

农村电商与多元主体助力共同富裕： 内在机理及对策

吴 冉

贵州大学经济学院，贵州 贵阳

收稿日期：2024年8月22日；录用日期：2024年9月10日；发布日期：2024年11月19日

摘 要

共同富裕是中国式现代化的重要特征，而电商的聚集和发展则为实现共同富裕注入了新活力。本文以“电商聚集”影响、“农民共同富裕”理论、多元主体赋能电商发展为前提，阐明了农村电商与多元主体助力共同富裕的内在机理，分析了农村电商发展存在的困境和挑战。因此需要政府、村社集体、小农户等多方主体从政策、基础设施建设、人才培养等领域为电商发展整合式赋能，提升小农户的电商发展能力，多维度共同作用为实现共同富裕提供可借鉴的经验与启示。

关键词

电子商务，共同富裕，电商赋能，农村电商

Rural E-Commerce and Multiple Subjects Help Common Prosperity: Internal Mechanism and Countermeasures

Ran Wu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 22nd, 2024; accepted: Sep. 10th, 2024; published: Nov. 19th, 2024

Abstract

Common prosperity is an important feature of Chinese modernization, and the aggregation and development of e-commerce has injected new vitality into the realization of common prosperity. On the premise of the influence of “e-commerce aggregation”, the theory of “farmers’ common prosperity”

and the development of e-commerce, this paper clarifies the internal mechanism of rural e-commerce and multiple subjects helping common prosperity, and analyzes the difficulties and challenges existing in the development of rural e-commerce. Therefore, it is necessary for the government, village community collective, small farmers and other subjects to integrate the development of e-commerce from the fields of policy, infrastructure construction and talent training, enhance the ability of small farmers to develop e-commerce, and provide referential experience and enlightenment for realizing common prosperity from different dimensions.

Keywords

E-Commerce, Common Prosperity, E-Commerce Enabling, Rural E-Commerce

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

党的二十大提出，要以中国式现代化全面推进中华民族的伟大复兴，并强调“中国式现代化是全体人民共同富裕的现代化”。历史和现实都证明，推动共同富裕实现最艰巨最繁重的任务仍然在农村，最广泛最深厚的基础也在农村。随着互联网技术的不断发展，电子商务已经成为经济增长的重要引擎。在中国，电子商务已渗透到人们生活的方方面面，它不仅改变了消费者的购物习惯，也对传统的商业模式造成了革命性的影响[1]。农村电商产业也在蓬勃发展，越来越多的商品和服务通过电商平台进入到农村地区，刺激了农村地区经济的发展[2]。然而相比起城市地区，农村地区在收入、财产和公共服务方面均处于弱势的地位，农村内部收入不平等不仅造成了经济发展停滞、阶层固化、社会秩序失衡等负面效应，还与共同富裕的发展理念相背离，成为了中国收入差距扩大的原因之一。农村地区经济差距的拉大、经济发展不充分成为实现共同富裕需要迫切解决的问题。

农村电商的发展对促进共同富裕有重要的作用，中央 1 号文件和《数字乡村发展战略纲要》指出，通过数字技术赋能农村传统产业，推动农村电商的全面发展。因此本文着眼于农村电商产业的聚集和多元主体，明确研究农村电商与多元主体如何协同助力共同富裕的意义，探索其内在机理，为实现共同富裕提供新的着力点和新的策略分析。

2. 理论分析

2.1. 电商产业的聚集发展效应

电商产业作为数字时代的一种新业态新模式，在促进经济发展、帮助居民增收致富方面发挥着巨大的动力，越来越多的产品和服务通过电商平台进入了居民的生活中，这预示着电商产业进入了蓬勃发展阶段。随着电商产业不断的深入与发展，电商产业的发展呈现出集聚的现象，称为“电商产业聚集”。电商产业聚集是指在同一片区域内，电子商务企业通过密切的联系与协作，在空间上分布密集的现象。电商产业聚集对市场要素资源的配置以及产业结构升级的促进作用日益凸显。截至 2022 年，我国知名电子商务平台建设的电商集群村已达 7780 个，新增 757 个，电商集群镇数量达到 2429 个，新增 258 个，农村网民已超过 3 亿人，表明各地政府和企业积极推动农村电商集聚发展方面取得了显著的成效[3]。在电商产业集聚的影响效应方面，学界主要探讨了电商产业集聚在流通业现代化、城乡居民消费升级、流

通成本、新型城镇化、区域经济协同、产业全要素生产率等领域的驱动效应[4]。如农村电商产业集聚对流通业现代化具有显著驱动效应,且这一作用具有边际递增特征,乡村振兴水平在其中发挥正向调节作用等[5]。电商产业聚集具有空间性、互动性和共享性等特征,其电商产业能够依托相应地区的资源禀赋与现代农业高质量发展的优势,为农业农村现代化赋能,能够促使地区内各要素的聚集,带动流通业形成关联性的发展格局,实现产业结构的升级和现代化的转型,是实现共同富裕的重要力量。

2.2. 农民共同富裕

共同富裕是中国式现代化的重要特征之一,农民共同富裕作为全体人民共同富裕的有机组成部分,与全体人民共同富裕具有高度的一致性,其本质上都是要实现人民群众“物质生活和精神生活的富裕富足”[6]。根据第七次人口普查的结果显示,农村居民的数量依旧超过5亿,约占36.11%,这部分的人口大多为农村的常住居民。农村地区发展基础较为薄弱,各要素发展力量不均衡且不顺畅,因此农民共同富裕是全体人民共同富裕中最艰巨、最困难的部分。从共同富裕的践行主体来看,全体人民共同富裕的主体是人民,而农民共同富裕的主体是农民,范围不一样;从覆盖的内容来看,农民共同富裕强调的是农民收入的增加[7],农民发展的内生动力的提升以及致富能力的培养等;从实现过程来看,要坚持“农业农村优先发展”的原则,优先推进农民共同富裕。综上,农民共同富裕就是要实现农民物质生活的富裕和精神生活的富足,要以防止农民返贫为前提,帮助农民拓宽收入渠道,保障市场的稳定和公平,促进农民增收,此外还应积极调动农民生产生活的主动性,提升农民增收致富的能力,缩小农民间的收入差距,最后应该发挥农民主体的作用,处理好各要素之间的关系,以缩小城乡之间的差距,促进农村社会的发展。

3. 农村电商与多元主体助力共同富裕的内在机理

3.1. 多元主体推动农村电商发展的内在机理

在农村电子商务发展的过程中,政府、村社集体和小农户都是农村电商市场的主要力量。主要通过调节市场分工的形式来促进相互间的帮助与协作,从而形成一种互利共生的和谐关系,以实现对农村电商的整合功能式的赋能[8]。农村政府拥有众多的资源和人员的调度,政府能够先出台相应的政策吸引电商企业的落地,其次基础设施的建设例如“物流的最后一公里”为电商的发展提供了重要的物质基础,最后在人员调动上,政府能够引进相关的技术人才来进行职业技能培训,为电商发展提供人才支持。农村政府是对接电商市场、推动市场正常运行的基础,农村政府能够充分发挥其整合各项资源的能力,这是政府区别于其他主体最大的优势,通过协调部门的工作、推进基础设施建设、优化要素的投入等使得农产品迅速获得市场及消费者的认可,由此推动农村电商产业的落地和聚集[9]。村社集体的关键优势体现在对农产品的监督与管理上,村社集体做好统筹管理,既能够保证农产品的品质又能实现多元化的生产,避免同质化的竞争,更能提高农产品的市场占有率和竞争能力。村社集体作为一种新型的农业经营主体,在电商平台中能够敏锐地察觉市场的动态发展,及时调整农产品的生产及销售各个环节,且有能力解决农村电商市场中的盲目和无序问题,是相关电商发展行之有效的有效手段。小农户作为个体经营户,在政府和村社集体的合作中能够发挥个人的特色和能力,在直接对接市场的过程中能够根据市场的需求调整生产的规模和结构,精准种植,其次在生产成本上极具灵活性。小农户是吸引农村电商落地的关键所在,小农户利用电商平台销售农产品,提高了收入、获得了市场的认可,小农户能够根据自身职业特点、地区特色推出独特的农产品,同时自身也能够成为电商的劳动力,经过电商知识与技能的学习,成为因地制宜的专业人才,节约了电商管理的人才使用,与电商发展的需求相契合,也是农村电商发展不可或缺的一部分。多元主体共同参与农村电商的发展,政府提供政策的引导与扶持,村社集体对农产品进行监管和规范,提供平台的支持,小农户则提供优质的农产品和直接参与电商的经营,多主体协同发

展，打破了城乡的壁垒，推动了农村经济的多元化发展。多元主体各自发挥最大优势还需要以村社集体为纽带，将其他主体整合起来，高效推动农村电商的发展。

3.2. 农村电商助力共同富裕的内在机理

农村电商发展能够提升人民的富裕水平。就电商的本质而言，电商产业属于典型的人力资本型服务行业，电商产业的发展能够很好地促进劳动力的转移与就业。电商产业的搬运、包装、运输等传统体力工作岗位对就业门槛、学历和技能等方面要求较低，能够有效带动低文化水平的劳动者实现就业，从而拓宽居民就业渠道，促进居民收入提升[10]。此外，小农户参与电商产业能够拥有丰富的信息获取渠道，从而能够灵活运用各种信息，据此进行科学的生产经营，信息的获取同样也会丰富小农户的精神生活。因此从富裕水平来看，电商产业的发展将交易从“线下”变为“线上”，强化信息获取，降低交易成本，以此实现稳定增收，使得从事农村电商的居民拥有稳定的致富渠道；另一方面，电商的发展帮助小农户降低了沟通成本，拓宽了沟通的距离，提升了农户的主观幸福感。从共同水平来看，农村电商的发展能够有效缩小农村与城镇的收入差距[11]。农村电商的聚集与发展促进了地区基础设施的完善，农村的特色产业与农产品则可以借助电商流通的渠道进入市场，提升农村居民的生产和生活水平；另一方面，农村电商的发展能够缩小农户内部的收入差距。小农户借助电商产业可以共享平台信息，提升信息的获取及整合的能力，依据充分的市场信息进行科学的决策和生产经营，提升了农业的抗风险能力。综上，从富裕水平和共同水平来看，农村电商的发展都能够促进农户实现共同富裕。

4. 农村电商发展的困境与挑战

4.1. 政策支持需完善

自农村电商出现以来，政府对农村电商的发展也非常重视，近年来，旨在促进农村电商产业发展的政策与措施都层出不穷，这些内容主要涉及了农业信息化、电商知识普及、市场体系建设等方面，旨在促进农业农村的经济发展与乡村振兴[12]。然而在落实方面凸显出了许多不足之处：一方面不同地区有不同的政策，不同政策由不同的部门负责，在落实方面存在进度不一的问题，造成了各地区农村电商发展不均衡的现象，且有加剧的趋势；另一方面，由于农村电商发展的时间较短，相关的法律法规还有待完善，虽然有很多优惠、扶持的政策，但各地区的执行力度、监督与评估机制各不相同，因此会导致实际过程中电商企业的需求不能得到很好的满足，且在执行过程中容易出现偏差，无法达到预期的效果。

4.2. 基础设施建设不足

电商发展过程中网络设施的建设和物流设施的完善是关键所在。在农村地区基础设施和信息化建设不足的问题普遍存在，信息网络技术不能覆盖所有的农村地区，会出现部分信息闭塞的现象，这对需要“线上”交易的电商平台来说无疑是最大的阻碍。虽然我国的公路建设较为完善，但是农产品的流通渠道仍然受到很大的限制，农产品运输过程中存在着路途长、周转繁复、物流成本过大等问题，例如消费品进村的“最后一公里”和农产品上行的“最初一公里”，首尾一公里环节的问题会对农产品的获利空间造成较大的挤占，限制电商的良好运行，更会限制农业农村的发展[13]。尽管近年来，政府积极推进农村地区的物流体系建设，但是在人口较少、地理位置偏僻的地方仍然难以解决“最后一公里”的问题，这也是农村电商发展的痛点所在。

4.3. 监管存在漏洞

电子商务的所有交易均通过线上完成，虽然会受到法律法规的严格监管，但是在偏远的农村地区仍

然存在监管漏洞。在实际的过程中，由于监管的不到位，会导致农产品生产的粗放化，难以做到规模化的生产，且质量难以把控^[14]。造成此种现象的主要原因是参与电子商务的农户缺乏相关法律法规的宣传与培训，对网络技术掌握不够，因此在管理中难以合理合规进行监管，因此对于商家及消费者权益的保护来说无法得到全面的保护，在信誉建设方面来说存在较大难题。监管不力、监管漏洞会增加用于监管的成本，对电子商务的长远发展造成阻碍。

4.4. 缺乏人才的支持

人才的需要是根本，没有足够的人才支持，电商产业无法持续发展。电商运营过程中涉及到的环节包括运营、市场、客服、物流等，各个环节都需要拥有专业的电商知识和良好的计算机操作技巧。所以，电子商务作为农村地区的新兴产业，没有足够的人才就无法蓬勃的发展。目前，农村电商人才方面存在较大缺口，一方面，农村居民大多为老年人与留守儿童，年龄阶层跨越较大，受教育程度较低，对网络技术的运用不足，难以发挥真正作用；另一方面，教育、卫生、就业的缺陷难以留住高素质人才，再加上人口向城镇转移的趋势，农村地区面临严重的劳动力和专业人才的缺失，这让电子商务在农村地区的发展严重受限^[15]。

5. 政策措施

5.1. 加强政策支持

政府需要加大对农村电商扶持的力度，以良好的政策指引来降低农户生产经营的风险，地方政府应该根据经济发展形式，重点扶持和帮助有潜力的农村电商产业，实施有针对性的、适宜的政策方案。最重要的是政府自身应提高产业融合意识，加强对电商产业融合的统筹协调。在电商产业融合过程中，政府应发挥主观能动性，充分调动当地资源，在税收、信贷、人才等政策上提供必要的扶持，适当出台一些奖励措施，并完善农村地区电子商务发展所需的公共服务体系。

5.2. 完善基础设施建设，着力构建现代物流体系

健全农村电商的物流配送体系，打通物流的“最后一公里”。首先，增加物流配送点，完善县、乡、村三级物流配送体系，可以建立以乡镇为单位的快递集散中心，合理利用土地及住房统一收发货，以最大限度地整合和利用快递资源，其次，建立统一的物流服务质量标准，并加强对农产品物流的管控力度，减少农产品的损耗，以保证经由电商销往外地的农产品质量，确保满足物流链的供应需求，为电商的发展奠定坚实基础。

5.3. 完善监管体系

完善农村电商市场监管体系是农村经济健康发展的重要前提。一方面，村社集体应加强农民生产知识培训，创建农产品安全指标体系，做好农产品质量的监管，严格监督农产品在种植、生产、加工、包装、运输等每一步骤，脚踏实地做好每一步的监督，为农产品以及农村电商的发展蓄力；另一方面，政府在完善市场监管体系方面发挥着统筹指挥、战略引领的重要作用，其对于实现农村电商高质量发展具有至关重要的作用。

5.4. 打造本土人才支持

农村电商的高质量发展离不开高水平电商人才，这就需要从各个主体出发，多措并举打造人才队伍，在企业、高校、政府等的联合作用下打造一支高水平农村电商队伍，为高质量发展提供强有力的人才支撑。尤其是小农户需要学习经营理念和电子商务技术培训的课程，切实提高自身的素质和工作效率，主

动与其他农村居民交流经验、取长补短，以此成为本土人才后备力量。另一方面出台人才回乡扶持政策等，吸引对本地有充分了解的人才回乡奉献。

6. 结语

电商赋能共同富裕是时代之所趋，是人民共同富裕的活力所在。本文构建的农村电商与多元主体助力共同富裕的内在机理，不仅明晰了各主体与农村电商之间的内在联系，为共同富裕目标下农村电商的发展提供了指引。此外，利益共同体是农村电商发展的动力基础，要协调好各利益主体的力量与优势，为赋能共同富裕发挥真正作用。

参考文献

- [1] 李瑶. 电商品牌营销策略与消费者购买意愿研究——基于消费者参与、消费者感知价值的中介作用[J]. 商业经济研究, 2024(14): 55-58.
- [2] 刘子玉, 罗明忠. 数字技术使用对农户共同富裕的影响: “鸿沟”还是“桥梁”? [J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2023(1): 23-33.
- [3] 李怡娴. 农村电商助力乡村振兴: 内在机理、现实堵点及纾解之策[J]. 农业经济, 2024(7): 135-138.
- [4] 李小芬. 电商产业集聚对居民消费潜能的作用机制——基于居民收入和产业结构的中介效应[J]. 商业经济研究, 2024(15): 49-52.
- [5] 姜万兰, 张若男. 农村电商产业集聚对流通业现代化的驱动效应[J]. 商业经济研究, 2023(21): 22-25.
- [6] 王瑞峰. 电商赋能农民共同富裕的演进逻辑、理论动因与实现机制[J]. 当代经济管理, 2023, 45(7): 8-17.
- [7] 陈锡文. 在乡村振兴中实现农村农民共同富裕[J]. 中国农业文摘-农业工程, 2023, 35(1): 3-4.
- [8] 胡卢卢. 多元主体整合赋能小农户对接电商市场实现机制研究[J]. 农业经济, 2024(7): 143-144.
- [9] 雷兵. 电子商务服务业发展模式研究[J]. 创新科技, 2015(3): 55-59.
- [10] 周道云, 萨茹拉. 后疫情时代城镇化对居民消费结构的影响研究[J]. 时代经贸, 2023, 20(11): 55-58.
- [11] 蔡洁, 谢怡薇, 李迎夏, 夏显力. “赋能”还是“负担”? 小农户融入电商价值链对共同富裕的影响研究[J/OL]. 农林经济管理学报, 1-12. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/36.1328.F.20240725.1454.006.html>, 2024-11-12.
- [12] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [13] 赵乐乐, 郑皓然. 农村电商发展现状及对策探究[J]. 广东蚕业, 2022, 56(12): 92-94.
- [14] 曾玲. 乡村振兴背景下农村电商高质量发展路径探讨[J]. 中国农业会计, 2023, 33(18): 112-114.
- [15] 王萧杭. 乡村振兴战略背景下电商产业融合发展路径研究[J]. 中国商论, 2024(4): 26-29.