

<https://doi.org/10.52288/jbi.26636204.2019.10.10>

“两头在外”电商扶贫模式的创新研究 Innovation Research on E-commerce Poverty Alleviation Model of “Supply Chain and Final Product Market Are Both Outside”

封耀焯¹
Yao-Zhong Feng

连智华^{2*}
Zhi-Hua Lian

摘要

随着精准扶贫不断深入,扶贫面不断收窄,扶贫形式及内容日趋复杂,脱贫攻坚进入“最后一公里”。本文聚焦电商扶贫创新为主脉络,重点选取甘肃省中天创客电子商务有限公司为研究对象,通过经验总结法与探索性研究,深入分析传统电商扶贫的现状和痛点。理论上系统地总结出以电商技能实训为抓手,以全国供应链和全国市场为依托创新的“两头在外”商业模式,实践上解决传统电商扶贫模式在电商基础设施落后、电商人才匮乏、物流仓储体系不完善的深度贫困地区里,不可持续、难以开展的现状和痛点,并创新传统的扶贫模式,构建出“两头在外”电商扶贫新模式,带动精准脱贫。

关键词: 电商扶贫、创新研究、两头在外

Abstract

With the deepening of targeted poverty alleviation, the scope of poverty alleviation has been narrowed, and the forms and contents became more and more complex. The poverty alleviation campaign has entered the “last kilometer”. This paper focuses on e-commerce poverty alleviation and innovation selects Gansu Zhongtian as the research object. Through experience summarization and exploratory research, this paper deeply analyzes the current situation and pain points of traditional e-commerce poverty alleviation. Theoretically and systematically we summarized the e-commerce skills training as the starting point and the national supply chain and the national market as the basis of innovation of the “supply chain and final product market are both outside” business model. In practice, we solved the current situation and pain points of traditional e-commerce poverty alleviation model that is unsustainable and difficult to carry out in the deep poverty areas with backward e-commerce infrastructure, insufficient e-commerce talents and imperfect logistics and storage system. A new e-commerce poverty alleviation model of “supply chain and final product market are both outside” model is innovated to drive targeted poverty alleviation.

Keywords: Poverty Alleviation by E-commerce, Innovation Research, Supply Chain and Final Product Market Are Both Outside

¹ 厦门大学嘉庚学院国际商学院本科生

² 厦门大学嘉庚学院国际商学院副教授 lawrancelian@xujc.com*通讯作者

1. 模式背景说明

1.1 研究背景

随着中央政府提出 2020 年是完成脱贫攻坚目标的最后一年，剩下的贫困地区大多是脱贫路上的“硬骨头”，在此关键时期，传统电商扶贫难以发挥其电商人才培养、物流配送全面覆盖等扶贫优势。不少深度贫困地区出现电商基础设施落后、电商人才匮乏等问题，使销售农特产品为主的传统电商扶贫模式陷入瓶颈。

福建省作为我国东部沿海经济发达省份，拥有完备的电商物流体系、丰富的商品供应链和广阔的消费市场，在国家政策支持和社会力量参与下，探索出大量造血式新型电商扶贫模式，积累了创新电商扶贫领域商业模式的宝贵经验。例如，厦门市依托厦门中达电商园，对口帮扶甘肃省临夏州，开展以电商技能实训为抓手，以全国供应链和全国市场为依托的“两头在外”电商扶贫新模式，取得根本性的脱贫成效，其完全具有向其他深度贫困地区推广复制的可行性和社会价值。

1.2 研究目的及意义

1.2.1 研究目的

电商扶贫是我国开展精准扶贫的重要手段，但在脱贫攻坚的“最后一公里”，面对电商基础设施落后、电商人才匮乏和物流体系不完善的深度贫困地区时，却难以发挥作用，使得这些硬骨头依旧卡在全面脱贫 2020 这一关键时间节点。因此，针对这些“贫中之贫、困中之困”的深度贫困地区，我们希望总结出针对当地贫困户，符合当地特点和实际的电商扶贫新模式，推动如期打赢精准脱贫攻坚战。

具体研究目的如下：根据传统电商扶贫模式的现状和痛点，分析深度贫困地区开展电商扶贫的主要瓶颈，结合中天创客商业模式创新的先进经验和措施，构建“两头在外”电商扶贫新模式。

1.2.2 研究意义

在“三州三区”等深度贫困地区，传统电商扶贫模式发展陷入瓶颈，面对当地农产品生产特点制约、电子商务基础设施落后、配套资金不足、贫困人口多、贫困面广等问题，难以取得具有实效的、可持续的脱贫致富成果。电商扶贫行业亟需探索出适合符合深度贫困地区特点、适合贫困人员、可持续造血扶贫的商业模式。

本文通过整理福建省开展电商精准扶贫取得的先进经验，总结出针对深度贫困地区建档立卡贫困户开展电商技能实训，提供商品供应、物流服务和市场信息的电商扶贫新模式。通过对传统电商扶贫模式转型升级为“两头在外”电商扶贫的商业模式创新研究，进一步总结出在全国其他深度贫困地区开展电商扶贫的新路径，为实现造血式扶贫，打赢精准脱贫攻坚战作出贡献。

1.3 电商扶贫概念界定

“电商扶贫”概念最早由汪向东（2011）提出，并于 2014 年系统地对概念进行明确界定，认为电商扶贫即电子商务扶贫开发，就是将日益主流化的电子商务纳入扶贫开发工作体系，直接作用于扶贫对象，创新扶贫开发新模式，改进扶贫开发绩效的理念与实践，并包含直接到户、参与产业链和分享溢出效应这三种模式，简称“沙集模式”。

而随着农村电子商务的发展，各种电商扶贫模式也是各式各样，包括：温州模式（李柱，2011）；青川模式、义乌模式（唐家琳，2013）；遂昌模式（阿里巴巴研究中

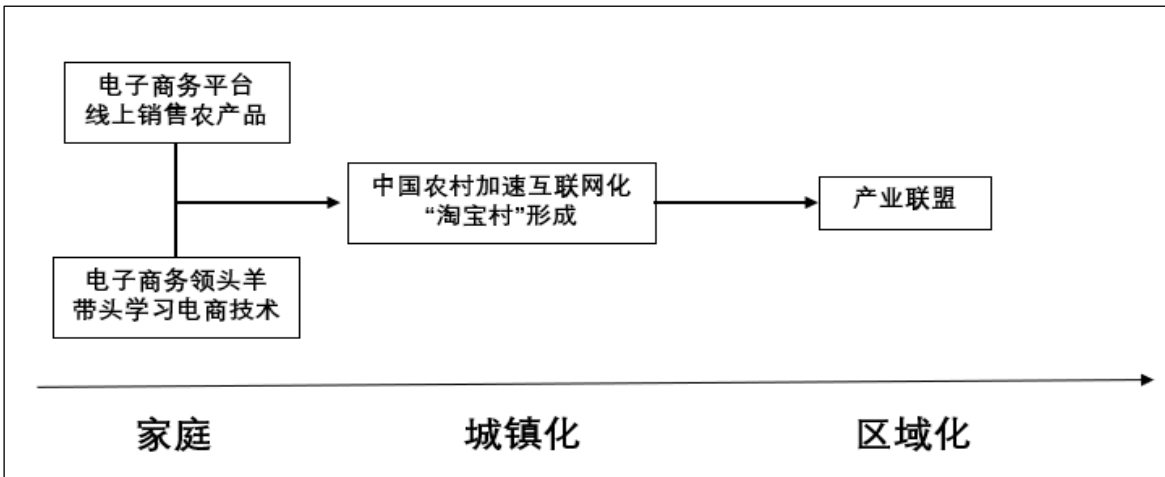
心，2013)；兰田模式（任君翔等，2012)；赶街模式（赶街网，2014）等，这些模式虽然具体运营方式不同，但都旨在促进农村地区电子商务的发展、加快农村信息基础设施建设、构建电子商务平台、纠正贫困户对电商的偏见、依靠电商平台对接贫困户、帮助售卖特色农产品进行电商帮扶。

综上所述，本文对传统电商扶贫模式进行整理总结，以创新电商扶贫模式的中天创客电子商务有限公司为电商扶贫典型案例，进一步填充电商扶贫概念。本文认为电商扶贫即充分利用电子商务特点，将主流化的电子商务与精准扶贫相结合，充分分析西部贫困地区贫困原因，并采用强有力的解决实措，直接作用于扶贫对象，开发电商扶贫新模式。

2. 传统电商扶贫模式的现状及痛点

2.1 传统电商扶贫模式的历程

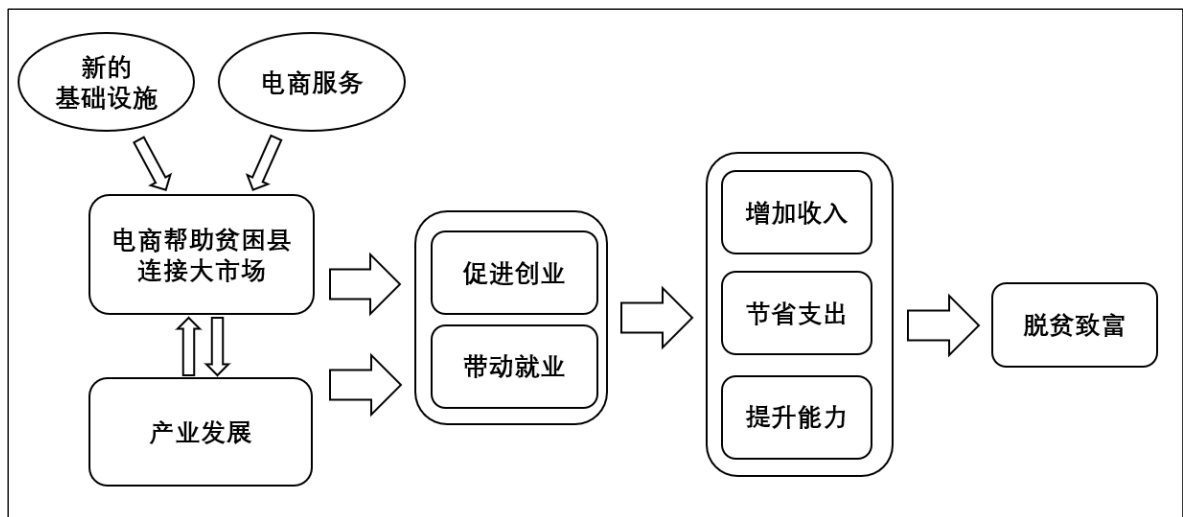
随着“互联网+”战略在全国范围内不断推进，电子商务在我国迅猛发展，各类电商企业意识到农村将成为电商领域的新蓝海，开始投入资源布局农村电商市场。在电子商务企业带动下，当地贫困村民开始接触互联网，部分农村大学毕业生返乡创业，人数不断增多，逐渐形成“淘宝村”。尤其在贫困程度深，贫困人口数量超全国一半以上的中西部农村，通过向东部发达地区学习先进电子商务理论技术和操作技巧，能够在脱贫致富中发挥极高效用。



资料来源：本文分析整理

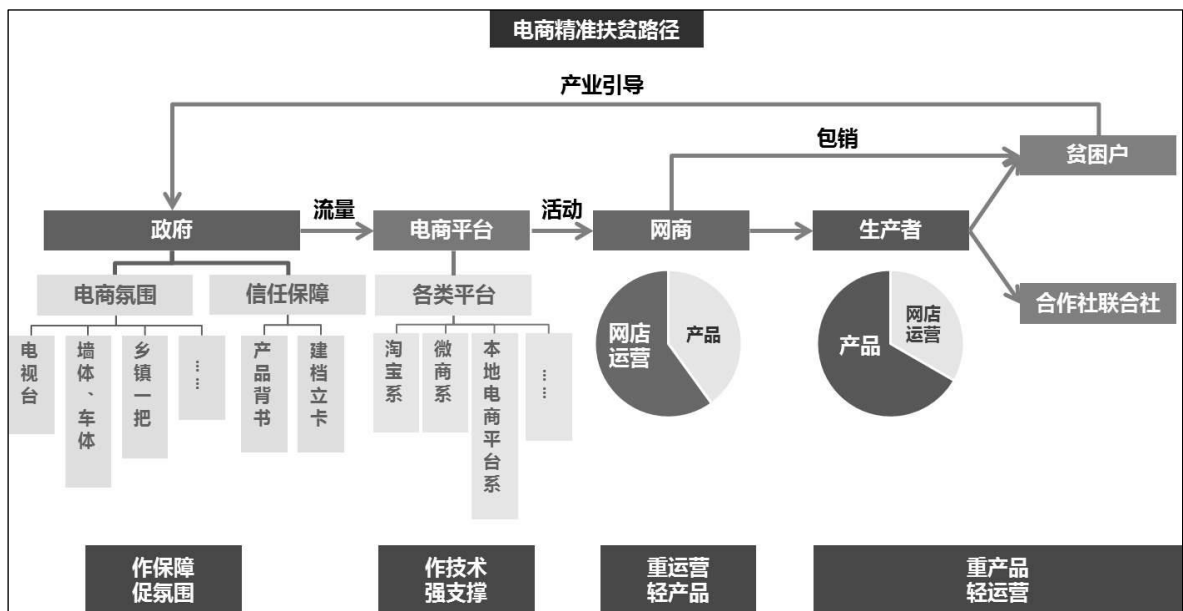
图 1. 传统电商扶贫模式发展图

总而言之，电子商务发展带来的经济效应不仅仅是带动当地产业发展，更多是带动整个经济社会发展。电商扶贫的历程也随着电子商务的发展，从网络贩卖农产品，到带头学习电商技术与操作的电子商务领头羊，再到联合当地村镇形成“淘宝村”，最终形成产业联盟。传统电商在扶贫领域帮助贫困县连接大市场，促进产业发展，帮助贫困人群就业创业，提升能力，增加收入，达到电商减贫作用，最终实现脱贫致富。



资料来源：阿里研究院，2017 年

图 2. 电商减贫作用机制



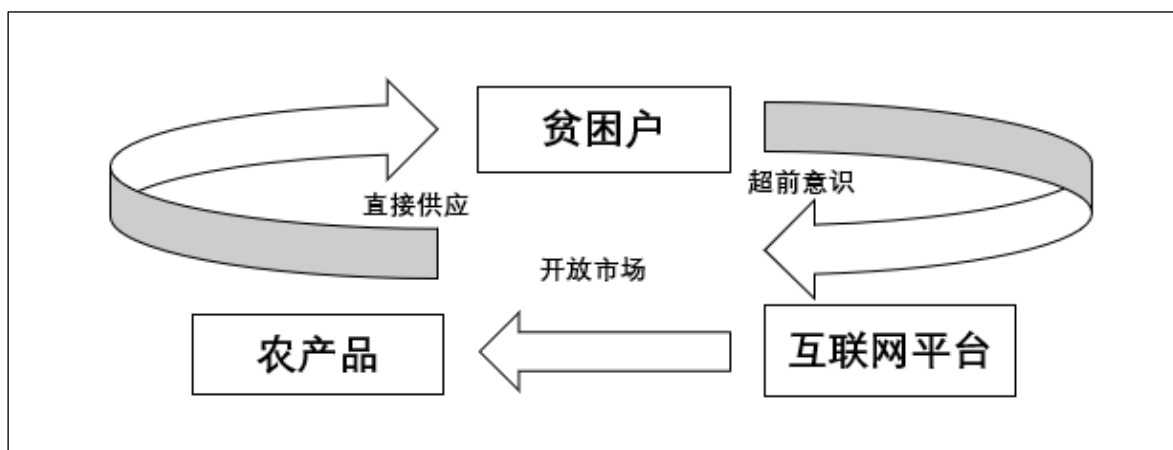
资料来源：二手资料

图 3. 电商精准扶贫路径

2.2 传统电商扶贫模式措施

2.2.1 对接到贫困户、贫困村

电子商务企业通过教育培训、资源投入、市场对接、政策支持、提供服务等形式，推动贫困户、贫困村直接以电子商务交易实现增收，达到减贫脱贫的预期效果。其中，最典型的方式是在电子商务交易平台向贫困户提供网店，直接助其线上销售。



资料来源：本文分析整理

图 4. 传统电商扶贫措施图

2.2.2 电子商务产业链构建

贫困地区政府大力支持电商扶贫，通过当地从事电子商务经营的龙头企业、网商经纪人、大户、产业专业协会与地方电商交易平台等，构建起面向市场的电子商务产业链，牵头引导贫困户利用电子商务开店或就业，从而达到减贫脱贫效果。此方法不仅带动某地区行业经济发展，也帮助众多贫困户增收。

2.2.3 发展产业溢出效应

随着电商规模化发展，规模经济效应很快会对一定区域产生积极影响。当地原有的贫困户即使没有直接或间接参与电商产业链，也可从中分享发展成果。让具有劳动能力的贫困户不仅很容易在网销产业链中找到发展机会，而且电商带动新型城镇化进程。建筑、餐饮、交通、修理等服务业快速发展，提供大量就业、创业机会；道路、卫生、光纤入户、水电、公共照明等城市基础设施改善，电商园区建设给农民带来住房条件的改善和服务便利化。这不仅惠及包括失去劳动能力的贫困户在内的所有村民，也让他们享受到电子商务发展的溢出效应带来的改变。

2.3 传统电商扶贫模式的主要问题

2.3.1 电商专业人才匮乏，贫困地区电商基础差

(1) 缺乏电商扶贫专业性人才

电商扶贫涉及着整条电商链，从生产、推广到销售、物流再到维护、管理，均需各类人才；而技术型、专业型人才，更多的选择在城市谋求发展，不愿留在农村。专业人才不断流失，农村“空心化”问题突出。

(2) 电商专业人才培养难度大

大多数贫困户因为自身知识储备不够和外部条件先天不足等原因致贫，贫困人口不接受新的事物，操作能力薄弱，开展技术培训难度大。

(3) 电商意识薄弱，合作积极性不高

一方面，由于区域基础条件的限制和自身思想的固化，网购、电子支付等概念对贫困地区文化程度普遍不高、计算机操作能力很低的居民来说十分陌生，宁愿去小卖

部或集市消费，也不愿网上购物，缺乏电商理念和互联网思维。另一方面，部分贫困地区长期过度贫困，农民习惯性得过且过，无实在的追求和脱贫想法，更倾向于接受政府扶贫政策补贴，缺乏独立自主的意识，对电商扶贫政策，缺乏合作意向。

2.3.2 电商扶贫资金不足，基础设施不完善

(1)开展电商扶贫的资金匮乏

由于贫困地区经济发展水平较低、个体农户资金有限、电商前期投入成本高、收入回报周期长、农产品生产销售有风险、农村的融资途径单一、不完善的产供销合作体系、金融机构在贫困地区电商扶贫资金支持方面缺乏主动性等问题，造成了电商扶贫的资金来源渠道狭窄。

(2)开展电商扶贫相应基础设施不完善，大部分贫困地区基础设施普遍落后和匮乏

第一，贫困地区的网络覆盖率普遍偏低，光纤入户率不高，农村网络服务覆盖率低下，网络基础设施的不完善使电商扶贫变得十分迟缓；第二，运输周期长、物流设施不全，直接导致市场无法打开，没有形成一个有机整体，无法形成产业规模，无法发挥聚集优势；第三，贫困地区普遍缺乏先进的储运保质设施和手段，使农产品在长时间储存和运输过程中存在质量隐患。

2.3.3 电商扶贫产业基础薄弱，贫困地区农产品品牌化程度低

电商的核心是产品，产业基础是电商发展的前提。对于面临土地资源、水资源严重短缺的问题贫困地区，不论是种植业、养殖业还是其他产业都难以发展，使得关乎农户收入和竞争力的产品质量与品牌化程度，在资源的短缺，加工、包装、质检这些基础工作上难以形成产业基础。即使有些贫困地区有优势较大、质量较好的产品或原料，无法得到加工生产，品牌培育度不够，电商销售难度增大。

3.商业创新模式

3.1 “两头在外”电商扶贫模式

“两头在外”电商扶贫模式以电子商务为抓手，解决了东西两地政府探索贫困群众就业、增收和脱贫的新思路，与西部地区缺乏电商产业基础之间形成的矛盾，是电商扶贫行业的创新型商业模式。

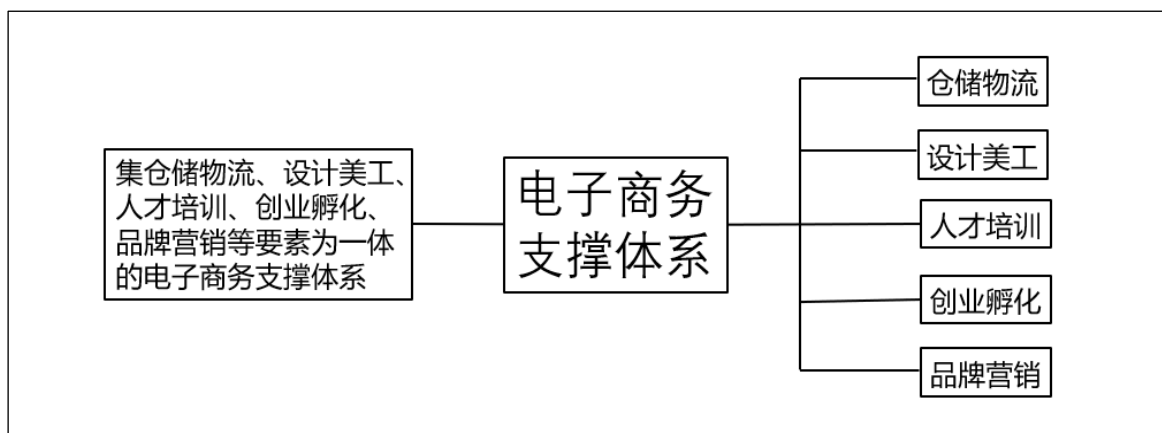
一方面，整合沿海的供应链和电商产业发展经验沉淀下来的培训资源，作为西部地区产业发展的强支撑；另一方面，电子商务的创业成本较低，可充分利用待发展地区的劳动力资源，并吸引农民工、大学生返乡创业，进一步缓解区域人口老龄化和留守儿童问题。

培养专业的电商人才是电商扶贫的前提，提升贫困地区人民自身的脱贫能力，带动更多贫困人口获得发展空间，“两头在外”电商扶贫模式利用沿海成熟的产业发展积累下的电商资源，培训贫困地区电商人才，整合沿海成熟且高度互联网化的产品供应链资源，实现西部贫困地区人民的快速造血式脱贫。

3.2 “两头在外”电商扶贫新模式的构建

“两头在外”电商扶贫模式对口帮扶甘肃建档立卡贫困户青年群体，以贫困青年电商人才培养为抓手，探索贫困青年就业创业，促进增收和脱贫的新路子。该模式通过整合东部成熟的供应链和电商实训资源，以“培训、就业、创业”服务为核心，培育优质电子商务支撑体系人才，通过供应链在外与市场在外的“两头在外”电商扶贫

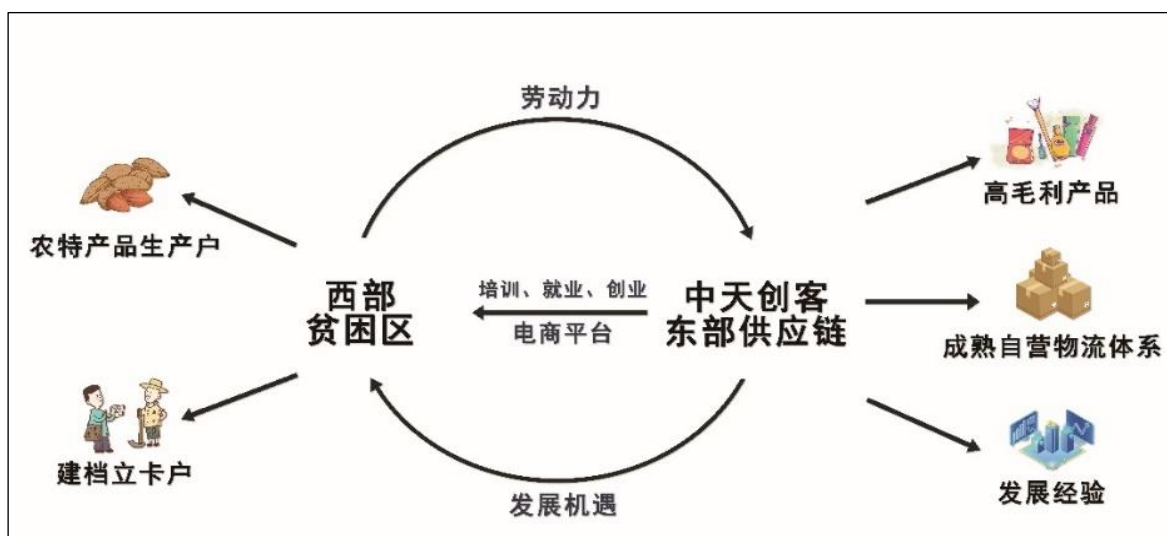
模式,使没有产业基础和市场的西部贫困地区,可以利用电商平台将产品卖向全国市场,帮助当地贫困青年就业、创业、增收和脱贫。



资料来源：本文分析整理

图 5. 电子商务支撑体系

甘肃中天创客电子商务有限公司是目前国内首家将传统电商扶贫模式创新为“两头在外”电商扶贫模式的企业，通过此类模式，该项目不到一年时间共计培训优质电商人才 500 多名，带动 208 人就业创业，累计开设电商店铺 193 家。



资料来源：本文分析整理

图 6. 中天创客“两头在外”电商扶贫商业模式

中天创客通过“两头在外”电商扶贫新模式，柔性整合全国供应链，卖向全国市场，解决了销售产品单一等问题。以电子商务为抓手，建设电商孵化基地和开展电商青年实训相结合，采取“培训—就业—创业”，打造“四个平台”的“互联网+”产业协作模式。当贫困户技能学成之后，可为平台输出劳务、技术等资源，解决其就业问题，这些人在完成岗位工作任务之余，也利用平台资源开设淘宝店铺增收，协同发展，这是由贫困户和企业共同创造的市场机会，突破传统的扶贫模式“授人以鱼”，以“授人以渔”带动精准脱贫，“给大家造鱼塘”，带动致富。

4.商业价值体现

“两头在外”的商业模式既拥有全国成熟的刚需产品供应链,又面向全国市场,进一步充分利用贫困地区的劳动力资源,吸引农民工、大学生返乡创业,进一步缓解区域人口老龄化和留守儿童问题。“培训—就业—创业”的培养路径增长贫困地区青年知识,打破固有认知。以东部青年带动西部青年就业创业,东西协作,为“脱贫攻坚最后一公里”齐心协力,共赴前行。

透过上述讨论不难发现,此模式可以灵活多变的运用于其他建档立卡户与低学历、低资本的草根创业青年,适用范围广,发展空间大,同时,该模式针对性地解决了贫困地区人民对电子商务缺乏足够认知、缺乏环境、政策、资源等方面的有效措施、缺乏专业电商运营企业和配套的物流快递企业、没有形成一个有机整体、无法形成产业规模、无法发挥聚集优势、电商基础发展滞后、电子商务人才匮乏等传统电商扶贫行业的痛点问题。

“两头在外”的商业模式,以电子商务技术为发展手段,以扶贫摘帽为最终目的,打通了贫困地区商品的流通渠道,帮助贫困群众进行专业化的产业脱贫,有意识地开拓电商渠道和培养电商运营人才,为西部贫困地区的电子商务应用普及和服务支撑体系的建立提供智力支持,培养西部贫困地区电子商务土壤,进而推动当地特色产品线上销路,带动区域经济发展。

参考文献

1. 王静(2019)。精准扶贫背景下陕西农村电商发展对策研究。电子商务,8,15-16。
2. 王建强、何建华(2018)。完善甘肃省电商助力精准扶贫的对策研究——电商助力精准扶贫的战略方向。商业经济,8,37-40。
3. 李丽、李勇坚(2017)。中国农村电子商务发展:现状与趋势。经济研究参考,10,52-60。
4. 李平荣(2018)。甘肃农村电商人才培养的现状与模式研究分析。电子商务,3,62-63。
5. 温彩璇、李晓鹏(2019)。脱贫攻坚重在可持续。人民论坛,15,54-55。
6. 邵珊、项荣武、赵喆、李心舒、张斯雯(2019)。“互联网+精准扶贫”模式下惠农服务平台的创新研究。农业经济,5,63-64。
7. 周婕(2019)。精准扶贫下我国农村电商发展思考。农业经济,2,137-138。
8. 李辉(2018)。深度贫困地区产业融合发展探析。云南行政学院学报,20(06),10-14。
9. 赵平(2018)。转型升级背景下电商扶贫推进策略分析。商业经济研究,21,69-71。
10. 吴青霏(2019)。广西天峨县“空店”电商扶贫模式运营存在问题及对策研究(未出版之硕士论文)。广西省:广西大学。
11. 岳娅、王国贤(2018)。云南农村电子商务扶贫的对策建议。宏观经济管理,7,73-78。
12. 宋湘琴、杜珩、郑君(2018)。基于SWOT分析法的农村电商扶贫战略研究——以渝东南地区为例。农业经济,6,134-136。

13. 周映欢(2018)。我国电商扶贫的难点与对策研究(未出版之硕士论文)。湖南省：湘潭大学。
14. 李璐(2018)。互联网环境下电商扶贫的减贫效应及对策研究(未出版之硕士论文)。江西省：江西农业大学。
15. 曹宝(2018)。延安市农村电商扶贫中政府作用研究(未出版之硕士论文)。陕西省：延安大学。
16. 田园(2018)。甘肃省电商扶贫路径探析(未出版之硕士论文)。甘肃省：甘肃农业大学。
17. 王鹤霏(2018)。农村电商扶贫发展存在的主要问题及对策研究。经济纵横，5，102-106。
18. 于文博(2018)。电商扶贫的可行性及推进策略研究(未出版之硕士论文)。武汉市：华中师范大学。
19. 余雪源、杨媛、张莹(2018)。基于精准扶贫的农村电商发展创新研究。农业经济，4，129-131。
20. 阚倩(2018)。创新扩散视域下农村电商扶贫的信息传播研究(未出版之硕士论文)。安徽省：安徽大学。
21. 吴成杰(2018)。湖南省农村电商扶贫模式及内在机理研究(未出版之硕士论文)。武汉市：中南民族大学。
22. 李秋斌(2018)。“互联网+”下农村电子商务扶贫模式的案例研究及对策分析。福建论坛(人文社会科学版)，3，179-188。
23. 颜强、王国丽、陈加友(2018)。农产品电商精准扶贫的路径与对策——以贵州贫困农村为例。农村经济，2，45-51。
24. 刘禹(2017)。湖南西部农村电商扶贫问题研究(未出版之硕士论文)。湖南省：湖南农业大学。
25. 高松(2017)。电商扶贫之路如何走得更顺畅。人民论坛，32，82-83。
26. 唐诗婕(2017)。夏津县电商扶贫政府扶持对策研究(未出版之硕士论文)。辽宁省：东北财经大学。
27. 滕稳稳(2017)。贵州农村电商扶贫模式研究(未出版之硕士论文)。贵州省：贵州民族大学。
28. 王旭杰(2017)。宁夏电商扶贫政策发展路径研究。宁夏社会科学，S1，74-76。
29. 冷飞翔(2017)。多元治理视角下电商扶贫微观体系及作用机制研究(未出版之硕士论文)。武汉市：华中师范大学。
30. 黄战功(2017)。光山县农村电商扶贫问题研究(未出版之硕士论文)。河南省：河南财经政法大学。
31. 林广毅(2016)。农村电商扶贫的作用机理及脱贫促进机制研究(未出版之博士论文)。北京市：中国社会科学院研究生院。
32. 陈阳山(2016)。江西于都：“电商+扶贫”的实践与探索。中国财政，2，54-55。
33. 汪向东、张才明(2011)。互联网时代我国农村减贫扶贫新思路——“沙集模式”的启示。信息化建设，2，6-9。
34. 李柱(2011)。沙集模式 VS 温州模式——两种农村产业集群经济模式的比较分析。云南农业，10，52-53。

收稿时间：2019-09-02

责任编辑、校对：刘舒霖、沐园琳