

杜永红.“互联网+”背景下的县域经济大发展研究[J].江苏农业科学,2017,45(6):312-315.

doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2017.06.080

“互联网+”背景下的县域经济大发展研究

杜永红

(西京学院,陕西西安 710123)

摘要:县域经济是构成国家国民经济发展的基石,是解决“三农”问题的关键。分析了县域经济发展存在的问题:产业结构不合理、科技发展不足、经济社会发展失调、高等资源要素缺乏等。在“互联网+”大背景下,挖掘县域经济自身特色,明确县域电子商务的发展定位,进行县域电商经济的顶层设计,选择县域电子商务发展模式,打造电子商务经济主体,实现县域就地城镇化,从而促进农业、特色产业与电子商务相结合,有效推动县域经济持续、高效融合发展。

关键词:互联网+;三农;县域经济;电子商务

中图分类号:F327 **文献标志码:**A **文章编号:**1002-1302(2017)06-0312-04

《“十三五”规划》明确指出,推动“互联网+”行动计划实施,大力发展物联网技术的应用,发展分享经济,加速互联网和经济社会融合发展。农业、农村、农民是经济社会中的重要组成部分,“互联网+”为正在转型的农业农村发展带来重大机遇。从实践看,三农发展离不开农业农村电子商务,电子商务的蓬勃兴起,带动了农村经济发展,增加了农民收入,也改变了农业生产、农产品营销和农民生活的方式。返乡农民工、大学毕业生、青年农民等多个群体利用互联网平台,自发兴起创业热潮;以乡村为区域实现聚集,形成规模和协同效应的电子商务生态系统,以县域为单元形成电商新经济,以电子商务引领转型县域经济转型发展。

1 “互联网+”与县域经济

县域是按行政区划的地理区域,它连接着工业与农业、城市和农村,是城乡人口、资本、信息等要素的集聚地。县域经济是城市经济与农村经济的中间桥梁,是以县城为中心、城镇为纽带、农村为腹地的空间经济结构。我国县域经济的核心问题是三农问题,从历年数据统计分析来看,县域经济支撑着我国国民经济的平稳运行,为国家经济和社会发展作出了巨大的贡献。

互联网正在构建国内外统一大市场,逐步释放我国内需和外输潜力,为传统产业转型升级提供转换的空间。互联网技术的应用,破解信息不对称难题,提供交互合作平台,从而使交易成本降低,交易时间缩短,有助于进一步专业化分工和提高劳动生产率。在“新常态”背景下,全面实施“互联网+三农”启动计划,将有效推动县域经济持续、高效融合发展。

围绕“互联网+”和县域经济结构调整的战略发展思路,按照聚集优势产业、整合优势资源、集中优势企业的发展原则,重点扶持县域优势产业电商集群发展,进一步推进优势产

业链纵深拓展。

2 县域经济发展存在的问题

2.1 产业结构不合理

从中国县域产业结构发展趋势来看,县域产业结构中农业产业的比重高,这既是县域经济的特点,也是短板;县域经济存在着二、三产业发育不成熟,主导产业不突出、特色产业规模小、优势产业增长乏力等问题;中国县域经济发展水平不均衡,各地区间县域产业结构也不平衡,东部经济发展水平较高地区县域的工业化水平增长较快,服务业也有一定的增长,中西部地区的县域工业发展水平缓慢,服务业发展缓慢,整个县域经济的产业结构层次较低。

2.2 科技发展不足

县域经济中二元经济结构根基深厚,城乡差距明显,困扰县域经济的发展与转型升级。从全国整体来看,县域对科技发展的重视程度不够高,科技基础较为薄弱,科技事业发展水平不高;全国范围地区科技资源的分布不均衡,导致科技发展地区间发展不平衡,东部区域拥有较大的人才资源优势,科技进步与经济发展的协调性控制较为理想,但是中西部呈现科技发展速度滞后于经济发展速度,科技发展基础条件相对薄弱,其具体表现为:传统农业根基牢固,转型升级困难较大,信息化、城镇化水平较低,工业化发展仍以传统工业为主。

2.3 经济社会发展失调

县级行政部门过度追求经济总量的增长,而弱化公共服务、社会管理和市场监管等职能,形成许多新的社会矛盾和民生问题;经济转型发展过程中过度依赖资源和土地,把低价出售或出让土地、矿藏、森林等自然资源作为手段,以换取县域经济的快速发展,由于工艺落后、资源过度开采、资源利用率低,导致环境破坏严重;由于传统农业劳动生产率相对低下,农村青壮年劳动力选择外出务工,导致农业生产被严重边缘化;由于化肥的过度使用,导致耕地土壤板结,水资源受到严重污染,县域生态环境破坏严重。

2.4 高等资源要素缺乏

国家大量的教育投入是在县和县以下,而培养的人才多

收稿日期:2016-11-13

基金项目:陕西省教育厅专项科研计划(编号:14JK2155)。

作者简介:杜永红(1969—),女,陕西西安人,硕士,教授,主要从事电子商务领域的研究。E-mail:xa-dyh@163.com。

数流向大中城市,对于县及县级市来说,每年输送的大学生学成返乡的很少;县域产品多数都是以原材料形式廉价卖出,如原粮、矿产等廉价出售,经过加工又以高价卖给县域,形成原材料廉价外流。以农业为例,发达国家农产品加工程度在 90% 以上,我国欠发达地区不足 20%;我国大多县域交通、通讯等基础设施较差,尤其是小城镇基础设施落后,功能不全,缺乏聚集产业、人才的凝聚力。

3 “互联网+三农”模式与功能

“互联网+三农”指的是运用互联网技术从计划、生产、加工、销售、物流、金融等多个环节进行改造和优化,升级传统农业产业链,重构产业结构,提高生产效率,把传统农业落后的生产方式发展成为新型高效的现代农业生产方式^[1],同时随着电子商务的广泛开展运用,也在不断改变农民的生活方式。

3.1 “互联网+三农”模式

“互联网+三农”中的“+”是以互联网信息技术为基础,深度融合农业与互联网,合理配置农业生产要素,优化调度人力、物力、财力,使互联网为农业智能化提供支撑,促进农产品升级换代,创新产业链上下游关系,以提高生产效率,推动农业生产和经营方式革命性变革,以创新驱动农业新业态发展。

“互联网+三农”主要有 4 种模式:一是在生产领域的智慧农业模式,运用物联网技术,实现农业的精确生产,使得劳动力、生产资料、土地资源等各种要素在时间、空间上精确分配,以获取最大化的收益;二是在流通领域的互联网深入营销电商模式,深刻改变传统的农产品流通模式和农村生活的消费模式;三是互联网与农业深度融合的全产业链模式,互联网为重塑农业产业链提供技术支持,依靠互联网平台,农业生产经营者不仅可以分享、获取各种生产技术和市场信息,并且可以得到法律、融资、教育等相关服务,改变相对落后的状态,提高竞争力;四是互联网与新农村建设相结合,创新农村社会治理模式,改变农民教育、休闲、消费的习惯,通过互联网满足群众多样化、个性化新需求,全方位服务群众。

3.2 “互联网+三农”功能

(1)“互联网+三农”的渗透功能。“互联网+三农”能够渗透到农业农村的多个领域,如“互联网+现代农业”“互联网+农业信息服务”“互联网+农产品营销”“互联网+生态旅游”“互联网+农村社会治理”“互联网+农村社保”“互联网+人才培养”等多种形式,促进农业可持续性发展和加快新农村建设步伐。

(2)“互联网+三农”的聚集功能。通过互联网信息平台聚集农民分散的个性化供给和需求形成规模效应,减少中间环节,降低经营成本,增加农民在农资或农产品定价的话语权。

(3)“互联网+三农”的吸附功能。农业产业链是指与农产品生产关联的产业群所形成的网状结构。通过互联网吸附着农业产业链上下游,通过网络平台形成的大数据,提供农业生产预测、警示,为判断机会与风险提供数据分析,为大型农产品批发市场、超市采购、电商平台分销商提供预售、定制、定单农业。

电子商务是基于互联网的农业发展倍增器,是构建现代农业体系的必需手段。电子商务提升农业现代化水平,表现

在电子商务与特色农业、产业化经营的结合,为农业产供销及相关的管理和提供服务提供有效的网络及信息支持,以提高农业的综合生产力和经营管理效率的过程^[2]。

4 县域电子商务发展现状

县域电子商务的发展是建立以消费需求为导向的新型农业产供销系统,以信息化手段促进市场化、标准化、规模化、品牌化,电子商务是实现农业“经济转型、产业发展、农民增收、供给稳定”的重要手段。

从阿里巴巴数据来看,2003 年至今,中国县域电子商务发展经历了 3 个阶段,2003—2005 年,县域网商数量少、增长放缓;2006—2009 年,增长提速;2010 年至今,属于规模化扩张阶段^[3]。县域电商发展呈现的特点有:县域电商的规模化、县域网购的普及化,移动商务更大程度地释放县域购买力,县域电商模式呈现多元化和生态化,政府推进电子商务的行动正在进一步加快。

自 2014 年以来,商务部联合财政部率先在我国中部地区的多个省份不同区域开展综合电子商务入驻农村示范工作,阿里巴巴、京东、苏宁等大型电商和多家物流快递企业纷纷抢占农村市场;各级供销社、邮政公司等传统实体企业也在不断转变经营模式,努力尝试线上线下融合发展。全国各个省市、地县陆续在阿里巴巴的平台上设立“区域特色馆”,京东开启“下乡”模式,全国范围内开设县级服务中心,国内最大垂直电商平台中国网库也分别与多个地区签署战略合作协议。

近十年以来,县域电子商务发展迅猛,但同时也面临着新的挑战。县域之间在人均生活水平、财富使用水平及文化教育等方面存在着较大的差异,尤其是东南沿海与东北及中西部区域的某些差距存在着逐步扩大的迹象。但从总体趋势上看,县域经济在电子商务的推广与应用中取得了长足的发展,互联网让传统的农贸集市交易在线上发挥着巨大的优势。虽然国内实体店消费市场出现明显增速下降的趋势,但网络零售等电子商务相关的行业却始终保持着高速增长态势,乡镇消费增速甚至远远大于城市。电商经济是提升县域经济的重要领域,信息服务和网络销售是拉动区域经济发展的主要驱动力。

5 县域电子商务发展存在的问题

县域经济发展中农业占有较大比例,传统农业生产具有地域性、季节性、分散性的特征,农民整体文化素养偏低,传统农业长期处于粗放经营,经济效益低下。从传统农业向现代农业转变已迫在眉睫,必须要尽快打通行业界限,解决农业生产、农产品营销和信息化服务、网络基础设施建设等问题。与其他行业相比,农业生产周期长、农产品生产规模不确定,供求信息不畅通、流通环节多,市场行情上下波动大、市场功能落后,交易成本高、交易效率低等问题。

(1)县域电商发展不均衡。全国大部分县域电商发展速度较快,如江苏、浙江、福建、河北等地迅速涌现出一大批“淘宝村”,部分县域的乡镇差不多家家户户开设网店。但还有一些欠发达地区县域电子商务仍在驻步观望阶段,电商进程缓慢,发展氛围不够浓厚,政府没有意识到电子商务对县域经济的作用,企业以及农民对电子商务认识有待提高。

(2) 电子商务人才匮乏。当前困扰县域电商发展的普遍问题是缺乏电子商务相关人才。不论是正处于起步阶段的县域,还是处于成长阶段的县域,在数据分析、电商运营、网络营销、平面设计、客户服务等多个岗位、不同层次,都有较大程度的人才缺额。主要原因是:大多数县域没有建立完善的电子商务人才培训体系;与大中城市相比,县域缺乏对电子商务人才的吸引力;人才培养不是一蹴而就的,需要一定的周期,因此,未来 3~5 年之间,“人才”是县域发展电子商务必须要解决的瓶颈。

(3) 电子商务服务体系不完善。随着电子商务快速发展,快递、仓储、培训、运营、园区等电子商务服务协同运转显得尤为重要。虽然目前各县电子商务服务体系的建设正在逐步推进,但仍是县域电商普遍面临的瓶颈。具体体现在电商服务费用高、服务效率低、服务存在空缺等方面;农产品供应链的流通环节较为薄弱,农产品仓储规模化、组织化程度低,基础设施较为落后;多个部门虽能够按各自职能积极地推进县域电子商务服务业发展,但仍是各管一块,部门之间、行业之间难以进行有效的协调和配合,无法形成促进县域现代服务业发展强有力的凝聚力。

(4) 农产品标准化、品牌化效应不强。发展县域电商,农产品标准化、品牌是基础。但由于县级农产品缺乏对应的等级划分标准,已有标准大多不能与省、国家和国际接轨;由于缺乏专业检测人才,不具备必备的检测技术和检测设备,县级质量检测、试验办法还停留在原始阶段,虽然全国农业系统中省级基本建立了质量溯源体系,但可溯源产品范围窄,大多数农产品尤其是鲜活农产品标准化程度不高,很难形成从源头到终端的质量溯源系统。农产品因其特殊性,多以原材料形态存在,即便没有品牌仍可出售,多数县域只注重农业生产规模,不重视品牌建设,在具有经济和资源双重优势的地区农产品品牌建设依然明显落后,知名品牌较少。

(5) 农产品电商平台信用体系不健全。垂直农产品电子商务交易平台起步晚,部分功能不完善,没有建立健全可信的信用评价机制。有的交易平台没有信用评价体系,消费者在交易之前只能通过农产品企业或农户单方面对农产品的描述来了解产品详情,造成消费者对农产品企业和质量缺乏信任;有的交易平台已使用的信用评价体系标准过于简单,只解决交钱不给货、假冒伪劣等明显的欺诈行为,没有考虑农产品较一般生产制造类商品的特殊性,如鲜嫩易腐、种类多样、不均一性等。

6 “互联网+三农”推动县域经济发展对策

工业化背景下的城市化,导致大量农民进城务工,造成大量良田荒废,形成很多空心村,产生留守儿童、留守老人和留守妇女等诸多农村社会问题,同时造成乡村丰富的民俗资源和古老文化传统慢慢丧失,甚至会动摇我国长远发展的农业根基。“三农”问题日趋严峻,农业劳动力结构性明显不足,解决“谁来种地”问题已刻不容缓。以县域为空间单元,大力发展电子商务,兼顾三次产业,推进农村城镇化发展,实现县域经济转型与升级是理性而多赢的选择。

6.1 县域电商经济的顶层设计

(1) 建立协作机制。建立健全电子商务发展的组织保障

体系和工作机制,充分协调政府部门、行业协会、重点企业的分工协作,凝聚电子商务发展合力;构建电子商务应用绩效评估体系和重点企业联络机制,建立电子商务专家人才库、电子商务应用与研究数据库,建立电子商务发展指标体系和监测分析体系,为县域电商发展提供研究、预测、统计等多方面的服务。

(2) 加强市场监管。完善电子商务市场监管机制,确保网络交易主体遵纪守法诚信经营,加大网络交易中涉及行政许可的商品和服务的监管力度,加强电子商务违法行为、侵犯知识产权行为等防范措施,建立健全电子商务消费者权益保护机制。

(3) 加大扶持力度。充分发挥政府的决策与指导作用,在协调发展、统筹兼顾县域经济的基础上,制定电子商务优先发展的扶持政策,在财政税收、人才引进、金融投资、国际贸易等多方面支持与鼓励电子商务高速发展。构建适应电子商务发展多途径的投融资机制,尝试风险投资、融资担保、责任保险等多元化模式。

6.2 选择县域电子商务发展模式

转变农业发展方式必须依靠县域电子商务快速发展,要加快发展以农产品、农资、现代农业等为主要内容的县域电子商务,达到构建现代农业生产经营管理体系、优化农产品流通方式,促进农民增产增收、全面实现小康社会的目标。各县地域和经济发展情况大不相同,电子商务应用涉及众多环节,如何因地制宜地选择适合本地县域发展的电子商务模式是非常慎重的第一步。

案例分析一:浙江遂昌模式与赶集模式。在农产品标准化程度低、市场信任难的情况下,遂昌在县政府指导下成立了遂昌网商协会,其下属的“网店服务中心”,整合可售货源、组织网络分销商群、统一仓储及发货服务。“遂昌模式”仿照工业上的“流程化”模式建立起了农林产品的社会化大协作,提升了当地电商的整体运行效率和竞争力^[4]。在浙江遂昌随后出现了赶集模式,即通过在农村配置电子商务服务站,搞活农村供需流通引导农村消费,有效地解决农村的最后一公里问题。

案例分析二:清河模式。河北省清河县拥有强大的羊绒产业,被称为“中国羊绒之都”。但受到 2008 年全球金融危机的影响,清河羊绒的出口额大幅下滑。政府确定“线上线下一联动,有形市场与无形市场同进”的发展思路,政府出面创造电商发展环境,整合电商生态圈,树立引领示范的先进典型,促成传统商户和企业快速转型,网商群体和交易规模逐步扩大。

6.3 打造电子商务经济主体

(1) 培育和发展电子商务主体。电子商务经济主体是县域经济突破和转型的决定因素。加强县域电子商务基础设施建设,完善适应电子商务发展的多元化、多途径投融资体系;引进规模、效益好的电子商务企业,引领县域电子商务产业发展。鼓励传统企业利用第三方平台开展电子商务,拓展海外销售渠道,实行跨境电子商务;积极开拓国内市场,支持在第三方电子商务平台开辟县域专柜,把县域产品集中进行展示、宣传和推广;培育壮大一批龙头主体,加快三大产业融合,示范带动县域电子商务产业发展。

(2) 推进电子商务集聚发展。把县域电商产业园区作为县级电子商务产业发展的主平台、主基地, 加强电子商务产业发展公共配套服务, 形成集办公、仓储、展示、培训、休闲娱乐于一体的多功能电子商务园区。通过政策优惠、资金扶持等鼓励和吸引电子商务企业入驻园区, 整合资源优势, 充分发挥县域电商产业园作用。

(3) 建立电子商务公共服务中心。以县级电子商务公共服务中心建设为重点, 加快乡镇及村级联络点的建设。县域电子商务公共服务中心主要职责服务于县域电商的发展, 服务县域电商从业者, 通过县级公共服务中心整合县域电商服务企业资源, 为县域提供电商知识培训、技术支撑、公共推广平台建设、电子商务营销、农特产品包装设计等多项服务, 为乡镇村做好电商资讯发布、交流互动、人才培训、创业指导等。

(4) 加大人才引进和培育力度。人才引进和培育要并驾齐驱。积极引进电子商务创新创业型人才, 为其提供可施展才华的空间; 将电子商务专业知识培训纳入农村技能人才建设体系和县域就业创业培训体系, 加快电商应用型人才培养; 在政府指导下, 认定一批电商培训机构资质, 设立电商培育基金, 对电商培训机构、参与电商专业培训的传统企业和农村创业人员给予相应的鼓励与扶持。通过针对电商技术的培养教育的投入, 给予培训机构、有关学校、企业与乡村适当的人才培育补贴, 扶持电子商务协会等社会性机构开展公益性的电子商务专项培训活动, 建立电商人才培育的长效机制。

6.4 实现县域就地城镇化

县域就地城镇化是指以县级行政区划为地理空间, 以县级政权为调控主体, 以市场为导向, 以信息聚集的思路, 去中心化地配置资源, 合理、有序促进县域范围内农村人口的就地转化^[5]。

(1) 促进县域经济突破与转型。以产业集群为发展方向的电子商务推动县域内产业集聚与转型升级, 吸引外出务工人员的回流, 拉动本地就业, 实现县域就地城镇化; 加强培育县域电子商务服务业和电子商务衍生服务业, 如: 物流仓储、金融投资、移动通信、设计开发等, 进一步开拓虚拟空间服务实体经济的市场空间; 努力打造电子商务服务业, 推动县域电商生态发展, 促进电子商务综合服务业和地方传统产业相互融合, 探索信息时代的县域经济发展路径。

(2) 提升县域农村居民消费能力。县域就地城镇化目标之一是提高农村居民的消费能力和激活其消费需求。建立农村电商服务体系, 破解农村宽带网络基础设施、电子商务操作和物流配送等农村电商发展瓶颈, 实现“消费品下乡”和“农产品进城”双向流通功能, 为农村居民在乡村提供购物、售物、缴费等一站式解决方案。构建新型的农村网购模式, 有效

地弥补农村和乡镇实体零售发展的不足, 显著提升消费品的流通效率。

6.5 构建全产业链的大数据联盟

农业信息化将加快发展农业产业转型、农产品高效流通, 是现代农业的制高点。农业大数据是大数据产业链的组成部分, 是现代农业发展的坚实依托。在产供销对接方面, 大数据能够合理布局社会资源, 使农产品从生产到终端消费环节良性竞争、合理优化。

一是建立农产品县域产地大数据档案, 实施分级种植管理, 通过大数据, 有效地监控良种选择、种植技术、农药残留、品质监控、加工能力、物流仓储等整个农产品产业链, 从而指导县域农业产业结构调整, 培育优质农产品, 打造具有竞争力的品牌; 二是构建大数据联盟, 通过大数据分析, 掌握县域农产品在产销环节之间的流转规律, 引导产销走向, 合理布局资源, 科学指导种植、养殖品种与规模, 提升农产品区域化供应水平, 提高经济效益; 三是通过对生产、加工、物流、销售等多个环节进行大数据分析与挖掘, 为农产品从生产到消费全过程提供高效优质的信息服务, 提高农业资源利用率和流通效率; 四是建立农产品大数据联盟, 对良种培育、施药施肥、种植技术、加工管理、品质控制、物流渠道等进行全过程管控, 加快农产品溯源、追溯全链条建设, 从根本上实现农产品的“来可查、去可追”, 从根本上解决食品安全问题。

县域经济是构成国家宏观经济发展的重要基石, 是解决“三农”问题的关键。随着电子商务迅猛发展, 电子商务已成为我国县域经济转型升级的新引擎。因此, 在“互联网+”大背景下, 挖掘县域经济自身特色, 明确县域电子商务的发展定位, 选择合适电子商务发展模式, 整合县域地方资源, 促进农业、特色产业与电子商务相结合, 将有效推动县域经济持续、高效融合发展。

参考文献:

- [1] 陈红川. “互联网+”背景下现代农业发展路径研究[J]. 广东农业科学, 2015, 42(16): 143-147.
- [2] 杜敏, 韩彩霞, 全建强. 电子商务驱动县域经济发展研究[J]. 现代商业, 2014(32): 68-69.
- [3] 阿里研究院. 县域电子商务发展微报告[EB/OL]. (2014-07-24)[2016-10-22]. <http://www.aliresearch.com/blog/article/detail/id/19461.html>.
- [4] 周太黑. 中国八大县域电子商务模式解读及启示[EB/OL]. [2016-10-22]. <http://tech.163.com/15/0706/12/AT-RF4R4Q000948V8.html>. 2015-07-06.
- [5] 许婵, 吕斌, 文天祚. 基于电子商务的县域就地城镇化与农村发展新模式研究[J]. 国际城市规划, 2015, 30(1): 14-21.

更正 《江苏农业科学》2017 年第 45 卷第 3 期第 250-254 页刊登的论文《资源禀赋与农业现代化路径选择: 来自国外的经验借鉴》中, 作者张攀春的职称应该是“教授”。特此更正。

《江苏农业科学》编辑部