

# 电子商务助力乡村振兴的绩效评估研究

肖立新

(广西国际商务职业技术学院 马克思主义学院, 广西 南宁 530105)

**摘要:** 在当前, 随着信息技术的发展, 农业农村逐渐向数字化方向发展, 而电子商务进村助力乡村振兴就是这个发展过程中的一个重大契机。电子商务进村不仅助力农产品的产与销, 还在很大程度上利用自身的互联网和大数据技术牵动和带动了农村的产业、文化、人才、组织和生态的发展, 对推动乡村全面振兴发挥了巨大的作用。但现阶段由于人们过度追求产品利润, 忽视了电子商务进村的真正作用, 使电子商务在乡村振兴过程中没有发挥出其应有的力量。为了引导和带动人们充分利用好电子商务对乡村振兴的推动功能, 也为了防止电子商务进村后出现的一些不良倾向, 有必要科学设立一些评价指标, 在评估电子商务助力乡村振兴的绩效时, 大力推动电子商务与乡村振兴相融合, 使电子商务成为乡村全面振兴的手段和方式之一。

**关键词:** 电子商务; 助力; 乡村振兴; 绩效评估

## 0 引言

21 世纪以来, 专家学者们越来越重视电子商务对农村发展的促进作用, 国外学者们认为电子商务可以为农村提供便捷的新经济发展道路, 提高农村的经济发展和农民的生活水平, 有效的推销和销售农产品<sup>[1]</sup>; 国内学者认为电子商务能降低农产品的流通成本<sup>[2]</sup>, 拓宽销售渠道, 提高农户的参与积极性, 是乡村振兴过程中发展农村经济的有效方式<sup>[3]</sup>。我国政府高度重视电子商务对农业农村发展的巨大推动作用, 2015 年 11 月, 国务院办公厅在《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》中专门对农村电子商务发展问题进行了全面部署和指导。2021 年 2 月, 国务院在《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》中指出, 推进电子商务进农村, 让更多的农产品出村进城。2021 年 10 月, 商务部、中央网信办和国家发展和改革委员会在《“十四五”电子商务发展规划》中明确要推动电子商务与相关农业产业的深度融合<sup>[4]</sup>。

随着在农业农村发展中发挥的作用越来越大,

电子商务成为了推动乡村全面振兴的重要力量。2022 年全国农村网络零售额达 2.17 万亿元, 农业生产信息化率提升至 25.4%, 全国六类涉农政务服务事项综合在线办事率达 68.2%, 利用信息化手段开展服务的村级综合服务站点增至 48.3 万个, 行政村覆盖率达到 86.0%<sup>[5]</sup>。但电子商务毕竟是以互联网和大数据技术为基础, 重在信息的交流、产销的对接, 以实现农产品的市场价值为目的, 带有一定的逐利性, 因而在全面推动乡村振兴过程中难免有失偏颇。正因为如此, 必须对助力乡村振兴的电子商务进行必要的绩效评估, 以推动其科学发展, 更好地为乡村全面振兴服务。

## 1 对电子商务助力乡村振兴进行绩效评估的必要性分析

电子商务虽然侧重的是产销对接和产品价值的市场实现, 但在这个实现过程中, 以农业生产为中心, 为了推动生产、提高产品质量、加强组织管理、推动生产要素的最佳配置, 电子商务会牵扯到产业、人才、文化、生态、组织等方面诸多要素的

**作者简介:** 肖立新, 1974 年出生, 男, 广西国际商务职业技术学院马克思主义学院副研究员(证书编号: GX12021003041)、副教授(证书编号: GX12023001136), 长江技术经济学会会员(会员编号: I2301310M), 中国农学会会员(会员编号: A010011586M), 中国农业工程学会高级会员(会员编号: B042013287S), 哲学硕士, 研究方向: 区域经济发展。联系地址: 广西南宁市武鸣区发展大道 109 号广西国际商务职业技术学院马克思主义学院; 邮编: 530105; 电话: 18677416228; 邮箱: x18677416228@sina.com。

配合，对它们的发展起到一定的牵引、推动甚至改变的作用，因而，为了避免电子商务在助力乡村振兴过程中出现不良的倾向，也为了评估电子商务助力乡村振兴的程度，找出其中存在的问题并分析和解决问题，以进一步发展乡村电子商务，加大其对乡村振兴的推动力，有必要对电子商务助力乡村振兴进行绩效评估。

### 1.1 产业方面：防止资本伤农，促进乡村产业可持续发展

#### 1.1.1 防止资本通过电子商务伤农的情况出现

电子商务结合一定的大数据技术，在对接产销时通过技术分析全面了解供需方的要求，以更切合需求方的需要提供相应的产品，同时对供给方提供相应的产品销售市场和信息，让农产品在最短的时间实现最快的市场价值实现。它有别于以往农产品销售的被动性的等待式销售，在以大数据技术分析市场需求后，将合适的产品推向能实现价值最大化的市场，去掉了中间商截取的产品利润，使得电子商务在销售农产品时能获得更高的利润。如广西融安的金桔销售，2022年从11月8日融安金桔上市开始，一个多月中线上共销售超11万吨，销售额达12.2亿元，其中两公斤的一级果礼盒装已卖到了699元<sup>[6]</sup>。而经实地调研了解，融安金桔供货商去果农家里收货时金桔价格一般才8元至10多元一斤，极少数优质货源能达二三十元以上一斤，但经电子商务包装后上网销售时普遍能达到二三十多元一斤，一斤近乎超20多元的差价让一些从事电子商务的资本快速进入农产品市场，但这些社会资本利用电子商务进入农产品市场并不是助农，而是为了获取更高的产品利润差价，或者说是中间商的差价，对于这些社会资本说，表面上他们是助力果农快速销售了产品，没有造成农产品滞销的局面，而实际上，由于他们截取了产品销售的大部分利润，在一定程度上是侵占了果农的利益，虽然市场是允许的，但从一定角度来说，这是一种伤农的行为。为了避免这种现象的发生，就必须对相关的电子商务行为进行绩效评估，即它的运营是有助于提高果农的销售收入，还是以中间商的形式侵占果农的利润。如果是提高果农收入的，应该鼓励。如果是侵占果农收益的，那应该以一定的方式防止或减小相关的侵害。

#### 1.1.2 防止电子商务因逐利而影响乡村产业结构的健康发展

农产品的生产和销售具有季节性，在市场需求大于生产供给时，农产品的价格会一路走高或在一定时间段内保持稳定，在这时从事农产品的销售，特别是省去了中间商的农产品电子商务就会在这段时间内持续获得较高的产品利润，那么相关的电子商务人员就会利用互联网或相关的渠道大力鼓动农民从事某种种植和养殖业，以给他们提供更多的货源，获取更多的利润。而农民在相关的鼓动下只追求短期利润的实现，大量扩种或扩养，将本地种植和养殖业规模化后变成某种单一农产品生产基地。这种生产基地表面上是迎合了市场需要，但长期来看，还不一定与社会化大生产的要求相适应，因为它是在逐利的情况下产生，并没有经过战略性和可持续性发展的论证，也没有完全契合社会化大生产的需要，因而这是不利于乡村产业结构因时因地的健康发展需要的，在一定程度上会有损乡村产业结构的健康发展。同时，这种纯粹由短期市场需求和利润驱动的农业生产是不利于农民的，在盲目逐利不顾市场需求的生产下，一旦市场需求达到饱和，产品供大于求，市场价格将会下跌，电子供货商的利润空间被压缩，他们会将这种损失转嫁给农民，压低农产品的收货价格，变相地让农民承担相关的损失，而农民为了止损，又会减小相关产业的生产规模，产业结构又会受到影响。因而，在电子商务进村助力乡村振兴时，有必要对其进行相关的绩效评估，以防止电子商务因逐利而影响乡村产业结构的健康发展。

### 1.2 人才方面：防止因过于依赖而忽视本乡专业和组织管理人才的培养

#### 1.2.1 防止因过于依赖而忽视本乡专业技能人才的培养

近几年来，国家大力支持电商进村，以电子商务助力农业农村发展。一些专门从事电子商务的社会技能型人才和极少数具有电子商务基础的农民从事农村电商行业，2020年我国农村电商规模达到28015.7亿元<sup>[7]</sup>。2021年全国农村网络零售额达2.05万亿元，其中农产品网络零售额达4221亿元，生鲜电商交易规模达4658.1亿元，农产品跨境电商客超300亿元<sup>[8]</sup>。2022年全国农村网络

零售额达 2.17 万亿元，其中农村实物商品网络零售额达 1.99 万亿<sup>[9]</sup>。农村电商规模的扩大，农产品电商销售额的急剧增加，以及相应的农产品电商销售利润的急剧增加，吸引了大量的社会资本和社会电商人才进入农村，而承担相关农产品生产的农民却因缺乏相关电商知识而依赖于社会电商人才的销售，在快速实现农产品的市场价值时却忽视了农产品的真正市场价值。同时，农民因过于依赖社会电商人才的销售，而忽视了本乡本土农民电商人才的培养，这种忽视导致一大部分电商销售的农产品的利润没有让农民得到，农民的生产受到了一定的损失。因而在电商进村助力乡村振兴时，也有必要评估其对本乡本土的电商专业技能人才培养的影响力。

#### 1.2.2 防止因过于依赖而忽视本地生产组织管理人才的培养

为了更为直接或以面对面的形式销售产品，近些年，直播电商行业逐渐兴起，由一些网红和有一定公信力的人以网络直播的形式直接推荐某项产品，给人具体可感可信的印象，在推介产品的质量和用途时，也极大地提高了产品的销售量。2022 年直播电商行业企业规模达 1.87 万家，同比增长 17.61%。2018-2021 年直播电商的企业规模分别为 3545 家、5684 家、7502 家、1.59 万家。2017-2021 年，国内直播电商交易规模分别为：196.4 亿元、1354.1 元、4437.5 亿元、12850 亿元、23615.1 亿元<sup>[10]</sup>。但这些电商企业中极少是由农民创立的，由于一般农户只懂种植和养殖技术，不懂市场的对接和相关市场信息的处理，因而在农产品生产出来后，农户只重视产品的销售结果，即产品能否及时卖出，能否及时转换成一定价值的货币。同时，也因为缺乏相关的电商技术，一般的农户将产品的销售完全依赖于社会专业性的电子商务人才。而电子商务一是在于网络营销，二是在于线下的组织管理。在长期的依赖中，农户放弃了相关生产的组织管理工作，而是根据电商们的要求去从事相应的生产，这极不利于农村产业结构的科学发展和调整，如果一旦与社会化大生产相违背，甚至产品供大于求，农户将承受巨大的损失。因而在电商进村助力乡村振兴时，也有必要评估其对本乡本土的生产组织管理人才的培养的推动作用。

#### 1.3 文化方面：防止过于注重经贸而忽视特色文化建设

##### 1.3.1 防止过于注重经贸而忽视产品的文化建设

由于电子商务是利用互联网和大数据技术作为支撑，利用信息对接生产和销售，快速地实现农产品价值的市场实现。因而无论是从事电子商务的人员，还是享受电子商务服务的农户，他们都较看重销售的结果，即在一定程度上都只看重农产品是否能卖出，卖出后的价格如何，得到的利润有多少。较少的去注重对相关的农产品进行文化包装，更没有注重对某一产品和某一产业进行相关的文化建设，并以相关的文化建设和包装提升相关农产品的附加值。而缺乏文化底蕴和包装的农产品，一般来说在市场上是远低于同类产品的价值的。因而在评估电子商务助力乡村振兴的绩效时，还要看其是否重视了相关产品的文化品牌建设，是否是只重视了相关农产品的经贸而忽视了该产品的文化包装。

##### 1.3.2 防止过于注重经贸而忽视乡村特色文化建设

对于农产品来说，如果有一个与其生产相关的人文环境，特别是有一个特色文化作为铺垫的乡村人文环境，那将会极大地增加其市场附加值，并为其打上独特的地理标准和烙印。反之，缺乏特定人文环境和特色文化作为衬托的农产品，在市场上由于同质化问题将会使得其价值降低。因而在电子商务服务农村产业发展时，不要简单地将电商进村当成是纯粹的产品销售，还要将其当成是产品销售和价值提升的过程，既重视以电子商务组织管理和对接产销的经贸功能，又要重视能为农产品增值的乡村特色文化建设。因而，在评估电子商务助力乡村振兴时，还必须看其是否只是一味地重视经贸往来，而忽视相关农产品的生产环境，即乡村具有特色文化能为农产品增值的人文环境建设。

#### 1.4 生态方面：防止重经济发展而轻视环境建设

##### 1.4.1 防止重经济发展而忽视生态环境的建设

电子商务助力乡村振兴，首先是助力产销对接，也就是说为了能让农产品顺利进入市场并获得价值实现，从这个角度来说，电子商务是为了一定的利润实现，为了逐利。在一定的利润影响和推动下，农户们可能会一味地去经营某种种植业和养殖业，在种植和养殖时可能会为了利润而去忽视相关生态环境的建设，甚至影响到 18 亿亩耕地红线的保

护。那么这种只重一定的经济利益的实现，而忽视当地生态建设和产业结构的系统发展的情况，会严重影响到当地的生态环境，也会影响到当地的产业生态。正因为如此，有必要在电子商务助力乡村振兴时对其进行评估，防止因重某一项产业的利润获取而大肆推动某一产业的发展使当地的生态环境和产业生态受到影响。

#### 1.4.2 防止重产销而轻视文旅融合

电子商务助力乡村振兴，还要防止重产销而轻视文旅的现象发生，即只把电子商务当作一种助力农产品销售的手段，在农产品销售后就认为已达到了农业生产的目的，没有把农业生产、农产品与当地的特色文化、特色旅游结合起来，没有从提高产业和产品的文化附加值入手去采取一些措施，从而在一定程度上降低了农产品的价值，使农民在生产中没有获得本该有的利润。因而从这点出发，如果电子商务进村助力乡村振兴，除了简单的产销对接，而没有在一定程度上推动产品与文化、产品与文旅结合，那也是没有发挥好电子商务应尽的责任，应对其作出一定的评估，查找其中存在的问题并进行分析，以采取更好的策略。

#### 1.5 组织方面：防止为逐利而出现无组织或组织不力的现象发生

##### 1.5.1 防止为逐利而出现生产无组织的现象发生

电子商务进村，极大地方便了农产品的销售，使农户能及时将所生产的农产品转化为利润。但是，在电子商务助销的过程中如果对于个别市场热销的农产品进行大力宣传，推动农户进行大规模地种植和养殖而不顾市场的需求度，最后必然会导致供大于求的情况发生，这种情况发生后，产品会出现滞销的情况，一旦冷链物流和冷藏系统没有建设好，那么农产品就无法保鲜保质，最后会出现亏损的现象。同时，由于电子商务在销售过程中过度地引导，让基层无法对相关生产进行战略性和规划性地引导，从而使广大农户的生产处于一种跟风生产的状态。由电子商务推动的这种因逐利而出现的生产无组织性的情况，将会对农业生产造成巨大的损失，因而有必要对其进行评估，以防止为逐利而出现推动农业生产无组织滥扩产的现象发生。

##### 1.5.2 防止为逐利而出现生产组织不力的现象发生

电子商务在实现产销一体化时，因为产品的市场

价值能及时实现，所以让电商和农户们看到了利益，跟风式地生产使得地方的产业规划无法落实，毕竟各地的产业发展规划都是根据一定时期的社会化大生产和区域化市场需要制定的。在跟风生产的情况下，基层无法有效地去组织农户生产，农户的生产处于一种严重的逐利状态。因而在电子商务进村助力乡村振兴时，必须对其对生产组织造成的影响进行评估，如果电子商力进村影响了农村的正常生产，那么这种应该予以纠正，以防止国为逐利而造成基层无法有效地组织生产和组织不力的情况出现。

## 2 电子商务助力乡村振兴的绩效评估的具体项目

乡村振兴主要包括产业、人才、文化、生态、组织等五个方面的振兴，因而对电子商务助力乡村振兴的绩效也从这五个方面进行评估。虽然在一定程度上，电子商务在乡村振兴中主要还是起到产品的信息交流作用，但就是这种信息交流在乡村振兴过程中起到了不可忽视的推动作用：一是产业上起到产销对接、产业结构调整、产业链延长和融合、生产的组织管理、技术的传播和转移；二是人才上起到了推动相关专业和组织管理人才的培养和引进作用；三是文化上为了提高相关产品的附加值，客观上推动了地方特色文化与农产品和农业生产相融合；四是从绿色农产品生产和文旅相结合的角度出发推动了乡村生态环境建设；五是从有利于生产要素组织管理的角度出发，推动乡村组织建设。因而从这五方面对电子商务助力乡村振兴进行绩效评估非常必要。

### 2.1 产业振兴方面

评估在推动生产水平、生产力、产业结构的改善方面的作用。

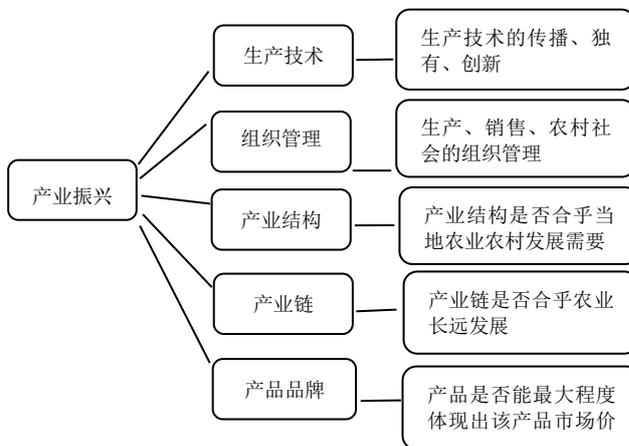


图1 产业振兴评估内容

产业振兴包括生产技术、组织管理、产业结构、产业链、产品品牌方面，所以，依上图所示，在评价电子商务助力乡村振兴时评估它对产业振兴的推动作用时，应从生产技术、组织管理、产业结构、产业链、产品品牌等五个方面进行评估。即，在生产技术方面，电子商务助力乡村振兴时，能否在对接产销、做好电商服务的同时推动新的生产技术的传播，能否在市场需求的推动下促使新的生产技术的产生，让相关的生产技术成为当地农产品独有的技术，能否推动当地的农业生产进行相应的技术创新；在生产的组织管理方面，在电子商务产品信息、生产信息、市场信息的引导下，能否推动当地的农民、基层党组织、社会组织做好关于生产和销售方面的组织管理工作，能否推动基于产业良好发展的农村和谐的社会环境的建设；在产业结构方面，能否以电子商务的开展，由市场的需求引导当地的农业产业结构进行相应的调整，使这种产业结构更符合当地农业农村的发展；在产业链方面，电子商务在开展的过程中，能否利用市场和相关的信息推动农业产业完善或延长相关的产业链；在产品品牌方面，电子商务能否根据市场对产品的需要推动相关农业产业创立品牌，在保证质量的同时以产品吸引和获得市场。

对电子商务助力乡村振兴时，从产业振兴方面对其绩效进行评估的作用在于：一是以防电子商务在逐利时将相关的农业产业带入无组织无序的生产状态；二是可利用电子商务连接的市场和技术推动农村相关产业进行产业结构调整 and 创立品牌，以便使农业产业的发展更好地适应市场的需求；三是利用电子商务的推动，促使农村社会以更好的组织管理状态推动生产的发展和市场的获取；四是为了更为长久的市场的占据和利润的获取，利用电子商务推动农业产业完善产业链。这些好处有些是在电子商务直接作用下产生的，有些是在电子商务的推动下间接的产生的。无论是直接还是间接的，都有必要对电子商务助力乡村振兴的这些方面进行评估，以便评估出其在这些方面所产生的成效和存在的问题。毕竟电子商务深入农村，不仅是市场上的产销对接，还在一定的程度上通过经济影响农业产业和农村社会的运作。

## 2.2 人才振兴方面

评估在推动专业和组织管理人才培养和引进

方面的促进作用。

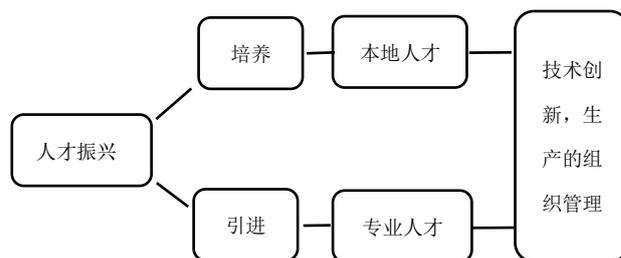


图2 人才振兴评估内容

在评估电子商务助力乡村振兴的绩效时，还要评估其对人才振兴的推动作用，如上图所示，人才振兴包括培养本地人才和引进外来专业人才两方面，因而对电子商务助力乡村振兴从两个方面进行评估：一是人才培养的角度，评估电子商务助力乡村振兴时，是否促进了本地电子商务人才的培养，是否促进本地因提高产业质量和生产技术而培养专业技能人才；二是从人才引进的角度，评估电子商务助力乡村振兴时，是否因市场和生产需要，促进当地对外来电商和生产性专业人才的引进。这些人才的培养和引进是否促进了当地农业产业的技术创新和生产的组织管理。

这种评估的作用在于：一是促进以电子化、信息化的电子商务倒逼当地的乡村培养和引进相关的电商型和生产性专业技能及生产组织管理型人才；二是利用市场对产品质量的需求，以相关信息的传输推动当地相关生产技术的创新。如果电子商务助力乡村振兴在这些方面能做到位，说明其对乡村振兴的助力是起促进作用的。

## 2.3 文化振兴方面

评估推动特色文化建设、文化与产业结合的促进作用。

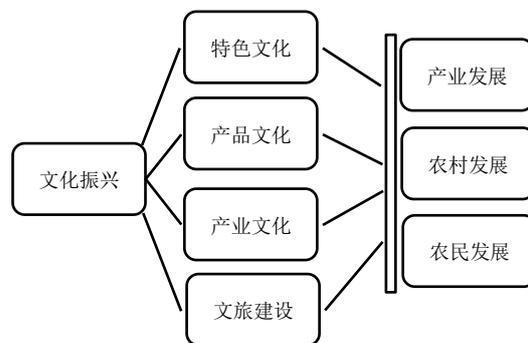


图3 文化振兴评估内容

在电子商务助力乡村振兴时，还必须对它在对乡村文化建设方面的推动作用予以评估，如上图所示，文化振兴包括特色文化建设、产品文化建设、产业文化建设、文旅建设等方面，电子商务在助产助销时，是否直接或间接对与产品生产相关的乡村特色文化建设、产品文化建设、产业文化建设、文旅建设等方面起到了推动作用，而这些推动是否又直接推动了产业发展、农村发展和农民发展。

从文化振兴方面对电子商务进村的作用进行评估，有利于：一是推动电子商务对农产品入市场提供一定的文化包装标准；二是推动电商对农产品的生产环境提出文化要求，即要求生产环境有一定的文化氛围，以文化来提高生产和产品的价值；三是利用电子商务宣传产品及其生产环境，为文旅结合打下基础；四是让电子商务不再局限于电商，而要以互联网信息的便捷在一定程度上组织农村的生产。

#### 2.4 生态振兴方面

评估推动生态宜居、基础设施、文旅结合的程度。

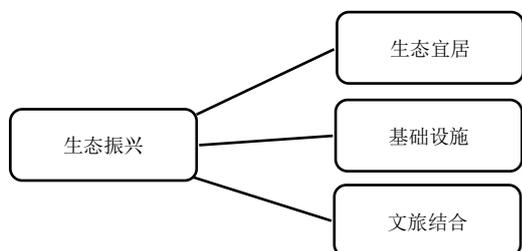


图4 生态振兴评估内容

对电子商务助力生态振兴应从生态宜居、基础设施、文旅结合等三个方面进行绩效评估，即电子商务进村，是否借农产品的销售和市场对产品质量的需求推动乡村建设一个生态宜居的人文生态环境，并修建一些相应的基础设施，同时还尽力促进乡村的文旅结合。毕竟农业生产是依赖于给其提供原料来源的农村生态环境、农村的社会环境，还有能为其提高知名度和做广告的文旅结合的产业环境。

这种评估有利于推动电子商务助力乡村振兴时：一是有利于推动电子商务不再只关注农产品本身，还要关注农业生产环境的建设；二是有利于推动电子商务在做产品销售时，适时推动和对接农村的文旅结合。

#### 2.5 组织振兴方面

评估推动村民自治组织、社会组织、基层党组织发挥的作用。

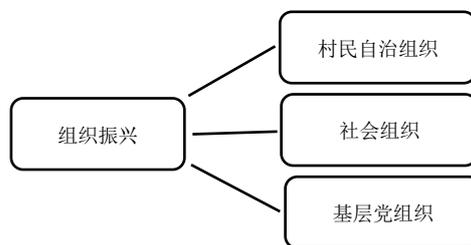


图5 组织振兴评估内容

### 3 影响电子商务助力乡村振兴绩效的因素

#### 3.1 思想观念影响电商对乡村振兴的整体性推动

##### 3.1.1 逐利的思想观念影响电商系统性地推动乡村振兴

由于当前的大多电商企业和从事电商的个人并不是直接从事生产的农民，因而这些企业和个人从事电商追求的是产品网络销售时利润的最大化，而不是为了如何以电子商务系统地推动乡村振兴的发展。如，为了推动乡村振兴，以市场的拓展和信息推动产业规模化、信息化发展；以市场对产品和产业的质量要求推动乡村人才的培养和引进及产业结构的调整；以市场的需求和信息推动乡村文化的发展；以市场对生产的需求推动乡村组织和社会治理的更加严密化和精细化，因为没有好的生产和社会组织管理，相关的产业是很难稳定和顺利发展的；以产品销售和产品文化为契机吸引市场对生产地的关注，带动农民加速一二三产业和文旅的融合。正因为没有这样做，当前一些电商进村只是单纯地起到产和销的对接作用，在产销对接的过程中，电商获得相对高额的销售利润，而这些利润本应该是属于农民的，因而在一定程度上来说，这种没有二次返利和利益分配的销售存在一定程度的资本伤农。

##### 3.1.2 依赖的小农思想观念影响电子商务与乡村振兴的融合

在电子商务助农的过程中，传统自给自足的小农观念让农民大多只愿生产而不愿过多地面对市场。正因为这样，大多农民在生产出产品后，只是将农产品以一定的价格卖给电商，再由电商独立去销售这些产品。在这过程中，表面上电商对接了产与销，而实际上电商与农村只存在一种产品收购关

系，电商根本没有深入农村并影响农村的发展，去除产品的收购，电子商务与农村发展是脱节的。由于二者没有紧密地融合在一起，因而相互之间没有起到较多地影响和推动作用，即电子商务没有以产品的销售为契机带动和推动乡村的产业、人才、组织、生态和文化的振兴，而乡村也没以自身的生产和资源推动进村的电子商务的更大发展。

### 3.2 政策环境影响电子商务助力乡村振兴的方向

#### 3.2.1 政策的导向影响电子商务助力乡村振兴的目标

在电子商务助力乡村振兴的过程中，政府的政策导向很重要。如果相关政策侧重于电子商务助力农产品的销售，相关的宣传也是围绕农产品的销售来进行，那在社会看来，电子商务最大的成效就是帮助农产品进行销售，电商承担的只是对接产与销的功能，那这时在客观上相关的政策或宣传所形成的导向就是电商销售农产品，而不是电子商务能在很大程度上助力乡村振兴。如果相关政策侧重于电子商务利用互联网和大数据技术助农，这个助农是助力农业生产、农村发展、农业技术、农村人才、农村组织，那在社会看来，电子商务不仅仅能推动产与销，还能全面推动农村的发展，助力乡村振兴，这时，无论是社会氛围还是政策实施，人们都会有意无意让电子商务在运营过程中承担起助力乡村振兴的任务。所以，政策的导向直接影响着电子商务助力乡村振兴的内容和目标。

#### 3.2.2 政策的落实影响电子商务助力乡村振兴的成效

在中央的兴农政策中都或多或少提到了用互联网和大数据助力农村发展的内容，如，2021年中央一号文件提出要实施数字乡村建设发展工程，发展智慧农业，建立农业农村大数据体系，推动新一代信息技术与农业生产经营深度融合<sup>[11]</sup>；2022年中央一号文件中提出要建设智慧农业和数字乡村<sup>[12]</sup>；2023年中央一号文件提出大力发展智慧农业和数字乡村<sup>[13]</sup>。如果政策在我国农村全面落实，并在各地农村兴建好相关的基础设施，培养和配备相关的人才，让乡村的产业和资源数字化，那我国农业农村的发展将迎来前所未有的大发展，电子商务对乡村振兴的推动作用也将会是巨大的。但是在落实过程中，由于人才和基础设施的问题，这些策略并不

能很好地落实，特别是农民在数字乡村建设和发展过程中的参与度并不高，这也极大地影响了电子商务与农业农村发展的深度融合。

### 3.3 产业的规模和产业链的完善影响着电子商务助力乡村振兴的持续性

#### 3.3.1 产业规模影响着电子商务对乡村振兴的持续推动

电子商务进村，其最基本的功能首先还是承担着农产品和农业资源的销售任务。也就是说，产品和农业资源的销售既是电子商务进村的一大功能，又是其在乡村持续发展下去的动力。如果乡村产业规模不大，或者产品和相关农业资源的质量达不到市场要求，那么电子商务就无法助力相关的销售，也就无法从相关的销售中获取自身发展的资本。所以相对来说，电子商务进村助力乡村振兴要想持续下去，必须在农村对接着规模化的农业产业，没有规模化的农业产业提供的大量符合市场需求的农产品，电子商务进村后是无法持续发展下去的。

#### 3.3.2 产业链的完善度影响着电子商务对乡村振兴的全面推动

农业产业链的完善与农村的生产、组织、文化、生态、人才都有密切的关联，产业链不完善，电子商务进村后是无法对这些方面进行直接或间接的推动的，也就无法对乡村振兴进行全面的推动。因为，只有科学的生产才会推动从研发、生产到加工和销售的完整产业链的建立，只有有效的组织管理才会让有序的生产推动有序的产业链的建构，只有带有特色文化的生产和生态才会提高产品的附加值，只有高水平的专业人才才会科学推动产业链的完善，而电子商务对生产和销售的推动，就直接牵扯和带动这条产业链的发展，产业链要发展完善，必须生产、组织、文化、生态、人才的全面配合，电子商务也就无形之中推动了乡村的全面振兴。产业链的完善度和电子商务对乡村全面振兴的推动，二者是相辅相成的。产业链完善度越高，电子商务对乡村振兴的推动作用越明显。

### 3.4 农村和社会组织影响着电子商务助力乡村振兴的有效性

#### 3.4.1 农村的组织有效影响着电子商务助力乡村振兴的顺利进行

现阶段农村社会的治理是依靠自治、德治、法

治三者结合进行，其中农村基层党组织起着至关重要的作用。因为农村基层党组织带领着农村发展，一能保证农村的社会主义发展方向，二能根据农村的实际需要做出科学合理的发展策略，但由于现阶段农村基层党组织在产业发展方面的专业性能力还有不足，所以还无法直接带动农村产业的全面性发展。而电子商务进村从信息和市场角度弥补了农村基层党组织当前在引领农村发展过程中的缺陷，但电子商务只是从信息和市场销售层面对农村的发展进行推动和调整，没有直接在农村组织生产和销售，如果没有有效的生产组织与之相配合，那电子商务还是无法顺利推动乡村振兴的顺利进行的。所以从这个角度来说，农村的组织和治理对电子商务助力乡村振兴的顺利进行是很重要的。

### 3.4.2 社会组织影响着电子商务助力乡村振兴的社会化程度

电子商务助力乡村振兴是从生产销售的角度入手，推动农村在组织、人才、文化、产业、生态方面与之相适应，否则电子商务在农村就无法发挥其最大的效能。在电子商务助力乡村振兴的过程中，社会组织在其中起着提供资本和推动农业生产社会化的功能，而我国传统的农业在生产过程中由于资本的缺乏而无法规模化，由于生产没有社会化而无法对接好市场。因而，在电子商务助力乡村振兴的过程中，如果有组织严密秉着助农原则的社会组织和资本大力推动农村发展，弥补了传统农业在发展过程中的缺陷，那电子商务助力乡村振兴的社人化程度将会极大地提高，将会从产品的社会化提升到整个生产和乡村发展的社会化。

## 3.5 专业人才影响着电子商务助力乡村振兴的整体成效

### 3.5.1 专业人才影响着电子商务与乡村振兴的全面融合

在电子商务助力乡村振兴的过程中，如果有专业人才运营电子商务，那在及时对接农产品的产与销的过程中，也会适时利用大数据和网络信息对乡村振兴展开服务。毕竟如果乡村不全面振兴，那产业也无法全面发展，而电子商务在乡村就失去发展的根基，毕竟电子商务进村还需要盈利，以给自身的发展提供动力。而这个专业人才一是懂电子商务和大数据的操作和运营，二是懂农业农村的发展，

知道如何利用产销去推动乡村振兴。只有专业人才科学地利用大数据和网络信息，以产销为契机深入农村，才会真正促进电子商务与乡村振兴的全面融合，从而全面促进农业农村的发展。

### 3.5.2 专业人才影响着电子商务助力乡村振兴的效果

在电子商务助力乡村振兴的过程中，一要及时对接好产与销，二要适时提高产品的附加值，三要及时利用自己的信息优势服务好农业农村，而这些都需要专业的人才才能完成。这些专业人才不仅要懂电子商务及大数据技术，还要懂得借此来如何推动乡村的全面振兴。仅懂产与销的电子商务人才只是相当于商品导购人员的水平，仅懂电子商务操作的人才只是电子专业人才，虽然说他们也能对接好产与销，但纯粹的产销对接会降低电子商务助力乡村振兴的效果，使电子商务没有在乡村振兴过程中发展真正的效能，因而，从这个角度来说，相关的专业人才影响着电子商务助力乡村振兴的效果。

## 4 对电子商务助力乡村振兴的绩效进行科学评估的策略

### 4.1 坚持的原则

#### 4.1.1 坚持系统思维、整体推动的原则

在对电子商务助力乡村振兴的绩效进行科学评估时，首先就是要坚持系统思维、整体推动的原则。即在评估时将电子商务与乡村振兴的发展当作一个融合性的系统，从整体上对其相互之间产生的影响进行评估。

#### 4.1.2 坚持发展优先、兼顾效益的原则

在对电子商务助力乡村振兴的绩效进行科学评估时，还要坚持发展优先、兼顾效益的原则，即在评估时要明确以发展为目标来对各项指标进行评估，评估各项指标达到要求的标准首先是看电子商务在这一指标中是否促进了乡村振兴的发展，同时还要产生一定的效益。

### 4.2 科学评估电子商务助力乡村振兴绩效的途径

#### 4.2.1 采取科学评估的方法

要正确评估电子商务助力乡村振兴的绩效，必须采取科学评估的方法，如采取：系统评估的方法，定性评估的方法，定量评估的方法，定性与定量相结合的评估方法，比较评估的方法。系统评估的方法，即在评估时将电子商务与乡村振兴当作一

个整体来评估，电子商务的运营将影响整个系统的发展和变化；定性评估的方法，即在设定一些指标，根据电子商务对乡村振兴的发展情况作出性质上的判定；定量评估的方法，即设定一些指标，根据相关数据来判断电子商务对乡村振兴的推动情况；定性与定量相结合的评估方法，即设定一些评价指标，对电子商务助力乡村振兴从性质和数据上进行综合性的评估；比较评估的方法，将电子商务介入乡村振兴的前后效果做比较，以评估电子商务助力乡村振兴的优劣。

#### 4.2.2 建立科学的指标评价体系

电子商务助力乡村振兴，表面上只有产销对接，而实质上电子商务通过直接和间接的方式触及和牵动了乡村振兴的多个方面，对乡村振兴的推动作用是很大的。因为乡村全面振兴包括：产业振兴，人才振兴，文化振兴，生态振兴，组织振兴。那么对电子商务助力乡村振兴就要从这五个方面来进行评估，即电子商务对产业振兴的推动应包括：产销对接的效益，品牌的打造，市场的拓展，产业链的完善，产业的规模等；电子商务对人才振兴的推动应包括：电商人才的培养和引进，农业产业人才的培养和引进；电子商务对文化振兴的推动应包括：对产业文化的推动，产品文化的包装，特色文化的打造等；电子商务对生态振兴的推动，应包括：对文旅结合的推动，对乡村风貌的推介等；电子商务对组织振兴的推动，应包括：对农村社会组织的推动，对农村基层党组织的推动，对社会经济和中介组织入村服务的推动等。这些范围都是电子商务能通过大数据和互联网信息直接或间接能影响到的，因而要建立科学的指标评价体系评价电子商务助力乡村振兴的绩效，所设立的指标应要涉及到这些方面，在设立好相关的指标后，还要对各项指标设立一定的阈值，以便更加科学的评估。

#### 4.2.3 完善相关政策，加强农村基层组织

要使电子商务在乡村振兴中发挥真正的作用，必须完善相关的政策，如电商进村助农的政策，数字乡村政策，培养和鼓励农村电商人才的政策，协调电商与农户利益分配的政策。除此之外，还要加强农村基层党组织的建设，让其在电商进村助力乡村振兴时能起到充分的引导和协调作用，即根据电

子商务提供的市场信息组织农业生产，协调好生产和生活、生产和销售的关系。并尽可能地助力电子商务与乡村振兴进行全面的融合，让电子商务对乡村振兴的各个方面进行直接或间接地推动。毕竟电子商务在运营过程中大多只是提供相关的数据和信息，而要让农户根据相关数据和信息调整生产或进行乡村建设，只有基层党组织才能起到这方面的号召和协调作用。

#### 4.2.4 推动产业发展，完善产业链

要使电子商务在乡村振兴过程中持续发挥作用，产业发展是基础，没有规模化的产业带来的产品市场和利润，无法支撑市场化运作的电子商务的发展，因为电子商务本身的运作需要一定的成本，而这个成本的获取就是最为基本的产销对接过程中获取的。同时，要使电子商务在助力乡村振兴过程中充分发挥作用，就必须完善好相关的产业链，因为产业链的完善牵涉到了产业、人才、文化、组织和生态等方面，没有这些方面的配合，农村无法形成交叉性、工农融合性的产业链。

#### 4.2.5 培养和引进人才，加快电子商务与乡村振兴的融合

支持和推动电子商务与乡村振兴融合的，并且使电子商务在助力乡村振兴过程中发挥巨大作用的，是为关键的还是人才。这个人才包括电商专业人才、大数据人才、农业专业人才、资本运作人才、市场拓展人才，而这些人才在农村都相当缺乏。没有这些人才，就无法在乡村振兴过程中充分发挥电子商务的作用。因而要培养和引进这些方面的人才，只要人才具备了，电子商务进村后才能真正与乡村振兴融合，成为乡村振兴发展的手段和方式。

### 4.3 防止的不良倾向

#### 4.3.1 防止重产销而轻发展的倾向

在建立相关评价指标评价电子商务助力乡村振兴时，必须防止重产销的效益而轻视农业农村整体发展的倾向。这种倾向会让相关评价指标重点指向产销带来的效益，而忽视电子商务对农村文化、产业、生态、组织、人才等方面的推动作用，长期下去，会将电子商务助力乡村振兴的绩效评估变成了电子商务助产助销的绩效评估，这种导向会极大地降低电子商务对农业农村发展，特别是对乡村振兴的推动作用。

## 4.3.2 防止重数据和理论而轻实践的倾向

在对电子商务助力乡村振兴进行绩效评估时，还要防止重数据和理论而轻实践的倾向。即在评估过程中完全依赖设定的各项指标，不去结合农业农村发展的实际，忽视人的主观能动性作用，忽视市场的变化。这种机械地，不结合农业农村发展实际的评估，从长远来看，既不科学，也不符合农业农村的发展，特别是乡村的全面振兴。

电子商务进村，从表面来看是电商助力农产品的销售，而实际上，它能利用互联网和大数据技术对农业农村的发展进行数字化的组织管理，当然，这个组织管理需要农村基层党组织的配合和实施，而电子商务带来的数据分析只是为其提供参考，给其指明方向。所以，在对电子商务助力乡村振兴进行绩效评估时，不管电子商务对乡村振兴发展的多个方面起着直接或间接作用，这种评估都应该是全面系统地，同时也应是推动电子商务与乡村振兴相融合的，让电子商务成为乡村振兴发展的一种方式 and 手段。因而，评估电子商务助力乡村振兴应采取系统的评估方式，定性定量相结合，以数字信息为引导，以农村基层党组织为核心，在对接产销的同时，加强农村社会治理，将电子商务与农业农村发展，特别是乡村振兴融为一体，只有这样，才能使电子商务在乡村振兴的过程中发挥出真正的作用。

## 参考文献

[1] 孙礼光.乡村振兴背景下农村电子商务发展现状及对策研究——以

- 巢湖市三瓜公社为例[D].安徽农业大学专业硕士学位论文, 2022(07): 03.
- [2] 王阳阳,王倩倩.乡村振兴背景下电子商务对农产品流通效率的影响[J].商业经济研究, 2023(02):99.
- [3] 石磊.乡村振兴背景下农村电子商务的发展研究[J].全国流通经济, 2022(12):20.
- [4] 孙勇,李学成.乡村振兴背景下农村电子商务发展研究[J].党政干部学刊, 2022(04):64.
- [5] 农业农村部新闻办公室.《中国数字乡村发展报告(2022年)》发布[EB/OL].(2023-03-01)(2023-03-12): [http://www.moa.gov.cn/xw/zwdt/202303/t20230301\\_6421963.htm](http://www.moa.gov.cn/xw/zwdt/202303/t20230301_6421963.htm).
- [6] 融安县科技工贸和信息化局.爆单!“融安金桔”双12购物节单日销售突破6000万元[EB/OL].(2022-12-16)(2023-03-13):[https://mp.weixin.qq.com/s?\\_biz=MzI4OTcwMzg4OQ==&mid=2247516182&id\\_x=2&sn=f954c7fc8fdc3024ade8b6fa43705f13&chksm=ec29d2a8db5e5bbeec844fa7c62ae47b19c2081d3953ceb6b0be44ce4c9b28998e2f6b4aa1806&scene=27](https://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MzI4OTcwMzg4OQ==&mid=2247516182&id_x=2&sn=f954c7fc8fdc3024ade8b6fa43705f13&chksm=ec29d2a8db5e5bbeec844fa7c62ae47b19c2081d3953ceb6b0be44ce4c9b28998e2f6b4aa1806&scene=27).
- [7] 王小川.2020年我国农村电商规模达2.8万亿元[EB/OL].(2021-03-25)(2023-03-13):<http://www.chinacoop.gov.cn/news.html?aid=1704814>.
- [8] 政务: 电商发布.农村电商新篇章解读! 2021年全国农村网络零售额达2.05万亿元, 社区团购占比1205亿[EB/OL].(2022-10-28)(2023-03-13):[https://m.thepaper.cn/baijiahao\\_20495994](https://m.thepaper.cn/baijiahao_20495994).
- [9] 新华社.2022年我国农产品网络零售增势较好[EB/OL].(2023-01-30)(2023-03-13):[http://www.gov.cn/shuju/2023-01/30/content\\_5739182.htm](http://www.gov.cn/shuju/2023-01/30/content_5739182.htm).
- [10] 网经社.2022年直播电商交易规模增长近五成 企业规模渗透率均波动增长[EB/OL].(2023-03-24)(2023-03-26):<http://www.100ec.cn/detail--6625589.html>.
- [11] 新华网.中共中央 国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见[EB/OL].(2021-02-21)(2023-3-26):[http://www.moa.gov.cn/ztzl/jj2021zyyhj/zxgz\\_26476/202102/t20210221\\_6361865.htm](http://www.moa.gov.cn/ztzl/jj2021zyyhj/zxgz_26476/202102/t20210221_6361865.htm).
- [12] 农业农村部发展规划司.农业农村部关于落实党中央国务院2022年全面推进乡村振兴重点工作部署的实施意见[EB/OL].(2022-03-01)(2023-3-26):[http://www.moa.gov.cn/govpublic/FZJHS/202203/t20220301\\_6389886.htm](http://www.moa.gov.cn/govpublic/FZJHS/202203/t20220301_6389886.htm).
- [13] 农业农村部发展规划司.农业农村部关于落实党中央国务院2023年全面推进乡村振兴重点工作部署的实施意见[EB/OL].(2023-02-21)(2023-3-26):[http://www.moa.gov.cn/govpublic/FZJHS/202302/t20230221\\_6421194.htm](http://www.moa.gov.cn/govpublic/FZJHS/202302/t20230221_6421194.htm).