

基于产业集群理论的区域电子商务发展研究

——以漳州市为例

邹黎

(漳州城市职业学院 经济管理系,福建 漳州 363000)

摘要:随着信息技术的快速发展,电子商务作为一种新兴的交易渠道,不断影响着产业集群的发展。电子商务有利于优化产业链,转变经济增长方式,从而壮大产业集群。通过对比分析漳州四大产业集群电子商务发展存在的问题,从品牌建设、物流体系、售后服务、人才培养以及营销模式等方面对漳州市四大产业集群的电子商务发展提出针对性的提升策略,以增强电子商务市场的核心竞争能力。

关键词:产业集群;电子商务;现状;策略

中图分类号:F269.23

文献标志码:A

文章编号:1008-5092(2020)01-0054-05

1990年,迈克·波特最先于《国家竞争优势》中提出产业集群(Industrial Cluster)的概念,并对集群现象进行深入分析,将产业集群定义为“指在某一特定的领域内,大量产业联合密切的企业及相关机构在空间上集聚,并形成强劲的、具有持续竞争优势的企业及各种相关机构联合”^[1]。根据波特教授关于产业集群概念的思考,基于地理区位的产业集聚,能够加强产业的竞争优势,并进一步推动产业的升级和发展,这也为后人的研究提供了一个新的视角来解决产业发展中出现的问题,并提出新的产业发展策略。这个视角同样适用于互联网市场。随着电子商务的高速发展,产业集群企业在保留原有集群传统优势的同时,通过电子商务打破市场壁垒,优化产业链,扩大消费群体,增强市场需求多样化,转变经济增长方式,提升集群的市场开拓能力,具有成本优势,区域营销优势和创新优势。^[2]

一、漳州产业集群特点

近年来,漳州市逐步呈现出“电子商务+产业集群”的发展模式。极大地弥补了漳州市四大产业的产业弱点,化解了其产业困境,提振了地区经济,为地区经济社会发展做出了巨大贡献。而

具有漳州本土特色的电子商务产业集群主要有以片仔癀为代表的药妆类产业、以龙眼干为代表的食品产业、以水仙花为代表的植物花卉产业和以恒丽电子等为代表的钟表产业。

作为“中国食品名城”,漳州食品行业门类齐全,拥有以水产品加工、果蔬食用菌加工、休闲食品制造、粮油饲料加工、罐头制造、肉制品加工、精制茶等为主的食品产业体系。漳州市食品产业集群中企业数量相对较多,却没有核心支柱型企业,各企业的经营内容、经营策略各不相同,发展规模属于中等程度,形成了相互独立又相互合作的产业集群。

漳州素有“花果之乡”的美誉。花卉产业发展迅速,已形成水仙花、兰花、三角梅等九大类特色系列产品。但是,漳州市的花卉产业大多呈现小规模且较分散的特点,未能形成主导企业,由此也制约了漳州花卉产业的进一步发展。因此,为推动漳州市花卉产业集群的发展,应着力解决花卉集散、培育、物流和电子商务服务问题,加强花卉产业联合,推动花卉产业升级。

漳州市药妆产业格局相对清晰,福建片仔癀化妆品有限公司在市场规模、市场拓展、产品研发、企业管理等方面掌握着独特优势,目前已形成了福建

收稿日期:2019-09-18

基金项目:2018年福建省教育厅中青年教师教育科研项目(JZ180825)。

作者简介:邹黎(1982—),女,福建漳州人,讲师,硕士,研究方向:电子商务。

片仔癀化妆品有限公司的相关化妆品自主积累式发展,其他化妆品公司依附发展的产业格局。

漳州市钟表产业发展较快,在漳州市产业中占据了举足轻重的地位。同时,由于钟表产业的经济增长份额急剧提高,推动了漳州市由“中国钟表之城”向“中国钟表名城”的转变。为了进一步推动产业链的完善和升级,漳州市钟表产业的下一步目标就是做大做强钟表产业链,不断推动工艺优化和产品升级,整合各种资源,培育一批行业领军企业,打造一批知名商标品牌,进一步提升漳州市钟表业在国际钟表市场上的影响力。

二、基于产业集群理论的区域电子商务研究价值

伴随着现代科技的进步,电子商务也释放出巨大的商机和潜力,成为拉动地区经济发展的重要力量。电子商务对发展产业集群的作用主要体现在以下三个方面:

1. 扩大集群产业市场需求

以互联网为依托的电子商务,在平台、支付、物流等各个环节都有着传统贸易无可比拟的优势,为集群企业商务活动提供了一个无比宽阔的发展空间。企业可依托电子商务平台轻松实现跨地域、小订单、多批次、周转快、少库存的发展模式,从而大大增强了企业的市场适应能力和竞争力。

2. 促进集群企业转型升级

电子商务通过互联网技术,特别是大数据分析,使得整个产业链信息更及时、更准确、更透明。一方面,企业能准确发现消费者对产品的实际需求,及时调整企业生产过程存在的问题,实现产品的调整和创新,提高产品的内在价值。另一方面,电子商务对企业的内部管理、生产过程、人员素质也提出了更高的要求,能够提升企业的现代化管理水平。

3. 增强集群企业品牌建设

通过“电子商务 + 产业集群”,一方面,可以利用互联网技术全方位展示、传播品牌内涵,同时有利于降低品牌宣传成本,增加品牌的曝光度。^[3] 另一方面,品牌的生命是产品的质量,企业可以通过网络收集消费者的反馈信息,把控品质,做好品牌定位,提高品牌服务。

三、漳州市产业集群电子商务发展现状

1. 现状分析

电子商务以其跨越时空的互联互通性、对消费需求 and 商品生产的精准对接特质,推动了市场供给侧结构的调整,减少了前期成本,带动了销售结构的转换,并进一步推动了电子商务产业链的完善。而电子商务的先天优势和便利条件为漳州市产业转型提供了一个良好的契机和突破口。近年来,在“电商兴市”的政策市场氛围下,漳州市电商产业得到了长足的发展,并进一步推动市内消费结构、生产结构的转型升级。但同时,“电子商务 + 产业集群”也存在一定的市场困境,如何拓展消费市场、扩大产品销量成为“电子商务 + 产业集群”的突出问题。因此,为了深入了解存在的问题,突破“电子商务 + 产业集群”的发展困境,提出更有效的发展战略,进一步拉动区域经济的发展,本文通过电商平台(淘宝网,天猫)搜索店铺所在地为“漳州”的注册店家,收集了 120 家漳州地区电商平台(淘宝网,天猫)注册店铺的数据作为分析样本。

2. 建立相关评价指标体系

本文基于漳州产业集群的区域电子商务发展探索,从“显性实力”和“隐性实力”两方面对漳州几个行业电子商务发展力进行评价分析。其中“显性实力”指漳州区域电子商务产品的独特性及销售表现,突出了漳州的产业活力,是支持区域电子商务发展的可量化的价值要素。“隐性实力”指的是电子商务企业自身的运营实力,它影响着产业集群的后续发展,同时能够吸引消费者产生购买行为,促进电商产业的可持续发展。漳州产业集群的具体评价指标见表 1。

表 1 评价指标体系表

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标
行业电子商务发展力	显性实力	产品种类数量	
		产品销售数量	
	隐性实力		破损包赔
		信用承诺	7 天无理由退货
			正品保证
			好评率
		信用实践	动态评分
			追评

本文采用突变级数模型对数据进行分析处理,^[4]通过对收集到的样本数据进行行业划分,科学测量出四大产业集群电子商务发展的平均水

平;同时,运用归一化处理方法,采取 EXCEL 宏软件,对四大产业集群的各个指标得分进行数据分析和综合处理,归一化处理结果见表 2。

表 2 漳州市四大产业数据归一化结果

归一化数据	产品月销售量(件)	产品品种数量(件)	破损包赔	7 天无理由退货	正品保证	好评率	动态评分	追评
花卉	0.91726338	0.822218568	0.857904424	0.983361582	0.838450953	0.388362693	0.378519484	0.930616816
药妆	0.974554641	0.963183783	0.838450953	0.507302671	0.966436754	0.773836546	0.803629268	0.978201572
食品	0.94981161	0.921395817	0.583095189	0.207364414	0.583095189	0.926164846	0.654217089	0.937381142
钟表	0.848575421	0.824719204	0.637181293	0.275680975	0.662570751	0.406846663	0.827298616	0.864967519

综合评价结果表明,四大产业中电子商务发展力最高者是药妆产业,达到 0.93,其次是食品产业,综合分值为 0.87;排名第三为花卉产业,排名第四为钟表产业。

四、漳州市产业集群电子商务发展存在问题分析

近几年,漳州市药妆产业电子商务的发展有了突破性的进步。实证分析结果表明,药妆产业发展力达到了四大主导产业的最高值 0.93,具有优势性发展前景。但是,由于片仔癀企业占据了过高的市场份额,除了片仔癀化妆品企业外的其他化妆品企业发展潜力和发展机会不足,其产品质量和售后服务方面对比片仔癀企业存在较大差距,从而使得 7 天无理由退货、动态评分等方面存在较大的增长空间。从数据上来看,药妆产业在电子商务发展过程中售后服务、消费者黏度、物流以及用户体验等问题逐渐突出,成为影响药妆网上销售的一大因素。

漳州市的食品产业由于其分工特性、经营内容、经营策略的差异和互补性,食品数量和种类多,产品销售量大。同时由于食品产业各企业的合作倾向和经营理念,在产品销售、产品运输、产品标准化制定等方面形成了产业群协作发展的关系。因此在显性实力方面分值较高。但是,食品行业的隐性实力分值较低,并且随着食品电商市场的显著发展,问题也接踵而至:旺季物流压力大,仓库备货不足,^[5]无法满足订单量的增长,很多订单被搁置无法及时发货,最终导致消费者退货;很多食品产业与第三方物流合作不够紧密,快递包裹无法及时出库,时效性无法保证,物流信息无法跟进。再者,由于食品的特殊性,在特殊季节食品安全问题尤其突出,消费者的抱怨与投诉

不能很好地解决,售后人员有时候用词不当、回复不及时等都会导致退货率高。因此,食品安全、物流问题以及售后问题等,严重阻碍了线上业务的发展。

漳州花卉产业作为漳州市当前的朝阳产业,市场需求量大,在显性实力销售量方面的分值为 0.92,指标得分较高。但是,在技术开发、产品升级、推广销售、运输服务方面缺乏联动性,发展程度也较低,缺乏足够的消费者保障实力支持,所以在隐性实力指标的信用承诺和信用实践方面的分值过低,整体发展力水平也与药妆和食品产业存在较大差距。花卉产业的规模普遍较小,产品虽存在差异性,但差异化程度不高。花卉作为鲜活的特色产品,其物流运输相对于其他商品而言有其特殊性,如易受季节、技术等因素影响。^[6]

漳州钟表产业基础好,产业链完整,企业发展模式较为成熟,在售后服务、产品质量上有足够的技术和资金支持,在动态评分的归一化数据最高,但是,在信用承诺方面还有进一步改进的空间。通过调研分析发现其显性实力方面仍有不足,缺乏高端技术人才,无法支撑钟表产业的长足发展。同时,还未能形成知名度强、附加值高的国际化优势品牌。网络营销人才匮乏,制约了钟表行业网络市场的进一步拓展。

五、漳州市产业集群电子商务发展策略分析

1. 加强与消费者对接力度,形成优良口碑,实现药妆产业的综合平衡发展

(1)完善售后环节,提高产品美誉度和打造优良口碑。在售后阶段加强与客户的交流沟通,强化会员维护、物流配送、退换货等项目做出的服务承诺。增强用户购买体验好感,建立专业的客

服团队,通过微信、淘宝、电话等传播媒介解答客户的常规性和专业性问题;利用大数据网络采集消费者购物习惯、购买情况等消费者信息,建立消费者数据库和资料库,为消费者提供一对一专业服务;提高配送服务专业性、便捷性、快捷性,缩短配送时间,提高配送质量,完善退换货服务机制,增强用户的好感度。

(2)加强用户体验,增强消费者黏性。赋予产品品牌文化内涵和文化价值,以传统文化故事、品牌历程典故为媒介,进行品牌文化的宣传,提升品牌附加值和竞争力。提供配套服务,在进行药妆售卖的过程中,利用专业客服指导药妆使用技巧、科普专业知识、普及成分和功效,加强消费者用户体验。以线上线下联动营销的营销活动、化妆品体验日等形式加强消费者对产品的了解和认识,将线上的宣传转化为线下的直观体验,增强消费者满意度和对企业文化的认同感。

(3)加强对网络营销人才的培养,推动品牌的建设和完善。在药妆网络营销方面,积极加强与网络大V的互联互通。如让微博大V通过视频、笔记等形式记录自己使用相关化妆品的使用体验和评价。借助网络大V的流量和知名度,加强药妆品牌的推广和传播,增强口碑,从而建设一批影响力强、口碑好、自主式发展的特色品牌和特色产品,形成本土品牌优势,在打造漳州市药妆自主品牌的同时,积极推动整个药妆产业集群的提振升级。

2. 打造特色专业的生产和营销方式,推动食品产业向专业化、体制化、特色化方向发展

(1)提高流水线的生产效率和出库效率。打造专业化、一体化、高效化仓库流水线,提高发货效率,建立完善的发货体系机制,实时更新食品电商的物流信息,增强消费者好感度。

(2)完善售后服务机制体系,建立一支积极、乐观、从容、智慧、有能力的售后人员队伍,及时处理和解决售后问题;构建售后服务行业分工机制,设立食品安全售后服务客户队伍,具体解决食品产业出现的卫生安全问题;设立食品营销客户队伍,解决重大节日食品营销问题;设立物流售后客服团队,专职处理快递包裹领域的服务问题,提高物流效率和服务水平。

(3)打造“文创+漳州特色食品”。创新食品文化营销内容,赋予特色产品以历史故事、传统文化,带给消费者从味觉到视觉的全面感受,加大漳

州市食品产业的吸引力,打造具有内涵的特色食品,形成自身的差异化特征,提高市场竞争力。

(4)进一步加强在产业集群内部企业间的分工,如在相关技术、基础设备、管理等领域实现产业的重组,明确分工和资源共享,避免食品企业间的恶性竞争。通过协作发展促进企业再分工、再专业化、再协作。

3. 完善产业销售和服务机制,提高花卉产业隐性实力

(1)采用多样化营销策略。开展直复营销,实时了解消费者消费动态,^[8]加强花卉经营户与客户的互联互通,进一步挖掘客户的个人需求,推动花卉产业的供给侧结构改革;借助短视频的传播形式,通过花卉拍摄,实时更新花卉上新信息,介绍花卉种植方法。通过最直观和最贴切的传播形式,加强花卉吸引力和曝光度,打造VIP用户群,借助物联网的技术优势,打造安全、可追溯花卉产品,向用户实时更新花卉信息。

(2)提高花卉产业物流水平。借助销售平台的物流优势和信息优势,加快实现花卉物流业的更新换代。加强与本地物流企业的合作,推动仓储物流体系、冷链物流服务的升级,打造专业化运输和物流机制,针对花卉种类和花卉习性选取专业的物流运输渠道,降低物流风险,增强花卉物流的稳定性。

(3)打造和完善花卉产业网络服务机制,加快提升花卉产业的服务效率,开展针对性特色服务,提高售后服务水平和能力,建立消费者信息机制,形成产品+服务的特色营销模式。重视网络客户的服务水平,推动VIP客服制度深度融入花卉产业服务中,采取激励和折扣手段提高用户忠诚度。

4. 改良钟表产业发展结构和格局,推动钟表产业做大做强

(1)聚焦中小钟表企业的发展现状,加强政策扶持力度,推动中小钟表产业集群向大而强方向发展。一方面,推动钟表产业在地理区位上的产业集群构建,发展和营造工业园区。建立相关配套基础设施,实现集约化发展,推动小规模企业的合作发展;另一方面,通过政府出台相关激励政策支持有实力的企业,提高产品的知名度。通过品牌与核心技术的输出,提升产业价值链水平。^[9]

(2)实现跨区域、跨国家的产业合作,实施钟

表产业引进来和走出去相结合的产业战略。一方面,定期开展技术调研活动和国际钟表产业技术分享交流会,掌握最新科技资讯,学习他国工艺、技术。另一方面,打造自主品牌,培育集群品牌,推动钟表品牌的影响力、知名度提升,实施和完善品牌发展战略。第三,形成国际价格优势,利用劳动力优势条件,降低成本,扩大国外销售市场。

(3) 加快实施人才战略、产学研结合战略、技术革新战略,推动钟表产业在研发、产品、工艺、流程等领域实现精细化和精美化发展,提高钟表的质量和吸引力。同时,还应加强知识产权的保护,对独立研发钟表零部件的个人和企业加强鼓励和补贴政策,严厉打击窃取知识产权和技术的行为,进一步推动科技强市、科技强国。

(4) 优化产业结构、市场结构、空间布局,整合钟表产业的产业格局。充分衡量产品市场竞争力和活力,逐步推动钟表产业向中高端产品领域

的发展。调整钟表产业的市场布局,提高发展中国家钟表产品出口比重。积极带动周边市场的发展,进一步拉伸产业链,做好专业化生产,实现集群发展。

六、结语

基于产业集群先天的地理优势和产业间合作的便利性,产业集群为电子商务提供了巨大的市场优势和机遇。同时,电子商务的高速发展也深深影响了产业集群发展的方向。综合漳州市互联网市场四大集群产业的电子商务发展现状,在区域电子商务发展策略上,一方面要优化产业结构,加快企业现代化管理制度建设,发挥集群优势,实施和完善品牌发展战略,提高区域产业产品竞争力;另一方面,要加快互联网基础设施建设,完善电商平台及物流体系,培养一批电子商务人才,实现电子商务集群的规模化发展。

参考文献:

- [1] 李中斌. 基于生态学理论的产业集群模式探析[J]. 宏观经济研究, 2009(7): 62-69.
- [2] 尹艳奇, 辛晖. 电子商务产业集群同质化竞争的困境及对策[J]. 电子商务, 2018, (11): 14-15.
- [3] 阮翀, 利剑豪. “互联网+”产业集群升级模式与战略价值研究[J]. 商业经济, 2019(2): 63-65.
- [4] 张蕊. 基于突变级数法的山西省水资源脆弱性评价[J]. 水电能源科学, 2019(4): 29-32.
- [5] 张滨倩, 沈舒欣, 陈佳佳, 等. 浅析食品行业电商的发展现状及对策[J]. 科技视界, 2017(16): 135-136.
- [6] 尹强国, 孟令芹. 青州花卉业电子商务现状及发展策略研究[J]. 潍坊工程职业学院学报, 2016(5): 68-69.
- [7] 李建军, 汪校铃. 基于“互联网+”黑龙江省绿色食品产业电子商务发展模式研究[J]. 商业经济, 2019(2): 5-7.
- [8] 吴长青. 浅析花卉产品网络营销存在的问题及对策[J]. 黑龙江生态工程职业学院学报, 2013(5): 15-17.
- [9] 孙瑞. 集群化, 钟表产业热话题的冷思考[J]. 轻工标准与质量, 2010(1): 15-17.

Research on the Development of Regional E-Commerce Based on Industrial Cluster Theory

ZOU Li

(School of Economics and Management, Zhangzhou City College, Zhangzhou Fujian 363000, China)

Abstract: With the rapid development of information technology, e-commerce, as a new trading channel, continues to affect the development of industrial cluster. E-commerce is conducive to optimizing the industrial chain, changing the mode of economic growth, so as to strengthen industrial cluster. Based on the comparative analysis of the problems existing in the development of e-commerce in the four industrial clusters in Zhangzhou, this paper puts forward some relevant strategies for the development of e-commerce in the four industrial clusters in Zhangzhou from the aspects of brand construction, logistics system, after-sales service, personnel training and marketing mode, so as to enhance the core competitiveness of the e-commerce market.

Keywords: industrial cluster; e-commerce; present situation; strategy

(责任编辑:李 军)