

农村“电商+”模式助力乡村振兴类型研究

李嘉俊

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月12日; 录用日期: 2024年11月22日; 发布日期: 2024年11月29日

摘要

中国电子商务已发展成熟, 电商经济发展带动了农村传统经济格局的演变, 农村电子商务已经成为了影响农村产业调整、带动农民增收致富以及助力实现乡村振兴的重要力量。论文以商务部官方“全国电子商务公共服务网”公布的15个农村电子商务助力乡村振兴典型案例为分析样本, 通过对案例分析提取关键影响因素作为条件变量, 运用清晰集定性比较分析方法对农村“电商+”模式进行类型学划分、典型案例解释并探讨农村电商助力乡村振兴的驱动逻辑。研究发现, 农村“电商+”主要是政府主导型和龙头引领型。政府主导型的驱动逻辑是由政府以强大的组织能力和资源优势实现从宏观电商政策到微观技术支撑全流程的政府主导支持, 帮助农民依靠电商致富。龙头引领型的驱动逻辑是通过先验成功案例示范效应培育形成庞大的本土电商人才群体和打造特色品牌, 形成本土电商直播达人或区域性龙头企业, 带领周边农民增收致富。论文最后对研究结论进行总结和进一步的建议探讨。

关键词

农村“电商+”模式, 乡村振兴, 类型研究, 清晰集定性比较分析

Research on the Type of “E-Commerce Plus” Model for Rural Revitalization in Rural Areas

Jiajun Li

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 12th, 2024; accepted: Nov. 22nd, 2024; published: Nov. 29th, 2024

Abstract

Chinese e-commerce has developed to a mature stage, and the development of e-commerce has led

文章引用: 李嘉俊. 农村“电商+”模式助力乡村振兴类型研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 5999-6006.

DOI: 10.12677/ecl.2024.1341840

to the transformation of the traditional rural economic pattern. Rural e-commerce has become an important force to influence rural industrial adjustment, boost farmers' income and achieve rural revitalization. The paper takes the 15 typical cases of rural e-commerce supporting rural revitalization published by the Ministry of Commerce's official "National E-commerce Public Service Network" as the analysis sample. By analyzing the cases, the key influencing factors are extracted as the condition variables, and the qualitative comparative analysis method of clear set is used to classify the "e-commerce+" model, explain the typical cases and explore the driving logic of rural e-commerce supporting rural revitalization. The study found that rural "e-commerce+" is mainly government-led and led by industry leaders. The driving logic of government-led type is that the government, with its strong organizational ability and resource advantages, realizes full-process government-led support from macro-level e-commerce policies to micro-level technical support, helping farmers to become wealthy through e-commerce. The driving logic of industry leader-led type is that it cultivates a large local e-commerce talent group and creates a unique brand through the demonstration effect of successful prior cases, forming local e-commerce live stream celebrities or regional leading enterprises, and leading nearby farmers to increase their income. The paper concludes with a summary of the research findings and further discussion on suggestions.

Keywords

Rural "E-Commerce Plus" Model, Rural Revitalization, Type Study, Qualitative Comparative Analysis of Clear Sets

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

中国电子商务经济经过十几年发展,已经成为全球最大规模和最具活力的电商市场,其中以电子商务结合其他方式或渠道进行“电商+”模式创新的农村电商是其中重要组成部分。电子商务的普及在中国的农村经济发展中发挥了重要作用[1]。根据商务部“全国电子商务公共服务网”¹数据显示,2024年上半年全国网上零售额达70,991亿元,2023年前三季度农村网络零售额达1.72万亿元,中国电商市场规模庞大且在不断发展。民族要复兴,乡村必振兴。党的二十大报告指出,全面推进乡村振兴的总体要求是产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕。随着数字经济发展农村商业模式逐渐向多元化的线上平台发展形成了新的农村电商经济,电商经济深刻影响了农村产业布局并带动广大农民实现增收致富,逐渐成为新时代助力实现乡村振兴的重要途径。

农村电商经济的发展带动了传统农村经济格局的演变调整也促进了农村企业发展,电子商务经济“以平台为依托的电商运营方式,有助于农村生产企业的发展壮大[2]”。农村产业的发展壮大带动乡村经济发展,加上“电子商务进农村综合示范”政策的实施都显著促进了农村人口的非农就业[3],使得一个个因电商而富起来的乡村成长为地区性农村电子商务示范村。这种先行成功案例示范效应又反过来进一步推动了农村电商经济整体规模的壮大,在这示范影响下“农村电商政策提高了乡村经济韧性[4]”,促使农村经济伴随电子商务的发展成熟而在区域经济稳步增长带领下实现城乡经济协同发展[5],农户收入依靠电商经营实现显著增加[6],特别是以“淘宝村”为代表的农村电商更是被视为产业再造和农村转型的有效手段[7][8]。毫无疑问,以“电商+直播”等形式的农村电商已经成为助力乡村振兴的新引擎

¹ 中华人民共和国商务部“全国电子商务公共服务网”: <https://dzswgf.mofcom.gov.cn/>。

[9]。

综上所述,已有研究表明电子商务已经深刻影响了中国农村经济的发展,为农村经济发展注入了新动能,成为助力实现乡村振兴的强大引擎,然而较为遗憾的是目前的研究却鲜有以案例研究为基础探讨农村电子商务模式通过哪些影响因素如何实现助力乡村振兴的,特别是在“电商+”模式的类型划分和影响路径研究上亟待贡献思考。

因此,重视农村电商经济模式,分析农村电商发展模式并探讨其如何助力实现乡村振兴的驱动逻辑就成为了论文探讨的核心问题。论文以中国商务部“全国电子商务公共服务网”公布的15个农村电子商务助力乡村振兴典型案例为分析样本,运用清晰集定性比较分析(csQCA)方法进行因果机制分析,对农村电子商务“电商+”模式进行类型学划分并阐明其具体影响路径,最后根据研究结论作出些许政策建议。

2. 研究策略与方法

论文首先对15个典型案例进行文本分析,提取出构成农村电子商务模式的基本组成要素,然后分别对照相关构成要素进行赋值,再利用清晰集定性比较分析(csQCA)方法进行因果机制分析并进行类型划分,最后指出农村“电商+”模式助力实现乡村振兴的驱动逻辑。

论文主要以案例研究结合定性比较分析为主要研究策略,具体来说:第一,案例研究法是一种通过文字资料等方式收集资料,结合研究者研究问题对资料进行科学分析或技术处理进而探讨相关社会问题的研究方法。案例研究已被广泛运用于社会科学领域的研究中。第二,定性比较分析方法(Qualitative Comparative Analysis, QCA)是上世纪80年代美国社会学家查尔斯·拉金发展出的一种兼顾定量与定性优势的跨学科跨案例研究方法,能够适用于探讨由于多个影响因素复杂作用的社会现象因果关系。

农村电商经济蓬勃发展并没有千篇一律的固定发展模式,由于各地的资源禀赋、组织力量强弱和经济发展情况等条件约束,不同的农村电商经济发展成效显著受到多个影响因素的复杂因果作用,存在多因多果、同因异果等不同情况,农村电商经济发展需要依靠多种关键因素组合进行共同作用,因此利用清晰集定性比较分析方法就具有明显的工具优势,非常契合研究问题。

3. 基于15个案例的清晰集定性比较(csQCA)结果

3.1. 案例描述

论文以安徽“定远县推动‘党建+电商’助力乡村振兴跑出加速度”等15个案例为分析样板库,其中东部地区4个,中部地区7个,西部地区4个,整体分布较为均衡。具体案例样本情况如表1所示。

3.2. 案例分析

在收集案例基础上对案例详情进行文本分析并提取其中具有一定共性特征的组成条件。从各案例的整体情况来看,这15个案例呈现出的各自发展模式均有不同,但是其中具体的条件变量存在明显相似性,经过提炼总结主要是人才育引、政策激励、物流保障、品牌打造这四个关键因素。

人才育引是指农村电商中对本土电商人才的培训培育和直播网红的签约引进,电商人才包括从线上服务平台搭建运营到直播带货的一些列和电子商务从业有关的人才。政策激励指的是从金融贷款支持到具体农副产品种植养殖专家指导等一系列政策激励。物流保障是指畅通农村物流网点和多元快递业务发展,以及各大物流公司的进驻。品牌打造主要是指农村电商服务平台搭建和产品品牌打造。此外,电商经营主要由于降低经营成本等而对农民具有显著的增收效应[7],实现盈利和农民增收是农村电商经营的主要目的。

因此,论文以这四个关键影响因素作为条件变量,以农村电商盈利为结果变量,进行清晰集定性

Table 1. Sample cases
表 1. 案例样本

案例编码	案例标题	省份
A1	定远县推动“党建 + 电商”助力乡村振兴跑出加速度	安徽
A2	夏县：打造电商强镇助力乡村振兴	山西
A3	松滋：以电商产业赋能乡村全面振兴	湖北
A4	横州市：“红色电商”跑出乡村振兴“加速度”	广西
A5	临泽县探索电商统战新路径助力乡村振兴	甘肃
A6	海口市秀英区：“电商+”让村民走出一条致富路	海南
A7	武邑：构建“电商 + 产业助农”模式	河北
A8	黑龙江方正：聚焦电商产业助力乡村振兴	黑龙江
A9	数商兴农，“电商+”为山东乡村振兴增添“云”动力	山东
A10	宜黄：为乡村振兴插上“云翅膀”	江西
A11	宜宾：电子商务助力乡村振兴	四川
A12	尼木县打造“互联网 + 乡村振兴”新范例	西藏
A13	叶县电商经济助推乡村振兴跑出“加速度”	河南
A14	红河县：“学经济”为就业创业稳增收插上“电商翅膀”	云南
A15	江西：电商赋能之下“流量”变“增量”	江西

比较分析，探究“电商+”模式的不同类型并分析其具体驱动逻辑。

3.3. 实证分析及结果

第一，变量编码与真值表构建。根据案例文本分析和关键词迭代生成了四个关键影响因素条件变量，分别对四个关键条件进行编码，分别是 X1 人才育引、X2 政策激励、X3 物流保障、X4 品牌打造和 Y 农村电商盈利增收，并针对 15 个案例中是否具有该条件变量和是否实现结果变量对其赋值为 1 或 0，真值表构建情况如表 2 所示。

Table 2. True value of rural e-commerce
表 2. 农村电商真值表

案例编码	条件变量				结果变量
	X1 人才育引	X2 政策激励	X3 物流保障	X4 品牌打造	Y 农村电商盈利增收
A1	0	1	0	0	1
A2	1	1	0	0	1
A3	1	0	1	1	1
A4	1	0	0	1	1
A5	1	0	0	1	1
A6	1	1	0	1	1
A7	1	1	0	1	1
A8	1	1	1	1	1

续表

A9	0	1	1	1	1
A10	1	0	0	1	1
A11	1	1	0	0	1
A12	1	1	1	1	1
A13	1	1	0	0	1
A14	1	1	0	1	1
A15	1	1	1	1	1

第二，单变量必要性检验。单变量必要性检验是在进行定性比较分析之前需要确定是否存在一个单一变量是导致结果出现的必要性条件变量，换言之，既是确定四个条件变量是否是结果发生时必须存在的变量。单变量必要性检验结果如表 3 所示。

Table 3. Univariate necessity test

表 3. 单变量必要性检验

变量名称	一致性 Consistency	覆盖率 Coverage
X1 人才育引	0.866667	0.090909
X2 政策激励	0.636742	0.214286
X3 物流保障	0.666766	0.307692
X4 品牌打造	0.673824	0.125000

按照定性比较分析的操作原理，如果单一变量必要性检验一致性结果大于 0.9 则该变量为必要性条件，反之则不存在。四个条件变量的一致性检验结果均小于 0.9，表明农村电商经济盈利是由多个影响因素共同作用决定的，并不能由单一变量必然产生，这四个条件变量均不是农村电商盈利的必要变量，符合研究预期，需要进一步探讨农村电商发展模式。

第三，清晰集定性比较分析。在真值表构建和单变量必要性分析基础上，按照清晰集定性比较分析基本步骤，将真值表导入 QCA 软件中进行标准分析会得到三种结果方案，分别是复杂解(complex solution)、简单解(parsimonious solution)和中间解(intermediate solution)，由于清晰集定性比较分析方法中的复杂解和简单解会存在绝对或可能违反事实常规的案例存在，机械地反映整体情况，而中间解则是介于复杂解和简单解之间不会存在违背事实的情况，所以论文遵循主流研究的方式选取中间解模型 $Y = f(X1, X2, X3, X4)$ 进行具体分析，结果如表 4 所示。

根据中间解结果显示，一共出现了四种条件组合且四种组合的一致性程度较高，均通过了一致性检验，表明这四个条件组合能够较好地解释农村电商经济盈利增收。四个条件组合的覆盖度有高有低、高低错落，原始覆盖度和唯一覆盖度均有不同，这其中的原始覆盖度指的是出现某种条件组合能在多大程度上解释出现某一结果，唯一覆盖度指的是只能够由某一条件组合解释的结果情况，也就是说总体案例中有多少个案例能被特定的条件组合路径所解释。具体来看，第一个条件组合的原始覆盖度和唯一覆盖度分别为 0.610 和 0.286，说明这一驱动路径能够解释总体案例中 61% 的案例，而具有 28.6% 的案例只能由该组合解释。

论文根据清晰集定性比较分析实证结果结合布尔代数最小化原则，将四个条件组合归纳整理为两类

农村电商经济发展模式再分别对照案例作出模型解释，分别是政府主导型和龙头引领型。

Table 4. Results of intermediate solution report
表 4. 中间解汇报结果

条件组合	原始覆盖率 Raw coverage	唯一覆盖率 Unique coverage	一致性 consistency
X1*~X3 * X4	0.610	0.286	1
X1 * X4	0.667	0.143	1
X2 * X3*~X4	0.200	0.143	1
X2 * X3 * X4	0.267	0.124	1
solution coverage: 0.857143			
solution consistency: 1			

(1) 政府主导型农村“电商+”模式

政府主导型农村“电商+”模式主要包括条件组合 X2 * X3*~X4 和 X2 * X3 * X4，根据这一汇报结果按照布尔逻辑简化原则将两个条件组合进行简化得到 X2 * X3 驱动路径。这一驱动路径反映了政府政策激励和物流畅通保障是实现农村电商经济发展的核心条件变量，进一步解释，在农村电商经济发展成熟的案例中，地方政府出台的促进电商经济发展办法、提供电商创业金融贷款或在种植养殖中提供青苗抑或专家指导等服务是在政府主导下推动农村电商发展的重要驱动势力，同时农村物流畅通使得广大农民足不出户就能将网商卖出的产品进行寄出，服务于电商整体发展。论文按照这种由政府出台政策激励或相关促进措施主导农村电商发展过程的模式归纳为政府主导型农村“电商+”模式，其对应的具体案例为安徽定远、西藏尼木县等农村电商发展模式。

安徽定远县的电商发展模式极具政府主导特色，首先是在政府促进电商高质量发展过程中，定远县充分利用党建引领作用，为农村电商产业健康发展提供了组织保障，这种组织保障是由鼓励党员电商从业者带动群众参与电商创业体现出来；其次在带动周边群众参加电商过程中，由县商务局提供学习直播技术机会，吸纳农民加入县电子商务协会并组织农民进行商品等级划分和登记，在县级政府搭建的电商平台统一进行网上销售；除了县级政府统销平台外同时定远县由政府出面进行资源倾斜允许在县电子商务协会下打造各村镇的电商经营主体和直播矩阵号，向对电商销售表现积极热情的个体户提供技术指导，并与“萝小萌”、京东·定远特产馆等电商平台进行合作，发展多平台直播电商。定远县坚持政府主导带动整体农村电子商务发展，建设了“党建 + 电商”、“电商企业 + 基地 + 专业合作社 + 农户”等具体经营模式，带动农民获得了巨大的电商销售利益。西藏尼木县的电商发展模式是政府主导和物流保障的经典案例，这也与尼木县深处雅鲁藏布江受到地理条件和资源条件限制相符合。尼木县为了带动农民增收致富在政府主导下建成了较为配套完整的电商服务体系 and 物流体系，从农特产品展销到检验检测，再到直播摄影培训及物流仓储分拨等等均是由政府出资修建场地中心并实际进行运营培训，为农村电商发展提供全流程的运营支撑；同时尼木县在全县设立了电商服务站点，结合物流企业“最后一公里”建设实现乡镇电商物流全覆盖和全县物流畅通；除此以外尼木县积极将少数民族节日结合农村电商发展“电商 + 农特产品 + 文旅直播”的销售模式。

(2) 龙头引领型农村“电商+”模式

龙头引领型农村“电商+”模式由条件组合 X1*~X3 * X4 和 X1 * X4 构成，根据这两个条件组合的汇报情况进行简化，得到 X1 * X4 驱动路径。这一驱动路径反映了农村电商发展过程中电子商务产业相关

人才的培育引进和产品品牌、直播品牌的打造是推动农村电商发展壮大的重要核心条件。农村电商是针对过去传统农村经济形式进行的一种创新性发展，将电子商务引入到农村经济中，对于传统经济结构从业者的农民来说是一种极其新颖的市场营销方法，所以电商人才在农村电商中的地位极其重要，而如果只具备电商人才而没有能够在线上平台有足够竞争力的产品品牌，农村电商增收致富的愿景也很难实现。因此，龙头引领型农村“电商+”模式反映出成功案例中电商人才的本土培育带领或直播网红的外部引入以及产品品控把关、打造质量品牌或直播品牌是农村电商经济盈利增收的重要驱动力量，该路径对应的典型案例是黑龙江方正和山东曹县的农村电商发展模式。

黑龙江方正县的电商发展模式就是依靠电商带头人或新媒体直播达人带动示范形成整体的农村电商发展，通过对网络从业人员的摸底调查成立电商协会和孵化基地，在已经获得成功的短视频博主和直播达人经验共享和培训下，重点针对返乡创业年轻人、大学毕业生等新一代群体进行鼓励电商创业；推动“示范村”、“明星村”合作社影响周边村镇模仿学习，并引入区域性短视频网红博主签订合作协议进行广告带货直播；此外，通过打造本土龙头企业品牌“秋然”大米，对外推出一个高质量品牌、对内面向农民收购优质大米实现了品牌打造带动当地农民增收，创造出了“电商 + 基地 + 合作社 + 农户”的农村电商发展模式。山东曹县将农民手中的锄头转换成手机、庄稼地转换成网店，培育并形成了庞大的本土电商企业 6008 家、网店 7.1 万余个，全县各家网店企业拥有主播超过七千余人，电商和直播行业从业人员超过一万余人，已经较为成熟地形成了“电商 + 主播 + 加工厂”“电商 + 公司 + 网络分销”等多种本土电商发展模式，农村电商已经成为了曹县及其靓丽的名片。

4. 研究结论与探讨

4.1. 主要研究结论

生产力的进步必然催生新的经济发展形态，电子商务伴随着互联网的发展普及走入乡村生活，农村电子商务也由此形成了农村经济格局中的重要组成部分。研究通过对不同影响因素条件变量的组合分析，研究归纳发现农村“电商+”主要是以政府主导型和龙头引领型两种类型为主。

首先，政府主导型的核心条件变量是政策激励和物流保障。这两个核心条件变量主要是政府出台农村电商促进性的政策支持，由政府构建电商平台和相关配套产业基地设施进行统一的生产运营，同时也给予农村电商创业个体户金融贷款、直播剪辑技术等方面的支持，并与各大物流企业合作实现区域内的物流畅通保障，形成各种具体的农村电商经营发展模式。政府主导型“电商+”模式的驱动逻辑是依靠政府自身相对于农民拥有的组织能力和资金、技术和人力等资源优势，从政府自身主导和主观作用出发希望借助电商经济结合本土产业发展的创新方式来拓宽销售渠道，实现带动农民的收入增加。

其次，龙头引领型的核心条件变量是人才育引和品牌打造。这两个核心条件变量主要是对借助成功先验样本示范效应实现本土电商人才队伍的培育壮大或外部网红的引进签约，同时还包括打造本土产品知名品牌，最终形成直播达人或龙头企业这类电商从业的“领头羊”带头示范效应。龙头引领型“电商+”模式的驱动逻辑是利用发生在农民自己周围已经成功的案例作为农村电商的带头人影响周边的农民利用电商拓展新的收入渠道，同时打造地方特色品牌形成对外的竞争优势和对内的收入增加，主要是通过实行统一的种植收购，保证农民能在品牌优势下将农产品卖给品牌企业实现稳定的收入增加。

4.2. 研究探讨

农村电子商务已经成为了当下广大农村地区想要拓宽农产品销售渠道、增加收入的重要途径。研究发现具有不同核心变量条件的两种农村电商发展类型成为了“电商+”模式助力实现乡村振兴的成功路径，但是研究也存在一定局限性。首先，论文分析归纳的两种类型是对农村电商主导力量的划分，这一划分

是在各地农村电商实际运行情况基础上提取各自的共性核心特征进行, 主要呈现出的是典型案例中条件变量的“最大公约数”, 便形成了总结概括性“政府主导型”和“龙头引领型”的类型学划分, 但是论文也需要考虑到兼顾各地具体的差异化的电商运营模式, 因此在细节上需要更多的研究进一步补充; 其次, 由于商务部选取的案例是采自各地已经非常成功的农村电商案例, 其在总体上是否能够反映出中国整体的农村电商发展情况无疑是值得商榷的, 这些案例是否能够在广大农村地区进行模式推广也有待进一步研究。

进一步来看, 随着新技术和农村网络通信基础设施的推进完善, 中国农村电商发展势头迅猛, 新时代下为了推动农村电商持续健康发展, 还需要从健全法律法规、完善市场监管, 吸引时代新农人、培育农村领头人, 提供技术帮助、开放先进经验这一系列制度、人才、技术等方面进行思考, 更好地实现农村“电商+”模式拉动农村经济发展、带动农民生活富裕、助力乡村振兴。

参考文献

- [1] Peng, C., Ma, B. and Zhang, C. (2021) Poverty Alleviation through E-Commerce: Village Involvement and Demonstration Policies in Rural China. *Journal of Integrative Agriculture*, **20**, 998-1011.
[https://doi.org/10.1016/s2095-3119\(20\)63422-0](https://doi.org/10.1016/s2095-3119(20)63422-0)
- [2] 张硕, 乔晗, 张迎晨, 等. 农村电商助力扶贫与乡村振兴的研究现状及展望[J]. 管理学报, 2022, 19(4): 624-632.
- [3] 潘嗣同, 龚教伟, 高叙文, 等. 电商进村政策实施的就业效应与机制分析[J]. 中国农村经济, 2024(4): 141-162.
- [4] 何珮珺, 谭词. 电子商务与乡村经济韧性——基于“电子商务进农村综合示范”政策的经验证据[J]. 中南财经政法大学学报, 2023(1): 97-108.
- [5] 梅燕, 蒋雨清. 乡村振兴背景下农村电商产业集聚与区域经济协同发展机制——基于产业集群生命周期理论的多案例研究[J]. 中国农村经济, 2020(6): 56-74.
- [6] 罗千峰, 胡雯, 赵奇锋. 电商经营如何促进农户增收——基于中国乡村振兴综合调查(CRRS)数据[J]. 经济与管理, 2023, 37(5): 1-8.
- [7] 郭承龙. 农村电子商务模式探析——基于淘宝村的调研[J]. 经济体制改革, 2015(5): 110-115.
- [8] Wang, C.C., Miao, J.T., Phelps, N.A. and Zhang, J. (2021) E-Commerce and the Transformation of the Rural: The Taobao Village Phenomenon in Zhejiang Province, China. *Journal of Rural Studies*, **81**, 159-169.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.10.017>
- [9] 王志和. “直播 + 电商”如何助力乡村振兴[J]. 人民论坛, 2020(15): 98-99.