

分类号\_\_\_\_\_

密级\_\_\_\_\_

UDC\_\_\_\_\_

编号\_\_\_\_\_

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

论文题目：生态系统视角下的甘肃省淘宝村发展策略研究

研究生姓名：王慧

指导教师姓名、职称：杨春林 教授

学科、专业名称：管理科学与工程

研究方向：电子商务

提交日期：2024年05月31日

## 独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 王慧

签字日期： 2024.5.31

导师签名： 杨春林

签字日期： 2024.5.31

## 关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1. 学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2. 学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 王慧

签字日期： 2024.5.31

导师签名： 杨春林

签字日期： 2024.5.31

**Study on the development strategy of  
Taobao Village in Gansu Province from the  
perspective of ecosystem**

**Candidate: Wang Hui**

**Supervisor: Yang Chunlin**

## 摘 要

互联网技术和电子商务逐步普及为乡村经济发展注入新动力,以淘宝村为代表的农村电商在全国各地纷纷出现,推动乡村振兴,助力乡村发展。淘宝村是电子商务发展新模式,它的出现能够上缩小城乡差距,使得城乡发展更加协调。然而我国淘宝村发展区域化差异较大,大体表现为南多北少,经济较发达地区淘宝村数量多、发展较为完善,经济欠发达区域淘宝村数量较少、发展速度缓慢。就甘肃省淘宝村发展而言,相较于我国其他省份,甘肃省经济发展较为落后,淘宝村发展也处于起步阶段,还存在许多制约因素。为推动甘肃省淘宝村稳步发展,促进乡村发展,以甘肃省淘宝村为研究对象,基于生态系统视角分析甘肃省淘宝村发展影响因素,并提出改善甘肃省淘宝村发展的对策与建议。研究过程和结论如下所述:

(1) 通过文献分析法梳理淘宝村研究领域主题主要聚焦于淘宝村助力乡村振兴、淘宝村形成动力机制、发展历程、空间分布以及分布特点和淘宝村产业集群研究四个方面,随后结合甘肃省淘宝村发展现实情况确定研究问题,即生态系统视角下的甘肃省淘宝村发展影响因素。最后,依据商业生态系统理论和已有研究构建甘肃省淘宝村发展生态系统模型,确定评价指标。

(2) 基于研究模型,设计调研问卷,收集研究数据。数据收集分两阶段进行:第一阶段收集数据进行预调查。在此阶段共计回收问卷 202 份,剔除无效问卷后,共计获得 141 份有效问卷。第二阶段收集研究所需全部问卷。经过为期三个月的收集,最终获取 556 份数据用于后续实证分析,其中有效问卷数 433 份,问卷有效率达 77.9%。

(3) 利用 SPSS 25.0 数据分析软件对所获得数据进行因子分析,将 27 个甘肃省淘宝村发展影响因素降维,最终获得 4 类公因子:宏观环境层因素、供应链层因素、支持层因素以及附着层因素。随后,在因子分析的基础上,选择以上述 4 类公因子为自变量,以甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度为因变量构建回归方程进行回归分析,以确定 4 类公因子对甘肃省淘宝村发展的影响程度大小。回归分析结果显示:按照各公因子作用力大小进行排序依次是宏观环境层因素、附着层因素、支持层因素、供应链层因素。

(4) 基于因子分析和回归分析结果,为促进甘肃省淘宝村发展,可以从以

下方面来改善甘肃省淘宝村发展：整合利用甘肃省自然资源促进淘宝村持续发展；构建完善的淘宝村法律保障体系；提升甘肃省整体经济发展水平；积极出台电商扶贫相关政策法规；促进系统内部核心群体和关键群体协调发展；形成长期合作的供应商；创新发展模式，打造产业品牌；推进甘肃省农村金融服务工作；促进农村电子商务物流服务体系建设和深入推进农村通信网络基础设施建设升级；引进专业化淘宝村电商发展服务公司；引导成立电商协会以及构建完善的淘宝村电商人才培养机制，助力甘肃省淘宝村健康、可持续发展，推动乡村振兴大力发展。

**关键词：**农村电商 淘宝村 生态系统 因子分析 回归分析 发展策略

## Abstract

The gradual popularization of Internet technology and e-commerce has injected new impetus into the development of rural economy, and rural e-commerce represented by Taobao Village has emerged across the country, promoting rural revitalization and helping rural development. Taobao Village is a new model of e-commerce development. Its emergence can narrow the gap between urban and rural areas and make urban and rural development more coordinated. However, the regional differences in the development of Taobao villages in China are generally shown as more in the south and less in the north. The number of Taobao villages in economically developed areas is large and the development is relatively perfect, while the number of Taobao villages in economically underdeveloped areas is small and the development speed is slow. In terms of the development of Taobao Village in Gansu province, compared with other provinces in our country, the economic development of Gansu province is relatively backward, and the development of Taobao village is also in the initial stage, there are many restrictive factors. In order to promote the steady development and rural development of Taobao Village in Gansu province, this paper takes Taobao Village in Gansu Province as the research object, analyzes the influencing factors of the development of Taobao Village in Gansu province from the perspective of ecosystem, and puts forward countermeasures and suggestions to improve the

development of Taobao Village in Gansu province. The research process and conclusions are as follows:

(1)The research topics of Taobao village were sorted out through literature analysis, mainly focusing on four aspects: Taobao village's support for rural revitalization, Taobao Village's formation driving mechanism, development history, spatial distribution and distribution characteristics, and Taobao Village industrial cluster research. Then the research questions were determined based on the actual development situation of Taobao Village in Gansu Province. That is, the influencing factors of the development of Taobao village in Gansu Province from the perspective of ecosystem. Finally, based on the business ecosystem theory and the existing research, the development ecosystem model of Taobao village in Gansu Province was established to determine the evaluation indicators.

(2)Based on the research model, design the survey questionnaire and collect the research data. Data collection is carried out in two stages: the first stage collects data for pre-survey. In this stage, a total of 202 questionnaires were recovered, and 141 valid questionnaires were obtained after excluding invalid questionnaires. The second stage requires all questionnaires. After three months of collection, 556 data were finally obtained for follow-up empirical analysis, among which 433 were valid questionnaires, and the questionnaire efficiency reached 77.9%.

(3) SPSS 25.0 data analysis software was used to conduct factor analysis on the obtained data, and 27 influencing factors of the development of Taobao villages in Gansu Province were reduced in dimension. Finally, four types of common factors were obtained: macro environment layer factor, supply chain layer factor, support layer factor and adhesion layer factor. Then, on the basis of factor analysis, the above four types of common factors were selected as independent variables, and the degree of ecosystem development perfection of Gansu Province's Taobao village was taken as dependent variable to construct regression equation for regression analysis, so as to determine the degree of influence of the four types of common factors on the development of Gansu Province's Taobao village. The results of regression analysis show that: according to the force of each common factor, the order is macro environment layer factor, adhesion layer factor, support layer factor, supply chain layer factor.

(4) Based on the results of factor analysis and regression analysis, in order to promote the development of Taobao Village in Gansu Province, the development of Taobao Village in Gansu Province can be improved from the following aspects: integrate and utilize the natural conditions of Gansu province to promote the sustainable development of Taobao village; Construct perfect Taobao village legal guarantee system; Improve the overall economic development level of Gansu Province; Actively

promulgation of e-commerce poverty alleviation policies and regulations; Promote the coordinated development of core groups and key groups within the system; Form long-term cooperative suppliers; Innovate development mode, build industrial brand; Promote rural financial services in Gansu Province; Promote the construction of rural e-commerce logistics service system; Further promote the upgrading of rural communications network infrastructure; The introduction of specialized Taobao village e-commerce development service company; Guide the establishment of an e-commerce association and the construction of a sound training mechanism for e-commerce merchants in Taobao Village, help the healthy and sustainable development of Taobao Village in Gansu Province, and promote the vigorous development of rural revitalization.

**Keywords :** Rural e-commerce; Taobao village; Ecosystem; Factor analysis; Regression analysis; Development strategy

# 目 录

<b>1 绪论</b> .....	<b>1</b>
1.1 研究背景与意义 .....	1
1.2 国内外研究现状 .....	2
1.2.1 淘宝村研究领域发展现状分析 .....	3
1.2.3 淘宝村形成动力机制和发展历程研究 .....	4
1.2.4 淘宝村的空间分布以及分布特点的研究 .....	5
1.2.5 淘宝村产业集群研究 .....	5
1.3 研究主要内容及方法 .....	6
1.3.1 研究主要内容 .....	6
1.3.2 研究方法 .....	7
1.4 研究框架 .....	7
1.5 研究创新点 .....	9
1.6 本章小结 .....	9
<b>2 理论基础与相关概念</b> .....	<b>11</b>
2.1 理论基础 .....	11
2.1.1 商业生态系统理论 .....	11
2.1.2 产业集群理论 .....	12
2.1.3 组织支持理论 .....	12
2.2 相关概念 .....	13
2.2.1 淘宝村概念 .....	13
2.2.2 淘宝村生态系统概述 .....	13
2.3 本章小结 .....	14
<b>3 甘肃省淘宝村发展现状分析与研究模型构建</b> .....	<b>15</b>
3.1 甘肃省淘宝村电子商务发展基本情况 .....	15
3.1.1 数据来源 .....	15
3.1.2 甘肃省淘宝村发展概况 .....	16

3.1.3 甘肃省淘宝村发展宏观环境分析 .....	17
3.1.4 甘肃省淘宝村电子商务物流体系现状分析 .....	18
3.1.5 甘肃省淘宝村电子商务通信基础设施现状分析 .....	20
3.2 甘肃省淘宝村生态系统模型构建 .....	21
3.2.1 构建原则 .....	21
3.2.2 模型构建 .....	21
3.3 淘宝村生态系统评价指标体系构建 .....	24
3.3.1 选取原则 .....	24
3.3.2 评价指标选取 .....	24
3.4 本章小结 .....	27
<b>4 数据收集与实证分析 .....</b>	<b>28</b>
4.1 数据收集与处理 .....	28
4.1.1 问卷设计 .....	28
4.1.2 问卷发放与回收 .....	28
4.2 预调查 .....	29
4.2.1 问卷信度分析 .....	29
4.2.2 问卷效度分析 .....	31
4.3 正式调查 .....	31
4.3.1 受访者人口统计学信息分析 .....	32
4.4 数据统计分析 .....	33
4.4.1 描述性统计分析 .....	33
4.4.2 问卷信度分析 .....	35
4.4.3 问卷效度分析 .....	37
4.5 因子分析 .....	38
4.5.1 甘肃省淘宝村生态系统发展影响因素变量 .....	38
4.5.2 提取甘肃省淘宝村生态系统发展主要影响因素 .....	40
4.5.3 进行因子旋转 .....	41
4.6 相关性分析 .....	43
4.7 回归分析 .....	45

4.7.1 回归模型构建 .....	45
4.7.2 显著性检验 .....	45
4.7.3 构建回归方程 .....	46
4.7.4 研究结果分析 .....	47
4.8 本章小结 .....	48
<b>5 甘肃省淘宝村发展策略分析 .....</b>	<b>50</b>
5.1 完善甘肃省淘宝村生态系统宏观环境层发展 .....	50
5.1.1 整合利用甘肃省自然资源促进淘宝村持续发展 .....	50
5.1.2 建立完善的淘宝村法律保障体系 .....	51
5.1.3 提升甘肃省整体经济发展水平 .....	51
5.1.4 积极出台电商扶贫相关政策法规 .....	51
5.2 完善甘肃省淘宝村生态系统供应链层发展 .....	52
5.2.1 推动核心群体与关键群体协调发展 .....	52
5.2.2 形成长期合作的供应商 .....	53
5.2.3 创新发展模式，打造产业品牌 .....	53
5.3 完善甘肃省淘宝村生态系统支持层发展 .....	54
5.3.1 推进甘肃省农村金融服务工作 .....	54
5.3.2 促进农村电商物流体系建设 .....	55
5.3.3 深入推进农村通信网络设施建设升级 .....	55
5.4 完善甘肃省淘宝村生态系统附着层发展 .....	56
5.4.1 引进专业化淘宝村电商发展服务公司 .....	56
5.4.2 引导成立电商协会 .....	56
5.4.3 构建淘宝村电商人才培养机制 .....	57
5.5 本章小结 .....	57
<b>6 结论与展望 .....</b>	<b>59</b>
6.1 结论 .....	59
6.2 研究局限与展望 .....	60
6.2.1 研究局限 .....	60
6.2.2 未来展望 .....	60

**参考文献 ..... 61**

**致 谢 ..... 67**

**攻读硕士学位期间已发表论文及待发表论文 ..... 70**

**附录 1 甘肃省“淘宝村”（农村电商）发展现状调研问卷 ..... 71**

**附录 2 甘肃省“淘宝村”（农村电商）发展影响因素调研问卷 ..... 75**

# 1 绪论

基于电子商务生态系统，淘宝村的发展不仅受支持、核心、关键与附着四个群体的影响，还受到地理位置与资源等自然条件、信息化水平与交通等基础设施建设、政策法律环境、人文环境和商业环境等多方面外部因素影响。深入分析甘肃省淘宝村发展的影响因素，结合甘肃省独特的地理位置和资源条件、信息化水平和交通等基础设施建设水平、政策法律环境、人文环境以及商业环境等方面，有针对性地提出促进甘肃省淘宝村发展的策略与措施，有助于推动甘肃省淘宝村发展壮大，带动农民增收，促进甘肃省区域经济高质量发展，加快乡村振兴建设步伐，带来良好的经济效益与社会效益。

一方面，研究对基于生态系统视角的甘肃淘宝村发展的研究，能够促进“互联网+电子商务”模式下，乡村电子商务迅速发展，促进甘肃省电子商务总体发展水平的提高，满足电子商务转型升级的需求。另一方面，可从甘肃省淘宝村的规范化发展中深入挖掘多种功能和多重价值，依据区位条件、资源特性和市场需求，突出甘肃省淘宝村的发展特色，加快乡村振兴步伐，培育发展特色化、多样化以及差异化的乡村电子商务，打造多元化且要素齐全的乡村电子商务体系。

此外，淘宝村的发展能够促进乡村产业基础设施建设，推动乡村产业集群的形成，为农民增收与区域经济高质量发展提供了有力保障。在带来良好经济效益的同时，规范淘宝村建设，有助于新型农民的培养和淘宝村相关从业者电子商务交易知识和经营能力的提高，进而推动新型乡村建设，有利于消化农村剩余劳动力，提升农民收入与生活质量，缩小城乡差距，促进乡村振兴与城乡一体化建设的快速实施，带来良好的社会效益。

## 1.1 研究背景与意义

互联网时代的到来以及互联网公司的发展不仅为我国电子商务的发展奠定了坚实的时代背景与技术基础，还代表着电子商务活动取得初步成就，成为开启电子商务时代新篇章的重要标志<sup>[1]</sup>。近几年来，我国电子商务发展势头良好、电子商务交易金额与普及率越来越高，重要性也日益凸显，是数字经济发展过程中规模、增速以及覆盖范围最为广泛的重要部分，也是实体经济与数字经济融合发

展的重要推动力。特别地，在新冠肺炎疫情大流行时期，由于电子商务的应用在一定程度上可以减少人员接触，从而降低感染病毒的风险，因此，在新冠肺炎疫情大流行背景下，电子商务成为抗疫保供生力军，受疫情冲击影响较小。据相关统计报告显示，2022年6月，我国网络消费用户规模为8.41亿，约占全体网民的80%。电子商务交易活动已然成为人们日常生活中最主要的消费方式之一<sup>①</sup>。

“淘宝村”是电子商务发展过程中衍生出来的一种新形式，据南京大学空间规划研究中心和阿里研究院最新研究结果显示，2021年全国淘宝村数量突破7000大关达到7023个，较上年增加1598个，连续第四年增量保持在1000以上。2021年全国淘宝村数量在原有高基数的基础上仍保持了约30%的增长<sup>[2]</sup>。同时，淘宝村在新冠肺炎疫情大流行情境之下依然存在这增长趋势，这表明借助数字经济和互联网技术的农村电商发展潜力较大、发展空间广阔。淘宝村既可以促进乡村经济增长，又可以助力共同富裕。

甘肃省独特的地形条件和气候类型造就了该省存在丰富的自然与农业资源等多种资源条件，资源优势较明显；但是由于其地处我国西北地区，相较于中东部沿海地区经济发展较为落后。由阿里研究院公布的数据可知，从区域分布上看，东部沿海地区的淘宝村数量具有较大优势，达到6538个，占到全国淘宝村总数的93.1%，中部地区的淘宝村增速普遍超过东部沿海地区，西部地区（如甘肃省）淘宝村发展存在数量少、发展与建设速度比较缓慢以及发展机制不够完善等劣势。因此，研究旨在从生态系统视角出发，以甘肃省淘宝村发展影响因素为研究主题，基于其发展现状并结合当地的各种资源条件，形成一套可在该地区乃至我国经济欠发达地区推广的“淘宝村”持续健康发展的有效模式，以更好的促进甘肃省农村经济持续健康发展。

## 1.2 国内外研究现状

自2009年我国诞生第一批淘宝村以来，学术界以“淘宝村”为主题的研究也逐渐提上日程。对该领域内的研究现状与发展趋势进行分析与总结，可以帮助研究者厘清该领域的研究态势和未来的研究趋势<sup>[3]</sup>。目前，针对淘宝村发展的研究通常是基于乡村振兴视角，选择已经建立的淘宝村为研究对象，分析和探讨其

<sup>①</sup> 数据来源于第50次《中国互联网络发展状况统计报告》

发展历程、发展现状、形成机理、产业聚群以及它的减贫增收效应等<sup>[4-6]</sup>；其次，结合淘宝村的区位分布分析其空间集聚变化，从而表明其集聚机理以及产业集成规律<sup>[7-9]</sup>。总体来看，研究聚焦点在于乡村振兴、淘宝村形成机制与发展模式、空间分布特征与影响因素以及产业集群等，其侧重点在于我国中东部经济发展较为良好的地区，而经济发展较为落后的西北部地区的淘宝村研究相对匮乏。

### 1.2.1 淘宝村研究领域发展现状分析

整体来看，可以将现有淘宝村研究分为三个阶段，第一阶段：淘宝村研究萌芽时期。随着我国第一批淘宝村的诞生，学术界对淘宝村的研究也提上日程。在此期间，该领域的研究关注点聚焦于电子商务、“互联网+”以及网络经济等宏观方面<sup>[10]</sup>；而随着淘宝村数量的增加，学者们转而对其空间变迁和分布等进行研究，并得出了我国淘宝村数量上呈现出了南多北少、经济较发达地区数量较经济欠发达地区多的结论<sup>[11]</sup>；第二阶段：淘宝村研究发展时期。在这一阶段，研究主要聚焦于以下两方面：一方面，学者们更注重选取我国中东部地区淘宝村为案例，进而研究它的发展现状、形成机制和特征，并针对其发展中面临的问题提出建议<sup>[12-13]</sup>；另一方面，基于中国淘宝村分布地区阐述其数量变化趋势、空间分布特点以及驱动特点<sup>[14-15]</sup>；第三阶段：淘宝村研究平稳时期。经过萌芽与发展时期的发展，该领域的研究逐步进入平稳发展时期，学术界关注的热点问题也随之转化为基于乡村振兴视角分析其发展的困境和影响因素以及基于生态系统视角的淘宝村形成路径研究<sup>[16-18]</sup>。

综上所述，以淘宝村为主题的研究多倾向于分析经济较发达地区的淘宝村相关问题，少有经济欠发达地区的淘宝村研究文献，特别是我国西北部地区（如甘肃省）淘宝村研究极为匮乏，呈现出了南多北少的趋势，还需进一步加强淘宝村研究，深化与创新研究主题。

### 1.2.2 淘宝村助力乡村振兴相关研究

从乡村治理角度来看，学者们基于实现乡村振兴的产业及治理要素，分析了广州市城郊典型淘宝村的演变过程、驱动机制及其乡村治理逻辑，构建起面向乡村振兴并与其发展相适应的现代化治理框架<sup>[19-20]</sup>；又在缩减城乡数字化鸿沟、革

新城乡互动方式以及增强城乡社会参与度等方面,系统阐述了从淘宝村的升级和乡村可持续发展等方面推进乡村高质量发展、改善乡村居住环境、推动乡村治理模式现代化和推动乡村振兴<sup>[21-23]</sup>。

在涉农电商视角,学者们在乡村振兴全面推动大背景下,结合我国涉农电商发展现状以及区域差异性<sup>[24]</sup>,以2005—2018年河北、湖北、江西和河南四个省份的县级面板数据考察了贫困地区的淘宝村对农民收入的影响,进而分析了不同贫困地区淘宝村的增收效应是否存在异质性<sup>[25]</sup>以及基于两广地区的淘宝村中抽取样本,检验了影响我国农民电商创业行为的因素,研究了涉农电商和淘宝村建设有助于农村居民致富、有利于加快实现农村产业兴旺、农民增收<sup>[26-28]</sup>。

在助力乡村振兴方面,基于对乡村振兴特征和困境的深入分析,有学者从淘宝村人才振兴等方面阐明了通过强化淘宝村人才振兴以及通过分析淘宝村融资现状和融资难的原因,提出融资纾困对策和建议,进而促进淘宝村的普及和发展壮大,为乡村振兴带来全方位的助力<sup>[29-31]</sup>。

### 1.2.3 淘宝村形成动力机制和发展历程研究

首先,在解释淘宝村形成机制方面,基于淘宝村研究数据运用定量和定性相结合的方法分析了我国中部地区乡镇经济发展新格局的特征<sup>[32]</sup>;并从其生命历程出发,解释了互联网时代城镇化的动力机制<sup>[33]</sup>;基于W村典型案例和广东省淘宝村数据,分别分析了农产品淘宝村形成机制与其发展机理<sup>[34-36]</sup>;聚焦于淘宝村转型升级过程,构建合理的淘宝村可持续发展模式,分析和界定淘宝村发展动力机制与作用边界<sup>[37-38]</sup>、分析其发展趋势、时间演化特征及空间演化特征,并在实地调研河南省桑坡村的基础上,表明在淘宝村发展过程中人的重要作用,并提出了“六边形”模型是形成淘宝村的内在作用机制<sup>[39]</sup>、以广州新塘镇下属的九个淘宝村为案例,梳理其发展阶段与特征,解释了其形成的影响因素及动力机制<sup>[40]</sup>以及在界定农产品淘宝村概念的基础上,运用多案例分析方法分析其形成机理,概括农产品淘宝村形成理论框架,该理论框架主要包含产业基础、淘宝村平台、物流与基础设施、新农人以及市场需求等五个要素<sup>[41-42]</sup>。

其次,在淘宝村发展历程方面,通过实地调研广州里仁洞村淘宝村和探讨“枝

江模式”的演变历程、产业发展现状及存在的问题，结合村民、电商等多元主体的利益诉求，进一步解析村庄空间矛盾并提出有针对性的优化建议<sup>[43-44]</sup>；选取广西校椅镇的六凤村及城厢镇的五海村两个淘宝村作为研究对象，分析淘宝村发展现状、存在的问题并归纳这两个淘宝村的发展模式<sup>[45]</sup>。

#### 1.2.4 淘宝村的空间分布以及分布特点的研究

在淘宝村空间分布研究文献中的重要关键词是空间分布、时空演变、产业集聚和产城融合等，主要聚焦于对我国淘宝村数量以及分布地区的研究，从而分析其空间分布趋势以及分布特点。例如，从淘宝村生命历程出发，解析了其空间分布特征、演进机制、发展趋势以及空间规划<sup>[46-48]</sup>；分别以 2017—2019 年山东省淘宝村为研究对象，运用空间计量方法并构建 GWR 模型<sup>[49]</sup>、2015—2020 年全国淘宝村空间数据，采用 GIS 空间分析和地理探测器等方法<sup>[50]</sup>和使用阿里研究院发布的淘宝村 2009-2020 年数据，从时间维度、空间特征、生存类型和影响四个方面<sup>[51-52]</sup>以及使用浙江省 2016—2020 年“淘宝村”统计数据为基础，运用核密度、引力模型和地理探测器方法<sup>[53-54]</sup>等几方面揭示了淘宝村的时空演变格局、特征以及不同影响因素的作用机理。

#### 1.2.5 淘宝村产业集群研究

收集淘宝网中电商交易数据，选取时间、空间和价格三个维度的指标，识别并测量 2020 年我国 28 个淘宝村集聚的时间和空间特征<sup>[55]</sup>；基于创新驱动、协同合作、开放共享和完善商业生态等方面来研究如何提高淘宝村产业集群的发展质量，促进落实乡村振兴战略和推动区域经济高质量发展<sup>[56]</sup>；构建农产品淘宝村计量模型，并联合倾向得分匹配法<sup>[57]</sup>以及以淘宝村产业集群为研究对象，构建理论模型比较静态地分析<sup>[58-59]</sup>农产品淘宝村集群的形成机理和发展机制<sup>[60]</sup>，提高农村居民收入水平、以江苏省淘宝村为例，分析了农业产业集群升级机理、产业集群对农户收入的影响和集群社会资本如何影响农户网店经营绩效<sup>[61-62]</sup>；运用解释结构模型（ISM）对淘宝村集群效应影响因素进行层次分析，在此基础上再利用模糊综合评价方法对影响因素进行赋权，探讨淘宝村产业集群<sup>[63]</sup>。

梳理文献发现，首先，基于研究的整体现状，可见当前学术界多倾向于分析

经济较发达地区淘宝村相关问题,而少有学者对经济欠发达地区的淘宝村进行研究,例如,我国西北地区(如甘肃省)淘宝村的研究极为匮乏,总体呈现出了南多北少的趋势。因此,需进一步加强淘宝村研究,深化和创新研究主题。其次,尽管学者从多角度、多层次对淘宝村发展进行了相关研究,但缺乏生态系统视角下的淘宝村影响因素与发展路径的深入分析,同时,我国经济发展较欠缺地区(如甘肃省)的淘宝村发展影响因素研究较少,不能深入分析生态系统视角下的淘宝村发展缓慢区域的研究。

基于上述论述,在今后的研究中,需要从淘宝村发展现实需要与研究热点出发,结合其发展面临的形势与问题,运用新的研究方法优化和完善研究主题、拓展研究内容。特别地,在新冠疫情背景下,淘宝村逆势增长,充分体现数字经济在应对市场不确定性时的重要性,其发展还可以创造大量就业机会,成为就地创业就业、就地城镇化的重要载体,这充分说明淘宝村的建设与发展是时代要求,也是电子商务发展进程中不可或缺的一部分。现有研究主要聚焦于淘宝村建设与发展以及我国中、东部沿海区域淘宝村形成机制、发展模式、空间格局等方面,但是对于数量较少且发展建设不完善的我国西北部区域的相关研究极为缺乏。因此,基于生态系统中的支持、核心、关键以及附着四个群体展开研究,以甘肃省为例的淘宝村发展影响因素,对于完善不同区域淘宝村发展具有重要建设性意义;同时,对于发展较为落后地区来讲可形成可供推广的发展模式与路径,具有极其重要的作用。

## 1.3 研究主要内容及方法

### 1.3.1 研究主要内容

研究基于生态系统视角,对甘肃省淘宝村发展现状以及发展影响因素等进行深入探讨与分析。首先,通过收集甘肃省现有淘宝村发展数据,系统分析其发展现状及模式,明确发展特点;其次,利用线上问卷收集软件“问卷星”,从生态系统视角出发,就其发展影响因素设置问卷进行数据收集,提出影响其发展的相关因素,构建甘肃省淘宝村发展影响因素模型,使用因子分析与回归分析法论证各因素如何影响以及多大程度上影响甘肃省淘宝村的发展;最后,基于以上研究,

提出促进其健康有序发展的策略与措施。

### 1.3.2 研究方法

研究拟采用定性与定量相结合的研究方法，主要包括文献分析法、问卷调查法、因子分析法和回归分析等。

#### (1) 文献分析法

文献研究法主要是指搜索、鉴别、整理文献，并基于相关文献研究形成对所研究问题科学认识的一种方法。在研究中对近年来已发表的淘宝村相关文献加以梳理，通过归纳、整理目前淘宝村发展现状、研究热点以及现有研究中存在的不足，从而明确未来淘宝村的发展趋势、研究主题与方向。

#### (2) 问卷调查法

采用问卷调查法，通过线上“问卷星”平台和线下发放问卷相结合的方式收集研究所需要的数据，真实了解甘肃省淘宝村发展现状及所存在的问题。

#### (3) 因子分析法

因子分析法是用于多元统计分析的一种分析方法，具体是指基于研究中指标之间的相关关系，将所表达信息有重合或者信息关系复杂的变量归类成较少几个不相关的综合性因子，并依据变量间的相关性大小进行分组，同组变量间相关性较高；反之，不同组变量间具有不相关性或相关性较低，且一组变量代表一个公因子。在研究中可以使用该方法构建影响因素模型，并结合模型分析各个因素如何影响甘肃省淘宝村的发展。

#### (4) 回归分析法

回归分析法是确定两种或两种以上变量间相互依赖的定量关系的一种统计分析方法。基于淘宝村生态系统四个群体，并综合考虑影响淘宝村发展的外部宏观环境因素，研究拟采用回归分析法确定各因素对甘肃省淘宝村发展的影响力度，以便后续提出发展建议与对策，助力甘肃省淘宝村健康有序发展。

## 1.4 研究框架

研究共分为六个章节：

(1) 绪论。首先，从电子商务发展出发，明确淘宝村领域的研究现状，从

而表明甘肃省淘宝村发展策略研究中所基于的研究背景、研究意义；其次，运用文献分析法对淘宝村研究进行梳理和总结，明确其研究热点及现状，以及预测未来可能的研究方向；最后，详细阐述本研究的主要研究内容、研究方法，研究框架以及研究的创新点。

（2）理论基础与相关概念。简要介绍了研究中所应用到的商业生态系统理论、产业集群理论以及组织支撑理论等理论基础，并介绍了淘宝村、淘宝村生态系统的概念以及群体分类。

（3）甘肃省淘宝村发展现状分析与研究模型构建。首先，在充分分析甘肃省淘宝村发展现状的基础上，构建甘肃省淘宝村生态系统模型，随后，选取淘宝村生态系统评价指标，为之后进行因子分析奠定基础。

（4）数据收集与实证分析。首先，针对研究主题确定研究对象，选取研究样本，结合前人研究文献，并借助商业生态系统理论从宏观环境、供应链、支持群体以及附着群体四方面设计调查问卷，并将所收集的问卷进行人口统计学信息分析；其次，将所搜集的问卷数据进行信度和效度的检验，并进行因子分析；最后，利用回归分析法确定各影响因子对于甘肃省淘宝村发展的影响程度。

（5）甘肃省淘宝村发展策略分析。基于实证分析结果，结合甘肃省淘宝村发展困境和不足，提出促进甘肃省淘宝村发展策略，助力其健康有序发展。

（6）结论与展望。总结研究成果和不足，提出未来可能的研究方向。

研究框架如下图 1.1 所示。

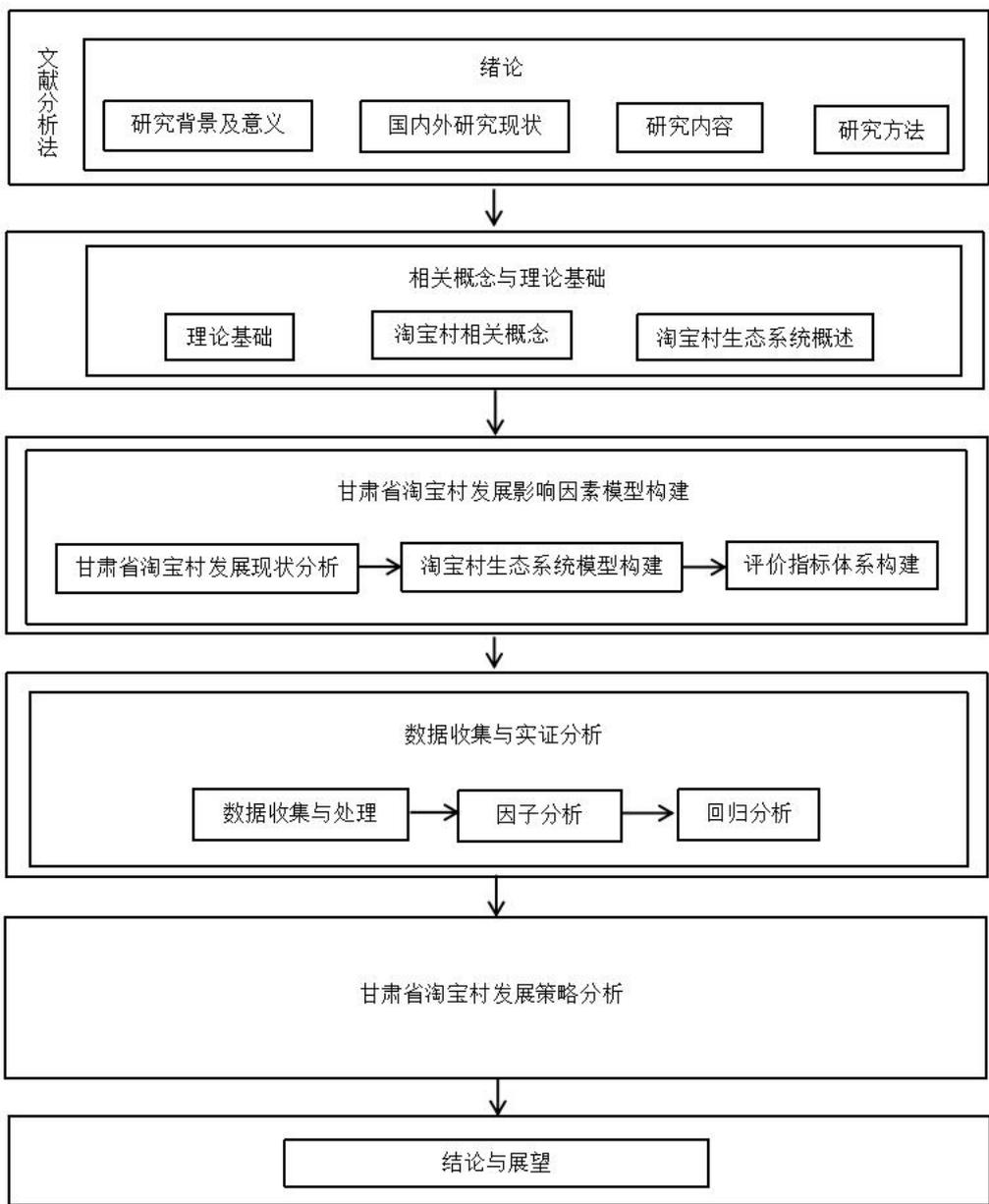


图1.1 研究框架图

### 1.5 研究创新点

首先，已有研究主要聚焦于乡村振兴视角下的淘宝村形成机制与发展模式、空间分布特征与影响因素以及产业集群等方面，且主要侧重于我国中东部经济发展较为良好地区淘宝村的相关研究，而经济发展较为落后的西北部地区淘宝村研究相对匮乏。尤其是，少见生态系统视角下的淘宝村制约因素以及发展模式等方面的相关研究。因此，基于淘宝村领域内研究现状，从生态系统视角出发分析甘肃省淘宝村影响因素以及发展策略，丰富和完善了农村电商、淘宝村以及生态系

统相关理论，具有理论意义。

其次，研究基于管理学经典研究方法，通过深入分析甘肃省淘宝村发展现状、特点及影响因素，进而提出其发展建议与对策，为甘肃省和其他经济欠发达地区的淘宝村电商发展提供实践指导，具有现实意义。

## 1.6 本章小结

绪论部分首先阐明了选择生态系统视角下的甘肃省淘宝村发展进行研究的背景与意义；其次，基于文献分析法梳理了淘宝村相关的四个研究主题：淘宝村助力乡村振兴研究、淘宝村形动力成机制和发展历程研究、淘宝村空间分布以及分布特点的研究、淘宝村产业集群研究，基于梳理主要研究主题的基础上，明确了国内外研究现状；最后，详细阐述了研究主要内容、研究方法，同时也对研究框架与创新点进行了介绍。

## 2 理论基础与相关概念

明确研究理论基础与相关概念，是顺利进行一项研究的基础。本章主要介绍研究中所使用的商业生态系统理论、产业集群理论以及组织支持理论等三个理论基础，并对淘宝村以及淘宝村生态系统等概念进行界定。

### 2.1 理论基础

#### 2.1.1 商业生态系统理论

商业生态系统(business ecosystem)最初是由美国学者詹姆斯摩尔(james F. Moore)所提出的，具体是指基于组织或者个人之间相互作用的一种经济综合体，而与商业活动相关的各主体均可归入这个综合体中，例如供应链中的投资者、供应商以及生产者以及销售者和消费者等群体。不同群体即在同一个商业生态系统中承担着不同的职责并为其发展提供不同的功能，各群体之间又相互依存。虽然在同一个商业生态系统中，各群体之间存在不同的利益驱动，但各个群体之间是互利共存的关系，它们在同一生态系统中彼此之间共享资源，共同维系该系统的发展<sup>[64]</sup>。商业生态系统结构如下图 2.1 所示。

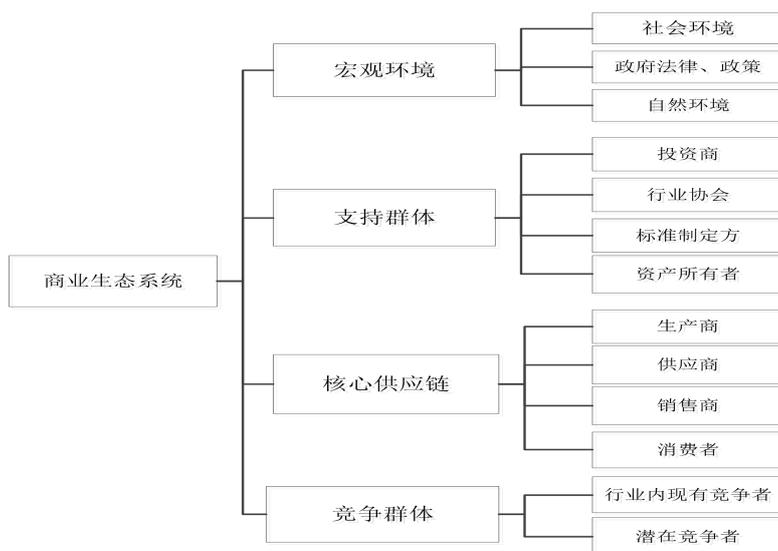


图2.1 商业生态系统结构图<sup>①</sup>

<sup>①</sup> 根据摩尔的商业生态系统理论以及本文参考文献[64]改编

本研究将商业生态系统界定为：在一定时间和空间内，销售商、供应商、消费者、竞争者、政府等主体，在资源共享、信息互通等交流的基础上实现电子商务交易活动共同发展，并形成的一个协同发展的“淘宝村”有机系统。

### 2.1.2 产业集群理论

最早提出“产业集群 (Industrial Clusters)”这一概念的是美国学者迈克尔·波特(M.E.Porter)。他将产业集群定义为在某一领域中，特定地理区域内聚集着一批互相联系的公司或企业、供应商、这一领域类的相关组织或协会、销售商和消费者等，并将商业活动中涉及到的辅助产品的制造商、提供技术技能支持或者与投资相关的第三方公司、专业化培训机构、政府和其他机构也纳入其中，并且这些交易说涉及到的主体之间存在竞争关系。产业集群丰富的内涵在于以下几点：首先，产业集群是基于特定地域内的一种经济活动的空间集聚现象；其次，产业集群不单单是某一企业或者产业所独有的网络，而是包含了某一产业内相关的各种主体所形成的复合网络；最后，产业集群既是一个地域性的企业网络系统，又是一个产业群体生态系统，它是一种新型、高效的经济组织形式<sup>[65-66]</sup>。

对于“淘宝村”来说，它就是基于某一区域内的产业空间集聚现象，是包含所有电商交易活动相关主体的复合网络，也是地域性的电商产业生态系统。简而言之，淘宝村就是一定程度上的产业集群现象。

### 2.1.3 组织支持理论

1986年Eisenberger等人以社会交往理论和互惠原则为基础，提出了组织支撑理论。组织支持理论具体是指组织中的成员会对该组织形成整体主观感受，这种感受是指成员的贡献是否被该组织重视并且该组织是否关心成员的福利。组织向成员提供的支持包括工具和情感支持，其中工具支持是指该组织帮助成员获取信息，提供技术、人力和设施等支持；而情感支持是指成员从组织中感受到的组织给予的关切、认同、信任和尊重等情感性支持，成员一旦获得组织在工具和情感方面的支持，就会同时提高对组织的认同感和归属感，从而更加愿意助力组织稳步发展。同样地，成员会通过勤奋工作、遵守组织中的承诺和努力支持组织活动等方式来回报组织给予的支持。组织和成员之间形成了一种互惠互利的关系，并

为同一个目标而努力,组织给予成员的支持力度与成员回报组织的力度呈正相关关系,也就是说,成员感知到组织给予的支持力度越强、关切程度越高,则成员对于组织的归属感更强,也会更依赖组织,这就会促使成员更加努力的回报组织,从而形成长期稳定的互惠互利关系<sup>[67]</sup>。

对于“淘宝村”中的相关从业者而言,它们彼此之间就是支持与被支持的关系,只有淘宝村生态系统中的各相关主体相互支持,形成一个利益共同体,该生态系统中各主体才能发展壮大,淘宝村亦会更好发展。

## 2.2 相关概念

### 2.2.1 淘宝村概念

“淘宝村”是电子商务专业村的别称。电子商务专业村是指全村多数农户通过进行电商交易活动且该电商交易构成本村经济活动的主体的村庄,而阿里巴巴旗下的淘宝网则凭借自身准入门槛低、操作技术难度小以及所需启动资金少等优势,成为乡村村民进行电商交易活动的主阵地,所以人们习惯把依托于淘宝网的电子商务专业村称为“淘宝村”<sup>[68]</sup>。根据阿里研究院所指定的两条判定规则,一是全村活跃网店数量达 10 家或活跃网店数量占全村家庭户数 10%以上;二是全村电商年交易额达到 1000 万元以上的行政村可以定义为“淘宝村”。

### 2.2.2 淘宝村生态系统概述

随着我国电子商务的逐步发展,摩尔所提出的商业生态系统理论被广泛应用于电子商务领域中,学者们也提出了“电子商务生态系统”的概念,即在不受区域位置限制的情况下,进行电子商务交易的各方参与者通过互联网平台完成交易、沟通,并通过共享优势资源以及进行信息共享的一个有机生态系统<sup>[69]</sup>。而“淘宝村”是电子商务交易活动中的的一种新形式,学者们对于“淘宝村生态系统”的定义是基于生态系统中各群体来界定的,是指包含了核心群体、关键群体、支持群体、附着群体以及宏观环境等 5 部分的电商交易有机生态系统<sup>[70]</sup>。

宏观环境是指在进行电子商务交易活动全过程中所要面临的政策法律、社会环境以及自然环境等方面的因素。它是整个电商交易活动中不可或缺的一部分,

亦是电商交易活动健康、有序开展的基础。

核心群体是淘宝村生态系统中的领导者和资源整合者，是进行电商交易活动的载体，是电商活动有序开展的必要条件，它为交易活动中的各主体提供必要的支持服务，如交易、信息监管和交流等。其主要包括电商企业以及平台。

关键群体是电商交易活动中的各方主体，如生产商、供应商、投资商、消费者等，这些主体共同构成了电子商务生态系统中其余群体所需要服务的对象。

支持群体处于宏观环境这一大“集合”中，为上述核心群体与关键群体提供一系列支持的电商交易中所必须存在的组织与机构，主要包括物流、金融支付、通信保障和信息技术等，它是整个电子商务生态系统正常运转的重要保障。

附着群体是依附于电子商务生态系统而生存的服务提供商，它为电商交易活动提供一系列增值服务，包括营销服务、技术外包服务、电商咨询业务、资源优化与整合和人才培养等。

## 2.3 本章小结

本章首先介绍了商业生态系统理论、产业集群理论以及组织支撑理论等三个研究中所涉及到的理论基础；其次阐明了“淘宝村”定义；最后，根据前文所介绍的理论基础并结合淘宝村特点，介绍了淘宝村生态系统的概念以及其包含的宏观环境、核心群体、关键群体、支持群体以及附着群体等 5 方面的主要组成成分，为后续研究奠定了理论与概念基础。

### 3 甘肃省淘宝村发展现状分析与研究模型构建

基于现有研究主题与方向,在明确研究理论基础以及研究所涉及概念的基础上,需要综合考虑甘肃省淘宝村发展现状来构建甘肃省淘宝村发展影响因素模型,并依据科学性、全面性、典型性以及可操作性原则选定甘肃省淘宝村生态系统评价指标体系,为后续设计调研问卷夯实基础。

#### 3.1 甘肃省淘宝村电子商务发展基本情况

##### 3.1.1 数据来源

为了进一步了解、明确甘肃省淘宝村生态系统发展现状,针对淘宝村(农村电商)相关从业者、消费者、行业内专家学者以及农村电商政策制定者,采用线上、线下两种方式开展问卷调查,共计回收 202 份问卷,剔除无效问卷以及现场回收的填写不完整问卷 52 份,共得到 150 份有效问卷,问卷回收率达 74%。问卷详见附表 1。

如下表所示,受访者中农村电商相关活动的从业者、农村电商活动消费者、农村电商政策制定者以及行业内专家和学者分别占比 47.33%、32.67%、8.67%和 10.67%,其中男性居多,占比 58%;受访者年龄段主要集中在 18-39 岁,其中占比最大的是 18-29 岁人群,占比 56%;文化程度以本科为主,占比 82%。由此可以看出,该问卷的受访者分布可以反映所调查问题的基本状况,该问卷数据可以有效反映甘肃省淘宝村发展现状,数据具有可靠性和真实性。

表 3.1 问卷调查对象基本信息

题项	人数	所占比例(%)	
性别	男	87	58.00
	女	63	42.00
年龄	18-29	84	56.00
	30-39	52	34.67
	40-49	9	6.00
	50 以上	5	3.33

续表 3.1 问卷调查对象基本信息

题项	人数	所占比例(%)	
文化程度	专科及以下	17	11.33
	本科	123	82.00
	硕士	7	4.67
	博士及以上	3	2.00
所从事工作或 所属行业	农村电商活动相关从业者	71	47.33
	农村电商活动消费者	49	32.67
	农村电商政策制定者	13	8.67
	农村电商行业内专家和学者	16	10.67
	其他	1	0.67

### 3.1.2 甘肃省淘宝村发展概况

甘肃省位于中国西部地区，具有丰富的自然资源，资源优势明显，据相关数据显示，2016年至2022年，甘肃省农产品网络销售额分别为72亿元、87亿元、117亿元、162亿元、194亿元、226亿元、251亿元，其中2022年全省农产品网上销售额达251亿元，同比增长11.06%，带动全省农民人均增收达616元<sup>①</sup>。2022年1-11月，甘肃全省网络零售总额达436.11亿元，同比增长8.99%，带动全省农民群众人均增收约564元。2022年，省商务厅大力促进电商新业态新模式快速发展，全省农村电商助力乡村产业振兴支撑力持续提升。截至2023年1月，甘肃全省共有电子商务示范县68个，实现国家乡村振兴重点帮扶县全覆盖<sup>②</sup>。且在东部省份共有8个甘肃特色产品电商体验馆和11个甘肃特色农产品销售服务中心，共计1300多种优质特色产品入驻，打造甘肃特色网货“走出去”的新窗口。2022年，8个甘肃特色产品电商体验馆实现销售1.4亿元。

甘肃省积极搭建本土电商交易平台，引导、鼓励省内企业积极开展线上线下营销活动，积极推进完善网络销售、运营和配送等业务。通过成立电商孵化中心

<sup>①</sup> 数据来源于甘肃经济网《电商助力乡村振兴》2022/09/20 网址：电商助力乡村振兴—甘肃经济日报—甘肃经济网 (gsjb.com)

<sup>②</sup> 数据来源于甘肃经济信息网（甘肃省经济研究院）网址：  
<https://www.gsei.com.cn/html/1659/2023-01-13/content-412804.html>

指导各地区强化产业品牌培育，鼓励传统企业走向互联网，共培育农产品品牌 157 个，农产品销售种类达 1700 多种，近 5 年增长了约 4 倍。其中，定西中药材、兰州百合等农副产品知名度不断扩大，销量激增。目前，全省共有 75 个贫困县实现了电商服务中心全覆盖，全省所有贫困乡村实现了电商功能全覆盖，全省快递服务覆盖率达 90%，农村电子商务三级服务体系逐渐完善。

为促进同其余省份之间的扶贫协作，甘肃省设立了 10 个省外农产品销售中心、8 个“O2O”电商体验馆以及约 400 对产销对接关系。截至 2021 年 12 月，在东部地区共建立了约 1700 个农特产品体验馆、展销区和专柜。2019 年至 2021 年，东部区域支援甘肃省资金达 99.78 亿元人民币，极大地促进了甘肃省电商发展。总体来看，甘肃省农村电子商务发展逐步向好，发展潜力巨大，发展前景广阔。

### 3.1.3 甘肃省淘宝村发展宏观环境分析

首先，从自然环境层面来分析甘肃省淘宝村宏观环境。甘肃省位于中国西部地区，具有丰富的自然资源，资源优势明显，该地区内有许多农副产品享誉全国，如花牛苹果、兰州百合、定西马铃薯、高原夏菜等，还有一些产品在国际市场亦广受欢迎，如茶叶、中药材等，其产品类别覆盖了特色蔬菜、特色果品、特色粮油及中药材等四大类，具有良好的产业基础。甘肃省围绕“牛羊菜果薯药”六大特色产业高质量发展，积极推进农产品流通企业联盟，助力产销对接合作，全省共有活跃网络销售商 4 万家，建成 5 个电商扶贫体验馆和 11 个甘肃省特色农产品销售服务中心，700 多个线上特色馆、线下体验店和消费扶贫专区。全省利用特色农产品资源优势，建立了冷链物流体系，全省冷链静态库容增加到 1000 万吨。截至 2020 年底，全省累计有 73 个国家级电子商务进农村综合示范项目，实现了 58 个国家级贫困县和 75 个贫困县电商服务中心全覆盖，大力促进了农产品网络销售，助力脱贫攻坚和乡村振兴成效显著。

其次，就农村电商交易法律和政策方面来说，甘肃省的农村电商政策（资金和政策扶持、完善基础设施建设以及吸引返乡创业人才等方面）和法律法规满足现有淘宝村发展需要，这与问卷调查数据所显示的一致，有占比 92.67%与 87.33% 的受访者认为目前的政策和法律法规能够满足甘肃省淘宝村发展需要，表明甘肃

省淘宝村相关政策和法律法规发展较为完善，能够符合现实需要。

### 3.1.4 甘肃省淘宝村电子商务物流体系现状分析

物流体系是推动国民经济高质量发展的先导性、基础性、战略性产业，是延伸产业链、提升价值链、打造供应链，发展农村电子商务体系的重要支撑。甘肃省在物流业的快速发展对于其立足新发展阶段、践行新发展理念以及加速融入国内大循环和国内国际双循环的新发展格局具有重要意义，同时对于把握国家“一带一路”建设和新时代推进西部大开发机遇和健全物流流通体系、加快现代化经济体系建设、深度参与国家产业链供应链布局，打造国内大循环的重要支撑点、国内国际双循环的重要链接点等都具有非常重要的意义。同样地，物流体系建设在电子商务活动中具有关键作用，快捷有效、可追溯的电子商务物流体系可以保障商品在交易活动中的时效性、可视化及可溯性，亦有助于保护买卖双方的合法权益，提高商品销售成交率，改善消费者的购买体验，从而助力淘宝村电商可持续发展。

据《甘肃省“十四五”现代物流业发展规划》报告数据显示，“十三五”以来，甘肃省积极促进物流基础设施建设，目前初步形成了综合交通网络，其主要骨干是铁路和高速公路，辅以民航和普通公路等。截至2020年底，甘肃省铁路营运总里程已达5467公里，其中高速铁路1425公里。全省的公路总里程达15.6万公里，其中高速公路和一级公路总长度已经超过6000公里。而在邮政快递方面，邮政业务总量的年均增长率超过23%，快递业务收入的年均增长率超过32%，而快递服务覆盖的乡镇比例接近100%。兰州市已先后成为全国流通领域物流供应链体系试点城市和城乡高效配送的首批试点城市。全省新建物流园59个，同时有30个物流园进行了续建、改建和升级。兰州市则被交通运输部评选为第一批城市绿色配送示范工程创建城市。现代物流产业规模快速增长，2020年末，全省社会物流总额达16023亿元，物流业总收入达1221亿元，货物运输总量和周转量分别达7.6亿吨和3374.4亿吨公里，全省交通运输、仓储和邮政业的投资增长率同比增长了18.2%，物流需求和物流设施的改善持续发展和完善，该行业的增加值达到了420.2亿元。

甘肃省物流需求持续增长，物流运行质量逐步提升。交通运输、仓储和邮政

业年均增长量约 9%，物流业保持了良好的发展势头。该行业为经济社会发展提供了重要的支持和保障，就业人数超过 50 万。与此同时，全省农村物流、快递物流、冷链物流以及即时配送等领域正在快速发展，同时，全省物流服务体系正在进一步优化和完善。

总的来看，甘肃省物流产业已步入全面转型升级发展关键阶段，但发展水平较低、发展方式相对粗放、发展质量有待提升等问题仍然存在，与人民群众日益增长的美好生活需要和经济高质量发展的要求还有一定差距，主要表现为：一是物流业发展成本较高且效率相对低下。2020 年，全省物流总费用较全国平均水平高约 2.8 个百分点，占全省生产总值的 17.5%；此外，全省物流主营业务成本较高，物流企业经营效益较低，物流需求系数与全国平均水平相差较大，物流服务市场同质化竞争状况较为严重。二是区域分拨配送能力不强。全省各市州之间经济发展不均衡，物流业发展差距大；兰州的枢纽功能突出，东、西两翼的枢纽功能有待强化，物流枢纽、物流园区、城市配送中心和城乡末端网点对接不畅；物流服务供给体系对需求的适配性不强，物流配送发展环境仍需改善。三是物流服务水平有待提升。先进物流技术、新兴通信技术和网络技术应用较为有限，缺乏专业的物流服务知识与技能、物流企业的精细化管理能力、组织能力以及统筹规划能力不足，第三方物流有效需求偏低；物流细分市场集中度有待加强，运输、仓储等低水平服务供给过剩，全程物流、物流方案设计以及供应链物流服务等物流高水平服务缺乏。

与《甘肃省“十四五”现代物流发展规划》中的数据一致，甘肃省农村电商物流发展调研问卷调查数据表明，94.67%的受访者表示甘肃省现有农村电商物流服务（如物流费用、派送速度、服务的便利性等）基本满足需求。但在调查甘肃省现有物流服务所存在的问题时，有 89.33%的受访者认为甘肃省农村电商物流服务信息化程度较低（如不能有效跟踪物流信息）；79.33%的受访者表示甘肃省农村电商对于生鲜产品交易中的保鲜问题存在不足，物流配送服务质量较低；同时，甘肃省农村电商物流服务中还存在商品派送时间较长、快递公司不能提供上门取件服务，需要用户自行去寄件点邮寄商品等物流服务不便捷以及物流派送成本较高等问题。据问卷调查数据显示，有 54%、46%、34%的受访者分别认为甘肃省农村电商物流服务存在上述三种问题。综合来看，甘肃省物流体系发展稳步

向好，但也存在基础薄弱和发展不均衡等问题。

### 3.1.5 甘肃省淘宝村电子商务通信基础设施现状分析

从《甘肃省 5G 网络规划建设协调推进领导小组办公室关于印发甘肃省信息通信行业发展规划（2021-2025 年）的通知》中所获取的数据可知，甘肃省信息通信基础设施规模不断壮大，有效支撑经济社会发展。甘肃省通信网络以兰州为中心、已建成了业务承载能力强、覆盖范围广、光纤覆盖率高、功能完善的信息通信网络。互联网宽带接入端口数量达 1460.6 万个，较“十二五”末提升 2.4 倍。其中，光纤接入(FTTH/O)端口达到 1404.4 万个，占宽带接入端口的 96.3%。固定互联网宽带接入用户总数达到 931.4 万户，较“十二五”末提升 3.8 倍。移动网络方面，移动电话基站总数达 18.6 万个。其中，4G 基站数为 10.8 万个，占比为 58.1%，已建成并开通 5G 基站数 8509 个，NB-IoT（窄带物联网）基站数 1.5 万个。全省移动电话用户总数达 2673.8 万户，较“十二五”末增加 565.7 万户。2020 年末，全省行政村光纤宽带网络覆盖率达到 99% 以上，具备 100M 宽带接入能力；全省行政村 4G 网络覆盖率达到 99% 以上。全省移动网络流量平均资费由 2015 年的 81.8 元/G 下降到 2020 年的 2.9 元/G，平均资费下降超过 96%，月均移动互联网流量从 2015 年的 319.7M 提高到 2020 年的 14.0G，增长 45.7 倍。企业宽带和专线平均资费下降超过 15%，全省家庭宽带普及率达到 108.9%，移动宽带用户普及率达到 98.1%。互联网普及率指数达到 1.3。全省累计共建杆路 393.7km，共享杆路 2591.9km；共建管道 694.4km，共享管道 154.4km；新建铁塔等配套设施共享率达到 90% 以上。

据甘肃省统计局统计数据显示，甘肃省 2022 年电信业务总量达 296.5 亿元，同比增长 21.5%。2022 年末，移动电话基站数量达到 21.5 万个，其中 4G 基站数量为 11.0 万个，5G 基站数量为 3.7 万个；全省电话用户总数达到 3084.2 万户，其中移动电话用户占比 2784.3 万户，4G 移动电话用户达到 1636.4 万户，而 5G 移动电话用户则达到 894.6 万户；移动电话的普及率为每百人拥有 111.8 部，同比增加每百人 2.1 部；固定互联网宽带用户规模达到 1092.7 万户，较去年底增加 67.5 万户，其中固定互联网光纤宽带用户数为 1067.7 万户，较去年底增加 73.9 万户；全年移动互联网用户的接入流量达到 47.8 亿 GB，比同比增长 13.6%；互

联网宽带接入端口总数为 1754.3 万个，同比增长了 8.1%，固定宽带接入的普及率为 43.9 部/百人。

同样地，与甘肃省农村电商通信基础设施建设调研所获得的数据一致，有 67.33% 的受访者表示甘肃省当前通信基础设施建设能够满足农村电子商务交易活动，但与此同时有 32.67% 的受访者认为甘肃省目前的通信基础设施建设存在不足，他们认为关于通信基础设施建设方面影响甘肃省农村电商交易活动的因素主要是网络速度、网络普及率以及通信设施建设技术发展等几方面，这几类影响因素分别占比 85.33%、72%、54%。由此可见，甘肃省农村电商基础设施建设还需进一步完善。

## 3.2 甘肃省淘宝村生态系统模型构建

### 3.2.1 构建原则

梳理文献发现，目前该领域内构建电子商务生态系统模型的方式有以下三种，第一：借鉴摩尔提出的商业生态系统理论，同时结合电子商务特点构建模型；第二：根据电子商务各群体在生态系统中的功能和作用构建模型；第三：基于行业内核心从业者，充分考虑该从业者的创新能力、竞争力以及产业化水平等方面的基础上构建研究模型。

由于淘宝村所涉及到的群体类型较多，为确保研究质量，研究借鉴商业生态系统理论，并结合淘宝村生态系统中的各群体的功能定位来构建研究模型，具体研究模型如下所示。

### 3.2.2 模型构建

通过摩尔分类中的宏观环境、供应链、支持群体、附着群体四个方面，在调查问卷中设计针对性问题，调查甘肃省淘宝村发展影响因素，构建甘肃省淘宝村生态系统发展影响因素模型，进行因子分析和回归分析，以此找出甘肃省淘宝村生态系统发展的影响因子。

宏观环境是淘宝村发展的基础，它涵盖了自然环境、法律环境、社会文化环境、政策环境和经济发展水平等多个方面。自然环境为淘宝村活动提供了基本的

物质条件,选取区位条件、产业基础与资源条件来衡量甘肃省淘宝村发展的自然环境;法律环境为淘宝村的发展提供了保障,以农村电商交易法律法规完善程度来衡量;社会文化环境则影响着淘宝村建设过程中的人文关系,选取甘肃省农村电商营商环境、电商从业者创业精神与行业带头人的引导作用三个指标来衡量;政策环境则通过制定相关法规和政策来引导和规范淘宝村的建设,以农村电商交易相关政策完善程度以及政府提供的支持来衡量政策环境;经济发展水平则决定了电子商务市场的规模和潜力,为淘宝村的发展提供了基础,使用甘肃省人均收入来衡量。

供应链是淘宝村建设的核心组成部分,它连接了生产商、供应商、消费者等关键群体以及电商交易平台、淘宝村等核心群体。生产商负责产品的制造和生产;供应商则提供必要的原材料和零部件;消费者是商业活动的最终受益者,他们的需求和行为直接影响着市场的走向;电商交易平台则为这些群体提供了一个高效、便捷的交易平台,促进了淘宝村交易的顺利进行。其中,以淘宝村电商交易平台和淘宝村自身的建设来衡量核心群体,主要包含的指标有平台使用的便捷性、商家在平台上的注册资金、淘宝村所经营产品和提供服务的类型以及发展模式;以供应商、生产商以及消费者三方面指标来反映关键群体的发展程度。

支持群体在淘宝村商业生态系统中发挥着不可或缺的作用。金融支付机构为淘宝村的发展提供了资金支持和支付解决方案,使用支付系统使用的便捷性和安全性来衡量金融服务系统的支持程度;物流服务体系则确保了商品的及时送达,选取物流服务费用、物流配送时间、退换货物流便捷程度以及物流信息追踪便捷程度等指标来衡量;技术服务商和电信服务商则为淘宝村交易提供了必要的技术支持和通信保障,使用电信服务费用和质量用来衡量电信服务商对于甘肃省淘宝村发展的支持程度;政府支持则体现在政策扶持、税收优惠等方面,为淘宝村的发展提供了有力保障,选取政府是否引导电商协会的成立、吸引返乡创业人才加入淘宝村建设以及促进农村电商基础设施建设等指标来衡量。

附着群体是淘宝村商业生态系统中的补充和辅助力量,主要包括第三方代理机构、网络营销商、客户管理服务、电商咨询服务和人才培训机制。电商咨询机构为企业提供专业的市场分析和策略建议;人才培训机构则为企业输送了源源不断的人才资源;网络营销服务和第三方代理机构则帮助企业提升品牌形象和市场

竞争力；客户管理则通过优化客户体验和提高客户满意度来增强企业的市场竞争力。其中，第三方代理机构、网络营销与客户管理三方面由服务费用和质量来衡量；电商咨询则选择使用咨询的操作性、回复时效性以及咨询的便捷程度等指标来衡量；人才培养的衡量指标包括培训渠道、培训质量以及培训费用。

淘宝村生态系统研究模型包括由四个一级指标所构成的自变量，分别是：宏观环境（包括：自然环境、法律环境、社会文化环境、政策环境和经济发展水平）、供应链（核心群体中电商交易平台和淘宝村，关键群体中的生产商、供应商和消费者）、支持群体（支持群体中的金融支付机构、物流服务体系、技术服务商、电信服务商以及政府支持）以及附着群体（包括：电商咨询、人才培养、网络营销服务、第三方代理机构以及客户管理等），甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度是因变量。控制变量设置为受访者人口统计学属性，包括性别、年龄、受教育程度、从事工作或者所属行业。研究首先要明确因变量、自变量以及控制变量，随后构建研究模型来分析生态系统视角下的甘肃省淘宝村各影响因素对于甘肃省淘宝村生态系统发展的影响，具体研究模型如图 3.1 所示。



图3.1 淘宝村生态系统模型

### 3.3 淘宝村生态系统评价指标体系构建

#### 3.3.1 选取原则

(1) 科学性原则。为反映研究内容的客观真实性，所选取的评价指标体系需要科学的理论加以引导。基于商业生态系统理论借鉴已有电子商务生态系统评价指标来确立本研究的评价指标体系，在选取指标时充分考虑淘宝村生态系统基本构成和发展特点，随后利用因子分析对指标进行提炼，保证了指标选取的科学性，选取的指标可以科学的反映甘肃省淘宝村生态系统发展情况。

(2) 全面性原则。考虑到淘宝村生态系统中群体的复杂性，在选取评价指标时需要全面的选取各群体评价指标，做到不遗漏任何一个群体中的成员和要素，并且所选取的各个指标要覆盖各群体中的关键成员和要素。

(3) 典型性原则。淘宝村生态系统涉及群体较多，且各群体之间具有一定的交叉，所以在选取评价指标时需要考虑到所选择的评价指标能够代表各群体中的成员和要素，但要去除一些重复的指标，让所选取的指标具有典型性和代表性，并且能客观、真实和准确的反映淘宝村生态系统的发展状况。

(4) 可操作性原则。由于甘肃省淘宝村是一种新型电子商务模式，正处于发展初期阶段，从而能够获取的研究数据相对较少，因此在选取评价指标时应该更加注重后续收据收集和分析的可操作性，并充分考虑受访者填写问卷的意愿，科学合理的设计问卷，获取客观数据。

#### 3.3.2 评价指标选取

基于商业生态系统理论、淘宝村生态系统定义并借鉴各学者所选取的淘宝村生态系统发展评价指标体系，遵循上述选取原则，同时充分考虑甘肃省淘宝村发展现状与特点确定评价指标体系。该评价指标由宏观环境、供应链（核心群体、关键群体）、支持群体和附着群体五部分组成。

甘肃省淘宝村发展宏观环境评价指标的选取主要包含 5 个一级指标。其中，选取区位条件、产业基础与资源条件来评价甘肃省淘宝村发展的自然环境；法律环境的评价则选取农村电商交易法律法规完善程度这一指标来反映；社会文化环

境评价选取甘肃省农村电商营商环境、电商从业者创业精神与行业带头人的引导作用这三个指标来衡量；同时，选取农村电商交易相关政策完善程度以及政府提供的支持（包含资金和政策支持）来测量甘肃省淘宝村发展的政策环境、甘肃省的经济发展水平由人均收入来反映，具体指标见表 3.2。

**表 3.2 淘宝村发展宏观环境评价指标体系**

目标层	元素层	指标层
宏观环境	自然环境	区位条件（地理位置）
		产业基础（是否具有）
		资源条件
	法律环境	明确的农村电商交易法律条文
		健康有序的交易秩序
	经济发展水平	目前淘宝村是否具有成熟的产业链
		人均收入水平（人均 GDP）
	社会文化环境	农村电商营商环境
		良好的创业精神
	相关政策	行业内带头人
提供资金和政策扶持，如减免税收、降低民间贷款门槛等		
促成乡村公共品牌建设		
		简化行政审批流程，免费为农户们办理注册登记手续

选取核心群体和关键群体中包含的指标来测量甘肃省淘宝村供应链的发展。以淘宝村电商交易平台和淘宝村自身的建设作为衡量其核心群体发展的元素层，核心群体主要包含的指标有平台使用的便捷性、商家在平台上的注册成本；淘宝村所经营产品和提供服务的类型以及发展模式；同时，由供应商、生产商以及消费者三个元素层所包含的指标来反映关键群体的发展程度，具体指标见下表。

**表 3.3 淘宝村发展供应链评价指标体系**

目标层	元素层	指标层
核心群体	电商平台	平台使用的便捷性
	淘宝村	电商商家在平台的注册成本
		经营产品类型
		发展模式

续表 3.3 淘宝村发展供应链评价指标体系

目标层	元素层	指标层
关键群体	供应商	所提供产品或服务的质量
		所提供产品或服务的价格
	生产商	所生产产品或服务的质量
		所生产产品或服务的价格
	消费者	购买产品或服务的频率
		购买产品或服务后的满意度

基于金融服务系统、物流体系、电信服务商与政府支持四个元素层选取支持群体评价指标选取。其中，金融服务系统的评价指标选取为支付系统使用的便捷性和安全性；物流体系由物流服务费用、物流配送时间、退换货物流便捷程度以及物流信息追踪便捷程度来测量；电信服务费用和质量用来衡量电信服务商对于甘肃省淘宝村发展的支持程度；而政府支持则选取政府是否引导电商协会的成立、吸引返乡创业人才加入淘宝村建设以及促进农村电商基础设施建设等指标来衡量，具体评价指标见下表。

表 3.4 淘宝村发展支持群体评价指标体系

目标层	元素层	指标层
支持群体	金融服务系统	支付系统的便捷性
		支付系统的安全性
	物流体系	物流服务费用
		物流配送时间
		退换货物流便捷程度
		物流信息追踪便捷程度
	电信服务商	电信服务费用
		电信服务质量
	政府支持	引导成立电商协会
		吸引人才返乡创业
建设农村电商基础设施（光纤宽带网络的全覆盖、道路公路的修整铺平、引进物流快递的服务、提供网商群体的办公厂房等）		

甘肃省淘宝村在生态系统中的主要附着群体包括第三方代理机构、网络营销商、客户管理服务、电商咨询服务、人才培训机制。在选取评价指标时，第三方代理机构、网络营销与客户管理三个元素层由服务费用和质量来测量；电商咨询则选择使用咨询的操作性、回复时效性以及咨询的便捷程度这三个指标来测量；而人才培训包含的评价指标有培训渠道、培训质量以及培训费用，具体附着群体评价指标见表 3.5。

表 3.5 淘宝村发展附着群体评价指标体系

目标层	元素层	指标层
附着群体	第三方代理机构	代理服务费用
		代理服务质量
	网络营销商	网络营销费用
		网络营销质量
	客户管理	客户管理费用
		客户管理服务质量
	电商咨询	咨询的可操作性
		咨询回复时效性
		咨询服务的便捷性
	人才培训	人才培训渠道
		人才培训质量（是否能够培训出可以参与农村电商活动的人员）
		人才培训费用

### 3.4 本章小结

本章基于问卷调研所获取的数据以及甘肃省农村电商相关政策、基础设施等建设情况，首先表明了甘肃省淘宝村生态系统发展现状；其次，依据商业生态系统理论与淘宝村各生态群体发展特点并结合甘肃省淘宝村发展现状的基础上，构建甘肃省淘宝村生态系统模型；最后，以科学性、全面性、典型性以及可操作性为原则，选取了甘肃省淘宝村生态系统评价指标，为后续研究奠定基础。

## 4 数据收集与实证分析

在确定研究理论基础、明确相关概念、选定研究方法以及研究指标的基础上，需要进行数据收集以便于进行实证分析，确定生态系统视角下的甘肃省淘宝村发展影响因素，并根据实际分析结果提出有意义和可操作的对策与建议，助力甘肃省淘宝村健康可持续发展，促进乡村振兴、农民增收。因此，本章主要讲述数据收集与处理、因子分析与回归分析等实证分析过程，具体研究内容如下。

### 4.1 数据收集与处理

#### 4.1.1 问卷设计

首先，梳理电子商务生态系统、淘宝村生态系统以及商业生态系统理论相关文献，综合考量甘肃省淘宝村发展基本情况与发展特点，基于研究内容与主题设计研究问卷。问卷中涉及到的各题项均有对应出处，这既保证了问卷设计的可靠性，又保证了研究问卷的科学性。问卷见附录 2。

其次，根据甘肃省淘宝村发展影响因素研究切实需要，依据商业生态系统理论，选择从宏观环境、供应支持群体和附着群体 4 个维度来设计研究问卷，并使用李克特（LiKert）五点量表来评价问卷题项，即用 1-5 表示对于各题项的认同程度，1 表示“非常不同意”，5 表示“非常同意”。待问卷收集完毕之后，对问卷数据进行赋值，梳理影响甘肃省淘宝村发展主要因素的得分，通过回归分析确定主要这些因素对于甘肃省淘宝村发展的影响程度大小。

最后，在设计问卷时考虑到所收集数据与研究主题的匹配性、研究数据的可靠性和真实性，问卷中加入了甄别性题项，并以此题项为条件运用 SPSS 25.0 数据分析软件筛选和分析数据。

#### 4.1.2 问卷发放与回收

首先，在研读淘宝村研究领域内文献并咨询该领域内研究学者和专家的基础上，设计调研问卷并发布问卷收取前测数据进行数据分析；其次，根据前测结果

修订和完善问卷题项，确定研究问卷；最后，发放问卷收集后续研究所需数据。同时，为确保研究数据的针对性和真实性，以甘肃省内淘宝村（农村电商）企业、政府机构、电商物流企业从业者以及行业内专家、学者等为研究对象，收集研究数据进行后续分析。

此次问卷收集时间为 2023 年 7 月 15 日至 2023 年 10 月 13 日，共约 90 天。问卷收集采取线上和线下相结合的方式展开，其中线下收集主要是在甘肃省各地电子商务企业发布会和博览会以及甘肃省电商集聚地发放问卷邀请电子商务从业者填写问卷获取研究数据；而线上数据收集则通过问卷星平台、微信和 QQ 等多种渠道邀请特定研究对象填写问卷获取研究数据。本次调研共获得 556 份问卷，经筛选共获得有效问卷 433 份，问卷有效率达 77.9%。

## 4.2 预调查

为了确保问卷题项的可靠性，在正式调查开始之前需要进行预调查，以便研究能够真实准确的反映甘肃省淘宝村发展状况。首先，在问卷星专业数据收集网站上发放预调查问卷，剔除无效问卷后共获得 141 份有效问卷；随后，采用典型的统计标准对可观测变量的信度、效度进行检验，确定问卷的有效性和可靠性。

### 4.2.1 问卷信度分析

使用 SPSS 25.0 分析 141 份预调查数据进行分析。表 4.1 体现的是整体问卷的 Cronbach's  $\alpha$  值，为  $0.917 > 0.8$ ，表明研究问卷具有较高的信度。同时分析各题项的信度，分析结果如表 4.2 所示，分析结果表明甘肃省淘宝村生态系统发展得分、宏观环境、供应链、支持群体以及附着群体五个维度的校正项总计相关性（CITC）值均大于 0.3，且基于标准化的克隆巴赫系数（Cronbach's  $\alpha$ ）值均大于 0.8，且每个维度中包含题项的克隆巴赫系数（Cronbach's  $\alpha$ ）值介于 0.737 与 0.884 之间（分析数据见表 4.2）<sup>[71]</sup>，表明研究所设计的甘肃省淘宝村发展影响因素调查量表具有良好的信度。

**表 4.1 整体问卷信度分析**

克隆巴赫 Alpha	基于标准化项的克隆巴赫 Alpha	项数
0.917	0.918	31

**表 4.2 问卷各题项信度分析**

维度	测度项	校正项总计相关性 (CITC)	基于标准化项的克隆巴赫 Alpha	删除项后的克隆巴赫
甘肃省淘宝村生态系统发展得分	甘肃省淘宝村发展宏观环境完善程度得分	0.621	0.813	0.769
	甘肃省淘宝村发展供应链完善程度得分	0.691		0.737
	甘肃省淘宝村发展支持群体完善程度得分	0.597		0.781
	甘肃省淘宝村发展附着群体完善程度得分	0.618		0.770
宏观环境	区位条件	0.666	0.890	0.876
	产业基础	0.627		0.880
	资源条件	0.607		0.881
	政府政策和支持	0.631		0.879
	法律法规	0.674		0.876
	经济发展水平	0.570		0.884
	营商环境	0.669		0.876
	从业者创业精神	0.636		0.879
	行业带头人引导作用	0.731		0.871
	农村电商交易平台	0.695		0.841
供应链	经营产品类型	0.617	0.868	0.852
	经营模式	0.670		0.845
	供应商	0.623		0.851
	生产商	0.628		0.850
	分销商	0.600		0.854
支持群体	消费者	0.655	0.871	0.847
	支付系统	0.662		0.851
	物流服务体系	0.650		0.854
	电信服务商	0.680		0.848
	农村电商协会	0.605		0.861

续表 4.2 问卷各题项信度分析

维度	测度项	校正项总计相关性 (CITC)	基于标准化项的克隆巴赫 Alpha	删除项后的克隆巴赫
支持群体	电商创业人才	0.708		0.843
	农村电商基础设施	0.729		0.839
	第三方代理机构	0.661		0.830
	网络营销商	0.608		0.826
附着群体	客户管理与服务	0.705	0.858	0.820
	电商咨询服务	0.615		0.842
	电商从业人才	0.707		0.818

#### 4.2.2 问卷效度分析

为了验证研究问卷设计有效性和准确性，将依据预调查数据进行效度分析。通过 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 和 Bartlett 球形检验来分析问卷的效度。如表 4.3 所示，问卷的 KMO 值为 0.881，介于 0.8-0.9 之间，表示问卷效度非常好，且十分适合做因子分析，此外，问卷的 Bartlett 球形检验统计量的显著性小于 0.01，表明变量之间存在显著的相关性，说明本研究具有很好的效度<sup>[72]</sup>。

表 4.3 KMO 和 Bartlett 检验

KMO 取样适切性量数		.881
巴特利特球形度检验	近似卡方	2160.911
	自由度	465
	显著性	.000

#### 4.3 正式调查

结合预调查中对问卷的分析结果，对正式调查问卷进行完善修正，保证了问卷的科学性和合理性。正式调研问卷在问卷星专业数据收集网站进行收集，从

2023年7月15日至2023年10月13日，共回收问卷556份。通过分析问卷答案，剔除填写问卷时间过短、答案完全一致以及无效问卷后，共获得433份有效问卷，问卷有效率达77.9%。

### 4.3.1 受访者人口统计学信息分析

从性别、年龄、文化程度以及所从事行业或者所属行业进行分析受访者的入口统计学信息，本次问卷调查中共有414名淘宝村电商活动相关人员，占全部受访者的95.7%：包括168名从业者、185名消费者、13名政策制定者以及48名行业内专家、学者，分别占全部受访者的38.7%、42.7%、3.0%和11.0%。与农村电商交易活动无关人员仅有19名，占全部受访者的比例很低，仅4.3%，说明问卷设计具有针对性、调研数据可以准确反映甘肃省淘宝村生态系统发展真实情况。问卷调查对象基本信息见下表（表4.4）。

表 4.4 问卷调查对象基本信息

题项	人数	所占比例(%)	
性别	男	210	48.4%
	女	223	51.5%
年龄	18-29	182	42.0%
	30-39	161	37.1%
	40-49	70	16.1%
	50 以上	20	4.6%
文化程度	专科及以下	147	33.9%
	本科	254	58.6%
	硕士	25	5.7%
所从事工作或所属行业	博士及以上	7	1.6%
	农村电商活动相关从业者	168	38.7%
	农村电商活动消费者	185	42.7%
	农村电商政策制定者	13	3.0%
	农村电商行业内专家、学者	48	11.0%
其他	19	4.3%	

由表 4.3 可知,在所收集的 433 份有效问卷中,受访者男女比例分别为 48.4%、51.2%,男女比例差距并不明显,女性受访者略多于男性受访者,从整个电子商务交易活动消费者占比来说,女性消费者占比高于男性消费者,这与调查数据所显示的一致。综合来看,受访者男女比例相对较为均衡,可以有效避免研究对象差距较大而带来影响研究结果的问题。

从受访者年龄分布来看,占比最多的年龄段是“18-29 岁”,为 42.0%,其次是“30-39 岁”,占比 37.1%，“40-49 岁”和“50 岁以上”的受访者占比分别为 16.1%、4.6%,表明淘宝村行业内相关人群年龄处于年轻化水平。

从受访者文化程度来看,具有专科及以下、本科学历的受访者占 92.5%,硕士及以上文化程度的受访者占比较少。可以看出,受访者文化程度主要集中在专科及以下、本科,硕士及以上的人员占比相对较小,这与甘肃省淘宝村发展情况基本一致。

## 4.4 数据统计分析

### 4.4.1 描述性统计分析

因子分析和回归分析可以顺利开展的前提是样本数据可以进行上述分析,因此需要对基于生态系统的甘肃省淘宝村发展影响因素样本中的变量进行描述性统计分析与解释。

描述性统计分析主要用于对样本数据进行初步统计与分析,常用于实证研究中,并为后续数据分析奠定基础,主要包括数据的频数分析、集中程度分析、离散程度分析、分布分析等方面。研究借助 SPSS 25.0 统计分析软件对 433 份实验样本数据进行描述性统计分析,使用最大值和最小值、样本均值、标准差、峰度和偏度等统计量来分析样本数据是否存在异常值,数据集中程度、离散程度以及样本是否符合正态分布,分析结果如表 4.5 所示。

统计结果显示,样本数据的最大值均为 5、最小值均为 1;样本数据的均值最大值是 3.78,最小值为 3.45;样本数据标准差均趋向于 1;各指标峰度的绝对值最大为  $0.896 < 1$ ,远小于给定的阈值 10,且各指标偏度的绝对值最大值为  $0.663 < 1$ ,远小于给定的阈值 3。综上所述,研究调查数据无异常值存在,数据集

中程度较好，数据之间的差异程度较小，说明该样本数据可以进行后续因子分析和回归分析。

表 4.5 各变量统计分析

	N	最 小 值 统 计	最 大 值 统 计	均值		标准差		偏度		峰度	
				统计 量	标准 误	统计量	标准误	统计量	标准误	统计量	标准误
<b>宏观环境</b>											
区位条件	433	1	5	3.66	0.055	1.144	-0.492	0.117	-0.792	0.234	
产业基础	433	1	5	3.74	0.056	1.171	-0.602	0.117	-0.677	0.234	
资源条件	433	1	5	3.69	0.055	1.144	-0.565	0.117	-0.597	0.234	
政府政策和支持	433	1	5	3.75	0.055	1.152	-0.564	0.117	-0.79	0.234	
法律法规	433	1	5	3.64	0.055	1.152	-0.564	0.117	-0.579	0.234	
经济发展水平	433	1	5	3.61	0.055	1.153	-0.508	0.117	-0.703	0.234	
营商环境	433	1	5	3.68	0.054	1.122	-0.582	0.117	-0.563	0.234	
从业者创业精神	433	1	5	3.78	0.056	1.16	-0.646	0.117	-0.606	0.234	
行业带头人引导作用	433	1	5	3.77	0.055	1.148	-0.663	0.117	-0.511	0.234	
<b>供应链</b>											
农村电商交易平台	433	1	5	3.53	0.055	1.148	-0.465	0.117	-0.696	0.234	
经营产品类型	433	1	5	3.63	0.054	1.123	-0.522	0.117	-0.611	0.234	
经营模式	433	1	5	3.6	0.054	1.132	-0.496	0.117	-0.63	0.234	
供应商	433	1	5	3.62	0.055	1.142	-0.489	0.117	-0.686	0.234	
生产商	433	1	5	3.52	0.056	1.167	-0.373	0.117	-0.896	0.234	
分销商	433	1	5	3.56	0.055	1.145	-0.426	0.117	-0.781	0.234	
消费者	433	1	5	3.58	0.055	1.15	-0.485	0.117	-0.64	0.234	
<b>支持群体</b>											
支付系统	433	1	5	3.52	0.053	1.106	-0.376	0.117	-0.698	0.234	
物流服务体系	433	1	5	3.66	0.054	1.115	-0.422	0.117	-0.865	0.234	
电信服务商	433	1	5	3.56	0.053	1.111	-0.368	0.117	-0.792	0.234	
农村电商协会	433	1	5	3.66	0.053	1.113	-0.521	0.117	-0.574	0.234	
电商创业人才	433	1	5	3.45	0.054	1.133	-0.363	0.117	-0.689	0.234	

续表 4.5 各变量统计分析

	N	最 小 值 统 计	最 大 值 统 计	均值		标准差		偏度		峰度	
				统计 量	标准 误	统计量	标准误	统计量	标准误	统计量	标准误
农村电商基础设施	433	1	5	3.59	0.055	1.145	-0.416	0.117	-0.822	0.234	
<b>附着群体</b>											
第三方代理机构	433	1	5	3.59	0.055	1.151	-0.468	0.117	-0.762	0.234	
网络营销商	433	1	5	3.69	0.054	1.121	-0.532	0.117	-0.586	0.234	
客户管理与服务	433	1	5	3.65	0.055	1.14	-0.511	0.117	-0.643	0.234	
电商咨询服务	433	1	5	3.66	0.055	1.148	-0.471	0.117	-0.755	0.234	
电商从业人才	433	1	5	3.52	0.055	1.141	-0.442	0.117	-0.686	0.234	
有效个案数	433										

#### 4.4.2 问卷信度分析

信度分析是通过检验研究数据的可靠性和稳健性,来判定研究的意义和价值的一种统计学分析方法,如果研究题项具有较高的信度,则说明研究具有研究意义。研究选择使用克隆巴赫 Alpha (Cronbach's  $\alpha$ ) 值作为检验数据信度的指标。一般来说,当 Cronbach's  $\alpha > 0.8$  时,表明研究数据信度高;当  $0.7 < \text{Cronbach's } \alpha < 0.8$  时,表明研究数据具有较高的信度;当 Cronbach's  $\alpha$  介于 0.6-0.7 之间时,表明研究数据信度是可接受的;但是当该值  $< 0.6$  时,则表明研究数据不具有可靠性,研究无意义。

使用 SPSS 25.0 数据分析软件检验所收集数据的信度,若问卷中的各题项的信度与整体问卷的信度一致,则说明所收集数据能够进行因子分析。表 4.6 体现的是整体问卷的 Cronbach's  $\alpha$  值,为  $0.940 > 0.8$ ,表明研究问卷具有较高的信度。同时分析各维度测量题项的信度,分析结果如表 4.7 所示:研究中的因变量甘肃省淘宝村生态系统发展得分以及自变量宏观环境、供应链、支持群体以及附着群体五个维度的校正项总计相关性 (CITC) 值均大于 0.3,且 Cronbach's  $\alpha$  值分别为 0.868、0.927、0.904、0.899、0.887,均大于 0.8,表示研究数据信度处于较高

水平；且由表可知，删除项后的 Cronbach's  $\alpha$  值均小于标准化项的 Cronbach's  $\alpha$  值，这说明删除任意一个题项都不能增加该维度的信度。综上所述，可以看出本研究的调查量表能够通过可靠性检验，量表整体信度表如表 4.7 所示。

表 4.6 整体问卷信度分析

克隆巴赫 Alpha	基于标准化项的克隆巴赫 Alpha	项数
0.940	0.940	31

表 4.7 各维度信度分析

维度	测度项	校正项总计相关性 (CITC)	标准化项的克隆巴赫 Alpha	删除项后的克隆巴赫 Alpha
甘肃省淘宝村生态系统发展得分	甘肃省淘宝村发展宏观环境完善程度得分	0.722	0.868	0.830
	甘肃省淘宝村发展供应链完善程度得分	0.737		0.823
	甘肃省淘宝村发展支持群体完善程度得分	0.688		0.843
	甘肃省淘宝村发展附着群体完善程度得分	0.727		0.827
宏观环境	区位条件	0.721	0.927	0.919
	产业基础	0.762		0.917
	资源条件	0.731		0.919
	政府政策和支持	0.733		0.919
	法律法规	0.734		0.919
	经济发展水平	0.737		0.919
	营商环境	0.717		0.92
供应链	从业者创业精神	0.712	0.904	0.92
	行业带头人引导作用	0.754		0.917
	农村电商交易平台	0.708		0.89
	经营产品类型	0.701		0.891
	经营模式	0.721		0.889
	供应商	0.697		0.891

续表 4.7 各维度信度分析

维度	测度项	校正项总计相关性 (CITC)	标准化项的克隆巴赫 Alpha	删除项后的克隆巴赫 Alpha
供应链	生产商	0.735		0.887
	分销商	0.717		0.889
	消费者	0.717		0.889
	支付系统	0.732		0.88
	物流服务体系	0.735		0.879
支持群体	电信服务商	0.731	0.899	0.88
	农村电商协会	0.68		0.887
	电商创业人才	0.735		0.879
	农村电商基础设施	0.735		0.879
	第三方代理机构	0.706		0.867
附着群体	网络营销商	0.749		0.858
	客户管理与服务	0.723	0.887	0.863
	电商咨询服务	0.706		0.868
	电商从业人才	0.748		0.858

#### 4.4.3 问卷效度分析

效度 (Validity) 是指问卷的有效性, 即研究中的工具或方法能够准确反映所研究问题的程度, 其一般用于验证研究题项能否高效表达变量或者维度的信息。即问卷中的题项设计是否合理或研究题项是否能够清晰地表示某个变量。通常检验效度的指标有 KMO (即 Kaiser-Meyer-Olkin, 用于反映变量间简单相关系数和偏相关系数的指标) 和巴特利特球形度检验 (即 Bartlett 检验, 用于验证各变量之间是否独立)。KMO 取值范围介于 0-1 之间, KMO 值越趋近于 1, 说明变量之间存在较高的相关性, 且越适合利用因子分析法分析数据; 当 KMO 值趋近于 0 时, 表明变量之间的相关性较弱, 则不适合使用因子分析法分析数据。

根据前人的研究经验, KMO>0.9 表示非常合适使用因子分析法, KMO 值介于 0.8~0.9 表示比较适合做因子分析, KMO 值在 0.7 到 0.8 之间时, 表示适合做因子分析, 0.6-0.7 表示可以做因子分析, 而当 KMO<0.6 时, 则表示不合适进行

因子分析。同样地，当巴特利特球形度检验的显著性 P 值小于 0.05，则可以认为研究问卷具有良好的效度。

通过分析可知，研究问卷的 KMO 值为 0.947>0.9，且 Bartlett 球形检验显著性 P 值为 0.000<0.05，均符合指标阈值，适合进一步分析，具体结果见表 4.8。

表 4.8 KMO 和 Bartlett 检验

KMO 取样适切性量数		.947
巴特利特球形度检验	近似卡方	6855.654
	自由度	351
	显著性	.000

## 4.5 因子分析

因子分析是指从研究指标相关矩阵内部的依赖关系出发，将一些信息重叠、具有相关关系的研究变量归结为少数几个不相关的综合性因子的一种统计分析方法。因子分析一般分为探索性因子分析（EFA）和验证性因子分析（CFA）两种。其中，探索性因子分析通常可以帮助建立新的研究假设、得出新的研究结论；验证性因子分析则用于已经构建好清晰的理论框架的研究中。综合考虑研究主题与甘肃省淘宝村实际发展情况，研究选择使用探索性因子分析对生态系统视角下甘肃省淘宝村发展的影响因素进行探究。所选择的研究因变量包括宏观环境、供应链、支持群体和附着群体四个层面的影响因素，同时，四个自变量拥有各自的测量指标，而研究的因变量是甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度。

### 4.5.1 甘肃省淘宝村生态系统发展影响因素变量

在 SPSS25.0 软件上分析所收集到的 433 份有效问卷数据，对影响甘肃省淘宝村发展的影响因素进行主成分分析，并提取公因子。见表 4.9，初始列是因子分析初始解下的变量共同度，由于原始变量标准化后的方差均为 1，因此 27 个变量的共同度均为 1。这说明原始变量的所有方差都可以被解释。同时可以观察到，问卷中的原始变量的共同度均超过 60%，因子提取效果较为理想，说明公因子可以较好地解释 27 个原始变量。

表 4.9 公因子方差表

	初始	提取
区位条件	1	0.622
产业基础	1	0.672
资源条件	1	0.63
政府政策和支持	1	0.638
法律法规	1	0.631
经济发展水平	1	0.642
营商环境	1	0.612
从业者创业精神	1	0.602
行业带头人引导作用	1	0.664
农村电商交易平台	1	0.628
经营产品类型	1	0.616
经营模式	1	0.646
供应商	1	0.617
生产商	1	0.667
分销商	1	0.643
消费者	1	0.643
支付系统	1	0.689
物流服务体系	1	0.676
电信服务商	1	0.673
农村电商协会	1	0.606
电商创业人才	1	0.681
农村电商基础设施	1	0.68
第三方代理机构	1	0.67
网络营销商	1	0.724
客户管理与服务	1	0.684
电商咨询服务	1	0.659
电商从业人才	1	0.722
提取方法：主成分分析法。		

#### 4.5.2 提取甘肃省淘宝村生态系统发展主要影响因素

使用最大方差法进行因子旋转，将各因子特征值大于 1，因子载荷绝对值大于 0.5 的因子确定为公因子来提升研究结果的可靠性。同时，提取甘肃省淘宝村生态系统发展影响因子时使用主成分分析法。由最终分析结果显示共有 4 个特征值大于 1 的因子，其累积贡献率达 65.326%。表明这 4 个影响因子对研究中的 27 个影响因素的解释率力度达 65.326%，所提取的 4 个公因子就是甘肃省淘宝村发展主要影响因素。具体分析结果见下表（表 4.10）。

表 4.10 总方差解释表

成分	初始特征值			提取载荷平方和			旋转载荷平方和		
	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累计%	总计	方差百分比	累积 %
1	9.836	36.429	36.429	9.836	36.429	36.429	5.673	21.011	21.011
2	2.983	11.048	47.477	2.983	11.048	47.477	4.503	16.676	37.687
3	2.676	9.912	57.389	2.676	9.912	57.389	4.009	14.849	52.536
4	2.143	7.937	65.326	2.143	7.937	65.326	3.453	12.79	65.326
5	0.579	2.144	67.47						
6	0.57	2.111	69.581						
7	0.554	2.052	71.634						
8	0.526	1.949	73.583						
9	0.51	1.889	75.472						
10	0.48	1.779	77.251						

续表 4.10 总方差解释表

成分	初始特征值			提取载荷平方和			旋转载荷平方和		
	总计	方差百分比	累计%	总计	方差百分比	累计%	总计	方差百分比	累计%
11	0.477	1.767	79.018						
12	0.459	1.701	80.719						
13	0.442	1.639	82.358						
14	0.434	1.609	83.967						
15	0.411	1.523	85.49						
16	0.402	1.487	86.977						
17	0.384	1.423	88.401						
18	0.368	1.362	89.763						
19	0.361	1.338	91.101						
20	0.346	1.282	92.383						
21	0.333	1.235	93.618						
22	0.327	1.209	94.827						
23	0.317	1.175	96.002						
24	0.288	1.067	97.07						
25	0.276	1.021	98.091						
26	0.274	1.013	99.104						
27	0.242	0.896	100						

提取方法：主成分分析法。

公因子 1-4 的方差贡献率分别为 21.011%、16.676%、14.849%、12.79%，即公因子 1-4 对整个甘肃省淘宝村生态系统发展影响因素的解释力度分别为 21.011%、16.676%、14.849%、12.79%。

### 4.5.3 进行因子旋转

提取影响甘肃省淘宝村生态系统发展公因子之后，进行因子旋转，最大化因素间差异，并去除噪音成分，提升公因子的解释力度，具体结果如表 4.11 所示。

表 4.11 因子得分

	成分				公因子命名
	公因子 1	公因子 2	公因子 3	公因子 4	
1.区位条件	0.761	0.132	0.137	0.083	
2.产业基础	0.769	0.181	0.171	0.138	
3.资源条件	0.757	0.129	0.114	0.166	
4.政府政策和支持	0.772	0.092	0.153	0.102	
5.法律法规	0.744	0.177	0.175	0.126	宏观环境发展
6.经济发展水平	0.774	0.094	0.094	0.16	
7.营商环境	0.743	0.164	0.08	0.161	
8.从业者创业精神	0.722	0.144	0.187	0.162	
9.行业带头人引导作用	0.778	0.166	0.154	0.088	
10.农村电商交易平台	0.152	0.748	0.14	0.161	
11.经营产品类型	0.192	0.731	0.134	0.163	
12.经营模式	0.121	0.776	0.092	0.143	
13.供应商	0.093	0.753	0.15	0.135	供应链发展
14.生产商	0.178	0.788	0.094	0.069	
15.分销商	0.143	0.781	0.071	0.087	
16.消费者	0.181	0.764	0.147	0.075	
17.支付系统	0.15	0.096	0.807	0.075	
18.物流服务体系	0.188	0.184	0.757	0.187	
19.电信服务商	0.126	0.192	0.763	0.196	
20.农村电商协会	0.219	0.084	0.730	0.135	支持群体发展
21.电商创业人才	0.165	0.115	0.790	0.128	
22.农村电商基础设施	0.149	0.129	0.792	0.12	
23.第三方代理机构	0.136	0.179	0.151	0.772	
24.网络营销商	0.225	0.076	0.195	0.793	
25.客户管理与服务	0.198	0.153	0.148	0.774	附着群体发展
26.电商咨询服务	0.191	0.178	0.169	0.750	
27.电商从业人才	0.14	0.153	0.12	0.815	

提取方法：主成分分析法。

旋转方法：凯撒正态化最大方差法。

a 旋转在 5 次迭代后已收敛。

如上表所示, 序号为 1-9 的题项有较高的因子载荷, 与淘宝村宏观环境的发展相关性较高, 因此可以将此类影响因素归纳为一个公因子, 并对其进行命名, 其余影响因素均按照上述方式进行归类并进行命名。最终, 可以将 27 个影响因素归为类为 4 个公因子, 并依次命名为宏观环境层影响因素、供应链层影响因素、支持层影响因素、附着层影响因素。

淘宝村发展宏观环境公因子包括: 甘肃省的区位条件、淘宝村产业基础、甘肃省的资源条件、淘宝村电商交易中的政府政策和支持、电商交易法律法规、甘肃省经济发展水平、淘宝村电商活动营商环境、淘宝村从业者的创业精神、淘宝村行业带头人的引导作用, 这一类因子主要用于反映甘肃省淘宝村宏观环境发展状况。

淘宝村发展供应链层公因子包括: 淘宝村电商平台、甘肃省淘宝村所经营产品的类型、甘肃省淘宝村经营模式、供应商、生产商、分销商以及消费者等 7 个影响因素, 这 7 个维度的影响因素属于淘宝村生态系统中核心群体和关键群体中所包含的核心元素, 主要用于甘肃省淘宝村供应链发展状况。

淘宝村发展支持层公因子包括: 支付系统、物流服务体系、电信服务体系、农村电商协会建设、电商创业人才培养机制、电商基础设施发展与建设等 6 个方面的影响因素。

第 4 个公因子包含的主要影响因素是第三方代理机构、网络营销商服务、. 客户管理与服务、电商咨询服务以及电商从业人才的培训等 5 个方面, 这 5 个维度的影响因素属于淘宝村生态系统中附着群体所包含的核心元素, 主要用于甘肃省淘宝村发展附着层发展状况。

总的来说, 经过探索性因子分析, 将 27 个甘肃省淘宝村生态系统发展影响因素降维, 共提取到 4 个公因子, 随后将这 4 个公因子依次命名为: 宏观环境层影响因素、供应链层影响因素、支持层影响因素、附着层影响因素以便开展后续研究。

## 4.6 相关性分析

使用相关性分析来判定两个以上变量间相关程度的一种分析方法, 通常用于回归分析之前判断各因子之间是否具有相关性, 若各因子之间具有相关性, 才可

以进行回归分析。Pearson 相关系数用来确定变量间是否存在相关性，它的取值介于-1 到 1 之间，当 Pearson 相关系数值大于 0.7 或小于-0.7 时，表明研究变量间具有非常紧密的相关关系；当 Pearson 相关系数值介于 0.4 到 0.7 区间内或-0.7 到-0.4 区间内时，表明研究变量之间具有比较紧密的相关关系；当 Pearson 相关系数值介于 0.2 到 0.4 或-0.4 到-0.2 之间时，表明研究变量之间的相关性一般，可以进行后续研究，而当 Pearson 相关系数的绝对值小于 0.2 时，则表明研究变量之间不具有相关性，不能进行后续的回归分析。换句话说，既当 Pearson 系数的绝对值越趋近 1，则说明各个变量之间的相关性越高，可以进行后续分析。相关性分析结果如下表所示。

表 4.12 相关性分析

		甘肃省淘宝村 生态系统发展 完善程度	宏观环 境	供应链	支持群 体	附着群 体
甘肃省淘 宝村生态 系统发展 完善程度	皮尔逊相关性	1	.521**	.410**	.442**	.458**
	Sig. (双尾)		0	0	0	0
	个案数	433	433	433	433	433
宏观环境 层	皮尔逊相关性	.521**	1	.404**	.420**	.425**
	Sig. (双尾)	0		0	0	0
	个案数	433	433	433	433	433
供应链层	皮尔逊相关性	.410**	.404**	1	.362**	.380**
	Sig. (双尾)	0	0		0	0
	个案数	433	433	433	433	433
支持层	皮尔逊相关性	.442**	.420**	.362**	1	.413**
	Sig. (双尾)	0	0	0		0
	个案数	433	433	433	433	433
附着层	皮尔逊相关性	.458**	.425**	.380**	.413**	1
	Sig. (双尾)	0	0	0	0	
	个案数	433	433	433	433	433

\*\* 在 0.01 级别（双尾），相关性显著。

如上表所示, 在 0.01 显著性水平下, 甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度作为因变量与四个自变量(宏观环境层影响因素、供应链层影响因素、支持层影响因素以及附着层影响因素)之间 Pearson 相关系数均介于 0.4-0.7 之间, 表明所研究因变量与自变量之间相关性显著, 可以进行后续回归分析。

## 4.7 回归分析

根据前文相关性分析结果可知, 可以对该因子分析模型进行线性回归确定自变量对于因变量的影响力度大小, 并根据所得结果提出促进甘肃省淘宝村发展的有效对策和建议。其中研究中的自变量是所提取公因子的均值, 分别是甘肃省淘宝村发展宏观环境均值、甘肃省淘宝村发展供应链均值、甘肃省淘宝村发展支持层均值和甘肃省淘宝村附着层均值, 因变量是甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度得分均值。

### 4.7.1 回归模型构建

通过收集甘肃省淘宝村发展数据, 以甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度  $Y$  为因变量, 分别将  $X_1$  宏观环境层因素,  $X_2$  供应链层因素,  $X_3$  支持层因素, 以及将  $X_4$  附着层因素设为四个自变量, 构建多元线性回归方程:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

其中  $\varepsilon$  为随机误差项,  $\varepsilon \sim N(0, \sigma^2)$ 。

### 4.7.2 显著性检验

如表 4.17 所示, 对回归分析模型进行检验,  $R^2$  为 0.389, 调整后的  $R^2$  为 0.383, 方程拟合效果良好。

表 4.17 回归分析模型检验

模型	R	R <sup>2</sup>	调整后 R <sup>2</sup>	标准估算的错误	德宾-沃森
1	.623a	0.389	0.383	0.76478	1.923

a 预测变量: (常量), 宏观环境层, 供应链层, 支持层, 附着层

b 因变量: 甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度

分析表 4.18 可知, F 统计量为 67.985, Sig 值为 0.000<0.05, 表明回归方程显著, 通过方程的显著性检验。

表 4.18 ANOVA 检验

模型	平方和	自由度	均方	F	显著性 P
回归	159.053	4	39.763	67.985	.000b
1 残差	250.33	428	0.585		
总计	409.383	432			

a 因变量: 甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度

b 预测变量: (常量), 宏观环境层, 供应链层, 支持层, 附着层

### 4.7.3 构建回归方程

选取因子分析所得的 4 个公因子的得分均值作为回归方程的自变量, 以甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度得分均值为因变量, 使用最小二乘法对自变量进行线性拟合, 构建多元回归方程模型, 并使用 SPSS 25.0 进行多元回归分析, 考察甘肃省淘宝村发展的四个影响因素的作用力大小, 以此作为评价四个影响因素的依据。

由回归分析结果可知, 各变量 VIF 值均远小于 10, 研究变量之间不存在共线性问题, 且宏观环境层因素、支持层因素、附着层因素显著性水平接近于 0, 供应链层因素的显著性水平为 0.001, 故四个主要影响因素在 0.01 的显著性水平下显著。即在 0.05 的显著性水平下, 甘肃省淘宝村发展的宏观环境层因素、供

应链层因素、支持层因素、附着层因素都会对甘肃省淘宝村生态系统的可持续发展产生正向影响作用。具体结果如表 4.19 所示。

表 4.19 回归系数

模型	未标准化系数		标准化系数	t	显著性 P	VIF
	B	标准错误	Beta			
(常量)	0.448	0.199		2.255	0.024	
宏观环境层	0.321	0.048	0.302	6.704	0	1.416
供应链层	0.157	0.046	0.147	3.395	0.001	1.315
支持层	0.192	0.047	0.18	4.08	0	1.363
附着层	0.205	0.046	0.2	4.488	0	1.384

a 因变量：甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度

如上表，除常量外，所研究的 4 个自变量的显著性 P 值均小于 0.05，方差膨胀因子（VIF）小于 10，均符合研究所能接受的阈值，变量之间不存在多重共线性，回归模型准确、有效。同时，在显著性 P 值小于 0.005 的情况下，4 个自变量的非标准化回归系数 B 值不同，说明该自变量对于因变量的影响程度不同，且 B 值的绝对值越大，说明自变量对于因变量的影响程度越大，而回归模型中的常数项 B 值为 0.448。因此，根据回归分析所得到的非标准化回归系数，可以构建如下回归方程：

$$Y=0.448+0.321X_1+0.157X_2+0.192X_3+0.205X_4$$

#### 4.7.4 研究结果分析

由回归方程可知，自变量宏观环境层因素  $X_1$  对因变量甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度 Y 存在正向影响（ $B=0.321$ ， $P=0.000<0.005$ ），且影响力度在 4 个自变量中排第一，说明在其他 3 个自变量保持不变的情况下，宏观环境每提升 1 分，甘肃省淘宝村生态系统发展就会提升 0.321 分。当淘宝村电商相关法律法规、政策、经济和技术发展水平等改善时，甘肃省淘宝村生态系统的发展也会发展更加完善。其中，规范的电商法律政策和法规是其可持续发展的重要保障，良

好的经济和技术发展水平是促进淘宝村生态系统发展的重要基础。

自变量供应链层因素  $X_2$  对因变量甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度  $Y$  存在正向影响 ( $B=0.157$ ,  $P=0.001<0.005$ ), 且影响力度在 4 个自变量中排第 4, 说明在其他 3 个自变量保持不变的情况下, 供应链每改善 1 分, 甘肃省淘宝村生态系统发展就会提升 0.157 分。供应链层因素包括核心群体因素中的淘宝村交易平台和淘宝村从业者以及关键群体中的供应商、生产商和消费者等, 每个因素都对甘肃省淘宝村生态系统的可持续发展产生正向影响作用, 而核心群体中的电商平台和淘宝村从业者是甘肃省淘宝村发展的参与主体, 对甘肃省淘宝村生态系统可持续发展有着主导作用。

自变量支持层因素  $X_3$  对因变量甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度  $Y$  存在正向影响 ( $B=0.192$ ,  $P=0.000<0.005$ ), 且影响力度在 4 个自变量中排第 3, 说明在其他 3 个自变量保持不变的情况下, 支持层因素每提升 1 分, 甘肃省淘宝村生态系统发展就会提升 0.192 分。根据因子分析结果, 支持层因素有支持群体中的金融支付系统、物流服务体系; 电信服务商、电商协会的建设、返乡创业人才参与程度、基础设施建设等, 这些因素均会对甘肃省淘宝村发展产生重要影响。

自变量附着层因素  $X_4$  对因变量甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度  $Y$  存在正向影响 ( $B=0.205$ ,  $P=0.000<0.005$ ), 且影响力度在 4 个自变量中排第 2, 说明在其他 3 个自变量保持不变的情况下, 附着层因素每提升 1 分, 甘肃省淘宝村生态系统发展就会提升 0.205 分。同样地, 结合因子分析结果可知, 附着层因素包括第三方代理机构、网络营销商、客户管理服务、电商咨询服务、人才培训机制等, 这些因素是评价甘肃省淘宝村发展程度的重要指标, 对于甘肃省淘宝村健康、可持续发展产生着至关重要的作用。

## 4.8 本章小结

本章是研究的实证分析环节, 首先介绍了研究数据收集与处理的方式, 随后基于所收集的数据进行前测, 分析了调研问卷和研究数据的信度与效度, 验证了研究数据和研究方法的科学性; 其次, 进行了正式调查, 在保证数据可靠性、真实性的基础上, 将影响甘肃省淘宝村生态系统发展的影响因子使用因子分析法进行降维处理, 将原有 27 个影响因素归类为 4 个主要影响因子, 并进行了公因子

命名；最后，经过相关性分析，表明研究中的因变量与自变量具有较高的相关性，可以进行回归分析。确定了影响甘肃省淘宝村发展的影响因素的力度大小，为后文提出甘肃省淘宝村发展策略奠定基础。

## 5 甘肃省淘宝村发展策略分析

根据因子分析和回归分析结果可知甘肃省淘宝村生态系统主要受到宏观环境层、供应链层、支持层以及附着层因素的影响，所以本章主要从以上4个方面提出助力甘肃省淘宝村生态系统可持续发展的策略与建议；同时，甘肃省淘宝村在发展过程中可以考虑根据回归分析结果所显示的4个自变量对因变量的影响程度大小进行资源分配，采取相应的措施来助力甘肃省淘宝村发展。因此，在促进甘肃省淘宝村发展过程中应按照优先改善宏观环境层因素发展，随后在附着层因素中投入资源，最后助力支持层因素和供应链层因素发展的顺序来增强甘肃省淘宝村发展完善程度，全方面扎实推进甘肃省淘宝村健康、可持续发展。

### 5.1 完善甘肃省淘宝村生态系统宏观环境层发展

宏观环境层因素是维持甘肃省淘宝村生态系统持续发展的重要外部环境因素，如果没有完善的外部发展因素做支撑，甘肃省淘宝村生态系统就无法健康稳定发展。其主要包括自然环境、法律环境、经济发展水平以及电商交易相关政策等四个方面，下面将分别从这四个方面着手提出甘肃省淘宝村发展宏观环境层策略。

#### 5.1.1 整合利用甘肃省自然资源促进淘宝村持续发展

自然资源条件是决定某一区域产业发展类型、发展方式以及产业规模等的重要因素。淘宝村发展与兴起就是产业集聚现象，而产业集聚依托于自然资源条件，所以在开展淘宝村电商交易活动中，应综合考虑本土自然资源条件，整合利用自然资源优势，选择具有特色和优势的产品，比如特色农产品、特色旅游等，依托地方资源，激活当地产业发展。

在发展甘肃省淘宝村电商时，应根据当地的发展情况遵循“一村一品”的发展方向，并以当地特色产业和产品为突破口，实施品牌化发展战略，支持当地龙头企业的发展，努力提升产品的知名度和市场占有率。此外，政府还应加强基础设施建设，创新公共服务模式，考虑利用市场和园区等空置场所进行政府投资，

设立网商孵化专区，实现企业规模化集群发展，充分利用公共服务平台资源进行平台推广和代运营等专业服务，降低集群内企业的创新成本和商务成本，提高竞争力，促进企业的发展。

### 5.1.2 建立完善的淘宝村法律保障体系

甘肃省淘宝村的法律法规和标准化建设仍有不完善之处，缺乏完善的电子商务法律保障体系。甘肃省在电子支付、税收监管、消费者权益保护等方面的法规保护不足，严重限制了淘宝村的健康有序发展。甘肃省在商品流通、电子商务等领域的专门法律法规相对不足，导致了盲目投资和无序竞争的问题时有发生。因此，在构建甘肃省淘宝村法律的基本框架时，应该具备全面性的特征，建立一个综合考虑消费者权益保护、网络隐私保护和知识产权保护等方面的法律基本框架，既能促进甘肃省淘宝村的稳步发展，又能为甘肃省乡村振兴做出贡献。

### 5.1.3 提升甘肃省整体经济发展水平

提高经济发展水平将有助于促进产业集聚和淘宝村的发展。经济结构的调整具有重要的辐射带动效应，而甘肃省整体电子商务发展水平相对较低，经济发展水平不高是导致该省淘宝村发展缓慢的主要原因之一。因此，发展甘肃省的电子商务、农村电商以及淘宝村产业，提升该省整体经济发展水平至关重要。为此，目前甘肃省需要着重研究并大力推动淘宝村发展的策略和方法，以提升该省当前的经济发展水平。必须明确淘宝村电商在推动农村经济发展中的重要地位和作用，积极发现本地发展的不足之处，并及时抓住机遇，推动农村电商生态系统的健康发展，从而提高甘肃省乡村经济发展水平，增加农民收入，改善村民生活水平和文化素质，为乡村振兴稳步发展做出贡献。

### 5.1.4 积极出台电商扶贫相关政策法规

甘肃省各级政府在资金和政策方面对农村电商进行了大力扶持，但对淘宝村电商扶贫的政策支持并不够精准。部分落后乡镇对淘宝村电商扶贫的重视不够，存在形式主义现象，扶贫工作的宣传和实际工作力度也不足，导致甘肃省淘宝村

电商扶贫政策未能达到预期效果。因此，甘肃省相关政府部门需要结合淘宝村发展的实际需求，调整并制定更精准的淘宝村电商扶贫政策，迅速将以电商扶贫为代表的信息扶贫纳入电商扶贫体系之中。必须确保政府和相关立法部门加紧出台政策法规，持续完善相关电商政策，加强对于电子商务政策的学习，并提高对淘宝村电商政策的理解水平，从而推动甘肃省淘宝村电商的健康、可持续发展。

## 5.2 完善甘肃省淘宝村生态系统供应链层发展

甘肃省淘宝村生态系统供应链层因素是促使其发展的关键因素，若供应链层因素不能满足淘宝村发展需要，则甘肃省淘宝村生态系统就无法稳定持续发展，也会对甘肃省农村电商行业以及产业集聚的发展产生严重后果。甘肃省淘宝村生态系统供应链层因素包括了核心群体和关键群体中的关键影响因素，主要有核心群体中的淘宝村与淘宝村电商交易平台，关键群体中的供应商、生产商以及消费者，基于以上因素，我们提出如下对策。

### 5.2.1 推动核心群体与关键群体协调发展

甘肃省淘宝村发展确实起步较晚，导致核心群体和关键群体的协调发展存在一些问题。具有代表性的淘宝村和电子商务平台在淘宝村生态系统中的凝聚力不足，没有发挥领导和辐射作用。此外，淘宝村类型较少，无法满足市场需求的急剧增长。供应商、生产商和消费者等关键群体还未完全融入农村电商产业集聚生态系统，他们的地位相对较弱。供应商和生产商由于组织化程度低、信息渠道不畅、技术和技能跟进不力等问题，无法充分发挥优势。淘宝村从业者，无论是作为生产者还是网商，受到组织化程度和信息渠道等因素的限制，处于相对弱势地位。因此，甘肃省淘宝村发展面临着交易规模小、核心群体和关键群体发展不成熟、群体结构单一等问题。针对这些问题，需要采取措施促进核心群体和关键群体之间的协调发展，包括加强淘宝村的凝聚力和领导作用，增加淘宝村类型的多样性，提升关键群体的组织化程度和信息渠道畅通度，加强技术和技能的培训，改善淘宝村从业者的地位。通过这些举措，可以推动甘肃省淘宝村的发展，实现更加健康和多元化的发展态势。因此，甘肃省淘宝村生态系统发展需要聚焦于整合核心群体与关键群体各因素，推进甘肃省淘宝村生态系统的进一步完善与发

展。

## 5.2.2 形成长期合作的供应商

在甘肃省淘宝村的发展过程中，选择供应商确实需要考虑到他们的口碑、品质和信誉情况，这有助于保证产品和服务的质量以及顾客满意度。强化对供应商的绩效考评，并选择可以长期合作的供应商，能够建立起稳定可靠的合作关系，为淘宝村的发展提供有力支持。建议建立供应商和淘宝村全面合作，让供应商参与电子商务的管理，确保成本低、安全性高和时效性好。通过与供应商密切配合和沟通，使其参与电商前期技术研发和攻关活动，实现双方的能力互补，提升供应商在淘宝村发展中的地位和作用。长期稳定的供应商将成为淘宝村发展的重要支柱，为其提供高质量的产品和服务，推动淘宝村的持续发展壮大。通过与供应商的紧密合作，可以优化资源配置，提高生产效率，改善产品质量，增强市场竞争力，从而促进甘肃省淘宝村的发展，实现经济效益和社会效益的双赢局面。供应商的积极参与和支持对于淘宝村的发展具有重要意义，有助于推动当地电子商务产业的蓬勃发展。

## 5.2.3 创新发展模式，打造产业品牌

首先，借助“互联网+”技术，利用“电商+产业”相结合的模式，依托现有电商平台，创造出“基层政府和电商企业协作，农户和合作社为主角”的产业发展新模式，实现对农村电商发展多领域、多层次的政策覆盖。其次，利用现有电商平台，整合各种有效资源，优化产业链升级，推动传统产业数字化转型，抓住电商时代给乡村振兴带来的新机遇，打造产业品牌，集聚品牌效应。从提高产品质量、讲好特产故事、做好产业保障，以及完善售后服务等环节入手，创造良好的电商营商环境，提升品牌的宣传能力，完善打造品牌的配套服务，全力打造好特色品牌，发挥品牌效应，提高社会影响，打通销售渠道。最后，开展和举办淘宝村电商销售优惠活动（如618大促、双十一、年货节等），并邀请媒体进行宣传，提高产品知名度。同样地，利用新媒体发展优势，进行直播带货，帮助销售产品，打造农村电商名优产品，助力甘肃省淘宝村产业蓬勃发展，促进乡村振

兴。

### 5.3 完善甘肃省淘宝村生态系统支持层发展

支持层因素是支持甘肃省淘宝村电商生态系统发展的基本条件。甘肃省淘宝村电商生态系统稳定持续发展离不开支持层因素的支持。支持层因素主要包括金融服务系统、物流服务体系、电信服务商以及政府支持等几个方面为甘肃省淘宝村电商生态系统发展提供更完善的服务。

#### 5.3.1 推进甘肃省农村金融服务工作

在甘肃省淘宝村电商发展中，金融服务体系建设是至关重要的一环。针对当前存在的问题和挑战，确实需要加强政府引导，完善相关政策措施，为农村电商提供更多金融支持，促进其可持续发展。首先，政府可以通过出台有针对性的政策，鼓励金融机构增加对农村电商的金融支持力度，降低融资门槛，提高贷款的可获得性。同时，建立起完善的担保机制，为农村电商提供一定的风险保障，吸引更多金融机构参与到农村电商的金融服务中来。其次，加大对农村金融服务体系的建设力度，推动金融科技在农村地区的普及应用，提高金融服务的便捷性和效率。增加 POS 机、ATM 机等设施在农村地区的布放密度，为农村电商提供便利的支付和结算渠道，促进交易活动的开展。此外，对于农村电商企业，政府可以推动建立起完善的金融服务网络，包括小企业集中贷款、贴息贷款等方式，为其提供更多融资渠道和资金支持，推动农村电商生态系统的健康发展。综合来看，加强金融服务体系建设，优化相关政策环境，提升金融机构的参与度，将有助于推动甘肃省淘宝村电商的发展，促进农村经济的繁荣和农民收入的增加。政府、金融机构和企业之间的合作与共赢，可以有效推动农村电商行业的良性发展。

农村电商从业人员受教育水平与认知水平的限制，对于电子商务的理解与接受能力还较弱，应该利用广大农民朋友对于金融机构的信赖，开展多项电子金融业务，通过电子金融业务的宣传与使用，一方面提高群众对电子银行的认识，另一方面也促使他们不断适应电子商务所带来的新变化，从而扩展农村电子商务的消费人群，开拓农村电子商务需求。

### 5.3.2 促进农村电商物流体系建设

结合全省电子商务示范城市、示范基地、物流园区、商业设施等建设，统筹整合电商物流配送资源。支持物流企业、互联网企业依托我省电子商务物流服务平台，建立完善电子商务物流服务平台，构建全省电商同城配送体系，完善区域分拨网络。

结合农村创业需要，发挥供销社和邮政等物流体系在农村的网络优势，发展农村物流服务合伙人。实施好电子商务进农村综合示范项目，引导快递物流企业优势互补发展共同配送，鼓励实体商业和电商快递的物流协同，推动消费品、农资下乡和农产品进城双向统仓共配。依托京东电商物流平台、淘宝“甘肃特色馆”等信息平台资源优势，积极推进农村物流线上线下融合发展，强化县域农村快递配送服务功能，建立资源共享的县域农村快递公共分拨配送体系。

支持传统商贸流通企业利用电子商务转型升级，建立线上线下一体化销售网络体系。引导全省电子商务与高铁快递物流、航空快递物流等对接融合发展，推动现有服务网络体系降本增效。

鼓励企业建设面向城市消费的低温加工处理中心，开展冷链共同配送、打造城乡高效配送体系，发展“中央厨房+食材冷链配送”、“生鲜电商+冷链宅配”和“田间—餐桌”等冷链物流和农产品产销新模式，满足城市消费升级和多元化需求，提高冷链物流和农业产业供应链创造价值能力,推动冷链物流新模式发展。

### 5.3.3 深入推进农村通信网络建设升级

统筹甘肃省地域差异和城乡需求，深入推进农村通信网络建设升级，加快提升农村数字化应用水平，促进城乡信息通信行业均衡协调发展，助力数字乡村建设。首先，着眼脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接，加大对农村地区、民族地区等重点区域宽带网络升级改造的政策支持力度。补齐农村地区通信基础设施短板，进一步深化农村地区有线宽带覆盖，按需推动农村千兆网络建设覆盖。聚焦解决农产品销路不畅等突出问题支持电子商务平台向农村地区普及。积极推进农业农村信息服务，鼓励开展互联网特色应用，推进甘肃省淘宝村电商发展，助力实现农业农村现代化和乡村振兴战略落地。

其次，聚焦解决基础设施薄弱、数据资源体系建设滞后等农村发展问题，强化农业科技和装备支撑。重点加强基础电信企业在淘宝村、产业集聚等产业细分领域进行深度调研，充分挖掘行业数字化发展需求，定制个性化应用，加速实现生产全面感知化、无人作业化、管理精细化。推广智慧化产业，促进甘肃省农村电商产业发展。实施“互联网+特色产业”出村进城工程，加强与京东、阿里巴巴等电商平台合作，推动甘肃省淘宝村发展。

## 5.4 完善甘肃省淘宝村生态系统附着层发展

淘宝村生态系统发展的附着层因素是保障农村电商健康、可持续发展的重要因素。其中，第三方代理机构、网络营销商、客户管理以及电商咨询服务依赖于淘宝村生态系统而存在，并为淘宝村电商生态系统中其他群体提供增值服务，促进淘宝村生态系统蓬勃发展。淘宝村电商从业人才是农村电商发展保持先进性和创新性的基础，是农村电商发展不可或缺的因素。因此，完善甘肃省淘宝村电商生态系统附着层因素发展有助于促进甘肃省农村电商以及产业集聚的可持续发展。

### 5.4.1 引进专业化淘宝村电商发展服务公司

甘肃政府虽然认识到“淘宝村”的发展潜力，但由于各自专业领域的差异以及缺乏专业的电子商务知识，导致当地政府难以实现对“淘宝村”的直接对接和培育，因此，本项目拟采用外包模式，引入专业化的淘宝村开发服务商，与之密切合作，给予资金、政策支持，而服务商则发挥专业优势，帮助淘宝村发展壮大，实现“淘宝村”的培育目标。

### 5.4.2 引导成立电商协会

在淘宝村中推动电商发展，建立电商协会是一个很好的举措。通过由具有经验和资历的电商带头人组织设立电商协会，可以为农户提供及时的电商信息和指导，解决信息不对称问题，促进农村电商的健康发展。电商协会可以扮演多重角色，包括传递电商资讯、调解矛盾、规范行为等，有助于维护当地电商环境的良

性发展。尤其是在避免恶性竞争和不当行为方面，协会可以发挥重要作用，提升整个淘宝村的商业氛围，推动当地经济的增长。通过邀请专业老师为农户提供电商知识培训，可以提升农民的技能水平，降低他们进入电商领域的门槛，促进更多村民参与到电商活动中来。这种培训不仅可以帮助农民了解电商的基础知识和操作技巧，还可以激发他们的创业热情，推动淘宝村的经济发展。这种民间组织的引导和支持对于地方经济的可持续发展具有积极的意义。随着农村电商的同质化现象越来越严重，增强商品的差异化是淘宝网店保持竞争力的重要方式。为此，塑造乡村公共品牌，使用“地方盛产”“品质保证”等标签吸引消费者的关注地方特色产品，电商协会需要在塑造公共品牌方面做出努力，通过宣传推广等多种手段打响地区的公共品牌，从而促进本地特色产品在全国市场的流通。总的来说，电商协会的建立和培训计划的实施将有助于淘宝村电商的蓬勃发展，为当地经济注入新的活力，带动农民增收致富，推动乡村振兴战略的实施。

### 5.4.3 构建淘宝村电商人才培养机制

在农村电商发展过程中，人才的支撑是一个至关重要的因素。一方面，农村电商需要大量的专业人员来支撑。尤其是在一些偏远地区，由于基础设施建设不够完善，加之当地生活条件较差，导致一些从事电商行业的专职人员产生了不小的心理落差。另一方面，一些具备丰富经验和能力的电商从业者由于种种原因离开家乡，导致本地电商人才严重缺乏。在这种情况下，地方政府在吸引人才、固化人才方面应当做出相应的努力。一是出台人才引进政策。根据当地实际情况和农村电商发展需求制定人才引进政策，为符合条件的专职人员提供购房补贴、绩效奖金等福利待遇；二是提供人才培养环境。一方面为本地电商从业人员提供良好的学习培训平台；另一方面通过举办各类培训、论坛等活动，提高当地电商从业人员专业能力和创新思维；三是提供职业晋升路径。通过健全完善本地电商人才的职业晋升路径，帮助人才返乡回流。

## 5.5 本章小结

本章立足于因子分析法分析和回归分析所得出的影响甘肃省淘宝村生态系统发展因素，并根据回归分析方法确定的各影响因素对于甘肃省淘宝村发展的影

响力度大小，分别从完善甘肃省淘宝村生态系统宏观环境层发展影响因素、完善甘肃省淘宝村生态系统供应链层发展影响因素、完善甘肃省淘宝村生态系统支持层发展影响因素以及完善甘肃省淘宝村生态系统支持层发展影响因素等 4 个方面提出了具体的策略和建议。

## 6 结论与展望

以甘肃省淘宝村生态系统发展为研究对象,首先,通过因子分析对影响甘肃省淘宝村发展影响因素进行降维处理,最终将原有 27 个影响因素归类为 4 个主要影响因子,并进行公因子命名;其次,在因子分析的基础上,选择以甘肃省淘宝村生态系统发展完善程度为因变量,以因子分析所获得 4 个主要影响因子为自变量进行回归分析,构建回归模型并确定各影响因子对甘肃省淘宝村发展的影响力度大小;最后,根据回归分析结果提出能够改善甘肃省淘宝村健康、可持续发展的对策和建议。

### 6.1 结论

研究在分析淘宝村研究领域内相关主题与理论的基础上,分析了发展甘肃省淘宝村发展现状,选择以基于生态系统视角的甘肃省淘宝村发展为研究主题展开研究,构建甘肃省淘宝村生态系统模型,并进行因子分析和回归分析,最终提取 4 个公因子:宏观环境层因素、供应链层因素、支持层因素以及附着层因素,确定了 4 个影响甘肃省淘宝村发展的主要影响因子,构建回归分析模型,确定 4 个主要影响因子对甘肃省淘宝村发展的影响程度,随后提出促进甘肃省淘宝村稳定发展的策略。最后,对甘肃省淘宝村生态系统发展的影响因素研究结论如下。

宏观环境层因素是影响甘肃省淘宝村发展的重要因素,若要促进甘肃省淘宝村进一步发展,需要整合利用甘肃省自然资源条件、构建完善的淘宝村法律保障体系、提升甘肃省整体经济发展水平以及出台相关的电商政策来助力甘肃省淘宝村健康有序发展。

供应链层因素是甘肃省淘宝村发展中的核心和关键。促进淘宝村生态系统内部核心群体和关键群体协调发展、形成长期合作的供应商以及创新发展模式,打造产业品牌,促进甘肃省淘宝村稳定发展,提升农户收益,助力乡村振兴。

支持层因素是促进甘肃省淘宝村良性发展的基础性因素。因此提高各支持群体对甘肃省淘宝村发展的支持力度是促进甘肃省淘宝村稳定发展的关键。推进甘肃省农村金融服务工作、促进农村电子商务物流体系建设、深入推进农村通信网络基础设施建设升级,为甘肃省淘宝村可持续发展供能。

附着层因素是甘肃省淘宝村发展过程中不可或缺的重要因素。其中,第三方

代理机构、网络营销商、客户管理以及电商咨询服务依赖于淘宝村生态系统而存在，并为淘宝村电商生态系统中其他群体提供增值服务，促进淘宝村生态系统蓬勃发展。淘宝村电商从业人才是农村电商发展保持先进性、创新性的基础，是农村电商发展不可或缺的因素。引进专业化淘宝村发展服务公司、引导成立电商协会以及构建淘宝村人才培养机制是推动甘肃省淘宝村发展的关键。

## 6.2 研究局限与展望

从甘肃省淘宝村发展入手，构建研究模型，收集研究数据开展影响因素研究，通过因子分析和回归分析确定影响甘肃省淘宝村发展的各方面因素，提出相应的优化策略与建议。但研究仍然存在一些有待改进之处。

### 6.2.1 研究局限

(1) 立足于甘肃省现有淘宝村发展实际情况展开研究，然而甘肃省淘宝村起步较晚，发展仍存在需要完善之处，研究未将其与其他省份的淘宝村发展进行横向对比，因此未能全面的发现当前甘肃省淘宝村发展存在的不足。

(2) 研究以甘肃省现有淘宝村为对象，重点分析了甘肃省淘宝村发展中的主要影响因素，并基于生态系统视角提出了促进甘肃省淘宝村发展的策略与建议。然而，研究并未考虑到淘宝村发展中的产业类别，对于淘宝村发展中政府支持的需求存在一定的差异，如淘宝村经营产品类型、规模、目标市场等均会导致该行业对相关政策产生不同的需求。同时，产业差异也会导致已有政策在落实过程的效果差异，从而对淘宝村发展产生影响。

### 6.2.2 未来展望

未来研究可以从以下两方面进行：

(1) 研究可以将甘肃省淘宝村发展与较为成熟的东部省份的淘宝村发展进行对比分析，为甘肃省淘宝村发展提供更加全面的参考。

(2) 未来研究可以进一步细分淘宝村产业类别，对不同类型的淘宝村分类进行探究，从而提出更多有针对性的建议或措施，有效推动甘肃省淘宝村发展。

## 参考文献

- [1] 林莉.互联网时代下生鲜农产品电子商务运营模式创新研究[J].农业经济,2020,398(6):139-141.
- [2] 左臣明 .2021 年淘宝村名单出炉全国淘宝村数量已突破 7000[EB/OL].<http://www.aliresearch.com/ch/index>,2021.10.12/2023.2.27.
- [3] 邓志宏,韦素琼,游小璜,陈进栋.基于 CiteSpace 中国农业产业集群研究:述评与展望[J].中国农业资源与区划:1-14[2023-01-02].
- [4] 雷兵,刘蒙蒙.农村电子商务产业集群的形成机制——基于典型淘宝村的案例分析[J].科技管理研究,2017,37(11):177-184.
- [5] Guangqin L ,Jiahong Q .Income effect of rural E-commerce: Empirical evidence from Taobao villages in China[J].Journal of Rural Studies,2022,96:129-140.
- [6]Jing Z ,Li Y ,L. C C .Co-evolution of technology and rural society: The blossoming of taobao villages in the information era, China[J].Journal of Rural Studies,2021,83:81-87.
- [7]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].经济地理,2017,37(1):107-114.
- [8]Ren Y .Space reconstruction process and internal driving mechanisms of Taobao villages in metropolitan fringe areas: A case study of Lirendong village in Guangzhou, China[J].Journal of Geographical Sciences,2022,32(12):2599-2623.
- [9]Juan L ,Han L ,Mingshui L , et al.Rural e - commerce in China: Spatial dynamics of Taobao Villages development in Zhejiang Province[J].Growth and Change,2021,53(3):1082-1101.
- [10] 吴一平,杨芳,周彩.电子商务与财政能力:来自中国淘宝村的证据[J].世界经济,2022,45(3):82-105.
- [11] 鲁夏平.淘宝村空间集聚及演化特征研究——以广东省为例[J].陕西理工大学学报(自然科学版),2022,38(3):77-83.
- [12] 雷兵,刘蒙蒙.农村电子商务产业集群的形成机制——基于典型淘宝村的案例分析[J].科技管理研究,2017,37(11):177-184.

- [13] 毛锦庚. “互联网+”背景下淘宝村的发展特征与动力机制[J].商业经济研究,2018(18):131-133.
- [14] 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].经济地理,2017,37(1):107-114.
- [15] 赵军阳,丁疆辉,王新宇.不同尺度下中国“淘宝村”时空分布及演变特征[J].世界地理研究,2017,26(6):73-82.
- [16] 张进澳,赵红梅,方高.睢宁县沙集镇淘宝村发展空间特征与影响因素分析[J].乡村科技,2021,12(17):33-34.
- [17] 殷清眉,何丹,高鹏.移动互联网背景下浙江省淘宝村的空间分布及其影响因素分析[J].全球城市研究(中英文),2021,2(3):83-94,190.
- [18] 张浩,王丽亭.基于扎根理论的淘宝村生态系统形成路径研究[J].上海管理科学,2020,42(3):91-97.
- [19] 林元城,杨忍,杨帆.面向乡村振兴的淘宝村发展转型及其现代化治理框架探索[J].湖南师范大学自然科学学报,2022,45(2):34-45.
- [20] Hardaker S.. E-commerce in China. Taobao villages as a tool for rural development [E-commerce in China - Taobao-Dörfer als Instrument für ländliche Entwicklung?][J]. Geographische Rundschau,2021,73(5).
- [21] 罗震东,项婧怡.移动互联网时代新乡村发展与乡村振兴路径[J].城市规划,2019,43(10):29-36.
- [22] C. C W ,T. J M ,A. N P , et al.E-commerce and the transformation of the rural: The Taobao village phenomenon in Zhejiang Province, China[J].Journal of Rural Studies,2020.
- [23] Tang W ,Zhu J .Informality and rural industry: Rethinking the impacts of E-Commerce on rural development in China[J].Journal of Rural Studies,2020,75(C):20-29.
- [24] 吕慧珍.乡村振兴视域下涉农电商发展对农村居民致富成效的影响评估[J].商业经济研究,2021(19):145-149.
- [25] 刘玮琳,何光喜,刘冬梅.贫困地区淘宝村的增收效应——基于 2005—2018 年四省份县域数据的实证研究[J].中国科技论坛,2021(9):116-125.

- [26] 余高.乡村振兴背景下我国农村居民电商创业驱动因素分析[J].商业经济研究,2021(1):147-150.
- [27] Yan Mei,Danling Mao,Yuhui Lu,Wei Chu. Effects and mechanisms of rural E-commerce clusters on households' entrepreneurship behavior in China[J]. Growth and Change,2020,51(4).
- [28] Gao W ,Klausner C .The promise of the Internet for rural economic development in China: a study of agricultural e-commerce[J].Peking University Law Journal,2022,10(2):151-172.
- [29] 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.
- [30] 袁银传,康兰心.论新时代乡村振兴的产业发展及人才支撑[J].西安财经大学学报,2022,35(1):98-107.
- [31] 付萍.乡村振兴战略视域下淘宝村融资纾困路径探析[J].商业经济研究,2021(1):151-153.
- [32] 兰菁,罗震东,申明锐.电子商务驱动下的中部地区镇村经济格局研究[J].地域研究与开发,2022,41(5):19-24.
- [33] 吴俊伯,罗震东,钱俭.互联网时代人的城镇化动力机制研究——基于淘宝村精英个体生命历程的实证[J].上海城市规划,2021(2):1-7.
- [34] 潘劲平,王艺璇.技术的社会嵌入:农产品淘宝村形成机制研究——基于 W 村的实证分析[J].西南大学学报(社会科学版),2020,46(1):61-68.
- [35] Zhu Haiyi. Cooperative Governance and Development of Contemporary Villages:A Case Study Based on Qiyi Taobao Village[P]. 2021 International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2021),2022.
- [36] 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].中国农村经济,2016(6):51-60.
- [37] 舒林.“淘宝村”发展的动力机制、困境及对策[J].经济体制改革,2018(3):79-84.
- [38] Liting W,Hao Z. Study on the Operating Mechanism of Taobao Village Ecosystem from the Perspective of Information Management[C].Proceedings of 2019 3rd International Conference on Traffic Engineering and Transportation

- System(ICTETS 2019)(VOL.3).IOP Publishing,2019:739-743.
- [39] 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.
- [40] 千庆兰,陈颖彪,刘素娴,张嘉欣,陈朝相.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.
- [41] 曾亿武,郭红东.农产品淘宝村形成机理:一个多案例研究[J].农业经济问题,2016,37(4):39-48,111.
- [42] Liting Wang,Hao Zhang. Study on the Operating Mechanism of Taobao Village Ecosystem from the Perspective of Information Management[J]. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering,2019,688(5).
- [43] 张嘉欣,千庆兰,姜炎峰,陈颖彪.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):114-121.
- [44] Yang Saidi,Wang Puqing,Zhou Deyi. Transformation and Development of Taobao Village in China Based on “Zhijiang Mode”[P]. 2020 3rd International Seminar on Education Research and Social Science (ISERSS 2020),2021.
- [45] 梁晓音.“淘宝村”发展模式、问题与对策——以广西“淘宝村”为研究对象[J].商业经济研究,2016(14):141-142.
- [46] 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):22-28,36.
- [47] 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.
- [48] 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.
- [49] 曹俊杰,张耀.农村电商时空演变特征与影响因素研究——以山东省淘宝村为例[J].上海城市规划,2022(2):93-100.
- [50] 王明杰,颜梓晗,余斌,卓蓉蓉,郭新伟.电子商务专业村空间格局演化及影响因素研究——基于2015—2020年中国淘宝村数据[J].地理科学进展,2022,41(5):838-853.
- [51] 彭红艳,丁志伟.中国淘宝村“增长-消失”的时空特征及影响因素分析[J].世界

- 地理研究:1-16[2022-10-24].
- [52] Min L ,Qian Z ,Song G , et al.The spatial aggregation of rural e-commerce in China: An empirical investigation into Taobao Villages[J].Journal of Rural Studies,2020,(prepublish).
- [53] 李楚海,林娟,伍世代,周琳.浙江省淘宝村空间格局与影响因素研究[J].资源开发与市场,2021,37(12):1433-1440.
- [54] Qi J ,Zheng X ,Guo H .The formation of Taobao villages in China[J].China Economic Review,2018,53106-127.
- [55] 周静,王帅,赵越,曾越,田静,于立.基于 e-TSC 指数的淘宝村集群网络交易时空特征研究[J].上海城市规划,2021(2):23-28.
- [56] 王志辉,祝宏辉,雷兵.农村电商产业集群高质量发展:内涵、困境与关键路径[J].农村经济,2021(3):110-118.
- [57] 王丹,张俊娥,李明.农产品淘宝村集群对农村居民消费水平的影响研究[J].商业经济研究,2019(14):119-122.
- [58] 张宸,周耿.淘宝村产业集聚的形成和发展机制研究[J].农业经济问题,2019(4):108-117.
- [59] Guihang G ,Qian L ,Guangfan L .Effects of Clusters on China’ s E-Commerce: Evidence from the Junpu Taobao Village[J].International Journal of Business and Management,2014,9(6):180.
- [60] 陈文涛,罗震东.互联网时代的产业分工与集聚——基于淘宝村与专业市场互动机制的空间经济学分析[J].南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学),2020,57(2):65-78,158-159.
- [61] 陈永富,方湖柳,曾亿武,郭红东.电子商务促进农业产业集群升级的机理分析——以江苏省沭阳县花木产业集群为例[J].浙江社会科学,2018(10):65-70,78,157.
- [62] 曾亿武,邱东茂,郭红东.集群社会资本影响农户网店经营绩效的机理分析[J].西北农林科技大学学报(社会科学版),2017,17(4):67-73.
- [63] 曹玲玲,秦小丽,吴宪霞.提升“淘宝村”集群效应的影响因素分析[J].江苏农业科学,2017,45(12):311-315.

- [64] 潘剑英,王重鸣.商业生态系统理论模型回顾与研究展望[J].外国经济与管理,2012,34(9):51-58.
- [65] 杨洪焦,钱颜文,孙林岩.产业集群理论研究述评[J].经济问题探索,2006,(3):91-94.
- [66] 吴德进.产业集群的组织性质:属性与内涵[J].中国工业经济,2004(7):14-20.
- [67] 邵芳.组织支持理论研究评述与未来展望[J].经济管理,2014,36(2):189-199.
- [68] 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.
- [69] 胡岗岗,卢向华,黄丽华.电子商务生态系统及其协调机制研究——以阿里巴巴集团为例[J].软科学,2009,23(09):5-10.
- [70] 张夏恒.移动电子商务生态系统构建路径研究[J].北京邮电大学学报(社会科学版),2016,18(1):40-44.
- [71] 侯振兴. 区域特色农产品电子商务可持续发展研究[D].南京大学,2017.
- [72] 陈卫强. 质量认知、组织支持对小农户质量控制行为的影响研究[D].兰州大学,2023.

## 致 谢

时光匆匆，犹如白驹过隙，一转眼我已经在兰州财经大学度过了三年时间，最终将这篇论文呈现于此。回忆 2021 年初到兰财到现在即将从母校毕业，心中万千感慨。在兰财学习的三年时光，是我人生之路上最宝贵的一段经历，我将受益终身。在论文结尾之处，衷心感谢我的母校、导师、各位老师、同学们、同门、舍友、家人和朋友。

我要感谢我的母校——兰州财经大学，一个充满知识与爱的高校。感谢母校为我们提供学习知识的平台、感谢母校教授我们知识，感谢母校让我们有底气走向社会，让我们能够以知识为砖石去构建人生这栋大楼，让我们能够以自身力量报效国家，为祖国建设添砖加瓦。

我要衷心的感谢我的导师杨春林教授，在兰财得遇两位良师是我一生之幸事。诚挚感谢我的导师杨春林老师，您让我切身体会到博学洒脱的大家风范，您平易近人、宽以待人的人格魅力深深影响着我，每一次与您交流都让我感觉如沐春风，从您身上我学会了如何待人处事，我非常庆幸在研究生就读期间能够得到您的指导。感谢您的指导与教诲，也感谢您对学生的包容，衷心祝愿老师工作顺利，身体健康，桃李满天下。

回想入学三年时光，总是非常庆幸我能够在信息工程与人工智能学院这个大家庭度过三年的美好学生生活。首先，感谢学院各位老师，感谢李强院长、张克宏院长、侯振兴老师、曹晓军老师、尚庆生老师、王玉珍老师、李焱老师、彭会萍老师、何江萍老师、李兵老师和各位老师教授我们专业知识，使我能够牢固掌握知识技能，感谢各位老师的传道授业解惑，感谢各位老师的教诲。在此，再次感谢尚庆生老师，从本科阶段学习生活到研究生就读期间，您指导我 7 年之久。感谢您在我大四面临是否考研重要抉择时，您总是分析利弊，让我能够认清自己心中所想，也感谢您在我不知应如何备考时，给出复习意见，同时也给予我信心，还要感谢您在我考研择校时给出的意见，感谢您不遗余力的指导我，感谢能够遇见您。同样，衷心感谢侯振兴教授。很庆幸能够在兰财遇到侯振兴教授，感谢您在学习与生活中给予我指导和关怀。感谢您悉心指导，虽然我不是一个聪明的学生，也不是一个文笔优秀的学生，但是您从来都是倾注大量精力和心血指导我、教诲我。在此，衷心感谢侯振兴教授的淳淳教诲，祝愿您工作顺利，心想事成。

感谢在兰财遇见石琳老师，与您相遇在研一第二学期，第一次见您就觉得您十分温柔，在接下来得相处时光中，了解到您是一个关心学生、帮助学生处理学习和生活问题的顶好顶好的老师，您既是良师又是益友。在此，感谢您对我学习和生活上的帮助，感谢能够遇见您。同时，感谢王万玉老师，您悉心解决学生在生活和学习上遇到的问题，耐心指导解决问题，愿您工作顺利，一切都好。

感谢各位盲审专家和答辩组老师，感谢您对我论文的指导与审核。同时，非常感谢填写研究调研问卷的各位成员，感谢您认真负责的完成问卷中的每一个问题。

2021 级管理科学与工程专业的同学们，我们在兰州这个大家庭相遇，我们同窗三年，互相帮助，共同进步，感谢遇见同学们，祝愿同学们前程似锦，前路光明。

509 实验室的各位小伙伴们，缘分让我们在兰财相遇，又让我们相聚 509 实验室，感谢遇见你们。首先，感谢我的各位师姐们。不管遇见什么事情，我们总是最喜欢在实验室喊句：师姐，怎么办啊？师姐，快救救我。李莉师姐、晓利师姐、晓瑞师姐会超级有耐心的指导和帮助我们，不管是学习上的难题还是生活中的不如意，师姐们总是开导我们，陪伴和鼓励我们解决所有问题，感恩遇见师姐们。其次，感谢 2021 级的三位小伙伴。我们一起讨论问题、协商解决方法，共同进步，一起面对开心与不开心的事情、消极与积极的情绪，感谢三年学习生活有你们相伴。最后，感谢师弟师妹们，你们热情、可爱又充满活力，能够和你们相遇又一起学习是我莫大的幸福，希望师弟师妹们能够开心、充实的度过三年研究生学习时光，愿师弟师妹们以梦为马，不负韶华。

504 寝室，这个我生活了三年的“家”，家中有沉稳冷静的聪聪来帮助我们解决难题，她总是能够安慰我受伤的心灵，让我重振信心，让我认清状况，收拾好心情继续出发，感谢聪聪对我的帮助与包容；家中还有乐观开朗的潘潘，她总是能够识别出我的消极情绪与各种不开心，在遇见问题的时候帮我出谋划策，帮我去想办法解决问题，开导我的不开心，感谢潘潘能够理解我内心的想法，陪我走过这三年时光；当然了，家中还有小巧玲珑又情绪超级稳定的彤彤，彤彤教会我遇事冷静、不焦躁，她总说：“不气不气”，这样的情绪感染着我，使我越来越淡定，感谢彤彤能够帮助我成长为一个更好的人。临近毕业之际，希望我们

504 寝室的各位家人们能够实现梦想、一切顺遂。

家是我的避风港、是我坏情绪的消化站，感谢我最爱的家人们。感谢爸爸妈妈毫无条件的支持我、包容我。爸爸妈妈是我求学路上最大的支持者，当我遇见挫折与困难时，爸爸妈妈总会说：“累了就休息一会，休息好了再继续努力。我们相信你肯定可以的。没关系的，还有爸爸妈妈呢……”，但是我还是不懂事的把所有坏情绪一股脑的甩给了爸爸妈妈，在这里我需要给爸爸妈妈说一句，“对不起，爸爸妈妈，女儿会学着慢慢长大，成为爸爸妈妈的骄傲”。感谢姐姐和弟弟把我宠成家里的小公主，姐姐和弟弟总是包容我的小脾气、理解我的开心与不开心，帮助我正视自己的不足，督促我改正不足。感谢家人对我无条件的爱与照顾。

我总是庆幸我拥有世界上最好最好的朋友，房得玉、曹霏、张紫霞、刘倩、伏永峰、徐岩……你们在我需要帮助、需要安慰时及时出现，安抚我的情绪、帮我解决问题，只要需要，你们一直都在，感谢你们每一次的出现，感谢你们的帮助，有你们是我最大的幸福。愿我们能够互相陪伴成长，友谊长存。

最后，感谢自己选择了正确的人生道路，并能够坚定的走下去，希望我借助所学知识踏入社会，走出自己精彩的人生之路。

## 攻读硕士学位期间论文及科研情况

### A.攻读硕士学位期间的论文情况

- [1]王慧,杨春林.兰州市农产品电商转型升级发展策略分析[J].农业与技术,2023,43(8):132-134.
- [2]基于 CiteSpace 的中国淘宝村研究现状与发展趋势分析.投稿中
- [3]甘肃省淘宝村发展影响因素及策略分析.投稿中

### B.攻读硕士学位期间的科研情况

- [1]国家社会科学基金一般项目“‘一带一路’背景下甘肃省跨境农产品电商发展路径研究”（项目编号：18BGL261）
- [2]甘肃省基础研究计划-软科学专项“甘肃省农旅电商融合模式与发展路径研究”（项目编号：22JR4ZA070）
- [3]甘肃省教育科技创新基金项目“甘肃省农产品流通体系创新发展研究”（项目编号：2020A-061）
- [4]国家级大学生创新创业训练计划项目“草编情-秦安麦秆编工艺品开发项目”（项目编号：1074120210205）

## 附录 1 甘肃省“淘宝村”（农村电商）发展现状调研问卷

尊敬的女士/先生：

十分感谢您能从百忙之中抽出您宝贵的时间来填写这份问卷，我是兰州财经大学信息工程与人工智能学院的一名研究生，正在进行一项基于生态系统视角的甘肃省淘宝村发展现状调研，请您根据自身真实情况与感受回答以下问题，答案没有对错之分，同时此问卷旨在进行学术研究，不会泄露您的任何个人信息。感谢您的支持与合作！

**说明：**

根据阿里研究院所指定的两条判定规则：一是全村活跃网店数量达 10 家或活跃网店数量占全村家庭户数 10%以上；二是全村电商年交易额达到 1000 万元以上的行政村可以定义为“淘宝村”，其亦是电子商务专业村的别称，本质是农村电商。接下来请您根据您对于农村电商的了解进行作答。

——兰州财经大学信息工程与人工智能学院

1.您所从事的行业？ [单选题] \*

- 电商活动相关从业者
- 电商活动消费者
- 电商政策制定者
- 电商行业类专家和学者
- 其他

2.您是否了解“淘宝村”（农村电商）相关信息？ [单选题] \*

- 是
- 否

一、甘肃省“淘宝村”（农村电商）发展现状调查

（一）农村电商交易平台

1.当前电商交易平台是否满足淘宝村发展需要？ [单选题] \*

- 是  否

2.目前您所使用的交易平台存在哪些问题？ [多选题] \*

- 平台入驻费用高
- 平台知名度小，客户较少

- 平台使用规则难以掌握
- 平台服务质量不高，难以达到消费者要求
- 平台抽成较高
- 资金回流时间较长
- 其他

### （二）农村电商交易物流

1.现有的物流服务（如物流费用、派送速度、服务的便利性等）是否满足交易需求？ [单选题] \*

- 是
- 否

2.您觉得现有物流服务存在哪些问题？ [多选题] \*

- 物流派送成本高
- 派送时间长
- 派送不便捷（如需自行去寄件点邮寄、快递公司不能提供上门取件服务等）
- 物流信息化程度低（如不能有效跟踪物流信息）
- 物流派送服务质量较低（如生鲜产品的保鲜等）
- 其他

### （三）通信基础设施建设

1.当前的通信基础设施建设（网络带宽、固定设备（如电脑、路由器）以及网络速度）是否满足交易需求？ [多选题] \*

- 是
- 否

2.通信基础设施方面存在哪些影响淘宝村发展的因素？ [多选题] \*

- 网络普及率
- 网络速度
- 政府推动基础设施的建设
- 通信设施建设技术发展
- 其他

### （四）支付系统使用

1.目前所使用的支付系统是否存在安全交易安全风险？ [单选题] \*

是

否

2.交易中所使用的支付方式能否满足交易需求（支付方式是否单一）？ [单选题]

\*

是

否

3.支付中所面临的问题有哪些？ [多选题] \*

存在安全风险

支付步骤复杂

支付页面难以跳转

支付成本高（如支付需要收取手续费）

其他

#### （五）电商交易政策、法律法规

1.目前的政府政策（资金和政策扶持、完善基础设施建设以及吸引返乡创业人才等）是否满足淘宝村发展需要？ [单选题] \*

是 否

2.交易中的法律法规（保障电商交易顺利进行）是否满足淘宝村发展需要？ [单选题] \*

是

否

3.甘肃省的区位条件及经济发展水平是否有利于淘宝村发展？ [单选题] \*

是 否

#### 二、基本信息

1.您的性别？ [单选题] \*

男

女

2.您的年龄？ [单选题] \*

18-29

30-39

40-49

50 以上

3.您的学历？ [单选题] \*

专科及以下

本科

硕士

博士及以上

## 附录 2 甘肃省“淘宝村”（农村电商）发展影响因素调研问卷

尊敬的女士/先生：

十分感谢您能从百忙之中抽出您宝贵的时间来填写这份问卷，我是兰州财经大学信息工程与人工智能学院的一名研究生，正在进行一项基于生态系统视角的甘肃省淘宝村发展影响因素研究，请您根据自身真实情况与感受回答以下问题，答案没有对错之分，同时此问卷旨在进行学术研究，不会泄露您的任何个人信息。感谢您的支持与合作！

**说明：**

根据阿里研究院所指定的两条判定规则：一是全村活跃网店数量达 10 家或活跃网店数量占全村家庭户数 10%以上；二是全村电商年交易额达到 1000 万元以上的行政村可以定义为“淘宝村”，其亦是电子商务专业村的别称，本质是农村电商。接下来请您根据您对于农村电商的了解进行作答。

——兰州财经大学信息工程与人工智能学院

一、请您根据自身实际情况进行选择以下问题

1.您的身份是以下哪一种？[单选题]\*

- 农村电商活动相关从业者
- 农村电商活动消费者
- 农村电商政策制定者
- 农村电商行业类专家和学者
- 其他

2.您是否了解农村电商相关信息？[单选题]\*

- 是
- 否

3.请您对甘肃省淘宝村发展完善程度进行打分，1-5 表示非常不完善-非常完善。

[矩阵量表题]\*

1            2            3            4            5

甘肃省淘宝村发展宏观环境完善程度得分

甘肃省淘宝村发展供应链完善程度得分

甘肃省淘宝村发展支持群体完善程度得分

甘肃省淘宝村发展附着群体完善程度得分

二、甘肃省“淘宝村”（农村电商）发展影响因素调查（请您对以下题项进行打分：1-5 表示从非常不同意到非常同意）

4.对甘肃省农村电商发展宏观环境进行打分： [矩阵量表题] \*

1 2 3 4 5

甘肃省的区位条件对于农村电商发展很重要

产业基础对于农村电商发展很重要

甘肃省的资源条件对淘宝村发展很重要

相关政策和政府支持对于“淘宝村”发展很重要

农村电商交易法律法规对于“淘宝村”的发展很重要

甘肃省的经济发展水平对于农村电商发展很重要

甘肃省农村电商营商环境对于“淘宝村”发展很重要

电商从业者的创业精神对于“淘宝村”发展很重要

行业带头人的引导作用对于“淘宝村”发展很重要

5. 对甘肃省农村电商供应链的发展进行打分： [矩阵量表题] \*

1 2 3 4 5

农村电商交易平台的使用对其发展很重要（便捷程度、注册成本）

所经营产品类型对于农村电商的发展很重要

“淘宝村”经营模式对于其发展很重要

供应商所提供产品或服务的质量与价格对于淘宝村发展很重要

生产商所提供产品或服务的质量与价格对于淘宝村发展很重要

分销商的服务质量对于淘宝村发展很重要

消费者购买产品或服务的频率以及满意度对于淘宝村发展很重要

6. 对甘肃省农村电商发展的支持群体进行打分： [矩阵量表题] \*

1 2 3 4 5

支付系统使用的便捷程度及安全性等方面对于淘宝村发展很重要

物流服务体系对于农村电商发展很重要（费用、配送时间、信息追踪、退换货物流）

电信服务费用与质量对于农村电商发展很重要

农村电商协会的建设对于淘宝村发展很重要

返乡创业人才对于农村电商的发展很重要

电商交易中基础设施建设与发展对于农村电商发展很重要

7.对甘肃省农村电商发展的附着群体进行打分： [矩阵量表题] \*

1 2 3 4 5

第三方代理机构的代理费用与质量对于农村电商发展很重要

网络营销商的营销费用与质量对于农村电商的发展很重要

客户管理的费用与服务质量对于农村电商的发展很重要

电商咨询的便捷性以及回复时效性对于农村电商发展很重要

电商从业人才的培训对于淘宝村发展很重要

### 三、基本信息

8.您的性别? [单选题] \*

- 男
- 女

9.您的年龄? [单选题] \*

- 18-29
- 30-39
- 40-49
- 50 以上

10.您的学历? [单选题] \*

- 专科及以下
- 本科
- 硕士
- 博士及以上