

# 农村电商的多元共治发展研究

——以即墨市移风店镇为例

李冠群

(中国科学院大学 公共政策与管理学院, 北京 100049)

**摘要:**在新的时代背景下,农村电商成为推动农业、农村发展的重要力量。概括了移风店镇农村电商发展具备的条件及其发展路径,分析了移风店镇电商发展的多元共治结构的运行,并对其发展成功经验进行了探讨。

**关键词:**农村电商;多元共治;移风店

**中图分类号:**F327 **文献标志码:**B **文章编号:**1671-1807(2017)07-0028-06

促进农民增收、农业增长、农村社会稳定是党和政府长期关注的重要问题。而在推进产销衔接、促进就业以及推动农业发展方式转变等方面具有独特作用的农村电子商务发展受到越来越广泛的关注。2015年10月,国务院发布促进农村电商发展的重要文件,在政策支持的大背景下,各地方政府在推动农村电商发展方面作出积极探索,但发展尚处在起步阶段的事实使得我国农村电商发展面临着农民意识不到位、配送物流不完善、产品同质化以及电商人才缺乏等诸多问题<sup>[1]</sup>。

作为推进国家治理现代化战略的重要主体,如何顺应民主化和市场化发展的潮流,充分发掘市场和社会在公共事务治理中的潜力,从而提升公共服务的质量和效率,实现向服务型政府的转型是地方政府必须面对的问题<sup>[2-4]</sup>。具体到农村电商发展这一公共问题而言,如何引入各方力量协力消除其发展面临的一系列障碍,从而发挥农村电商对农业、农村发展的重要作用则具有重要的现实意义。

纵观现有取得良好发展效果的农村电商发展模式,如网店协会引导型的“遂昌模式”、政府与供销社共同引导型的“泸县模式”以及政府委托大企业运营型的“通榆模式”,其发展均在一定程度上引入了市场或者社会主体。这几个地方均经历了几年发展取得如此成效,而本文作者所调研和将要探讨的青岛市下辖即墨市移风店镇,则在当地政府引入市场、社会以及农民等多方主体协同治理的发展路径下,利用一年

多时间取得了引起社会广泛关注的发展成就:自2015年3月成为青岛市首个电商示范镇以来,截至2016年底,全镇年网络销售额过亿元,培育和培养了100多家电商业户,其中农村妇女占据网店业主的2/3,有力地促进了农产品的产销对接、促进了农民身份地位转换和收入的增加。2016年度整个青岛市有四个淘宝村,而移风店镇就有大欧村、东南村两个村入围,移风店镇电商发展情况先后被《人民日报》、《新华网》、《经济日报》等多家知名媒体报道。本文正是基于实地调研,对移风店镇电商发展的治理情况进行分析,旨在为其他地方电商发展提供经验和借鉴。

## 1 移风店镇电商发展概况

### 1.1 移风店镇电商发展基础

移风店镇电商发展有其良好的发展基础,一方面,产品特色突出。“张院的簸箕,毛子埠的升,大欧的鸟笼进了京”是在即墨市流传很久的歌谣。除张院簸箕和毛子埠升,制作技艺入选山东省非物质文化遗产的大欧鸟笼已有500多年发展历史,在当地有着相当的知名度。另外移风店镇近些年通过无公害蔬菜生产和家庭农场、农业合作社的发展,形成了十几个国家级无公害蔬果品种以及大丰收盆栽菜、小蜗牛葡萄等优质农产品,为移风店镇电商发展打下了良好基础。另一方面,处于东部沿海发达地区,移风店镇交通、网络建设发展比较完备,也使当地乡村休闲游有相应的都市人群受众。

收稿日期:2017-03-27

作者简介:李冠群(1990—),女,山东潍坊人,中国科学院大学,硕士研究生,研究方向:农业政策。

## 1.2 移风店镇电商发展面临的困境

与其他地区农村电商发展面临的问题相似,移风店镇电商发展需要克服农民电商意识及操作技能缺乏、网销产品质量参差不齐以及快递远、运费贵等方面的问题。

1)农民意识问题。尽管移风店镇电脑、网络基本实现全覆盖,但绝大多数农民日常用途基本在娱乐方面。对于运用网络买卖东西接触较少,对网销网购风险性夸大,认知不足。

2)操作技能缺乏。原先数量较少的自己发展电商的业户,其电商操作技术多为异地培训或通过家中年轻人教会,甚至网上自学,缺乏系统性的、延续性的后续指导和服务,很多业户在售后服务等方面遇到问题无处求解;更多的农民未接触过电商操作,技能缺乏。

3)网销产品质量等缺乏规范。原有网店在产品质量以及品牌建设等方面缺乏相应约束和引导,产品参差不齐,缺乏知名度和市场竞争力。

4)快递物流距离远、价格高。快递站点触点最低延伸到镇级,村内电商订单无论多少都需要业户到镇上发货,且由于业户分散发展且订单量有限,业户缺乏快递议价权,导致电商发展快递费用较高,甚至出现快递费用高于所卖货物的情况,大大削弱了农副产品网销的竞争优势。

这些问题的存在,使得移风店镇农村电商参与者甚少、电商发展对农民增收农业发展方式的影响甚微。

## 1.3 移风店镇电商发展路径

针对本镇电商落地面临的困境,移风店镇形成了由分管镇长牵头各参与部门主要负责人组成的电商工作领导小组,在对相关政府部门作出明确分工的基础上,积极引导市场主体、社会机构参与治理,通过建设和对接村级电商服务站、镇级电商服务中心以及即墨市供销社,形成三级电商服务体系,为农业生产环节、品牌宣传、销售环节以及流通环节提供各项服务。

在生产环节,通过科技信息及高质量农资供应推动科学生产和农产品质量保证;在电商中心产品质量检测的基础上通过品牌注册以及网络宣传和乡村休闲游提升当地品牌知名度;在销售环节,针对农业合作社、家庭农场等生产大户开辟镇电商中心旗舰店“移风农场”品牌销售渠道和即墨市供销社“即供”品牌销售渠道,针对个体农户或大学生、创客进行免费电商操作课程培训,使他们具备网络销售能力;在流通环节,村级电商服务站负责村级快件代收和代发,镇电

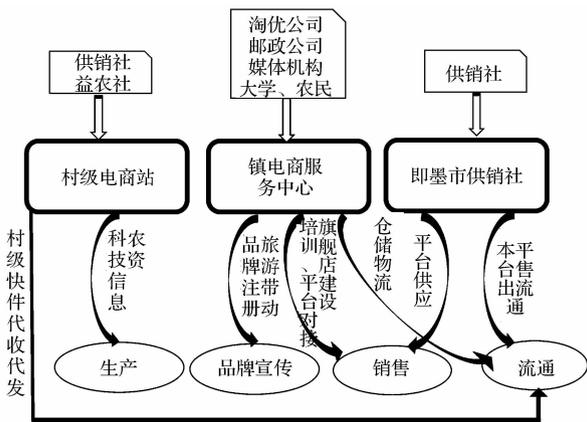


图1 移风店镇农村电商发展路径图

商服务中心负责到村级电商服务站串货并提供仓储服务,市供销社则主要致力于本平台售出农产品的物流配送服务。

通过不同治理主体在各级电商服务平台的努力和作用发挥,解决了移风店镇电商发展面临的农产品质量参差不齐、农民电商意识和操作技术缺乏以及快递贵且远的物流瓶颈问题,有效推动当地农村电商发展,进而促进农民收入的增加和农业方式的逐步转变。

## 2 移风店镇电商发展的多元治理主体分析

治理是国家与公民社会的合作、政府与非政府的合作,是根据市场原则的管理<sup>[5]</sup>。实现多元主体共同治理需理顺政府内部、政府间的权责界限,推进政市分开、政社分开,明确政府、市场与社会的职能分工和权力边界,向市场放权、向社会放权,为多元主体共同治理创造更多的空间<sup>[6]</sup>。

如图2所示,除相关政府部门,参与到移风店镇电商发展治理的还有市场主体,如淘优公司、邮政公司以及媒体集团,社会组织治理主体如供销社、淘宝大学、青岛创业大学以及村干部、村内先进户等农民主体。

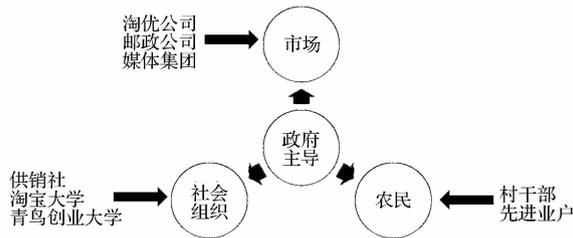


图2 多元共治主体示意图

### 2.1 移风店镇电商发展的多元治理主体职能分析

移风店镇在发展农村电商的过程中,在明确政府

自身职责和分工的基础上,积极引入本地企业、社会组织以及农民,充分发挥各种资源优势,共同合作治理和解决电商发展面临的诸多问题,引导农民参与发展,实现农民增收、农业增长和农村社会稳定,从而促成公共利益最大化。

### 2.1.1 政府部门职能

政府部门在电商发展的治理结构中,作为电商发展的组织者、投资者和管理者,扮演“元治理”的角色,权威最强,发挥主导性作用。这些政府部门主要包括宣传部门、财务部门、农业相关部门以及团委等,在分管副镇长的领导下,主要负责本镇电商推进中的宣传工作、群众意识引导、财政补贴与支撑以及出售农产品质量保证等工作,从而自上而下推动工作进展。镇政府确立“政府引导,市场运作”的工作原则,由各参与部门的主要负责人组成电商工作领导小组,并下设电商指导办公室,统筹镇电商发展工作(见表1)。

表1 移风店镇政府部门电商工作分工

部门	职责分工
宣传办	电商宣传、营造电商氛围
财务办	电商建设专项工作经费保障和落实
农业服务中心	电商商品规范和质量监管、乡村旅游规划和设计
团工委、妇联	鼓励和引导农村青年、妇女积极参与、主动创业
电商指导办公室	统筹、协调本镇电商发展各方面工作

### 2.1.2 市场治理功能

1)青岛淘优公司。政府通过公开招标,选定青岛淘优电子商务有限公司为运营商,依托其业务开设镇级电商服务中心,政府发布企业应承担的职能要求,通过有关政府领导入驻电商中心办公的方式,进行电商中心日常事务的监督和领导。在政府监督的基础上,企业有较大的自主权,政府根据其带来的社会效益适当给予补贴,为半公益性质。一方面,青岛淘优公司免费为本镇电商发展提供从电商操作培训、店铺运营、商品拍摄及包装到物流仓储的全程配套服务,承担一部分产品宣传功能,并负责本镇休闲旅游的组织 and 开展,在推动本镇电商发展进程中发挥主要作用。另一方面,政府通过接收淘优公司工作和需求的反馈信息,及时调整相关政策。淘优公司参与政府在本镇重大电商、休闲农业发展方面政策的协商,增强相关决策的科学化水平。

2)邮政公司。邮政公司主要在物流建设方面发挥作用。镇电商中心通过与邮政公司合作,依托其物流平台,与中通、天天等快递达成合作伙伴关系,以电商中心仓储中心为基站提供物流仓储服务,推动解决本镇电商发展面临的物流瓶颈问题。

3)青岛报业传媒集团。传媒集团主要在宣传方面发挥作用。一方面通过宣传转变人们思想意识,既包括对农民电商意识的唤醒,也在转变城市人生活理念等促进休闲旅游发展方面发挥作用;另一方面通过报道和宣传,为提升移风商品知名度和品牌培育发挥积极作用。

表2 市场及社会治理主体作用比较分析表

主要作用平台	主要作用领域	治理参与者	管理强弱	实际作用	实现功能
村级电商站	生产环节	益农社	弱	小	提供三农政策、信息
		供销社	强	较大	提供农业科技培训、农资、信息
	流通环节	—			物流代收代发
镇电商中心	资源整合	淘优公司	强	主导	中心运营,确保中心作用发挥
	宣传环节	传媒集团	弱	一般	助力宣传引导
		传媒集团	弱	小	助力电商培训
	销售环节	淘宝大学 创业大学	弱	一般	助力电商培训
	流通环节	快递公司	强	较大	助力物流搭建
	全过程	农民	弱	一般	参与和后续反馈
市供销社	宣传环节	供销社	强	一般	实体店品牌展销宣传
	销售环节		强	一般	销售平台供应
	流通环节		弱	小	平台冷链物流及配送

注:管理强弱及作用大小水平据访谈以及相关获取资料分析得出。

### 2.1.3 社会组织治理功能

1)供销社合作社。市供销社在网销平台与线下商

品展示方面发挥作用。市供销社线上自行建立“即墨农民专业合作社网”和“供销三农商城”平台,并与淘

宝网、京东商城等商业网站相连接,开设了“即墨体验馆”;线下在市内建立多处农产品展销中心和商超展销柜台,为移风店产品网销和宣传提供了更广阔的平台和空间。

镇供销社参与建设村级电商服务站。镇供销社与电商中心及益农信息社合作,在村级进行农资供应以及网络代购代销;推动标准化生产,提供三农信息,提升科学生产水平。

2) 益农信息社。作为农业部信息入村站点,益农信息社主要与供销社合作通过村级电商服务站向农民提供三农信息和政策,缩小城乡信息化差距。

3) 淘宝大学、青岛创业大学。淘宝大学、青岛创业大学主要参与电商培训工作。作为为众多电商从业者及创业人员进行相关培训的组织机构,淘宝大学、青岛创业大学参与移风店镇电商培训工作,对电商发展不同板块进行讲授,定期有讲师进行模块教学,解决农民操作技能的问题。

#### 2.1.4 农民治理功能

推动电商发展的最终目的在于带动广大农民积极主动地将互联网思维和技术应用到农业发展中。作为农民,既是电商发展的参与者,也是其中的重要行为主体。在此,农民对于电商发展的治理主要在于村干部、农业先进户的示范和带头作用。对村干部、农业先进户的走访和先行培训使他们最先具备电商意识和互联网思维,再通过他们下乡发放宣传彩页和口碑宣传等方式鼓励农民积极参与,并通过自身发展情况发挥模范带头作用。另外,他们及时向上表达和反馈在电商发展过程中的农民意志和诉求,提高农民对治理工作的参与水平,使农民能够参与到影响自身发展的决策过程。

在政府各单位职能充分发挥的基础上,通过引导和监督各方治理,形成村电商服务站——镇电商中心——市供销社三级电商服务平台,共同完成从生产环节的科学和标准生产,销售环节的电商技能培训、平台供应,到宣传环节的线上线下品牌宣传和建设,流通环节的仓储物流等电商发展的服务体系,解决农村电商发展面临的问题。为本镇电商发展打造良好氛围和环境,带动本镇各农业主体投身电商发展大潮。

### 2.2 移风店镇电商发展多元治理的运行机制分析

在多元治理模式下,政府部门、市场、社会通过协商确立共同的目标,在充分沟通的基础上相互配合、相互协同,合作解决公共问题,实现对公共事务的有效管理。因此,在对多元治理结构运行的研究中,不

同参与主体的利益机制、动力机制以及彼此之间的互动机制是我们的重要关注点。

#### 2.2.1 利益机制

在推动电商发展的过程中,政府部门、市场主体和社会主体有着不同的利益诉求。其中,政府部门作为公众的管理者和服务者,追求的是社会利益,具体到推动电商发展这一行为中,政府的目的在于将互联网作为基础设施与农业进行融合,从而实现先进的互联网技术和思维对农业生产、销售、流通等各个环节的升级和改造,最终实现农业方式的转变,促进农民增收、农业增长和农村社会的稳定。这也是政府的职责。在这一过程中政府利用行政资源积极推动,发挥“元治理”功能。淘优电商公司作为市场主体,在推动移风店镇电商发展的过程中,通过为本镇农民提供店铺经营、物流托管等半公益性服务,在获得一定政府补贴的同时,积极承担企业社会责任,为扩大企业知名度和良好声誉发挥积极作用;另一方面,淘优公司将暖宝宝等本企业产品作为货源提供给电商业户销售,也获取了市场收益。邮政公司和媒体集团分别通过参与移风店镇电商发展的物流建设和报道宣传谋得更多利润。供销社、益农社、淘宝大学均通过参与其中实现服务三农、造福电商从业人员的社会效益目标。村干部、农业先进户的治理参与则在带动周边农民参与、致富的过程中拉近了相互关系、提升了自身威望。

经分析表明,移风店电商发展的多元治理主体追求的利益不完全相同,不存在直接的竞争关系,也没有哪一种主体能够完全垄断。不同主体在自身职责和业务范围内积极参与和发挥作用,互相支持,最终促进移风店镇电商的发展。

#### 2.2.2 动力机制

动力机制为多元治理结构的正常运行提供必要的动力支撑。移风店电商的顺利发展受到诸多因素影响,是外在推动力和内在拉力共同作用的结果。

从多元治理结构的内部来说,政府、市场、社会各不同治理主体之间没有明显的利益冲突,正是他们之间的互相合作和协同为多元治理结构的顺利运行提供内部动力。政府部门作为最具权威的治理主体,为其他治理主体工作的顺利开展提供了必要的公信力,淘优电商公司、供销社、媒体机构等市场和社会主体则在政府公信力支撑下充分发挥自身功能,提供从电商培训、产品包装、物流建设等硬件条件的完善到整合资源发掘农村休闲游优化电商发展环境的软件条件的支撑。村干部以及农业带头人的亲身体验与言

传身教则加速治理工作的顺利进行。

从多元治理结构的外部环境来说,技术进步和市场经济的发展则构成了外在拉力。互联网技术的不断发展使其对其他产业的改造和升级能力逐步提升,在此背景下国家和地方各级政府纷纷出台促进电商发展的政策措施,这为电商发展提供了政策支持。政府、供销社、益农社与农民推动电商发展的目的均在于促进农民增收和农业增长,淘优公司、邮政公司、媒

体集团参与治理的目的在于获取经济利润。因而追求经济利益是电商发展的重要推动力。

### 2.2.3 互动机制

不同治理主体之间的互动和沟通是他们能够及时传递信息、消除矛盾进而充分协同互助的重要保障。各治理主体由于在治理过程中发挥作用和影响力不同,在互动机制中也呈现出强弱不一的格局。

表 3 多元治理主体互动强弱关系

治理参与方	政府部门	淘优公司	邮政公司	信用社	益农社	淘宝大学	媒体集团	农民
政府部门	—	强	较强	强	强	较强	强	强
淘优公司	—	—	强	较强	较强	强	较强	强
邮政公司	—	—	—	弱	弱	弱	弱	较弱
信用社	—	—	—	—	较强	弱	弱	强
益农社	—	—	—	—	—	弱	弱	强
淘宝大学等	—	—	—	—	—	—	较弱	较强
媒体集团	—	—	—	—	—	—	—	较强

注:互动强弱水平据访谈以及相关获取资料分析得出。

从上表可知,政府部门与其他治理主体互动关系较强,联系紧密。在实际治理过程中,政府作为各治理主体的协调者往往在互动过程中处于主动地位。市场及社会治理主体的互动则主要围绕着与自身有业务关系的其他主体展开。淘优公司作为培训、宣传、物流建设等一系列公共服务的提供者,与农民、邮政公司、媒体集团等各个治理主体的互动关系均较强;农民作为治理的最终获益者,在积极配合其他治理主体的过程中均建立了较强的互动关系。

## 3 结论与讨论

在市场化、民主化以及“互联网+”农业不断发展的进程中,移风店镇立足于本镇基础设施相对完善、农副产品特色突出的优势条件,引入市场和社会力量提升电商相关公共服务的水平和质量,不同治理主体之间相互分工,没有明显的利益冲突以及适时的互动使得治理结构能够顺利运转,进而通过打造村、镇、市三级电商服务体系,实现了互联网技术和平台对生产、销售、宣传和品牌建设等环节的改造升级,唤醒农民互联网意识,引导他们主动、共同参与,推动本镇优特产品走向全国,最终实现了农民增收和农业发展方式的转型和升级。

立足于地方特色,因地制宜,充分挖掘当地富有特色的无公害蔬果等产品,通过生产环节的科学化、标准化生产确保质量;通过各种媒体渠道以及乡村休闲游打造农产品品牌;针对不同类型的农业主体探索

不同的电商发展模式;进一步完善乡村物流是移风店镇电商发展的基本路径。立足于本地特色发展农村电商,既有相应的知名度基础,又有坚实的货源保障。乡村物流的完善打通了农产品进城的最初一公里和工业品下乡的最后一公里。通过生产环节的质量保障和宣传环节的品牌塑造,解决现阶段绝大部分农村电商发展面临的产品同质化以及缺乏品牌建设的问题。利用电商平台带动线下体验,促进乡村休闲游发展,不但增加农业附加值,而且助力本地产品品牌宣传,推动线下体验和线上交易互动和协同发展<sup>[7]</sup>。移风店镇通过农业发展各个环节的升级奠定了本镇电商发展的良好环境。

电商发展需各方的合作与参与,不同主体的共同治理使得电商服务体系得以充分发挥作用,推动移风店镇优质产品走向全国。在推动电商发展的过程中,移风店镇政府充分带动相关企业、社会组织等本地机构共同参与治理,形成一个有着良好互动、利益冲突相对较小的农村电商多元治理结构,在发挥其各自优势和资源的基础上相互配合,合力解决电商发展的障碍,一方面,多元共治提升各项建设的效率,也增强相关服务的专业性<sup>[8]</sup>;另一方面,各个参与主体通过参与治理一定程度上实现了自身价值追求,从而实现公共建设和自身发展的双赢。而镇政府部门则积极扮演“元治理”的角色,专注于电商发展大方向的规划和把握,在制定相关政策规章和塑造良好的发展环境的

(下转第 99 页)

chain with a potential entrant[J]. *European Journal of Operational Research*, 2010, 202:444—455.

[15] CHOU M C, SIM C K, TEO C P, et al. Newsvendor pricing problem in a two-sided market[J]. *Production and Opera-*

*tions Management*, 2012, 21(1):204—208.

[16] 王晓明, 李仕明, 倪得兵. 网络外部性下的电信业务服务质量 and 定价的博弈分析[J]. *系统工程理论与实践*, 2013, 33(4):910—917.

## The Pricing Analysis of Platform Enterprise Competition Model

WEI Ye-chun, HUANG Min

(School of Management, Guangdong University of Technology, Guangzhou 510520, China)

**Abstract:** Platform enterprise of supply chain for pricing issue involves charging on both sides of the market. Researches of the traditional supply chain vendors about pricing issue were mainly analyzed from the perspective of the single market, while the platform pricing studies on two-sided market were briefly analyzed from the perspective of effectiveness. Both internal literature and foreign literature rarely research platform pricing issue from the perspective of supply chain costs. Therefore, this paper considers that two platform enterprises' competitive pricing issue by taking into account the external network and differentiated services to two factors. And it also includes the analysis of these two factors on the optimal two-sided pricing, two of each platform to market demand, as well as their profits.

**Key words:** platform enterprise; competition; network externality; differentiated services; pricing

(上接第 32 页)

基础上,作为不同主体之间的对话组织者和争议裁决者,积极协调各主体间的关系,增进主体间的和谐,从而确保治理结构的顺利运行和共同目标的最终实现。如果说当地自然条件较好、特色资源丰富是移风店镇电商发展的内在条件,镇政府以及各参与企业、社会机构的协力治理则是推动移风产品走向全国的最直接、最根本的推动力。

### 参考文献

- [1] 张传秀. 当前我国农村电商存在的问题及对策分析[J]. *中共南宁市委党校学报*, 2016(1):16—19.
- [2] 唐天伟, 曹清华, 郑争文. 地方政府治理现代化的内涵、特征及其测度指标体系[J]. *中国行政管理*, 2014(10):46—50.

- [3] 薛澜. 顶层设计与泥泞前行:中国国家治理现代化之路[J]. *公共管理学报*, 2014(4):1—6, 139.
- [4] 谢秋山. 地方政府职能堕距与社会公共领域治理困境——基于广场舞冲突案例的分析[J]. *公共管理学报*, 2015(3):23—32, 155—156.
- [5] 俞可平. 治理与善治[M]. 北京:社会科学文献出版社, 2000:5—6.
- [6] 王名, 蔡志鸿, 王春婷. 社会共治:多元主体共同治理的实践探索与制度创新[J]. *中国行政管理*, 2014(12):16—19.
- [7] 李丹, 王宸圆, 曹倩雯. “乡村旅游”+“农村电商”联动融合模式探讨——以金华为例[J]. *现代商贸工业*, 2016(20):18—19.
- [8] 李新廷. 国家治理体系与政府购买公共服务[J]. *沈阳工业大学学报:社会科学版*, 2015(4):289—294.

## Research on the Development of Multi-subject Co-governance of Rural E-commerce

——A case study of Yifengdian

LI Guan-qun

(School of Public Policy and Management, University of Chinese Academy of Sciences, Beijing 100049, China)

**Abstract:** In the new historical background, rural e-commerce has become an important force to promote the development of agriculture and rural areas. This paper summarizes the conditions and the path of the e-commerce development of Yifengdian, analyzes the operation of the multi-subject co-governance structure of the e-commerce development, and discusses the successful experience of its development.

**Key words:** rural e-commerce; multi-subject co-governance; Yifengdian