，深刻影响了传统农村的形态格局、联系模式和生活生产方式。

互联网平台提供了新的销售渠道，激发了商业活力，促进了农村劳动力的就业与创业，农民依托网络平台自主创业，对返乡人员就业的带动示范作用明显，所能创造的经济价值和就业岗位数量巨大，有助于当地产业的发展与转型。此外，淘宝村的兴起使得乡村环境治理和服务设施建设得到重视，加快了乡村基础设施建设，提升了乡村的环境品质。

淘宝村作为一种新型经济产业模式的空间载体，受到学界的广泛关注，并从多领域进行深入研究。这些研究主要集中在以下方面：

（1）从宏观视角研究淘宝村的空间分布，包括在全国、省域、市域等大尺度乃至小范围的分布特征。淘宝村在国家、地区、省、市、县和乡镇层面都呈现集聚式的非均衡分布[1], [2]122。在全国和地区层面，17个省份有淘宝村，其中绝大多数在东部地区[2]122，较为密集的地区为北部的苏北、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[3]。在区域层面，曹义等[4]认为长三角淘宝村已经形成明显的3大板块集聚趋势，并且呈现出中心城市或城市区域的“双重边缘”特征。在都市区层面，广州市“淘宝村”主要集中在中心城区周边、常住人口密度与从业人口密度中等偏低的区域，经营同类商品的“淘宝村”呈集聚分布[5]。在县域层面，围绕重点产业集聚形成淘宝村是重要特征，如河北省清河县围绕羊绒产业形成淘宝村[6]。与此同时，也有淘宝村消失[7]。

（2）从微观视角研究淘宝村的发展阶段、产业变迁和动力机制[8-12]。曾亿武等[13]以东风村和军埔村为例，将淘宝村分为两个阶段（单纯依靠民间自发力量完成萌芽和初步发展的阶段、政府介入完善各类服务的阶段）、5个环节（引进项目、初级扩散、加速扩散、抱团合作、纵向集聚）。王林申等[14]基于流动空间视角，重点探索人在信息时代空间演进过程中的空间观和作用机制。张嘉欣[15]以广州市里仁洞村为例，分析了淘宝村的演变历程，提出空间优化策略。

（3）从微观视角研究电子商务发展对乡村发展的影响。淘宝村是当前我国乡村发展转型的一种新兴模式，正在对许多乡村产生着重大的影响和重塑作用[16]，对乡村发展的影响表现在社会结构、空间等多方面，可以一定程度上促进乡村经济的相关多样化和非相关多样化[17]952。罗震东等[18]提出淘宝村推动的乡村城镇化的3个特征：跃迁的就业非农化、全面的生活现代化和集约的空间城镇化。需要注意的是，电子商务不仅会带来正面影响，也会带来负面影响，张佳等[17]958通过问卷分析认为，正面影响大、负面影响大的淘宝村主要在台州市、杭嘉湖区域和义乌市等地。

（4）淘宝村的空间联系研究，主要是从产业链角度探讨淘宝村的空间联系。钱俭等[19]以义乌市青岩刘村为例，从淘宝产业链角度，分析生产厂家、供货中心、卖家、配套服务等环节的空间选址及对物流、居住、就业产生的影响。

总体而言，当前对淘宝村的研究，多关注宏观视角或将淘宝村作为整体，研究内容聚焦在淘宝村的空间分布或淘宝村的发展阶段、产业变迁、社会与空间环境影响，缺乏从淘宝村店铺微观视角的研究。事实上，淘宝村之所以是淘宝村，就是一家家淘宝店铺发展聚合的结果。与传统村落经济较为简单、近距离的对外联系不同，淘宝店铺的运营（包括设计生产、进货、配套服务如拍摄照片、美化图片、网络销售、邮寄等环节）使得淘宝村与外界空间产生复杂、跨越多距离的联系。这些联系既使得淘宝村根植于地方形成产业链或产业集群，又将淘宝村与流空间相联系，从而提高了产品销量和收入[17]955。因此，相较于现有将淘宝村作为整体研究产业链不同环节的空间关系，从店铺微观视角分析基于运营流程的淘宝村空间联系，研究的内容更加清晰，空间联系的范围（包括近距离的本地联系和远距离的虚拟联系）更为宽广，对淘宝村的研究具有重要的补充意义。

本文以海宁市淘宝村为研究对象，应用问卷法、访谈法对浙江省海宁市12个淘宝村进行深入调研，从店铺运营视角研究电子商务交易的空间环节及空间联系特征，对揭示淘宝村产业链的空间关系具有重要意义。

1 研究对象与研究思路

1.1 研究对象

海宁市位于浙江省北部，东距上海100 km，西接杭州，南濒钱塘江。截至2016年，海宁市共有12个淘宝村。海宁市的淘宝村最初（2014年）呈散点分布，经过两年的发展和信息统计的完善，整体已开始呈现围绕专业市场或城区分布的特征，并有成为“淘宝镇”的趋势（见图1）。单个淘宝村的分布上，呈现邻近区域性的对外交通干路和产业园区分布的特征。笔者选取海宁市淘宝村作为研究对象具有典型性：首先，海宁市淘宝村的数量较多。从地级市层面而言，嘉兴市淘宝村的数量位列全国前十，而海宁市淘宝村数量接近嘉兴市的一半。其次，海宁市淘宝村店铺的类型较多，呈现“一村一品”或“一镇一品”的雏形。依托全国知名的海宁皮革城，海宁市淘宝店铺经营品种丰富，除了皮革相关的产品外，还有内衣、袜子、橡胶制品等。从产品来源来讲，既有自家生产的产品，也有本地生产的产品，还有网络经销类型。

1.2 研究思路

运营流程是指淘宝店铺的研发采样、生产、进货、货品拍照、美化图片、网络上传、广告推广、销售、邮寄等一系列环节（见图2）。根据对淘宝店铺的访谈，可以将淘宝店铺的运营流程归纳为4个核心运营环节：研发或采样、生产或进货、网络销售、发货配送。根据店铺是否进行生产，可以将店铺分为自产自销型、经销型两种类型。自产自销型为拥有线下实体空间从事生产并在网络销售的店铺，经销型则为以网络销售为主、不从事生产的店铺。两者在运营流程组织、空间联系类型这两个方面有差异。

本文从店铺视角分析淘宝村的空间联系，需要分析各个店铺的对外空间联系，以及由各个店铺聚合而成的淘宝村的对外空间联系，为淘宝村建设健康产业生态链、优化地域经济活动协作提供依据。具体包括如下：

（1）单个店铺对外联系的空间结构特征。

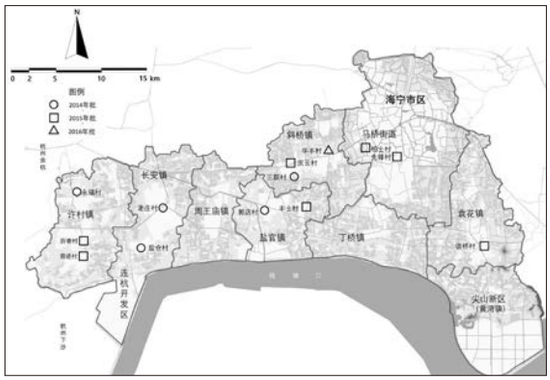

图1　海宁市淘宝村分布

Fig.1 The distribution of Taobao Villages in Haining

资料来源:笔者自绘。

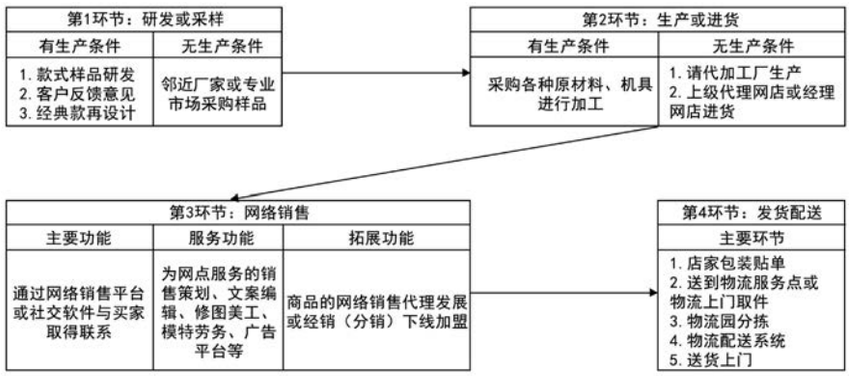

图2　网店运营的主要流程

Fig.2 The operation process of online shop

资料来源:笔者自绘。

分析单个店铺核心运营环节的空间类型,总结单个网店的经营组织模式类型。将联系的空间按照尺度划分为本村、本镇、县级市、地级市、地级市以外等空间尺度。

（2）叠加淘宝村所有店铺的空间联系,分析整个淘宝村的运营流程,包括各层次空间承担的功能、空间之间联系的强度。

1.3　研究数据获取

本文采用问卷法、访谈法,收集海宁市淘宝村和淘宝店铺的相关信息。对淘宝店主,通过调查问卷（以封闭式、半开放式问题为主),收集网店的经营流程与地点关系、网店运营成本等信息。对村委会、镇,采用结构式访谈的形式,收集淘宝村从事电商的人口、经济、电商引起的变化等方面的资料。

2　基于运营流程的店铺空间联系及分类

2.1　基于运营流程的单店铺空间联系

依据深度访谈整理的网店运营流程,分析每个网店的空间联系特征。以马桥街道先锋村网店为例,将网店运营流程与经营地点对应（见表1)。依据章节1.2的流程分类对该网店流程进行梳理,该网店无研发或采样环节,生产或进货是从海宁皮革城寻找款式和货源、拿货;网络销售环节则包括在海宁市区拍摄照片、美化图片,以及在家上传实物照片、广告推广、下订单等;发货配送环节则包括发货、快递上门。将上述环节按照所属空间进行图示化表达（见图3）可以看出,该网店主要的空间联系发生在海宁市,其中寻找款式和货源、拍摄照片、美化图片等步骤发生在海宁市区,而上传实物照片、广告推广、发货、快递上门等发生在先锋村。该案例说明基于店铺运营流程的空间联系大多发生在县市范围内,尤其是本村范围内,应在淘宝村加强配套产业链的建设。

2.2　基于运营流程的店铺空间联系特征

依据上述方法,将每一个受访的农村网店的运营流程与其空间对应关系进行可视化呈现,并依据店铺是否进行生产,将店铺分为自产自销型、经销型两种类型,两者在空间联系上有一定的区别。

2.2.1　经销型店铺的空间联系特征

经销型店铺不从事生产,而从其他地方拿货进行网络销售,其空间联系特征与拿货地高度相关。依据店铺拿货地是否在海宁市,可以将经销型店铺的空间联系分为本地依赖型店铺和外地依赖型店铺。

（1）本地依赖型店铺空间联系特征。本地依赖型店铺是在海宁市拿货并销售的店铺,其生产、网络销售、物流中转等环节主要发生在海宁市,形成了紧密的产业链条,其空间联系以本地联系为主,对海宁的地域依赖性较强,生产、销售网络较为稳定,能够形成根植于本地的生产体系或产业集群（见图4)。

表1　先锋村某网店的运营流程与经营地点对应

Tab.1 Mapping between corporation and space of online shop

编号	步骤	流程分类	发生地点
1	寻找款式和货源	生产或进货	海宁皮革城
2	拍摄照片	网络销售	杭州和海宁的摄影楼
3	美化图片	网络销售	海宁的摄影楼
4	上传实物照片	网络销售	马桥街道先锋小区家中
5	广告推广	网络销售	直通车充值
6	下订单	网络销售	四川和东北
7	拿货	生产或进货	海宁皮革城
8	发货	发货配送	马桥街道先锋小区家中
9	快递上门	发货配送	马桥街道经编园区服务点
10	售后服务	—	退换货上门

资料来源:笔者自制。

（2）外地依赖型店铺空间联系特征。外地依赖型店铺是从海宁市以外的地区进货并进行销售的店铺,其生产环节不在海宁市,甚至物流中转、网络销售的拍摄照片和美化图片等环节也不在海宁市。这类店铺对海宁市的依赖性较弱,也较容易受到市场的冲击（见图5)。

2.2.2　自产自销型店铺的空间联系特征

自产自销型店铺是线下实体空间生产并在网络上销售的店铺。根据访谈可知,这类店铺大部分不仅会在网络销售,而且也会在线下销售,有较为稳定的销售网络。就其空间联系而言,研发或采样环节在海宁市或杭州市,生产、销售、物

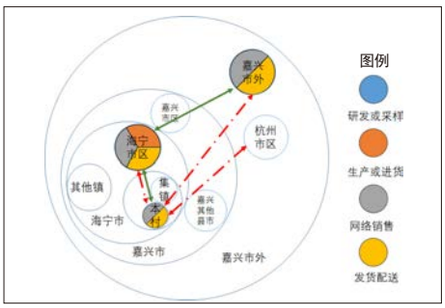

图3 马桥街道先锋村某网店的空间联系
Fig.3 Spatial connection of an online shop in Maqiao District
资料来源:笔者自绘。

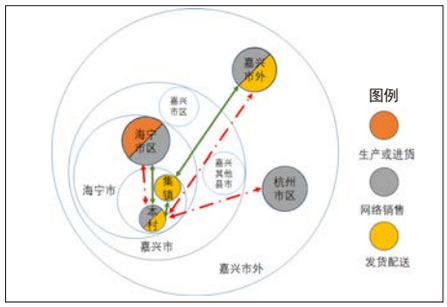

图4 本地依赖经销型网店空间联系
Fig.4 Spatial connection of local dependent online store
资料来源:笔者自绘。

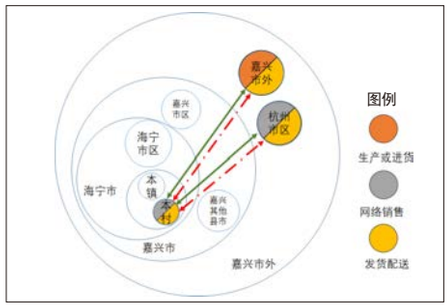

图5 外地依赖经销型网店空间联系
Fig.5 Spatial connection of non-local dependent online store
资料来源:笔者自绘。

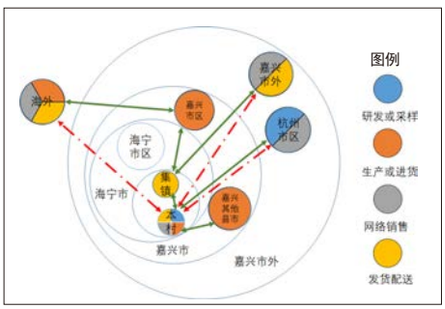

图6 自产自销型网店的空间联系
Fig 6. Spatial connection of self-produced and self-sold online stores
资料来源:笔者自绘。

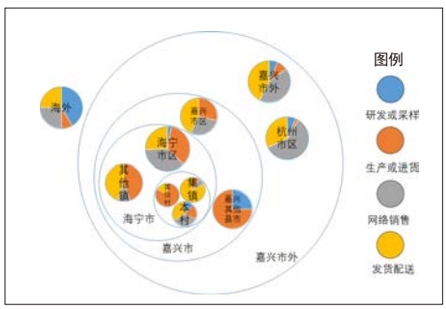

图7 各层次空间承担的功能
Fig.7 The function of each level of space
资料来源:笔者自绘。

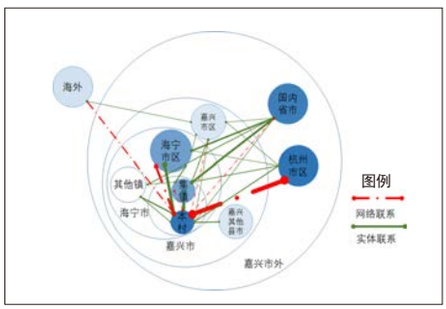

图8 各层次空间的联系强度分析
Fig.8 The connection strength of each level of space
资料来源:笔者自绘。

流中转等环节在海宁市。也就是说,这类店铺的运营环节涉及的空间大部分在海宁,其空间联系也以海宁的本地化联系为主,对海宁市的依赖性强,已形成或较易形成根植于本地的生产体系或产业集群(见图6)。

3 基于运营流程的淘宝村空间联系特征

3.1 各空间的功能分析

笔者将访谈的店铺的运营流程所涉及的空间功能进行叠加,可以得到基于运营流程的各空间的功能图(见图7)。图中颜色代表了运营流程中该地所承担的运营环节,扇面为该运营环节在该地功能中的比重。由此可知在淘宝村的运营流程中各空间层次所承担的功能。为了更加清晰地表达淘宝村的空间联系特征,将空间层次划分为本村(淘宝村)、本镇(淘宝村所在的镇)、海宁市、嘉兴市、嘉兴市以外地区。

(1)本村(淘宝村)。即农村电商所处的行政村,承担研发或采样、生产或进货、网络销售、发货配送等功能,较为均衡地涵盖了整个运营的各个流程,是综合功能地域。需要注意的是,淘宝村的工业产品多是根植于本地产业集群且具有成本优势的[2]126。根据本地产业类型的不同,海宁淘宝村形成"一村一品"或"一镇一品"的现象。如袁花镇谈桥村主要销售袜子、手套,马桥街道先锋村、柏士村主要销售编织底料、皮革底料,长安镇老庄村、盐仓村及许村镇永福村、许巷村、前进村以窗帘、家纺为主,斜桥镇、盐官镇的淘宝村则以皮衣、皮草为主,呈现产品水平多样性[20]。

(2)本镇(淘宝村所在的镇)。本镇主要承担生产或进货功能、发货配送功能。其中,集镇主要承担发货配送功能,本镇其他村主要为生产或进货功能。也就是说,淘宝村的周边地域以生产功能为主,并在附近的集镇以发货配送功能为主。

(3)海宁市。依托海宁市区较为综合的公共服务,海宁市区承担生产或进货、网络销售、发货配送等综合功能。其中承担生产或进货功能,是因为很多网店从海宁市区尤其是皮革城寻找货源;网络销售功能是因为拍照片、美化照片等环节需要在海宁市区完成;发货配送功能则因为物流的中转在海宁市,需要通过海宁市完成货物发送等。

(4)嘉兴市。嘉兴市区功能与海宁市区相似,功能相对综合,承担生产或进货、网络销售、发货配送等功能,但相对而言,功能强度相对于海宁市区要弱。嘉兴市其他县市也会承担货物供给的角色,进行生产或进货。

(5)嘉兴市以外地区。嘉兴市以外的广阔区域主要为货物销售目的地,主要承担网络销售和发货配送环节的功能。

(6)杭州市区。大部分网店采用淘宝或天猫平台销售,因此杭州市区承担网络平台的功能。

3.2 淘宝村与外部空间联系强度分析

笔者将访谈店铺的运营流程的空间联系进行叠加,可以得到基于运营流程的空间联系图

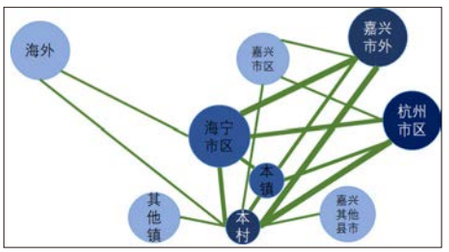

图9 海宁淘宝村的实体联系
Fig.9 The physical connection of Taobao Village in Haining

资料来源:笔者自绘。

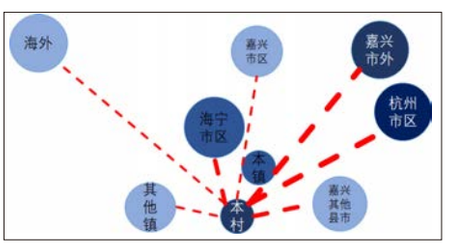

图10 海宁淘宝村的虚拟联系
Fig.10 The virtual connection of Taobao Village in Haining

资料来源:笔者自绘。

(见图8)。图中实体联系指两地之间存在货物或网络下单以外的功能联系,虚拟联系指两地之间的联系为网络交流或网络下单。

从功能联系的强度来说,淘宝村与外部空间的强联系主要发生在淘宝村与本镇、淘宝村与海宁市区、淘宝村与杭州市区、淘宝村与国内其他城市之间。淘宝村与本镇的联系较强是因为淘宝村的发货配送等功能需要集镇承担;淘宝村与海宁市区的联系较强则是因为海宁市区承担了淘宝村的生产或进货、网络销售、物流配送等功能;淘宝村与杭州市区的联系较强是因为杭州市区提供了网络销售平台,国内其他省市则是销售目的地。值得注意的是,虽然海宁市在行政区划上属于嘉兴市,但淘宝村与嘉兴市区的联系并不强,因为淘宝村的运营流程中涉及嘉兴市区的环节较少,而是通过生产进货、发货配送等环节直接与杭州等省内城市甚至国内其他省市联系。

更进一步将实体联系与虚拟联系分开来分析。实体联系代表两个地区间的实际功能联系,是一种多地域的协作式联系。较强的实体联系主要发生在淘宝村与集镇、淘宝村与海宁市区之间,随着空间距离的扩大而减弱(见图9)。这意味着围绕着淘宝村能够在镇、海宁市层面形成根植于本地的产业集群,对淘宝村发展、海宁市产业发展都是大有裨益的。这要求政府在后续向淘宝村提供公共产品时注重功能的复合性,尤其是加强培育本地依赖型店铺。虚拟联系代表淘宝村与联系对象间存在网络交流或网络下单,是淘宝村与外界的直接联系,不需要第三方作为中介,是以淘宝村为中心的联系。虚拟联系将淘宝村导入流动空间,可以获取更广泛的关注和市场。海宁市较强的虚拟联系主要发生在淘宝村与杭州市区、淘宝村与国内其他城市之间,前者为销售平台,后者为与市场的关系(见图10)。这就意味着应注重淘宝村的营销,打造并维持淘宝村的“热度”和可显示度。

4 结论与讨论

淘宝村、淘宝镇近年来在全国范围内的数量增长迅猛,引起学界研究的热潮。本文通过问卷调查、访谈法获取海宁市淘宝村店铺的一手数据,从运营流程角度对淘宝村产业链的空间联系进行研究。研究发现,淘宝店铺的运营流程可以分为研发或采样、生产或进货、网络销售、发货配送4个环节,自产自销型店铺或本地依赖经销型店铺的主要环节都在海宁市,形成了紧密的产业链条,其生产、销售网络较为稳定,能够形成根植于本地的生产体系或产业集群。外地依赖型店铺则需要从海宁市以外地区进货,仅有网络销售或发货配送等少数环节发生在海宁市,地区依赖性较小,也易受到市场冲击。不同层级空间承担的功能有差别,其中淘宝村、镇、海宁市是复合型空间,承担了研发或采样、生产或进货、网络销售、发货配送等运营全环节,是实体联系的主要发生空间。嘉兴市以外的区域主要为销售市场,与淘宝村的空间联系主要为虚拟联系。

当前,淘宝村如何得到进一步的提升是众多淘宝村发展必须面对的问题。在淘宝村内部,随着电子商务的发展,往往面临仓储空间缺乏、空间局促、生活环境较差等空间利用和公共物品提供问题;在外部,众多店铺面临竞争激烈、流量成本高等问题。这些都需要地方政府的介入,通过加强交通、网络等基础设施建设,科学引导和合理规划,完善和提高公共产品的供给水平,使更多的实体联系发生在海宁市域乃至淘宝村,通过与本地既有产业或创意产业的集合,打造根植于本地的产业集群,引导淘宝村形成“一村一品”或“一镇一品”的格局。同时,加强淘宝村的营销,强化竞争优势。

参考文献 References

[1] 朱邦耀,宋玉祥,李国柱,等. 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.
ZHU Bangyao, SONG Yuxiang, LI Guozhu, et al. Spatial aggregation pattern and influencing factors of Taobao Village in China under the C2C E-commerce mode[J]. Economic Geography, 2016, 36(4): 92-98.

[2] 白冬冬,孙中伟. 我国淘宝村的空间组织与地理根植性[J]. 世界地理研究, 2019, 28(1):121-129.
BAI Dongdong, SUN Zhongwei. The spatial organization and geographic embeddedness of Taobao Village in China[J]. World Regional Studies, 2019, 28(1): 121-129.

[3] 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.

[4] 曹义,罗震东,乔艺波. 边缘的集聚:长三角淘宝村的空间特征、趋势与规划应对[J]. 上海城市规划, 2019(5):22-28.
CAO Yi, LUO Zhendong, QIAO Yibo. Agglomeration on the edge: spatial characteristics, trends and planning response of Taobao Village in the Yangtze River Delta[J]. Shanghai Urban Planning Review, 2019(5): 22-28.

[5] 胡垚,刘立. 广州市“淘宝村”空间分布特征与影响因素研究[J]. 规划师, 2016, 32(12):109-114.
HU Yao, LIU Li. Spatial distribution and influencing factors of Taobao Village in Guangzhou[J]. Planners,

2016, 32(12): 109-114.

[6] 任晓晓,丁疆辉,靳宇含. 产业依托型淘宝村时空发展特征及其影响因素——以河北省羊绒产业集聚区为例[J]. 世界地理研究，2019，28（3）:173-182.
REN Xiaoxiao, DING Jianghui, JIN Zihan. Spatio-temporal characteristics of industry relying type "Taobao Village" and its influencing factors—a case of cashmere industry agglomeration area in Hebei Province[J]. World Regional Studies, 2019, 28(3): 173-182.

[7] 傅哲宁,罗震东,乔艺波. 增长下的消失:淘宝村空间分布格局与演进机制研究[J]. 上海城市规划，2019（2）:124-130.
FU Zhening, LUO Zhendong, QIAO Yibo. Disappearing under the growth: spatial distribution patterns and evolution mechanisms of Taobao Villages[J]. Shanghai Urban Planning Review, 2019(2): 124-130.

[8] 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，2015:1-5.
WANG Qian. The evolutionary path and dynamic mechanism of Taobao Village: multiple case studies[D]. Nanjing: Nanjing University, 2015: 1-5.

[9] 崔丽丽,王骊静,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 on Lishui, Zhejiang[J]. Chinese Rural Economy, 2014(12): 50-60.

[10] 梁强,邹立凯,王博,等. 关系嵌入与创业集群发展:基于揭阳市军埔淘宝村的案例研究[J]. 管理学报，2016，13（8）:1125-1134.
LIANG Qiang, ZOU Likai, WANG Bo, et al. Relational embeddedness and entrepreneurial cluster development: a case study of Taobao Village in Junpu, Jieyang[J]. Chinese Journal of Management, 2016, 13(8): 1125-1134.

[11] 罗建发. 基于行动者网络理论的沙集东风村电商—家具产业集群研究——“沙集模式”的生成、结构和转化[D]. 南京:南京大学，2013:1-2.
LUO Jianfa. The research on the E-commerce & furniture industrial cluster of Shaji Dongfeng Village based on actor-network theory: generation, structure & transformation of the "Shaji Mode"[D]. Nanjing: Nanjing University, 2013: 1-2.

[12] LIU C, LI J, LIU J. Rural E-commerce and new model of rural development in China: a comparative study of "Taobao Village" in Jiangsu Province[J]. Asian Agricultural Research, 2015, 7(11): 35-37, 46.

[13] 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. Study on the formation of Taobao Village: taking Dongfeng Village and Junpu Village as examples[J]. Economic Geography, 2015, 35(12): 90-97.

[14] 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. The geo-space of Taobao Village in China: theoretical framework based on space of flows[J]. City Planning Review, 2017, 41(6): 27-34.

[15] 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）:110-117.
ZHANG Jiaxin, QIAN Qinglan, JIANG Yanfeng, et al. A study on the spatial evolution and optimization of Taobao Villages: a case study of Lirendong Village in Guangzhou[J]. City Planning Review, 2018, 42(9): 110-117.

[16] 陈宏伟,张京祥. 解读淘宝村:流空间驱动下的乡村发展转型[J]. 城市规划，2018，42（9）:93-101.
CHEN Hongwei, ZHANG Jingxiang. Taobao Villages: rural development transformation driven by the space of flow[J]. City Planning Review, 2018, 42(9): 93-101.

[17] 张佳,王琛. 电子商务对农村经济发展影响及其空间差异研究——基于浙江省淘宝村的问卷调查分析[J]. 世界地理研究，2020，29（5）:952-961.
ZHANG Jia, WANG Chen. The influence of E-commerce on rural economic development and its spatial differences——based on the questionnaire survey and analysis of Taobao Villages in Zhejiang Province[J]. World Regional Studies, 2020, 29(5): 952-961.

[18] 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.
LUO Zhendong, CHEN Fangfang, SHAN Jianshu. Towards Taobao Village 3.0: a feasible road to rural revitalization[J]. Development of Small Cities & Towns, 2019, 37(2): 43-49.

[19] 钱俭,郑志锋. 基于“淘宝产业链”形成的电子商务集聚区研究——以义乌市青岩刘村为例[J]. 城市规划，2013，37（11）:79-83.
QIAN Jian, ZHENG Zhifeng. E-commerce clusters based on Taobao industrial chain: a case study on Qingyanliu Village in Yiwu City[J]. City Planning Review, 2013, 37(11): 79-83.

[20] 张佳,王琛. 农村电子商务与产品多样化影响因素探究——基于浙江淘宝村的实地调研分析[J]. 地理科学进展，2020，39（8）:1260-1269.
ZHANG Jia, WANG Chen. Research on rural E-commerce and influential factors of product diversification: based on the field investigation and analysis of Taobao Villages in Zhejiang Province[J]. Progress in Geography, 2020, 39(8): 1260-1269.