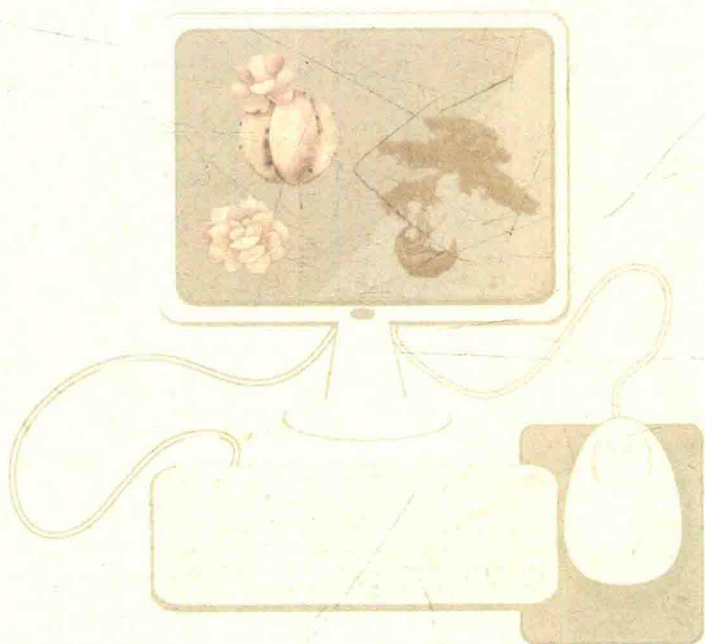



# 农产品淘宝村集群的形成 及对农户收入的影响研究

——以江苏沭阳为例

曾亿武 郭红东 著



 中国农业出版社

# 农产品淘宝村集群的形成及 对农户收入的影响研究

——以江苏沭阳为例

曾亿武 郭红东 著

中国农业出版社  
北京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

农产品淘宝村集群的形成及对农户收入的影响研究：  
以江苏沭阳为例 / 曾亿武，郭红东著. —北京：中国农业  
出版社，2018. 12

ISBN 978-7-109-24811-3

I. ①农… II. ①曾… ②郭… III. ①农产品—  
电子商务—影响—农户—收入—研究—沭阳县 IV.  
①F724.72 ②F126.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 250168 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区麦子店街 18 号楼)

(邮政编码 100125)

责任编辑 闫保荣

北京通州皇家印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2018 年 12 月第 1 版 2018 年 12 月北京第 1 次印刷

开本：700mm×1000mm 1/16 印张：15

字数：250 千字

定价：50.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误，请向出版社发行部调换)

本书的出版得到以下项目资助：

国家自然科学基金项目“中国农业产业集群形成与演变机制研究”（编号：71473218）；国家自然科学基金项目“中国淘宝村形成机理及其‘三农’影响效应研究”（编号：71673244）。

特此致谢！



全球化发展竞争时代，土地、资本、劳动三大传统发展要素的作用出现了一定的嬗变，土地的相对重要性在不断降低，国际资本一直在大规模流动寻找有利的投资出路，人工劳动无论在领域广度上还是操作深度上正日益被人工智能技术取代，人才与创新越来越成为竞争性发展的核心要素，成为各国今天和未来笑傲天下、引领发展的“葵花宝典”。

2014年习近平主席提出我国经济步入了新常态，意味着我国基本走完了释放市场活力、发挥后发优势、获取国际经济体系入场红利等为主要特征的经济起飞初期的高速增长阶段，我们需要从起飞初期的发展方式转向“新常态”的发展方式，提质增效成为经济发展的主要途径，创新就上升为驱动进一步发展的主动能。当今以互联网、大数据、智能化为代表的新技术革命为世界和中国发展提供了新的历史机遇，不仅为传统产业转型升级提供了机遇，而且在改造传统经济的同时提供了催生“四新经济”（新技术、新产业、新业态、新模式下的经济形态）的机遇，对于现代化进程中时刻梦想从“直道追赶”到“弯道超车”甚至“换道超车”的中国，更是一个千载难逢的历史机遇。谁能抓住机遇登上这一时代快车，谁将成为未来的经济王者。

电子商务正是“四新经济”的典型代表之一，它充分利用互联网时代的新技术和新理念，创造出了一个全新的产业业态和商业模式，打破了传统的层级商业模式，冲破了传统商业交易的地域局限，降低了单体商业经营的沉淀成本，甚至逼得线下经营举步维艰，不是被迫退出了经营，就是不得不融合电子商务形式。电子商务的发展还对传统商业理论提出了挑战，传统商业教科书上的库存理论、竞争理论、商客关系等不得不重新审视和加以完善。

农村电子商务是农业和农村发展史上从来没有的，这一新业态为农场经营规模细小的中国农业发展和农村人口众多、农业劳动力转移压力巨大的中国农村发展增添了卓有成效的新手段、新动能、新道路、新模式和新发展。

众所周知，中国的农业、农村和农民的历史是世界上最悠久的，但中国

的现代化却起步晚、步伐慢，从 1840 年鸦片战争后的中国近代史以降，战争和政乱似乎成了近代中国社会的主旋律。鸦片战争到中华人民共和国成立，连绵不断的战争是主旋律，社会满目疮痍、百姓颠沛流离；中华人民共和国成立后的头 30 年，一波接一波的政治运动是主旋律，经济建设让位于政治运动，一直折腾到国民经济濒临崩溃。进入 20 世纪 80 年代，中国才转到经济建设主战场上来。我们用 40 年时间来走完西方发达国家 200 年甚至更长时间走完的现代化路程，但将分布在 200 年历史长度上的发展节奏压缩到 40 年来完成，其变化之显、问题之密、矛盾之烈是不言而喻的，今天中国农业和农村发展的工业化和全球化的外部竞争环境远非发达国家当初所处，加之庞大的人口规模、计划经济遗留的严重二元经济结构、农村劳力的快速劣质化、未富先老的人口老龄化等中国现实，如何使农业和农村实现现代化？如何使农民与社会发展同步富裕起来？这些世界性难题的解决在中国尤为艰难复杂。农村电子商务的兴起，为缓解这些“三农”难题带来了新的曙光和途径。

发展农村市场、融合世界市场是全球农业经济学家和发展经济学家百年来一直为之努力的目标，在传统技术方式和市场发展模式下，始终难尽人意。农村电子商务的出现和应用，为快速实现这一目标带来了巨大的希望和效果。电子商务创新了农村的商品流、信息流和资金流，从农业生产角度看，突出表现为农产品扩大了销售渠道、延长了销售半径、提高了产品售价，最终增加了农民收入；同时，为农业生产反馈了产品需求信息，使当地生产较准确及时地对接了遥远的市场需求，从而促进了农业生产结构的优化调整，提高了农产品供给的有效性。

农村电子商务不仅使农业大获裨益，也使农村产业突破了农业狭限，大大加深了农村的“三产”融合。在电子商务发展得较好的村庄，人们不难看到这些村庄普遍经历了从出售原始形态的农产品到出售加工形态的农产品的乡村加工业发展。农民和农村终于分享到了产业链延长、产品增值的红利，而这是农业经济学家和发展经济学家虽百年努力而收效甚微的事情，过去农产品加工业仿佛是城市产业的天生功能和专利，农村电子商务的发展破除了这一障碍。围绕着农村电子商务，农村地区还迅速发展起了以快递业为代表的第三产业及其基础设施。这些发展与变化使农村地区繁荣兴旺起来了。

通过电子商务而带动的这些变化，明显加强了农村的就业功能。人口众多的中国未来最大的社会压力之一是就业压力，智能社会的到来进一步加大了就业压力。中国城市的就业压力原本就很大，城市化进程和产业升级将进



一步加大城市就业压力。中国当前城市化率只有 58%，农村容纳了近 6 亿人口、3.5 亿劳动力。未来中国城市化即使达到了 70%，仍将有 4 亿~5 亿人口生活在农村地区，意味着还有 2.5 亿~3.0 亿劳动力要在农村地区就业，农业肯定不需要这么多劳动力。所以，发展农村地区的非农产业来实现就业是必然的重要出路。农村电子商务的发展为这种战略选择和产业布局作出了很重要的贡献，商务部信息显示，2017 年中国农村地区实现网络零售额 1.24 万亿元，同比增长 39.1%，农村网店数量达到 985.6 万家，同比增长 20.7%，带动就业人数超过 2 800 万人。随着农村电子商务的进一步深化发展和区域扩张，其带动就业人数的贡献无疑会更大。

随着农村电子商务的发展，农村居民也可以通过电子商务在较短时间和广阔空间上获得所需的商品和服务，大大缩小了农村居民与城市居民的生活差距，换句话说，农村电子商务正使农村居民赶上城市居民的现代化生活步伐。从更远一步的战略看，城乡现代生活条件差距的缩小将推动城乡生活居住的一体化，进而促进城乡之间各种要素的流动。

农村电子商务还具有很好的正向外溢性，不仅使能直接利用农村电子商务的农村居民获得生产和生活的便捷和收益，也能使不能直接利用电子商务的人享受到电子商务的外溢好处。农村电商服务站为当地居民提供线上代买、代卖、代缴费等服务，使缺乏现代科技知识和应用能力的人获得了农村电子商务的间接好处。我在甘肃成县进行农村电子商务扶贫调研时看到了农村电商服务站如何通过电子商务来帮助缺文化、缺现代科技知识、缺现代市场知识的贫困户和老弱病残者改善生产经营和现代生活能力。

当农村产业兴旺了，农民收入提高了，农村居民更多地具有了现代生活元素，农村的面貌随之得到了逐渐改变。通过农村电子商务，我国乡村正发生着改造农民观念、改造传统产业、改造乡村生活、改造乡村环境等新时代巨变。

浙江大学郭红东教授多年来一直从事农村电子商务的学术研究和基层实践，2015 年浙江大学中国农村发展研究院（CARD）成立“浙江大学 CARD 中国农村电商研究中心”，郭红东教授出任该研究中心主任，从此有了更好的平台和团队来大规模地开展研究和推进实践。该中心先后与阿里研究院、临安市政府、蒙自市政府、湄潭县政府、沭阳县政府、曹县政府等单位建立起项目合作关系；团队成员前往十多个省份开展实地调研；在科学研究方面，先后主持了国家自然科学基金项目、沭阳县政府委托课题、临安区政府委托

课题、阿里巴巴活水计划项目等，在大量调研和实践参与的基础上，出版了专著，发表了一系列学术论文；在社会效应方面，先后主持或参加了电子商务促进乡村振兴研讨会、淘宝大学年会、县域电商峰会、新疆南疆网商大会、中国淘宝村联盟大会、中国电子商务园区峰会、中国淘宝村高峰论坛、西部电商扶贫大会、新经济智库大会等会议论坛，受到电视台、报纸等媒体的节目邀约和专栏报道，社会影响力不断扩大。

这里呈现的《农产品淘宝村集群的形成及对农户收入的影响研究——以江苏沭阳为例》一书是浙江大学CARD中国农村电商研究中心在过去三年多探索的基础上形成的又一项重要的阶段性研究成果，成为他们团队众多农村电子商务研究成果中的又一硕果。

该书聚焦讨论了江苏省沭阳县“农产品淘宝村集群”现象及其农户收入贡献，该研究通过沭阳县案例回答了“它是如何形成的”、“它是如何增加农户收入的”、“它的真实增收贡献有多大”、“增收群体的内部差异性”几个递进式的关联问题，从而给出了复制“沭阳模式”的条件和政策建议。相信此专著能为同行学者开展相关研究提供有益的参考，我也相信此专著能为政府制定相关政策提供有益的参考，我还相信此专著能为各地基层实践提供有益的参考。

今天，我们可以从各种媒体中阅读到很多关于农村电子商务的讨论，但此专著给我比较深的感受是作者没有浮在表层做隔靴搔痒式的说理论道，而是真正深入到电子商务实践中去调研和解剖，然后提炼和上升到学术层面进行讨论。因此，我很欣赏郭红东研究团队选定一个研究方向，长期不懈坚持下去的学术态度和行为，在当前急功近利的浮躁学术生态中，一支年轻人组成的研究团队能做到这样是极不容易和难能可贵的。在学术之路上，只有具有咬定青山不放松的精神，才能收久久为功之效。农村电子商务方兴未艾，它改变农民、农业和农村的故事还会更加丰富多样和精彩动人。希望郭红东研究团队再接再厉，优秀成果源源不断；我更希望中国农业经济学界能远躁浮而行慎实、戒矫饰而铸锐文。

何秀荣

2018年7月31日于漠河北极村

# 摘要

ABSTRACT



农民收入问题一直备受关注。提高农民收入，对于提高农民生活水平、促进农业和农村发展具有重要意义，而农产品流通与营销是制约中国农民增收的重要环节。在一些地方，农产品“卖难”问题时常困扰着当地农户。电子商务是解决产品流通与营销问题的有利手段，近年来，在各种有利条件的合力作用下，中国农业和农村电子商务迎来了蓬勃迅猛的发展势头，产生了一些很有意思的新现象，例如江苏省沭阳县出现大量农户借助第三方电商平台（以淘宝网为主）直接销售本地农产品给消费者并形成跨村连片发展的集群现象。面对这种新现象，本书试图研究并回答以下四个问题：①为什么诸如沭阳县这样的地区能够形成农产品淘宝村集群现象？②同一地区、相同产业中，具备什么样特征的农户更有可能采纳电子商务？③农户的收入是否会因为电子商务的采纳而得到明显改善？④这种改善是否存在群体内部差异？农产品淘宝村集群现象作为互联网与农民、农业和农村三者化合而成的新生事物，其出现对于推动中国涉农电子商务发展、促进解决农产品“卖难”和农业增收问题有着积极的示范意义，而更好地发展这种基于互联网的新型产业集群，客观上要求理论工作者加强科学研究，为实践深化与政策制定提供理论指导和经验证据。在理论与经验相结合的基础上，全面揭示农产品淘宝村集群的形成机理，有助于增进对该新兴现象的认知，并为中国其他地区的电商化发展提供经验借鉴；农户是电子商务的主要采纳主体，通过发掘影响农户电子商务采纳行为的关键因素，有助于加强对农户微观视角下电子商务发展特性的理解，促进地方政府更加合理有效地引导大众电商创业，避免盲目性和“一刀切”做法；也只有对电子商务采纳的收入效应进行理论透析与量化研究，才能形成对农户电商化转型逻辑和效果的正确认识，并为中国农业与农村电子商务的健康发展提供切实合理的建议。

本书以农产品淘宝村集群为研究对象，以江苏沭阳为区域样本，在理论分析的基础上，结合访谈资料和问卷数据，利用案例研究和计量分析方法依

序对上述问题进行实证研究。全书结构安排及相应的研究内容和论断如下：

第1章，导论。本章在阐述研究背景的基础上，提出研究的问题及其研究的意义，接着明确研究的目标，介绍研究内容、研究方法、技术路线和数据来源，最后指出本书研究的创新之处。本书研究的创新之处主要体现在：首先，研究选题和内容具有新意，首次对农产品淘宝村集群所代表的以农户为电商主要采纳主体、以农产品为主营产品、实现跨村连片发展的电子商务产业集群现象进行比较系统的研究；其次，提出综合使用动力机制、形成要素和形成过程三种角度研究具体类型产业集群形成机理的主张，并通过构建一个整合性演化模型全面揭示了农产品淘宝村集群的形成规律，同时发掘了农产品淘宝村集群与一般产业集群的若干不同之处，拓展了产业集群领域的研究和发现；其三，对农户电子商务采纳行为影响因素以及农户电子商务采纳增收效应进行理论分析和实证研究，既加深了对农户采纳视角下电子商务发展特性和效应的理解，又拓展了农业与农村电子商务领域农户微观视角的定量研究，同时也是对手机和互联网使用效应研究的进一步深化，为发展中国家小农的数字红利问题提供来自中国农村地区以及电子商务发展视角的经验证据。

第2章，概念界定与文献述评。本章首先界定农产品淘宝村集群等基本概念和信息化等相关概念以及对相近概念进行辨析，接着回顾国内外关于信息技术应用对农民经济影响研究和淘宝村现象的形成及其经济效应研究的文献，并对已有研究进行总结性评论，指出本书在文献上可能的贡献。本书以沭阳县为例，系统研究农产品淘宝村集群的形成机理，有助于丰富和深化淘宝村现象的形成研究，加强对淘宝村现象的理论分析和对农产品类淘宝村的关注力度；此外，本书基于沭阳县淘宝村集群农户调查数据实证研究农户电子商务采纳增收的群体平均效应和群体内部差异，有助于加强淘宝村领域的定量研究，弥补国内外在电子商务对农户经济影响研究上的不足，尤其是对于实证研究电子商务采纳对农民、农业和农村其他各方面的影响效应，有着直接的示范意义。

第3章，沭阳县及其淘宝村集群简介。本章简要介绍沭阳县经济发展的总体情况，回顾沭阳县花木产业发展历程，阐述沭阳县淘宝村集群的基本现状，基于问卷调查数据统计描述被调查淘宝村、电商农户和非电商农户的基本情况。得益于扎实的花木产业基础，沭阳县农村电子商务发展非常迅速，形成了全国最大的农产品淘宝村集群。沭阳县多数淘宝村几乎所有家庭都有从事花木种植，参与网店经营创业的平均家庭比例约35%，明显高于10%的淘宝村认定标准线，线上营销已取代线下营销，成为沭阳县淘宝村集群最主

要的花木产品销售渠道。

第4章,农产品淘宝村集群形成机理。本章在回顾产业集群经典理论、产业集群形成要素研究、产业集群成长过程研究等相关文献的基础上,结合案例提出一个整合性演化模型,揭示农产品淘宝村集群的形成机理,最后阐述沭阳个案对于全国其他地区电商化发展的重要启示。研究发现,农产品淘宝村集群的形成建立在产业基础、电商平台、网络设施、物流条件、创业能人、政府作用 and 市场需求等要素条件之上,其形成过程包含“技术引进”、“技术扩散”、“质量危机”、“产业集聚”等环节。电子商务技术扩散得益于农村社会网络和模仿行为在降低技术采纳成本和风险、提高预期收益方面所发挥的作用,此后的产业集聚发生动因在于分工深化和地理集聚的经济性,在集群形成的过程中,可能掺杂着一定程度的质量危机,这主要源于局部农户的竞次竞争行为和机会主义行为。农产品淘宝村集群现象属于区域电商发展的一种特定形态,其形成过程表明,区域电商的发展是一个系统性工程,发展的意义在于通过引入电子商务对整个农业产业进行升级改造,但需要众多相关主体的共同参与,构建起一个健康电商生态体系,实现线上与线下相互促进、联动发展。

第5章,农产品淘宝村集群内农户电商采纳行为影响因素。本章在回顾技术采纳行为理论、农户决策行为理论、农民创业影响因素研究等有关文献的基础上,构建了一个农户电子商务采纳行为影响因素的实证框架;接着,基于沭阳县22个淘宝村的农户调查数据,运用Probit、LPM、IV-Probit、2SLS等模型实证检验农户电子商务采纳行为的影响因素,运用中介效应模型检验社会资本在先前经验与农户电子商务采纳行为之间的中介效应。研究发现,农户的电子商务采纳行为是多重变量综合作用的结果,在同一地区、相同产业,且给定其他因素不变的条件下,年龄、家庭总人口、农业收入比重、电商了解程度、感知竞争程度、先前工作经历、先前创业经历、先前培训经历和社会资本等变量显著影响农户的电子商务采纳行为。其中,先前培训经历、电商了解程度和社会资本三个变量构成农户电子商务采纳行为最主要的影响因素;此外,社会资本在“先前创业经历—农户电子商务采纳行为”和“先前培训经历—农户电子商务采纳行为”的正向关系中均发挥了部分中介作用。

第6章,农产品淘宝村集群内农户电商采纳增收效应:群体平均效应。本章基于信息搜寻理论和完全竞争市场理论,构建一个中间商搜寻市场的基准情景,区分电商模式完全替代和部分替代中间商模式两种变动情景,抽象演绎电子商务采纳增收效应与电商化发展程度之间的关联性,进而根据电商化发展程

度的村庄内部影响因素，提出一个电子商务深度采纳的情境，论述该情境下的增收效应；接着，利用倾向得分匹配法（PSM）和沭阳县 22 个淘宝村的农户调查数据，实证检验电子商务采纳对农户收入的影响效应及其具体来源。研究发现，在电子商务深度采纳型的村庄情境下，电子商务采纳对农户收入产生显著的正向作用，并且增收的幅度较大，实证结果从侧面反映了伴随着互联网不断普及，电子商务正在成为数字红利向农村地区和农业领域扩散的实现路径和重要形态，并且已经给局部地区的不少农户带来了可观的增收。此外，实证研究还证实了利润率和销量增幅的提升构成农户电子商务采纳增收效应的来源机制，与此同时，电子商务采纳并没有显著改变农户的工作时间和经营支出。

第 7 章，农产品淘宝村集群内农户电商采纳增收效应：群体内部差异。本章研究同一地区、相同产业背景下，电商农户采纳电子商务后收入变化的群体内部差异性。首先从资本禀赋和差异化经营两个视角进行理论分析，提出相应的研究假说，然后承接第 6 章的实证研究，通过计算基尼系数观察电商农户内部收入差距的变化情况，综合运用 PSM 分组比较以及分组变量对农户电商采纳收入变化值进行多元线性回归的方法实证检验导致电商农户增收差异的主要因素。研究发现，电子商务明显地加剧了电商农户群体内部的收入不平等程度，而资源性物质资本、受教育程度、社会资本投资和企业化转型是导致电商农户增收差异的重要因素，即线下产业的经营管理和投资行为能力会转化成一种线上的竞争力。实证结果反映了即便电子商务的发展给一个地区的农民带来普遍性红利，但由于资本禀赋不同和差异化经营因素的作用，农户对于数字红利的分享不会是同质、等量的状态，农民群体内部出现电子商务采纳增收差异现象具有必然性。

第 8 章，总结与展望。本章总结全书的主要研究结论，阐述其对政府政策和农户实践的启示，指出研究尚存的不足之处，展望未来研究的方向。本书提出了四方面的政策建议：第一，政府既要深刻意识到电商化发展的趋势和意义，也要正确认识到电商化发展的前提条件，重视线下支撑体系的建设以及产品竞争力的打造；第二，特色农业产区的政府应充分利用产业优势，积极创造电商创业和创新的条件与环境，增强产业集聚效应，引导电商创业往集群化的方向发展；第三，政府在尊重农户意愿的前提下，可通过加强电商知识宣传、举办电商技能培训等途径培育孵化电商带头人，合理引导更多农户参与电商创业；第四，政府要意识到农户内部的电商红利差异，努力让公共产品和公共服务能够更加有效地辐射到那些面临资源、资金和能力约束的农户。



1 导论 .....	1
1.1 研究背景、问题及意义 .....	1
1.2 研究目标与内容 .....	5
1.2.1 研究目标 .....	5
1.2.2 研究内容 .....	5
1.3 研究方法和技术路线 .....	6
1.3.1 研究方法 .....	6
1.3.2 技术路线 .....	9
1.4 数据来源 .....	11
1.5 本书结构 .....	12
1.6 创新之处 .....	14
2 概念界定与文献述评 .....	17
2.1 概念界定 .....	17
2.1.1 基本概念 .....	17
2.1.2 其他相关概念 .....	20
2.1.3 相近概念之间的辨析 .....	23
2.2 信息技术应用对农户经济影响研究综述 .....	25
2.2.1 国外研究现状 .....	25
2.2.2 国内研究现状 .....	33
2.3 淘宝村现象的形成及其经济效应研究综述 .....	35
2.3.1 国外研究现状 .....	35
2.3.2 国内研究现状 .....	37

2.4	总结性评论 .....	40
<b>3</b>	<b>沭阳县及其淘宝村集群简介 .....</b>	<b>43</b>
3.1	沭阳县简介 .....	43
3.1.1	沭阳县经济发展总体情况 .....	43
3.1.2	沭阳县花木产业发展历程 .....	45
3.2	沭阳县淘宝村集群简介 .....	50
3.2.1	沭阳县淘宝村集群基本现状 .....	50
3.2.2	被调查淘宝村和农户基本情况 .....	53
3.3	本章小结 .....	57
<b>4</b>	<b>农产品淘宝村集群形成机理 .....</b>	<b>58</b>
4.1	引言 .....	58
4.2	文献回顾 .....	59
4.2.1	产业集群经典理论 .....	59
4.2.2	产业集群形成要素研究综述 .....	62
4.2.3	产业集群成长过程研究综述 .....	63
4.2.4	简要评论 .....	64
4.3	农产品淘宝村集群形成的理论探讨 .....	65
4.3.1	一个整合性演化模型 .....	65
4.3.2	农产品淘宝村集群形成的要素条件 .....	67
4.3.3	农产品淘宝村集群形成的动力机制 .....	74
4.4	沭阳县淘宝村集群形成的经验研究 .....	79
4.4.1	源起：偶然机会与产业依赖 .....	79
4.4.2	扩散：学习效应与差序格局 .....	82
4.4.3	危机：售假问题及其应对 .....	85
4.4.4	集聚：电商生态体系的形成 .....	88
4.5	沭阳个案对其他地区的启示 .....	95
4.6	本章小结 .....	98
<b>5</b>	<b>农产品淘宝村集群内农户电商采纳行为影响因素 .....</b>	<b>99</b>
5.1	引言 .....	99

5.2	文献回顾 .....	100
5.2.1	技术采纳行为理论 .....	100
5.2.2	农户决策行为理论 .....	103
5.2.3	农民创业影响因素研究综述 .....	105
5.2.4	简要评论 .....	107
5.3	农户电商采纳行为影响因素的实证框架 .....	108
5.4	实证方法与变量描述 .....	115
5.4.1	实证方法 .....	115
5.4.2	变量说明及描述性统计 .....	117
5.5	实证结果分析 .....	120
5.5.1	基本模型的回归结果 .....	120
5.5.2	中介效应的检验结果 .....	123
5.5.3	对结果的讨论 .....	125
5.6	本章小结 .....	128
<b>6</b>	<b>农产品淘宝村集群内农户电商采纳增收效应：群体平均效应</b> .....	<b>129</b>
6.1	引言 .....	129
6.2	农户电商采纳的增收效应：一个理论考察 .....	131
6.2.1	基准情景的设定 .....	131
6.2.2	变动情景Ⅰ：电商模式完全替代中间商模式 .....	134
6.2.3	变动情景Ⅱ：电商模式部分替代中间商模式 .....	137
6.2.4	电商深度采纳情境及其增收效应 .....	139
6.3	实证方法与变量描述 .....	142
6.3.1	实证方法 .....	142
6.3.2	变量说明及描述性统计 .....	145
6.4	实证结果分析 .....	147
6.4.1	农户电商采纳决策方程估计 .....	147
6.4.2	共同支撑域与平衡性检验 .....	149
6.4.3	农户电商采纳增收效应测算结果 .....	152
6.4.4	农户电商采纳增收效应具体来源 .....	153
6.4.5	对结果的讨论 .....	154
6.5	本章小结 .....	159

7 农产品淘宝村集群内农户电商采纳增收效应：群体内部差异 .....	161
7.1 引言 .....	161
7.2 理论分析与研究假说 .....	162
7.2.1 资本禀赋与电商采纳增收差异 .....	162
7.2.2 差异化经营与电商采纳增收差异 .....	166
7.3 实证方法与变量描述 .....	169
7.3.1 实证方法 .....	169
7.3.2 变量说明及描述性统计 .....	171
7.4 实证结果分析 .....	173
7.4.1 电商农户内部收入差距变化情况 .....	173
7.4.2 资本禀赋因素的PSM分组结果 .....	174
7.4.3 差异化经营因素的PSM分组结果 .....	178
7.4.4 分组变量对电商采纳增收幅度的回归结果 .....	179
7.4.5 对结果的讨论 .....	180
7.5 本章小结 .....	184
8 总结与展望 .....	185
8.1 主要结论 .....	185
8.2 政策建议与实践启示 .....	186
8.2.1 对政府政策的建议 .....	186
8.2.2 对农户实践的启示 .....	188
8.3 研究不足与展望 .....	189
参考文献 .....	191
附录1 访谈对象列表 .....	212
附录2 沭阳县淘宝村电商农户调查问卷 .....	214
附录3 沭阳县淘宝村非电商农户调查问卷 .....	217
附录4 沭阳县淘宝村村干部调查问卷 .....	220
后记 .....	222

# 1 导 论

## 1.1 研究背景、问题及意义

20世纪90年代以来,我国农产品供求格局发生根本性变化,由以往的长期短缺转变为总量基本平衡、丰年有余。但是,农产品市场的供求矛盾依然存在,随着我国农产品的产量不断增加,农产品商品化水平不断提高,农民生产的农产品进入市场的数量不断攀升,伴随而来的便是越来越多的农产品“卖难”问题的出现,严重地影响了农民的生产积极性,并造成农产品价格波动频繁和市场风险加剧,农产品的流通与营销成为制约农业发展和农民增收的重要环节。概括地说,农产品“卖难”有两点含义:一是农产品卖个好价格面临困难,另一是意愿供给的农产品全部售罄面临困难。农产品“卖难”本质上反映的是“小农户”与“大市场”之间的矛盾(Markelova et al., 2009; Wiggins et al., 2010; Poulton et al., 2010),而相对落后的农产品流通渠道建设是导致两者无法有效对接的重要原因。多年来,我国农产品流通渠道一直存在着基础设施薄弱、流通环节多、流通成本高、流通效率低、产销不衔接、信息流通不畅、组织化程度低等问题(赵晓飞、李崇光,2012;朱华友、谢恩奇,2013)。我国农产品销售形式较为单一,主要通过批发市场渠道,从田间到餐桌一般要经过产地收购、中间运输、销地批发和终端零售等环节,有的地方还需要更多的环节,生产地有产地批发,销地还有一级批发、二级批发等;流通环节多,导致农产品流通主体的分散化,而小农户缺乏对等的谈判权,处于弱势、被动地位,中间商经常利用信息和区位的垄断优势,压低农产品收购价格,使农户的生产利益易受损害(赵伟,2009;安玉发、张娣杰,2011;刘天军等,2013)。市场上的需求信息很难通过中间流通环节及时有效地反馈给农户,信息传递的滞后性、失真性情况严重,加上地方市场