

---

# 互联网+背景下电商助推 县域经济高质量发展路径探讨 ——以四川青神县为例

邓娜<sup>1</sup>

(陕西国际商贸学院 国际经济学院, 陕西 西安 712099)

**【摘要】:**为促进县域经济的持续高质量发展,以四川国家级电子商务进农村综合示范县青神县为例,实地调研互联网+背景下电商助推县域经济发展状况。调查显示,近年来,青神县通过不断自主创新,切实完善电商服务体系,培养数批精英电商人才,打造青神的特色地理标志农产品品牌,有效打通“工产品下乡、农产品进城”双渠道模式,走出了一条电商促进特色产业高质量发展的成功道路。但目前仍存在一些不足,县域需继续加大推进力度,从政府引导、品牌维护、物流完善、资源有效配置等方面着力,助推县域农村特色产业持续高质量发展。

**【关键词】:**农村电商 特色产业 县域经济 高质量 发展措施

**【中图分类号】**F32 **【文献标识码】**A

互联网技术的飞速发展使电子商务成为中国经济发展的助推器。电子商务进农村,为县域经济高质量发展注入新的活力。“十三五”期间,青神县已形成以机械制造业为主,竹浆造纸、日用化工、医药等产业并重的产业布局。积极融入成渝双城经济圈建设和成德眉资同城化发展,大力推进产业融合、企业对接,加快发展竹业、纺织、机械三大特色产业,着力打造具有核心竞争力的特色产业集群。青神县工业开发区成功建成省级经济开发区,有序推进西南表面处理循环经济产业园、斑布竹产业园、彩虹医药园、牯牛山变电站等项目。

青神位于四川省成都平原西南边缘,属眉山市管辖。全县总面积 386.8km<sup>2</sup>,常住人口 197029 人,其中非农业人口 2.7 万人,耕地 9360hm<sup>2</sup>。青神县属四川盆地亚热带暖温带气候,县里林业、渔业、畜牧业资源丰富,也是一个生态旅游开发县。同时,农作物特色化、规模化、集中化生产是青神农村电子商务发展的必要条件之一。通过实地调查,发现青神县种植环境优越,水源洁净,土地面积多且类型丰富,为当地特色品种的大规模种植提供了良好的种植基础。这对乡村振兴背景下农村电子商务的发展是一个很好的帮助点。因此,做好县域农村电子商务工作,必须追本溯源,因地制宜,打造发展农村电子商务的三条轴线。从基础设施、产业、人才三个方面构建互联网时代农村电子商务新面貌,打造绿色优势产业,加快县域经济高质量发展,实现农村电子商务可持续发展。

调查发现,眉山青神县凭借不断的自主创新,打造了一批高科技品牌企业。青城机械、丹佛制冷、云华竹旅等一批企业已成为行业内极具竞争力的特色品牌。截至目前,青神地理标志产品达 10 余项,通过 ISO14000 环境管理体系认证的企业 2 家,通过 ISO9000 质量体系认证的企业 16 家。目前农村电子商务已对青神经济、政治、文化、人民生活等诸多领域发挥着举足轻重的

---

**作者简介:** 邓娜(2000-),女,四川遂宁人,在读本科生。

作用，其发展也对其他县域农村经济发展提供了有益的启示与参考路径。

## 1 青神县电子商务发展路径及机制

### 1.1 青神县电子商务发展成效

目前，全县共发展网店 2500 余个，电商企业有 140 多家，创造就业岗位 10000 多个，从业人员达 3500 多人，青神已成为我国最大的火烧木家具和川味腊制品生产网销基地。其中以竹制品、腊制品、柑橘、火烧木家具为重点的四大特色电商产业不断增强，新培育的农产品电商品牌有 5 个，培育壮大的电商龙头企业 10 家。此外，截至 2020 年，组织电商培训 2500 人次以上、培训就业率达到 40% 以上，新孵化网店商 200 多个，培育“电商达人”10 余人。目前青神县电子商务网络零售额、农产品网络零售额增速均高于全国平均水平，地区生产总值完成 89.82 亿元，且增速高于全国水平；农村居民人均可支配收入达 21134 元，增长 8.9%，增速居全市第一。

竹产业优势明显。斑布竹产业园发展迅速，国际竹产业展览中心、国际竹文化中心升级，竹产业布局初步形成，实施了“年万亩栽竹”计划，其中尖山、天池、白果竹产业基地被认定为省级现代竹产业基地。青神县获评四川省竹产业高质量发展县和四川省自然教育(竹文化)国际实训基地，青神竹编成功入选全省“文化遗产+扶贫”的典型案例之一。竹产业年产值 48.5 亿元，增长 18.3%。

柑桔产业提质增效。西南地区最大的柑桔单轨运输基地已投入运营，冷链物流园已在全省首个柑桔博览园投入使用。新建(改建)标准化果园 200hm<sup>2</sup>，建成最美果园有 120 个。已成功签约京东、抖音、快手等平台公司，拓展柑桔网络营销渠道。2020 年，柑桔产业实现产值 18 亿元，增长 12%。

机械工业蓄势突破。四川青神经济开发区成功申请全省工业企业基础调查试点园区，成功签约绿色铸造产业园，西南表面处理循环经济产业园和彩虹健康产业园以及德恩云智能制造平台和两个数字化车间均建设完成。隆源机械成功创办国家级高新技术企业，德恩精工成功创办国家绿色工厂，成为全国首批信息消费体验中心。2020 年，新增工业企业 5 家，规模以上工业企业实现产值 75.3 亿元，增长 5.7%。

目前，青神是全省唯一同时拥有“全国电子商务进农村综合示范县”“四川省电子商务集聚区”“四川省电子商务示范基地”“四川省农村商务信息服务试点县”四项荣誉称号的区县。电商发展指数居全省第二，电商应用指数位居全省第一，是四川省首个电商顺差县。2019 年，青神县青城镇入选“阿里巴巴淘宝镇”。

### 1.2 青神县电子商务发展模式

多年以来，青神县委、县政府高度重视电子商务产业发展，坚持“1344”的高质量发展举措，积极推进农村电子商务综合示范，依托 2015 年实施的全国电子商务进农村综合示范工程，有效打通“工产品下乡、农产品进城”双渠道模式，青神走出了一条电商促进农村特色产业蓬勃发展的成功道路。

#### 1.2.1 科学制定政策规划，鼓励拓展电商业务。

重视“1”个目标。早在 2012 年，县委、县政府就根据县情决定建设“智慧青神”，下发了《建设“智慧青神”的决定》，印发了《电子商务扶持政策》，编制出《青神县十三五电子商务产业发展规划》，立志将青神县做成“全国电子商务名县”的目标，将其列为经济五大发展战略之一。

### 1.2.2 完善电商服务体系，全面全域推进乡村振兴。

建立“3”个体系。一是完善公共服务体系，目前建成电商孵化园1个、乡镇电商公共服务中心7个、农业企业电商公共服务站28个、村(社区)电商服务站89个，电商公共服务体系已实现县、乡、村三级全覆盖。

二是完善物流配送体系。目前青神县建成1个县级电商快递物流中转配送中心、7个乡镇快递物流中转配送中心和89个村社快递物流配送站点；有“四通一达”、顺丰、京东物流等30多家快递物流企业，实现快递物流配送从农村到农村、从城市到城市“同日到达”。

三是完善人才培养体系。截止目前，青神县已开展电商培训300多批次，举办电商主题沙龙活动60余场次，孵化网店600余家，培训了1.5万余人。鼓励县域电商加强与省外各大高校基地、科研院所合作。

### 1.2.3 营造电商氛围，大力培育县域经济高质量发展新动能。

将电子商务与产业、“双创”、扶贫、党建有机结合，依托区域品牌影响与生态环境等优势，促进农村专业合作社、种养大户等加盟，将青神竹制品、腊制品、椪柑和火烧木制品等销往全国。全县现有50余家规模以上工业企业均建立官网，截至目前，已有1500多名贫困人口参加培训，贫困人口新开网店100多家，已实现26个市级贫困村电商服务站全覆盖。县委发布了《中共青神县委关于实施大众创业万众创新“22544”战略的决定》，将电商创新创业体系建设作为重点任务。竹乡人的“电商+合作社+农户”模式、小吴土鸡的“电商+农户代养”模式、刘成均的“电商服务站+电商代运营”模式，大力促进了农村电商振兴。此外，政府还印发《青神县推进“支部+电商”党建富民工作方案》，成立青神县电子商务产业党支部，通过举办电商讲座、沙龙等培训活动，切实提高农村电商发展能力。党员更是在电商产业发展上发挥了示范引领作用，培育了椪柑电商党员带头人刘如祥等一大批典型。

### 1.2.4 县域做电商，品牌须先行。

青神最具有影响力的地理标志“青神竹编”于2021年3月入选中欧地理标志，这意味着竹编拥有了开发欧盟市场的绝佳机遇，是欧盟市场的鼓励和认可，积极地促进特产的品牌知名度和权益保护，有利于开发更多的特产助力乡村振兴。现全县全县已发展竹制品网店300多家，年网上销售额超过2亿元。青神县火烧木产业商会构建了电商资源整合、互动交流的良性平台，火烧木制品的网上销售额占整个网络的80%以上，已成为中国最大的火烧木实木家具生产中心及网上销售基地。各大产业，如机械制品电商、生态农产品电商规模日益壮大，积极创新现代农业发展模式，小吴土鸡实行“电商+农户”“订单式代养”模式，带动100多户农民增收致富。

## 2 电子商务助推县域经济高质量发展的路径选择

### 2.1 强化品牌保护，维护好区域公众品牌

严厉打击非法销售假冒伪劣产品的行为，依法加强对青神地理标志性产品的品牌保护，加大知识产权的保护，目前青神县有原产地证明商标2件，省级知识产权示范企业2家，省级专利转化示范企业2家，区域应当切实维护好农产品及农民和行业公众的利益，努力做好品牌质量监管，提升品牌形象，打造青神独特的区域特色品牌。

### 2.2 积极拓展绿色物流渠道，完善绿色物流体系

据本次调研发现，青神县村与村之间散落分布，与城市相比人口密度低，运输距离长，物流运输成本高，难以形成规模经济。

---

建议物流公司内部整合资源，采取合作物流、联合配送、共享物流网络等方式，解决农户分散和物流分散的问题。

进一步完善农产品冷链仓储、冷链物流等基础设施，整合物流快递资源，开展同城配送，发展“智慧物流”，降低物流运输成本。如果选择大批量的产品，就不要选择小批量的产品；太软的产品不容易运输。为保障产品的安全性和完整性，有必要增加运输的成本，硬度较高的产品是农村电子商务的较好选择。

### 2.3 政府积极发挥引导作用，引进农村电商人才

县域电商建设需要“因地制宜”，政府要根据县自身的产业结构、人才属性和发展方向等实际特点做出战略安排。政府团队通过发挥政策法规的作用为农村电商高技能人才的培养提供保障。对于大部分养殖农特产品的农民而言，电子商务在他们眼里仍是新生事物，县农村政府和企业团队需要密切协调配合，将县农村电商运营交由专业化的高技能人才，企业团队要时刻关注并给予相应政策或宣传帮助。

一是搭建创客空间硬件平台。二是为行业搭建信息共享窗口。构建高度相关的行业信息平台，可以使本地人才更快地获取最新行业信息，及时调整政策以应对外部环境的变化，提高对市场的敏感性。三是建立专门的人才交流和资源共享会。通过成立农村电商协会，开展天然农作物养殖，带动分散农户，构建从农民到消费者，从土地到餐桌的全产业链运营服务模式。

### 2.4 加强宣传力度，打造特色产业品牌

加强农产品品牌的设计创意，充分利用媒体、互联网资源，全方位加强青神品牌宣传力度。第一步：改进包装。可根据不同产品特色与顾客需求分类定位，笔者在走访眉县猕猴桃产业时发现，齐峰果业非常重视产品包装设计，根据不同顾客的年龄、节日氛围等设计适合需求的包装，对农产品的宣传十分有效。第二步：进行QS认证。农产品作为食用产品，必须通过国家质量安全检验，才能推向全国市场。此外，开展饮食文化宣传，引导特色消费。饮食文化作为中国重要的传统文化之一，县域也可通过宣传地方特色产品的历史文化内涵来引导消费方式。通过树立特色消费观，使县域特色农产品成为不可替代的标志性农产品，提高农产品的品牌影响力和认知度。

### 2.5 建立农产品回收中心，实现资源有效配置

农产品难以保存，少数农产品滞销，对此可以建立农产品回收中心来统一收购一些不能及时销售的农产品，再加工或作为有机肥，以实现产品和电商资源的有效配置。比如加工成水果罐头、蔬菜面条、腌制品等农副产品延长保质期，从而最大限度地提高农产品的利用价值。

#### 参考文献：

[1]毛楠, 万红莲, 石雯洁, 等. 乡村振兴战略下猕猴桃产业发展现状及对策——以陕西眉县为例[J]. 贵州农业科学, 2019, 47(8): 163-167.

[2]黎星池. 乡村振兴战略下农村电商扶贫发展研究——以贵州省为例[J]. 中国商论, 2019(7): 193-195.

[3]张小艳. 互联网+背景下电子商务助推乡村振兴研究[J]. 北方经贸, 2021(6): 56-58.

[4]杜林杰. 眉县：乡村振兴的关中样板[J]. 新西部, 2020(1): 28-32.

---

[5]傅宇, 剑朱, 会奇, 等. 推动“农村电商”开拓新天地——对陕西省宝鸡市农村电子商务发展情况的调查与思考[J]. 农村工作通讯, 2016(4): 56-58.

[6]丁挺, 张鸿, 贺瑞娟. 眉县电子商务发展经验探析[J]. 新西部, 2017(26): 84-86.

[7]林昱呈, 刘云滢尘, 林喆, 等. 新时代全面脱贫攻坚下农村电商现状调查研究——以惠州市龙门县永汉镇红星村为例[J]. 现代营销(经营版), 2021(6): 163-164.

[8]陈剑, 胡静. 基于增长极理论的山区县域经济发展问题研究——以安徽省金寨县为例[J]. 农村经济与科技, 2010, 21(2): 45-47+51.

[9]刘若莹, 卢雨佳. 乡村振兴视阈下县域特色产业发展困境及破解对策研究——以“中国椪柑之乡”四川省青神县为例[J]. 农家参谋, 2020(16): 27-28.

[10]狄娜, 袁丽伟. “互联网+”背景下发展林业电子商务的影响因素与对策[J]. 林产工业, 2021, 58(3): 89-91.