

农村电子商务空间集聚差异及影响机制研究

——以淘宝村为例

郭利京 杨慧

安徽财经大学经济学院 安徽 蚌埠 233030

【摘要】：运用空间自相关方法，选取2015-2022年阿里研究院发布的淘宝村空间数据，分析淘宝村空间集聚差异及其影响机制。结果发现：（1）我国淘宝村分布呈现空间集聚现象，2022年东部地区淘宝村数量高达7222个，占全国的92.83%，空间集聚明显；（2）全国淘宝村在市域尺度上存在着空间自相关性，呈现空间关联性和外溢性，“高-高”集聚类型持续增加；（3）产业结构、交通发展、邮政及快递产业发展水平等因素均有利于促进淘宝村发展。为推进广大中西部地区农村电子商务快速发展，提出完善政府政策支持、加强农村新型基础设施建设、发挥淘宝村邻近示范效应等政策，具有重要理论和现实意义。

【关键词】：农村电子商务；淘宝村；空间集聚；影响机制

DOI:10.12417/3041-0630.26.06.062

1 引言

目前，以电子商务为代表的数字经济商业生态已经形成。我国政府对农村电子商务发展十分重视，2026年中央“一号文件”提出实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程^[1]，引导电商企业发展农村电商新基建，提升农产品物流配送、分拣等电商基础设施数字化、网络化、智能化水平。农村电子商务快速发展带动了乡村数字经济，推动乡村三次产业融合，有利于实现乡村人才振兴与组织振兴。依据阿里研究院中国淘宝村研究报告，淘宝村是指在农村地区，以行政村为单位，电商年销售额达到1000万元，活跃网店数量达到100家或活跃网店数量占当地家庭户数10%的村庄^[2]。这些村庄通过电子商务平台，将农产品、手工艺品等特色产品推广到全国甚至全球市场，实现了农村地区产业升级和经济发展。

那么，当前我国农村电子商务发展在空间上具有什么特征，是集聚还是分散，不同地区发展水平有什么差异？其影响因素有哪些？因此，本文基于2015-2022年阿里研究院发布的淘宝村数据，研究我国农村电子商务的空间分布特征，厘清其集聚与发展规律，揭示农村电子商务发展的影响机制，为电子商务赋能农村经济高质量发展提供科学依据。

2 数据来源与研究方法

淘宝村数据来自阿里研究院发布的《中国淘宝村研究报告2015-2022》，中国行政区划图来自国家基础地理信息中心；在淘宝村发展影响机制分析中，省级数据来源于历年《中国统计年鉴》、中经网数据库等。实证分析中，为消除各指标之间多

重共线性问题，对产业结构和人口规模采取了对数化处理。虽然淘宝村首次出现在2009年，鉴于2015年之前淘宝村发展具有随机性，在此之后淘宝村发展重心和方向趋于稳定，因此本文采用2015-2022年淘宝村数据。

空间自相关分析是一种研究空间变量之间相关性的方法，包括全局空间自相关和局部空间自相关。将二者结合，能够全面揭示淘宝村空间分布特征和集聚状况^[3]。

3 我国淘宝村空间格局演化特征

3.1 淘宝村地理格局集聚特征

利用2016、2022年阿里研究院发布的淘宝村数据，可得淘宝村整体空间格局演化分布情况。2016-2022年间淘宝村出现了较强的空间集聚特征，不同地区集聚差异较大。2016年全国淘宝村总数为1311个，东、中、西部、东北地区淘宝村数量为1281个、21个、4个、5个，分别占全国淘宝村总量的97.71%、1.60%、0.31%、0.38%，可知绝大部分淘宝村集聚在东部地区；2022年全国淘宝村总数为7780个，是2016年的5.93倍。东、中、西部、东北地区淘宝村数量分别为7241个、415个、114个、10个，占全国淘宝村总量的93.07%、5.33%、1.47%、0.13%。可见，从数量上看，东部地区淘宝村持续稳定增加、中部地区增长较缓，西部、东北地区增长不明显，原因可能是东部地区经济交通发达，为淘宝村发展提供了稳定物质基础；而西部地区互联网设施、数字支付等新型基础设施不足，不利于淘宝村发展^[4]。

作者简介：郭利京（1981-），男，教授，主要从事农业经济、农业资源与环境相关研究；杨慧（2000-），女，硕士研究生，主要从事产业经济学研究。基金项目：安徽省社科联攻关项目：安徽农村电子商务产业集群演化机制研究（2022CX042）。

3.2 全局空间自相关和局部空间自相关分析

3.2.1 全局空间自相关分析

以地级市为研究单元，运用全局空间自相关方法检验2015-2022年全国淘宝村空间集聚程度以及整体相关性；运用局部空间自相关方法分析淘宝村局部集聚情况，这两个指标可以较为全面的分析全国淘宝村空间分布特征。

以地级市为研究单元，可得全局空间自相关指数I均显著大于0.3，表明全国淘宝村分布存在显著的空间正自相关。这意味着淘宝村数量较多的地市在空间上往往相邻或者处于同一区域，这种空间正自相关的存在可能是因为经济发展水平、地理位置、政策支持等因素的作用。2015-2022年，全局空间自相关系数I在0.310到0.361之间波动，最高值为2016年0.361，说明同类型淘宝村在空间上存在集聚性。

3.2.2 局部空间自相关分析

为了深入研究不同区域淘宝村空间集聚差异性，选取2016、2022年作为研究年份，使用ArcGIS10.8软件对淘宝村进行局部空间自相关分析，得到LISA集聚类型图指数i^[5]（图1）。

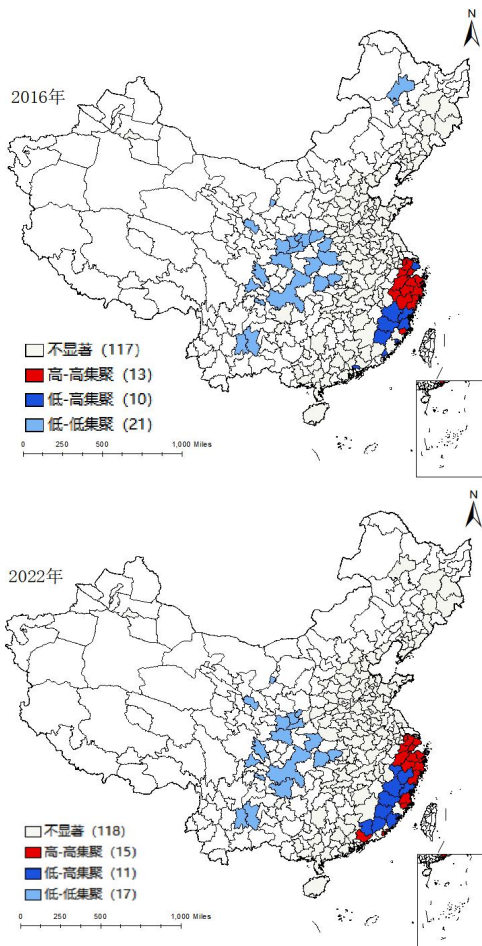


图1 2016、2022年中国淘宝村LISA图

由图1可知，全国淘宝村空间分布有4种集聚类型，分别为低-低、低-高、高-高以及不显著。不显著地区指淘宝村空间分布没有通过置信区间为0.1检验，分布具有随机性。2016年全国一共有13个“高-高”集聚区、10个“低-高”集聚区，21个“低-低”集聚区。其中“高-高”集聚主要分布在浙江省和江苏省，温州、台州、丽水、衢州、金华、绍兴、宁波、杭州、湖州、嘉兴、苏州、无锡均为“高-高”集聚，福建省仅有一个莆田市为“高-高”集聚区。这些地区淘宝村集聚程度较高、邻接性较强、区域差异较小^[6]。“低-高”集聚区分布在东莞、珠海、潮州、厦门、龙岩、福州、三明、南平、宁德、上海等地市，其与“高-高”集聚区紧密相连。“低-低”集聚区主要分布在中西部和东北部，淘宝村集聚程度较弱，具有分散性。2022年，“高-高”集聚区新增汕头市和上海市，“低-高”集聚区减少了上海市，“低-低”集聚区减少了齐齐哈尔市。

4 农村电子商务空间集聚影响机制分析

4.1 影响机制实证分析

全国淘宝村呈现空间集聚现象是长期发展的结果，由多种因素共同作用。由表1知，被解释变量农村电子商务空间集聚情况用地市淘宝村数量(TBCnum)表示。交通水平可以缩短运输时间，增加农村商品竞争优势；产业结构是农村电商发展的原生动力。因此，解释变量从经济环境、交通水平、产业基础三方面选取6项指标：人口规模(lnpop)、经济发展水平(gdp)、农村财政支出(village)表示经济环境；交通发展水平(tra)、邮政及快递(email)表示交通水平，产业结构(lnstru)表示产业基础。

表1 变量及其定义

变量类别	变量名称	变量含义(单位)
被解释变量	“淘宝村”数量(TBCnum)	当年“淘宝村”数量(个)
解释变量	农村财政支出(village)	地方财政预算一般支出(千亿元)
	产业结构(lnstru)	Ln(第一产业产值占地区生产总值的比值)
	人口规模(lnpop)	Ln(年末常住人口)
	邮政及快递(email)	邮政业务总量(亿元)
	交通发展水平(tra)	交通运输、仓储和邮政业法人单位数(个)
	经济发展水平(gdp)	人均地区生产总值(元/人)

由表2列(1)淘宝村集聚机制实证结果可知，修正R²为0.687，表明模型拟合较好。农村财政支出、邮政及快递、产业

结构、经济发展水平、交通发展水平均在1%水平上显著，人口规模在10%水平上显著，表明这些因素对淘宝村空间集聚具有影响。其中，产业结构、人口规模、邮政及快递、交通发展、经济发展水平回归系数分别为79.586、74.798、0.32799、0.009、0.003，说明其对淘宝村空间集聚具有正向促进作用；农村财政支出回归系数为-57.534，说明其抑制了淘宝村空间集聚，可能是农村财政支出主要用于基础设施建设、农业补贴、农村社会保障等方面，对农村电商投入相对较少，致使互联网设施、数字支付等新型基础设施建设不足，不利用农村电子商务的发展。产业结构有利于淘宝村空间集聚水平，产业之间的交叉合作与协同发展可以带来更多创新和竞争优势，提升淘宝村竞争力与吸引力，进一步推动空间集聚。邮政及快递发展水平对淘宝村空间集聚起到了重要促进作用。

表2 淘宝村空间集聚机制的实证分析及稳健性检验

变量	(1)	(2)	(3)
	OLS	替换解释变量	样本缩尾
	TBCnum	TBCnum	TBCnum
village	-57.534*** (12.962)	-75.509*** (8.790)	-62.926*** (10.136)
lnpop	74.798* (42.217)	162.034*** (29.682)	80.246** (32.863)
gdp	0.003*** (60.242)	0.003*** (0.001)	0.002*** (0.001)
lnstru	79.586*** (27.588)	51.089*** (18.968)	75.540*** (21.260)
email	0.328***	0.001***	0.354***

参考文献:

[1] 刘欣煜,李松泽,黄季焜.电子商务对农户销售和生产的影响:基于销售渠道选择视角[J].中国农村观察,2026,47(02):24-44.

[2] 温涛,刘正桃.数字能力、电子商务与农村家庭发展韧性[J].财贸研究,2026,37(02):67-83.

[3] 斯丽娟,曹昊煜,郭家宝.数字技术应用、任务偏向与县域城镇化——来自国家电子商务示范城市的典型案例与经验证据[J].经济研究,2026,61(01):49-71.

[4] 连宏萍,张诗斐,韩文静.电子商务如何驱动县域数字创新生态系统形成——以山东省曹县为例[J].中国流通经济,2026,40(01):55-69.

[5] 宣智翀,李欣荣,陈哲,等.电子商务发展对农村居民膳食质量的影响——基于“电子商务进农村综合示范”政策的实证研究[J].中国农村经济,2025,(12):84-105.

[6] 于松,高建中.电子商务参与、农户价值链权力与农户增收——来自陕西省805户苹果种植户的证据[J].农业技术经济,2025,(10):26-48.

	(0.027)	(0.003)	(0.023)
tra	0.009*** (0.001)	0.00542*** (0.009)	0.009*** (0.001)
constant	-422.537 (316.707)	-1050.149*** (222.699)	-441.775* (246.402)
N	224	224	224
R2	0.695	0.854	0.786
Adj.R2	0.687	0.850	0.780
N	224	224	224
R2	0.695	0.854	0.786
Adj.R2	0.687	0.850	0.780

注：上标*、**、***分别表示统计量在0.1、0.05、0.01水平上显著。

5 结论与政策启示

基于2015-2022年中国淘宝村数据，对淘宝村空间集聚特征及影响机制进行分析，结论如下：（1）全国淘宝村分布呈现空间集聚现象，东部地区集聚程度高。（2）淘宝村在市域尺度上存在着空间自相关，地级市之间具有空间关联性和外溢性，“高-高”集聚类型逐渐增加，且多数分布在江苏、广东以及浙江等省份。（3）淘宝村空间集聚和发展受多种因素影响，其中交通发展水平、产业结构以及邮政和快递发展水平对淘宝村空间集聚影响较大。

基于此，中西部和东北地区应善于抓住机遇，创造良好的电商经营环境，提升公共服务水平，积极支持农村电商发展，培育与地方特色相关的淘宝村，推动当地新型产业发展，促进乡村振兴，为提高农民收入、实现农业农村现代化提供支持。