

周莉莉,苗银家,蔡 兰,等.农村电商助力扶贫的作用途径——基于贵州多地的调研分析[J].江苏农业科学,2018,46(11):319-323.  
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2018.11.077

# 农村电商助力扶贫的作用途径 ——基于贵州多地的调研分析

周莉莉<sup>1</sup>,苗银家<sup>1,2</sup>,蔡 兰<sup>1</sup>,金 朔<sup>1</sup>,王 培<sup>1</sup>,郭 依<sup>1</sup>

(1. 贵州大学管理学院,贵州贵阳 550000; 2. 重庆电子工程职业学院,重庆 400000)

**摘要:**基于对贵州省清镇、遵义、修文、湄潭等地农村电商的调查,在掌握实际情况的基础上,运用访谈、田野调查等方法探究农村电商如何通过增加农民收入、降低生产生活成本、增强农民自身发展能力等途径实现脱贫减贫,分析和总结贵州省农村电商扶贫过程中存在的电商扶贫工作政府包揽、社会参与度低、扶贫受益主体错位、扶贫途径单一等突出问题,并提出相应的政策建议,进而为贵州省扶贫开发工作提供理论支撑和政策选择。

**关键词:**农村电商;扶贫;途径;贵州省;存在问题;政策建议

**中图分类号:** F323.8    **文献标志码:** A    **文章编号:** 1002-1302(2018)11-0319-04

2014 年末,全国扶贫工作会议召开,首次将电子商务正式纳入国家扶贫政策体系和工作体系。贵州省作为我国贫困人口最多、贫困面最广、贫困程度最深的省份,其电商扶贫作用具有典型性和代表性。贵州省地形以山地为主,山地、高原占全省土地面积的 87%,是我国唯一没有平原地貌的省份,土地资源的匮乏严重制约着贵州省经济的可持续发展,电商扶贫的到来给贵州省带来了发展契机。2015 年,习近平总书记视察贵州时提到在今后的经济发展中把电子商务作为贵州弯道取直、后发赶超的战略选择,把“三农”问题作为电子商务的主战场、主力军、主渠道。2015 年 10 月,在贵州省“大扶贫”战略的指引下,贵州省拟投 1 亿元资金启动贵州省 10 县电商扶贫试点。

## 1 相关研究

就近几年我国电子商务的发展经营现状来看,起步晚、发展快、重视时间晚、发展程度低是其主要特点。汪向东等认为,我国中西部地区经济发展相对其他地区来说落后明显,而电子商务这一经济发展方式的出现,很大程度上促进了贫困地区经济的发展和水平的提高,有利于我国扶贫工作顺利进行<sup>[1]</sup>。关于农村电商扶贫模式的研究,汪向东等对电商扶贫进行了系统的解释,就当今社会发展来说,互联网走进千家万户,逐步成为社会主流,而扶贫工作也要顺应时代发展进行开创性的发展创新,充分利用网络的现代作用进行扶贫开发,充分将理论与实践相结合<sup>[1]</sup>。此外,洪勇在扶贫帮困方面认为,坚持网络化、信息化的使用,发挥信息优势,进行经济

发展,要坚持战略性的眼光,寻找经济增长点,全力支持贫困地区电商创业与发展,保证必要的政策与财政支持<sup>[2]</sup>。吕丹认为,电子商务在农村的大力发展缓解了就业压力,使农村剩余劳动力得到有效安置,满足了不同层次人群就业的需求,缓解了社会压力<sup>[3]</sup>;李鲁云等全面肯定了电商的发展,打破了空间、时间、市场等一系列传统因素对经济发展的禁锢,使产品经营不再局限于一省一国,真正做到经济全球化,买卖自由化,发展可持续化,从根本上为贫困地区经济发展提供支撑点<sup>[4]</sup>。纵观国内外的相关研究,关于农村扶贫已经有了丰富的理论和实践方面的研究,对于涉农电商的研究也不少,但是关于电商扶贫方面的文献较少。笔者所在课题组尝试通过对贵州省多地的调查研究,深入了解贵州省农村电商的发展状况,在掌握实际情况的基础上,运用访谈、田野调查等方法探究农村电商的扶贫作用途径,分析和总结贵州省农村电商扶贫过程中可能存在的问题,并提出相应的政策建议,进而为贵州省扶贫开发工作提供理论支撑和政策选择。

## 2 贵州省农村电商扶贫的作用途径

从贵州省各调研地的发展来看,农村电商的发展对扶贫具有推动作用。下面将分别从以下几个方面来具体分析贵州省农村电商扶贫的作用途径。

### 2.1 农村电商发展产生的溢出效应,使得农民直接受益

近年来,无论国家层面还是贵州省政府层面纷纷出台有利政策和文件极力鼓励、支持、引导农村电商的发展。2015 年贵州省出资 1 亿元,在全省范围内设立 10 个电商扶贫示范点,助力精准扶贫。另外,各大电商巨头纷纷入驻贵州省,阿里巴巴、京东、苏宁、邮政、电信等也先后进驻贵州省农村地区开展“圈地”运动,抢占农村电商市场<sup>[5]</sup>。其中,阿里巴巴在贵州省铜仁等地建立农村淘宝示范地,京东在贵州省农村全面推行“3P”战略,极大地促进了农村电商的发展,而农民借助农村电商迅速发展的东风,通过电商平台生产销售当地农产品,或提供旅游、餐饮、住宿等服务,或为电商户从事产品配送、包装、销售等工作,实现就地完全或不完全就业。调研发现当地农民在经营销售和服务的过程中对电子商务的应用可

收稿日期:2017-10-06

基金项目:贵州省软科学项目(编号:黔科合 R 字[2014]2027 号);贵州省教育厅人文社会科学研究基地项目(编号:18JD024);贵州大学研究生教育创新基地建设项目(编号:贵大研 SJJD[2015]010);贵州大学喀斯特地区发展战略研究中心课题(编号:K2016YJ02);贵州大学研究生创新基金(编号:研人文 2017049)。

作者简介:周莉莉(1970—),女,贵州遵义人,硕士,教授,硕士生导师,主要从事企业管理研究。E-mail:13608556386@163.com。

通信作者:蔡 兰。E-mail:cailan911@qq.com。

以是直接的,也可以是间接的,有数据显示 85% 以上的人认为网上销售农产品是可行的,且约有 48% 以上的人对于电商销售情况较满意,说明农民对电商发展有一定的信心,当地农民由于参与农村电商的发展而直接受益。总之,农村电商借助政府、电商企业、农民的共同参与得到了迅速发展,当地农民也直接分享了农村电商发展带来的溢出效应(图 1)。

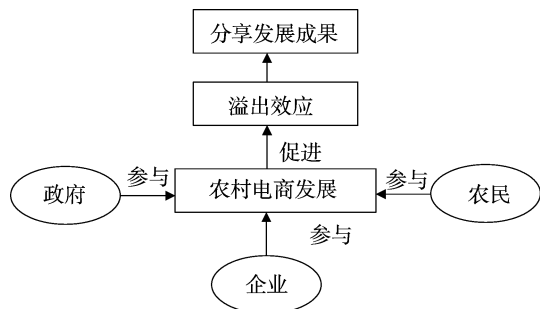


图1 贫困主体分享农村电商发展的溢出效应

## 2.2 农村电商发展促进了当地农民的收入增加

调研还发现,农村电商的发展能够影响农民收入,其作用途径主要有以下 3 种(图 2)。

2.2.1 农村电商发展能够带动与其相关产业的发展,为农民创造更多的就业创业机会 目前,由于农村电商的“遍地开花”,农村电商体系逐渐形成,电商产业链也逐步完善,所以农村电商的发展带动了与其相关产业的发展,如物流快递行业、房地产行业、餐饮行业、教育培训行业、电商服务行业等相关产业的发展<sup>[6]</sup>,能够带动当地贫困人员直接或间接地参与

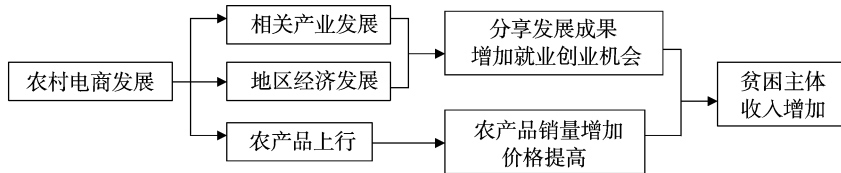


图2 农村电商发展促进贫困家庭收入增加

2.2.3 农村电商发展降低了农民生产、生活成本,提高了生活消费水平

2.2.3.1 农村电商的发展刺激了生产性消费,降低了生产成本 农业生产离不开生产工具与生产资料的购买,而农民用于这些方面的支出属于生产性消费。之前农民购买生产工具与生产资料只通过当地的传统农贸市场获得,因此很难买到价格便宜、质量较好的产品,而现在农民不再受当地农贸市场的限制,可以通过电商平台进行购买,由于减少了交易的中间环节,农民可以买到价格较低、质量好的生产工具及丰富的生产资料,极大地降低了生产成本,提高了农业生产质量。在对修文县和红枫湖两地的调研中发现,每年春耕时节,当地农村电商纷纷开展“农村淘宝春耕大战”,为当地农民提供超千万份的农资,为农民节约近亿元的开销,降低了农民购买农资产品的费用,帮助农民降低生产经营成本,从而实现农民实际收入的提高。

2.2.3.2 农村电商的发展降低了生活成本,提高了生活水平 农村电商的快速发展逐渐深入到农民的生活之中,农民对于电商的认知得到了很大的改变,尤其是电商的发展带动了当地网络基础设施的改善,调研数据显示,农民对当地网络基础设施的总体满意度达 71.43%,当地网络网购条件也逐步成熟,人们开始热衷于网购,通过网络电商平台,农民可以随意

到电商事业中来,从而创造更多的创业就业机会,实现农民收入的增加。

2.2.2 因电商产业的发展带动地区经济的整体发展而获益

农村电商及其相关产业的发展不仅带动了当地交通、金融服务、餐饮、住宿、娱乐等生活配套服务设施的完善,还促进了当地高速公路、高铁、水电、网络等基础设施的发展。如贵州省清镇市红枫湖镇采用“农村电商+乡村旅游”的扶贫模式,极大地促进了当地旅游业的发展,当地的特色农产品葡萄的销量也得到了提升。当地农民对物流、基础设施等方面的满意度也大大提升。调研数据显示,55.56% 的人表示接触电商后家庭经济状况得到了很大程度的改善,而对物流满意程度的调研结果显示,村民对其满意的占比高达 89.59%,对当地网络基础设施的总体满意度达 71.43%。可见,当地农村电商的发展产生了溢出效应,当地农民分享到了电商发展的成果。

2.2.3 农村电商发展能够促进农产品上行 电子商务进农村之前农产品的外销主要依靠当地商贩的下乡收购,这种传统的外销模式使得农产品从生产者到消费者之间经过很多环节,增加了交易成本<sup>[7]</sup>;另外,由于对市场需求信息获取滞后,迫使农产品出现“卖不出”的滞销困境,而农村电商的发展一方面让当地农民可以利用电商平台直接销售其农产品,省去中间环节,极大地降低了交易成本,提高了农产品的销售价格;另一方面农民也可以通过电商平台及时了解市场信息,调整农业生产,提高应对市场风险的能力,实现农产品“卖得出、卖得好、有得卖”的良好局面,进而大幅提高农民的收入。

浏览每个商品的价格并进行货比三家,农民购买生活用品的选择更加丰富,相比于传统实体市场来说,不仅可以节约购买时间,也可以节约购买生活用品所产生的车费,大大节约了开销,降低了生活成本,提高了实际生活水平(图 3)。

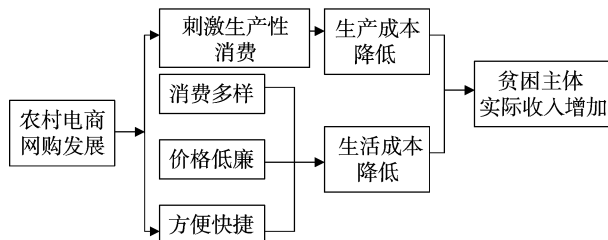


图3 农村电商对贫困家庭节省开支的促进作用

2.4 农村电商发展促使贫困主体参与进来,提升自身发展能力

自贵州省提出电商扶贫战略以来,农村电子商务遍地开花,农村电商的快速发展为农民在市场竞争方面提供了一个相对公平的网络平台及信息交流、互动进步的网络体系,扩大了接触范围,打破了地域枷锁,进一步提高了生产积极性<sup>[8]</sup>。调研结果表明,当地村民能够主动获取电商知识,村民了解电

商的主要途径有相关部门的培训、自学、与他人交流等。其中相关部门培训占 47.06%，自学占 23.53%，与其他人交流占 17.65%。所以，农村电商的快速发展需要农民在市场、客户、信息整合方面进行必要的努力与竞争，这不仅在一定程度上发展了电商的多方面技能，而且丰富了农民的信息量，提高了知识水平，进而实现整个行业、整个地区的经济发展（图 4）。这在农村贫困地区尤其重要，因为农村贫困地区贫困主体的发展能力提升正是扶贫的本意所在。

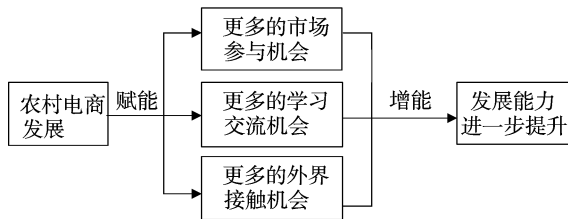


图4 农村电商对农村居民发展能力的提升作用

综合分析可知，贵州省农村电商的扶贫作用主要体现在以下 3 个方面：一是农村电商发展通过为农民提供参与机会、增加就业、促进地区整体经济发展，从而促进当地农民的收入增加；二是农村电商发展能够为农民节约时间和费用、提供优质产品，降低农民生活成本，从而促进贫困主体实际收入的增加；三是农村电商发展为农村居民提供了参与市场竞争、学习交流以及接触外界的机会，分享发展成果，实现自身能力的提升（图 5）。

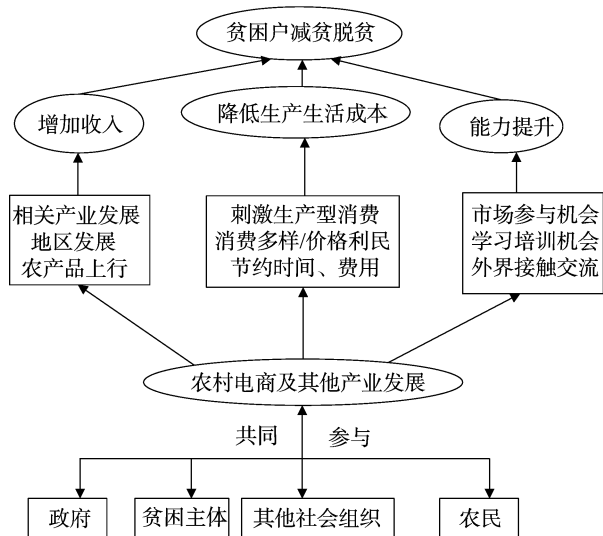


图5 贵州省农村电商扶贫的减贫脱贫促进机制

### 3 贵州省农村电商扶贫中存在的问题

#### 3.1 电商扶贫工作政府包揽，社会参与度低

自贵州省提出电商扶贫战略以来，各地以县级地区的农村电子商务发展为突破口，投入大量的人力、物力、财力，给予更多的支持与帮助；在贵州省政府有关部门的共同努力下，发挥模范带头作用，实现电子商务的快速发展，目前拥有 19 个国家及省级电子商务示范县、10 个扶贫单位、200 多个电商培育点。这样的推动力度是其他地区没有的，创造了可复制借鉴的“贵州经验”。而对村民获取电商知识途径的调研发现，村民了解电商的主要途径为相关部门培训，在各种途径中占

47.06%，说明村民获取电商知识的途径相对来说较狭窄，主要依靠政府的宣传引导（图 6）。

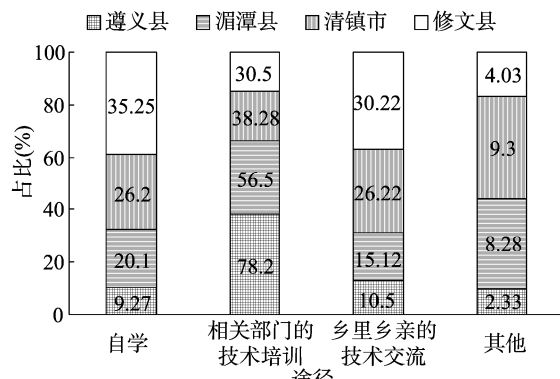


图6 村民们获取电商知识的途径

#### 3.2 电商扶贫受益主体错位

就目前的发展状况来说，在对贫困地区的扶贫帮困过程中只有一小部分经济眼光独特和知识水平较高的人分享到了农村电商发展的益处，更多个体经营者、贫困人群收益不大或毫无收益<sup>[9]</sup>。调研过程中，笔者所在课题组对“农村电商是否改善家庭经济状况”这一问题进行了深入的调查访谈，了解到只有 55.56% 的人认为电商对家庭的经济状况有所改善，其余的人认为电商对家庭经济并无明显效果，说明各地农村电商扶贫对于农户家庭经济情况的改善效果并不显著。另外，“在电商扶贫过程中谁受益最多”这一选项中，只有 29.86% 的拥有产品的农户认为受益者是农民，可见当前电商扶贫仍存在一定的问題，主要体现在利益分配不合理，使得农民的获得感不强（图 7）。

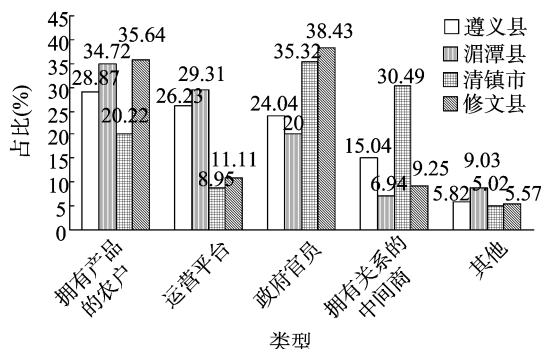


图7 农村电商扶贫过程中谁受益最多

#### 3.3 农村电商扶贫机制仍待优化

通过对电商扶贫发展关键因素的调研发现，把握电商发展规律，优化电商扶贫机制这一因素几乎接近 50%（图 8），可见，电商扶贫的发展主要还是须要从机制上入手，发现其中的规律并有效地保障电商扶贫的发展。

#### 3.4 农村电商扶贫途径单一

通过对电商主要扶贫途径的调研发现，对农村剩余劳动力的转移安置比例最高，为 31.97%。从各个地方来看，修文县、湄潭县、虾子镇主要依靠带动农村剩余劳动力转移安置这一途径达到对电商的扶贫目的，而清镇市则主要依靠当地相关产业的发展来带动电商扶贫，可见当地农村电商扶贫的途径较单一（图 9）。

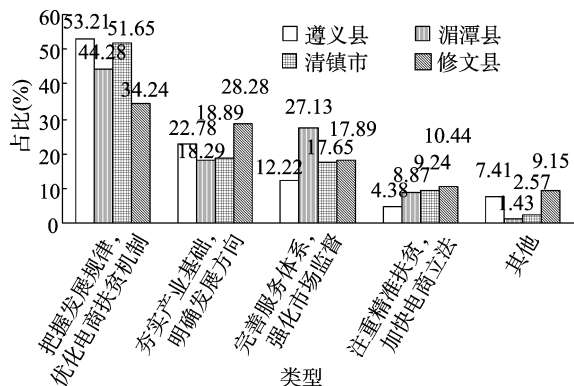


图8 农村电商扶贫发展的关键

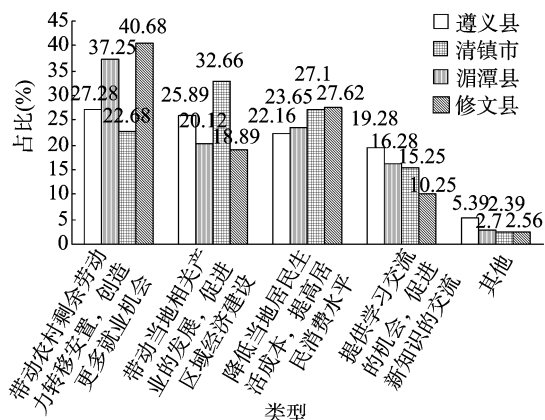


图9 农村电商主要扶贫途径

### 3.5 贫困户接受帮扶的转化率较低

通过对电商扶贫短板的调研发现,贫困户自主开展电商能力较弱,占比最高,达到 29.55%,其他短板因素的比例分布则较平均(图 10)。说明贵州省电商扶贫中最大的障碍因素是贫困户自身发展电商的意识和能力不足,农村的电商从业人员由于缺乏社会资本、受教育程度低等资源禀赋问题造成了自主开展电商的能力较弱,所以扶贫不应只是加强硬件设备的投入,还更应关注农村电商从业者的社会资本获得<sup>[10]</sup>。

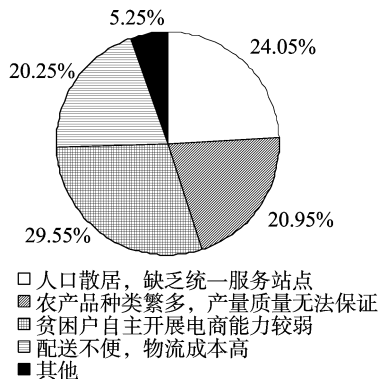


图10 农村电商扶贫的短板

## 4 推动贵州省农村电商扶贫的措施

### 4.1 推广“三位一体”+“贵农网”发展新模式

以发展农村电子商务为突破口,深化供销社综合改革,着力打造“贵农网”综合电商平台,推动供销社与互联网融合发展。开创“三位一体”+“贵农网”精准扶贫的供销发展新模

式,供销社与农民专业合作社、社员股金服务社三者深度融合,形成统一的综合发展体。其中,农民专业合作社负责组织生产加工,供销社负责农资供应、技术服务和产品销售,社员股金服务社负责调剂和保证生产资金。三者有机结合,将农业从生产到加工到销售的各个产业链串联起来,使资源变股权、资金变股金、农民变股民,实现农业生产的多元化、立体式发展。

### 4.2 创新扶贫途径,支持贫困户持股

积极寻求、探索与电子商务经营方面的成功者进行深层次的合作,开展股份制经济合作机制,县扶贫财政资金、贫困户持现金都可以入股,进行多方面的合作,扩大收入,充分发挥电子商务先行者的带头作用,确保经济发展的稳定性、科学性、合理性、长远性。对股份制经济主动探索创新,搭乘农村经济改革的快车,以三权为切入口,积极发展“土地折价入股”“现金持股”等农民“合作增收”模式,使农民成为企业的股东,让农户人人持股、人人享受分红,提高经济收入,改善经济水平和生活水平。

### 4.3 实施“互联网+农业”和“互联网+乡村旅游”行动计划

绿色产品、生鲜食品的社会需求缺口较大,对于贫困地区来说,应该鼓励发展有机农产品,应加强这方面的销售能力,加大销售规模<sup>[11]</sup>。充分利用电子商务这一平台,在网上建立专门的经营机构和体系,利用网购的便捷条件,充分发展销售。除了发展有机农产品之外,还应该利用电子商务发展特色旅游。贵州省农村有着其他地区难以匹敌的旅游资源,如古村落和自然风光等,这点可以在电商平台上充分宣传,并以此带动贫困地区农家乐的发展,发展田园经济并扩大影响力和知名度,吸引更多的游客,促进旅游业发展,提升经济发展水平并提高农民收入。

### 4.4 三方联动,协同发展

人的合理定位和分配是电子商务发展的首要条件。要统筹政府、农民和企业之间的关系,协调合作又要各司其职,密切合作又要互不干涉,只有这样才能发挥电子商务对扶贫展开的促进作用。政府充当的角色应该是帮扶者,是宏观的调控者,是方向的把握者,不仅要为其发展提供必要的资金和技术支持、政策和条件优惠、品牌和产品宣传、经营和管理培训,还要制定正确的、符合实际的、切实可行的政策法规,提供科学的方法并贯彻落实到基层,坚持对贫困地区、贫困户的支持和帮助,保证其参与和受益。贫困户的角色无疑是产品生产者,要对产品的生产包装负责,在扶贫脱困的过程中,产品生产方面才是农民最大的优势,网商、微商无疑是对农民的错误引导,农民应该只负责生产,销售则是电商企业的任务和职责。电子商务更多是辅助性作用,帮助完成贫困农民自己无法完成的“产品拍摄、网络传播、在线交易、物流打包”等,而不是改变农民的社会角色分工。

### 参考文献:

- [1] 汪向东, 张才明. 互联网时代我国农村减贫扶贫新思路——“沙集模式”的启示[J]. 信息化建设, 2011(2): 6-9.
- [2] 洪勇. 我国农村电商发展的制约因素与促进政策[J]. 商业经济研究, 2016(4): 169-171.
- [3] 吕丹. 基于农村电商发展视角的农村剩余劳动力安置路径探析[J]. 农业经济问题, 2015(3): 62-68.

刘伟,刘鹏,常征.我国农家乐发展现状及其影响因素分析[J].江苏农业科学,2018,46(11):323-327.  
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2018.11.078

# 我国农家乐发展现状及其影响因素分析

刘伟<sup>1</sup>,刘鹏<sup>2</sup>,常征<sup>1</sup>

(1.文山学院环境与资源学院,云南文山 663099; 2.文山学院体育学院,云南文山 663099)

**摘要:**农家乐既是一种独特的休闲娱乐发展形式,也是乡村旅游的形式之一。乡村休闲旅游是一种很受欢迎的旅游,在当今中国发展迅速,农家乐在中国主要有 2 种类型,一是城镇休闲娱乐型,二是景区依托型。从农家乐的概念、开发模式、存在的问题及对策、对社会影响以及影响农家乐发展因素进行了较为详细的分析。

**关键词:**农家乐;休闲旅游;发展现状;影响因素

**中图分类号:**F323.4 **文献标志码:**A **文章编号:**1002-1302(2018)11-0323-05

农家乐具有悠久的发展历史,起源于西方的乡村旅游,乡村旅游在欧美等地区的许多国家比较盛行,因此存在很多乡村旅馆和饭店,旨在为乡村旅游的游客提供方便的食宿,流传到我国后演变为农家乐。我国的农家乐在改革开放后出现,自 20 世纪 90 年代兴起,现在比较流行。我国的农家乐主要有 2 种类型:一是城镇休闲娱乐型,二是景区依托型<sup>[1]</sup>,目前主要以城镇休闲娱乐型为主,大多分布在城镇周围,每到周末或其他节假日消费人数急剧增加,是城镇从业人员减压、聚会、休闲的重要场所,也为郊区农民增收提供了一个重要渠道。但是,这种类型的农家乐存在很多问题,都是农户分散经营,没有统一的规划,没有规范,许多没有特色,农户看见邻居有利可图就盲目跟风,造成乱、滥等许多弊端。而且许多农家乐庄园只提供棋牌和饮食服务,变成了亲友间间接小赌的场所,服务单一,没有更好的发展前景。景区依托型在中国农家乐的发展中占有的比例不大,在一些离城区较远的景区,尤其是小型景区有发展的趋势,比如云南建水的燕子洞景区周围以及广南坝美村景区内部就存在农家乐。这种类型的农家乐同样存在很多问题,由于起步不久,如果在发展的同时进行合理的规划和规范,将对其健康发展起到少走弯路、事半功倍的效果。目前国内的景区依托型农家乐依赖的景区主要是民族文化型和乡村生态观光型<sup>[2]</sup>。

## 1 农家乐的概念及其特征

农家乐作为一种新兴的旅游产业形式、一个具有中国特色的旅游品牌,现在已经风靡全国各地。何为农家乐?不同的标准有不同的解释,定义较多,很难确定其具体的内涵。有人认为,农家乐是以农村休闲为主要内容的旅游形式,是指在乡村地区开展的以特有的乡村人居环境、乡村民族文化,乡村田园风光,农业生产及自然环境为基础的旅游活动。很多学者认为,农家乐就是乡村旅游的表现形式之一<sup>[3]</sup>。综合各种不同的解释,结合农家乐的特点,可以给农家乐下一个定义:从狭义上讲,是各地农村农民利用当地的自然风光、庭院、果园、鱼塘、河面等生态条件、民俗风情、传统文化、饮食特色等进行观光、休闲、娱乐、餐饮、购物、健身等为一体的活动。然而,随着农家乐的进一步延伸与发展,城市农家乐、工厂农家乐、军营农家乐、科技农家乐等也日益增多,因此农家乐的内涵也更加丰富多彩,所以,从广义上讲,农家乐是一些行业通过展示自身的行业特色而进行的一系列旅游观光活动。它必须具有娱乐性、文化性、教育性、消遣性等特点。

## 2 农家乐研究现状

目前,国内外对农家乐的研究主要集中在农家乐开发模式,农家乐发展中存在的问题及其对策,以及发展农家乐对生态、经济、社会的影响 3 个方面。

### 2.1 农家乐开发模式

中国的农家乐主要有 2 种类型:一种是城镇休闲娱乐型,另一种是景区依托型<sup>[1]</sup>,目前以前一种为主。在国外,不同国家的农家乐类型有所不同。日本的农家乐大多以农场为基

收稿日期:2017-02-09

基金项目:云南省高校卓越青年教师培养项目(编号:201592)。

作者简介:刘伟(1977—),男,湖南祁东人,硕士,副教授,从事植物学与农业经济方面的研究。E-mail:liuweio0780@126.com。

[4]李鲁云,康念福,潘利,等.互联网时代电商扶贫致富大有可为[J].广东经济,2015(1):24-27.

[5]卿春,吕骥,李爽.贵州省农村电商扶贫新模式探索与研究——基于贵州省台江县实施农村电商扶贫的启示[J].贵州商学院学报,2017,30(1):27-30.

[6]杨永超.供给侧改革背景下我国农村电商发展动态及创新发展研究[J].商业经济研究,2017(5):58-60.

[7]穆澜.O2O模式在农产品流通体系中的应用思考[J].商业经济研究,2017(3):105-107.

[8]郑瑞强,张哲萌,张哲铭.电商扶贫的作用机理、关键问题与政策走向[J].理论导刊,2016(10):76-79.

[9]高光涵,李晚莲,胡翔凤.“互联网+”模式下农村电商扶贫工程实施中的问题探究——基于湖南省溆浦县的实地调查[J].湖北农业科学 2017,56(9):1782-1786.

[10]张岩,王小志.农村贫困地区实施电商扶贫的模式及对策研究[J].农业经济,2016(10):58-59.

[11]于爽.“农村电商”与传统产业融合发展探讨[J].商业经济研究,2017(5):61-63.