

杨兴龙,赵宪军,李 焱. 电子商务推动贫困地区发展路径——以察布查尔县为例[J]. 江苏农业科学,2019,47(1):322-326.
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2019.01.075

电子商务推动贫困地区发展路径 ——以察布查尔县为例

杨兴龙¹, 赵宪军¹, 李 焱²

(1. 河北农业大学经济贸易学院, 河北保定 071000; 2. 河北农业大学国有资产管理处, 河北保定 071000)

摘要:当前我国正处于扶贫发展的攻坚阶段,如何促进贫困地区发展,全面建成小康社会成为国家和各级政府着力和迫切须要解决的问题,同时也成为社会各界所关注的热点问题。互联网技术的深入发展所带来的溢出效应日益显现,为促进贫困地区发展带来了新的理念、模式与机遇。电子商务作为互联网技术发展的重要载体,与贫困地区的自然、生态、特色农产品优势相结合,嵌入到贫困地区农业产业发展链条上的每一个环节,可解决贫困地区信息不对称、交易难等问题。新疆维吾尔自治区察布查尔锡伯自治县(简称察布查尔县)作为国家级贫困县,将电子商务与农村主导产业相融合,推动贫困户创业就业,提高贫困户增收致富能力,形成“智慧县城+民俗乡村+精品生态农业”的发展路径,探索出独有的农村电子商务“政策(policy)”“平台(platforms)”“产品(products)”“培训(training)”PPPT扶贫发展模式,促进了当地经济的发展,为实现脱贫致富的目标打下了坚实基础。

关键词:互联网技术;贫困地区;农村电子商务;特色农产品;模式

中图分类号: F323.8 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2019)01-0322-04

贫困问题现已成为最主要的世界性难题之一,各国政府都在通过不同的方式来解决本国的贫困问题。我国作为世界上人口第一大国,贫困人口所占比例位于世界前列,解决贫困问题成为历届政府工作的重点,并为世界扶贫事业的发展提供了有益经验。改革开放以来,我国大力推进扶贫开发,特别是随着《国家八七扶贫攻坚计划(1994—2000年)》和《中国农村扶贫开发纲要(2001—2010年)》的实施,扶贫事业取得了巨大成就。经过这些年来的努力,我国成功走出了一条中国特色扶贫开发道路,使7亿多农村贫困人口成功脱贫,为全面建成小康社会打下了坚实基础。但由于当前我国经济发展水平整体偏低,区域性差距较大,制约贫困地区发展的深层次矛盾问题没有得到有效解决^[1],特别是环境恶劣、资源匮乏的连片特困地区扶贫任务仍然十分艰巨。当前,我国大体形成了专项扶贫、产业扶贫、社会扶贫等3种扶贫路径。扶贫方式正在由单一的政府主导扶贫向旅游扶贫、能力扶贫、电商(电子商务)扶贫、智力扶贫、产业扶贫、观念扶贫等多元扶贫方式转变^[2],且依托于互联网技术兴起的电商扶贫以其自身独有的优势,正在被越来越多的贫困地区应用于实践当中。随着2015年“互联网+”上升为国家战略,同时中共中央国务院发布的《关于打赢脱贫攻坚战的决定》将电商扶贫正式纳入了精准扶贫工程,电商扶贫成为当前新的扶贫方式,也是最有效的方式之一,扶贫路径也由传统的“输血式”扶贫向

“造血式”扶贫方向转变,为加快贫困地区扶贫进度,实现精准扶贫,促进农民增收带来了强劲动力。

1 电子商务促进贫困地区发展机制分析

贫困地区发展历史沿革、具体成因、发展阶段具有动态变化特征,须要划分为不同的类型,采取不同的反贫困策略。国内大部分学者将贫困地区致贫的主要原因归结为2类,一类是内源式贫困,另一类为外源式贫困^[3]。内源式贫困产生的原因主要是贫困主体思想观念滞后,受教育水平低,缺乏必要的劳动技能等;而外源式贫困产生的原因主要是市场发育程度较低,区域发展投入不足,制度供给落后,自然资源匮乏,生态环境脆弱等。同时,贫困地区在发展过程中受到的各种制约因素,使得当地生态环境持续良好,大气环境和水资源等都保持原有形态,这就为当地发展绿色产业提供了良好的环境基础;我国大部分贫困地区拥有独特的地理位置、丰沛充裕的水土光热资源,为发展特色农业提供了得天独厚的条件;再加上当前国家政策的大力支持以及互联网技术的溢出效应和零边际成本的影响与推动,使得贫困地区具有后发优势。

因此,电子商务为互联网技术发展的衍生产物和重要载体,将其发展模式、路径与贫困地区优势相结合,成为破解贫困地区内源式贫困与外源式贫困的重要手段与方法之一,有助于贫困地区实现跨越式发展。

1.1 提高贫困主体内生动力,克服内源式发展障碍

传统的“公司+农户”发展模式是在政府主导下,贫困主体的被迫选择,导致贫困主体缺乏积极性,对市场信息了解不充分,出现产品滞销的现象。电子商务的推动与发展扩大了贫困主体的产品销售市场,同时也增加了地域之间农产品的竞争性,倒逼贫困主体提高农产品质量,主动学习一些基本的电商技能,了解最新的市场信息,并在电商平台上寻找更多资

收稿日期:2017-09-18

基金项目:国家自然科学基金(编号:Y401071101)。

作者简介:杨兴龙(1991—),男,河北丰宁人,硕士研究生,主要从事农村与区域发展研究。E-mail:1587204397@qq.com。

通信作者:赵宪军,硕士,教授,主要从事区域经济学研究。E-mail:1354624914@qq.com。

源从而促进农产品销售,提高自身收益。

1.2 打破市场边界与限制,解决外源式贫困困境

贫困地区发展滞后的主要原因在于市场发育程度低、信息不对称,本地区产品供给与外部市场需求不能实现有效衔接,导致贫困主体农产品滞销、难卖的现象成为常态。电子商务的优势在于可以让产品对接互联网大市场,改变贫困地区的市场基因,通过电子商务平台实现物流、商流、信息流的时时连接^[4],进而提高贫困主体参与市场的能力,降低交易成本和信息成本,提升自身发展潜力,最终实现脱贫致富。

1.3 电子商务促进贫困地区发展的实现条件

贫困地区大多位于交通不便,信息闭塞,生产生存环境恶劣的山区,以传统的自给自足小农经济为主,缺乏特色产业支撑,难以形成空间集聚效应^[5]。然而,电子商务发展依托于互联网技术,需要良好的信息基础设施作为支撑。农产品在电商平台上的供给销售需要发达的物流体系作为支持,这就需要便捷的交通条件作为依托。农村电子商务的发展涉及到政府、企业、农户等利益相关主体,贫困地区发展电子商务不仅须要政府的大力支持,更依赖于企业与农户的广泛参与^[6]。因此,在具备发展农村电子商务条件的贫困地区,政府层面要加强制度供给、政策支持和财政投入,建立发展电子商务的基础设施;企业层面要根据自身的资源与优势,建立农产品产业链,增加农产品附加值;农户层面要根据当地独特的生态自然环境,生产特色农产品,这样才能有助于农产品销售,增加收入,进而实现脱贫致富(图1)。

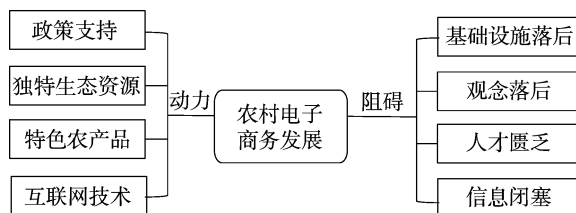


图1 贫困地区发展农村电子商务动力与阻碍

2 察布查尔县电子商务扶贫发展路径分析

察布查尔县位于新疆维吾尔自治区西天山支脉乌孙山北麓,伊犁河以南,与伊犁哈萨克自治州首府伊宁市隔河相望,西与哈萨克斯坦国接壤,是全国唯一以锡伯族为主体的多民族聚居自治县,同时也是边境县、开放县、国家级扶贫开发重点县。目前,全县总人口 19.2 万人,其中贫困人口 10 847 人。2015 年以来,县委、县政府以精准扶贫为基本方略,充分运用互联网技术优势,借助“互联网+电子商务”进农村示范县的有利契机,把互联网新经济形态引入农村,与农村主导产业相融合,推动贫困户创业就业,提高贫困户收入,旨在打赢扶贫攻坚战,进而实现“全面脱贫”的奋斗目标,察布查尔县成立“互联网+电子商务”精准扶贫工作领导小组,并利用电视台、微信公众号、报纸等媒介大力宣传电子商务扶贫的相关政策,积极营造电商扶贫的浓厚氛围。察布查尔县根据自身实际情况,提出“智慧县城+民俗乡村+精品生态农业”的发展方式,有序推进“1 个中心 2 层站点 3 级服务体系”建设,形成了其独有的“政策(policy)”“平台(platforms)”“产品(products)”“培训(training)”PPPT 发展模式。

2.1 察布查尔县电子商务促进扶贫发展建设的主要内容

2.1.1 成立察布查尔县电子商务公共服务中心 察布查尔县为充分发挥电子商务所带来的技术、信息、渠道、成本等优势,进一步带动本地特色产业发展,投资 360 万元建设了 1 768 m² 的察布查尔县电子商务公共服务中心,2015 年 8 月正式投入运营,截至 2016 年 7 月,该公共服务中心交易总额达 2 212 万元,其中网上订单总数达 110 135 单。县域电子商务运营中心不仅为电子商务在本县发展提供服务和组织保证,还带动了当地青年就业创业。县电子商务公共服务中心主要设置机构有:(1)电子商务运营中心。其职能主要是公共服务中心的电子商务业务运作、网络平台资源管理对接、农产品上行、工业品下行、财务核算等;还包括文案策划、商品拍摄、商品描述制作、商品销售、客服咨询、各类电商平台管理运营等。(2)电子商务协会。主要职能是集合所有产业协会、金融机构、物流快递企业、企业协会、合作社及政府部门项目形成一套完整的上游资源供应体系,并对各类扶持政策进行评定,对接政府、行业、企业不同主体,服务电子商务个人及企业网商。(3)O2O(线上到线下)体验中心。主要是实物展示销售店,不但可以现场交易还可以通过电子商务手段现场下单送往指定地点,并作为中心的产品实体库,中心店+其他线下实体店为主,实现线上与线下的有效链接。(4)物流仓储配送中心。其主要职能是商品存储、销售商品包装及配送,聚合整体区域电子商务快递,集约化管理,精细化运营,降低物流配送成本,提升产品竞争力。(5)人才孵化中心。主要负责整合培训、咨询、项目、师资等各方面资源,培养及输送具备电商技能的专业人才,为电子商务创业及企业提供人才保障与支持。(6)电子商务战略研究中心。其主要职能是对宏观市场环境进行分析,收集市场有效信息并进行加工整理,在充分掌握自身优劣信息的基础上,对区域电子商务模式进行分析总结,并对外发布权威结论,给予个人和相关企业支持,降低其信息成本。另外,公共服务中心还设有质量检测中心、摄影室、接待室、会议室、招商办公室等。

2.1.2 建设乡(镇)、村级电子商务服务站 依托互联网技术电子商务的巨大优势在于可以将各个分散的点连接成线进而扩展到面,形成点线面网络状结构,最终实现资源的合理配置。察布查尔县投资 225 万元,完成 15 个乡(镇)级、42 个村级电子商务服务站建设,乡(镇)级网点覆盖率达 100%,行政村覆盖率达 90%,为村民提供电商代买、代卖和便民服务,实现农村特色产品网络销售、购物、缴费支付、取送货品、商品集散及信息交互等基本服务功能。乡(镇)、村 2 个层级服务站建设突破了乡(镇)、村物流成本高以及信息闭塞的瓶颈,降低了外生交易成本,促进了商流、物流、信息流在县(市、区)、乡(镇)、村之间的流动,形成了一个完整的内部循环市场,保障了信息在不同层级之间的有序高效流通。

2.1.3 县(市、区)、乡(镇)、村 3 级物流体系建设 交通不便、信息闭塞、物流成本过高是制约贫困地区发展的关键变量。察布查尔县充分认识到解决物流问题、保障农产品供给快速流动是推动扶贫发展、促进农民增收的重要举措。首先,察布查尔县整合现有资源,在县城建设集仓储、配送、包装、分拣等功能为一体的 1 200 m² 物流中心,同时为乡(镇)级服务站配备物流机动车 19 辆,村级服务站配备非机动车 43 辆,

以保障农产品高效快速流通。其次,建设县(市、区)、乡(镇)、村3级网点物流信息共享平台,完成了物流配送资源的有效整合,实现物流配送信息全覆盖,并充分利用当地乡(镇)客运站资源,将客运站、交管站、农村物流网点相结合,形成多站合一的物流配送模式^[7]。最后,先后与圆通、百世汇通、邮政、德邦等4家快递公司合作,派送范围覆盖15个乡(镇)及65个行政村,以物流、快递公司和服务站、点协作配送的方式,实现疆外、疆内、县(市、区)、乡(镇)、到村入户的5级循环物流配送体系。目前,企业资源计划(ERP)物流数据显示,县级服务中心日均收发物品345件,乡(镇)级服务站日均收发物品112件。3级物流体系建设与2级站点相结合,不仅扩大了每个村的物流快递业务量,还承担起快递代收、代发工作,大大节省了物流人工、时间和运输费用。通过政府推动与当地村村通物流体系互补承揽村级物流“最后一公里”配送业务,把各家快递公司分散的业务整合在一起,从而逐步达到规模经济,最终打造一条兼备公益性与盈利性的乡村物流体系,完成县(市、区)、乡(镇)、村“三位一体”的物流配送体系建设。1个公共服务中心、2层服务站点、3级物流体系建设形成的巨大主体网络,破解了察布查尔县依托互联网技术促进电子商务扶贫发展的制约条件,将技术流、信息流、物流连接在一起,基本解决了贫困地区物流成本过高、市场发育程度低、信息不对称等外部性问题,实现了本地区跨越式发展的目标(图2)。

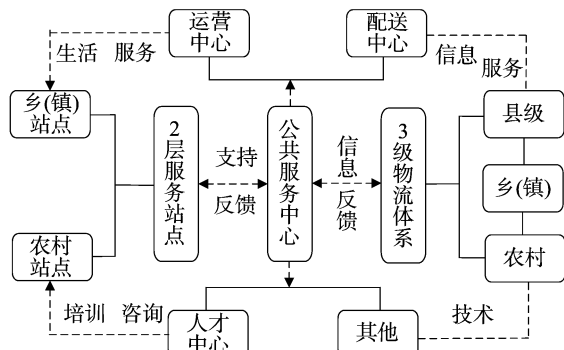


图2 察布查尔县电子商务发展建设互动体系

2.2 察布查尔县电子商务“PPPT”模式

2.2.1 政策支持 贫困地区电子商务发展最关键的因素是政府在政策上的大力支持,为电子商务的发展提供交通、通信等基础设施服务,并在人力、物力、财力上提供保障。察布查尔县针对贫困主体现状,首先,对贫困人群免费开展电子商务培训,并给予食宿补贴,帮助贫困户通过电子商务实现就业。其次,鼓励贫困人员在网上开店创业,对稳定经营半年以上的商户给予2000元补贴。再次,针对开展电子商务的贫困人群给予50%宽带费补贴,减少贫困主体投入成本。最后,察布查尔县根据当前的产业布局,帮助开网店的贫困人群开发适宜营销的当地特色农产品,并协调加工销售企业给予高于市场20%的收购价格,差价由政府进行补贴,降低贫困人群参与市场的风险,充分保障贫困主体收益不受市场波动的影响。

2.2.2 平台建设 电子商务最大的优势在于可以共享平台资源,实现信息共享。察布查尔县通过建立县域电子商务公共服务中心及电子商务服务站引导有能力的企业或个人在第三方平台,如淘宝、天猫、京东等电商平台上开店,进行特色农

产品的交易和销售(图3)。然而,很多农村消费者的商品需求,如农业机械、农用物资等在这些平台不能完全获得满足,因此建设了新疆巴扎网察布查尔站网络平台,以满足新疆农村电商用户的需求。新疆巴扎网为满足农村卖家和买家需求从规划和设计上进行充分考量,从农需品下乡和农产品进城2个方向进行组织和实施。同时新疆巴扎网平台是一个开放的平台,可以跟其他电商平台实现无缝对接以及进行相关合作,内容涵盖农产品上行、生活日用品下行,且具有农资、农机具购置以及代买代卖、充值缴费、代收发快递等多种功能。平台覆盖全县6个社区、15个乡(镇)级服务站、42个村级服务点,已经与18家企业、20家合作社建立了合作机制。察布查尔县的双平台建设,不仅实现了农特产品“走出去”,同时也实现了农资商品“引进来”,通过连接内外市场,在促进贫困主体增收的同时也便利了其生活生产。

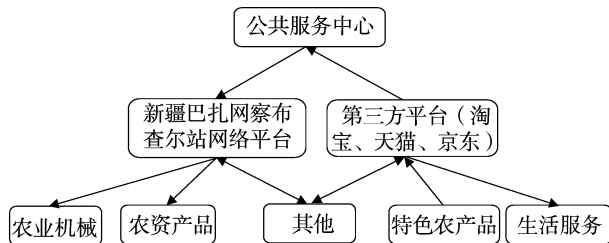


图3 察布查尔县农村电子商务双平台建设

2.2.3 特色农产品 依据迈克尔·波特竞争优势理论分析,贫困地区最大的优势在于利用独特的生态资源发展特色优势农业产业,提高贫困地区农产品的竞争优势^[8]。因此,特色农副产品成为贫困地区借助电子商务实现跨越式发展的第一要素。察布查尔县独特的地理位置、良好的生态资源环境为发展特色农业、供给特色农产品提供了良好的自然优势。在政府的指导下,通过对市场风险进行评估和预测,并与相关企业进行对接,各地区根据其自身的特点,引导和帮助贫困人群发展与生产农特产品。如绰霍尔乡帮助农户养殖土鸡、销售土鸡蛋等;孙扎齐镇引导农户发展和销售奶皮子、干豇豆等;海努克乡利用其独特优势制作熏马肠、风干羊肉等。不同地域的农特产品通过服务站点进行网络营销推广,实现产品在伊宁市周边及县域内的市场销售,差异化的农特产品供给不仅提高了贫困人群的收入,还避免了当地农产品之间的正常竞争,规避了市场饱和带来的产品滞销风险,进而实现双赢。

2.2.4 培训体系建设 由于贫困地区许多贫困主体文化水平偏低,思想观念较落后,且年龄层次普遍偏高,接受新事物的能力有限,因此,农村电子商务发展的关键是着力解决电商人才供应不足的问题。察布查尔县充分认识到专业人才对发展农村电子商务的重要意义,联合人力资源和社会保障局、察布查尔县科技局、察布查尔县扶贫开发领导小组办公室、察布查尔县残疾人联合会等按照不同层级有计划地举办电子商务培训,并通过电子商务培训带动大众创业、万众创新。察布查尔县以农村无业青年、返乡大学生、返乡农民工、农村妇女、残疾人等为培训重点,开展电子商务技能培训,让这些人群充分掌握电子商务技能,进而增加自身收入并获得可持续生计能力。自实施农村电子商务技能培训以来,迄今培训人次已达6600人次,覆盖面达90%以上,2015年农村创业就业400余人,2016年达到480人,其中电子商务服务站点从业人员78

人,网上开店学员 66 人,经营微商学员近 400 人。通过具有针对性、计划性的培训体系建设,不仅促进了贫困主体就业,还增加了贫困主体的收入与获得感,对于实现察布查尔县脱贫致富发挥着关键性作用。察布查尔县根据当地实际情况,

利用本地区优势资源,走出了一条符合其发展实际的农村电商扶贫发展道路。察布查尔县的农村电商扶贫模式在促进贫困主体增收,促进当地经济发展方面发挥了显著作用(图 4)。

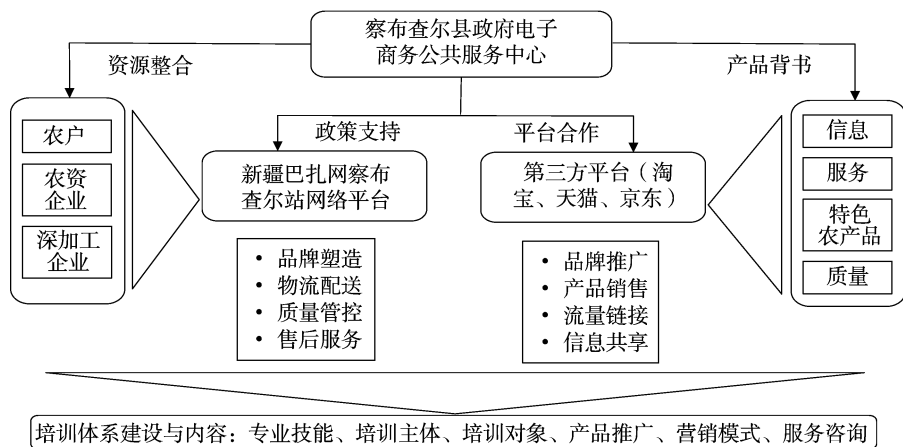


图4 察布查尔县电子商务发展模式

3 察布查尔县电子商务扶贫发展不足

察布查尔县作为国家级贫困县,在运用农村电子商务推动扶贫发展方面走在了时代前沿,充分利用当地优势资源并根据当地实际情况,建立了其独有的“PPPT”农村电子商务发展模式;为其他贫困地区创新了扶贫发展方式,利用电商扶贫提供了重要路径及有益实践。但同时应看到察布查尔县在农村电商发展过程中也面临着许多不足,主要集中在以下几个方面。

3.1 政府层面

当地政府作为扶贫攻坚的主体、推动者、倡导者,在推动当地经济发展,脱贫致富过程中发挥着最关键的作用,然而通过实地调研发现,政府在政策支持和制度供给上还存在明显不足。首先,缺乏对相关市场主体的引导与帮扶。由于察布查尔县发展受多重因素制约,市场发育程度低,个体农户参与市场能力弱,因此须要政府引进和帮助一些有实力、有潜力的企业发展壮大,做大做强,培育龙头企业,进而带动当地经济发展,实现脱贫致富的目标。其次,缺乏对个体贫困农户参与电商扶贫项目的激励机制。近 2 年随着电商扶贫的深入发展,察布查尔县实现线上交易额达 2 350 万元,完成订单交货量累计约为 120 568 单,直接和间接带动贫困主体脱贫致富达 2 835 人,但是目前参与电商扶贫项目的相关主体主要为企业、个体工商户、具有一定经济实力的大户和乡村精英,而个体贫困户由于自身发展条件制约,很难从电商扶贫项目中直接受益,导致“马太效应”出现,进而造成一部分贫困主体的公平感缺失,增加农村社会不稳定的潜在风险。因此,政府须要对电商扶贫项目进行优化设计,在扶贫实践过程中不断调整政策路径并优化项目管理措施,尽最大可能照顾到弱势贫困群体,努力做到“扶真贫”“真扶贫”,真正做到精准扶贫,精准脱贫,全面实现察布查尔县脱贫和打赢扶贫攻坚战的目标^[9]。

3.2 市场层面

首先,产业化发展不足,缺乏产业链建设。察布查尔县利用本地优势资源供给农特产品,其中以农户自主经营生产为主,产品生产、制作、包装、销售都缺乏统一的标准,且以单一

的农户经营为主,没有形成规模化生产、企业化运营、产业化发展的路径,这样就会导致农产品无法形成规模经济,成本上升,缺乏市场竞争力。其次,没有形成品牌,缺乏统一标准。品牌是提高农产品美誉度以及增强在消费者心中认同感的核心要素,只有将品牌元素与产品的定位、价格、质量相融合,才能更好地提高农产品附加值,提升农产品在消费者心目中的地位,进而保障特色农产品在竞争中占据优势地位^[10]。察布查尔县在农产品生产加工过程中基本以家庭为单元,这种分散的、小农经营的生产方式难以形成统一的标准,也难以建立起具有本地区特色的农产品品牌,这就会造成农产品竞争优势不明显、成本过高、市场认可度过低的困境,同时还面临物流成本较高、产品运输周期长、配送慢等问题。

4 结论与启示

作为国家级贫困县,察布查尔县充分利用当地的生态环境优势,发展特色农产品,借助农村电子商务发展平台,探索出具有地方特点的电商扶贫模式,为实现脱贫致富的目标打下了坚实的基础。察布查尔县的电商扶贫模式对于其他贫困地区具有一定的实践指导意义,可为其他贫困地区发展电商扶贫提供了有益经验。

4.1 当地要具有良好的生态资源和种植特色农产品的优势

一方面,我国大部分贫困地区由于工业发展落后,工业发展所带来的负外部效应对当地环境影响较弱,因此广大贫困地区生态资源丰富,环境优美,这就为种植和培育特色农产品提供了环境基础。另一方面,具有地方特色的农副产品是发展农村电商的核心要素。农村电子商务的发展解决了“小农户”对接“大市场”的问题,由于市场上农副产品存量较大,产品种类丰富,受消费者偏好影响,如果农副产品缺乏特色,就会面临滞销、价格低、缺乏竞争力等问题,进而导致农户收益受损。

4.2 政府要为发展农村电商提供硬环境

贫困地区信息不畅、交通不便、基础设施落后等因素是制约农村电商发展的关键变量。因此,政府首先要“铺路架桥”,加大投入力度,解决制约电商发展的基础设施问题,建

郑宇,王哲,郑纯.公益林生态补偿机制构建的国际经验及启示[J].江苏农业科学,2019,47(1):326-329.
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2019.01.076

公益林生态补偿机制构建的国际经验及启示

郑宇¹,王哲²,郑纯³

(1.南京林业大学经济管理学院,江苏南京 210037; 2.南京农业大学经济管理学院,江苏南京 210095;
3.江西省宜春市林业产业发展管理局,江西宜春 336000)

摘要:随着生态环境问题日益突出以及人们的生态环境保护意识逐步增强,如何在经济发展过程中进行合理的生态补偿从而提升发展质量是人们一直以来追求的目标。公益林强大的正外部性产生的价值难以准确地进行经济衡量,因此在梳理我国公益林生态补偿现状与问题的同时,应结合国外先例的经验总结,最大程度地提出符合各方利益的公益林生态补偿机制架构,划清政府和市场的职责界限,形成公益林生态补偿造血机能与自我发展机制。

关键词:公益林;生态补偿;机制完善;净化空气;涵养水源

中图分类号: F307.2 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2019)01-0326-04

众所周知,公益林具有净化空气、涵养水源、保持水土以及提供生物多样性等功能,这些准公共生态服务难以通过市场机制体现经济价值。因此,有必要制定和实施公益林生态服务补偿制度,促进公益林生态系统的可持续发展。国外公益林生态补偿起步较早,补偿模式主要有2种:一是政府参与模式,包括建立生态补偿基金、设立生态补偿税、不同区域转移支付以及扩展到不同流域合作补偿等^[1]。这种模式的主要特点是政府财政转移与主导,由于政府机构实施范围广、政

策目的多样化,具有核算以及支付方式规范统一、快速便捷等特点,但是效率较低也造成了生态环境不同程度的二次损害^[2-5]。二是市场参与模式,包括建立绿色偿付制度、生态配额市场配置、统一建立生态标签体系、设立排放许可证交易和国际碳汇交易^[6]。该模式的主要特点为生态服务使用者或受益者付费体现出自觉性,并且利用中介机构管理运作,实施范围集中,目的明确,补偿方式多样化,补偿效率较高^[7-8]。公益林生态补偿机制是一种生态资源环境价值“市场化”的公共制度约束安排,通过对公益林生态利益的二次分配,建立了社会经济发展和环境资源保护之间的矛盾协调机制^[9],这些生态补偿的实践由于法律规范健全、政府支付能力较强、产权制度完善、市场机制成熟、多方主体参与等内外

收稿日期:2018-03-22

基金项目:教育部人文社会科学研究一般项目(编号:14YJAZH113)。作者简介:郑宇(1973—),女,江西宜春人,博士,副教授,主要从事林业经济理论与政策研究。E-mail:zhengyu6507@126.com。

设好发展农村电商的移动宽带网和交通道路网,实现宽带“村村通”,交通“路路畅”,为发展农村电商提供良好的基础。

4.3 政府要为发展农村电商提供软环境

当地政府要建立起有利于发展农村电商的社会环境、经济环境、政策环境等。首先,通过政策供给为企业发展创造良好的经营环境。其次,发展农村电商须要专业的人才,政府要通过政策支持引进人才,支持返乡大学生和新一代农民工回乡创业就业。最后,要做好政策优化设计,保障电商扶贫项目真正落地,并对相关贫困主体进行系统培训,进而保证参与电商扶贫的贫困人群能够从中受益。

政府在发展电商扶贫上起着至关重要的作用,政府的角色与作为对于贫困地区发展农村电商扶贫具有显著影响。同时,农村电子商务在促进贫困地区发展过程中须要具备一定的客观条件与基础,要具有地方特色与优势。另外,发展农村电商扶贫只是众多扶贫方式与路径之一,并不具有绝对性。因此,各贫困地区要从当地实际出发,选择适合并具有地方特色的扶贫发展道路,最终实现脱贫致富的目标。

参考文献:

[1]李淑芳.连片特困地区产业扶贫的经验、困境与绩效提升——以

湖北省为例[J].湖北行政学院学报,2017(2):71-75.

[2]邢慧斌,席建超.燕山-太行山片区旅游精准扶贫模式创新研究[J].河北大学学报(哲学社会科学版),2017,42(2):118-125.

[3]牟秋菊.电子商务助力农村精准扶贫探析——以贵州省为例[J].农业经济,2017(7):48-50.

[4]杨永坤.创新视阈下电商模式对贫困地区经济发展的示范和启示——以甘肃陇南为例[J].农业展望,2016(7):72-76.

[5]杨海平.贫困地区绿色经济发展模式构建研究[J].全国商情,2016(32):40-41.

[6]杨兴龙,赵宪军.“互联网+”下农村电子商务的发展模式探析——以河北省望都县为例[J].安徽农业科学,2017,45(17):196-198.

[7]李 宁,潘 晓,徐英淇.互联网+农业:助力传统农业转型升级[M].北京:机械工业出版社,2015.

[8]马福婷,岳崇山.贫困地区优势特色农业产业选择与合理发展分析——以冀西北地区为例[J].广东农业科学,2014,41(2):190-192,197.

[9]王介勇,陈玉福,严茂超.我国精准扶贫政策及其创新路径研究[J].中国科学院院刊,2016,31(3):289-295.

[10]郑 端.陕西省特色农产品区域品牌竞争力提升对策研究[J].中国农业资源与区划,2016,37(7):186-191.