

田真平,王志华. 我国农村电子商务产业集群演进中的电商平台作用机制[J]. 江苏农业科学,2017,45(20):304-308.  
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2017.20.075

# 我国农村电子商务产业集群演进中的电商平台作用机制

田真平, 王志华

(江苏理工学院商学院,江苏常州 213001)

**摘要:**基于产业集群演进视角、商业模式创新相关理论,提出农村电子商务产业集群演进的“演进动因—驱动因素—演进效果”研究构念,选取6个不同类型的电子商务平台企业进行多案例研究,得到提升产业集群创新性、风险承担性、积极竞争性、行动超前性的方法。按照产业集群演进阶段展开讨论,认为基于地理位置精准营销所代表的技术驱动、市场空位和商业诚信所代表的市场驱动、自组织生态系统代表的范围经济驱动,以及线上线下整合代表的价值链驱动分别是电子商务产业集群形成期、成长期、成熟期、转型期演进的关键,同时也是电子商务平台商业模式创新的驱动力。

**关键词:**农村电子商务;产业集群;电商平台;商业模式创新;驱动因素;作用机制

**中图分类号:** F324;F713.36      **文献标志码:** A      **文章编号:** 1002-1302(2017)20-0304-05

随着第三方电子商务平台不断推出促进农村电子商务发展的战略举措,电子商务正以前所未有的速度融入中国农村,并呈现出集群发展的特征。2016年全国共出现了1311个“淘宝村”、135个“淘宝镇”、38个“淘宝村集群”,集群带动效应显著<sup>[1]</sup>。依托电子商务平台发展起来的农村电子商务产业集群在演进过程中受到地理优势、领军企业、外部经济、社会网络、政府行为5种因素的作用<sup>[2]</sup>。然而,不可忽视的是,电子商务平台在农村电子商务产业集群演进中发挥的重要作用,特别是电子商务平台商业模式创新对产业集群演进的不同阶段的影响成为关注焦点。

产业集群是在特定空间区域内由同一或相关产业的企业、组织机构聚集形成的,产业集群的形成与演进需要一个渐进的过程,国内外已有许多学者基于网络与社会资本、知识溢出、信息和创新视角对此进行了相关研究<sup>[3-5]</sup>。本研究则更关注基于集群演化的视角,Ahokangas等认为,集群可以类比为1个有机的生物系统,有着起源、增长、成熟的生命周期<sup>[6]</sup>。郑风田等认为,创业家在农村产业集群成长过程中发挥着关键作用,是产业集群从低级向高级演进的最根本的动力因子<sup>[7]</sup>。田真平等认为,创业导向的创新性、行动超前性、风险承担性、积极竞争性4个维度在农村电子商务产业集群演进的不同阶段发挥着不同作用<sup>[8]</sup>。总体而言,现有的研究更多偏重于集聚效应、创业导向的分析,但却忽略了电子商务平台的作用,忽略了电子商务平台商业模式创新对集群演进的重大影响。移动互联网、社交网络、云计算、基于位置的服务等新技术新模式的出现,促进了数据在消费行为中的重要应

用<sup>[9]</sup>。消费大数据的应用与分析为电子商务平台商业模式创新提供了创新动力。基于上述讨论,提出本研究的问题:在移动互联网环境下,各种类型的电子商务平台如何在农村电子商务发展中开展商业模式创新?这种商业模式创新在农村电子商务产业集群演进的不同阶段各发挥什么作用?农村电子商务产业集群发展的不同阶段如何选择适合的电子商务平台商业模式?

本研究基于产业集群演进视角和商业模式创新相关理论,提出“演进动因—驱动因素—演进效果”研究思路,具体内容如下:以各种类型电子商务平台企业为研究对象,关注其商业模式创新问题,找出商业模式创新的驱动因素,进而揭示商业模式创新与集群演进效果的关系及电子商务平台在农村电子商务产业集群演进中的作用机制。

## 1 基本概念与研究设计

### 1.1 农村电子商务产业集群的概念界定

Porter认为,产业集群是同处于特定空间领域的某一特色产业内相关生产、经营、销售及配套服务的企业,以特定的网络组织形式集聚而成的企业群体<sup>[10]</sup>。参考上述产业集群的定义,可以将农村电子商务产业集群定义为在特定农村地区,聚集大量某一特色产业相关企业和服务机构,应用电子商务商业模式,整合传统农村产业链,创新销售模式和企业组织形式,形成产供销一体化的有机群体。与传统产业集群不同的是,农村电子商务产业集群是以第三方电商平台网络销售为核心,融合实体经济与虚拟经济,依托互联网对农村传统特色产业转型升级或创新重构,此类集群更具有创新性、灵活性、积极性。农村电子商务产业集群的参与主体主要包括农户、农民专业合作社、农业企业、电子商务销售企业、电子商务物流企业、相关服务机构等。

### 1.2 电子商务平台商业模式创新的驱动因素

技术、市场、价值链、范围经济效应是商业模式创新的4

收稿日期:2017-04-14

基金项目:江苏省教育厅高校哲学社会科学基金(编号:2016SJB630136);国家社会科学基金(编号:14BGL216)。

作者简介:田真平(1977—),男,江苏常州人,硕士,讲师,主要从事区域经济与农村电子商务研究。E-mail:tzp77@sina.com。

个驱动因素。技术驱动是指随着新兴技术的诞生和演化而形成新的市场需求;市场驱动是不断改进或创新服务提供模式用以满足早已存在的潜在市场需求<sup>[11]</sup>;价值链驱动是整合价值链各参与方的资源,通过信息共享提升价值链的运行效率,从而服务于日益差异化的用户需求<sup>[12]</sup>;范围经济效应驱动是通过不同类别产品和服务的提供,实现了交易成本的内部化,同时促进了电子商务平台向电子商务生态系统的演变<sup>[13]</sup>。

1.3 农村电子商务产业集群演进效果

产业集群演进应关注 4 个方面:创新性、风险承担性、行动超前性、积极竞争性。创新性指集群企业参与及支持新想法、新技术、新模式,并愿意改变现有技术和模式的程度,创新性强的集群在整合内外部资源、组织学习上都更具优势;风险承担性指集群企业投入资源愿意承担风险和接收不确定性的程度,风险承担性高的集群在演进过程中更能抵御各种风险,成功的可能性更大;行动超前性指集群企业掌握未来市场变

化的趋势,并领先于竞争对手采取快速行动,创造先发竞争优势;积极竞争性指集群企业在产品生产、质量、营销等方面主动与竞争对手较量,积极采取竞争行动。

1.4 电子商务平台商业模式创新与产业集群演进的关系

农村电子商务产业集群演进有主动、被动 2 种动因。主动演进是基于集群地理优势、外部经济、社会网络、政府引导、集群创业家等因素的集群自内而外的主动转型升级;被动演进一般是由于电子商务平台商业模式的创新,是集群自外而内的被动转型升级。这 2 种动因在现实中可能会相互转化,促使产业集群不断演进。推动电子商务平台商业模式不断创新的驱动因素主要是技术、市场、价值链和范围经济,商业模式创新的最终效果是实现线上、线下价值链的整合及形成电子商务自组织生态系统。产业集群演进效果可以通过创新性、风险承担性、行动超前性、积极竞争性 4 个维度来测度。在以上分析的基础上,提出相关研究构念及测度内容(表 1)。

表 1 相关研究构念及测度内容

构思	维度	测度关键内容
产业集群演进动因	主动演进	集群内部自下而上或自上而下的转型升级
	被动演进	来自集群外部的自外而内的转型升级
电子商务平台商业模式 创新驱动因素	技术驱动	新技术,新模式,原有技术创新升级
	市场驱动	潜在市场需求,市场空位,商业信用,优胜劣汰
	价值链驱动	线上价值链,线下价值链,新兴价值链,线上线下整合
产业集群演进效果	范围经济驱动	多样化经营,各方参与者,自组织,生态系统
	创新性	技术创新,模式创新,制度创新,文化创新
	风险承担性	资金风险,技术风险,竞争风险,政策风险
	行动超前性	市场预测,领军企业,知识溢出,快速行动
	积极竞争性	创业精神,领跑战略,主动竞争,专业分工

2 电子商务平台案例分析

2.1 案例选择

本研究主要基于处于不同发展阶段的各种类型电子商务平台企业进行分析,根据案例的典型性、差异性和信息的可获得性,选取 4 类电子商务平台共 6 个案例作为研究对象,第 1 类是垂直生鲜农产品电子商务平台企业,第 2 类是区域性特色电子商务平台企业,第 3 类是线上线下整合的电子商务平

台企业,第 4 类是形成电商生态自组织系统的电子商务平台企业。

本研究案例数据资料来源有 2 个渠道:一是政府部门、研究机构、相关企业发布的公开数据信息;二是实地调研资料,笔者所在研究团队在 2017 年 1 至 2 月前往目标公司进行调研,访谈公司高管或部门主管,获取了电子商务平台商业模式创新的一手资料,案例基本情况见表 2。

表 2 本研究案例的基本情况

平台类型	样本描述	平台特点
第 1 类:垂直生鲜农产品电商平台	垂直生鲜农产品电商平台“沱沱公社”成立于 2010 年 4 月	高端生鲜农产品,全程冷链物流,建设自有农场,精选有机种植供应商
第 2 类:区域特色平台	山西供销农芯乐商城成立于 2015 年 8 月	依托市、县级供销社,工业品下乡、农产品进城;依托大宗交易市场,农产品批发
	山西乐村淘网络科技有限公司成立于 2014 年 7 月	现有村镇小卖铺升级改造为线下体验店,通过体验店帮助农民网络销售和购买
第 3 类:线上线下整合平台	深圳智慧城电子商务有限公司“淘实惠”成立于 2013 年 5 月	县域自生态模式,线上平台线下连锁;共享经济模式,当地合伙人
第 4 类:电子商务生态系统平台	苏宁云商集团股份有限公司于 2013 年 2 月由苏宁电器更名	苏宁易购直营店+线上中华特色馆的 O2O 模式
	阿里巴巴集团“农村淘宝”战略项目于 2013 年启动	县级运营中心(自营),负责运营管理、物流等;村级服务站(加盟),招募专业化的农村淘宝合伙人

2.2 案例分析

2.2.1 技术驱动与集群创新性 新技术的出现、原有技术的

创新都会引起电子商务平台商业模式的创新<sup>[14]</sup>,进而提升产业集群创新性。垂直生鲜农产品电商平台“沱沱公社”组建

了专门的数据分析部门,在消费端,对消费者的消费特性,如年龄、性别、消费偏好、地理位置、生鲜要求等方面进行大数据分析,从而向消费者推送符合其需求特征的个性化信息,使消费者接收到更精准合适的信息。在供应端,“沱沱公社”充分利用大数据在自有农场及联合农场指导农事,选择产品品种,决定种植规模。

“沱沱公社”通过大数据分析构建自营物流体系,做到今日订单次日交付、准确交付,进而提供夜间服务以方便消费者,而且对产品包装进行环保回收。另外,不断提高冷链物流技术,降低物流损耗,“沱沱公社”所有品类整体损耗率为 5%,远远低于传统实体市场 30% 的损耗率<sup>[15]</sup>。

“沱沱公社”基于地理位置营销技术、冷链物流技术、数据挖掘技术不断创新商业模式,形成全产业链结构,做到质量控制体系完全公开透明,首先进行健康土壤选址、有机肥料使用及病虫害防治,其次开展产品收获、产品精加工,最后进行物流配送,从根本上解决了有机农产品的质量控制问题,带动了北京、上海等一线城市周边农村有机农产品产业集群的形成,也有力地提升了产业集群的创新性。电子商务平台商业模式创新激发了企业和农户销售积极性,打开了巨大的网络市场空间,开拓了获得市场和资源要素的路径,带动了与电子商务相适应的生产技术、物流技术的创新,为集群形成打下基础。

**2.2.2 市场驱动与集群风险承担性** 寻找市场空位,提高商业信用,可以加强顾客契合,有效提高产业集群风险承担性。山西供销农芯乐商城依托供销社体系积极寻找市场空位。一方面,依托山西省 114 个县级供销社、1 177 个基层社整合区域特色农产品,采取“电商平台+供销社+农民”的模式,打造特色农产品区域品牌,构建进城农产品的后端组织体系。另一方面,依托山西省 11 个市级供销社开展农产品进社区活动,以农芯乐商城为平台,发展传统社区加盟代理商,充分利用社区便利店的连接枢纽功能,构建 3 个体系:物流配送体系提供代发代收服务;电商零售体系提供农产品展示、品牌宣传服务;信用担保体系提供无假货和诚信评估、无担保支付等服务。另外农芯乐平台还与学校、政府、企业合作,构建农产品及特色手工艺品集中采购系统,供需对接,信息共享,打通了城乡通道。

山西乐村淘网络科技有限公司通过提高商业信用来加强顾客对平台的保留度和忠诚度。具体做法是将原有的农村小卖部升级为线下体验店,因为小卖部是农村最普及的线下消费场所,作为农村“微型”的人员及物流集散地,深受村民们的信赖和喜爱。同时乐村淘在山西省 98 个市(县)建立县级管理中心,负责服务、培训体验店,而同期阿里巴巴集团只在山西省 4 个市(县)建立农村淘宝运营中心,由此尽显本土电商平台的区域优势。

农芯乐、乐村淘 2 个区域特色电子商务平台在发展过程中敏锐意识到寻找市场空位和提高商业信用重要性,主动创新商业模式,充分发挥本土电商平台的区位优势,依托供销社体系提高商业信用,通过建立奖惩机制及准入标准来解决诚信问题,消除信息不对称现象,降低平台交易成本,进而加强平台顾客契合,促使当地产业集群的风险承担性明显提高,保证了集群的可持续发展。

**2.2.3 价值链驱动与集群行动超前性** 通过线上线下价值链整合,缩小线上线下体验差距,实现集群行动超前性。苏宁云商发展农村电子商务采用了“苏宁易购直营店+线上中华特色馆”的 O2O 模式。一方面,苏宁充分利用数量众多的分布在农村乡镇的苏宁易购直营店进行品牌宣传、产品销售、物流中转,并以苏宁易购加盟服务站为补充,通过直营店整合管理分散的加盟服务站,构建农村电商线下价值链,从而为农产品搭建上行通道。另一方面,苏宁发挥线下连锁店的品牌及地域优势,建立线上苏宁易购中华特色馆,构建农村电商线上价值链,从而实现线上销售和品牌推广落地。

“淘实惠”发展农村电商采取的是不同于苏宁云商的独特创新模式,主要表现在加盟合伙人方面:一是真正的合伙人制度,将平台操作控制权限全方位下放至合伙人,各个县城就是一个相对独立自主的地方平台,从而能在真正意义上让合伙人掌控自己的命运;二是真正基于县域经济来运行的电子商务平台,可带动县域经济进行转型升级,因此,淘实惠平台的绝大部分数据、人才、GDP 等都将留在县域当地,有效规避了纵向一体化组织代理效率的降低。

苏宁云商和“淘实惠”通过整合线上线下价值链,减小了纵向一体化组织的技术非效率和代理非效率,缩小了线上线下的体验差距,培育了一大批集群领军企业。行动超前的领军企业决定了产业集群的战略发展方向,在领军企业的成功示范下,其他企业和农户会自动跟随和模仿,从而完成初始产业集聚,领军企业所开拓的产业路径成为该地区产业发展的惯性模式。

**2.2.4 范围经济驱动与集群积极竞争性** 电子商务平台通过实现范围经济,可以提升电商生态系统的价值捕获能力,进而加强集群积极竞争性。阿里集团通过协调第三方电子商务服务商在社交、金融、物流等方面的服务,逐步构建了一个完整的农村电商生态系统。在社交生态系统方面,依托阿里旺旺、来往、新浪微博、支付宝等社交工具构建了基于淘宝交易的在线社交网络;在金融生态系统方面,阿里金融推出“小额贷款”服务,对电商平台用户的交易数据及支付平台的支付数据进行分析,引入网络信用调查分析模式,向农村电子商务创业群体发放小额信用贷款,从而有效解决小微企业贷款难问题;在物流生态系统方面,2013 年阿里集团建立菜鸟网络,打造遍布全国的开放式、社会化物流基础设施,为各类 B2B、B2C 和 C2C 企业提供开放的物流服务平台。此外,通过收购高德地图,提升了生态系统的价值捕获能力,打通了高德基于用户位置的营销信息和淘宝基于交易的用户数据。

电子商务平台通过数据挖掘可以获取电商生态系统内不同企业的供需信息,从而采取与之相适应的服务策略。此外可以通过电商生态系统各地区成员优势资源的整合来扩大系统的范围经济效应。但是生产制造过程的范围扩大会显著增加交易成本,而电子商务平台通过聚集分布广泛的相关企业可以降低交易成本,从而获得范围经济效益。总的来说,形成基于电子商务平台的电商生态系统,丰富生态系统成员种类,密切各成员之间的联系,提高自组织性,都会提升系统中各类参与者的价值捕获能力。

阿里巴巴集团农村淘宝战略项目依托自身比较成熟的电子商务生态系统,超越产业边界、跨越地域界限,通过多元主

体之间正式或非正式的互动,促成信息、资金、人才、数据等自由流动,促成多样的合作与创新,从而实现农村电子商务产业集群的多样化经营。这种基于范围经济效应的多样化经营可以促使集群内部开始分工和协作,产业链分工可以提高集群运作效率,加速集群成长。此外,电子商务生态系统可以激发各类参与者的主动竞争意识和价值捕获能力,从而使集群成长始终具有主动性,避免了许多外部干扰。

### 3 农村电子商务产业集群演进分析

农村电子商务产业集群具有明显生命周期的特征,可以分为形成期、成长期、成熟期、转型期,在不同阶段电子商务平台商业模式创新驱动不同,具体作用机制也有差异。首先,新技术、新模式的出现会激发新的市场需求,开拓新的市场,从而促进新集群的形成,由此在形成期往往由技术驱动电子商务平台商业模式创新,通过独特的商业模式为农村电子商务

产业集群形成奠定基础。其次,在产业集群形成以后,大量模仿必然导致资源和市场的过度竞争而使产业走向收敛和衰落,产业集群的成长和发展要突破区域内的资源和市场瓶颈,就必须具备诚信的商业环境,否则优胜劣汰的竞争法则以及恶性竞争的会增加会制约集群的发展,故市场驱动商业模式创新可用于成长期,提高集群风险承担性,拉动集群成长。再次,产业集群发展成熟后,虽然形成了专业化的分工和完善的自我支持体系,但集群发展也面临着许多风险。而范围经济效应驱动平台互利共生的生态系统的建立,可以有效抑制集群之间的恶性竞争和短期行为,故范围经济驱动适用于成熟期。最后,现有模式发展到一定阶段会出现瓶颈,由于价值链的整合可以实现平台战略的调整并创造新的发展空间,故价值链整合适用于转型期。农村电子商务产业集群演进中的电子商务平台具体作用机制如图 1 所示。

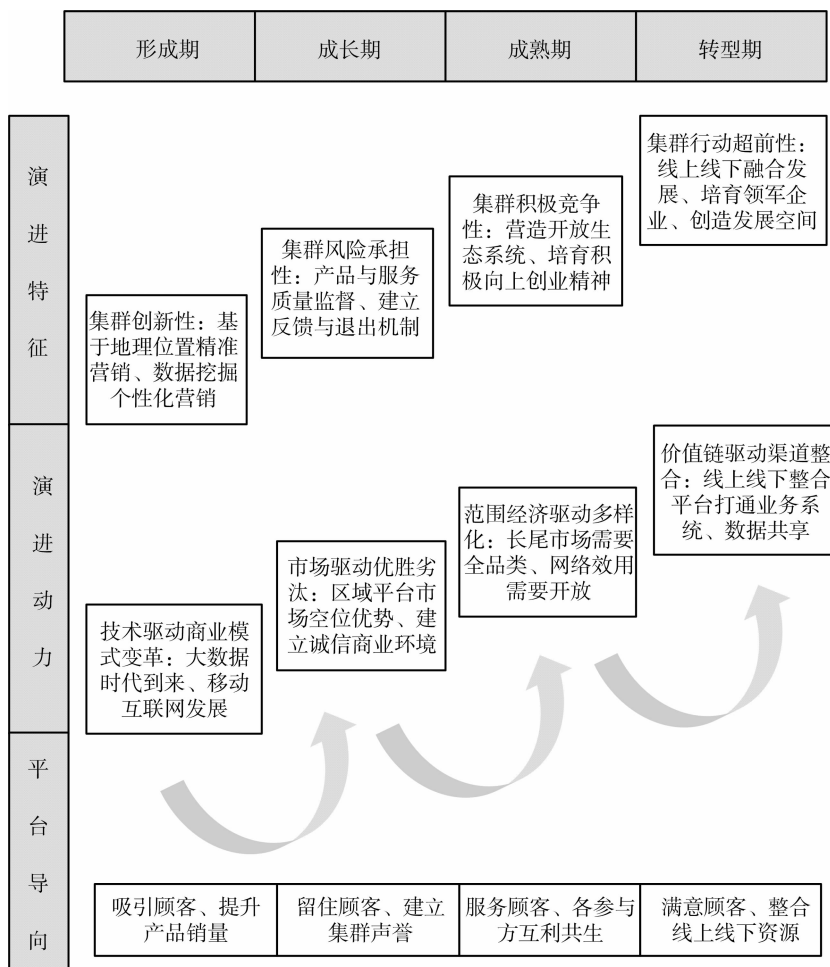


图1 农村电子商务产业集群演进中的电子商务平台作用机制

#### 3.1 形成期

技术驱动商业模式创新,提升集群创新性。基于地理位置的服务技术使精准营销成为可能,促进了乡村旅游、生态农业、高端农产品等电子商务产业集群的形成;基于冷链物流技术的完善使生鲜农产品损耗不断减少,促进了有机农产品、生鲜水果等电子商务产业集群的形成;基于智能搜索的信息精准推送技术已广泛使用于各电子商务平台中,进而可以方便

用户比较购物,降低商家广告推广成本,促进服装、家具等传统电子商务产业集群的形成。此阶段以吸引商家入驻平台和增加销量为目的,着重提升集群的技术创新和模式创新能力。

#### 3.2 成长期

市场驱动商业模式创新,提高集群风险承担性。技术驱动可以获得短期的先发优势,但市场机制会产生长期的优胜劣汰效果。一些良莠不齐的参与者在集群成长期加入集群,

从而导致产业集群面临恶性竞争、盲目模仿、成本增加等风险,电子商务平台通过寻找市场空位、提高商业信用等举措,可以有效避免此类风险,保证产业集群持续成长。此阶段区域特色电子商务平台将发挥重要作用,着重提高集群对资金风险、竞争风险的承担能力。

### 3.3 成熟期

范围经济驱动商业模式创新,加强集群积极竞争性。由于电子商务生态系统的开放性,会有大量的第三方服务商进入生态系统参与自组织建设。范围经济效应的存在促使电商平台对外开放,鼓励第三方应用开发,大量网商出现,销售收入提高,从业人员增加,运营成本降低,提高了集群运行效率和可持续性。此阶段关键是电子商务平台营造互利共生的自组织生态系统,加强集群主动竞争意识和培育积极向上的创业精神。

### 3.4 转型期

价值链驱动商业模式创新,实现集群行动超前性。电子商务产业集群发展到一定阶段就会出现线上线下的融合问题,包括资金、技术、数据共享等问题,通过价值链整合驱动商业模式创新,打通线上线下业务系统、高度共享线上线下各方数据可以解决此类问题,促进产业集群转型升级。此阶段线上线下整合平台将发挥重要作用,实现集群行动超前性,培育集群领军企业,引领集群线上线下融合,创造新的发展空间。

## 4 结论与建议

本研究基于产业集群演进视角和商业模式创新理论,深入剖析国内 6 家电子商务平台企业商业模式创新,提出了“演进动因—驱动因素—演进效果”研究思路。通过上述案例分析探讨了电子商务平台商业模式创新与产业集群演进效果之间的关系,并总结了农村电子商务产业集群演进中的电子商务平台作用机制,揭示了不同阶段电子商务平台企业商业模式创新的驱动因素。

(1)通过案例分析,得到不同驱动因素下电商平台商业模式创新和产业集群演进的结论。在商业模式创新由技术驱动背景下,提高服务的时空精准性及信息推送准确性,可以提升集群创新性,促进集群形成。在商业模式创新由市场驱动背景下,找到区域市场空位、建立诚信商业环境,可以提高集群风险承担性,拉动集群成长。在商业模式创新由范围经济驱动背景下,构建电子商务生态系统,增加系统参与成员种类和数量,密切彼此之间联系,提升电商生态系统的价值捕获能力,可以加强集群积极竞争性,保证集群可持续发展。在商业模式创新由价值链驱动背景下,随着线上与线下业务系统的打通,可以实现集群行动超前性,拓展集群转型空间。

(2)通过分阶段的讨论,对于农村电子商务产业集群演

进的不同阶段选择合适的电子商务平台商业模式具有指导意义。在形成期,选择根植当地模式,电子商务平台与本地经济、社会、文化紧密联系,关注消费者消费行为的转型升级;在成长期,选择持续进化模式,区域特色电子商务平台通过竞争、合作、选择等机制,优胜劣汰,进化升级,关注市场空位和商业信用;在成熟期,选择开放共享模式,电子商务平台与外界联系多样,共享信息、知识、资金、人才等,营造互利共生的自组织生态系统是关键;在转型期,选择协同创新模式,线上线下整合平台促进多元主体交流分享、相互促进、共同创新,实现线上线下业务系统打通、数据高度共享成为重点。

### 参考文献:

- [1] 阿里研究院. 中国淘宝村研究报告(2016)[R]. 2017:5-7.
- [2] 凌守兴. 我国农村电子商务产业集群形成及演进机理研究[J]. 商业研究,2015(1):104-109.
- [3] Vatne E, Taylor M. The networked firm in a global world: small firms in new environments[M]. Farnham, UK: Ashgate, 2000.
- [4] Portes A. Social capital: its origins and applications in modern sociology[J]. Annual Review of Sociology, 1998, 24(1): 1-25.
- [5] Bestm H. The new competitive advantage: the renewal of American industry[M]. New York: Oxford University Press, 2001.
- [6] Ahokangas P, Hyry M, Rasanen P. Small technology-based firms in fast-growing regional cluster[J]. New England Journal of Entrepreneurship, 1999, 2(1): 19-26.
- [7] 郑风田, 程郁. 创业家与我国农村产业集群的形成与演进机理——基于云南斗南花卉个案的实证分析[J]. 中国软科学, 2006(1): 100-107.
- [8] 田真平, 谢印成. 创业导向下的我国农村电子商务产业集群演进机理研究[J]. 科技管理研究, 2017(12): 50-57.
- [9] Lynch C. Big data: how do your data grow? [J]. Nature, 2008, 455(729): 28-29.
- [10] Porter M E. Clusters and the new economics of competition[J]. Harvard Business Review, 1999, 76(6): 77-90.
- [11] 王敏, 银路. 技术推动型与市场拉动型新兴技术演化模式对比研究——[J]. 科学学研究, 2008, 26(增刊1): 24-29.
- [12] 宋春光, 李长云. 基于顾客价值的商业模式系统构建——以移动信息技术为主要视角[J]. 中国软科学, 2013(7): 145-153.
- [13] 蔡宁, 杨闫柱. 企业集群竞争优势的演进: 从“聚集经济”到“创新网络”[J]. 科研管理, 2004, 25(4): 104-109.
- [14] 邵鹏, 胡平. 电子商务平台商业模式创新与演变的案例研究[J]. 科研管理, 2016, 37(7): 81-88.
- [15] 汪旭晖, 张其林. 电子商务破解生鲜农产品流通困局的内在机理——基于天猫生鲜与沱沱工社的双案例比较研究[J]. 中国软科学, 2016(2): 39-55.