产业参与、平台协同与精准扶贫

易法敏

(华南农业大学 经济管理学院,广东 广州 510642)

摘 要: 在信息技术赋能下,电商平台能够实现商业模式创新,即普遍连接、互动参与和服务创新;在不发达地区,这种模式表现为促进平台广泛连接农户、推动贫困群体及社会力量多方参与、形成服务创新型生态系统。以平台为核心的农村电商生态系统在吸引众多主体参与的前提下,以扶持特色产业发展为核心,协调和带动了贫困地区的可持续扶贫。结合京东"跑步鸡"案例,提出电商扶贫的基本模式:在扶贫生态系统中,平台通过资源整合,发展可持续的特色化产业,并以此构建扶贫服务支点;农户在平台协同下,通过参与产业链获取市场机会以及直接参与生态系统的价值分配,进而获得知识与技能,积累持续发展能力。

关键词: 电商平台; 农村电商生态系统; 扶贫生态系统; 特色产业; 参与式扶贫

中图分类号: F490.5 **文献标识码:** A **文章编号:** 1672-0202(2018)06-0012-10

一、产业扶贫的意义及发展

近年来,我国脱贫攻坚实践取得了巨大成就,贫困地区面貌焕然一新:基础设施条件明显改善,贫困群体比例迅速缩小。但是,我国的脱贫攻坚仍面临比较严峻的形势,尤其是部分地区脱贫攻坚进展仍然比较缓慢,深度贫困地区脱贫攻坚依然存在较大的困难,部分低收入人群存在返贫风险等。对此,下一阶段的精准扶贫工作应从扶贫主体意识回归、扶贫资源供需对接、扶贫工作业务流程再造等方面进行机制与模式创新[1]:在扶贫资源的集聚、利用方面引入市场主体和市场机制,激发市场活力;构建政府、社会、贫困人口都积极参与的多元化扶贫机制;建立和完善扶贫主体之间的协同机制、扶贫资源整合机制等[2]。

产业扶贫无疑是最适合我国现阶段扶贫实践的有效方式:(1)产业扶贫将产业透过村庄到达农户,而且与贫困户的土地、资本和劳动力等生产要素有机地结合起来;(2)产业扶贫通过利益相关方共同对土地、资本和劳动力等生产要素进行整合,使贫困户参与产业链,并通过自身资源投入得到相应回报,实现多主体、多要素参与的长效机制;(3)产业扶贫是社会多方围绕产业的、共同参与的过程,农户以多种合作形式参与到农业生产中,促进了贫困户的实用技术掌握和价值观念转变;(4)产业扶贫是实现贫困人口增收发展的有效路径[3]。"龙头企业+合作社(基地)+贫困农户"收益分配的比例[4],参与产业链的贫困农户获得了稳定增收的渠道以及自我发展能力[5],贫困户参与到现代产业链中,经常面临的技术、资金、市场方面的困难得到有效解决,地方政府提供基础设施(如大棚)、技术和资金方面的支持,实现了贫困与非贫困群体、社会组织和政府的多方共赢[6]。

产业精准扶贫的实施过程强调主体参与。一方面,是贫困群体的参与。参与式扶贫可以增强

收稿日期: 2018-07-27 **DOI:** 10.7671/j.issn.1672-0202.2018.06.002

基金项目: 广东省普通高校特色创新类项目(2017WTSCX011,粤教科函[2017]22号)

作者简介: 易法敏(1968—),男,湖南澧县人,华南农业大学经济管理学院教授,主要研究方向为电子商务。E-mail:yifamin@126.com

贫困农户自主发展能力,最终实现贫困农户脱贫[7]。深度贫困地区长期存在的问题之一就是农户获取扶贫资源的权利和机会受到剥夺,农村精英俘获扶贫资源谋求自身获得发展,影响了精准扶贫政策的实施[7]。另一方面,是社会力量的参与。精准扶贫的理想模式是积极引导并促成多元主体共同参与,合作共赢,并在此基础上推动扶贫长效机制的构建。政府主动寻求与市场、社会力量的合作,吸纳社会弱势群体参与,在多方合作的基础上实现内源式发展,促成政府、市场、社区和贫困群体在内的主体有效合作[8]。然而,扶贫参与主体(政府部门、社会企业、非政府组织)都会受到自身解决问题的能力的限制,每个参与者只能提供解决部分问题的方案。扶贫生态系统可以发挥平台协同优势,使参与各方力量共同努力,发挥自己的核心优势,并与系统中其他成员协作,使生态系统产生最大效益[9]。

信息技术赋能的生态系统模式很有可能从根本上改变既有的脱贫模式,实现真正意义上的可持续脱贫[10]。已有研究成果中,来自于多个不发达地区的实践提供了有力的例证:主要由广大低收入群体组成的移动支付生态系统——肯尼亚的 M-Pesa 普惠金融服务的移动支付网络[11];面向偏远贫困地区的医疗服务生态系统[12];面向贫困群体的综合服务生态系统[13];中国的淘宝村(农村电商生态系统)[14],等等。种种实践显示,生态系统模式比传统扶贫模式更精准有效。

在信息技术赋能的扶贫生态系统平台协同之下,政府、社会力量、贫困群体如何通过多方合作,以特色化产业发展实现可持续的精准脱贫? 本文将从理论归纳和案例分析的角度进行研究。

二、信息技术赋能与参与式扶贫

(一)信息技术赋能的扶贫生态系统

1. 农村电商与电商生态系统

信息通信技术促进了信息共享、业务合作[15]以及关系协调[16],社会各种参与者实现泛在的连接,共生共荣,推动了模式的转型[17]。这种新兴的发展模式的主要特征表现为一个有助于促进行为人参与、协作和协调的商业生态系统的出现,它由技术企业、政府部门、社会组织、非政府机构以及他们可以调配的技能和资源重新组合,通过新的组织方式和资源使用过程,推动可持续发展的转型变革[10]。

农村电商生态系统是围绕核心企业或平台来整合参与者的、由相互连接的组织构成的价值网络[18],生态系统演化过程受到企业异质性及多样性、网络演化、路径依赖和制度环境等因素影响[19],随着生态圈内伙伴不断增加,异质性、嵌入性和互惠性逐渐增强,使得生态圈具有适应能力和放大效应,最终实现生态圈的共生、共荣和再生[20]。

2. 扶贫生态系统

扶贫的一个关键问题就是要找到一种解决复杂问题的方法,这些问题包括:低收入、健康程度差、卫生条件差、受教育水平低以及其他生活基本需求难以满足[21]。扶贫参与主体(政府部门、社会企业、非政府组织)都会受到自身解决问题的能力的限制,每个参与者只能提供解决部分问题的方案。扶贫生态系统中,参与各方力量需要共同努力,发挥自己的核心优势,并与他人协作,使生态系统产生最大影响[22]。信息技术可以通过提供更加可靠、高效的获取信息和服务的途径,以及通过更大范围和更高效率的网络覆盖来提供新的机会,增加穷人脱贫的能力[23]。

(二)参与式扶贫

参与式扶贫强调多方参与,“参与”可以调动不发达地区群体的自主性和积极性,把自身资源投入到产业合作网络之中,共创价值并获取相应回报。参与产业链可以赋予弱势群体更多机会,增加贫困群体的可持续发展的动力。

参与式扶贫的终极目的是促进贫困人口有效摆脱贫困[24]。参与式扶贫的理论基石是“治理理论”,认为贫穷与穷人在发展活动中被边缘化有关,提出要扩大贫困人口在发展决策中的参与度[25],为贫困人口“赋权”[26],让他们在扶贫活动中更有主动性[27]。

阿玛蒂亚·森认为贫困的根本原因是农民获取收入的渠道和机会不足,而参与式扶贫理论[28]认为向贫困群体赋权、以弱势群体为导向实行发展干预,可以缓解贫困群体的窘境。贫困人口的资源获取渠道和发展机会不足,既是贫困人口致贫的原因,也是妨碍其脱贫的原因,因此,参与式扶贫理论强调市场运行过程中的“自生自发秩序”,要从提升发展对象自我能力,激发发展对象主动性、创造性等方面出发,拓展更多的技术和途径[29]。

国外对参与式扶贫效果评价大体分为两种观点:支持[30]和批评[31]。部分学者认为,社会的经济发展水平会影响参与式扶贫效果:发展水平越高,参与式扶贫成效越显著[32],而对参与式扶贫的批评则主要集中在个人利益和集体利益冲突方面,认为众多主体参与会造成“搭便车”的现象发生[33];参与式扶贫可能因为参与者众多而导致高成本[34],使参与式扶贫效果受到影响[7]。

三、从电商生态系统到扶贫生态系统

(一)农村电商生态系统的构建

平台是一种交易空间或场所,是一个多元化的概念,既可以是产品、服务、组织,也可以是商业模式或者战略,既可以是现实的也可以是虚拟的[35]。当平台的网络效应初具规模时,平台企业将更多的关注平台质量,致力于提供更好的产品和服务以留住客户。同时,面对竞争,平台企业为了实现长期发展开始部分开放自身资源吸引其他参与者加入,平台企业在与其他参与者不断协调发展的过程中,会逐渐发展为多个中心,与互补厂商、用户群体相连接形成一个复杂的网络体系。在信息技术的作用下,市场边界模糊甚至消失,不同平台的用户群相互交叠,处于核心领导地位的平台企业就有可能利用这一优势不断扩大自身规模进而形成以其为核心的平台生态系统[36]。

以阿里巴巴农村淘宝为代表的农村电子商务平台,依托互联网技术,帮助农民招宽农产品销售市场,还带动了当地交通、餐饮、娱乐、旅游等服务的发展,大大改善农民的居住环境,使贫困户共享电商发展成果[37]。农村淘宝的发展促使农村电子商务逐渐演化成一个由涉农生产者、电子商务平台、服务商、供应商、消费者、行政机构以及社会环境等各类主体共同构成,以互联网为主要交流、合作、竞争平台,以实现物质、价值有序流动和信息有效传递为目的,具有协同功能和一定环境适应能力的农村电商生态系统[38]。

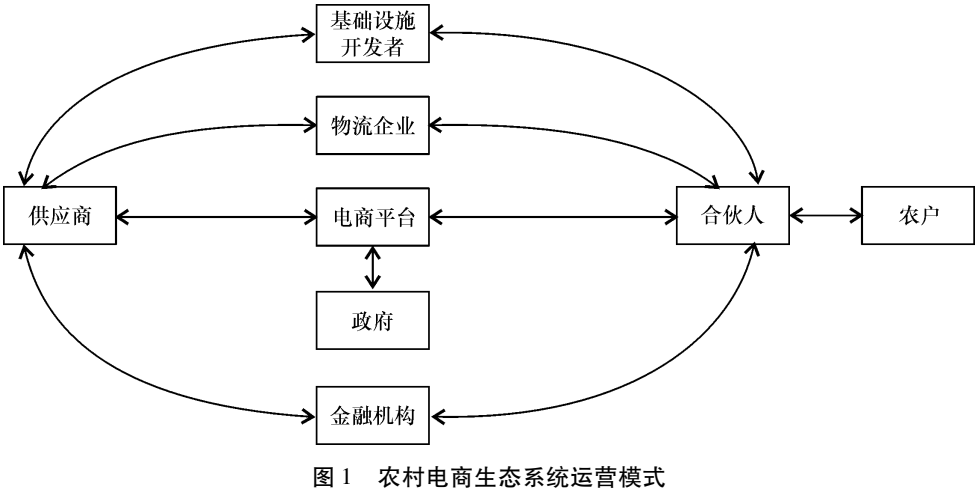


图1 农村电商生态系统运营模式

农村淘宝所形成的生态圈是一个强大而平等的平台生态系统。在政府的政策和资金支持下,阿里巴巴的农村淘宝项目在农村地区设立了县村两级服务网络,带动当地农民参与到电商的发展中,农民不仅可以扩宽当地特色农产品的销售市场,也可以根据市场需求利用电子商务平台自主选择经营的产品种类;农村电子商务的发展还推动诸如摄影、美工、包装等相关服务的发展,同时阿里巴巴还与银行、医院、保险公司等部门合作,将金融、医疗、保险等服务在村级服务站落地,促使农业与其他产业相融合,推动现代农业的发展,形成了一种生态系统的发展模式。

表 1　农村电商生态系统各参与者及其职责

关键参与者	职责
政府	为农村淘宝项目提供政策和资金支持。
阿里巴巴	是农村淘宝项目的领导企业,也是平台生态系统中的核心企业,建立了县村两级服务网络,联合物流企业打通农村物流体系最后一公里,对物流企业进行补贴,农民的物流成本为零;与医院、保险公司、通讯部门等合作在在线诊疗、保险购买、缴纳话费、小额贷款等在各个村站落地。
县级站点	对村级服务站合伙人进行培训、考核,组织策划本地营销活动;统一运营以及管理网络平台;集中仓库物流样品展示中心。
村级站点	电子商务推广与应用;招募合伙人,代买代卖,实现农产品进程与工业品下乡;提供移动通信缴费以及生活缴费服务;提供金融、医疗、教育服务。
农户	专注于农产品的生产,利用地理优势发展农业特色产业;利用 ICT 消除对当地自然资源的依赖,根据市场需求利用电子商务平台自主选择经营的产品种类。
物流企业	优化农村物流体系,在县域建立中心仓库,经过分拣由农村淘宝专车送到各个村级服务站,实现菜鸟体系落地,利用 ICT 记录村民地址,优化物流路线。
其他服务机构	提供金融、医疗、教育等服务。
基础设施建设者	建立通信基站,完善网络服务提高供需双方之间交易;完善公路、铁路等交通设施为物流企业提供服务。

(二)电商扶贫生态系统的作用机理

农村电商生态系统模式是电商平台面向不发达地区的一种商业模式创新,它可以在创造新业务、开拓新市场,同时致力于社会财富的改善过程中发挥作用。贫困地区市场面临高度不确定性:市场高度不完美,治理极度缺位,基础设施严重不足或不可靠,市场对技术极度陌生,对竞争反应的极端不可预测,预期目标和结果高度模糊等等。在这个环境中,平台企业能够创造一个有助于促进行为人参与、协作和协调的生态系统,技术、政府部门、社会组织,以及他们的知识和资源的组合在这个生态系统中形成新的资源,在平台协同下共同创造出新的价值,进而推动贫困地区的发展。这样,农村电商生态系统同时也是电商扶贫生态系统。

信息技术赋能平台达到精准扶贫目标主要通过三个方面来实现:运用互联网平台广泛连接贫困地区农户、通过平台建立多样化联系并提供特色服务,以及带动和促进贫困群体及社会力量多方参与。

信息技术赋能的结果就是将新的基础设施、新的生产要素、新的服务体系带进农村地区,不断推动农村地区的数字化、网络化和商业化,进一步将城乡连接起来,形成统一的大市场,帮助农村实现更好地发展,从而实现包容性增长。具体来看,在连接方面,信息技术促进平台通过自建村级网点或代理分销方式接入农村地区;在互动方面,信息技术能够促进平台与农户以及其他关键参

与者建立紧密联系;最后,连接和互动都是为了提供更好的服务。代理分销模式或者自建村级网点都保证了贫困地区的农户能够方便地获取基本服务,而广泛的连接又实现了规模经济效应和范围经济效应,从而使得平台企业能够以低价为农户提供高质量的服务,保证了绝大多数贫困地区的农户能够承担服务费用;贫困地区的农民也由被动变主动,利用平台提供的机会,因地制宜发展地区特色产业;借助信息技术,平台能够与农户以及其他参与者保持联系,而作为农产品生产者或供应商的农户也同样可以借助信息技术与顾客保持联系,定向传播农产品信息,形成固定消费群体,促使他们进行二次或长期交易。

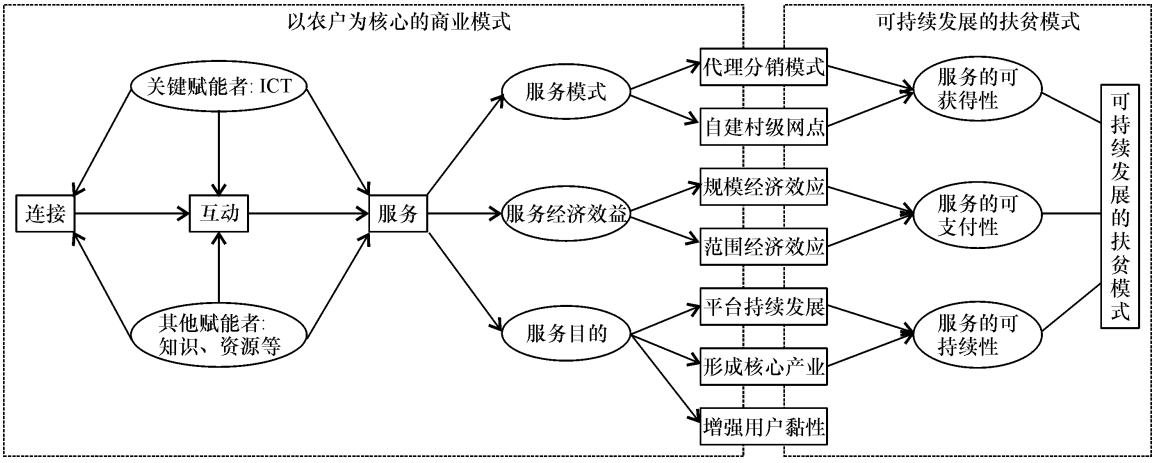


图2 信息技术赋能平台的扶贫作用机理

四、电商平台协同的产业扶贫

电商扶贫有助于夯实多元主体互动的物质基础,形成主体合作的行动框架,实现扶贫资源与扶贫信息的高效共享与整合[39];电商扶贫能够汇聚扶贫资金,动员公益组织参与,完善地方产业链,让农民通过在网上销售产品来提高收入,带动诸如农业、手工业、物流、网店服务等相关行业以及餐饮、住宿、旅游等服务业的发展,为村民提供就业和创业机会,为偏远闭塞的贫困村打开进入市场的大门[40];电商扶贫有助于依据互联网和大数据实施有效的监管,通过建立扶贫信息大数据库,对贫困人口的录入和建档,并进一步对数据背后的有用信息进行提取和分析,及时掌握贫困人口的变化情况[40];电商扶贫有助于阻隔因为技术发展造成的返贫或持续致贫现象,通过职业培训,提高精准扶贫与技术革命、产业升级的同步性、可持续性,实现产业升级精准对接、职业教育精准对接、知识更新精准对接,缩小贫困群体与现代社会之间的"数字鸿沟"[41]。

(一)贫困群体参与农村电商生态系统

(1)在农村电商生态系统初步形成阶段,电商的应用促进了电商知识的传播,通过互联网可以实现招募信息的快速传播,吸引更多村民返乡创业,参与农村电商活动。另外,村民通过观察农村电商项目的开展,开始学习网络购物的新模式,有了对电子商务的初步了解。

(2)在农村电商生态系统扩展阶段,淘宝、天猫等电商平台的应用促进了农产品上行和工业品下行的双向流通,带动了整个电商产业链的发展,也为农村地区提供了更多的就业机会;另外借助网络中的社交媒体为电商参与者搭建沟通交流的平台,增强了他们对电商活动的信心,促进了农村地区群众对电商的广泛参与。

(3)在农村电商生态系统自我更新阶段,医疗、保险、金融等服务项目的落地以及其他电商优

惠政策的实施,增加了农村合伙人对资源、知识的获取,也实现了他们从电商创业者到服务提供者的角色转变。

(二)农村电商生态系统促进扶贫产业发展

大型电商平台向农村提供各类电商服务,建立起区域型农村电商生态系统,不断建设和完善贫困地区的电商物流基础设施,搭建起电商人才培训体系,协助贫困地区的农特产品上行,通过互联网实现旅游项目开发,以及支持贫困地区的农民返乡创业等;在建设好电商生态系统的同时,搭建起连接贫困人口和社会爱心人士、爱心企业的扶贫网络平台,提供爱心捐赠、扶贫商城、扶贫众筹、扶贫展示、扶贫新榜样等服务,为建档立卡户实现医疗救助,向贫困户提供教育方面的扶助,并向创业带头人提供资助;通过电商平台和扶贫网络平台,面向所有农村居民在线金融、在线医疗、在线教育培训、在线创业指导等各类服务,帮助贫困地区建立起产业扶贫体系,达到改善发展环境、赋能企业农民、增加销售收入、拓展收益渠道、实现自我发展的效果,并最终实现贫困地区的可持续精准脱贫。

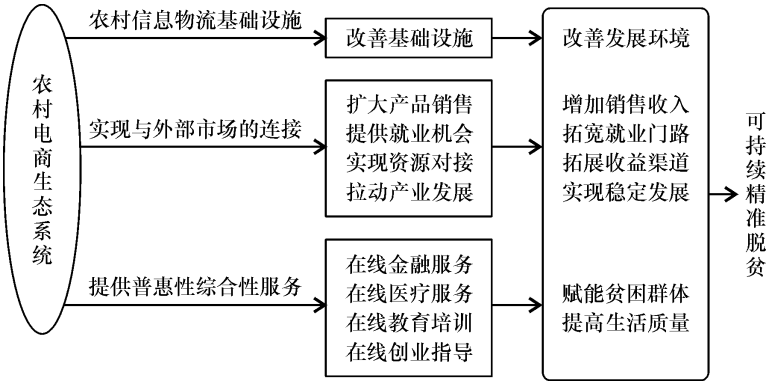


图 3　农村电商推动精准扶贫的逻辑示意图

(三)京东“跑步鸡”——电商扶贫典型模式分析

“京东跑步鸡”是以电商平台(京东)为核心,运用市场化手段进行的,从政府到企业、从贫困户到普通百姓都能直接或间接受益的产业扶贫项目,其模式可以简单概括为平台商融资建设、扶贫资金入股、企业租赁经营、贫困群众参与分红、集体经济受益[42]。

1. 平台主导产业提升,并以产业为依托构建扶贫支点

在产业方面,京东生鲜事业部根据当地实际情况,选择了养鸡:通过与当地专业企业合作,用散养的方式向市场提供符合现阶段需求的特色肉鸡,建立标准化的养殖管理体系,把原始的养殖与现代化管理理念和设备相结合,为消费者提供安全健康高品质的散养鸡产品。

产业发展模式方面,“京东跑步鸡项目”采用了寄养模式。武邑县是国家级贫困县,从资源禀赋方面来说,不适合种植高效经济作物;从劳动力现状而言,由于疾病、年龄、子女外出上学务工等原因,正常劳动力仅占总人口约三分之一的比例;但当地林地资源充足,适合养殖业发展。于是,平台经营者与当地农户采用了合作寄养模式。

2. 多种途径吸引贫困群体参与产业链

在贫困群体的参与方面,“扶贫跑步鸡”项目一年之内吸引了近 700 个贫困户与京东签订养殖合作协议,另有 200 余户家庭正准备签约,是武邑县贫困户参与度最高的项目;参与产业链的农户比例约占全县贫困户的 10%。

吸引贫困户参与产业链的基本做法是:参与该项目的贫困户可以按照固定比例获得利润分

成,具体来说,京东生鲜每回收一只成品“跑步鸡”,相应贫困户将得到30元的扶贫资金。贫困户向武邑县扶贫办申请参加“跑步鸡”项目,申请通过后,京东农村金融“京农贷”为这位贫困户免息提供4500元的贷款作为养殖基金;在资金的使用及合作过程上,京东金融直接支付给当地跑步鸡管理合作社,由合作社代购鸡苗以及其他生产资料,寄养在跑步鸡乐园内进行统一养殖;小鸡生长到一定天数后,京东生鲜回收“跑步鸡”,同时按照每只鸡100元的价格向跑步鸡合作社支付回收费用;合作社则按单鸡30元的标准向贫困户支付扶贫款项,同时代贫困户向京东金融偿还贷款。

为尽可能地吸引贫困户参与扶贫产业项目,京东不仅向贫困群体提供常规性的扶贫补助,还通过各种途径提升贫困户获得感。此外,京东还为参与跑步鸡项目的贫困户的鸡群额外上了保险,以确保他们的扶贫款项到位。

最后,政府对于这个项目也给予多方面的支持。“跑步鸡”项目建设之初,武邑县政府前后共投入252万元,用于跑步鸡乐园的基础设施建设;除了直接的资金支持,当地政府还分期划出了194亩林地,专门提供给京东生鲜,支持他们养殖跑步鸡。

3. 平台协同实现价值共创,进而通过模式的异地复制建立更广泛的资源连接

在平台协同方面,京东充分发挥了其在物流、电商等方面的品牌与专业技术优势。首先,严格的市场化流程把控。从鸡苗选购开始,到统一寄养,再到最终的屠宰入库,乃至分拣包装,京东生鲜都严格把握产品品质关。跑步鸡的公鸡鸡苗全部统一确定为60天日龄;营养专家选定的养鸡饲料有助于跑步鸡进行专业的营养搭配,并确保鸡苗的健康成长。到了出栏时间,成鸡将被送往通过京东生鲜验收标准的屠宰场,再由京东生鲜部门回收,整个过程保证了产品质量的标准化。

其次,依托京东在生鲜物流方面的优势,快速占领市场。由于鸡的品质好,加上平台自身的电商推广经验,跑步鸡在短时间内声名鹊起,大受市场欢迎,由北京地区很快拓展到上海、广州、成都、武汉、沈阳等城市,大部分产品在上线后一个月内被抢购一空。市场的巨大成功带来的是可观的利润,贫困户可以按照固定的比例获得稳定的收入;随着产业链发展进入良性循环,贫困户还可以进一步在市场知识、专业生产技术、电商技能等方面得到自我能力发展。

再次,规模化复制。武邑县的跑步鸡项目初步形成了“运营商主导产业建设—吸引贫困主体参与产业—平台协同价值共创—参与主体共享价值”的电商扶贫模式,在当地模式趋于成熟、市场接受度较好的情况下,京东生鲜在积极总结的基础上,将跑步鸡项目这种电商扶贫模式在全国其他地方进行复制。

京东跑步鸡模式是典型的平台协同之下,政府、社会力量及贫困群体以产业为基础,广泛参与的扶贫生态系统模式,平台、农户、政府以及其他社会力量等各类参与者通过资源交换和共享制度共同创造价值[43]:一方面,各参与主体通过共享自己的资源提升系统价值创造能力,另一方面,按照一定的收益分配规则获取系统创造的价值,这种价值共创系统不仅能创造出更多就业岗位,还通过贫困主体参与全产业链融合发展,从而实现可持续脱贫。

五、结论与展望

互联网极大地激活了参与者及其所嵌入的网络资源,从社会的“底部”改变了资源与机会获取模式和途径,而且改变了社会资源、影响力、价值与机会的流转与分配,为少数群体、边缘群体和能力丧失者参与社会事务创造了条件[44]。电商平台协同的扶贫生态系统,极大地改变了贫困群体获取资源的渠道和对接市场的机会,贫困群体参与到扶贫产业链中,借助于互联网(电商平台等)的“赋能”,生存、生产能力得到增强;贫困区域则通过扶贫产业发展,创造就业、创业机会,多渠道增收。

习近平总书记提出:“我们坚持动员全社会参与,发挥中国制度优势,构建了政府、社会、市场协同推进的大扶贫格局,形成了跨地区、跨部门、跨单位、全社会共同参与的多元主体的社会扶贫体系。”[45]。社会力量共同参与的精准扶贫,在正确的激励导向下开展多元主体协商,促成精准扶贫主体间的合作,推进扶贫信息的高效共享与整合[8]。

电商平台作为一种商业模式,其创造价值的逻辑是以“连接”再“聚合”的方式降低各个平台参与方的交易成本,促使网络外部性发挥作用[46];平台中流动的除了信息,还包括各种非数字化的资源;平台通过“匹配”“渗透”“融合”和“寄生”等界面关联方式,为参与者提供支持多种服务的功能,实现知识互动和资源交换。平台企业通过构建的扶贫生态系统,将多类主体吸引进来进行资源互动整合,共同创造价值增值。

在政策实践效果方面,2016 年底,《关于促进电商精准扶贫的指导意见》(国开办发〔2016〕40 号)要求通过实施电商扶贫工程,推动互联网创新成果与扶贫工作深度融合,增加就业和拓宽增收渠道,加快贫困地区脱贫攻坚进程;并提出“社会参与、上下联动”的实施原则,即整合各类扶贫资源,鼓励引导市场化电子商务平台和电子商务服务商等广泛参与,充分调动贫困群众利用电子商务、参与电子商务产业链的主动性积极性。在文件精神指导下,平台协同的产业化参与扶贫模式不断创新,比如“互联网 + 市场主体 + 贫困户”、“翼商联盟”服务站、互联网金融帮扶和结对帮扶等新模式;“互联网 + 旅游”整合休闲农业与乡村旅游,培育精品旅游名镇名村和乡村旅游目的地的模式;供销、邮政、快递等传统企业也借助于互联网把服务网点延伸到乡村,等等,都带动了大量贫困主体或社会力量参与产业链。这种平台协同下的产业参与式扶贫使农民在共享互联网发展成果上拥有了更多获得感,在互联网信息技术推动下,中国农村产业生态链不断优化升级,网络扶贫的效果正在日益显现。

参考文献:

[1]郑瑞强. 精准扶贫的政策内蕴、关键问题与政策走向[J]. 内蒙古社会科学(汉文版),2016,37(3):1 - 5.

[2]林俐. 供给侧结构性改革背景下精准扶贫机制创新研究[J]. 经济体制改革,2016(5):190 - 194.

[3]莫光辉. 精准扶贫:中国扶贫开发模式的内生变革与治理突破[J]. 中国特色社会主义研究,2016(2):73 - 77.

[4]李志萌,张宜红. 革命老区产业扶贫模式、存在问题及破解路径——以赣南老区为例[J]. 江西社会科学,2016,36(7):61 - 67.

[5]汪三贵,郭子豪. 论中国的精准扶贫[J]. 贵州社会科学,2015(5):147 - 150.

[6]戴旭宏. 精准扶贫:资产收益扶贫模式路径选择——基于四川实践探索[J]. 农村经济,2016(11):22 - 26.

[7]周常春,刘剑锋,石振杰. 贫困县农村治理“内卷化”与参与式扶贫关系研究——来自云南扶贫调查的实证[J]. 公共管理学报,2016,13(1):81 - 91.

[8]孙德超,白天. 精准扶贫视阈下参与式帮扶的内在机理和实现路径[J]. 社会科学,2017(8):42 - 50.

[9]DUBÉL, JHA S, FABER A, et al. Convergent innovation for sustainable economic growth and affordable universal health care: Iinnovating the way we innovate[J]. Annals of the New York Academy of Sciences, 2014, 1331(1):119 - 141.

[10]HEEKS R. ICT4D 2.0: The next phase of applying ICT for international development[J]. Computer, 2008, 41(6): 26 - 33.

[11]KENDALL J, MACHOKA P, VENIARD C,et al. An emerging platform: From money transfer system to mobile money ecosystem[J]. Social Science Electronic Publishing, 2011, 6(4):49 - 64.

[12]SRIVASTAVA S C, SHAINESH G. Bridging the service divide through digitally enabled service innovations: Evidence from Indian[J]. Mis Quarterly, 2015, 39(1):245 - 267.

[13]JHA S K, PINSONNEAULT A, DUBÉ L. The evolution of an ict platform-enabled ecosystem for poverty alleviation:

The case of ekutir[J]. Mis Quarterly, 2016, 40(2): 431 - 445.
[14]LEONG C, PAN S L, NEWELL S,et al. The emergence of self-organizing e-commerce ecosystems in remote villages of china: A tale of digital empowerment for rural development[J]. Mis Quarterly, 2016, 40(2): 475 - 484.
[15]MAJCHRZAK A, RICE R E, MALHOTRA A, et al. Technology adaption: The case of a computer-supported inter-organizational virtual team 1[J]. Mis Quarterly, 2000, 24(4):569 - 600.
[16]BARKI H, PINSONNEAULT A. A model of organizational integration, implementation effort, and performance[J]. Organization Science, 2005, 16(2):165 - 179.
[17]THOMPSON M. ICT and development studies: Towards development 2.0[J]. Journal of International Development, 2010, 20(6):821 - 835.
[18]张宝建,孙国强,任晓悦. 网络组织治理模式研究述评[J]. 商业研究,2015(3):36 - 45.
[19]TRIPPL, MICHAELA, GRILLITSCH,et al. External "energy" for regional industrial change: Attraction and absorption of non-local knowledge for new path development[J]. Papers in Innovation Studies, 2015(47):3 - 21.
[20] 廖建文,施德俊. 从"连接"到"联结":商业关系的重构,竞争优势的重建[J]. 清华管理评论,2014(9):24 - 36.
[21]FRANÇOIS BOURGUIGNON, CHAKRAVARTY SATYA R. The measurement of multidimensional poverty[J]. Journal of Economic Inequality, 2003, 1(1):25 - 49.
[22]DUBÉL,PINGALI P, WEBB P. Paths of convergence for agriculture, health, and wealth.[J]. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 2012, 109(31):12294 - 12301.
[23]CECCHINI S, SCOTT C. Can information and communications technology applications contribute to poverty reduction? Lessons from rural India[M]. London: Routledge, 2003:134 - 135.
[24]杨小柳. 参与式扶贫的中国实践和学术反思——基于西南少数民族贫困地区的调查[J]. 思想战线,2010,36(3):103 - 107.
[25]EDGAR CAHN,BARRY PASSET. Citizen participation: Effecting community change[M]. Westport: Praeger Publishers, 1971:304.
[26]朱晓阳, 谭颖. 对中国"发展"和"发展干预"研究的反思[J]. 社会学研究, 2010(4):175 - 198.
[27]约翰·弗里德曼. 再思贫困:赋权与公民权[J]. 国际社会科学杂志, 1997(2):9 - 19.
[28]刘永功. 参与式扶贫规划与项目管理[M]. 北京:中国农业大学出版社,2007:4 - 6.
[29]谭同学. 参与式理论祛魅、文化自觉与精准扶贫——基于贵州S山区县的调查[J]. 北方民族大学学报, 2017(1):22 - 28.
[30]PAXSON C, SCHADY N R. The allocation and impact of social funds: Spending on school infrastructure in Peru[J]. World Bank Economic Review, 2002, 16(2):297 - 319.
[31]ALDERMAN H. Do local officials know something we don't? Decentralization of targeted transfers in Albania[J]. Journal of Public Economics, 2002, 83(3):375 - 404.
[32]FINSTERBUSCH K, WICKLIN W A V. Beneficiary participation in development projects: Empirical tests of popular theories[J]. Economic Development & Cultural Change, 1989, 37(3):573 - 593.
[33]HARDIN G. The tragedy of the commons[J]. Surgery, 2012, 151(3):490 - 491.
[34]RIBOT J C. From exclusion to participation: Turning Senegal's forestry policy around? [J]. World Development, 2004, 23(9):1587 - 1599.
[35]徐晋,张祥建. 平台经济学初探[J]. 中国工业经济,2006(5):40 - 47.
[36]高良谋,张一进. 平台理论的演进与启示[J]. 中国科技论坛,2018(1):123 - 131.
[37]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(2):45 - 51.
[38]王胜,丁忠兵. 农产品电商生态系统——个理论分析框架[J]. 中国农村观察,2015(4):39 - 48.
[39]孙德超, 白天. 精准扶贫视阈下参与式帮扶的内在机理和实现路径[J]. 社会科学, 2017(8):42 - 50.

[40]孙久文,唐泽地. 精准扶贫需创新扶贫模式[EB/OL]. (2016 - 10 - 21). http://news. xinhuanet. com/politics/2016 - 10/21/c_1119762618. htm.
[41]马峰. 深入推进可持续精准扶贫[N]. 经济日报,2018 - 01 - 08(15).
[42]杨清清. 京东"跑步鸡"调研:电商精准扶贫的谨慎实践[N]. 21 世纪经济报道,2017 - 05 - 23(17).
[43]LUSCH R F, VARGO S L. Service-dominant logic: Premises, perspectives, possibilities[J]. New York:Cambridge University Press, 2014:67 - 70.
[44]喻国明,马慧:互联网时代的新权力范式:"关系赋权"——"连接一切"场景下的社会关系的重组与权力格局的变迁[J]. 国际新闻界, 2016 (10) :6 - 27.
[45]习近平. 携手消除贫困 促进共同发展——在 2015 减贫与发展高层论坛的主旨演讲[EB/OL]. (2015 - 10 - 16). http://www. xinhuanet. com/politics/2015 - 10/16/c_1116851045. htm.
[46]冯华,陈亚琦. 平台商业模式创新研究——基于互联网环境下的时空契合分析[J]. 中国工业经济,2016(3):99 - 113.

Industry Participation, Platform Synergy and Accurate Poverty Alleviation

YI Fa-min

(*College of Economics & Management*, *South China Agricultural University*, *Guangzhou* 510642, *China*)

Abstract: Enabled by information technology, e-commerce platform can achieve business model innovation, they are universal connectivity, interactive participation and service innovation; in undeveloped areas, this model is to promote the platform to connect farmers, promote the participation of poor groups and social forces, and form a service innovation ecosystem. On the premise of attracting many participants, the platform-centered rural e-commerce ecosystem coordinates and promotes the sustainable poverty alleviation in poverty-stricken areas by supporting the development of specialty industries. Through the case of Jingdong "Running Chicken", this paper analyzes the basic model of e-commerce poverty alleviation: in the poverty alleviation ecosystem, the platform develops sustainable and characteristic industries by resource integration, and builds a support point for poverty alleviation services; farmers get market opportunities by participating in the industry chain and in the value distribution of the ecosystem, and then gain knowledge and skills to accumulate sustainable development capabilities.

Key Words: e-commerce platform; rural e-commerce ecosystem; poverty alleviation ecosystem; specialty industry; participatory poverty alleviation