

乡村电商创业集聚的动因及机理研究*

——以江苏沭阳“淘宝村”为例

于海云¹ 汪长玉¹ 赵增耀²

(1. 江南大学商学院, 江苏 无锡 214122;

2. 苏州大学东吴商学院, 江苏 苏州 215021)

内容提要:实施乡村振兴战略是建设我国农村现代化经济体系的重要基础。在乡村振兴战略驱动下,我国农村许多地区通过电商创业取得了巨大的经济成就,出现了电商创业集聚现象。然而,该现象背后的原因还不明晰。本文通过江苏沭阳花木“淘宝村”的纵向案例研究,从动态演化视角阐释了农村地区电商创业集聚过程及每个阶段的关键影响因素。通过案例分析,发现沭阳“淘宝村”电商创业集聚的萌芽、形成和发展、成熟、转型和升级四个阶段对应的关键动因分别是地区文化传统、创业带头人的榜样示范效应、基础设施状况改善、制度支持与政府引导,解释了在道路和网络基础设施不完善时创业文化传统以及创业榜样的带头示范作用可以帮助创业者克服困难,而基础设施的不断完善以及政府的制度支持与引导又能促进电商创业集群的快速转型与升级。因此,地方政府的政策制定应该侧重于基础设施投入、创业带头人的培育及产业集群的引导和治理,同时重视创新创业文化氛围在促进农民创业和农村经济增长方面的作用,从而推动乡村振兴战略的实现。

关键词:电商创业集聚 创业文化传统 创业带头人 基础设施状况 制度支持与引导

中图分类号:F324.6 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2018)12—0039—16

一、研究背景与问题提出

近年来,我国人口从农村向城市迁移,使得农村常住人口的数量逐渐减少,阻碍了农村的教育、经济和文化的发展。在全面建成小康社会和社会主义现代化国家的决胜阶段,党的十九大提出实施乡村振兴战略,明确提出要支持、鼓励和促进农民工多渠道就业创业。随着农村道路基础设施的改善,信息网络基础设施的普及,以及乡村振兴战略的逐步实施,部分农民及大学毕业生开始返乡创业,受过高等教育的大学生往往选择电商创业。在“大众创业、万众创新”的新形势下,我国农村的某些地区正孕育着一场电商创业的浪潮(刘亚军和储新民,2017)^[1],出现了许多植根于农村创业情境与互联网结合的“淘宝村”电商创业集聚现象。截至2017年底,我国符合标准的“淘宝村”

收稿日期:2018-04-18

* 基金项目:教育部人文社会科学基金项目“外部融资、企业家精神差异化配置与民营企业成长:微观层面的理论和经验研究”(14YJA790089);江苏省教育厅江苏高校哲学社会科学研究项目“‘大众创业,万众创新’背景下的大学生创业创新实践研究”(2016SJD630059);中央高校基本科研业务费专项资金项目“组织学习对企业绩效影响机制研究”(2017JDZD14)。

作者简介:于海云,女,副教授,管理学博士,硕士生导师,研究领域是创新与创业管理,电子邮箱:yuhaiyun88@126.com;汪长玉,女,讲师,管理学博士,研究领域是知识与创新管理,电子邮箱:changyu@jiangnan.edu.cn;赵增耀,男,教授,经济学博士,博士生导师,研究领域是产业经济学,公司治理,电子邮箱:zzy63@sina.com。通讯作者:汪长玉。

数量达到2118个,活跃的淘宝网店已经超过49万个,销售额突破1200亿元,直接带动就业机会130多万个,且“淘宝村”的村民收入要高于其他村村民(阿里研究院,2017)^[2]。可见,“淘宝村”是我国减少农村贫困人口、促进农村经济发展的利器,为我国解决“三农”问题和全面实施乡村振兴战略提供了有益的经验借鉴。因此,“淘宝村”电商创业集聚现象背后的动因及机理值得进一步深入研究。

最初,电商创业企业的发展往往得益于网络基础设施的改善和政策的扶持(Fariselli等,1999)^[3],信息和通信技术基础设施又能影响企业的电子商务能力(Okoli等,2010)^[4]。尤其是在发展中国家和地区,基础设施是影响电商企业能否成功的关键因素(Jennex等,2004)^[5]。世界上许多国家都在努力建立和加强互联网基础设施建设,并提供与互联网相关的服务,但网络和硬件方面的不足并不是影响电商创业目标实现的主要障碍(Al-shboul和Alsmadi,2010)^[6]。企业家精神、信息技术创新都是影响电商创业的重要因素(Alahverdi,2017)^[7],两者的协同发展与融合对电子商务发展具有至关重要的影响(Hasan和Harris,2009)^[8]。政府必须在电子商务领域构建基于信息资源共享的创业平台,促进电商创业和创新(Molina和Michilli,2003)^[9]。Shemi和Procter(2018)^[10]在解释如何应用网络进行电商创业的过程中也突出了影响电商创业的创新因素。国外学者研究的重点主要集中在电子商务企业的发展上,鲜有学者针对中国农村地区特有的“淘宝村”现象进行专门研究(Leong等,2016)^[11]。而且中国情境下的独特创业现象与西方成熟经济体系的差异性也比较大(蔡莉和单标安,2013)^[12],国外的研究很难得出具有高度参考价值的研究结论和对策建议。

随着我国一批批“淘宝村”名单的发布,国内学者开始关注中国农村地区电商创业“淘宝村”现象并展开研究。现有研究理论成果较多,主要从社会创新(崔丽丽等,2014^[13];董坤祥等,2016^[14])、电商行业协会(曾亿武和郭红东,2016)^[15]、社会关系(刘杰和郑风田,2011)^[16]、信息及网络嵌入性(Avgerou和Li,2013^[17];梁强等,2016^[18];邹蓉等,2016^[19])、政府支持(梁强等,2016)^[20]、文化特征(黎常,2014)^[21]、产业演化(刘亚军和储新民,2017)^[1]、空间集聚与产业迁移(徐智邦等,2017^[22];朱邦耀等,2016^[23])、产业生态系统(池仁勇和乐乐,2017)^[24]等方面对“淘宝村”发展的影响因素及形成原因进行了理论分析。部分学者从“淘宝村”的生存困境(梁强等,2017)^[25]、发展模式(史修松等,2017)^[26]、转型升级与演化模式(曾亿武等,2015)^[27]等视角寻求“淘宝村”未来可持续发展的方案。还有学者从“淘宝村”电子商务发展对当地就业、经济、文化等方面产生的影响进行了理论剖析,分别从农村剩余劳动力的产业转移及就业安置(吕丹,2015)^[28]、城镇化与经济发展(房冠辛,2016)^[29]、文化冲突与重构(Lin等,2016)^[30]等角度进行研究。“淘宝村”电商创业集聚形成的时间比较短,国内针对农村地区“淘宝村”创业集聚现象背后的关键因素及其演变过程等纵向案例研究成果比较少,对其形成过程及影响因素的探索显得不足,现有文献也很少关注农村基础设施的改善对“淘宝村”创业集聚现象的关键驱动作用。

对于我国农村地区出现的“淘宝村”创业集聚现象,如何从理论视角进行解释?创业集聚的形成经历了哪些阶段?每个阶段的主要特征及关键影响因素是什么?对于这些问题的回答,可以揭示农村创业土壤与互联网结合的中国特色“淘宝村”现象产生的动因及形成机理。部分“淘宝村”在发展过程中出现萎缩和过度竞争等现象,集群中的创业企业生存能力弱、倒闭率较高(梁强等,2017)^[20],集群能否可持续发展成为一个现实挑战。基于上述原因,本文力图通过纵向案例分析,对农村地区“淘宝村”电商创业集聚现象形成与发展的主要过程、关键影响因素及机理进行分析,从而补充现有研究的不足,为农村地区“淘宝村”未来发展的政策制定和公共服务供给提供借鉴和参考依据。

二、研究设计

1. 研究方法

本文研究的目的在于从动态演化视角,识别和分析现实经济中广泛存在的农村地区“淘宝村”电商创业集聚各阶段的影响因素及其作用机理,属于“怎么样”和“为什么”的问题。但现有理论对本文所研究现象的解释还不够完善,属于探索性研究范畴,而且“淘宝村”电商创业集聚现象具有动态性和复杂性的特点,案例研究方法能够克服这些特点,揭示复杂经济现象背后的一般规律和原理。因此,本文选择了案例研究方法。同时,单案例研究方法具有如下优势:(1)不但具有描述与探索功能,而且具有解释功能;(2)研究者无法控制研究对象的发展进程;(3)研究事件与情境难以分离,研究的是“过程变化”和“认识性”的问题。基于上述原因,本文选择了单案例研究方法。

2. 案例选择

“淘宝村”是中国农村经济发展中独有的经济现象,正在引发世界关注。沭阳是全国最大的花木基地,被誉为“花木之乡”,仅2015年花木销售额就突破了85亿元。境内的颜集镇、新河镇等地是花木产业最集中的区域。本文研究的对象是沭阳县颜集镇堰下村,位于沭阳县颜集镇东部,毗邻新河镇淘宝花木市场,全村人口3616人,共有农户848户。选择堰下村作为本文的研究对象,主要基于以下两点考虑:(1)案例的典型性。堰下村的典型性在于其通过创业带头人的示范效应由零星创业发展成苏北农村电商创业的明星村庄,成为大众创业的集聚地。堰下村2013年被评为全国首批二十个“淘宝村”之一,2014年被评为江苏省首批“农村电子商务示范村”之一。截至2015年底,堰下村村民在阿里巴巴诚信通、淘宝网等平台开设网店1000余家^①,当年实现网络销售收入1.5亿元,完全吸纳本村剩余劳动力,所有村民已经实现100%自主创业。(2)数据资料的可靠性。堰下村网上销售花木从零星创业到形成创业集聚状态只经历了短短十几年的时间,搜集到的纵向历史资料具有较高的准确性和可靠性。

3. 数据来源

本文研究的案例数据主要来源于以下几个途径:(1)暑期大学生社会实践搜集数据。课题组组织了大学生暑期前往沭阳县调研,其中五名学生为沭阳县人。课题组成员与沭阳县政府工作人员保持沟通,与颜集镇领导和堰下村创业者保持着良好的关系,通过实地访谈与问卷调查,一共获得87份调研资料。(2)参与式观察。课题组成员进入当地企业兼职和实习,通过体验式和参与式观察的方法,共获得22份被调查对象生活体验的观察资料,对被调查对象的创业行为产生更加深刻的理解。(3)档案资料。在当地政府和创业者信任和支持下,直接查阅相关统计报表和档案资料76份。(4)媒体报道资料。通过追踪沭阳花木“淘宝村”的媒体报道,课题组搜集了35份公开资料,这些资料也成为本文研究的参考资料。

为了验证堰下村电商创业集聚形成的发展历程和各阶段的关键影响因素,课题组通过多种方式来确认上述渠道所搜集证据资料的效度,使得多种来源的数据资料可以互相验证,形成三角互证的证据链,保证了数据的建构效度。同时,为了保证所搜集的信息具有可比性,根据研究设计,课题组对创业者进行了结构化和半结构化访谈。在访谈过程中,课题组采取了小组访谈和个体访谈相结合的方式,每次安排2~3个访谈者,在访谈后的24小时内对信息资料进行仔细整理,并由被访谈者再次确认,从而确保数据资料的可靠性和客观性。本文遵循“文献回顾-案例研究设计-数据搜集-数据分析-案例研究报告撰写”这一标准化研究范式,解决研究问题边界界定、问题聚焦、数据的可靠性和分析的客观性等问题,使得案例研究结论的信度和效度得到保证。

^① 由于存在一户多店的现象,因此淘宝店数量超过家庭户数。

三、案例分析

1. 堰下村农民电商创业集聚的发展过程

从2000年开始,堰下村电商创业集聚发展经历了以下四个阶段:

(1)集聚前期的萌芽阶段:创业机会发现(2000—2005年)。堰下村村民种植和销售花木,具有悠久的历史花木创业传统。据《沭阳乡土地理》记载,沭阳是项羽爱姬虞姬的故乡,百姓以种植花木来悼念虞姬的高洁品质与美貌外貌,表达热爱美好事物的情感。因此,沭阳与花木结缘已有上千年历史,是沭阳盛产花木、百姓以花木创业为生的重要缘故。1999年,堰下村部分农民就开始利用贴吧、论坛在网上展示、推销自己庄稼地里的花卉苗木。堰下村的谢春明敏锐地察觉到利用网络创业会有很好的发展前景,他积极地进行外部市场信息搜索,对整个沭阳乃至宿迁的市场需求有了初步的了解。2003年5月,谢春明在阿里巴巴上注册了一个名为“春田苗圃”的网店,村民们纷纷来请谢春明帮忙卖花。村民吕秀在2005年偶然发现了“淘宝店”这一网络销售平台,被它的便利性、打破地域限制等诸多利好因素吸引,开始了第一家花木淘宝店的经营。这个阶段,由于农村信息化程度相对落后,人们对于电商创业或多或少存在怀疑、观望情绪,但在创业带头人的榜样作用下,部分村民开始电商创业。

(2)集聚规模初步形成及发展阶段:创业机会扩散(2005—2009年)。从2005年开始,沭阳县政府开始大规模铺设网络设施,积极推进宽带工程建设。截至2005年底,大部分农户开通了网络,网民人数的快速增长为堰下村电子商务的发展储备了大量人才。此外,沭阳县政府前后投入7.3亿元用于新建和拓宽农村公路共1475公里,开通镇村公交线路共60条;投入3.5亿元实施交通重点工程7个,完成农村公路提档升级项目145个,改造农村危桥14座,物流与运输条件不断改善。政府基础设施的建设和布局提升了电商创业的便利性,为“淘宝村”电商创业集聚的初步形成奠定基础。从2005年开始,谢春明和吕秀毫不吝啬地向周围人传授经营“淘宝店”的经验,帮助其他村民开设淘宝店,全村农民开始利用互联网销售花木。由于谢春明和吕秀的示范效应,村民们纷纷开始在网上开店。当时沭阳县还没有形成淘宝花卉市场,互联网设施不发达,也没有配套的包装设备和物流体系,只能通过邮局发货,花木电商经营并非易事。经过几年的经营,最早一批接触花木电商的村民赚取了较为丰厚的利润。创业榜样的家族效应和邻里效应使得创业机会急剧扩散,促进了电商创业集聚的快速发展。到2009年,堰下村出现了100多家花木电商经营户,但创业扩散仅仅基于村庄内部的地缘亲缘关系,创业行为主要集中于村庄内部,没有形成完整的产业链条。

(3)创业集聚的成熟阶段:创业裂变(2009—2013年)。2009年之后,谢春明利用丰富的网上开店经验和精心经营,使自己开创的“听雨闻香盆景园”成了业界标杆式的店铺,2012年销售额达到了150万元。谢春明的创业经历走在村子发展的前列,无论是刚开始的创业还是后期的不断调整与转型都起到了很好的示范作用。堰下村的村民之间大多是亲戚、邻里和朋友关系,亲戚网络是强关系,早期创业者的成功激发了其他村民的创业行为,具有很强的示范效应。强大的社会关系网络对堰下村的创业集聚有着至关重要的作用,创业榜样的示范效应、家族效应和邻里效应使得堰下村村民创业激情高涨。2009—2013年,堰下村的网店数量突破500家。这个阶段,堰下村的花木电商已经形成了较为完整的供应链体系和规模,出现了全村农民集体创业的集聚现象。该阶段,堰下村村民花木创业主要得益于交通的便利及水陆干线的四通八达。道路基础设施状况的改善和分布优化为政府与企业或第三方机构合作及物流运输、花木培育基地、包装纸盒厂、花肥、花盆等完整产业链条的形成奠定了坚实的基础。由于花木电商的产品需求逐渐多样化和规模化,快递公司纷纷入驻当地。地方政府在颜集镇的邻镇新河镇开辟了“淘宝花卉批发市场”,不仅满足了当地淘宝户的需求,还起到了促进其他村民创业的作用。堰下村的早期创业者均是当地的村民,村民从种田种花转行做淘宝。后来,外地务工的村民纷纷回乡创业,甚至大学生也成为回乡创业的重要力量。

(4) 创业集聚的转型升级阶段: 集群治理与政策扶持(2013 年至今)。截至 2015 年底, 堰下村“淘宝店”数量达到 1000 余家。之后, 堰下村花木淘宝店的数量呈逐年递减趋势, 一方面是由于一户多店的村民撤销了多余的淘宝账户; 另一方面也是市场竞争优胜劣汰的结果。由于地缘限制、产品同质化竞争、部分村民诚信不足, 个别一户多店的淘宝户可能存在关联方交易, 外地创业者以外地货源冒充本地货源, 质量和信誉无法保证等, 导致堰下村电商创业集群面临转型升级的压力。为了促进花木产业集群的转型升级, 沭阳县政府通过规范管理, 优化发展环境, 成立花木交易诚信专项基金和种苗网络交易诚信基金各 1000 万元。从 2014 年起, 沭阳县财政每年提供不低于 1500 万元, 用于网络创业贷款风险补偿及贴息, 奖励网络创业先进典型和转型升级的企业。2015 年, 沭阳县专门出台电子商务发展意见, 在资金、培训和人才培养等方面提供创业支持。比如, 设立的 1500 万元专项发展资金已成为创客的金融“蓄水池”; 沭阳县职业院校开设了电子商务专业, 并以政府购买服务的方式面向社会创业者提供免费的电商培训, 为电商发展提供人才支撑; 政府积极运用互联网加强载体建设, 沭阳县乡镇电子商务公共服务中心 100% 全覆盖 40 个乡镇, 开发了花乡创业网, 实现了线上线下产业深度融合。在市场与政府政策的双重引领下, 物流、培育基地、包装纸盒厂、花盆等相关产业不断完善, 堰下村的花木产业链条不断拉长加粗。

根据调研和访谈获得的原始数据和资料, 借鉴 langley (1999)^[31] 和 Mohr (1982)^[32] 关于案例研究的因素理论和过程理论, 本文采用时序区间分析法, 将堰下村电商创业集聚发展阶段及每一阶段的影响因素进行编码, 并初步汇总, 如表 1 所示。

表 1 堰下村电商创业集聚发展阶段及影响因素初步识别

发展阶段	阻碍因素	促进因素	结果事件
2000—2003 年, 萌芽阶段: 创业机会发现	(1) 农村信息化程度相对落后; (2) 公共基础设施落后; (3) 网络基础设施落后; (4) 村民思想保守; (5) 村民的怀疑、观望情绪	(1) 花木种植及销售的创业传统; (2) 创业带头人的榜样示范作用; 利用贴吧、论坛在网上展示、推销花木; 在阿里巴巴上注册网店; 创建第一家淘宝店; (3) 沭阳地区地理气候条件适合种植花木	堰下村大多数村民利用互联网销售花木, 部分村民开始电商创业
2003—2009 年, 形成及发展阶段: 创业机会扩散	(1) 没有形成淘宝花卉市场; (2) 互联网设施不发达; (3) 道路基础设施正在施工; (4) 没有配套的包装设备和物流体系, 只能通过邮局发货	(1) 创业带头人的示范效应; (2) 家族效应; (3) 邻里效应; (4) 村庄内部的地缘、亲缘、友缘关系促进创业扩散; (5) 花卉创业传统; (6) 基础设施进一步改善; (7) 电商创业门槛低	出现了 100 多家花木电商淘宝户, “淘宝村”的雏形渐渐形成, 花木产业集群初现端倪
2009—2013 年, 成熟阶段: 创业裂变	(1) 地缘的限制; (2) 产品同质化竞争; (3) 部分创业者诚信不足; (4) 出现低价格竞争现象	(1) 农村互联网设施的普及; (2) 道路基础设施整体改善; (3) 快递公司纷纷入驻当地; (4) 花卉创业传统; (5) 政策支持; (6) 信息网络化传播; (7) 亲情、友情、互惠互助的社会关系网络	邻村开辟“淘宝花卉批发市场”, 花木产业集群正式形成, 形成了完整的花木产业链条

续表 1

发展阶段	阻碍因素	促进因素	结果事件
2013 年至今, 转型升级阶段: 集群治理与政策扶持	(1) 产品同质化竞争; (2) 低价格恶性竞争; (3) 外来竞争者外地货源冒充本地品牌, 质量、信誉无法保证	(1) 政策支持; (2) 规范管理, 花木交易诚信专项基金和种苗网络交易诚信基金各 1000 万元; (3) 创业风险基金 1500 万元; (4) 信息网络化传播; (5) 创新网络形成; (6) 创业突破地缘限制; (7) 创业培训	产品同质化竞争, 转型升级压力大, 线上线下产业融合, 产业链不断加长加粗

资料来源: 本文整理

2. 堰下村电商创业集聚各阶段的关键影响因素及机理分析

本文将调研资料中出现词频比较高的因素进行了汇总、提炼和词频排序, 发现影响堰下村电商创业集聚的关键因素主要有区域创业文化传统、创业带头人的示范效应、基础设施状况、制度支持与政府引导四个方面, 而且这四个方面的因素与电商创业集聚的四个发展阶段存在协同演进的关系, 且各因素在每个阶段的作用不同。为了进一步明晰农村地区创业集聚形成过程、发展阶段及各阶段的主要影响因素, 本文提出如图 1 所示的整合性理论框架。

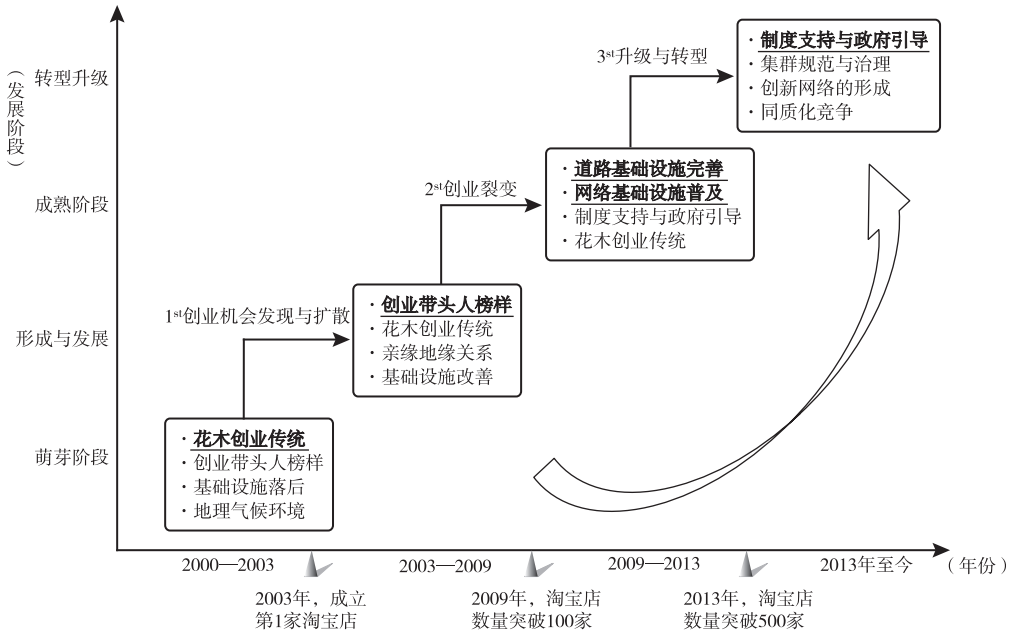


图 1 堰下村电商创业集聚发展阶段及影响因素演化模型

注: 图中加下划线部分为该阶段的关键影响因素, 未加下划线部分为协同影响因素

资料来源: 本文绘制

(1) 创业集聚前期的萌芽阶段: 地区文化传统促进创业机会的发现。近年来, 学者们普遍认为经济行为嵌入于长期的文化和制度背景之中 (Acemoglu 和 Robinson, 2015)^[33]。经济现象受到诸如民族文化心理和本地文化传统等社会文化环境的影响 (Geertz, 1963)^[34]。创业作为一种经济现象, 不可避免受到周围社会文化环境的影响。具有创业文化传统地区的人们往往拥有比较高的人力资本、创业技能和冒险精神, 从而更喜欢自我雇佣和创业。随着时间的推移, 最终形成较高水平的创业活动和创业文化。因此, 地区创业传统和创业文化氛围对个体的创业行为具有重要影响。一方

面,根据文化认同理论,在具有创新和创业氛围环境中成长的个体,会“无意识”地获得创业理念、技能和创业机会识别等方面的知识;另一方面,创业的社会关系网络和社会资源存在继承性,并在深度和广度上不断扩展(Carr 和 Sequeira,2007)^[35],进而影响其创业意向和行为。本案例中,创业文化传统对创业集聚的萌芽起到了至关重要的作用,在这种文化传统的影响下,创业带头人能够克服道路和网络基础设施条件落后的困难,发现了地理气候条件带来的适合种植花木的创业机会,创业带头人的创业行为起到了榜样示范效应,从而为创业集聚现象的形成奠定基础(如图2所示)。首先,沭阳地区具有悠久的花木创业文化传统,拥有全国最大的花木示范园区,存在更多的创业机会,村民从早期创业带头人身上学习有关产品和市场的知识和经验,了解花木市场需求,搜集市场信息和行业知识。因此,他们发现、识别和利用创业机会的能力可能优于其他地区的人群。其次,由于创业者的地区集聚性特征,使得他们拥有较强的社会关系网络,从而更容易获得创业信息。再次,创业带头人的榜样示范作用提升了村民发现和识别创业机会的能力,获取了蕴含创业机会的信息资源,增强了村民的创业意向。最后,沭阳地区适宜花木种植的地理气候条件使得村民将花木作为创业的首选,但落后的道路和网络基础设施以及不完善的物流条件阻碍了创业集聚的形成。

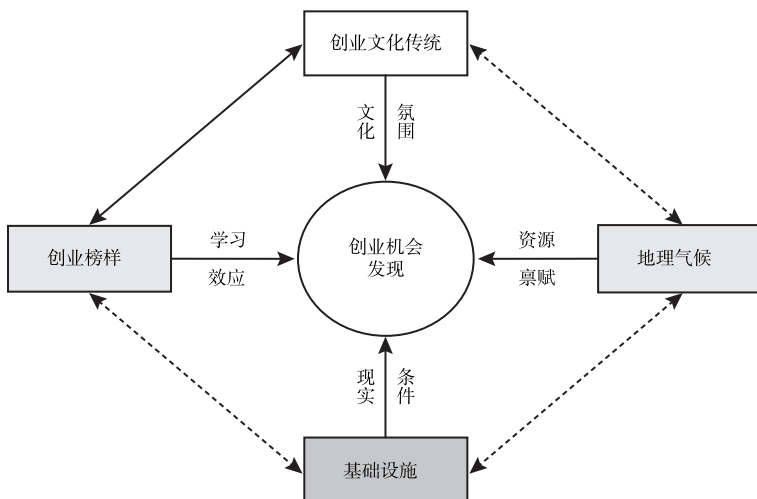


图2 创业集聚萌芽阶段的主要影响因素及协同关系

注:白色矩形框表示关键影响因素,灰色矩形框表示协同影响因素;“基础设施”矩形框的颜色比较深,表示对创业集聚产生的是负面影响;箭头表示影响方向,实线表示影响明显,虚线表示无影响或影响不明显

资料来源:作者绘制

(2)创业集聚形成及发展阶段:创业榜样效应促进创业机会的扩散。根据社会学习理论,人类的行为,尤其是复杂行为主要是后天习得的结果,受到认知与环境因素及其交互作用的共同影响(Bandura,1978)^[36]。人类所获得的行为及其行为表现可以通过观察习得,并依赖于榜样的示范作用。创业带头人在财富创造、独立性、权力、声望和创新等方面的示范作用会增强潜在创业者对创业机会的感知和信心,激发其创业动机(Cooper等,1995)^[37]。创业机会的扩散源于创业知识的溢出和模仿者对于先前创业成功企业的学习(Audretsch 和 Keilbach,2008)^[38]。有了可供模仿和复制的创业机会,那些具有敏锐的商业洞察力和较高学习天赋的村民就会迅速抓住创业机会,实现自主创业。在创业集聚形成阶段,创业带头人的榜样效应具有关键的示范引领作用,通过家族效应和邻里效应,促进了创业机会的扩散(如图3所示)。农村地区之间创业活动水平的差距主要源于地区创业文化传统和成功创业者榜样的示范作用(Lafuente等,2007)^[39]。沭阳农村地区的文化相似性和创业信息的互联互通,使得先前成功的创业者扮演了榜样的角色,有助于农民对于创业机会的识别,激发农民(如周围亲戚、朋友和邻居)的模仿型创业或复制型创业。创业榜样的存在使创业

的潜在风险对堰下村村民创业意向的阻力减小,提升了他们的创业信心,加上电商创业的门槛较低,需要的资金规模不大,越来越多的村民选择了自主创业。由于堰下村创业空间比较密集,村民“根植于”家族和邻里关系的社会网络中,很容易搜集和学习行业知识和市场信息,从而促进了创业机会的扩散,尤其是关系紧密的创业榜样有助于村民迅速进行创业资源配置,提升其创业绩效。然而,由于当地没有专门的淘宝花卉市场,互联网设施和道路基础设施正在建设过程中,没有形成完备的包装设备和物流体系。因此,创业机会的扩散只局限于村庄内部,无法形成完整的产业链条。

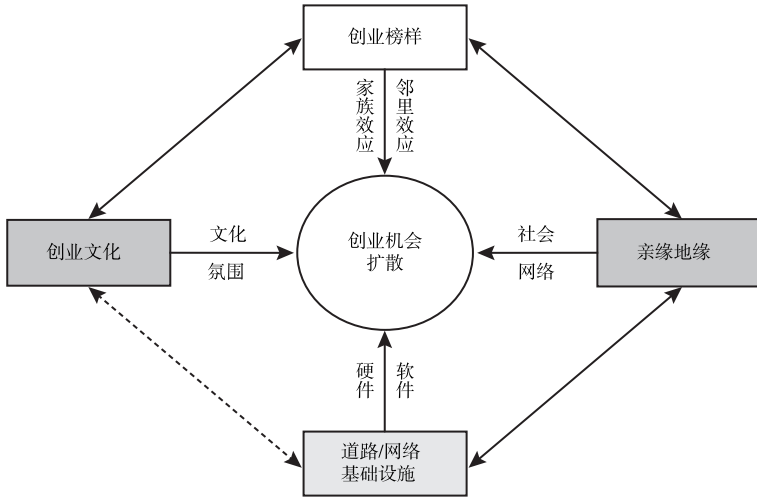


图3 创业集聚形成及发展阶段的主要影响因素及协同关系

注:白色矩形框表示关键影响因素,灰色矩形框表示协同影响因素;“基础设施”矩形框的颜色相对较浅,表示对创业集聚的影响慢慢由负转正;箭头表示影响方向,实线表示影响明显,虚线表示无影响或影响不明显

资料来源:本文绘制

(3)创业集聚的成熟阶段:基础设施的完善加速产业集群的形成。基础设施是地区经济增长和区域发展差距的重要解释因素(刘生龙和胡鞍钢,2010)^[40]。基础设施(如道路、网络等)的发展使得各个地区相互联系,降低了贸易成本,加快了知识溢出速度,增强了创业者的创业意愿和行为。根据新经济地理学的厂商区位选择理论,创业区位选择主要考量运输成本、规模经济效益和“知识溢出”效应等因素。基于上述考量,创业者往往将基础设施状况作为创业区位选择的重要条件。同时,有利于全球范围创新思想交流的网络基础设施,能够帮助创业者迅速获得互联网知识和实现快速创新。因此,基础设施建设对农村电商创业集聚和农村经济发展具有重要的促进作用。在创业集聚的成熟阶段,沭阳地区基础设施的完善能够加速产业集群的形成(如图4所示)。一方面,不断完善的道路基础设施能够大幅降低农民的创业成本,方便了产品和劳务的输出,提升了企业资源的利用效率;另一方面,创业者利用网络基础设施,获取了创业知识和信息,实时评价和交换来自不同企业的信息,搜索有价值的创业资源。随着互联网的快速发展,沭阳地区加大了互联网设施建设力度,政府通过互联网发布创业激励政策、培训通知与市场需求等信息,为农民电商创业打造了良好的网络平台。地缘、亲缘关系交织的熟人社会也为村民建立了稳定的社会关系,奠定了村民之间的信任基础,决定了创业机会扩散的差序格局,为村民创业提供了外部条件。在传统的花木创业文化氛围中,完善的网络基础设施使得沭阳地区的电商创业企业具有相似的产业文化、技术方式和便捷的沟通联系渠道,促进了配套、互补、竞争关系并存的企业之间的有序合作,提升了堰下村村民电商创业的成功率,加速了堰下村花木产业集群的形成。同时,堰下村道路和网络基础设施的改善促进了更大范围的社会网络的形成,克服了创业者与潜在投资者之间的信息不对称,使得创业者充

分获得创业融资资金。政府利用互联网规范和监督创业活动,限制创业者的机会主义行为,引导、治理并促进产业集群的健康有序发展。

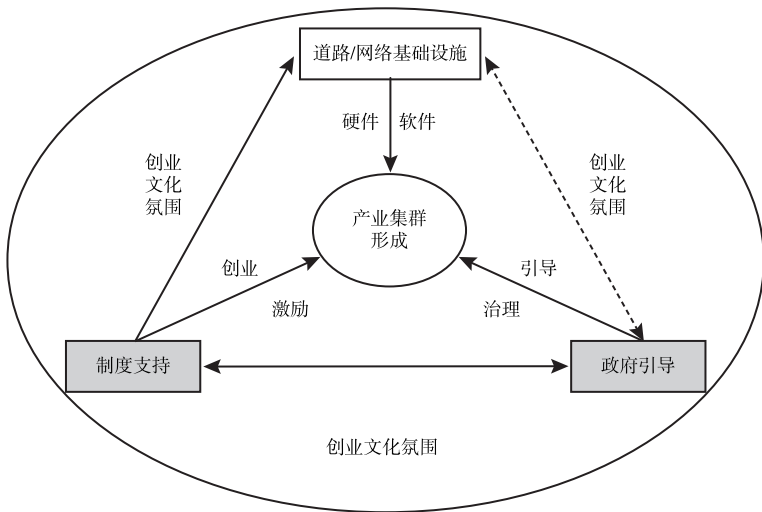


图4 创业集聚成熟阶段的主要影响因素及协同关系

注:白色矩形框表示关键影响因素,灰色矩形框表示协同影响因素;“基础设施”矩形框变成白色,表示对产业集群的形成产生的是正面影响;创业文化氛围的影响是无形的;箭头表示影响方向,实线表示影响明显,虚线表示无影响或影响不明显

资料来源:本文绘制

(4) 创业集聚的转型升级阶段:制度支持与政府引导促进集群转型与升级。制度理论认为,人类经济行为嵌入在正式或非正式的制度当中,制度可以解释不同国家或地区创业水平的差异 (Fritsch 和 Storey, 2014)^[41]。制度作为规范政治、社会和经济关系的游戏规则,为交易提供结构和秩序,减少交易风险,为人类交流提供机会。这些制度不仅影响创业水平,还会通过影响创业企业产出效率的方式影响创业活动的特征和质量 (Bruton 等, 2010)^[42]。政府政策能够促进创业并带来显著的经济效益 (O'Connor, 2013)^[43], 因此,许多地方政府出台了一系列支持和保障创业的政策和措施,人们会逐步适应并接受这些制度安排,从而规范自己的行为 (Giddens, 2014)^[44]。产业集群是推动区域经济发展的重要手段,但是由于集群中个体存在利益最大化的追求,使得产业集群发展存在一定的风险。根据集体行动理论,个体利益与集体利益存在冲突,个体在集体利益中往往存在“搭便车”行为,从而导致集体行动陷入困境。因此,政府需要通过制度支持来引导与激励村民创业,对不诚实、不守信等损害产业集群的行为进行治理,以促进产业集群转型与升级。在创业集聚转型升级阶段,沭阳地区基础设施早已完善,其影响是无形的,而制度支持与政府引导成为促进集群转型与升级的关键因素 (如图5所示)。沭阳县政府一方面积极寻求支持和引导农民创业的合理模式,如采取创业信贷援助及利息补贴措施,开展创业培训计划;另一方面,支持和鼓励创新,搭建创新网络平台,完善创新与创业网络生态系统,促进花木产业集群可持续发展。但集群发展到一定阶段,个别企业为了追求自身利益最大化,出现低价竞争、产品质量不过关或商业欺诈等同质化竞争问题。沭阳县政府采取建立网络交易诚信基金等措施重点惩罚了不规范竞争手段和不诚信商业行为,不仅提升了区域集群品牌知名度、帮助创业企业降低创业风险、提高企业家精神的回报率,还增强了花木产业集群的竞争优势。此外,沭阳县政府积极参与并强化集群治理,最大限度地规避了集群发展的负面效应,提升了产业集群的创新能力和可持续竞争力,促进了产业集群的良性发展。

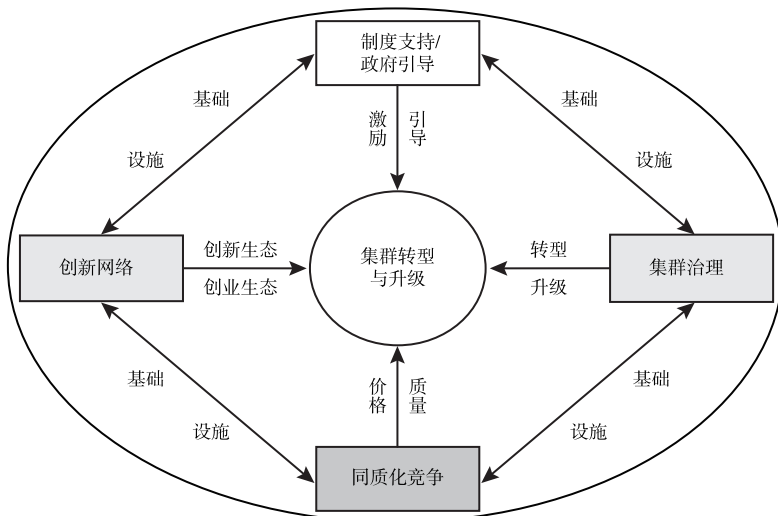


图5 创业集聚转型升级阶段的主要影响因素及协同关系

注:白色矩形框表示关键影响因素,灰色矩形框表示协同影响因素;“同质化竞争”矩形框的颜色比较深,表示对集群转型与升级产生的是负面影响;基础设施状况的影响是无形的;箭头表示影响方向

资料来源:本文绘制

四、研究发现与讨论

沭阳是江苏三个省直管试点县之一和全省人口最多县,素以变革创新闻名全国,建设了沭阳县国家级经济技术开发区和花木产业示范园区,成为“国家电子商务进农村综合示范县”。在乡村建设方面取得了令人瞩目的“沭阳速度”,创建了百亿级花木产业集群,成为全国闻名的“花木之乡”。沭阳乡村振兴战略的实现,主要取决于当地农民集体电商创业的成功。通过案例分析可以发现,沭阳堰下村“淘宝村”电商创业经历了集聚前期萌芽、形成与发展、成熟、转型与升级四个阶段,每个阶段的成功是文化、榜样、基础设施和制度综合作用的结果。在“淘宝村”集聚不同阶段,这四个方面的因素发挥的作用不同,其中基础设施状况是农村电商创业集聚形成最关键的影响因素。

1. 研究发现

通过案例分析,本文发现,创业文化传统是集聚前期萌芽阶段的关键因素,榜样示范效应是形成与发展阶段的关键因素,基础设施是集聚成熟阶段的关键因素,而制度支持与政策引导是转型升级阶段的关键因素。以关键因素的作用为核心,在其他协同因素的共同影响下,堰下村成功实现了电商创业集聚从萌芽到转型升级的演化过程。

(1)文化因素:地区文化传统激发农民识别和发现创业机会。沭阳农村电商创业具有深厚的文化土壤,通过创业使得种植和销售花木的优秀传统文化得以传承和发展,并进一步助推了花木电商创业集聚的形成。本案例发现,在集聚前期的萌芽阶段,沭阳花木创业文化传统使得农民更容易发现和识别花木创业机会。这一结论为“经济现象受到民族文化心理和本地文化传统等社会文化环境的影响”(Geertz, 1963)^[34]以及“创业机会发现能力在人群中并不是均匀分布,也不是广泛存在”(Braunerhjelm等, 2010)^[45]的观点提供数据支持。此外,本文还发现集聚前期的萌芽阶段,花木创业文化传统能够赋予当地村民创业选择的“潜意识”,培养了企业家精神,使他们能够克服初期基础设施不完善带来的困难,在艰难条件下把握创业机会。这一结论拓展了地区文化传统对创业成功的影响机制。最后,除了萌芽阶段的重要引领作用,地区创业文化传统在集聚形成与发展阶段、成熟阶段也继续发挥着支持作用。这一发现从演化视角,突出了文化因素对农村电商创业成功

的动态影响过程。

(2) 榜样因素: 创业榜样的示范效应促进创业机会的扩散。在花木创业文化传统的影响下, 沭阳许多村镇出现了一批创业带头人。这批创业带头人的榜样效应促进了创业机会的扩散, 使得创业集聚初步形成并进入发展阶段。根据社会学习理论, 沭阳农民通过观察学习村里创业带头人的行为而选择自主创业。创业榜样通过家族和邻里效应在村民之中产生良好的示范作用, 增强村民创业机会发现和识别的能力, 提升创业自我效能感和创业意向。由于创业榜样效应的存在, 创业机会一旦被发现和实现, 就会立刻被模仿和广泛的复制。而且由于农村创业空间比较紧密, 村民们“根植于”家族和邻里关系的社会网络中, 很容易搜集和学习行业知识、市场信息等创业知识, 促进了创业机会的扩散。这些发现证实了“农村地区之间创业活动水平的差距主要源于地区创业文化传统和成功创业者榜样的示范作用”(Lafuente等, 2007)^[39]的观点, 丰富了创业榜样示范效应的作用机制和作用范围的相关研究。

(3) 基础设施因素: 基础设施的完善加速产业集群的形成。在创业集聚的成熟阶段, 沭阳农民个人所形成的社会网络必须借助于互联网软硬件基础设施的应用, 并依附于一定的地理空间, 使得其创业活动表现为空间上的相对集聚。沭阳不断完善的道路基础设施能够大幅降低农民的创业成本, 方便了产品和劳务的输出; 互联网硬件设施及信息技术的迅速普及为村民创业打造了良好的网络平台, 提升了村民电商创业的成功率, 加速了产业集群的形成。这些发现证实了“基础设施因素是电商企业成功的关键”(Jennex等, 2004)^[5], 丰富了基础设施因素在创业集聚中关键地位和作用机理的相关研究。本文还发现, 在基础设施不完善的萌芽、形成及发展阶段, 可以利用创业文化传统激发创业者的创业精神、克服创业困难, 榜样示范作用也为其他创业者提供了如何克服基础设施不完善的成功经验, 为如何成功渡过创业初期的困境提供了经验借鉴。这些发现能够帮助本文从演化视角解释基础设施的重要作用, 为克服基础设施供给条件不足找到新的解决方案。

(4) 制度因素: 制度支持与政府引导促进集群转型与升级。沭阳电商创业集聚离不开政府从硬件到软件的推动和引导, 花木产业集群的转型与升级更依靠政府各个层面的制度支持以及地方政府的产业引导、规范与集群治理机制。在集群发展的初期阶段, 沭阳县政府实施的创业激励政策、提供的创业培训与指导及金融支持等公共服务可以帮助村民由潜在的创业者转变为实际创业者。而到了集群发展的中高级阶段, 政府需要支持和鼓励创新, 搭建创新网络平台, 积极参与集群治理, 从而帮助创业企业降低生产成本, 防范由于同质化、低价格竞争引起的创业风险, 提高企业家精神的回报率, 打造区域集群品牌, 提升集群竞争优势。这一结论与“制度环境是衡量创业活动水平高低的重要解释因素”(Sambharya和Musteen, 2014)^[46]的观点是一致的, 丰富了制度支持与政府引导促进集群转型与升级的机理研究。

2. 研究贡献

本文的研究贡献主要体现在如下两个方面:

(1) 研究框架和分析视角的独特性。新经济地理学在解释集聚现象的原因时, 往往从“规模经济”和“运输成本”等角度予以解释(Fujita和Krugman, 2003)^[47]。但现实中也存在一些例外情况, 比如浙江温州地区并不具备明显的“规模经济”与“运输成本低”等优越性, 但某些产业在某一狭小区域实现了高度集中, 并为特定人群所掌握(刘杰和郑风田, 2011)^[16]。显然, 这一经济现象已经超出了新经济地理学能够解释的范畴。创业活动往往与一个地区的经济发展特征互相影响(Reveiu和Dărdală, 2015)^[48]; 而且创业在空间上的聚集是相当持久的, 只是持久性的来源还没有得到很好的解释, 持久性创业精神的差异是否是跨空间创业文化差异的反映还不清楚(Stuetzer等, 2016)^[49]。Woodside等(2016)^[50]认为, 创业者的决策容易受到地区文化的影响, 有些文化配置培养了企业家创业精神, 而有些文化阻碍新企业的创建。早期的农民电商创业往往是个体自发行为,

“淘宝村”的形成与发展则离不开政策的支持,但具体政策对农民电商创业过程的影响机制则未能做出明确解释(梁强等,2016)^[20]。基础设施、知识经济、信息技术等因素在经济中扮演着越来越重要的角色(Mok,2005)^[51],但现有针对“淘宝村”电商创业集聚的研究大多忽略了基础设施因素在不同阶段的作用,“淘宝村”形成初期和发展过程中特定阶段的创业文化传统、创业示范效应及地理环境条件对集群特征的塑造和可持续影响没有得到足够的重视,集聚形成的阶段特征及其背后的制度逻辑也没有得到充分的研究。因此,本文将创业文化传统、创业榜样效应、基础设施状况、制度支持与政策引导纳入“淘宝村”电商创业集聚及演化的分析框架,体现了本文构建理论框架的创新性和选择研究视角的独特性。

(2)突出了基础设施因素在“淘宝村”集聚形成及演变过程中的动态影响。农村基础设施的改善为“淘宝村”电商创业集聚的形成和发展提供了有利条件。一方面,道路基础设施水平高的地区能够吸引更多社会生产要素的流入,比如资金、技术和高科技人才等要素(Daido和Tabata,2013)^[52];另一方面,网络基础设施能够促进各类知识的实时交换,并帮助创业企业实现快速创新。基于创业成本和便利性的考量,创业者往往将基础设施状况作为创业区位选择的重要参考依据。因此,本文重点分析了基础设施因素在“淘宝村”发展过程中的关键作用及机理。研究发现,在沭阳“淘宝村”电商创业集聚发展的初期阶段,创业文化传统部分抵消了基础设施状况落后给创业者带来的消极影响,创业带头人克服了基础设施不完善带来的创业不便,创业文化传统和创业带头人的示范作用能够帮助创业者克服基础设施供给不足带来的困难;当集聚发展到中高级阶段,基础设施的完善和政府的政策引导与支持对集群的成熟、转型与升级产生巨大的联合推动作用。本文的研究不仅解释了“淘宝村”电商创业集聚形成早期对创业传统的文化依赖性和对地理气候条件的情境依赖性,而且针对“淘宝村”的可持续发展策略及政府的公共服务供给进行了更进一步的扩展研究。本文更重要的贡献是,展示了基础设施因素在“淘宝村”创业集聚过程中的独特作用和动态影响,解释了在道路和网络基础设施不完善时创业文化传统以及创业榜样的示范作用可以帮助创业者克服困难,而基础设施的不断完善以及政府的制度支持又能促进创业集群的快速转型与升级,补充了目前理论界对于“淘宝村”创业集聚现象背后的影响因素、演变过程及阶段特征等方面的解释。

3. 政策建议

我国农村许多地区存在一些共性的特点:特色农产品深受城市居民热爱;基础设施改善;信息技术普及;网民数量规模大;外出务工的农民、求学的学生普遍接受了较高水平的教育,特别是外出农民工回乡创业,使农村人力资本水平有了大幅度提升(匡远凤,2018)^[53];政府出台了乡村振兴的战略规划,等等。具有上述特征的农村地区具备“互联网+产业”集聚发展的基础,可以根据本地区经济发展情况推动农民电商创业活动。

(1)营造区域创新创业文化氛围。企业家精神往往根植于创业者生活地区所特有的创新创业文化氛围,地方政府要注重创新创业文化氛围的培育。具体操作建议如下:1)通过定期举办创新、创意类文化节,鼓励农民展示自己的独特创意和特殊技能,并对获奖者给予一定的物质和精神奖励,激发农民的企业家精神,为农民的创造力培养营造良好的文化氛围;2)通过定期举行知识分享会,邀请创业榜样或外部专家介绍有关创业的知识和经验,传播创新创业理念,鼓励农民向成功创业者学习,从而发现、识别和利用创业机会;3)整合当地优势资源,推动创新创业活动,弘扬“工匠精神”,推出有思想、有积极价值观的创业带头人,通过创业带头人的示范作用,弘扬积极改造和创造新事物的创新精神、努力拼搏和锐意进取的创业精神、精雕细琢和精益求精的工匠精神,将先进的创新创业文化植入每个农民的思想;4)定期组织创业培训班,召集农民免费学习创业知识和技能,使农民能够了解外部市场需求等。在此基础上,传承、发展和提升优秀传统文化,延续乡村文化血脉,将传统文化

融入到创业和创新过程中,不断进行创造性转化和创新性发展,推动乡村创业促进就业行动。同时吸取城市及外来文化优秀成果,努力将农民个体的自发创业引导为乡、镇、村的集体创业行为。

(2)培育农村创业带头人。在弘扬创新创业文化的基础上,建议地方政府大力培育农村创业带头人,将致富能手、大学生创业者、返乡创业农民、乡村工匠、文化能人和非遗传承人等乡村能人扶持培养成创业榜样。具体操作建议如下:1)引进城市或其他地区的创业榜样以传、帮、带等形式引导和培养创业带头人;2)将乡村能人送到专业培训机构进行创业技能培训或龙头企业进行技术提升训练;3)定期组织外部专家、商界领袖、投资人和媒体等组成评审团,组织“农民创新创业年度人物”评选活动或“农民创新创业大赛”,定期评选创新创业标兵,挖掘优秀创业者代表,树立创业标杆人物,发挥创业榜样在农村创业创新、创业带动就业中的引领示范作用;4)通过培育农村创业带头人,鼓励明星创业企业吸纳本村劳动力,积极引导农民创新创业,推动乡村大众创业万众创新事业的发展。

(3)加大乡村基础设施投入。一方面,道路基础设施和互联网的快速发展是“淘宝村”形成的物理基础,建议大力建设适合农村电商发展的基础设施,推动农村基础设施提档升级,促进城乡基础设施互联互通,加大邮政、电话、互联网、文化、教育和创新创业服务等方面的投入力度,重点投入邮政、电话和互联网等短期可以见效的有形设施,实施新一代信息基础设施建设工程,加快乡村宽带网络和4G移动通信网络全覆盖的步伐;另一方面,信息技术的迅速普及使得农村网民人数快速增加,为农村电子商务的发展储备了大量人才,但农村网民对互联网的使用主要局限于娱乐和移动支付等基础性应用方面,建议科技和文化部门加强农村电商服务业基础建设,提供适合农民电商创业的网络和信息技术服务。具体操作建议如下:1)针对农村网民对互联网应用的局限性,提供互联网在创新创业等方面深层次应用的培训和指导;2)加快地理空间信息、物联网和智能设备等现代信息技术与电商创业的全面深度融合;3)在网络基础设施建设过程中,同步实施网络安全工作,增强农村网民的网络安全意识,保护农村网民在电子商务和互联网金融领域应用的安全性,切实提升农村信息化服务质量和水平。

(4)搭建农村创新创业网络平台。在创业集聚的转型升级阶段,政府一方面要支持和引导创业;另一方面也要对集群进行规范和治理,积极推动开放式创新网络的形成。创新网络的形成是一个社会性的互动过程,通常由公民个体自发形成或者由政府、社会组织推动形成(Phills等,2008)^[54]。政府推动形成创新创业网络的具体建议如下:1)政府及各级网商协会要建立创业孵化基地,搭建网上创新创业平台,凭借其特有的资源和信息优势,对创业的农民开展创业指导,通过各种网络渠道介绍和宣传国家创新创业政策,发布市场信息,为农民更好地创业提供全方位服务;2)电商创业集聚区要加快构建物流基础设施骨干网络,完善末端网络,推进农村物流现代化;3)鼓励邮政、快递等企业在农村地区开展物流设施网点布局,建设面向农村地区的共同配送中心,从而提升创新创业协同效应,发挥电子商务进农村综合示范作用。

(5)打造区域集群品牌。要约束集群企业利用契约不完备和信息不对称谋取不合理利益,从而保持集群的可持续发展,顺利实现集群的转型升级,就要构建科学合理的治理机制(Gereffi和Lee,2016)^[55]。具体操作建议如下:1)地方政府应加强监管与引导,给予政策指导,引进相关专家,尽快成立研究机构,对农民创业进行区域性的战略布局和定位,促进线下生产由个体经营向企业经营与邻里合作经营的转变,使集群迅速走上转型升级之路;2)成立网商协会,构建“政府牵引-网商协会跟进-企业参与”的集群共治模式,建立诚信反馈机制,由网商协会监督创业者是否诚信经营,引导行业规范有序竞争,杜绝创业者出现关联方交易、以次充好等投机取巧和不诚信行为;3)实施品牌化、差异化集群战略,推进集群品牌建设,打造区域集群品牌,提高品牌知名度,将区域集群品牌做强做大;4)鼓励创业者掌握核心技术,坚持产品的原创设计,通过集群治理降低企业成本,促进“淘宝村”的技术转型和产业升级。

参考文献

- [1] 刘亚军, 储新民. 中国“淘宝村”的产业演化研究[J]. 北京: 中国软科学, 2017, (2): 29-36.
- [2] 阿里研究院. 中国淘宝村研究报告(2017年)[R]. <https://www.useit.com.cn>, 2017.
- [3] Fariselli, P., C. Oughton, and C. Picory, et al. Electronic Commerce and the Future for SMEs in A Global Market-Place: Networking and Public Policies[J]. *Small Business Economics*, 1999, (3): 261-275.
- [4] Okoli, C., V. W. A. Mbarika, and S. Mccoy. The Effects of Infrastructure and Policy on E-business in Latin America and Sub-Saharan Africa[J]. *European Journal of Information Systems*, 2010, (1): 5-20.
- [5] Jennex, M. E., D. Amoroso, and O. Adelakun. E-commerce Infrastructure Success Factors for Small Companies in Developing Economies[J]. *Electronic Commerce Research*, 2004, (3): 263-286.
- [6] Al-shboul, M. A., and I. M. Alsmad. Building an E-commerce Infrastructure in Jordan: Challenges and Requirements[J]. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 2010, (4): 18-24.
- [7] Alahverdi, A. A. Researches Benchmarking for Identifying the Relationship between Innovation and Entrepreneurship in E-commerce[J]. *International Review of Management & Marketing*, 2017, (7): 1-8.
- [8] Hasan, M., and E. Harris. Entrepreneurship and Innovation in E-commerce[J]. *Journal of Achievements in Materials & Manufacturing Engineering*, 2009, (1): 92-97.
- [9] Molina, A., and M. Michilli. E-commerce Innovation in the Veneto Region: Sociotechnical Alignment in the Context of a Public Administration[J]. *International Journal of Entrepreneurship & Innovation Management*, 2003, (4): 1-4.
- [10] Shemi, A. P., and C. Procter. E-commerce and Entrepreneurship in SMEs: Case of myBot[J]. *Journal of Small Business & Enterprise Development*, 2018, (3): 501-520.
- [11] Leong, C., S. L. Pan, and S. Newell, et al. The Emergence of Self-organizing E-commerce Ecosystems in Remote Villages of China: A Tale of Digital Empowerment for Rural Development[J]. *Mis Quarterly*, 2016, (2): 475-484.
- [12] 蔡莉, 单标安. 中国情境下的创业研究: 回顾与展望[J]. 北京: 管理世界, 2013, (12): 160-169.
- [13] 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]. 北京: 中国农村经济, 2014, (12): 50-60.
- [14] 董坤祥, 侯文华, 丁慧平, 王萍萍. 创新导向的农村电商集群发展研究? ——基于遂昌模式和沙集模式的分析[J]. 北京: 农业经济问题, 2016, (10): 60-69.
- [15] 曾亿武, 郭红东. 电子商务协会促进淘宝村发展的机理及其运行机制——以广东省揭阳市军埔村的实践为例[J]. 北京: 中国农村经济, 2016, (6): 51-60.
- [16] 刘杰, 郑风田. 社会网络, 个人职业选择与地区创业集聚——基于东风村的案例研究[J]. 北京: 管理世界, 2011, (6): 132-141.
- [17] Avgerou, C., and B. Li. Relational and Institutional Embeddedness of Web-enabled Entrepreneurial Networks: Case Studies of Nentrepreneurs in China[J]. *Information Systems Journal*, 2013, (4): 329-350.
- [18] 梁强, 邹立凯, 王博, 李新春. 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]. 武汉: 管理学报, 2016, (8): 1125-1134.
- [19] 邹蓉, 郎晓娟, 陈池波. 社会网络视角下休闲农业创业集聚与升级研究——以湖北省 W 村为例[J]. 北京: 经济管理, 2016, (3): 145-155.
- [20] 梁强, 邹立凯, 杨学儒, 孔博. 政府支持对包容性创业的影响机制研究——基于揭阳军埔农村电商创业集群的案例分析[J]. 广州: 南方经济, 2016, (1): 42-56.
- [21] 黎常. 社会文化特征对区域创业活动影响差异研究[J]. 北京: 科学学研究, 2014, (12): 1888-1896.
- [22] 徐智邦, 王中辉, 周亮, 王慧荣. 中国“淘宝村”的空间分布特征及驱动因素分析[J]. 长沙: 经济地理, 2017, (1): 107-114.
- [23] 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]. 长沙: 经济地理, 2016, (4): 92-98.
- [24] 池仁勇, 乐乐. 基于产业集群理论的淘宝村微生态系统研究[J]. 杭州: 浙江工业大学学报(社会科学版), 2017, (4): 383-389.
- [25] 梁强, 邹立凯, 宋丽红, 李新春, 王博. 组织印记、生态位与初创企业成长——基于组织生态学视角的质性研究[J]. 北京: 管理世界, 2017, (6): 141-154.
- [26] 史修松, 魏拓, 刘琼. 农村电商产业集群发展模式与空间涉及差异研究——江苏淘宝村的调查[J]. 南京: 现代经济探讨, 2017, (11): 118-125.
- [27] 曾亿武, 邱东茂, 沈逸婷, 郭红东. 淘宝村形成过程研究: 以东风村和军埔村为例[J]. 长沙: 经济地理, 2015, (12): 90-97.
- [28] 吕丹. 基于农村电商发展视角的农村剩余劳动力安置路径探析[J]. 北京: 农业经济问题, 2015, (3): 62-68.
- [29] 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]. 北京: 中国农村

观察,2016,(3):71-81.

[30] Lin, G., X. Xie, and Z. Lv. Taobao Practices, Everyday Life and Emerging Hybrid Rurality in Contemporary China[J]. Journal of Rural Studies, 2016, (47): 514-523.

[31] Langley, A. Strategies for Theorizing from Process Data[J]. Academy of Management Review, 1999, (4): 691-710.

[32] Mohr, L. B. Explaining Organizational Behavior[M]. San Francisco: Jossey-Bass, 1982.

[33] Acemoglu, D., and J. A. Robinson. Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity and Poverty[M]. Crown Publishers, 2015.

[34] Geertz, C. Peddlers and Princes: Social Development and Economic Change in Two Indonesian Towns[M]. Chicago University Press, 1963.

[35] Carr, J. C., and J. M. Sequeira. Prior Family Business Exposure as Inter Generational Influence and Entrepreneurial Intent: A Theory of Planned Behavior Approach[J]. Journal of Business Research, 2007, (10): 1090-1098.

[36] Bandura A. Social Learning Theory of Aggression[J]. Journal of Communication, 1978, (3): 12-29.

[37] Cooper, A. C., T. B. Folta, and C. Woo. Entrepreneurial Information Search[J]. Journal of Business Venturing, 1995, (2): 107-120.

[38] Audretsch, D. B., and M. Keilbach. Resolving the Knowledge Paradox: Knowledge-spillover Entrepreneurship and Economic Growth[J]. Research Policy, 2008, (10): 1697-1705.

[39] Lafuente, E., Y. Vaillant, and J. Rialp. Regional Differences in the Influence of Role Models: Comparing the Entrepreneurial Process of Rural Catalonia[J]. Regional Studies, 2007, (6): 779-796.

[40] 刘生龙, 胡鞍钢. 基础设施的外部性在中国的检验: 1988—2007[J]. 北京: 经济研究, 2010, (3): 4-15.

[41] Fritsch, M., and D. J. Storey. Entrepreneurship in a Regional Context: Historical Roots, Recent Developments and Future Challenges[J]. Regional Studies, 2014, (6): 939-954.

[42] Bruton, G. D., D. Ahlstrom, and H. L. Li. Institutional Theory and Entrepreneurship: Where Are We Now and Where Do We Need to Move in the Future? [J]. Entrepreneurship Theory & Practice, 2010, (3): 421-440.

[43] O'Connor, A. A. Conceptual Framework for Entrepreneurship Education Policy: Meeting Government and Economic Purposes[J]. Journal of Business Venturing, 2013, (4): 546-563.

[44] Giddens, B. A. The Constitution of Society[J]. Rationality & Society, 2014, (3): 405-428.

[45] Braunerhjelm, P., Z. J. Acs, and D. B. Audretsch, et al. The Missing Link: Knowledge Diffusion and Entrepreneurship in Endogenous Growth[J]. Small Business Economics, 2010, (2): 105-125.

[46] Sambharya, R., and M. Musteen. Institutional Environment and Entrepreneurship: An Empirical Study Across Countries[J]. Journal of International Entrepreneurship, 2014, (4): 314-330.

[47] Fujita, M., and P. Krugman. The New Economic Geography: Past, Present and the Future[J]. Papers in Regional Science, 2003, (1): 139-164.

[48] Reveiu, A., and M. Dărdală. Influence of Cluster Type Business Agglomerations for Development of Entrepreneurial Activities Study about Romania[J]. Amfiteatru Economic, 2015, (38): 107-119.

[49] Stuetzer, M., M. Obschonka, and D. B. Audretsch, et al. Industry Structure, Entrepreneurship, and Culture: An Empirical Analysis Using Historical Coalfields[J]. European Economic Review, 2016, (86): 52-72.

[50] Woodside, A. G., P. M. Bernal, and A. Coduras. The General Theory of Culture, Entrepreneurship, Innovation, and Quality-of-life: Comparing Nurturing versus Thwarting Enterprise Start-ups in BRIC, Denmark, Germany, and the United States[J]. Industrial Marketing Management, 2016, (53): 136-159.

[51] Mok, K. H. Fostering Entrepreneurship: Changing Role of Government and Higher Education Governance in Hong Kong[J]. Research Policy, 2005, (4): 537-554.

[52] Daido, K., and K. Tabata. Public Infrastructure, Production Organization, and Economic Development [J]. Journal of Macroeconomics, 2013, (4): 330-346.

[53] 匡远凤. 人力资本、乡村要素流动与农民工返乡创业意愿——基于熊彼特创新视角的研究[J]. 北京: 经济管理, 2018, (1): 38-55.

[54] Phills, Jr. J. A., K. Deiglmeier, and D. T. Miller. Rediscovering Social Innovation[J]. Stanford Social Innovation Review, 2008, (4): 34-43.

[55] Gereffi, G., and J. Lee. Economic and Social Upgrading in Global Value Chains and Industrial Clusters: Why Governance Matters [J]. Journal of Business Ethics, 2016, (1): 25-38.

Research on the Motivation and Mechanism of Rural E-commerce Entrepreneurship Agglomeration: The Case Study of Shuyang “Taobao Village”

YU Hai-yun¹, WANG Chang-yu¹, ZHAO Zeng-yao²

(1. School of Business, Jiangnan University, Wuxi, Jiangsu, 214122, China;

2. Dongwu Business School, Suzhou, Jiangsu, 215021, China)

Abstract: The implementation of Rural Revitalization Strategy is an important foundation for the construction of China's rural modernization economic system. Tremendous economic achievements have been made through e-commerce entrepreneurship in many rural areas of China, and the phenomenon of e-commerce entrepreneurship agglomeration has emerged. However, the reason behind this phenomenon is not clear. From the perspective of dynamic evolution, this paper explains the formation and development process of e-commerce entrepreneurship agglomeration and the key factors affecting each development stage in rural areas through the longitudinal case study of Shuyang “Taobao Village”. It is found that the key driving factors affecting the formation, development, maturity, and transformation and upgrading of the “Taobao Village” e-commerce entrepreneurial agglomeration in Shuyang are the regional entrepreneurial culture tradition, the exemplary effect of entrepreneurial leaders, infrastructure status, institutional support and government guidance. Infrastructure status plays an important role in four stages, including negative impacts, from negative to positive impacts, positive impacts and intangible impacts. The results show that entrepreneurial cultural traditions and the exemplary role of entrepreneurial models can help entrepreneurs overcome difficulties when road and network infrastructure are imperfect, and the continuous improvement of infrastructure and government institutional support can promote the rapid transformation and upgrading of entrepreneurial clusters.

The findings of this study are as follows: (1) cultural factors: regional cultural traditions stimulated villagers to identify and discover entrepreneurial opportunities; (2) entrepreneurial leader factors: the demonstration effect of entrepreneurial leaders promoted the spread of entrepreneurial opportunities; (3) infrastructure factors: the improvement of infrastructure accelerated the formation of industrial clusters; (4) institutional factors: institutional support and government guidance promoted the transformation and upgrading of industrial clusters. It was specially stressed that the dynamic impact of infrastructure factors on the formation and evolution of “Taobao Village” agglomeration. The research contributions of this paper are mainly embodied in the following two aspects: (1) the uniqueness of the research framework and analysis perspective; (2) highlighting the dynamic impact of infrastructure factors on the formation and evolution of “Taobao Village” agglomeration.

Many rural areas in China have the foundation of “Internet + industry” agglomerating development, and the government can encourage peasants to start businesses in the following ways: (1) creating culture atmosphere of regional innovation and entrepreneurship, and actively cultivating entrepreneurial spirit; (2) regularly selecting innovative and entrepreneurial pacesetter, and striving to propagandize the role model effect of entrepreneurial leaders; (3) increasing input in infrastructure and raising the level of rural informationization; (4) building an innovation and entrepreneurship network platform, and establishing an open innovation network; (5) developing the regional cluster brand, promoting transformation and upgrading of industrial clusters. That is, local governments' policy-making should focus on the infrastructure investment, the cultivation of entrepreneurial leaders and the guidance and governance of industrial clusters, while attaching importance to the role of innovation and entrepreneurial culture atmosphere in promoting villagers' entrepreneurship and rural economic growth, so as to promote the realization of Rural Revitalization Strategy.

Key Words: e-commerce entrepreneurial agglomeration; entrepreneurial culture tradition; entrepreneurial leader; infrastructure status; institutional support and guidance

JEL Classification: L26, L38, O18, P42

DOI:10.19616/j.cnki.bmj.2018.12.003

(责任编辑:刘建丽)