

电子商务视阈下安徽砀山梨产业 集群竞争力研究

朱茜¹

（徽商职业学院，安徽 合肥 231201）

【摘要】 安徽砀山县是水果之乡，在电子商务的带动下成功脱贫，也形成了典型的砀山梨产业集群。通过新增加了“知识吸收与创新能力”的新钻石模型来分析产业集群竞争优势，总结出农业产业链短、种植和生产标准化程度低、品牌认可度低等不足，并从政府、企业、农户和个体经营者三个层面提出加强品牌建设、提高农产品附加值、提升自我科学文化水平等提升竞争力的对策。

【关键词】 新钻石模型 农业 品牌 产业链

【中图分类号】 F326.13 **【文献标识码】** A

2018 年中国全年实现电子商务交易额 31.63 万亿元，同比增长 8.5%；而农村电子商务交易额 1.37 万亿元，同比增长 30.4%。在农村电商的影响下，部分偏远落后地区涌现出很多颇具特色的农业产业聚集，带动了当地的经济发展，在脱贫攻坚上也起到了积极的作用。安徽砀山县原本是国家级贫困县，2015 年 7 月，砀山县被评为第二批电子商务进农村综合示范县，电子商务成为县域经济发展“新引擎”。经过几年的发展，2019 年 4 月 29 日，安徽省人民政府批准砀山县退出贫困县序列，砀山成功摘掉“贫困县”的帽子。

1 砀山梨产业集群发展概况

砀山县位于安徽省最北部，是水果之乡，拥有近百万亩连片生态果园，是吉尼斯纪录认定的世界最大连片果园产业区，是“砀山酥梨”原产地。砀山县水果面积目前已有 5 万 hm^2 ，占全县耕地面积的 77%，其中酥梨面积 3.33 万 hm^2 。年产各类水果 15 亿 kg，砀山酥梨 7.5 亿 kg 左右，是全国水果生产十强县、酥梨生产国家农业标准化示范区、全国 100 个无公害农产品（水果）生产示范基地达标县、国家级出口果蔬质量安全示范区。全县水果加工能力达到 120 万 t，罐头加工 29.1 万 t，饮料 5.4 万 t，年出口创汇超过 1 亿美元，奠定了全国水果加工第一大县的坚实基础。境内坐落了汇源集团、科技食品、海升集团等全国水果加工十强知名企业，初步形成了以水果加工产业链为纽带的“企业簇群”和“块状经济”。

自 2015 年以来，砀山以国家第二批电子商务进农村综合示范县为契机，大力发展农村电子商务。经过努力和发展，目前砀山县拥有电商平台 22 家、电商企业 1211 家，带动 10 万多人就业创业，激活了双创动能，带动了快递物流、彩印包装、创意设计等产业的协同发展。砀山 2018 年电子商务交易额达到 46.7 亿元，其中农产品上行 40.6 亿元，成为全国网上农产品销售第一大县。在电子商务的带动下，砀山成为典型的农业特色产品产业集群区，同时走在了国内农村电商发展的前列。

作者简介：朱茜（1984-），女，安徽寿县人，讲师，硕士，研究方向：电子商务。

基金项目：2019 年度高校优秀青年骨干人才国内访问研修项目（项目编号：gxgnfx2019157）。

2 砀山梨产业集群竞争力分析

20 世纪 90 年代，迈克尔·波特提出了“钻石模型”理论。波特认为，产业竞争优势取决于：生产要素，需求条件，相关和支撑性产业，企业战略、结构和竞争对手。随后波特又将机遇、政府这两大因素加入，这六大因素构成了“钻石模型”。我国学者芮明杰 2006 年提出了“新钻石模型”，增加了一个核心：知识吸收与创新能力，有了这个核心才能真正发展出自己产业的持续竞争力。“新钻石模型”对于砀山梨产业集群的竞争优势有很强的解释能力，因为电子商务本身就是从业者知识吸收和创新的产物。



图 1 产业竞争的“新钻石模型”

2.1 生产要素

指生产所需要的各种投入，进一步可分为初级生产要素和高级生产要素。初级生产要素是指先天拥有的要素，高级生产要素指通过长期投资或培育才能创造出来的要素。

2.1.1 初级生产要素。

砀山县总人口 100.5 万，其中农业人口占比达到 80%以上，基本劳动力充足。砀山位于北纬 34 度线上，属于亚热带与暖温带过渡地区，气候温和，日照充足，四季分明，雨热同期，最利于梨子的生长。黄河在这里行河近 800 年，上游黄土高原的大量泥沙挟带淤积在这里，形成了深厚的沙质土壤。这种土壤细腻疏松，极利于酥梨根系的生长发育，土壤见光升温快，无光降温也快，昼夜温差大，使酥梨含糖量及各种营养量都高于其他地区，同时适合大规模种植优质水果。酥梨种植面积达 3.33 万 hm^2 ，约占全县耕地面积的一半。酥梨的规模化栽培已有 400 多年的历史。砀山区位优越，皖苏鲁豫四省七县（市）交界处，东临江苏徐州，西接河南商丘，陇海铁路、310 国道贯穿全境。大京九、京沪铁路、连霍高速等擦肩而过。郑徐高铁、德上高速砀山段建成通车，距徐州观音机场 1 小时车程，距最近的出海口一连云港 2 个小时车程。

2.1.2 高级生产要素。

砀山拥有多家实力雄厚的水果加工龙头企业，还拥有各类水果专业合作社、家庭农场等组织，产生了龙头企业、产业合作社和家庭农场等农业经营主体，形成了“公司+合作社+农户”“公司+家庭农场+农户”和“公司+农户”等多种合作社扶贫新模式。合作社实行对种植户进行技术指导以提高其种植技术水平。在对外销售、开拓市场方面，诞生了善于网络销售、研发新产品的龙润堂、亿度电商等龙头企业，还诞生了“罐头网红”姬冰纯、“酥梨网红”徐静、“电商励志残疾人网红”李娟等一批电商创业脱贫典型人物。砀山酥梨先后获得中国驰名商标和全国名优果品区域公用品牌的称号，诞生了“背个果果”、“桃如意”、“带澳飞”、“蜜果恋”等十几个网络品牌。

2.2 需求条件

需求条件指国内市场对砀山梨及其相关产品和服务的需求。梨属于大宗水果之一，在我国水果消费中占有举足轻重的地位。新冠肺炎疫情期间，中药专家又推荐酥梨作为辅助配餐，不少患者在治疗期间会食用。伴随着中国经济和居民健康意识的提升，水果在膳食结构中占据地位越来越高，需求量得到提升。中国鲜梨消费量不断上升，《中国统计年鉴》数据显示，2000年中国鲜梨消费量为781.31万t，人均鲜梨占有量仅为6.16kg/人；2018年鲜梨消费量上升至1244.45万t，人均鲜梨持有量也增至8.92kg/人。但消费者更加关注水果的多样性、安全性和营养价值，水果需求侧逐渐向品质生活型、功能性和多元性升级。伴随着物流业的发达，梨果也容易被其他遥远产地的水果所替代。因此，砀山大力发展水果罐头、梨茶、梨膏等深加工产业，并利用电子商务平台等新兴网络销售渠道不断提高产品价值、开拓市场，进行消费引导。全县目前有多家企业分别获得绿色食品认证和有机食品认证，同时积极加强地理标志产品保护，打造了农业产品品牌，努力培育了地方特色产品，促进了砀山梨膏糖、砀山黄桃等地理标志产品保护工作。这些举措都能够推动砀山梨产业集群对目标市场的需求结构进行细分，从而满足各种不同消费者的需求，促进产业优势的形成。

2.3 相关和支撑性产业

相关和支撑性产业是指与某个产业相关联的上游产业和互补性产业。砀山梨产业的上游产业主要是指果树种植中涉及到的品种改良和引进、农药化肥、病虫害防治等领域。近年来，在气候稳定的情况下砀山梨的种植面积和产量均呈微弱上升趋势。在品种改良方面，不断加强与安徽省农科院、安徽农业大学等科研院所合作。砀山为科研院所提供优质种植基地，科研院所为农技人员、新型职业农民等种植户提供培训、技术指导等智力支持。在稳定原有梨果种植的基础上，构建了精品酥梨园，用以发展梨果新品种，引进改善不同成熟时期的品种，调整品种比例，保障果品能实现全年均衡供应。开展富有机硒梨和黄桃、SOD梨、干装罐头等梨深加工技术；培育518、玉美人等梨新品种；引进皇冠、翠玉等梨良种；施行梨小食心虫迷向丝技术、梨圆柱形栽培技术、果园新机械喷药等配套新技术。

砀山梨的相关产业中，水果加工业发展迅速，以酥梨、黄桃为主的水果加工企业较多，形成了以海升集团、汇源集团、欣诚食品等知名水果加工企业为龙头的企业产业集群，开发出梨膏、梨汁、罐头等产品。流通业方面，砀山分别拥有2个大型、8个中型水果批发市场，有助于酥梨面向全国流通。砀山一直在提高鲜果储存保鲜技术，开发了半地下自然通风窖贮藏技术、常温贮藏、冷库贮藏、气调贮藏等技术，并不断积累鲜果储藏保鲜经验。构建了县、镇、村三级物流配送体系，通过互联网将物流信息整合到县调度中心进行统筹发货，合理进行物流调配，物流配送网络基本能够做到“快递到镇、配送到村、服务到户”。电商行业的发展也激活了双创动能，带动了快递物流、彩印包装、创意设计等产业的协同发展。砀山还积极围绕林果产业，发展休闲观光农业，利用自身黄河故道的自然资源优势开发各种旅游景点，通过每年的梨花节、采摘节、蔬果加工论坛等主题节庆活动网聚人气，提高地方农产品知名度。以上表明砀山梨果业从研发、种植、加工生产到物流都形成了完整的产业链，有助于电子商务服务产业链的发展，为砀山特色农产品的网络零售业奠定了坚实的基础。

2.4 企业战略、结构和竞争对手

这里的企业主要指砀山电子商务企业或者企业的电商部门。砀山是电商大县，电商行业从业者众多。大多数的电商企业都是中小型企业，草根出身的个体从业者占比也非常大，很多都是从微商发展来的，虽然近五年来农产品网络零售额持续上涨，但是普遍缺乏研发新产品的能力，销售的产品大多为酥梨、黄桃、梨膏等没有进行深加工的、附加值低的产品。大多数的电商从业者能够顺应市场的变化调整销售策略，但是商品品质参差不齐，价格低廉，品牌认可度低的现象仍旧存在。除了龙润堂等龙头企业外，大多数从业者局限性明显，普遍缺乏长远的企业战略眼光，片面追求眼前利益。

竞争对手众多，中国本来就有四大名梨：河北鸭梨、砀山酥梨、山东莱阳梨、新疆库尔勒香梨，除砀山酥梨外，其他的名梨产业竞争力都在提升。砀山梨目前在市场上果品的品种层次单一，品牌定位不清晰，目标人群不精准，市场售价不高。砀山梨果加工产品与其他区域相比，并没有突出的产品技术差异、功能差异、理念差异，在消费者心中没有形成独具特色的区域品牌形象，产业竞争力有待提高。

2.5 机遇与政府

安徽省委省政府推进“三品一标”建设，启动了《优势农产品区域发展规划布局》、《无公害农产品名录》、地理标志产品申报工作等项目工程，加强了安徽省区域优势农产品品牌化建设。砀山酥梨在政府引导下获得了国家和省级品牌的认证。砀山县委、县政府重视砀山梨产业化，着力提升其品牌形象，积极推进“数字果园”和现代生态农业产业化建设，积极引导农民合作经济组织在产品的质量方面严格把关，推进砀山水果产业侧结构性的改革健康持续发展。全县目前有多家企业分别获得绿色食品认证和有机食品认证。

党的十八大以来，在脱贫攻坚中，中央和各级政府都关注到电子商务的重要作用，积极推进农产品电商的发展。砀山县政府一直积极推进电子商务的发展，出台了各项鼓励电商发展的政策。首先，砀山县政府依托县、镇电商产业园，在全县构筑县、镇和村级电商扶贫驿站三级网络，每个贫困村建成一个电商扶贫驿站，并通过与各大电子商务平台合作，积极挖掘多种电商扶贫模式。其次，政府积极组织电商培训，通过开展实操培训提高砀山创业人员的运营水平，对每个村的贫困户进行电商培训，积极组织开展免费电商专业培训。

2020年3月，新冠肺炎疫情期间，安徽省砀山县县长陶广宏身体力行，走进拼多多助农直播间，直播带货，当天店铺销量高达27000多单，卖出了7万kg砀山酥梨。2020年4月，农业农村部、财政部将“安徽酥梨”也就是砀山酥梨认定为2020年优势特色产业集群建设名单之中，2020-2022年将获得每年1亿元共计3亿元的中央财政资金支持。县长亲自直播带货为砀山梨拓展了消费渠道，打响了名气。

2.6 知识吸收与创新能力

知识吸收能力较强，学习效应较明显。电子商务行业本就是新兴行业，其发展历史短，行业革新快，如果没有很强的知识吸收能力，很快就会被市场淘汰。砀山早在2015年7月就被评为第二批电子商务进农村综合示范县。在电商的影响下，黄桃的价格从0.8元/kg提升到了3.6元/kg，增长了4.5倍。在顺应电商行业发展时，从业者拓展出了微商、网红、直播带货等新兴电商营销模式和渠道，还自建了22家电商平台，双创氛围良好。电商企业负责人、各乡镇扶贫驿站工作者、电商从业者积极参与高质量电商创新培训。

创新能力有待提高。龙头企业龙润堂与中国中医科学院等科研院所合作，创新开发出一系列梨膏类产品，如润喉糖、无蔗糖梨膏棒棒糖等。但中小企业占比大，创新能力不足，销售模式单一。虽打造了一些网络品牌，但是产品大多为梨膏、罐头等初加工产品，产品附加值低，产业链短，竞争优势不够显著，极易被同类产品所替代。

3 提升竞争力的对策

对于砀山梨产业集群而言，如何突破发展瓶颈，提升集群竞争力，农业产业链短，产品附加值低；种植和生产标准化程度低；品牌认可度低，目标人群不精准，售价不高；有创新意识，但是整体创新能力有限等问题亟待解决。

3.1 政府层面

要从全局、长远的眼光来制定相关政策，以迎合电商消费趋势为着力点，注重提高农产品附加值，积极引导广大从业者进行网络农产品品牌建设，构建有效的政策、金融支持体系。大力培养懂电商、扎根乡土的新农人，既要制定政策吸引外部电商人才，也要鼓励、引导和支持本地大学生、在外就业青年人才返乡从事电商创业和投资。吸引加大对龙头农业企业的技术创新支持。加大公共服务投入力度，推进农产品电商业态不断升级，为增强农产品电商产业链夯实基础，提高农产品应对自然风险及市场风险的能力。

3.2 企业层面

加强企业“内功”的修炼，注重提高农产品附加值。加强产品供应链建设，努力提高自身品牌价值，一方面通过更高标准的生产方式提高品质，另一方面细分市场，针对不同层级的市场采用不同的分拣、包装、营销策略。推进生产组织化与标准化，注重企业科研能力培养，加大新技术、新方法的推广实施力度。集群内多方合力优势互补，努力促进集群内部资源共享和创新，促进内部配套协作，积极构建企业间良好的竞争合作关系。

3.3 农户与个体从业者层面

紧跟农产品电商行业发展趋势，努力提升自我科技文化水平。农户要能够接受新思维，大胆尝试新品种、新技术、新方法，要优化水果种植结构，从源头严控农产品质量关。电商的个体从业者更要有品牌和口碑意识，将目光放长远，紧跟互联网消费趋势，学会善于利用公共资源，不断尝试新的营销模式和方法。

参考文献:

- [1]李安琪.安徽省国家级贫困县产业集群研究——以砀山县为例[J].现代商业,2018(11):61-62.
- [2]芮明杰.产业竞争力的“新钻石模型”[J].社会科学,2006(04):68-73.
- [3]门小鹏.安徽省梨产业现状分析与发展对策研究[D].合肥:安徽农业大学,2017.
- [4]汪卫霞,陈娜娜.“互联网+”时代下合作社扶贫新模式——以安徽省砀山县电商与合作社融合发展为例[J].中国合作经济,2017(05):60-63.
- [5]耿献辉,安宁.基于ARIMA模型的梨果价格波动及市场行情预测[J].北方果树,2020(02):1-4.
- [6]武迪.安徽省水果产业融合发展模式研究[D].合肥:安徽农业大学,2017.
- [7]甘琼.安徽省农产品区域品牌建设现状与对策研究[D].海口:海南大学,2017.
- [8]夏雪瑶.砀山梨产业化发展研究[D].合肥:安徽农业大学,2017.
- [9]王姗姗,魏遥.农村电商与精准扶贫协同发展模式研究——以安徽砀山县为例[J].阜阳师范学院学报(社会科学版),2018(06):127-131.