

农村电商如何实现长效脱贫？*

——ICT赋能的可行能力视角

易法敏 朱朕龙

(华南农业大学经济管理学院, 广东 广州 510642)

[摘要] “十四五”规划时期是乡村振兴和脱贫攻坚有效衔接的过渡期, 需要把脱贫攻坚的一些政策、体制机制顺利地转成乡村振兴的政策和体制机制, 实现二者有效衔接; 转换过程中, 建立起解决相对贫困的长效机制, 是“十四五”时期乡村振兴的一项重要内容。电子商务作为特殊的ICT应用, 在我国精准扶贫中发挥了重要的减贫脱贫作用。随着ICT向数字技术转化升级, 电子商务的减贫脱贫作用也相应地向长效脱贫转变。本文采用案例研究方法, 探索和分析贫困群体如何通过ICT赋能获得ICT可行能力, 农村电商如何通过提高贫困群体的ICT可行能力实现长效脱贫的问题。研究发现, ICT通过授权和传授知识来增强农村电商生态系统的参与主体的能力, 形成ICT可行能力, 并使BOP群体得以通过经济收入增加、生计方式的自由改进实现减贫。互联网的赋能是BOP群体掌握ICT的基本途径; ICT的升级迭代使得BOP群体的ICT可行能力也在赋能系统的支持下, 沿着能力阶梯持续增长, 进入到下一轮经济收入增加、生计策略改进和内生能力持续增长的循环。这样, ICT可行能力作为内在推动力量, 使得农村电商的发展持续地促进了减贫, 从而实现长效脱贫。依靠电商平台、社会企业、政府组织的外部赋能是其ICT可行能力形成及升级的主要方式; 构建面向BOP群体乃至整个农村地区的ICT技能普及体系, 持续提高BOP群体ICT可行能力是促进农村电商长效脱贫的必要手段。

[关键词] ICT可行能力 BOP群体 农村电商 赋能 长效脱贫

[中图分类号] F490.5 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 2096-983X(2022)05-0042-15

一、引言

农村电商拓展了农民参与市场的机会、提高了农民参与市场的能力、激发了农民创新创业活力^[1]。农村电商也是贫困群体突破原有市场分割、更加充分对接大市场从而实现脱贫的新型理想渠道^[2], 电商扶贫利用电子商务手段,

创新贫困地区各类产品和资源的供需形态, 提高产业发展水平, 并激励贫困群体通过参与产业链, 提高收入水平。

电子商务是通过固定或无线互联网基础设施所组成的开放网络开展业务交易的, 其特点是在信息产品和网络基础上的高连通性, 信息高覆盖和内容极度丰富, 参与主体通过ICT

收稿日期: 2021-11-09; 修回日期: 2022-05-19

*基金项目: 国家社会科学基金项目“电商扶贫的商业模式、价值共创与协同治理研究”(19BGL256)

作者简介: 易法敏, 教授, 博士研究生导师, 主要从事农村电商、数字化创新管理研究; 朱朕龙, 硕士研究生, 主要从事农村电商、社会企业研究。

(Information and Communication Technology) 工具参与交易^[3]。在农村电商中, ICT可以通过提供更加可靠、高效的获取信息和服务的途径, 以及通过提供更低成本的市场准入, 获取新的机会来增加贫困群体脱贫的能力, ICT的快速发展和普及应用能给予、提升弱势群体权利和技能, 通过结构赋权、资源赋权和心理赋权来向农村电商参与者提供赋能。ICT在电商生态系统中的使用, 从根本上改变了农业农村的性质和结构, 使各种创新参与者群体得以加入, 其创新过程更深入地改变了整个农业农村。ICT可以通过促进贫困群体获得基本的技能来增加就业机会, 以有利于增加弱关系的方式重新配置社交互动, 从而获得有关工作的非冗余信息以及解决贫困群体相关的生计问题; 互联网的使用与朋友和家人的关系密切联系在一起, 从而促进了紧密型社会资本。我国的农村电商发展中, 电商平台企业通过普遍连接、界面重构与复合式服务的商业模式向贫困群体赋能^[4], 或是通过ICT提升关系价值和個人能力, 进而通过制度化合作, 不断完善商业模式, 或是通过数字内容技术与数字连接技术提升贫困群体的市场意识与市场化能力; 农村电商生态系统中, ICT被承担不同任务的参与者掌握, 并与各自资源结合创造价值, 在创造价值过程中提升能力, 进而可以适应系统变化, 自由转换在生态系统中的参与角色^[5]。电商参与者的ICT技能影响着其参与方式和参与水平, 进而决定不同参与者多大程度上获得电商红利。

在信息系统研究领域, ICT减贫是ICT4D (ICT for Development, 信息技术推动包容式发展) 领域关注的重要问题, ICT减贫研究一般关注三类机制, 即经济收入增长、可持续生计和可行能力, 三类机制之间是相互作用和相互影响的^[6]。数字鸿沟的存在导致ICT技术接入可及性而产生机会差异, 以及不同社会群体在ICT技术使用能力上存在差异, 并最终会导致群体之间从ICT使用中获得的收益差异, 从包容式和可持续发展的角度来看, ICT技术使用能力差异的影

响尤其突出, 这说明三类ICT减贫机制之中, 可行能力对另两类机制的影响作用。ICT4D研究主要沿引阿玛蒂亚·森 (Amartya Sen) 的发展观点, 认为发展就是选择自由^[7], 减贫的重要任务是扩大人们的经济和社会活动选择范围; ICT的作用之一是通过建立个人和他们所生活的社会的能力来增强选择的自由, 因而可行能力方法越来越多地成为ICT4D研究人员的理论范式, Thapa等还将森的能力方法从个人层面拓展到集体层面, 研究ICT如何从社会资本角度增强集体可行能力^[8]。

国内现有的电商扶贫(减贫)研究中, 从农村电商增加收入、增进就业、促进创业等电商发展结果角度考察的文献居多, 极少从电商扶贫机制角度展开观察; 而在当前, 面临精准扶贫完美收官, 随之而来的重要任务是精准扶贫与乡村振兴的有效衔接, 作为精准扶贫十大重要机制之一的电商扶贫也必然要向长效脱贫模式转变。电子商务的本质是运用ICT开展经营管理活动, 所以电商减贫机制与ICT减贫机制密切相关; 从参与者能力角度来看, 电商参与能力的核心是运用ICT技术的能力, 贫困群体参与农村电商, 一般缺乏现代ICT技能, 市场意识和知识文化水平也有限, 电商对资源禀赋条件欠缺、能力不足的贫困群体实现“赋能”具有时滞性, 贫困群体在参与生态系统时仍可能面临能力不足的挑战, 他们极有可能难以受益并可能被农村电商排斥^[9]。可见, ICT可行能力是影响贫困群体参与农村电商的重要因素, 而且, 它也是我国在打赢脱贫攻坚战之后, 如何巩固成果、有效解决返贫问题以及建立可持续长效减贫机制的重要因素。“十四五”时期是乡村振兴和脱贫攻坚有效衔接的过渡期, 在这五年的过渡期里, 需要确保有风险脱贫人口的各种脱贫指标都能稳定下来, 并且不断提高。过渡期需要把脱贫攻坚的一些政策、体制机制顺利地转成乡村振兴的政策和体制机制, 实现有效衔接。因此, 建立解决相对贫困的长效机制, 是“十四五”时期乡村振兴的一项重要内容。那么, 贫困群体

如何通过ICT赋能获得ICT可行能力? 农村电商如何通过提高贫困群体的ICT可行能力实现长效脱贫呢?

二、文献回顾与整合性理论框架

(一) 可行能力与ICT减贫理论

可行能力(capability)理论考察的是个体在特定的社会结构之中是否有足够的权利和自由来从事相应的功能性活动,是将社会基本资源转化为客观有价值的功能性活动的能力^[10]。阿玛蒂亚·森认为,之所以产生贫困并不是因为经济收入的低下,而是因为不对等的社会结构与市场结构之中贫困群体可行能力与权利的缺失与不足,因而,消除贫困就必须消除贫困群体机会匮乏的状态;在阿玛蒂亚·森看来,可行能力不仅是技能和知识,他特别强调选择自由是发展的重要途径,这是对于单纯追求经济层面增长的传统发展观念的超越。

阿玛蒂亚·森的可行能力概念主要关注能够实现的功能,按照这种思想,ICT有助于弥补可行能力的缺失与不足,因为借助于ICT,贫困群体可以获得更大的从事经济和社会活动的自由;ICT的“赋能器”观点认为,ICT可以通过授权和传授知识来增强个人的能力;在集体层面,ICT可以通过增加信息流来促进集体能力的建设,ICT促进了社区参与者之间的互动,从而有助于建立和维持成功合作所必需的信任、技术采纳和业务协同,并通过提高透明度和参与度来扩展现有的社区网络,即,ICT可以作为促进建立、发展和增强集体能力的催化剂^[8]。Heeks把ICT普及分成四个等级:一是没有互联网连接;二是基于互联网连接的信息与服务获取;三是基于互联网连接的商业应用;四是基于互联网连接的商业应用与创新^[6]。Heeks还用“ICT能力的阶梯”来解释贫困群体对ICT的参与度,阶梯的每一级代表着应用ICT所需的能力(技能、知识以及态度),而这些能力也是在ICT应用过程中所创建的;对应于各级技术阶梯的贫困群体参与角色分别为:未连接者、间接应用

者、中介服务接受者、被动消费者、主动应用者、创业者、创新者。“ICT能力的阶梯”充分体现了阿玛蒂亚·森的可行能力思想:阶梯每升高一级,就表示技术应用者掌握了更高级水平的技能;对于贫困群体而言,沿着ICT阶梯每升高一级就意味着在ICT支持下迈出了摆脱贫困的又一步。

ICT4D理论研究表明,ICT在开发基于市场的扶贫解决方案中能发挥重大作用:在宏观层面,ICT基础设施将贫困群体与外部市场联系起来,使他们能够寻求基本的教育、健康、金融、商业和政府信息^[11];在微观层面,各种基于ICT的解决方案通过使低收入个人和集体参与在线市场来增强他们的能力,从而增强市场信息的透明度,促进支付和融资顺利进行,并帮助他们加入业务生态系统社区或自我组织实践。

(二) 贫困群体参与电商与数字能力鸿沟

Prahalad 和Hammond的BoP (Bottom of Pyramid) 市场理论认为,社会企业完全可以既满足社会价值又实现自身经济收益^[12]。首先,BoP群体可被视为消费者,偏远的地理位置和较低的信息获取能力会通常让他们需要承担更高的价格甚至只能购买劣质产品;其次,BoP群体可被视为提供农产品和原材料的生产者,其农产品和原材料市场拓展与销售需要借助于社会企业或政府服务;最后,BoP群体还可被视作“价值共创者”,双方贡献并整合各自的资源和能力,在合作过程中形成强烈的共同承诺与相互依赖。社会企业同时实现这两个目标的途径,就是借助于ICT工具和方法:ICT促进了信息共享、业务合作及关系协调,从而促进了电商生态系统的出现;电子商务通过互联网传输信息降低客户的信息搜索和讨价还价成本以及机会主义行为,还通过降低分销成本、简化库存管理、简化交易流程、允许单个客户通过需求聚合和批量采购从规模经济中获益、简化供应链和加快交易速度,来提供低成本的选择。

农村电商生态系统中,参与主体的类型多样化。产品参与主要是指农业从业者把自己所

生产农产品卖出或者通过生态系统购买农业生产资料,包含了买和卖两种形态;服务参与主要是指农村主体参加由地方政府或电商平台组织的生产信息技术培训与指导等。除此之外,贫困群体的参与形式还有:通过网上开店或微商等创业经营活动等。实现贫困群体电商广泛参与的路径包括主体吸纳、协商嵌入和激励相容等方式,即:强化对有电商参与意愿群体的有效吸纳,鼓励自下而上主导探索型电商实践,建立多方利益联结机制,进而促成政府、市场、社区和农村群体在内的多方主体之间有效的集体行动与合作^[13]。

电商参与的全过程都会受到数字鸿沟的影响。数字鸿沟反映了数字经济时代社会不平等的一种形式^[14],异质性群体在信息获取机会上的差异可能会孕育出一种新的机会不平等,它体现为由ICT技术接入可及性而产生的机会差异,以及不同社会群体在ICT技术使用能力上存在差异,而这种差异也将导致他们从ICT使用中获得的收益各不相同;数字能力鸿沟的存在导致ICT使用者从数字技术使用过程中的数字红利差异,缩小数字鸿沟已被广泛认为是促进社区、地区和国家共同进步的一种手段,而通过提供ICT基础设施和提高ICT应用能力来弥合数字鸿沟是实现包容性增长的主要方式。

(三) ICT赋能与电商扶贫理论

ICT赋能理论关注“弱势群体”,ICT的快速发展和普及应用能给予、提升弱势群体权力和技能,促进第三世界、边缘群体及女性的发展,弱势群体通过利用信息技术进行网络沟通、积极参与决策等,提升自己的能力或改变自己的不利处境;比如互联网对维持贫困群体已有的社会关系、重建新的社会网络和获得社会支持等方面具有重要作用;增强贫困群体的自信心和生产力,使他们意识到自己的潜能;可以促进经济发展,带动教育和卫生的公平供给,提升政府透明性和民众的参与权等等。ICT通过结构赋能、资源赋能和心理赋能来提供赋能^[15],结构赋能是侧重于改善组织、体制、社会、经济、

政治和文化条件等外部条件,消除信息、机会、资源等结构性障碍;资源赋能强调的是提升贫困群体对本地资源的识别、获取、控制和管理的能力;心理赋能强调通过对资源、能力获得,提高个人的自信、自我意识等主观效能感,使他们感觉到能控制自己的命运。也有学者认为,ICT可以从以下五个方面为贫困群体赋能:一是参与信息社会;二是与外界有效沟通;三是加入新的社群;四是建立社会连接;五是构建可识别的文化身份等。

ICT是能够整合其他资源创造价值的特殊资源,而不仅仅是一种根据操作者需要而单纯应用的资源;在贫困区域,ICT还必须借助其他互补性资源才能发挥作用。虽然ICT具有提高贫困群体可行能力的潜力,但在贫困区域,普遍缺少关键的资源,其中包括缺乏对ICT的认知,缺乏可满足支付能力的资金,缺乏相关的ICT应用技能以及缺乏制定一些可能的应用程序的动力,这会导致贫困区域的ICT项目缺乏可持续性。例如,针对消除贫困的项目已经投入了关键资源(资金、技术和政策等),这些资源只是由外部机构临时提供的,如果断供,则会导致扶贫项目不可持续,这表明,贫困群体参与农村电商,不仅需要贫困群体学会使用ICT,同时还需要在贫困区域投入大量其他互补性资产,例如,高度相关的、以正确形式显示的数据和信息,参与者必须具有访问互联网的技能、知识、财力,并能够将其应用于他们的特定需求等;还需要配置相应的行动资源:资金和原材料、行动的技巧、实现计划的力量和动力、以及社交和业务关系网络等,通过这些因素的整合互动才能使ICT减贫取得好的效果。

电商扶贫代表了一种依托ICT建立的、基于市场的扶贫模式,并且一旦建立起来,它便是有效且可自我维持^[16],其实现的有效途径是通过编排各种各样的资源,协调许多利益相关方的行动,在贫困地区发展电子商务生态系统。即由涉农生产者、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

同组成,以互联网为主要的交流、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动态有机整体,电商生态系统通过新的组织方式和对技能与资源的重新组合使用过程,推动可持续的转型变革,由资源依赖型关系所形成的农村电商生态系统中的合作创新,实质是参与者之间共生共存的资源互补机制,参与主体的参与动机或合作态度有着重要影响^[17];市场主体的参与能够通过互动,促成生态系统中的创新与合作,有助于实现电商资源的高效共享与整合。电子商务生态系统可以通过两种机制为扶贫做出贡献。首先,电子商务生态系统本身可以通过让更多方参与扶贫来提高扶贫的有效性。当电子商务在贫困地区发展时,电子商务生态系统的所有参与者都可以为促进当地经济做出贡献,其次,电子商务生态系统在减轻贫困方面也可以有效,因为它为贫困群体在生态系统中发挥了多样化的作用,当贫困群体参与生态系统时,他们有可能作为消费者、生产者、微型企业家、雇员和投资者而受益,贫困群体在生态系统中面临着众多选择自由,使他们能够为自己选择最合适的减贫途径。同时,经常处于不利地位和边缘化的贫困群体在参与生态系统并

从中受益时仍可能面临挑战,这些人极有可能被农村电子商务排斥,因而政府必须解决电商生态系统发展的包容性问题^[9]。

综上所述,ICT为贫困群体提高可行能力提供了可能,可行能力的提高,使他们得以通过经济收入增加、生计方式的自由改进实现减贫;ICT也为社会企业在BoP市场以创新型的商业模式开展既满足社会价值又实现自身经济收益的商业活动提供了新的工具和手段,在此过程中,贫困群体通过参与到电商生态系统,从事适合自身特点的交易活动实现生计方式转换;互联网的赋能是贫困群体掌握ICT的基本途径,贫困群体自身的文化水平、学习能力、社会资本等存在差异,会导致ICT技能的差异;ICT作用的发挥,还必须借助其他互补性资源的支持,这使得异质性资源的整合能力构成ICT技能的重要内容;ICT是持续升级迭代的,应用ICT的社会企业所创建的电商生态系统的商业模式也是持续动态升级的,这使得借助于ICT可行能力实现减贫的群体,也必须沿着ICT阶梯持续更新技术知识和掌握新技能,并随着农村电商生态系统商业模式的动态升级而不断实现自身升级模式的适应性改进,从而实现长效脱贫。以上文献研究结论见图1示意。

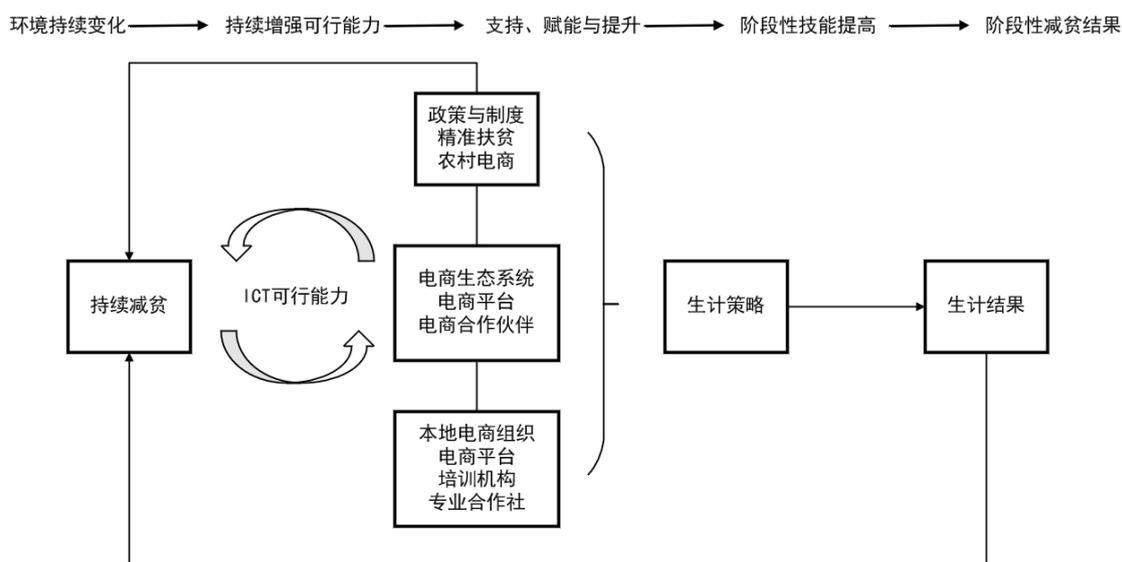


图1 ICT可行能力视角的电商长效脱贫示意图

三、研究设计

(一) 研究方法

本文采取案例研究方法。首先,主要探讨ICT赋能形成的ICT可行能力如何影响贫困群体参与电商,在参与电商过程中又如何提升能力角色进而达到社会与经济活动的选择自由,属于解决“How(怎么样)”和“Why(为什么)”的问题,案例研究方法比较适用;其次,由于本文涉及ICT赋能、ICT可行能力与电商减贫等多个构念,每个构念又包含多个细分维度,采用案例研究方法可以对不同构念维度及其关系进行描述,提升研究的构念效度与内部效度;第三,电商扶贫是我国精准扶贫的重要方式之一,但贫困群体参与电商进而实现长效脱贫的机制目前还少有成熟的理论研究,运用案例研究方法有利于构建理论并发现新的理论洞见。

(二) 案例选择

本研究选取广东省清远市的“电子商务进农村综合示范”项目作为研究案例,案例的选取主要遵循如下原则:一是典型性原则。“电子商务进农村综合示范”项目是现阶段国内农村电子商务发展中,政府公共服务促进贫困群体能力提升的典型代表。二是数据充足原则。本文充分考虑案例信息的可信度和充裕度,案例项目是全国推动的,自2014年7月24日财政部、商务部下发《关于开展电子商务进农村综合示范的通知》起,到2020年7月,立项扶持21个示范县的电商建设名单确定,全国共有1252个县被纳入“电子商务进农村综合示范”建设。

广东省清远市属于粤北山区,总面积1.92万平方公里,为广东省陆地面积最大的地级市,下辖清城、清新两个区和佛冈、阳山、连南、连山等四个县并代管英德、连州等两个县级市。其中,阳山县是阿里巴巴“千县万村”战略第一个落地实施的县,引领着后来风靡全国的农村电商的“农村淘宝”模式;同时,商务部的“电子商务进农村综合示范”工程对于清远市有全域性的推动:英德市、佛冈县是国家级电子商务进

农村综合示范县,由于2018年农村电商建设成效明显,英德市还被列为国务院督察激励县:广东省级电子商务进农村综合示范县有6个,分别是:清城区、清新区、连州市、连南县、连山县、阳山县,至此,清远市实现了国家或省级电商示范县全覆盖,按照商务部“电子商务进农村综合示范工程”标准和要求进行建设。

(三) 数据来源

为提高案例研究的信度和效度,采用三角测量法,从多个信息来源分析案例,通过数据来源的多样性与访谈个体的差异化进行研究数据的“三角验证”,从而减少信息偏差,提高研究的信度与效度。本文的数据主要有四个来源:一是对地方政府电商负责部门(商务局、农业局、扶贫办)和电商平台(阿里、京东)的管理层、技术人员的业务经理及一线员工进行的半结构化访谈;二是地方政府(清远市及其各区县)内部的文献资料,主要包括农村电商发展规划、总结报告、调研报告等;三是对参与农村电商的农户、合作社、本地企业的半结构化访谈;四是公开的文献资料,包括报刊、网络、微信等媒介相关新闻报道、公开发表的论文、公司官方网站的信息等。

数据的收集,具体分为四个阶段。第一阶段,通过公开渠道获取信息。第二阶段,我们对地方政府电商负责部门(商务局、农业局、扶贫办)和电商平台(阿里、京东)的管理层、技术人员的业务经理及一线员工进行的半结构化访谈,每次访谈时间均超过2个小时,访谈录音争取在访谈结束之后的24小时之内转录为文字,并与访谈对象确认文字信息。第三阶段,对于访谈获得的信息与研究人员前期从公开渠道获得信息之间的差异进行对比验证,以确保调研数据及信息的真实性。第四阶段,通过对所搜集的资料进行分析,发现仍有部分疑惑或遗漏的地方,又通过电话、邮件、微信等形式进行沟通,直到获得真实、完整的信息。最后,研究人员将研究成果及时与访谈对象进行确认,对不准确的信息及分析予以修改。

(四) 数据编码与分析

资料收集整理后,借鉴扎根理论编码方法,利用Nvivo软件在“条件—行为/互动—结果”逻辑关系下辅助编码分析,从资料中抽象出新概念和观点,并在证实或证伪思路下开展逻辑论证,发现新的互动与组织模式。具体过程是:第一步采用开放式编码,将资料内容概念化,提取

原始资料中的初始范畴;第二步采用轴心式编码,剖析副范畴间潜在关系,逐步合并、提炼并整合为主范畴;第三步采用选择式编码,在主范畴中归纳统领作用的核心范畴或理论维度,将其系统地与其他范畴关联,从而构建系统的理论框架。由于过程复杂,参考Ausrød等^[18]的方法,仅展示编码过程及结果如表1。

表1 资料分析及编码概况

一阶开放编码/概念化(示例)	二阶开放编码/范畴化	轴心编码/主范畴	选择编码/理论维度
信息检索、发布、展示、比较、分析、RFID、EDI、电子支付、安全、支持	网络市场、网络门店、卖场、门户、网站、社交媒体、手机APP	通用型ICT	
在线沟通、协调、学习、招聘、客户服务、改善在线工作模式	电子目录、搜索引擎、购物车、在线社区、移动购物	混合型ICT	ICT应用
在线交易、在线中介、流量分发、商家链接、大数据、定位服务、消费者画像	在线广告、网络营销、在线调研、电子竞价、在线拍卖、API	专用型ICT	
快递、物流、银行、电信	信息基础设施 物流基础设施 电子支付基础设施	结构赋能	
产品选择、采购议价、产品整合、仓储配送、品质检测、数据分析、数据预测、用户转化、品牌推广、内容营销、直播带货	识别资源 获取资源 控制资源 管理资源	资源赋能	ICT赋能
电商消费、在线学习、自信心、自我意识	主观效能感	心理赋能	
平台开店、网上销售、电商服务商、电商创业	个体(家庭)层面的ICT角色	个体可行能力	ICT可行能力
电商产业园、电商产业链、农业电商共创空间、线上线下销售连锁	集体层面的ICT角色	集体可行能力	
参与电商产业链、农户创业、家庭创业、女性就业	市场参与意识	就业创业增收	
市场信息、在线渠道、电商基础设施	市场参与机会	生计多样化	电商减贫
电商培训、互联网应用技能、参与在线市场活动	市场参与能力	内生发展能力	

四、研究发现

本研究基于农村电商的ICT应用本质特征,揭示了ICT赋能如何通过个体和集体两种路径使贫困群体获得ICT可行能力,进而借由ICT可行能力参与电商实现减贫的过程与机制。下面结合案例数据对主要理论范畴及其关系进行分析与阐述。

(一) ICT赋能与可行能力

可行能力(capability)是将社会基本资源转化为客观有价值的功能性活动的能力^[19],它强调主体所拥有的自由和权利,认为只有保障公平

的机会和积极的自由才能确保社会基本产品转化为对个体有价值的功能;这里的自由是拥有实质机会的自由,即社会给予个体机会并不仅仅表现在形式上或规则上,而是能够有效地呈现在个体面前。换句话说,可行能力指的是个体在特定的社会结构与市场结构之中是否有足够的权利、自由来从事相应的功能性活动。

在ICT视角下,可行能力关注的是ICT促使人们成为什么和能做什么,在ICT作用下,每个人都会成为类似工作场所中的某种角色,包括他所执行的任务和完成任务的行为,这个角色是由社会动力和技术能力塑造的混合体;ICT

发挥作用的过程会形成技术能力阶梯:个体对技术的参与度每提高一步,他使用技术的能力也就提高一级,这种能力是在所对应的ICT使用过程中创建的。ICT可行能力阶梯理论也代表了森的思想,即每个更高一级的角色都实现了更高水平的功能,而每登上一级阶梯,都意味着穷人迈出了摆脱贫困的又一步。因此,本文根据阿玛蒂亚·森(Amartya Sen)的可行能力方法,并参考杨帆和章晓懿(2016)及许汉泽和李小云(2019)关于精准扶贫背景下,从增强贫困群体参与市场能力的角度所定义的可行能力概念,提出在农村电商过程中,存在着一种影响电商减贫效果的重要能力:ICT可行能力(ICT capability)。本文认为,ICT可行能力是农村电商参与者经由互联网或政府服务帮助赋能,获得某一类或多类ICT技能,并运用这些技能在生态系统之中有能力参与电商,成为其中的某一类角色,甚至可以自由选择如何参与电商。

在农村电商生态系统中,ICT可行能力表现为,随着电商参与者掌握的ICT技术越来越多,他在电商生态系统中可从事的角色就越来越多,这也意味着他参与电商的形式选择自由越来越大,比如,掌握了在线信息检索、内容发布、产品展示等ICT技能后,农户可以承担淘宝店主、网销人员的电商角色;掌握了在线沟通、远程协调、在线招聘、客户服务等ICT技能后,农户可以承担区域性电商供应链管理者的电商角色,掌握了在线中介、流量分发、商家链接、大数据分析、定位服务、消费者画像等等ICT技能后,农户就可以承担农村电商创业者的角色了。根据表1中ICT技能的类型,本文把ICT可行能力细分为ICT工具运用能力、信息搜寻分析能力、在线合作协调能力和资源整合创新能力。

1. ICT可行能力对应于赋能类型及其主流商务模式

ICT可行能力是借由ICT赋能实现的,王瑜把我国农村地区的ICT赋能归纳为四种类型:以可及化为基础的连通性赋能、以数字化为动力

的应用性赋能、以平台化为支撑的组织性赋能、以生态化为导向的结构性赋能等^[2],从我国农村电商发展实践来看,ICT赋能形式是分阶段的,每个阶段的主要赋能类型有差异,赋能类型的差异导致了所对应阶段的农村电商主流模式差异,电商主流模式差异必然导致电商参与者ICT可行能力表现出阶段性差异。

阳山县供销社的陈主任说,“阳山县2014年与阿里签订政企合作协议,开展农村电商,当时,我们县供销社作为本地运营商,配合阿里技术团队,很快搭建起县级运营中心与11个村级代购点”,据了解,阳山县是阿里巴巴“千县万村”战略(“农村淘宝”)在全国落地建设的第一个县,“当时,主要的培训任务是教大家如何在网上开店,以及为了开网店如何拍摄产品图片和撰写文案等;村级服务站点的培训,则是要教大家怎样在指定的网站购物”,“农村淘宝”的这套模式推进很快,而阳山县本地也专门建起了电商物流园区,以聚集本地电商从业者、物流企业等形成产业聚集。“2017年以后,网上开店的越来越少,大家都改用微信做电商,入驻产业园的商家大多数都退出了”。

清城区商务局谢主任告诉我们,“清城区的农村电商曾经是清远市发展最好的,但从2017年年底,阿里巴巴对于原来的村级代购人员队伍进行劝退,本区的电商业务受到很明显的影 响,我们也在尽量适应新的电商模式,鼓励从业者开展微商、代购、社区电商等,但清远市其他县市,比如英德、佛冈等,已经超过我们很多了。”

清远市“寻乡记”公司的罗总告诉我们,“我们于2013年成立,是清远市最早开始做农村电商的企业之一,当初很多与我们同时起步的企业很多都撑不下去,退出了;我们还好是有软件开发背景,勉强跟上了几次农村电商模式转型,但也经历过几次风险。”据了解,“寻乡记”最初是做农产品上行服务起家,但网上开店模式转向微商和社区模式时,“本地农业局主动联系我们,希望我们在农产品电商之外,也

向当地农业生产者提供生产技术培训等服务,这让我们企业无意中与本地农业产业链联结起来”,在产业服务过程中,他们很快摸索出通过建立在线社区、开发运营微信公众号等服务农业产业链的电商模式,今年疫情期间,他们又开始利用与家庭农场和龙头企业之间紧密的联系,开始了直播带货。

调研中发现,访谈对象都提到了地方政府的作用,实际上,“电子商务进农村综合示范”

本身就是政府主导的项目,在没有得到立项的县域,也大都是采用了“地方政府+服务商”共同推进的方式,也就是说,农村电商发展过程中,地方政府通过提供电商培训等公共服务是普遍现象,在本文的分析中,我们把政府服务赋能视作每个阶段都包含的ICT赋能形式。根据调研资料,我们梳理了ICT赋能主要形式及其对应时间、各阶段主流商务模式及对应的ICT可行能力,如表2所示^①。

表2 ICT赋能阶段概况

赋能类型 ICT可行能力	电商平台赋能 (2014—2017)	社交媒体赋能 (2017—2019)	生态系统赋能 (2019—)
ICT工具运用	赋能形式: 大型电商平台赋能、政府服务	赋能形式: 社交媒体赋能,政府服务赋能	赋能形式: 大数据与人工智能赋能,政府
信息搜寻分析	赋能		服务赋能
在线合作协调	主流商业模式: 依托大型电商平台开店	主流商业模式: 利用社交媒体开展电商	主流商业模式: 利用社交媒体、大数据与人工
资源整合创新			智能开展电商
	ICT可行能力主要角色类型: 网店店主、电商服务商、电商	ICT可行能力主要角色类型: 微商、社区电商、短视频与公众	ICT可行能力主要角色类型: 社区电商、短视频与公众号经
	创业者	号经营服务商、电商创业者、直	营服务商、大数据服务商、新一
		播带货等创新者	代ICT应用创新者

2. ICT可行能力既指个体(家庭)层面的,也指集体层面的

自1990年代以来,ICT已被推广作为一种摆脱贫困群体资源和机会匮乏的工具^[20],例如,ICT通过为孤立的社区提供教育(如远程学习)、医疗保健(如远程医疗)和市场(如电子商务)等。ICT的“使能器”观点^[21]讨论了如何通过授权和传授知识来增强个人的能力,认为ICT对个人能力发展产生工具性影响;但是,在发展中国家,特别是在偏远地区,如果将ICT的作用仅限于个人层面,则是一个重大缺陷,这是因为,首先,个人能力建设的前提是个人没有被

社会排斥,他可以使用经济、政治或社会等资源提高自身能力,但在贫困地区很少是这种情况,相反,个人必须依靠社交网络来弥补个人资源的不足;其次,即使个人能力得到增强,也不能确定整个社区都能从中受益。因此,Thapa等认为,ICT赋能的结果,是在个人层面和集体层面都产生了可行能力,ICT赋能首先会在集体层面产生或增加社会资本,社会资本的产生或增加使得围绕某类ICT的集体行动成为可能,而正是在这样的集体行动中,集体层面的ICT可行能力也产生了^[8]。

案例访谈发现,在农村电商生态系统中,

①赋能类型及所对应的划分依据:第一,阿里巴巴“千县万村”战略经历时间是2014—2017年,在此期间农村电商主流模式是开网店,此后,微商、社区电商以及内容电商等逐渐取代初期的模式;第二,商务部、财政部及国家扶贫办等部门联合推进的“电子商务进农村示范工程”文件中,2014—2017年的“重点支持领域”,都强调“充分利用社会化资源”,但是从2018年开始,这种表述消失了,实际上它与“农村淘宝”战略结束时间是同步的;第三,2019年11月,农业农村部“数字农业农村”建设工程启动,2020年1月20日,《数字农业农村发展规划(2019—2025年)》发布,这意味着,一方面,农村电商发展随着技术应用进步和商业模式迭代进入了新阶段,另一方面,农村电商发展融入到了内容更为广泛的“数字农业农村”发展之中。

ICT赋能不仅使得个人(家庭)获得了ICT可行能力,而且使得合作社、龙头企业以及专业村、农产品供应链等组织机构,形成了集体层面的ICT可行能力。

在电子商务发展的初期,很多清新区村民注意到,越来越多的亲戚、朋友、邻居们开始采用电子商务方式做生意,他们把自家客厅当做工作区和商店,在家里接单和谈生意,原来在城里工作的周先生说,“几年前当我回到家乡时,看到很多人在淘宝上做生意,所以我决定试一试。”他拥有两个在线商店,专门销售英德红茶,每月销售约3.6万元人民币。

以上访谈结果,正是ICT可以给农村个体(家庭)赋能的例子,农村电商使村民们注意到,在家里也可以做生意,这让村民进一步了解电子商务的特点,从而导致了通过电子商务销售产品的村民数量的增长;他们能通过观察带头人的行动来了解电子商务,这种身边的榜样行为,以及从事电子商务的人收入的显著改善,使得农村电商创业的气氛逐渐兴起。结果,社区开始有更多的电子商务知识积累,和对于成功开展电子商务的信心提升,这构成了进一步电子商务发展的潜力。

阳山县青莲镇蔬菜专业合作社的林主任告诉我们:“青莲镇蔬菜专业合作社成立于2009年,得益于本地独特的水土条件,本地蔬菜的质量、口感和外观广受好评,5年前,合作社在县农业局支持下,引进优质西洋菜品种,开始大面积种植,产品销售到珠三角地区,甚至远销香港和澳门。”2014年,阳山县的农村电商开始启动,青莲镇被作为阳山县主要特色产品选做网上销售。“最初,我们也不知道怎么在网上卖菜,县里支持我们在县电商产业园租了一家门店,由阿里的技术团队和县供销社的人教门店的人网上销售,门店的人学会后,再教合作社的其他人,这样一来二去,合作社至少每个家庭都有人会网上卖菜了。”网上卖菜必须符合电商平台的产品外观、分级、包装、冷藏、运输等系列要求,这牵涉到产品生产和供应链管理标准,

“在产业园的电商服务商指导下,我们合作社现在能独立地把产品在网上卖出去了……我们不仅在天猫上有网店,京东、顺丰以及本地的电商平台等也与我们合作,现在,我们这个蔬菜合作社已经成为了多家电商平台的生产基地。”

清远市清新区石潭镇联滘村位于清新区石潭镇东北部,属典型的石灰岩山区贫困村,是广东省贫困村,村主任张先生说:“县里安排寻乡记电子商务公司帮助我们精准扶贫,开通了联滘村官网,开展扶贫产业网络招商,通过线上对接、线下实地考察交流,为联滘村引进或达成多项合作项目;开展线上线下电商营销,实现产品预订、现货采购、产品交付和售后服务流程化服务,并提供平台推广、销售场地、渠道对接等各类便利措施帮助寻乡记平台建立线下实体店。本地村民在扶贫电商公司的指导下,学会了怎么管理和更新村里的网站内容,学会了怎样在淘宝京东平台开店卖货,学会了用微信与进驻村里的合作商家谈生意谈合作。”

可见,ICT通过联结不同能力主体参与形成组合资源平台,使依托该平台的工作形式和内容呈现多样化。

3. ICT可行能力必须与本地特色资源相结合

ICT是能够结合其他资源创造价值的特殊资源,而不仅仅是一个需要操作者单纯应用的资源^[5],要发挥ICT潜力,不仅需要ICT赋能给贫困群体,还需要大量其他互补性资产投入。例如,必须提供高度相关的、以正确形式显示的数据信息,贫困群体必须具有访问该数据的技能、知识、财力和动力,贫困群体需要学会评估信息质量的用途并将其应用于自身的特定需求。ICT潜力的发挥需要配套的补充性资源包括:财力和原材料、采取行动的技巧、实现它的力量和动力,以及社交和业务关系网络等,这些因素整合互动才能创造理想的结果^[6]。

英德积庆里茶业有限公司于2013年创立于广东省英德市,是集茶叶种植、生产加工、贸易销售、茶园旅游与茶文化推广于一体的综合型企业。积庆里出产的英德红茶“英红九号”得

益于得天独厚的自然环境,坚持生态种植,不施化肥,不喷农药,经过成熟的工艺制作,品质优异,成功通过“生态原产地保护产品”及“有机产品”认证,成为名副其实的“原生态有机茶”,2015年成功入选“广东省名牌产品”,更多次获得各种茶叶评比活动的金奖荣誉,成为英德红茶的代表性品牌。积庆里不仅重视传统销售方法的布局,还大力推广电商销售。公司总经理卢总说:“英德红茶作为一种高质量的地方品牌产品,却长期不被广东省外的人所知。农村电商开展起来后,地方政府组织电商技能培训,教大家通过互联网把英德红茶品牌打响,把市场打开。初期,积庆里进驻了天猫、京东、淘宝、苏宁易购、顺丰优选、岭南优品、无线广东等多个购物商城平台,市场区域大为拓展;接着,我们又采用微商方式,把产品推向社区和各类机构、群体;公司都有各类的微信群,负责相关信息和技能的交流;疫情期间,我们还参与了政府组织的直播活动。”积庆里茶业也获得了2015年“广东省电子商务100强”、“2015-2016年度广东省农产品电子商务示范企业”、京东商城“2015年度电商茶企十强”、2017中国·广东“农电奖”、“2017-2018年度广东省电子商务示范企业”荣誉称号等十数个电商类大奖。

(二) ICT可行能力如何实现长效脱贫

1. ICT可行能力有助于增加电商参与者的收入

研究表明,贫困地区中小企业有机会利用ICT促进沟通、获取信息、识别市场、改进交易、进入国际市场、开展在线销售、开展网络化并降低交易成本^[22];ICT还可以促进团队成员之间的知识转移,并支持特定领域的知识创造,比如,使用手机可提高贫困群体的金融交易、财富创造和分配^[23];电子商务采纳能够对农户农业收入产生显著的促进作用,利润率和销量的提升构成增收效应的来源机制,这证明了ICT工具运用、在线交易合作及资源整合能力有助于增加电商参与者的收入;电子商务进农村综合示范政策能使当地农民人均收入显著提升,ICT基础设施、人口流动和人力资本会影

响政策增收效果^[24],表明ICT工具运用、信息搜寻应用能力有助于增加电商参与者的收入;信息的有效供给确实能够显著提高易腐农产品的销售价格^[25],表明ICT工具运用、信息搜寻应用能力有助于增加电商参与者的收入;大数据使用显著提升了电商农户的收入水平,以培训为主要形式的知识转移和以内群体交往为核心的知识溢出对驱动电商农户使用大数据发挥了重要的积极作用,表明ICT工具运用、信息搜寻应用能力及在线交易合作能力有助于增加电商参与者的收入。

清新区的小孙2010年毕业于广东工业大学,“2014年,农村淘宝项目招收村级代购员,我辞去广州的工作回到家乡,负责附近几个村的代买代卖,收入来源包括基本工资、平台佣金、交易返点,最高的时候月收入可以到16000元,比在广州的工资高”,小孙告诉我们,“那几年做电商的基本上收入都不错。但是后来微商开始取代平台电商了,阿里也对村级代购员做了劝退,基本工资和平台佣金取消了,我们就只能靠单纯的交易返点获取收入,目前月收入最低只有6000多,现在正在转做微商。”清远市寻乡记有限公司的罗总说:“最近一段时间,我们对当地的电商服务的重点开始从网上开店转向微商,并正在与抖音、快手合作,教贫困农户通过手机直播的方式宣传推销自己的产品,我们平台负责贫困农户的身份认证,广州市对口支援清远市扶贫指挥部特别支持这项行动,给予大力支持,帮助我们打通了金融、物流等环节,贫困农户的产品网销和收入增加效果很显著。”可见,ICT可行能力使农村电商参与者收入增加,ICT自身的迭代升级引致生态系统商务模式的升级,农村电商参与者收入会随之波动,因而电商参与者的ICT能力也需要随商务模式升级,在升级过程中,电商平台和政府的赋能(支持)很重要。

2. ICT可行能力有助于丰富电商参与者生计策略

Tarafdar等在一项实证研究中提出了“包容

性”^[26]，他们发现，使用ICT促进市场发展具有创造就业机会、减少贫困和获得有价值信息的潜力；参与农村电商有助于提升产品价格预期、提升经济收益水平、提升信息获取能力，即ICT工具运用、信息搜寻应用能力有助于丰富电商参与者的生计策略；使用互联网会使家庭创业的概率明显提高，促进家庭创业的作用主要来源于信息渠道效应、融资效应、社会互动效应、风险偏好效应四种渠道，表明ICT工具运用、资源整合能力有助于更好地获取信息、扩大融资渠道、增加社会资本，并增强自信心等，进而有助于丰富电商参与者的生计策略。

随着农村电子商务的发展，在线零售商和电子商务供应链合作伙伴的数量不断增加，电子商务相关服务和专业知识的需求如摄影、平面设计、包装、物流配送等，也在不断增长。连州的尹先生做过一段时间网店老板，当他看到村里包裹运输需求不断增加，感觉这是一个新的机会，于是与快递公司合作，代收包裹，高峰期每天需要处理600多个；在清远市，象尹先生这样转而从事包裹代收工作的很多，万先生说：“虽然很多人在开网店或做微商，但我认为帮人代收包裹很不错，赚得不比别人少。”农村电子商务服务的发展，也吸引更多外出务工的人返乡参与电子商务，比如刘女士，曾经在深圳工作，因为清远拥有更全面更低价的送货服务，她于2016年返回回到清远，开始在家卖茶叶。

可见，农村电商发展形成的生态系统中，当地居民以生产者、供应商或分销商的身份参与电子商务，他们可以根据生产供应链的需求确定一个特定的角色，或是利用他们以前的技能，或是基于生态系统的需求，通过合作和竞争维持电商生态系统运行，生态系统的持续进化发展，为贫困群体提供了更多的角色选择可能性，从而丰富了他们的生计多样性。

3. ICT可行能力有助于增强电商参与者内生发展能力

互联网技术的应用提升了农村居民创业选择的可能^[27]，农村电商生态系统中，ICT被承担

不同任务的参与者掌握，并与各自资源结合创造价值，在创造价值过程中提升能力，进而可以适应系统变化，自由转换在生态系统中的参与角色，表明ICT工具运用、信息搜寻应用、在线交易和资源整合能力有助于增强电商参与者内生发展能力。

英德的吴先生是一位茶叶生产经销商，做过平台电商，也做过一段时间微商，在接受我们访谈时，他告诉我们，他和他的合作伙伴正计划把茶叶生产经销业务拓展到食品加工领域，“我们希望进一步加工花茶，把它植入饼干等食品，再把这些加工品放到网上出售。”佛冈从地理位置上靠近广州的花都区，在这里，做皮具分销代理的商家较多，蔡先生是其中一位，他说，“我认识一些做皮具分销代理的朋友，我们通过各自的朋友网络，把各地的订单汇集起来，并与供应商谈判获得更优惠的价格，并且，大家各自专注于销售某几类产品，以避免内部竞争，有些人还建立了自己的品牌，其中有一位贾先生，2016年有200万人民币的销售额”。

可见，农村电子商务发展到一定阶段，电商参与者会根据各自的资源进行网销产品的替代，使得BOP区域有可能摆脱对现有（自然）资源的依赖，根据电子商务需要自主选择经营的产品种类。从农产品到食品，再到并不产于本地的皮具，进而到更多村庄多样化产品供应，显然，具备了ICT可行能力的BOP群体在确定要网销何种产品时，会根据可用资源和市场需求来灵活调整，使得农村电子商务呈现出更多的选择和可能性，这表明，正是ICT可行能力使得电商参与者的内生发展能力大大提高了。

综合以上分析，我们发现，ICT赋能形成BOP群体的ICT可行能力，具备ICT可行能力的BOP群体参与到农村电商过程中去，获得经济收入的增加、生计策略的丰富和内生能力的增长；ICT的升级迭代使得BOP群体的ICT可行能力也在赋能系统的支持下，沿着能力阶梯持续增长，进入到下一轮经济收入增加、生计策略改进和内生能力持续增长的循环。这样，ICT可

行能力作为内在推动力量,使得农村电商的发展持续地促进了减贫。具体概括见图2。

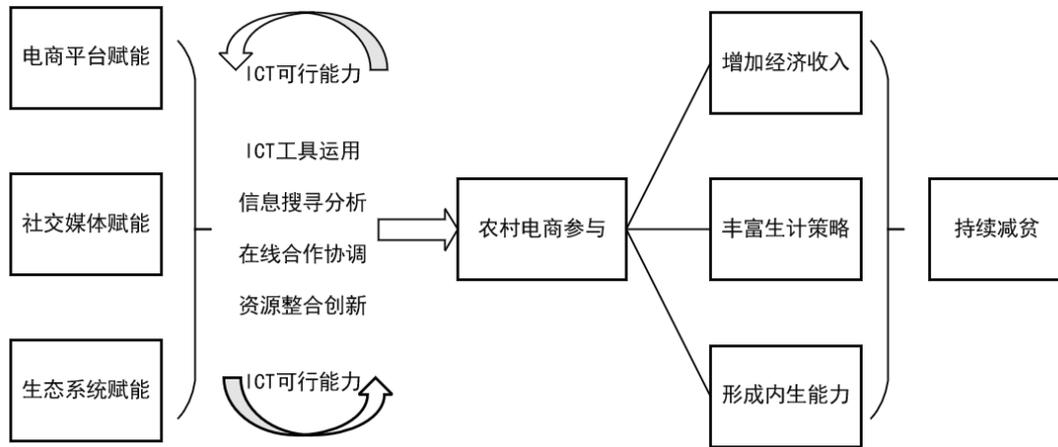


图2 ICT可行能力视角的电商长效脱贫理论框架

五、总结与讨论

“互联网+农业农村”在缓解农产品滞销、带动乡村创新创业、促进乡村产业转型等方面发挥了重要作用,大数据、区块链等新一代ICT的应用,将会加速农业生产经营乃至农村社会变革;在此过程中,BOP群体借助于ICT赋能形成的可行能力,通过参与农村电商获得经济收入的增加、生计策略的丰富和内生能力的增长,进而实现长效脱贫。ICT可行能力驱动在农村电商长效脱贫实现的前提,是在ICT的升级迭代过程中,BOP群体的ICT可行能力能沿着能力阶梯同步持续增长。BOP区域的现实情况是,农业经营主体大多规模较小,而ICT应用需要较高的投入且外部性较强,这些小规模经营主体的投资激励不足,会使BOP群体面临“集成应用困境”考验;由于BOP群体缺乏承担ICT基础设施成本、知识技术能力提升等多层次成本的能力,依靠电商平台、社会企业、政府组织的外部赋能是其ICT可行能力形成及升级的主要方式。

为实现电商扶贫与乡村振兴的有效衔接,必须发挥好ICT可行能力驱动在农村电商长效脱贫作用,一方面,需要政府补贴贫穷地区和

贫困群体,完成ICT基础设施的普及化,另一方面,更需要激励多元主体共同参与,通过私营部门和社会组织创新,多种资源优势互补,共建普惠互联网体系,在此过程中,尤其是要形成有利于平台创新与农户(贫困户)发展同步的外部环境;更重要的是,要构建面向BOP群体乃至整个农村地区的ICT技能普及体系,借鉴国际电信联盟(ITU)、经济合作与发展组织(OECD)等机构在改善农村和贫困地区居民ICT技能方面的实践经验,着力改善农村地区居民的ICT可行能力,为农村电商在脱贫增收和乡村振兴领域发挥更大作用提供内在动力。

参考文献:

[1]曾亿武,郭红东,金松青. 电子商务有益于农民增收吗?——来自江苏沭阳的证据[J]. 中国农村经济, 2018(2): 49-64.
 [2]王瑜. 电商参与提升农户经济获得感了吗?——贫困户与非贫困户的差异[J].中国农村经济, 2019(7): 37-50.
 [3]Amit R, Zott C .Value creation in e-business[J]. Strategic Management Journal, 2001(6/7): 493-520.
 [4]易法敏,朱洁. ICT赋能的扶贫平台商业模式创新[J]. 管理评论, 2019(7): 123-132
 [5]Leong, C., Pan, S. L., Newell, S., & Cui, L. 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(2): 475-484.
- [6]Heeks R. ICTs and poverty eradication: Comparing economic, livelihoods and capabilities models[EB/OL]. (2019-9-11) [2020-8-25]. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3438433.
- [7]Sen, A. *Development as freedom*[M]. London: Oxford University Press, 1999.
- [8]Thapa D, Sb M K S & Y . Building collective capabilities through ICT in a mountain region of Nepal: Where social capital leads to collective action[J]. *Information Technology for Development*, 2012(1): 5-22.
- [9]Li L , Du K , Zhang W, et al. Poverty alleviation through government-led e-commerce development in rural China: An activity theory perspective[J]. *Information Systems Journal*, 2019(4): 914-952.
- [10]许汉泽, 李小云. 深度贫困地区产业扶贫的实践困境及其对策——基于可行能力理论的分析[J]. *甘肃社会科学*, 2019(3): 130-136.
- [11]Venkatesh, V., Rai, A., Sykes, T. A., & Aljafari, R. Combating infant mortality in rural India: Evidence from a field study of eHealth kiosk implementations[J]. *MIS Quarterly*, 2016(2): 353-380.
- [12]Ansari, S., Munir, K., & Gregg, T. Impact at the “bottom of the pyramid”: The role of social capital in capability development and community empowerment[J]. *Journal of Management Studies*, 2012(4): 813-842.
- [13]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.
- [14]Kauffman, R. J. Interdisciplinary perspectives on the “Digital Divide”[J]. *Journal of the Association for Information Systems*, 2005(12): 293-296.
- [15]刘亚军. 互联网使能、金字塔底层创业促进内生包容性增长的双案例研究[J]. *管理学报*, 2018(12): 1761-1771.
- [16]Jha, S. K., Pinsonneault, A., & Dube, L. The evolution of an ICT platform-enabled ecosystem for poverty alleviation: The case of eKutir[J]. *MIS Quarterly*, 2016(2): 431-445.
- [17]张华. 合作稳定性、参与动机与创新生态系统自组织进化[J]. *外国经济与管理*, 2016(12): 59-73.
- [18]Ausrd V. L., Sinha V., ystein W. Business model design at the base of the pyramid[J]. *Journal of Cleaner Production*, 2017: 982-996.
- [19]杨帆, 章晓懿. 可行能力方法视阈下的精准扶贫: 国际实践及对本土政策的启示[J]. *上海交通大学学报(哲学社会科学版)*, 2016(6): 23-30.
- [20]Njihia, J. M., and Merali, Y. The broader context for ICT4D projects: A morphogenetic analysis[J]. *MIS Quarterly*, 2013(3): 881-905.
- [21]Sein, M.K., & Harindranath, G. Conceptualizing the ICT artifact: Toward understanding the role of ICT in national development[J]. *Information Society*, 2004(1): 15-24.
- [22]Kiveu M, Ofafa G. Enhancing market access in Kenyan SMEs using ICT[J]. *Global Business and Economic Research Journal*, 2013(9): 29-46.
- [23]Melchioly S R, Saebo O. ICTs and development: Nature of mobile phones usage for SMEs economic development—An exploratory study in Morogoro, Tanzania [J]. *ICTs & Development*, 2010(1): 1-13.
- [24]唐跃桓, 杨其静, 李秋芸, 朱博鸿. 电子商务发展与农民增收——基于电子商务进农村综合示范政策的考察[J]. *中国农村经济*, 2020(6): 75-94.
- [25]许竹青, 郑风田, 陈洁. “数字鸿沟”还是“信息红利”? 信息的有效供给与农民的销售价格——一个微观角度的实证研究[J]. *经济学(季刊)*, 2013(4): 1513-1536.
- [26]Tarafdar M, Anekal P, Singh R. Market development at the bottom of the pyramid: Examining the role of information and communication technologies[J]. *Information Technology for Development*, 2012(4): 311-331.
- [27]Kim Y, Orazem P F. Broadband internet and new firm location decision in rural areas[J]. *American Journal of Agricultural Economics*, 2017(1): 285-302.

【责任编辑 许鲁光】

How Can Rural E-commerce Achieve Long-term Poverty Alleviation? The Feasible Capability Perspective of ICT Empowerment

YI Famin & ZHU Zhenlong

Abstract: The 14th Five-Year Plan period is a transition period for the effective connection between rural revitalization and poverty alleviation. It is necessary to smoothly transform some policies and institutional

mechanisms for poverty alleviation into policies and institutional mechanisms for rural revitalization to achieve an effective connection between the two. A long-term mechanism to solve relative poverty is an important part of rural revitalization during the 14th Five-Year Plan period. As a special ICT application, e-commerce has played an important role in poverty alleviation and poverty alleviation in our country. With the transformation and upgrading of ICT to digital technology, the role of e-commerce in poverty alleviation has also shifted to long-term poverty alleviation. This paper adopts case study methods to explore and analyze how can poor groups obtain ICT feasibility through ICT empowerment and how can rural e-commerce achieve long-term poverty alleviation by improving the ICT feasibility of poor groups. The study found that ICT empowers and imparts knowledge to enhance the capacity of participants in the rural e-commerce ecosystem, forms feasible ICT capabilities, and enables BOP group to reduce poverty through increased economic income and free improvement in livelihoods. The empowerment of the Internet is the basic way for the BOP group to master ICT. With the upgrade and iteration of ICT, the ICT feasible capacity of BOP group will continue to grow along the capacity ladder with the support of the empowerment system, thus entering into the next round of cycle of economic income increase, livelihood strategy improvement and endogenous capacity continuous growth. In this way, the ICT feasibility serves as an internal driving force, enabling the development of rural e-commerce to continuously promote poverty reduction, thereby achieving long-term poverty alleviation. Relying on the external empowerment of e-commerce platforms, social enterprises, and government organizations are the main ways to form and upgrade their ICT feasible capabilities. Constructing an ICT skills popularization system for BOP group and even the entire rural area, and continuously improving the ICT capabilities of BOP group are necessary means to promote the long-term poverty alleviation of rural e-commerce.

Keywords: ICT feasible capability; BOP group; rural e-commerce; empowerment; long-term poverty alleviation