

网络经济时代农村电商集群式发展战略研究

陈 奇

黑龙江财经学院 黑龙江 哈尔滨 150000

摘要:网络经济的快速发展带动了传统商业模式的繁荣,乡村振兴背景下,农村电商需要依托网络经济时代进行业态的创新和突破,相比于传统单一、分散的产业格局,农村电商应当搭建产业集群发展新格局,带动产业升级。其中农村产业既要培养龙头企业,打造市场竞争优势;又要注重经营模式优化,构建现代化经营;同时要注重多方联合共同培养高质量人才,为农村电商发展提供后备力量。

关键词:网络经济;农村电商;产业化;集群化

伴随互联网经济的快速发展,农村电子商务成为农村经济发展的全新业态。不过农村电商在发展当中受到的重重困难和阻力,其中主要问题集中在农村经济机构相对分散、规模较小、整体产量较低,最终导致其在市场竞争当中缺少竞争优势,不具有议价权,经济发展相对被动。目前国内针对农村电商发展仅有2015年出台的《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》、《推进农业电子商务发展行动计划》两项文件,对于农村电商该如何发展、面向何种方向发展,尚处于摸索当中。对于农村电商的市场化来说,需要以扬长避短为基本思路,保证农村电商在产品质量方面的优势,同时利用集群化机制解决农村传统经济问题。

一、农村电商集群化发展的重要性

(一)符合现代经济的产业集群效应需要

产业集群是现代经济学领域的重要观点,经济学研究认为,产业集群的形成过程相对复杂,其所受到外部经济环境、自身产业趣味、竞合关系、技术创新能力以及规模报酬等多方面因素影响。在实际的产业环境当中,产业集群能够实现对于某一个具体产业发展规模的有效支持,内部经济体彼此之间共性和互补特性共同发挥作用,星辰更紧密联系。随着经济产业的快速发展,产业集群在竞合关系中会呈现纵向扩展或横向延伸格局,最终构建专业化的分工,相互之间产生溢出效应,最终实现人才、技术、信息、政策等方面优势要素的共享。对于农村经济发展来说,电商产业势必要以集群化形式来形成经济合力,解决传统分散、个体化的产业经济模式存在的诸多困境,最终在现代电子商务市场当中形成竞争力。近年来,互联网经济模式的不断成熟,以及在乡村振兴等国家级战略导向下,农村电商开始经济整体结构创新出发,不断与传统农业生产模式进行彼此融合,带动技术创新与传统产业价值的优势互补,实现技术外溢性价值以及行业低壁垒行业新格局,最终形成符合时代发展的产业集群。

(二)农村电商产业集群更具生态组织特性

传统的产业集群主要是以产业组织体系为基本,其中所涉及到的产业构成为同一区域内具有相同工艺、相似技术手段的各企业主体,这些企业主体彼此之间有着内在的密切关联,基于生产要素和市场服务实现联动,通过集群方式提高成本控制能力,提升市场口碑,产生市场影响。生态组织体系与传统产业组织体系有所不同,其中所涉及到的环节为同一生产环境中的各种生物集群,体现的是同类型生物集群产业的价值,有着鲜明的生物聚落效应。与现代工业制造业生

产所坚持的产业组织不同,农村电商所对应的农业生产,更多体现生态组织特征,以生态价值为前提,进行产业构建。因此在农村电商的集群化发展中,生态组织特性需要最大限度体现出来。生态组织所表现的生物聚落,层次性和结构性更加分明,对于市场的承诺也更具影响力量,能够收获相比于单纯的产业组织体系更多的市场认可度。

二、目前农村电商产业集群化发展主要面临的问题

(一)农村产业发展时间较短

集群化的产业发展是农村电商近年来尤其是乡村振兴战略全面实施以后所开展的产业构成方式,从发展角度来看,起步较晚,发展态势尚不明朗。部分偏远地区农村的产业化建设和集群式发展没有先例和经验,与电商平台之间的对接能力也十分有限。发展时间较短、区域区位因素影响会更为显著,导致农村电商未能体现出较为鲜明的市场表达,市场认可度有所不足。

(二)不同地区有着不同的产业基础

除了产业集群化发展时间相对较短之外,不同地区之间的产业化基础也有不同。以国内农村电商产业发展态势来看,地理区域差异所带来的经济发展差异,最终表现在了电商集群化水平之上,不同省份在同类型产品竞争中,因地区经济差异表现出了不同的经济态势,其中集群化电商的营销能力最终决定了市场号召力,并成为其在市场竞争中形成竞争力的关键。也有部分研究以省内农村电商产业发展情况进行研究发现,即便在省内,由于不同区域不同经济基础所表现出的电商集群水平也有巨大不同,其中产业完整度和抗风险能力,是最引人关注的差异典型,同时也在一定程度上决定了农村电商发展态势和后续力量。

(三)农村电商产业发展人才投入不足

互联网经济背景下,是知识经济和创新经济的内核,人才在一定程度上决定了产业经济的发展走向。对于农村电商的产业集群化发展来说,人才规模成为决定电商业态发展的短板,人才缺失已经成为当前农村电商在新产业业态发展当中的掣肘,在一定程度上造成了集群化电商的后劲乏力。一方面,农村产业环境对于高素质人才吸引力较弱,难以留住人才,本地人才在接受教育后,也罕有返乡创业或支援家乡建设;另一方面是农村电商教育投入和相关金融政策支持不足。目前农村电商进行人才吸纳主要依靠政府对于农村电商教育的扶持,但是这种扶持模式并不能够持久,农村电商发展必须要走出自己的道路,才能够在网络经济环境下长久立

足。就目前来看,电商教育的不成熟和农村电商必须要进行业态转型之间存在矛盾,需要采用有效的策略来予以解决。

三、农村电商产业集群化发展的可行性策略

(一) 打造集群内龙头企业,打响市场形象

龙头企业的创建,是走出当前电商集群化发展相对平庸,市场影响力不足的主要手段,同时也是快速走出因电商集群化发展时间果断带来种种问题的首要策略。集群内的单个企业高质量发展,能够快速占领市场,打造市场形象,形成产业集群的品牌效应。对于农村电商来说,可以从以下两个环节来开展工作。

首先是要创建品牌形象。农村电商依托于农村产业,以农业产品和农业服务参与市场竞争,产品更具独创性特色。农村电商扬长避短,需要抓住“长处”,将农村的产品特色与品牌形象进行结合。例如黑龙江省五常县,就是凭借“五常大米”品牌,来构建特色化的产业价值。因此在龙头品牌创建中,农村电商需要重视品牌本身的显性要素,以产品特色与创意的品牌形象进行紧密联系,获得市场认可。与此同时,农村电商要善于借助网络渠道,利用自媒体进行品牌建设好推广,扩大产品的市场影响力。

其次,要对现有的产业形态进行进一步的定位细化。农村电商同样需要利用云计算等技术手段进行商业数据分析,再根据反馈的电商数据,针对市场需求进行产品定位细化。集群内企业采用大数据分析手段,对需求度、主流消费群体进行消费画像,并结合产品类型,进行不同层级的消费策略制定,在营销环节实现产业创新,完成全面的市场覆盖,扩大自身的影响力。

(二) 对于经营模式进行优化

农村电商集群化发展需要以现代化企业经营模式为创新,不断进行现有模式的持续优化。

首先需要开展现代化经营模式转型,结合现代企业的管

理经验,制定相关的管理机制和制度体系。针对产业链上下游开展管理工作,提升上下游供应链维护水平,提高行业形象。

其次要持续发挥行业协会作用,利用行业协会组织开展集群内部的商务合作和技术交流,帮助集群内的农业电商企业解决实际存在的问题。同时,行业协会还需要承担起沟通桥梁作用,代表农村电商与政府、上下游企业进行沟通。

最后,农村企业需要进一步探索新的融资渠道和途径,解决现阶段中小型企业面临的融资困难问题。基于行业协会搭建资金融通平台,为集群内资金流动提供保障。同时在政府号召下,银行和其他金融建构可以为农村电商提供优惠的融资机会,保障农村电商产业集群化发展活力。

(三) 搭建专业人才培养体系

面向农村的专业电商人才教育资源投入是解决农村电商人才困境的主要手段,农村电商集群化发展可以通过搭建人才培养基地的方式,来进行高质量的人才培养和人才吸引,同时出台有针对性的人才扶持基金,保障人才利益,带动人才活力。同时在教育方面,政府部门应当提升相应的投资水平,通过高校、科研机构、集群企业和行业协会进行技能协同,资源贡献,促成多方合作联合培养人才的新格局。

参考文献:

- [1] 李晓静. “一带一路”背景下我国农村电商集群化发展策略研究 [J]. 福建茶叶, 2020, 42 (3): 1.
- [2] 曹翔. 大数据视域下农村电子商务产业集群动力机制研究 [J]. 农业经济, 2019 (10).
- [3] 陆端. 乡村振兴下职业教育与农村电商产业集群联动 [J]. 江苏农业科学, 2021, 49 (3): 7.
- [4] 梅燕, 蒋雨清. 乡村振兴背景下农村电商产业集聚与区域经济协同发展机制——基于产业集群生命周期理论的多案例研究 [J]. 中国农村经济, 2020 (6): 19.

