

农村集体经济组织参与电商产业的制度瓶颈与破解

——以六盘水市水城区为例

罗迪迪¹

(贵州财经大学, 贵州贵阳 550000)

【摘要】为了探究农村集体经济组织参与电商产业过程中制度方面存在的问题,基于六盘水市水城区获得国家级电子商务进农村综合示范县的基础上,以该区的电商发展为例,通过文献分析法、个案研究法和问卷调查法对水城区农村集体经济组织参与电商产业的现状进行分析。研究表明,农村集体经济组织参与电商产业的发展趋势逐年变好,但相关制度还未跟上,主要表现在“快递进村”最后一公里不够规范化、对集体经济组织管理和运行上没有专门的法律制度规定、农产品在电商产业中的标准制度不一致、对知识产权的保护力度不够,需着力破解。

【关键词】农村集体经济组织 电商产业 制度研究 农村电商

【中图分类号】F321.32 **【文献标识码】**A

“十四五”时期是脱贫攻坚的时间节点,巩固脱贫攻坚成果尤为重要。近年来,我国农产品电商快速发展,但仍存在着整体规模偏小,农产品质量标准不统一、农村集体经济组织管理运行混乱、仓储物流体系不完善等问题,制约了农村电商产业的健康可持续发展。

1 水城区农村电商发展现状

水城区自获得“2017年国家级电子商务进农村综合示范县”称号以来,农村电商发展成效显著,从水城区政府官网整理并得到2017—2020年的网络零销售数据(图1)。

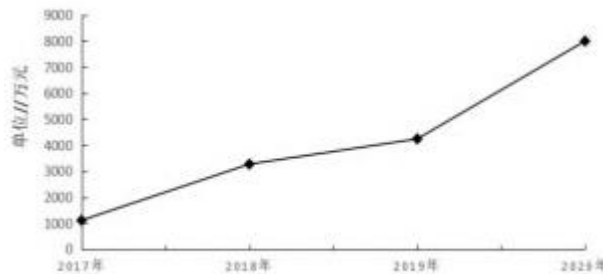


图1 2017—2020年水城区的网络销售额

如图1所示,水城区的网络销售额呈逐年递增趋势,从水城区2018—2021年政府工作报告中得到如下

¹收稿日期: 2022-04-29

基金项目: 2021年全国大学生创新创业计划国家级立项项目“贵州农村集体经济组织参与电商产业的制度瓶颈与破解——以六盘水市水城区为例”(编号: 202110671009)。

作者简介: 罗迪迪(1998—),女,贵州省金沙人,本科生。

数据, 2017年先后创建了国家级出口猕猴桃质量安全示范区、国家级出口茶叶质量安全示范区、国家级农业标准化示范区。2018年农村电商发展过程中落实精细化管理集体经济组织土地面积达7万hm², 产业投产率达62%, 农产品加工率达42%。2019年金融、物流、电子商务等现代服务业发展加快, 金融机构存贷款余额分别同比增长8.22%、29.51%。建成双水物流集散中心, 配套运行农村电商服务站点134个, 累计运营大型电商平台6个。2020年建成水城区冷链物流中心, 实现产业布局、物流基础、电商资源的有效整合, 建成并运行的电商服务站点145个。从四年的数据中可以看出, 水城区的农村集体经济组织中集体土地资产的运用呈现出的优势, 水城区农村电商的发展是一个很好的借鉴案例。

2 农村集体经济组织参与电商产业的制度瓶颈

从水城区农村集体经济组织近几年来参与电商产业的发展来看, 每年的经济都呈递增的趋势, 给农户带来收益的同时也相应出现了许多问题。课题组2021年12月以抽样调查的方式结合问卷分析法对水城区农村电商进行调研, 主要从制度方面结合实际出现的问题进行分析。本次问卷调查主要以线上问卷为主、线下问卷为辅进行了关于水城区集体经济组织成员对于电商制度存在问题的调查, 共发放问卷280份, 收回有效问卷245份, 其中16~30岁填写问卷者27人, 31~40岁人数是60人, 41~50岁人数是36人, 51~60岁人数是92人, 60岁以上人数是30人。年龄段的安排目的在于, 农村集体经济组织成员在当地真正参与到电商发展的人群数在40~60岁的人群是最多的, 30~40岁的人群排第二, 有部分在外务工, 16~30岁虽然属于文化程度较高的人群, 但是大部分是学生或者是当地村居委会的工作人员, 60岁以上的人群参与人员也相对较少, 这样的调查数据更有利于数据的真实性和研究问题所需数据的有效性。

2.1 “快递进村”最后一公里不够规范化

2020年水城区建成并运行的电商服务站点145个, 行政村覆盖率达88.96%, 这个数据放在贵州农村电商发展来看是很可观的, 但是在调查所在村是否有快递服务点的数据时发现, 并不可观, 表1所示, 有快递点的调查结果为96人, 没有快递点为91人, 有58人是不清楚的。导致这样结果的原因是“快递进村”最后一公里还在完善中, 在2020年国家邮政局对于农村快递服务印发了行动方案, 方案名称是《快递进村三年行动方案(2020-2022年)》, 该方案提出了整改和完善的建议, 但是结合实地个案调查的数据来看, “快递进村”最后一公里仍不够规范化。一是快递全面覆盖每个村还存在一定的财力和人力上的不足。水城区快递点的模式最多的是“快快合作”和“交快合作”, “快快合作”是在村里有一到两个快递点, 一个快递点有很多家快递在运作, 采取企业合作的形式。“交快合作”是结合当地的客运和快递点结合服务周边, 让村的集体经济组织产业下的产品能够运输到其他地方, 比如农特产品满足周边客户的需要。农村很少会出现有“驻村设点”的模式, 该种模式是大型企业特地设在某个村的服务点, 农村集体经济产业的需求量存在差异, 好的销售量的网点比较少, 收入会很稳定, 农村大部分网点是跟不上“驻村设点”模式需求的, 但是这种模式对于农村集体经济组织在电商中的发展起着至关重要的作用, 因为该种模式能够保障集体经济组织多种产业在电商中的持续发展, 也能以企业为平台拓展产业得到良性循环发展。二是消费者滥用消费者权利。农村快递网点的税收是没有做特别区别的, 不免存在快递网点少且管理不规范的情况。三是快递网点因农村地区发展不平衡的原因, 会出现服务态度时好时坏和乱收费等现象, 主要原因在于没有相关制度进行规范。

表 1 关于所在村是否有快递服务点的数据

选项	小计	比例//%
有	96	39.18
没有	91	37.14
不清楚	58	23.67

2.2 对集体经济组织管理和运行上没有特别法律制度规定

农村集体经济组织在《民法典》中正式确定了其特别法人的地位，这本身是对农村集体经济组织地位的认同，也是在帮助农村集体经济组织发展，但是在现实生活中农村集体经济组织的管理和运行仅仅靠《民法典》的规定是不够的^[1]。首先，从农村集体经济组织参与电商产业的管理上来看，农村集体经济组织主体地位是不够明晰的，实际生活中电商主体普遍指电子商务交易者、提供服务者、监督者等主体，往往存在于企业、监督者和消费者之间，农村集体经济组织参与电商产业的过程没有规定属于什么主体，导致其在参与电商产业时权利和义务不明确。其次是农村集体经济组织的财务状况不够透明，问卷调查结果如表 2 所示，除开不清楚的人数后，在是和否的人数中，有一半多一点的人回答公开过财务状况，这样的数据是远远不够的，还有达到 42.86%的人回答是没有公开过，农村集体经济组织的财务管理上是存在问题的。最后是农村集体经济组织在运行上也会出现没有主体单位或者主要机构负责的情况，导致相关责任无人承担和相关事宜无人管理。

表 2 村集体经济组织的财务状况是否公开过的调查结果

选项	小计	比例//%
是	108	44.08
否	105	42.86
不清楚	32	13.06

2.3 农产品在电商产业中的标准制度不一致

农村集体经济组织对于农产品在电商方面的选择与运用过程中，对相关电商标准还没有专门的法律规定，如水城区当地农产品在最初为拓展发展对外销售过程中，其他地区对于农产品的要求与当地有差距，便会出现退货的情况，此时农产品的保质期又有时间限制，这种情况下便会导致集体经济组织的较大损失，集体经济组织参与电商产业标准制度的基础通用标准、支撑技术标准、管理服务标准、安全标准各个地方还不统一，对集体经济组织在电商中的发展还存在阻力^[2]。

2.4 对知识产权的保护力度不够

农村集体经济组织在电商中对知识产权的保护主要体现在农产品商标和其他特色产品商标上，也包涵一些旅游业，往往是对特色农产品的知识产权保护不够，如在水城区“弥你红”红心猕猴桃的销售过程中，当地一些小商贩会用这样的商标去宣传售卖不是“弥你红”的红心猕猴桃，出现这样的情况还很多，销售的少且规模小，在追究侵权行为时，侵权方太多且不易找到当事人。

3 瓶颈的破解之法

3.1 将“快递进村”最后一公里制度化

目前“快递进村”最后一公里还属于政策上的规定，法律制度上还没有涉及，因为“快递进村”最后一公里完全实现还需要一定的时间，而且其中要配合一定的人力和物力，本研究阐述的“快递进村”^[3]最后一公里制度化的目的在于：在建设“快递进村”的过程中会出现的一系列乱象需要制度来加以规定，对农村快递点进行合理的招投标或者对合作的快递经营方进行规范化管理。

针对农村快递网点的税收和其他个体工商户或者其他类型经营者是没有做特别区分的，农村快递点的经营范围小，应该制定专门的法律制度规定农村快递点和其他快递点的税收区别，应该减少税收，以拓宽农村快递点的发展。在农村集体经济组织在电商中的发展中不免存在快递网点少且管理不规范的情况。这种情况下，政府可以根据国家的大致方针在相关法律的支持下制定相关制度，以改善快递点的服务态度，消除乱收费现象。

3.2 对农村集体经济组织的管理和运行上依法做出规定

农村集体经济组织的特殊法人地位在参与电商产业的过程中，经济往来时会出现一些纠纷得不到合理解决的情况。农村集体经济组织在管理和运行方面会存在“政经”不分的情况，相关法律制度可以做出特别规定。首先在实体方面，确定集体经济组织成员的身份地位和权利义务，目前一些县已经有相关集体经济组织成员确定的办法在实施，但是还是有很多地方没有相关规定进行身份确定^[4]。其次是在程序方面，农村集体经济组织管理的现状往往是村“两委”管理，但都没有明确的分工和制度的限制，管理和运行过程中会出现账目混乱、越界管理以及责任不清的情况出现^[5]。财政部、农村农业部在2021年12月7日印发了《农村集体经济组织财务制度》，该制度解决了账目混乱的现象，但是越界管理和责任不清还是需要相关制度加以规范，在程序上可以参照国有独资公司的程序以集体经济组织的资产出资、由地方人民政府授权本级人民政府国有资产管理机构和村“两委”履行出资职责，农村集体经济组织始终不同于公司，但是可以参照公司内部管理机构和程序来设置农村集体经济组织的内部结构。如董事会、股东会的设立，可以让集体经济组织内部不混乱^[6]。

3.3 统一农产品在电商产业中的标准制度

农产品往往带有地方特色，所以其在电商产业中的标准统一是很困难的，本研究所指的统一并不是对其特色上进行统一，需要统一的是农村集体经济组织参与电商产业的基础通用标准、支撑技术标准、管理服务标准、安全标准。农产品地方特色是允许存在的，但是不能因为特色就降低其安全标准，或者运输途中的管理服务标准等，这些都会导致“有心人”有机可乘牟取暴利，但是不考虑特色的统一标准反而不利于农特产品的发展，此时便需要在国家相关文件的参考下地方政府结合实际制定相关规定加以管理。

3.4 加强对知识产权的保护

对于地方特色农产品被侵权的情况可以分为两大类型，一是小商户打着该品牌售卖其他产品，这样的情况往往销售范围小且多，维权困难且侵权人太多，商户销售以流动方式就更难找到侵权人，该种情况下应该由当地政府结合相关部门进行严厉打击，同时出台举报制度，对欲侵权之人加以震慑。二是大型企业的侵权行为，农村集体经济组织参与并结合当地实际情况创下的特色品牌，一旦出现大量假冒地理标志农产品销售的主体，不仅会产生物质上的损失还包含精神上的损失，但是农村地区对知识产权的认识和保护意识上还很薄弱，不知道怎么维权，特别是参与跨境电商贸易的小企业存在知识产权的贸易障碍。因此，在农村集体经济组织参与电商产业的知识产权的保护方面，应当发挥国家知识产权局的国家知识产权运营

公共服务平台、电商平台和集体经济组织管理的作用，共同打造农村电商知识产权保护的网络体系，在农村集体经济组织参与电商中的商标、专利、原产地地理标志的注册与登记工作方面进行规范和保护，集体经济组织的管理机构也要对成员进行知识产权和相关法律制度的宣传和培训。

4 结语

农村集体经济组织参与电商产业的发展在制度上还存在着许多问题，近几年来国家在该方面都有很大的调整和改进，从农村集体经济组织主体地位的不确定到《民法典》特别法人的地位，到相关部门出台的一些规章和法律制度，农村集体经济组织在逐渐向好的方面发展，随着国家和人民的不断努力，其参与电商产业的制度也会逐渐适应时代的发展。

参考文献

[1]肖鹏.农村集体经济组织法人属性的再思考——以《乡村振兴促进法》为中心[J].云南大学学报(社会科学版),2021,20(6):126-133.

[2]于晶.脱贫攻坚时代农村电商平台相关法律问题探析[J].科技经济市场,2021(7):122-123.

[3]刘可.农村电子商务发展模式比较分析[J].农村经济,2020(1):81-87.

[4]何宝玉.我国农村集体经济组织的历史沿革、基本内涵与成员确认[J].法律适用,2021(10):9-21.

[5]张崇胜,万国华.农村集体经济组织治理:问题分析与制度完善[J].农业经济与管理,2021(4):55-62.

[6]吕国生.新时代农村集体经济组织财务管理实务[J].中国果树,2022(2):111.