

前 言

当前，个体电子商务向群体电子商务、农村电子商务向县域电子商务转变已成为发展趋势并成为推动县域经济社会发展的新引擎。县域电子商务的发展是践行“五大发展理念”，发展网络经济的重要体现，发展县域电子商务可以极大地激活县域经济，促进一二三产业融合发展，弥补陕西县域经济的短板，为陕西实现追赶超越提供新动能，是陕西实施精准扶贫的重要举措，为全面建成小康社会提供重要保障。基于此，研究陕西县域电子商务意义重大。

本书是以西安邮电大学经济与管理学院院长、陕西省电子商务协同创新研究中心首席专家张鸿为主的西安邮电大学电子商务研究团队长期研究陕西电子商务的基础上编写而成。近年来，西安邮电大学电子商务研究团队积极拥抱“互联网+”行动，积极开展电子商务研究，得到工业和信息化部信息通信经济专家委员会、商务部中国国际电子商务中心、中国电子商务协会、中国互联网协会、陕西省委宣传部、省商务厅、省科学技术厅、省工业和信息化厅、省教育厅、省社会科学界联合会、省决策咨询委员会等多个单位的支持，通过开展项目合作、专题论坛、座谈会、主题沙龙等活动，先后深入实地调研陕西省三十余市县（区），形成了具有广泛社会认可度的研究观点，得到了陆建栋、汪向东、申江婴、陈金桥、洪涛、邓理、钟顺虎、王国龙、李彬、张小平、任国、何军、王发合、魏延安、郭金生、李超鲲等业内专家与领导的高度评价，对陕西乃至全国电子商务发展具有重要意义。

本书由西安邮电大学经济与管理学院院长、陕西省电子商务协同创新研究中心首席专家张鸿担任主编，西安邮电大学经济与管理学院汪玉磊、张媛担任副主编，西安邮电大学经济与管理学院院长助理任少军、苏锦旗以及贺瑞娟、刘修征、李明甲、郝添磊、董伟、李玥、王舒萱等参与了撰写、校对工作。

本书兼具理论研究和案例分析，适合学习本书的群体范围较广，包括区县政府部门工作人员、企业决策者、县域电子商务运营者和高校电子商务研究人员等。

本书的编写得到了陕西省社科基金面向“十三五”重大理论与现实问题研究项目“电子商务促进陕西农村精准扶贫理论与实践研究”（项目编号：2016ZDA10）的支持。同时，本书在编写的过程中得到了相关学者专家和友人的支持与关怀，在此对他们的付出和帮助表示衷心的感谢。

本书在编写过程中，参考了很多著作、期刊、政府官方资料、研究报告以及网络资料等，限于篇幅，不能一一列出，特作说明一并致谢。

本书在编写过程中涉及的部分地域名称有调整，现特此做出说明。2015年撤销高陵县，设立西安市高陵区。2016年撤县设区的有：撤销户县，改设鄠邑区；撤销横山县，改设横山区；撤销安塞县，改设安塞区。2017年撤销南郑县，设立汉中市南郑区。

本书在编写过程中，由于知识水平有限，难免存在不足，请同行批评指正。

编 者

2018年1月于西安

目 录

| | |
|----|---|
| 绪论 | 1 |
|----|---|

第一部分 总 括 篇

| | |
|-----------------------|----|
| 第 1 章 县域电子商务概述 | 5 |
| 1.1 县域电子商务理论基础 | 5 |
| 1.2 全国县域电子商务现状分析 | 12 |
| 第 2 章 陕西县域电子商务发展背景分析 | 18 |
| 2.1 陕西县域电子商务发展意义 | 18 |
| 2.2 陕西县域电子商务发展机遇 | 19 |
| 2.3 陕西县域电子商务面临挑战 | 22 |
| 第 3 章 陕西县域电子商务发展现状与问题 | 23 |
| 3.1 陕西县域电子商务发展总体概况 | 23 |
| 3.2 陕西县域电子商务发展基础 | 26 |
| 3.3 陕西县域电子商务现状特征 | 27 |
| 3.4 陕西县域电子商务发展存在的问题 | 34 |
| 第 4 章 陕西县域电子商务发展对策分析 | 38 |
| 4.1 理清发展思路, 做好顶层设计 | 38 |
| 4.2 夯实产业基础, 推动三产融合 | 38 |
| 4.3 明确战略定位, 加大投入力度 | 39 |
| 4.4 加强行业监管, 优化发展环境 | 39 |
| 4.5 完善基础设施, 助力精准扶贫 | 40 |
| 4.6 强化品牌建设, 提升网络营销 | 40 |
| 4.7 加强主体协同, 建立协同机制 | 41 |

第二部分 区 域 篇

| | |
|--------------------|----|
| 第 5 章 关中县域电子商务发展概述 | 45 |
| 5.1 关中县域电子商务发展基础 | 45 |
| 5.2 关中县域电子商务发展现状 | 45 |
| 5.3 关中县域电子商务发展思路 | 52 |

| | | |
|------------|---------------------|-----------|
| 5.4 | 西安市县域电子商务 | 53 |
| 5.5 | 宝鸡市县域电子商务 | 57 |
| 5.6 | 咸阳市县域电子商务 | 60 |
| 5.7 | 铜川市县域电子商务 | 63 |
| 5.8 | 渭南市县域电子商务 | 67 |
| 第6章 | 陕南县域电子商务发展概述 | 70 |
| 6.1 | 陕南县域电子商务发展基本概况 | 70 |
| 6.2 | 汉中市县域电子商务 | 73 |
| 6.3 | 安康市县域电子商务 | 78 |
| 6.4 | 商洛市县域电子商务 | 84 |
| 第7章 | 陕北县域电子商务发展概述 | 91 |
| 7.1 | 陕北县域电子商务发展基本概况 | 91 |
| 7.2 | 延安市县域电子商务 | 94 |
| 7.3 | 榆林市县域电子商务 | 103 |

第三部分 模式及启示篇

| | | |
|-------------|---------------------|------------|
| 第8章 | 陕西县域电子商务典型模式 | 113 |
| 8.1 | 武功模式 | 113 |
| 8.2 | 山阳模式 | 118 |
| 8.3 | 照金模式 | 128 |
| 第9章 | 陕西县域电子商务发展启示 | 133 |
| 9.1 | 政府主导 | 133 |
| 9.2 | 强化基础 | 134 |
| 9.3 | 人才当先 | 135 |
| 9.4 | 重点扶持 | 136 |
| 9.5 | 技术提升 | 136 |
| 9.6 | 突出特色 | 137 |
| 9.7 | 搭建平台 | 138 |
| 9.8 | 创建品牌 | 138 |
| 第10章 | 陕西县域电子商务发展趋势 | 140 |
| 10.1 | 一二三产业融合发展 | 140 |
| 10.2 | 突出本地化特色发展 | 141 |
| 10.3 | 突出绿色生态化发展 | 141 |
| 10.4 | 推进电子商务精准扶贫 | 142 |
| 10.5 | 品种、品质、品牌三品联动 | 143 |

| | | |
|------|---------------|-----|
| 10.6 | 电商平台个性化、定制化发展 | 143 |
| 10.7 | 突出差异化发展战略 | 144 |
| 10.8 | 乡村物流整合共赢 | 145 |

第四部分 规划研究篇

| | | |
|---------------|-------------------------|-----|
| 第 11 章 | 山阳县电子商务“十三五”发展研究 | 149 |
| 11.1 | 山阳县电子商务研究背景 | 149 |
| 11.2 | 山阳县电子商务的发展现状 | 150 |
| 11.3 | 山阳县电子商务发展存在的问题 | 157 |
| 11.4 | 山阳县电子商务发展对策建议 | 160 |
| 11.5 | 结论 | 168 |
| 第 12 章 | 千阳县电子商务“十三五”发展研究 | 169 |
| 12.1 | 千阳县电子商务的发展现状 | 169 |
| 12.2 | 千阳县电子商务发展存在的问题 | 170 |
| 12.3 | 千阳县发展电子商务 SWOT 分析 | 171 |
| 12.4 | 千阳县发展电子商务对策研究 | 179 |
| 12.5 | 结论 | 187 |
| | 参考文献 | 189 |

绪 论

当前，网络消费已经成为社会消费方式的新常态，农村的巨大消费潜力和广阔市场前景为经济新常态下消费升级带来无限可能。十八届五中全会提出，拓展发展新空间，实施网络强国战略，实施“互联网+”行动计划。在“互联网+县域经济”背景下，发挥电子商务对县域经济社会信息化的引领作用，将会促进以农业和农村为主的县域经济产业转型升级，优化经济结构，支撑新兴产业发展。县域经济是整个国民经济的基础，县域电子商务的蓬勃发展对县域经济发展意义重大，为全面建成小康社会提供了重要的保障。

陕西，位于中国西北部，是新亚欧大陆桥和中国西北、西南、华北、华中之间的门户，周边与山西、河南、湖北、四川、甘肃、宁夏、内蒙古、重庆 8 个省（自治区、直辖市）接壤，是国内邻接省（自治区、直辖市）数量最多的省份之一，具有承东启西、连接西部的区位优势。同时，陕西处于“丝绸之路经济带”新起点，对复兴丝绸之路、加强沿线各国的经济贸易和文化交流具有重要意义。在“一带一路”倡议中，陕西成为向西开放的重要核心区域，正努力实现与沿线国家和地区政策沟通、道路联通、贸易畅通、货币流通、民心相通，这也为陕西走向世界，让世界了解陕西提供了良好契机。尤其是“互联网+”战略和陕西获批自贸区建设背景，对陕西发展外向型经济提供了契机。

经济新常态下，陕西以能源为主的经济结构亟待转型升级，县域经济短板日益显露，成为制约陕西经济社会发展实现追赶超越的障碍。而电子商务的蓬勃发展为转型中的经济提供了新动能。因此，以推进“互联网+县域经济”战略为契机，加快县域电子商务发展，是践行党中央“五大发展理念”的具体体现，是落实“大众创业、万众创新”的具体行动，是推动“丝绸之路经济带”县域经济发展和形成新的经济增长点的具体目标，是打造陕西电子商务产业高地的具体支撑。

第一部分 总 括 篇

第1章 县域电子商务概述

1.1 县域电子商务理论基础

1. 电子商务相关概述

电子商务概念最早由国际商业机器公司（International Business Machines Corporation, IBM 公司）定义，随后戈登·鲍易斯将专门借助于互联网进行电子交易的经营主体称为狭义电子商务，将围绕网上交易汇聚起来的一条完整的产业链条称为广义电子商务。劳顿指出以网络为交易媒介，企业之间、个人之间以及个人与企业之间的数字化商务交易都称作电子商务。联合国经济合作与发展组织将电子商务定义为买方和卖方通过开放的网络平台实现商业交易，交易对象包括企业和消费者。如今来看，把电子商务单纯当作商务交易手段太过片面，现在多从平台的角度理解，认为电子商务是一个以互联网为交易平台，并运用电子信息技术来完成服务或者商品的远程交易的综合性系统和活动。

电子商务的内涵在于以互联网为手段，将现代化电子信息技术运用到传统商务模式，从而重构商业活动模式。通过这种商业模式，为商务活动参与主体创造价值，形成新的商业关系。其本质是运用电子信息技术构建新的商业关系。电子商务运用现代信息技术和网络技术，依托开放的网络进行商务活动，当前已形成集金融电子化、管理信息化、办公自动化等于一体的综合服务体。因此，电子商务最基本的特点是跨越时空、方便快捷、高效，人力资本成本高、科学技术含量高、经济附加值高（“三高”）以及技术新、业态新、方式新（“三新”）成为电子商务的特点。

电子商务的最基本作用是实现商务信息的交流，提高商务活动的效率，围绕电子商务的核心作用展开电子商务的具体作用，即商贸信息交流、营销调研与宣传、交易服务与管理、数据采集与决策支持等全程网上交易与管理的作用。然而，电子商务的快速发展不仅极大地降低了交易成本，而且开拓了商贸流通的新方式。电子商务的作用更加宽泛，利用各种电子信息技术来从事的经济活动，涵盖了国民经济中的各个领域，包括商贸、教育、文化、医疗等众多产业，成为国民经济转型发展的新动力。

2. 县域电子商务定义

县域电子商务有广义和狭义之分。广义的县域电子商务是指在县域范围内以

计算机网络为基础，以电子化方式的手段，以商务活动为主体，在法律许可范围内所进行的商务活动过程。狭义的县域电子商务是指网络销售和网络购物，即通过网络完成支付和下单的商业过程。

3. 县域电子商务内涵

县域电子商务实现了农产品网上批发和网上零售外销，形成了以销售本地特色产品为主的电子商务基地，实现了人才、信息、资金以及物流等向县城的聚集，逐步形成了县域电子商务相关产业协同聚集发展的产业高地。另外，电子商务与本地生活的融合，实现了农村生活服务、农业生产资料等的电子商务化，形成了“三农”电子商务。当前，县域电子商务成为电子商务发展的前沿阵地，成为电子商务进农村的桥头堡，也为县域“大众创业、万众创新”创造了一个绝佳的平台，为农业现代化提供了一种模式，为农民增收提供了一种途径，为农村经济社会转型提供了一种新动能。发展县域电子商务是充分利用县城桥头堡的作用，将其作为农产品进城和工业品下乡的中转枢纽，目的在于满足城市消费群体对农村优质农产品的需求和农民对工业品、农资产品的需求，从而加速城乡之间的商品流动，即实现农产品进城、工业品下乡、城乡双向互动。因此，县域电子商务的内涵在于通过网络平台和信息技术加速城乡商品的流通，改变农村生产生活方式，变革落后地区发展理念，达到改变区域之间、城乡之间的传统优势和竞争格局，为落后地区实现追赶超越提供一种新的可能方式，更有利于实现城乡协同发展。

4. 县域电子商务特征

电子商务最基本的特点是小产品对接大市场、商务活动的跨越时空使人们生产生活便捷化、高效化。因此，电子商务具有“三高”“三新”的特征，“三高”即人力资本成本高、科学技术含量高、经济附加值高，“三新”即技术新、业态新、方式新。县域电子商务作为电子商务的重要方面，因此也具有电子商务“三高”“三新”的特征。此外，因为县域电子商务发展受制于人、财、物的影响，所以，平民创业、抱团取暖、家庭作坊、互助性是县域电子商务当前最主要的特征。与传统商务模式相比，电子商务具有诸多明显的优点，主要表现在四个方面：创新财富创造方式；打通低成本销售渠道；提高交易效率；增加就业创业机会。

5. 县域电子商务作用

电子商务最基本的作用是实现商务信息的交流，提高商务活动的效率，具体作用包括商业贸易信息交流、网络营销、广告宣传、交易服务、商业活动管理、数据采集与处理、科学决策等。电子商务的快速发展，不但极大地降低了交易成

本，而且开拓了商贸流通的新方式。县域电子商务发展过程中，可以以电子商务为桥梁，实现电子商务主体之间的互联互通，激活农村隐形资产，实现农村知识网络之间的协同效应。县域电子商务的作用具体体现在以下几个方面。

(1) 县域电子商务具有市场扩大效应。降低交易成本和提升交易效率是县域电子商务所具备的功能。降低交易成本可以在同等经济基础下扩大消费的需求，同时催生更多的交易者进入网络交易市场，使交易产品不断丰富。交易效率的提升体现在信息的传播和反馈上，通过电子商务交易过程可以更便捷地获取产品的信息，通过大数据进行分析，可以更加了解消费者的需求，大大提升了生产和消费者需求之间的对接。

(2) 县域电子商务具有市场扁平化效应。电子商务的应用和发展，使市场信息沟通越来越方便迅捷，同时随着物流体系的完善，物流成本也不断下降，因而线上市场的市场壁垒比线下市场的市场壁垒要小，要更为扁平。而且，随着电子商务及其相关行业的发展，这种扁平化的趋势仍在继续。因为线上市场日趋扁平化，所以生产地越来越能够脱离消费地的束缚，使生产地的产品的优势能够充分地发挥，进而有机会获得更大的市场范围和份额。

(3) 县域电子商务具有信息反馈机制。电子商务的应用，让生产商或供应商有机会更直接地接触到消费者，可以更快捷、更有效地从消费者那里获得关于产品的所有反馈信息。同时，两者距离的拉近，也让消费者可以更容易了解到生产情况。随着电子商务的发展，消费者虽然当前无法真正有效地辨别产品的优劣，但是一般都能知道生产者的信息，通过自己的体验以及其他消费者的反馈，可以慢慢形成对该生产者（或供应商）的认可。同时，生产者（或供应商）为了取得消费者的信任也愿意提供各种相关信息以获取消费者的信任，并且愿意根据消费者的反馈改进生产，提供质量更优的产品，以获得更好的口碑、更大的销量，甚至更高的价格。这样就形成了良性的反馈机制。这种机制的形成，有利于激励生产者不断改进生产，促进整个行业的健康发展。

(4) 县域电子商务具有赋能增能机制。赋能用于互联网或电子商务领域，指的是互联网或电子商务赋予了人们更多的能力，使创新创业的门槛降低，从而增加就业机会，增加贫困地区与外界交流的机会，并激发贫困主体的学习潜力，为其提升自我发展能力提供了机会。

6. 县域电子商务与“三农”电子商务

“三农”电子商务，即农村电子商务、农业电子商务和农产品电子商务，按照县域电子商务的定义来看，县域电子商务应该包含“三农”电子商务，除此之外，还包括工业、旅游业、商贸流通业等多个方面的电子商务应用。如图 1.1 所示为县域电子商务生态结构。

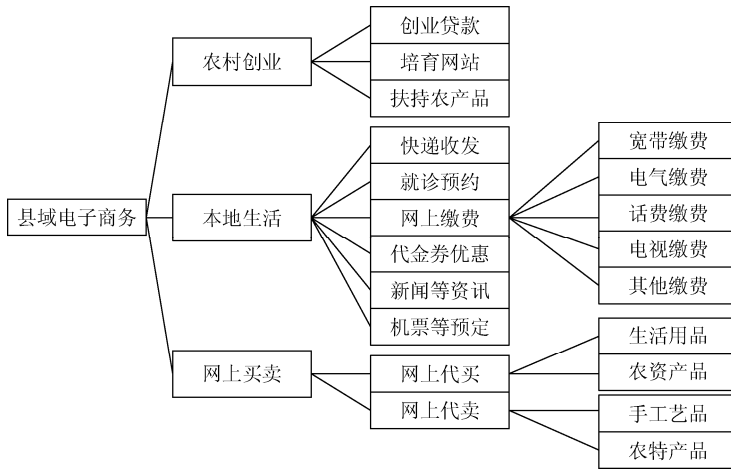


图 1.1 县域电子商务生态结构

(1) 农村电子商务。一是农产品网上交易。以互联网营销方式实现农产品交易双方的在线交易过程。二是农业信息化。通过互联网的平台和信息优势将包括农业生产、销售和运输在内的资源进行整合，实现农业产业的标准化、规模化、品牌化和国际化。三是农村消费网络化。农村网络通信设施的不断完善，提升了农村地区的互联网应用水平，鼓励农民通过互联网获取知识与技能、购买生产和生活用品，降低农民生产、生活的成本，改变农村的生产和生活方式。农村电子商务的本质是一种网络化、智能化的线上交易活动，以网上平台促进产业链、供应链上中下游融合，活跃农村消费市场和供给市场，达到降低农业生产成本、拓宽农村商业领域、促进传统农业转型升级、提高农民生活水平的目的。农村电子商务是核心驱动要素和外围驱动要素共同作用的结果，核心要素是指当地的龙头企业以及农户本身的内生驱动力，决定着农村电子商务是否能够发展成功。外围要素具有促进作用，包括电子商务技术设施、电子商务平台、电子商务买卖双方资源、社会环境和人员等要素。

(2) 农业电子商务。农业电子商务，即以农业生产为中心，运用信息技术和网络系统，实现电子交易的活动，包含了农业生产的信息化、农产品的网络营销、物流管理以及电子支付等。农业电子商务的本质依旧是以网络为交易平台，以电子信息技术为手段，买卖双方在线交易的一种商务活动过程。农业电子商务唯一不同之处在于电子商务的应用领域为农业，因此将其归纳为农业商务活动。

(3) 农产品电子商务。农产品电子商务，即以农产品或者农产品相关的服务为经营主体，以网络交易为基础，销售双方运用信息技术而实现的农产品交易商务活动的过程。农产品电子商务过程中，网络平台为农产品提供供需信息、生产

加工知识、营销策略、农业政策,形成农产品生产、加工、流通等一系列的互联网化,从而达到高效、快捷、方便的目的。

(4) 相互之间的联系。从范围上来讲,县域电子商务包含的范围比“三农”电子商务范围广,县域电子商务包含农村电子商务、农产品电子商务以及农业电子商务。从本质上讲,都是以网络交易为基础,以电子信息技术为手段,实现在线交易的过程。而农村电子商务包含农产品电子商务和农业电子商务的内容,农产品电子商务和农业电子商务更具有专业性。农村电子商务参与主体包括企业、个人、政府和金融机构等,交易对象涵盖了农业生产活动必需的农资产品、农业生产活动的最终产品即农副产品以及农村居民日常生活所需的一般消费品,而农业或农产品电子商务仅以电子商务交易对象的角度对电子商务进行定义。

7. 县域电子商务模式

模式一词最早语出《魏书·源子恭传》:“故尚书令、任城王臣澄按故司空臣冲所造明堂样,并连表诏答、两京模式,奏求营起。”不同领域对于模式的定义也不尽相同。哲学领域将模式界定为对某一类事物的高度概括和凝练,也就是说从实践中提出来的核心知识体系。工程领域将模式定义为从解决具体问题抽象出来的,这种具体问题在特定的语境中重复出现。产业领域将模式定义为结构、类型或对某一个经济现象内部经济结构的系统化描述。钱纳里在《结构转换:经济发展的实证研究程序》中将模式定义为结构,“苏南模式”“温州模式”等即为一种经济发展结构。

电子商务模式,即电子商务产业链的要素结构和运行机制的组合,是电子商务生态构成的基础。通过这种途径将线下商机与互联网融合,为传统产业涉足电子商务提供了可能性,促进了电子商务服务的多元化进程。

(1) 县域电子商务模式定义。县域电子商务模式,即反映县域电子商务发展格局和内部要素运行机制的组合,集中于县域电子商务主体协同和县域内资源的优化合理配置,从而实现县域电子商务的高效运作,促进县域内各个领域内电子商务的普及应用,提升投入产出效率,实现县域内生产生活的便捷化、高效化。县域电子商务一个重要的功能就是实现工业品下乡,农产品进城,城乡双向互动。在县域电子商务生态体系中包含了农产品进城系统和工业品下乡系统,而这两个系统也是构成县域电子商务模式的重要因素。图 1.2 和图 1.3 为县域电子商务农产品上行系统和工业品下行系统。

(2) 县域电子商务发展模式框架。县域电子商务是一个整体系统,系统中存在多个子系统,如基础网络服务体系、物流网络体系、支付产业等,每一个子系统都具有各自的功能,但在整个系统中,每个参与子系统都需要与其他子系统进行物质、能量和信息的交流,各个子系统内部也需要进行物质、能量和信息的交

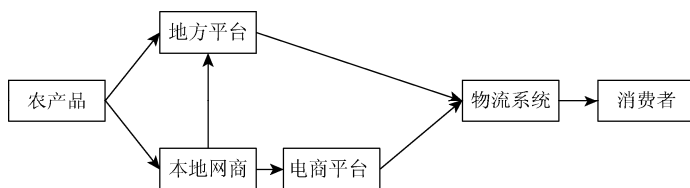


图 1.2 农产品上行系统

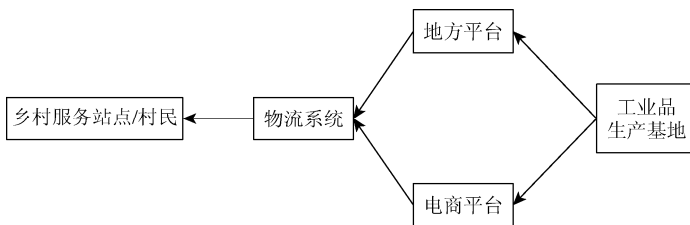


图 1.3 工业品下行系统

流。从县域电子商务整个内部结构来看，还需要人才、政策、自然环境、观念、社会环境等相互协同。县域电子商务各个子系统以及子系统内部之间协同合作，才能很好地发挥各自的优点，促进县域电子商务的发展。如图 1.4 所示。

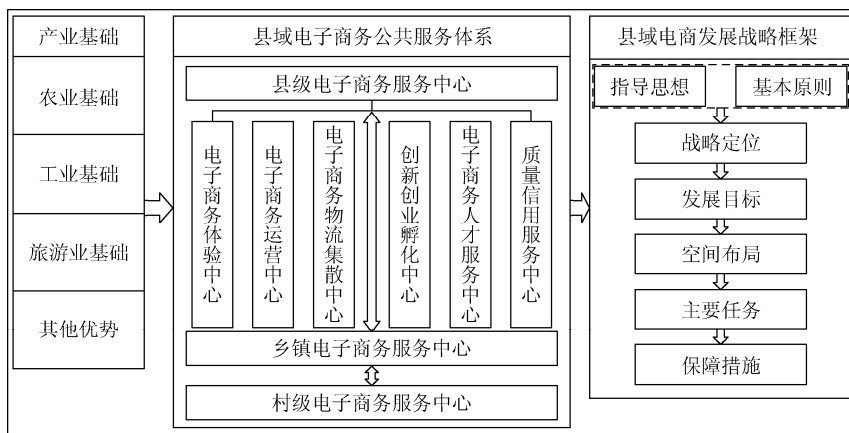


图 1.4 县域电子商务发展模式结构

(3) 县域电子商务内部结构要素。县域电子商务内部结构要素具有复杂性，具体体现在发展县域电子商务的过程中需要考虑的要素：一是产业组织中的产品的品种、品质、品牌建设，标准化、规模化、生态化生产；二是线上平台建设和线下电子商务产业园区建设；三是公共服务包含的仓储物流、质量监管、人员培训、基础配套等。运用互联网实现这些要素的有效联结，达到高效的运作，建立