

基于钻石模型的县域农村电子商务发展要素分析

——以浙江遂昌为例¹

陈旭堂，余国新，朱磊

【摘要】：本文基于浙江遂昌农村电子商务发展的案例，用钻石模型分析了县域农村电商发展演进机理，总结县域农村电子商务发展的经验启示，认为农村电子商务的发展理念、政府的政策扶持、农村电商服务平台的搭建、社会化和市场化运作等共同作用是实现县域农村电子商务健康、快速发展的重要保障。

【关键词】：钻石模型，遂昌模式，农村电子商务，要素集聚，农村发展

【中图分类号】：F713.36 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1003-7470（2018）-05-0093（06）

近年来，在“互联网+”时代背景下，农村电子商务作为推动农村生产、流通和消费与网络信息技术高度融合的新业态，^[1]不断受到政府部门重视，尤其是2017年中央1号文件强调指出：“推进农村电商发展，促进新型农业经营主体、加工流通企业与电商企业全面对接融合，推动线上线下互动发展，支持农产品电商平台和乡村电商服务站点建设。”有关农村电子商务发展，也成为当前学术界关注的热点领域，涌现出诸如集聚效应强、^[2]市场发展潜力大^[3]等研究成果。同时，国内外许多学者在研究农村电子商务发展因素方法上做了多方尝试。在国外，如Huang使用线性结构关系（LISREL）分析和结构方程模型（SEM）测试休闲农业实施的电子商务来衡量资源、竞争力和绩效优势之间的因果关系；^[4]Brush利用TOE框架，研究新西兰农业微型企业采用电子商务关键动机；^[5]Galloway和Sanders运用网络评估指数（WAI）分析了不同地区农村小企业的网站质量的差异性。^[6]在国内，何晓滕等通过运用集对分析法（SPA）对农村电商发展环境进行评价研究，^[7]耿荣娜等采用德尔菲法和AHP法对农村电子商务制约因素进行实证研究；^[8]穆艳鸿等运用结构方程模型对县域农村电子商务发展影响因素之间关系进行分析。^[9]从现有文献看，学者们多运用不同研究方法对农村电子商务发展的影响因素进行了分析，但缺乏全局视角，未能系统探讨推动农村电子商务发展整体分析构架，也没有对农村电子商务发展综合因素进行深入系统地阐释。

综上所述，本研究尝试使用“钻石模型”方法系统地分析农村电子商务发展的影响因素，本文以遂昌农村电子商务发展为主要研究对象，利用波特钻石模型深入分析县域农村电子商务发展机理，以期推动新兴农村电子商务实现快速扩散，解决县域农村发展中面临的诸多难题。

一、钻石模型与案例概况

1. 钻石模型核心观点及修正

1989年，美国学者迈克尔·波特提出著名的“钻石模型”，该理论模型包括四个关键因素与两个辅助因素，其中生产要素、

¹本文系国家自然科学基金项目“新形势下新疆棉区农业社会化服务体系的创新与扶持政策研究”（编号：71463058）、国家社会科学基金青年项目“经济增长视阈下的产业结构优化升级问题研究”（编号：15CJL027）及丽水市科学技术局公益性项目“市场虚拟化演进中农村电子商务模式演进及价值创造研究”（编号：2016YX23）的阶段性成果。余国新为本文通讯作者。

【作者简介】：陈旭堂，博士研究生，新疆农业大学经济与贸易学院，新疆乌鲁木齐 830052；余国新，教授新疆农业大学经济与贸易学院，新疆乌鲁木齐 830052；朱磊，副教授中共丽水市委党校，浙江 丽水 323000

市场需求、相关产业发展带动、企业战略和竞争是区域某种事物或产业竞争力的核心，而区域政府政策和机遇两变数同样在钻石模型中起着至关重要的作用。然而，波特钻石模型在实际运用中也存在一些缺陷，国外学者在波特研究基础上对“钻石模型”进行了拓展。国内学者根据自己的研究领域对钻石模型的缺陷进行修正，如芮明杰提出了产业竞争力的“新钻石模型”，在原有模型的基础之上，增加了“知识吸收与创新能力”；^[10]税伟提出了地方产业集群竞争力的假设钻石模型，增加了“区域文化”、“外来投资”两个外生间接因素，并进行验证。^[11]此外，国内学者对钻石模型运用给予高度评价。他们认为钻石模型是迄今为止最具影响力的产业国际竞争力理论，尤其是利用波特的“钻石”模型分析形成产业竞争结果的原因以及预测未来竞争的趋势较佳。同样，由于农村电子商务是信息化发展程度较高的新兴业态，不仅受传统的波特钻石模型的因素条件影响，而且也受像“知识吸收与创新能力”、“外来投资”、“区域文化”等外生间接因素影响。从县域农村电子商务发展过程来看，主要缺乏人才、技术、资金以及发展理念，这就需要吸收电商知识技术的人才以增强创新能力、承接外来投资以解决发展资金、利用区域文化以形成发展理念。因此，使用修正后的钻石模型对于全面系统地分析农村电子商务具有很好的适用性。

2. 案例概况

遂昌农村电子商务从 2010 年起步，通过不断地研究与探索，形成了农村电子商务“遂昌模式”。“遂昌模式”是指通过电商服务业带动，以农特产品为特色，多品类协同开展农村电子商务，推动县域经济发展，构建了组织管理、理念建设、社会治理、农产品上行、消费品下行等五位一体的县域电商公共服务体系，推进农村电子商务发展，形成以政府统筹推动、共青团服务引导、第三方平台支撑、青年网商聚合参与、传统产业互动升级的农村电子商务发展模式。2016 年，遂昌县农村电子商务网上销售额 15.82 亿元，同比增长 66%，其中农特产品网上销售所占总额比例达 71.33%，从事农村电子商务企业及网店数达 2050 家，其中农特产品销售企业数 1542 家。已建成淘实惠、村邮站、家家店、京东帮、农村淘宝等各类农村电子商务服务站 351 个，赶街网点数 249 个，电子商务服务网点实现农村区域全覆盖。开展农村电商人才培训 29 班次，培训人员 1508 人，实现新增创业人数达 137 人，新增从业人员达 791 人。^②

二、遂昌农村电子商务发展的钻石模型分析

1. 要素集聚

遂昌发展农村电子商务离不开资源要素的有效供给，其资源要素分可以分为基本要素、行业要素、组织要素。在遂昌农村电子商务发展过程中，一方面不断优化基本要素供给，另一方面加快行业要素、组织要素集聚。

（1）基本要素向农村电子商务集聚。2009 年遂昌县人民政府出台了《遂昌县促进服务业发展、加快经济转型升级的若干政策》文件，这一政策虽然没有直接针对农村电子商务，但间接的对农村电子商务发展给予资金资助、税收减免、贷款等方面一定优惠。2014 年遂昌县政府出台了《遂昌县加快农村电子商务发展实施意见》和编制了《遂昌电子商务发展战略规划 2014~2020》等文件和规划文本，这些针对性政策主要在农村电子商务公共服务平台、网商经营主体、农村电子商务示范乡镇、农村电子商务服务站等方面给予财政、金融、税费扶持。在土地要素方面，主要扶持销售遂昌本地农特产品、旅游产品的电商企业给予适度倾斜。一系列政策措施保障了农村电子商务发展过程中的资本、土地等方面的基本要素供给。

（2）行业要素向农村电子商务集聚。首先，网络平台要素向农村电子商务集聚。遂昌县通过合作、引进、自建等多种方式集聚了众多网络服务平台，实现在农业、服务业、社会治理等领域电商化过程。2012 年，遂昌县人民政府与阿里巴巴集团淘宝网签订了《战略合作协议》，搭建了全国首个县级馆“特色中国—遂昌馆”，该馆的建立为遂昌开启了政府购买服务、政企合作的农村电子商务发展新模式。2014 年，通过浙江遂网电子商务有限公司实施的“赶街”项目，搭建了农村电子商务网上交易平台“赶街网”，实现农村线上交易，从而有效解决在县域农村电商发展中遇到的乡村物流、平台等综合困境。

^②①此部分数据来源：中共丽水团市委统计的《2016 年丽水市农村电子商务建设月报表》。

其次，通过培训加快农村电子商务人才集聚。农村电子商务发展需要大量的专业技术人才。为此，政府采取一系列措施解决农村电子商务发展人才紧缺瓶颈。一方面，自 2016 年通过成立“遂昌县农村电子商务学院”、“遂昌赶街职业技能培训学校”、“丽水市农村电子商务学院遂昌分院”、“赶街公司与商务部国际贸易经济合作研究院联合人才培训基地”等培训体系平台以来，培养一批又一批本土化专业的电商人才，为有效推进农村电子商务发展提供重要人才支撑。另一方面，出台了《遂昌县“农村电子商务人才培养计划”实施办法》、《支持大学生村官开展电商服务》、《“遂昌赶街新农人”选拔管理办法》、《遂昌县本土特色人才等级认证及培养管理办法》等文件，这些政策措施的实施，加快了人才要素向农村电子商务集聚。

再次，服务网点向农村电子商务集聚。一是通过购买服务方式，2016 年遂昌县农业局与浙江赶街电子商务有限公司签订《信息进村入户服务协议》，建立了覆盖县域村级信息服务站 170 个，为农村居民提供政务服务与公益服务。二是通过专项资金扶持，建设了农产品仓储冷链物流体系，进一步完善了遂昌县农村电子商务公共服务平台。三是通过电子商务进万村工程，在全县建立村级服务网点 260 个，电子商务服务网点行政村覆盖率达到 100%。四是遂昌通过信息化带动现代乡村物流体系发展，建立了遍布乡村的“赶街”服务网点。农村服务网点建立，加快了基础设施向农村电子商务集聚。

（3）组织要素向农村电子商务集聚。在政策和市场双重驱动下，各类网商、供应商以及包括物流、快递、银行等第三方服务商逐步参加遂昌网店协会，成为遂昌发展农村电子商务重要参与主体。截止到 2017 年，农产品生产基地、家庭农场、专业合作组织、涉农企业等各类涉农组织 100 多家成为遂昌网店协会会员。会员即可以通过协会交流平台获取市场需求信息以创新经营理念，又可以通过定期专业培训获取组织管理知识以整合资源。一是网商通过网店协会不断提高互联网的利用水平，在互助中不断提高自身组织化程度。二是供应商通过网店协会实现了农产品供给过程管理。农产品供应商通过参加网店协会，能够创新经营理念。三是实现网商、供应商、服务商“信息共享、资源互补”。通过定期举办网商交流活动，实现会员之间在经营策略、市场需求、服务水平等方面信息共享。

2. 需求拉动

在山区农村，因为受到交通物流以及信息渠道的限制，农民购买商品、销售农产品、获取公共服务的渠道单一、狭窄，农民生活品质提升受到影响。因此，需求也是驱动农村电子商务发展的重要因素。

（1）农产品销售需求。一方面，随着人们对健康的关注，对生态、绿色的农产品需求逐渐扩大。另一方面，农村地区拥有大量的优质农产品，由于传统市场无法实现消费者与农产品销售者有效对接，而发展农村电子商务可解决这一困境。通过自建赶街网农村特卖平台，引入国宏商城，并整合淘宝、天猫等知名电商平台，为农民销售农产品打开通道。其中，2016 年通过赶街网农村特卖平台就实现农产品网络销售 11.29 亿元。农产品网络销售平台的建立既解决人们对优质农产品的需求，又解决农产品上行问题。

（2）农村生活需求。由于农村分散的生活居住环境，没有规模的规范的购物场所，使得因为生活需要的购买日常生活用品非常不便，而虚拟市场恰好可以弥补这一不足，能满足农村居民选购日常生活用品的需求。通过赶街项目建立了包括覆盖县域乡村赶街服务站网点、城乡物流、网上支付、售后服务、便民服务较为完善的消费品下行体系。为农民购买消费品、工业品提供线上交易平台，线下进村入户的配送、售后等便民服务，有效解决了农村居民“购买难”、“服务难”问题。

（3）剩余劳动力转移需求。农村存在大量剩余劳动力需要转移，农村失业青年、未就业大学生、回乡农民工需要创业就业，当地合伙人、传统供应商需要转型。为此，遂昌县政府通过购买电商平台公共服务，培训当地电商人才，让农民、失业青年、未就业大学生、传统供应商都能精通电商知识，实现当地合伙人转型、村店增收、网点提升顾客粘度、提供回乡创业就业机会以及联合商家下沉渠道。

3. 相关产业支撑

(1) 地方特色农业。遂昌县位于浙江省西南部，依靠自身独特的地形、土壤、气候等条件形成了地方特色农业，优质特色农产品逐渐向农村电子商务集聚，为发展农村电子商务提供了不竭的农产品货源，农业资源优势是遂昌发展农村电子商务一个不可或缺的条件，为农村电子商务发展奠定了坚实基础。

(2) 农产品加工业。在政策与市场环境的推动下，遂昌农产品加工业得到了较好的发展，已逐渐形成诸如龙谷丽人茶、遂昌竹炭系列产品、“桃源尖”高山蔬菜、北界红提、金竹山茶油、湖山有机鱼、黄泥岭土鸡等一批地方特色农产品品牌。遂网电子商务有限公司和遂昌县质量技术监督局联合制定了《生态农产品电子商务品质控制标准》，选择“三品一标”基地产品和经认定的原生态农产品基地的产品作为网销产品。到 2017 年为止，遂昌制定了 80 多个农产品单品品控标准，从而推动遂昌农产品标准化生产加工。

(3) 乡村旅游业。遂昌拥有国家级自然保护区、森林公园、矿山公园各 1 处，国家 AAAA 级景区 4 处，省级红色旅游经典景区 1 处，全县有农家乐休闲旅游村（点）78 个，农家乐经营户 493 户，从业人员 8600 余人，众多景区、农家乐、旅游从业者的发展为乡村旅游业提供了丰富的资源，“互联网+乡村旅游”蓬勃发展。

(4) 配套服务业。第一，遂昌通过“赶街”项目，建立农产品供应链管理服务体系、市场服务体系，其中供应链管理服务体系涉及农产品标准化制定、溯源、检测、保鲜、冷链、品控、售后等服务，市场服务涉及图片摄影视频、新媒体传播、公关活动、包装设计，有效解决网上销售的农产品质量和相关服务。第二，通过政策引导，加快快递物流企业入驻。目前，遂昌拥有各类物流、快递企业 28 家，其中，引进物流、快递企业分别为 16 家和 11 家，自建本地物流配送企业 1 家。

4. 战略推动

(1) 政府战略。首先，电商化战略。遂昌农村电子商务发展过程也是政府实施电商化战略过程，通过引导传统产业转型升级，加快产业融合、推动县、乡、村农村电子商务应用体系，形成传统产业电商化、农旅电融合化、电商全业化发展格局。一是传统产业电商化。由于传统销售渠道日趋狭窄，加快传统产业电商化进程，实现传统渠道和互联网渠道双重发力已经成为众多企业破局之选。二是农旅电融合化。以电商网络平台为载体，通过特色农产品展示、乡村旅游体验以及竹炭系列商品销售，将地方特色农业、乡村旅游业等相关产业有机融合。三是电商全业化。经过多年努力，遂昌基本形成了以赶街、企协网、嘉言民生为主，淘实惠、家家店、京东帮、农村淘宝等为辅的电商化格局，在农业领域、工业领域、服务业领域、社会治理领域实现了电商产业的全业化、全域化和全民化。

其次，创业创新战略。从遂昌农村电子商务发展来看，其形成过程就是大众创业创新过程，在这一过程政府扮演重要角色。2011 年遂昌政府出台了《遂昌县促进全民创业实施意见》，鼓励各类创业人员利用网络平台开展创业。2016 年《遂昌县支持大众创业促进就业政策实施细则》支持农村电子商务创业，对村级电子商务服务站给予创业社保补贴。通过一系列政策引导，形成创业创新氛围。一是推动农村青年创业。在“大众创业、万众创新”的大背景下，网络创业成为了很多在外打工或是赋闲在家的农村青年创业就业的首要选择。二是工商资本推动。通过政策推动工商资本向电子商务行业流动，开展同阿里、嘉言民生等知名企业合作，利用其资源和渠道优势，加速农村电子商务发展资本集聚。三是社会组织联动。通过遂昌网店协会在网商、供应商、服务商之间架起沟通桥梁，实现全县网商集群式发展。

(2) 企业战略。遂网公司自 2010 年成立以来，始终坚持农村电子商务发展战略布局。2014 年遂网公司成立了“浙江赶街电子商务有限公司”，通过布局线下“赶街”村级服务站，线上统一交易平台，建立县域公共服务中心和物流配送体系，构建集代买、代卖、本地便民服务等多功能于一体的农村电商 O2O 服务模式。此后，遂昌网店协会加强同阿里巴巴支付宝新农村业务部进行战略合作，组成赶街县域服务中心。2016 年赶街公司建设“赶街乡镇中心”，使农产品卖出和消费品买进融为一体，实现农产品信息收集、乡镇电商扶贫、县乡村物流中转和消费品 O2O 体验，探索乡镇电商发展新路径。2017 年，公司又作出战略规划，将赶街 2.0 版升级为 3.0 新版，在金融、旅游、民宿等方面利用互联网进行新的探索，全面为农村、农民提供各项服

务，将赶街打造成中国农村电子商务第一服务平台。

三、遂昌农村电子商务形成机制分析

首先，要素结构不断优化整合推动。农村电子商务发展不仅是各种要素集约化程度不断提高的过程，也是各要素集聚于农村电子商务发展的过程。农村电子商务发展阶段可以划分为萌芽阶段、成长阶段和成熟阶段，他们之间表现出的要素特征也明显不同。2005~2010 年，遂昌农村电子商务处于萌芽阶段。此阶段表现为在市场作用下，少量网商在淘宝开店销售地方特色农产品，基本要素、行业要素、组织要素非常少。2010~2014 年遂昌农村电商进入成长阶段，其呈现出的特征主要表现为，农村电子商务发展的要素结构开始发生变化，要素数量急剧增加，要素质量不断提升。更多农民、失业青年、未就业大学生、传统供应商通过网店协会培训转向农村电子商务行业成为网商、供应商。以自建的赶街网、企协网和以引进的淘实惠、农村淘宝、国宏商城等行业要素渗透性越加深入，各种涉农组织纷纷加入遂昌网店协会，电商从业者从各种组织中获取收益越来越多，组织要素逐步增加。2014 年以来，随着遂昌农村电子商务拥有的要素增多、各要素之间融合不断深入，相互之间组合逐步优化，成长阶段也发展成为可复制的成熟阶段，基本要素、行业要素和组织要素在数量上、质量上达到最优，遂昌农村电子商务发挥的作用越来越强（见图 1）。

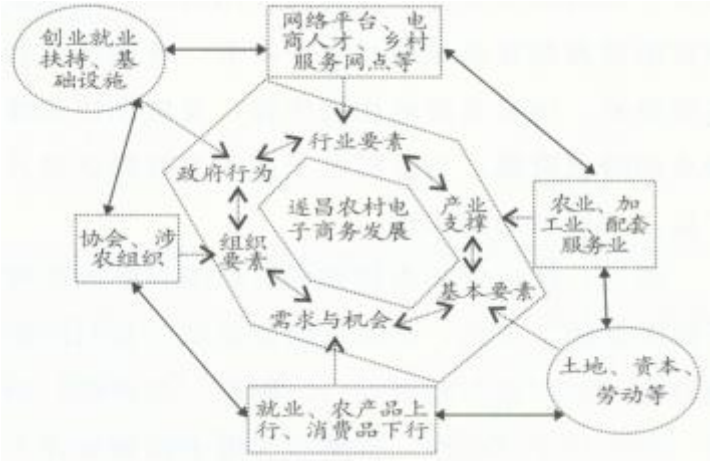


图 1 遂昌农村电子商务演进钻石体系

其次，政府通过政策引导，即加快各要素资源向农村电商集聚，又加速县域农村电子商务形成。具体表现就是推动资金、电商人才、乡村服务网点、网络平台等各种要素向农村电子商务集聚。在农村电子商务成长阶段，遂昌政府是通过购买服务方式，对农民、失业青年、未就业大学生、传统供应商等进行电商技能培训，并且在资金等基本要素方面给予更多扶持，让他们认识并参与行业要素和组织要素的重要作用，促使农村电子商务要素优化组合。在成熟阶段，政府充分发挥市场机制作用，通过市场化运作，促进各要素向农村电子商务空间集聚。由此可见，政府行为成为各种要素向农村电子商务集聚的主要推动力量，即凸显了农村电子商务的战略地位，又为农村电子商务发展带来机遇。

第三，现代商务模式为农村带来了广阔的市场需求空间和产业支撑。现代商务模式快速发展不仅为农村提供了诸如农民生产生活、获取公共服务、农产品销售、创业就业等需求，还为农村电商从业者带来较为可观的经济利益，进而吸引越来越多的农民、失业青年、未就业大学生、传统供应商转向农村电子商务行业。伴随着参与主体增多，农村电商即带来基本要素、行业要素、组织要素的集聚，又带来一二三产业融合发展，为农村电商发展提供更多的要素量基础和产业支撑。这些既驱动了多要素的优化组合，又推进了农村电子商务发展水平。

四、启 示

第一，多因素共同努力促进农村电子商务发展。遂昌农村电商发展是在政府各项政策措施驱动下，通过资源要素集聚、市场需求拉动、三次产业支撑以及主体战略推动等多方共同作用的结果。借助区域资源要素培育县域农村电子商务，各地区应利用这些差异，结合自身的比较优势，发展能体现地方特点的特色资源，为农村电子商务发展提供差异化产品，力促目标的实现。

第二，社会化和市场化的有机结合驱动农村电子商务发展。首先，要通过组建县域非盈利组织网商协会，协调地方政府部门、网商、服务商、供应商，实现社会化运作，提高农村电子商务从业人员的组织化程度。其次要通过组建自负盈亏的股份制公司，使电商经营主体成为主导力量，实现市场化运营，提高各种要素向农村电商产业配置效率。最后，通过社会化和市场化的有机结合，依靠持续的市场潜力和适度的社会组织协调共同驱动县域农村电子商务可持续健康发展。

第三，政策扶持助推农村电子商务发展。农村电子商务的发展离不开政府引导支持，应强化政府政策措施推动力量。发挥各级商务部门作为推进农村电子商务职能部门的优势，制定农村电子商务发展专项规划，出台专门扶持农村电子商务发展的政策措施，强化农村电子商务发展战略地位，为农村电子商务发展营造良好的制度环境，加速资源要素向农村电子商务集聚；发挥共青团组织作为推进农村电子商务的“先锋队”作用，依靠各级团组织，培训面广量大的网上创业青年，鼓励、推动、支持广大青年从事农村电子商务活动。

第四，服务平台搭建支撑农村电子商务发展。首先，依托以“淘宝”为代表的线上大平台，通过“特色中国”遂昌馆，让更多的网店在网上集中展示销售，把本地的优质生态农产品销往全国，销向世界，有效解决了“卖出去”的问题。其次，通过分期分批建设“赶街”等各类农村电子商务服务站，推动电子商务在农村的普及应用，改善农村居民的消费环境，有效解决了“买进来”的问题。最后，积极通过引入专业化的服务团队，为青年网上创业提供电商咨询、技能提升、信息发布等标准化服务，推进农村电商服务中心等线下第三方公共服务平台建设。

[参考文献]:

[1]温辉.我国农村电子商务产业集群发展的问题与对策研究[J].农业经济,2017,(10).

[2]郑新煌,孙久文.农村电子商务发展中的集聚效应研究[J].学习与实践,2016,(06).

[3]丁明华.“互联网+农业”构建我国农村电子商务发展的新路径[J].商业时代,2016,(15).

[4]Huang L.Rural tourism revitalization of the leisure farm industry by implementing an e-commerce strategy[J].Journal of Vacation Marketing,2006,(03).

[5]Brush G J.Factors influencing e-marketplace adoption in agricultural micro-enterprises[J].International Journal of Electronic Business,2010,(04).

[6]Galloway L, Sanders, J .Rural small firms' website quality in transition and market economies[J].Journal of Small Business & Enterprise Development,2013,(04).

[7]何晓朦,魏来互联网+”背景下农村电子商务发展环境竞争力评价[J].商业时代,2016,(21).

[8]耿荣娜,曹丽英.基于 AHP 方法的农村电子商务发展制约因素[J].江苏农业科学,2016,(09).

[9]穆燕鸿,王杜春,迟凤敏.基于结构方程模型的农村电子商务影响因素分析——以黑龙江省 15 个农村电子商务示范县为例[J].农业技术经济,2016,(08).

[10]芮明杰.产业竞争力的“新钻石模型”[J].社会科学,2006,(04).

[11]税伟.钻石模型在中国的检验与重构[J].西安交通大学学报(社会科学版),2011,(04).