

# 思南县电商精准扶贫路径优化研究

## ——以青杠坝村为例

董伟啟<sup>1</sup> 赵琳菊<sup>21</sup>

(1. 贵州电子科技职业学院, 贵州 贵安 550003;

2. 贵州民族大学 人文科技学院, 贵州 贵阳 550025)

**【摘要】:**近年来, 思南县农村电子商务发展迅猛, 展示出巨大的活力和发展潜力, 同时电子商务发展在脱贫攻坚工作中越来越发挥出重要影响作用。面对精准扶贫这一亟待解决的关键问题, 电子商务如何实现精准扶贫并推动农村经济发展, 电商精准扶贫的实施路径成为关键。基于思南县电商精准扶贫的现状, 进一步分析了思南县电商精准扶贫路径及其存在的问题, 并提出了优化思南县电商精准扶贫路径的对策建议。

**【关键词】:** 电商扶贫 思南县 精准扶贫 路径优化

**【中图分类号】** F323.8; F724.6 **【文献标识码】** A

思南县位于铜仁市西部, 地处遵义、铜仁两个地级城市中心节点, 杭瑞高速与沿榕高速在思南县城“十”字相交, 贵州第一大江乌江穿城而过, 辖 28 个乡(镇、街道), 总人口 68.1 万人。由于思南县具有气候温暖湿润、降雨量充沛, 生态环境优越等特点, 使得其成为发展无公害农产品、绿色有机食品的天然场所。2017 年, 思南县获批全国电子商务进农村综合示范县, 2018 年思南县电子商务网络零售额为 3796.1 万元, 在全省排名第 6 位, 增速 59.69%。综上足以证明, 思南县的电子商务发展已经处于贵州前列, 但是如何将思南县电子商务发展与脱贫攻坚工作进一步融合, 通过优化思南县电商精准扶贫的实施路径, 全面推动思南县电子商务发展成为脱贫攻坚工作的有效载体, 实现全县各地区脱贫致富和全面小康, 具有十分重要的现实意义。同时, 青杠坝村作为思南县农村电子商务发展的先行者, 通过对青杠坝村案例的具体分析, 有利于进一步理清思南县电商精准扶贫的具体路径。

### 1 思南县电商精准扶贫现有路径分析

#### 1.1 思南县电商精准扶贫路径概述

##### 1.1.1 定期开展农村电商培训。

**作者简介:** 董伟啟(1993-), 男, 河南灵宝人, 贵州电子科技职业学院计算机与大数据系电子商务专业教师, 研究方向: 农村电商发展与扶贫研究; 赵琳菊(1992-), 女, 贵州思南人, 贵州民族大学人文科技学院经济管理学院电子商务专业教师, 研究方向: 农村电商发展。

**基金项目:** 贵州农特产电商精准扶贫路径研究(2018 年贵州民族大学人文科技学院校级课题, 编号: 18RWJS014); 贵州省农村电商扶贫成效研究(2020 年贵州省教育厅高校人文社会科学研究青年项目, 项目编号: 2020QN009)。

---

通过县城集中、乡镇培训、进村宣传等方式，建立电商学习 QQ 群、微信交流群 38 个，群人数达 2000 余人，开通网上免费培训教学和课件下载达 20 个，让创业人员和群众足不出户就能触碰电商、学到电商知识，为其创业就业提供极大便利条件。截至 2019 年，全县累计培训 54 期，培训人数达 8629 人次，建档立卡贫困户培训达 2882 人次。

#### 1.1.2 创新贫困村电商扶贫模式。

思南县采用“贫困村+服务站集聚+电商企业+产业”的城乡结合模式，开展贫困村和产业基地的电商设点建站工作。一方面通过集聚资源在有条件的村建立农村电商综合服务站，为不具备建站条件的贫困村提供代购、代销、金融、通讯等方面的电商服务，形成一站带多村、多产聚一站的联动局面；另一方面与县城内的多家电商企业沟通协调，在企业开设的店铺或建设的电商平台上开通窗口或设立店铺，同时在企业开设店铺、产品上架、店铺装修、产品推广等方面加大业务指导，保证店铺有产品、站点有运营、运营有人员，并采取县乡村三级联动方式直接或加工销售贫困村或产业基地的产品。当前累计建成电商综合服务站 237 个，涉及贫困村 58 个，孵化网商 245 家。

#### 1.1.3 注重品牌培育。

一方面，围绕全县茶叶、黄牛、民族特色等产业，重点打造了思南花甜粑、思南黄牛、思南红苕粉、思南晏茶等产品，将农村土鸡蛋、红心薯、蜜柚、土豆等培育成网货，将思南长坝石林、明珠二号、美团餐饮等做成旅游+电商新业态，利用工艺提升、包装设计、营销推广等手段，按照统一标准、统一价格、统一包装，为全县网商提供一站式、标准化网货供应服务，以电子商务发展推动传统企业和特色产品转型升级。另一方面，以区域公共品牌“明珠珍品”作为整体文旅农产品营销推广的“商标化”主品牌，统领各已有企业品牌和产品品牌。积极整合优势资源，扶持龙头企业进行电商产品升级迭代，以文化为内核，品质为基础，赋予产品独特的人文理念和内在价值，提升产品品质和市场竞争力，形成独特的价值链体系。

#### 1.1.4 加大基础设施建设。

首先，思南县已建成农村电子商务公共服务中心，该中心集电商人才培育及培训、企业孵化、产品展示、产品推广、创客培养、仓储物流管理等 6 大功能为一体，总占地面积约 1.2 万 m<sup>2</sup>，总投资 800 余万元。当前，产业园已入驻电商主体 20 家，与公共服务中心签订孵化协议 9 家，特色馆 100 多个产品已上架对外推广。其次，已建成农村电商物流配送中心，2016 年邮政快递、百世快递、菜鸟物流陆续进驻产业园，并正常开展向乡镇服务站、村站往返配送快递包裹。现物流配送已覆盖全县 28 个乡镇，覆盖率达 100%，同时物流服务覆盖行政村 423 个，覆盖率达 80%以上，2018 年，思南县总包裹量 712 万余件，其中进港量 659 万件、出港量 53 万件。再者，全面推动农村电商站点建设，全县 489 个行政村和 37 个社区共建设电子商务服务点 265 个，覆盖率达 50.4%，已建成 178 个，工作进度完成率达 67.2%，121 个贫困村建立电商站点 61 个，覆盖率达 50.4%，现各大电商平台站点建设正在持续增加，预计 7 月底工作进度完成率达 100%。

#### 1.1.5 大力发展电商主体。

2018 年，思南全县通过新孵化电商经营主体 245 家，同比 2017 年的 167 家增长 46.7%，培育 304 家合作社开设网店，进行网络销售运营，带动贫困户创业就业 889 人。

### 1.2 思南县电商精准扶贫现有路径问题分析

#### 1.2.1 模式照搬，没有因地制宜。

从目前全国各地发展电商以及电商参与扶贫的情况来看，出现了一批以地域为代表的电商扶贫模式，如政府和企业由上而

---

下推动形成的“遂昌模式”、当地农户自发形成的“沙集模式”、以农产品加工为主的“武功模式”、以单品突破、倒逼推动的“陇南模式”等。但是从思南电商扶贫的现有路径来看，模仿借鉴过多，自有创新探索较少，部分地区通过赴外考察学习后，甚至直接照搬国内其它地区电商扶贫模式，使得思南电商精准扶贫呈现出各种水土不服的问题。例如，大力推进基础设施建设后，多数园区出现了空置情况，加大培训力度后，效果依然不佳；重点扶持部分电商企业后，扶持能运行，不扶持则倒闭。重点推动品牌建设后，出现和其它地区产品同质化的情况等等。综上，我们可以发现这些情况的实际存在反映出思南县的电商扶贫模式很好，但没有因地制宜的问题。

#### 1.2.2 物流环节多，成本虚高。

电商的发展，物流是重要一环，物流业发展的好坏，可以对电商的发展产生决定性作用。一直以来，贵州喀斯特地貌对于运输的时效性及安全性均有所影响，但随着思南县基础设施建设的进一步推进，思南县受贵州喀斯特地貌山区的这一环境因素对物流发展的影响已经基本消除，因此，物流成本高居不下的原因在物流业运行方式和物流从业者方面。首先，目前已经进驻思南县的物流企业对农产品的物流运输依旧采用传统分级配送和分拣的模式，尤其是对于部分生鲜产品的费用标准远远高于普通货物，这大大加大了农产品通过电商平台交易的物流成本，部分农户认为本来通过电商平台，是想实现薄利多销的目标，结果发现比在当地还要卖的贵，所以很多势单力薄的农户都放弃了参与电商发展农产品。其次，物流从业者的服务意识不强，仅仅只认为自己是收发快递的，没有深刻领会电商精准扶贫的战略高度，以至于对农户的配送不周到、不真诚，由于农户知识水平不高，甚至出现物流从业者欺诈农户，收取高额物流邮寄费的情况。这些均反映出目前思南县的物流业发展对电商精准扶贫没有完全起到推动作用。

#### 1.2.3 思想意识相对滞后。

根据对思南县的调研情况来看，处于下游负责生产的农户思想意识仍处于滞后状态。对于广大农户来说，只有一个目的，就是把手中生产出来的农产品销售出去，而处于中游的电商平台运营商也只有一个目的，把收过来的产品变成钱。因此，平台运营商对于农产品培育、种植和存储运输等环节，关注度极少，而且大多数农户生产农产品依旧采用低效率的传统模式，这已然不能适应新时期的农产品生产和供应需要。此外，长期以来，思南县乡镇农民的生活及思维模式比较固定，起早贪黑，活动范围以家、田地为主，老实做人，种好田地，大部分人网络接收能力欠缺，不会用电脑，有些甚至还未见过电脑，更谈不上电子商务，这就极大制约了思南县农村电子商务的拓展。

#### 1.2.4 人才匮乏，内生动力不足。

一是农村创业青年是推动本地电子商务发展的重要推手，由于处于偏远农村，农村人才以外出打工为主，在家青年较少，电子商务专创业主体人才比较紧缺；二是创业主体参与电商创业能力不足，使得农村电商销售在短时间难以取得成效，同时农村多为老人、儿童，电商普及率低，电商服务站业务拓展、运行困难；三是电子商务指导培训的力度还不够，没有专业技术人才来培训和指导农村和企业发展电子商务。同时，从思南县开展电商培训整体效果来看，大多受训者依旧是模棱两可，出现想要学习的东西，没人教，对教的东西，不理解的情况，这些从根本上反映出目前思南县电商发展所需的内生动力不足。

#### 1.2.5 政策落地不到位。

目前，思南县针对农村电商以及电商扶贫出台的相关优惠政策数不胜数，但是政策的落地却差强人意。从扶持政策来看，农民或电商企业是否能获取政府的扶持的关键在于其是否盈利，是否有扶贫效益，而对于农民如何管理和使用资金、电商企业如何发展运营等关键因素方面没有指标和绩效评价。也就是说政府对农村电商的扶持政策具有一定的方向性，各地方政府及其他社会组织在筹建、主导农村电商发展时，就仅以电商发展的盈利为主要目标，从而轻视或忽略了其内部管理和建设等方面的工作，致使部分农民和电商企业的目的从发展电商产业变成了套取政策资金。

## 2 青杠坝村电商精准扶贫案例分析

青杠坝村位于塘头镇东南方，距集镇 5km，以大蒜、草莓、西瓜等种植业为主，是县新农村建设示范点之一。该村人口总数 1058 人，所辖 6 个村民小组，主要产业产品有大蒜、糟辣椒、蔬菜、酸鱼等。青杠坝村生产的大蒜、土鸡蛋等特色农产品量越来越多，传统销售已不足以满足该村发展。

该村村支两委为了拓宽市场渠道，解决群众销售难题，开始着手互联网。2015 年，思南县第一个电子商务农村站点——农村淘宝在青杠坝村成立，为电商进村扶贫开启了新模式，这是青杠坝村级集体经济发展的一个缩影。农村淘宝开业当天，共销售皮蛋 50 盒，甜大蒜 30 盒，咸鸭蛋 22 盒，酸鱼 20 盒，销售额达 6000 多元。经过近几年的努力，该村的甜大蒜、糟辣椒产品陆续上架到贵州电商云“那家网”、“聚划算”、“阿里巴巴 1688”、贵州“全城快知”、邮政“黔邮乡黔”等近 15 个平台，同时通过线下订单，苏州、贵阳、铜仁等地参展，东西部合作等模式，将青杠坝村的产品推向全省、全国。据统计，2018 年，共销售甜大蒜、糟辣椒等 20t，经济收入达 20 万元，受益群众 120 人，被县授予为电商扶贫示范村。

目前，青杠坝村已经实现全村全面脱贫，外出务工的村民不断返乡，参与到村内电子商务产业链的发展，目前全村村民分工明确，有专门负责农特产品生产的，有专门负责电商店铺平台运营的，有专门管理和负责产品物流运输的。随着全村电子商务产业链的发展，村集体经济不断壮大，同时电子商务的发展倒逼村内互联网、公路等基础设施的加快建设，并吸引了许多电商企业加盟合作，盘活全村更多农特产资源和人力加入全村电子商务产业链发展，形成产业发展良性循环，脱贫的农民年年实现增收，杜绝了其返贫的可能性。

从青杠坝村电商扶贫的实际路径来看，该村充分利用平台扶贫的优势，同时以效果倒逼过程，运用先试点后推广的办法，激发出村内广大农民参与电商的积极性，同时多次联系省内知名电商企业进行对口指导，将村内众多绿色无公害无污染的农特产品销往省内各地区，并拓展到全国地区。在这个发展路径中，我们发现，村两委发挥了重要的桥梁纽带作用，这是青杠坝村得以成功的主要原因。和其他地区自上而下的政府主导模式以及自下而上的农户自发模式等各类模式相比，青杠坝村的发展路径引人深思，是否应该在政府主导的基础上，进一步发挥村支两委的引导作用和桥梁纽带作用，通过村支两委组织农民和联络政府部门、企业。

## 3 优化思南县电商精准扶贫路径的对策建议

基于上述对思南县电商精准扶贫的问题及青杠坝村的实际案例分析，不难发现，思南县电商精准扶贫发展迅速，但问题和矛盾同时也很突出。因此，在综合考虑电商扶贫的内部条件与外部环境的基础上，对思南县电商精准扶贫路径提出以下对策建议。

### 3.1 构建以政府主导为核心、村支两委为支撑的电商扶贫运行构架

电商精准扶贫是解决脱贫效果可持续性问题的制度创新，因此优化电商精准扶贫路径，当务之急是强化电商精准扶贫的顶层设计。目前，综合各方面因素来看，农民自发在思南县是行不通的，思南县电商精准扶贫的发展依旧要政府力量作为主导，但必须要村支两委作为桥梁支撑，并以此构建起思南县电商扶贫的运行构架。同时，在构架实践过程中，一是要优化政府主导的方式方法，充分发挥出政府的顶层设计功能，全面推动各类扶持政策落地，有效推进电商扶贫成为扶贫工作的中坚力量；二是明晰村支两委的桥梁纽带作用，通过村支两委的引导，达到号召农民、凝聚农民的带动效果，同时，通过村支两委的联络沟通，发挥出引进企业、政策落地和集体发展的作用。

### 3.2 优化电商扶贫外部环境

### 3.2.1 扩大相关技术在农业农村的应用。

在农业生产、加工、流通等环节，加强互联网技术应用和推广。拓宽农产品、民俗产品、乡村旅游等市场，在促进工业品、农业生产资料下乡的同时，为农产品进城拓展更大空间。加强运用电商大数据引导农业生产，促进农业发展方式转变。

### 3.2.2 完善优化电商扶贫相关制度政策。

一是各级政府（尤其是县乡两级政府）应根据国家相关政策，制订农村电商服务规范和工作指引具体细则，用以指导特色农产品电商发展，通过政策和制度构建出良好的政治生态，农民才愿意留在农村，乡村才能得到发展。同时，制订强有力措施加快推进信息进村入户工作，以及制订配套政策措施，加快推进适应本地区电商的农产品分等分级、包装运输详细标准。此外，制订激励政策，鼓励引导电商企业帮扶特色农产品网上销售，或与合作社、种养大户等建立直采直供关系，增加农民就业和增收渠道。

二是政府应加强网络市场监管，强化网络安全和产品质量要求，打击制售假冒伪劣商品、虚假宣传、不正当竞争和侵犯知识产权等违法行为，维护广大消费者合法权益，促进电商市场主体守法诚信经营。政府尤其要督促第三方平台加强内部管理，规范主体准入，遏制“刷信用”等欺诈行为，维护公平竞争的市场秩序，推进农村电子商务诚信建设。

### 3.2.3 加强基础设施建设。

加强农村流通基础设施建设，提高农村宽带普及率，加强农村公路建设，提高农村物流配送能力。政府应加大投入，完善电信普遍服务补偿机制，加快农村信息基础设施建设和宽带普及。同时，监督和促进电信企业宽带网络提速降费，并结合农村电子商务发展，持续提高农村宽带普及率。此外，政府应加大投入，实施由政府主导、企业和村民参与的“信息公路村村通工程”，建立起多层次、有特色、全覆盖的农村信息网络，加快农村公路建设，推进城乡客运一体化，改善电商物流配送条件。

## 3.3 激发电商扶贫内生动力

### 3.3.1 积极培育农村电商市场主体。

充分发挥现有市场资源和第三方平台作用，培育多元化农村电商市场主体，鼓励电商、物流、商贸、金融、供销、邮政、快递等各类社会资源加强合作，构建农村购物网络平台，实现优势资源的对接与整合，参与农村电商发展。

### 3.3.2 优化培训方式，加大培训力度。

在总结现有电商培训经验的基础上，进一步优化培训方式，加大培训力度。在培训方式上，利用理论与实践相结合的方式，破除对农民进行理论培训但效果不佳的难题，引导培训开展到田间地头，进农家、入农舍，真正与农民面对面交流，面对面指导；在培训力度上，要加强培训轮次和优化培训内容，大力特聘高校、科研院所学者到村中开展技术性培训，重点邀请实务部门工作人员到村中开展指导性培训，同时要对村支两委骨干进行重点轮训和培养，有效提升村支两委骨干的眼界、知识水平和能力素质。

### 3.3.3 积极鼓励、支持和培养一批电商创新创业大军。

在当前发展农村电商面临许多困难的情况下，地方政府制订一些优惠政策，通过开展农村电商创新创业大赛，调动返乡高校毕业生、返乡青年和农民工、大学生村官、农村青年、巾帼致富带头人、退伍军人等参与农村电商的积极性。同时，地方政

---

府与高校及电商企业联合，一方面加大电商经营管理人才培养力度，努力培养一批既懂理论又懂业务、会经营网店、能带头致富的复合型人才，发挥其带动和引领作用；另一方面，加强对农民进行技能培训，增强农民使用智能手机的能力；此外，积极利用移动互联网拓宽电子商务渠道，提升为农民提供信息服务的能力。

## 4 结论与展望

综上，思南县电商精准扶贫在发展过程中，成效是显著的，但同时问题也是突出的。通过现有路径的梳理，我们发现思南县电商扶贫问题集中在模式照搬、物流成本高、思想意识不强以及政策落地不到位等方面，并通过对青杠坝村电商扶贫的具体分析发现，目前优化电商扶贫路径的关键点在于村支两委，正是因为村支两委的桥梁纽带作用发挥得当，该村电商扶贫工作才得到有效推进。因此，对于思南县电商精准扶贫而言，通过政府主导变为注重优化村支两委功能将会有效解决扶贫中的相关难题。本文的结论对包括电商扶贫在内的各类扶贫举措具有参考意义。

### 参考文献:

[1]思南县电子商务办公室. 思南县 2019 年电子商务进农村综合发展概况[R]. 2019.

[2]思南县工业和商务局. 思南县 2018 年电商扶贫总结报告[R]. 2018.

[3]董坤祥, 侯文华, 丁慧平, 等. 创新导向的农村电商集群发展研究——基于遂昌模式和沙集模式的分析[J]. 农业经济问题, 2016, 37(10):60-69+111.

[4]林梅. 农村电商发展模式的探索与构建——基于武功县电商发展调查研究[J]. 企业改革与管理, 2018(11):69+71.

[5]张玮玮, 张学彬. 贵州特色农产品跨境电商交易的机遇及对策研究[J]. 电子商务, 2015(12):7-8.

[6]龙华, 姚裔虎, 刘凯. 农村电子商务精准扶贫模式的运作与发展研究[J]. 农业经济, 2019(12):66-67.

[7]岑家峰. 电商精准扶贫的机理及路径分析——以广西为例[J]. 经济与社会发展, 2019, 17(03):7-13.

[8]颜强, 王国丽, 陈加友. 农产品电商精准扶贫的路径与对策——以贵州贫困农村为例[J]. 农村经济, 2018(02):45-51.

[9]许应楠. 乡村振兴战略下农村电子商务精准扶贫路径重构——基于协同理论视角[J]. 商业经济研究, 2019(08):80-83.