

我国电子商务精准扶贫的系统性文献综述

王 晴^{1,2}

(1. 南开大学 商学院, 天津, 300071; 2. 贵安新区科技产业创新中心, 贵州 贵安, 550003)

【摘要】以“互联网+”为特征的电子商务已成为精准扶贫的重要战略选择,引起了学界的广泛关注。随着相关研究文献的不断增长,理论与实践创新探索的呼吁也在增加,有必要对已有成果进行梳理和评估,以期推动有关研究走向深入。采用系统性文献综述法,从主体类型、实践模式、影响因素、实施效果四个角度进行内容分析。研究发现,国内电子商务精准扶贫研究仍处于初级阶段,存在实证研究匮乏、论述浅层化、理论本土化建设滞后等问题,未来研究应均衡发展研究议题,拓展研究视野,实施深入的理论研究与验证工作。

【关键词】电子商务;精准扶贫;互联网+;“三农”问题;经济社会发展

【中图分类号】F323 【文献标识码】A 【文章编号】2096-3300(2020)01-0055-07

“互联网+”与多业态的融合是新时代经济社会发展的主流趋势,“互联网+”行动计划的贯彻落实已成为推进国家战略的重要途径。消灭贫穷是我国经济社会发展建设过程中的一项重大民生工程。当前,脱贫攻坚已进入关键之年,为确保2020年全国彻底摆脱绝对贫困,必须在脱贫战略上创新思路以适应不断扩大、增强的各类新情况,将脱贫工作与互联网深度融合,实现精准扶贫工作的新跨越。互联网以前所未有的速度、广度和深度向社会的各个领域渗透,以“互联网+”为特征的电子商务已发展为一种新业态和新的生产生活方式,并从发达地区向欠发达地区延伸,由城市向农村扩散^[1]。自2015年起,电子商务扶贫工程列入我国精准扶贫“十项工程”,成为精准扶贫工作体系的核心内容之一。电子商务进农村是当前促进农村经济发展、农民增收脱贫的新引擎,已成为推动贫困人口精准扶贫的重要战略选择。

国内学界就电商精准扶贫相关问题展开讨论,取得了阶段性的研究进展。研究的创新和发展离不开

有效的回顾总结和反思,通过检索中国知网(CNKI)可知,目前国内电商精准扶贫仅有1篇综述类文献,该文献采用传统的叙事性文献综述法对近年来农村电子商务扶贫研究进行梳理^[2],与主题的定位和整体框架紧密性不高,而且由于研究方法所限,对已有研究的系统性分析不足,以至于未能全面准确地透视该领域的研究框架,无法捕捉关键性问题。电商精准扶贫实践进展如火如荼,相关的研究也呈现较快增长态势,有必要对已有研究进行系统性梳理和评析。对我国电商精准扶贫研究成果的系统性审视和再发现,将有助于推动相关研究的深入开展,也对实践创新具有重要的参考价值。

一、研究设计

(一) 研究方法

文献是知识的主要载体,具有丰富的意义。对文献进行综述是研究不可或缺的组成部分。传统的文献综述法因其主观性和研究者偏见饱受诟病,系统性文献综述法作为一种普适性的新兴综述方法,已经在国际上崭露头角并逐渐获得国内学者的关注

收稿日期:2019-10-30

作者简介:王 晴(1986-),男,江苏宿迁人,客座研究员,博士研究生,研究方向:电子商务、创新与创业管理。

及应用。系统性文献综述是研究者以不同的数据库为来源,借助信息检索与分析技术,针对某一专题或研究领域进行全面准确地评价研究结果的研究方法^[3],具有客观性、创新性、标准化等优点。对于研究的主题、主体和方法学具有重要的发展价值,也可以转化为多种研究形态并促进整合型创新。系统性文献综述法的实施步骤可分为计划(提出问题)、文献检索及筛选、内容(或数据)抽取与整合、撰写报告(结果分析)等核心环节,关键步骤还可以采用图表形式进行细节性展现,与内容相辅相成。

(二) 文献样本

本文探讨的核心问题是:电子商务如何实现精准扶贫?参照汤志伟和郭雨晖^[4]的做法,可将其拆分为四个子问题,以期通过系统性文献综述进行解读和评析:①电子商务参与精准扶贫的主体是谁?②哪些因素影响了电子商务精准扶贫?③电子商务实现精准扶贫的参与方式有哪些?④电子商务精准扶贫的实施效果是什么?

根据研究问题,考虑到期刊数据库收录的范围和效率,本次文献检索以CNKI为样本来源。为有效控制漏检率,最大范围覆盖目标文献,采用主题检索策略。由于电子商务一词存在常用的简称,以主题词“电子商务”“电商”分别与“精准扶贫”进行布尔逻辑“与”运算,其他为默认设置。需要对初次检索结果的冗余信息进行清洗,运用题名匹配、摘要查阅等方式筛选题录,以保证文献样本的精准度,剔除通知、新闻报道以及非学术论文,共获得85篇文献留作后续分析之用。检索日期为2019年8月4日。

(三) 文献编码

通过对85篇论文的内容进行阅读,发现仍有少量文献与本研究问题无关,为保证文献筛选的准确性,需要根据内容关联度确定保留文献,排除那些关键词含有精准扶贫而文献内容不涉及精准扶贫的文献,且入选文献必须包括电子商务精准扶贫的主体、影响因素、模式(参与方式)或效果中的一个或多个视角。经过人工筛选,共得到77篇有效文献。利用SATI工具提取作者、期刊、年份等文献题

录信息,并从文献中提取出研究涉及的理论来源和方法;借助Excel从主体类型、实践模式、影响因素和实施效果四个方面进行主题内容的编码,分别留作描述性分析和系统性分析之用。

二、描述性分析

(一) 元数据特征分析

以下从期刊、作者、发表时间三个方面进行描述性统计分析。文献元数据统计结果显示,77篇论文由60个期刊刊载,其中《电子商务》(10篇)载文量最大,其次是《农业经济》(4篇),其余的文献主要发表于高校学报、农业科学类期刊,载文量为1篇的期刊约占总数的88.33%。从作者发文量来看,145位作者中仅有两位的发文量超过1篇,均为2篇,亦即发文量仅为1篇的作者约占总数的98.62%,可见我国电子商务精准扶贫领域尚未形成核心作者群;从论文发表的时间来看,我国电子商务精准扶贫研究起步于2016年,这与精准扶贫国家战略的正式提出时间(2014年)存在一定的滞后性,但总体上呈现持续增长的发展态势。

(二) 理论来源及研究方法

理论和方法是研究的基石。本部分致力于分析我国电子商务精准扶贫涉及的具体理论和模型。通过对77篇论文进行逐篇阅读,共提取出来自信息系统、管理学、社会学、生态学等4个学科的8种理论及模型:PPM理论模型、优化理论、木桶理论、熵值理论、行动者网络理论、协同理论、供应链理论与生态系统理论。透过理论分析,发现电子商务精准扶贫是一个具有交叉学科特点的研究领域,这也表明该领域依赖于多种理论发展其研究内容。纵观国内该领域研究,在理论的引入和应用过程中,简单的“拿来主义”思维忽视了理论本土化和假设情境等问题的审视,这不仅会人为地割裂理论与社会经济环境之间的联系,还有可能陷入“教条主义”的误区,阻碍理论与实践创新或两者的深度结合。

就研究方法而言,我国电子商务精准扶贫研究主要涉及规范研究、定性研究、案例研究、定量分析以及实地调查等方法。由于该领域相关研究尚处于起步阶段,采用规范和定性研究的论文占比超过

3/4，部分研究采用了不止一种方法，因此不便于数量上的精确统计。相较而言，采用实证或定量分析方法的论文太少，主要有层次分析法、数据包络分析，还有部分研究针对特定地区展开了实地调查研究，另一部分研究主要针对实际案例进行理论解读和分析。从总体上看，当前我国电子商务精准扶贫研究方法的运用呈现“规范研究多、实证分析少”的态势，大多数研究聚焦于理论层面的探讨，提出创新性见解、建议对策的研究十分匮乏，缺乏通过“数据说话”的深度分析或以定量数据检验假设。

三、系统性分析

(一) 主体类型

确定电子商务精准扶贫涉及的各类主体是分析该问题的首要任务，因为这些主体是电子商务精准扶贫的参与者、操作者和受益者，只有通过他们的积极主动行为才能使电子商务精准扶贫实现应有的经济价值和社会效益。本研究根据文献样本中提及的方式以及频次先后顺序对主体进行分类。经信息的抽取和归并，共有17篇文献涉及电子商务精准扶贫的至少一个主体类型，其中3个主要的主体类型分别是：政府（10次）、农民（5次）、企业（3次），其他类型的主体还有第三方组织、合作社、协会、村组织等。

政府是精准扶贫国家战略的推动者和执行者，各级政府也都高度重视电子商务对于开展精准扶贫的现实作用。为更好地推进电子商务精准扶贫工作，政府部门应进一步加强对电子商务精准扶贫的宣传推广力度，完善有关政策制度，特别是融资、税务等方面的政策支持，建立长效机制^[5]。在推进电子商务精准扶贫过程中，应充分发挥政府主导和统筹作用，保障农民主体的利益，注意人力、资金和技术等要素的合理流动，发挥行业、企业作用，整合相关资源，加强载体建设，促进电子商务与精准扶贫工作的深度融合^[6]。为提升电子商务与精准扶贫融合的协同效果，在地方特色农产品电子商务精准扶贫中，要促进经营主体协作化，客观认识政府、企业、贫困户、电商平台等参与主体的角色和功能，推动邮政、媒体以及有关协会等社会资源的协同发展。此外还应建立健全利益共享机制，保障电子商

务精准扶贫参与主体可以获得相应的利益^[7]。企业是市场活动的主力军，部分研究强调了企业在电子商务精准扶贫中的重要作用，特别是电商巨头的示范与牵引作用，加强供应链管理，关注产业、教育与电子商务的协同推进，实现多元协同运作^[8]，以形成合力。

(二) 影响因素

电子商务参与精准扶贫的实践并不独立于社会，而是处于一定的环境条件之中并受到不同层面因素的深入影响和制约，它们也在一定程度上为有效的参与提供了现实可能性。文献内容查阅结果显示，共有19个文献论及至少一种影响电子商务精准扶贫的因素，特别是影响因素及对策类文献中进行了较为全面的探究。归纳起来，电子商务参与精准扶贫的影响因素包括宏观和微观两个层面，这些影响因素包括个体意识（观念、思想）与能力、基础设施、（生态/文化）环境、物流发展、政策制度等。

李彩彩和王英^[9]运用层次分析法（AHP）建立了精准扶贫政策环境下影响农村电子商务的指标体系，发现农村信息基础设施、物流发展水平、电商主体意识以及政府扶持力度是影响电子商务精准扶贫的重要因素；潘朝阳和聂清德^[10]指出，影响现代农村电子商务精准扶贫进度和效度的因素主要是电商人才精准扶贫意识较弱、技能较低，以及农村资源相对匮乏且环境欠佳。目前我国电子商务主要有PC端和移动端两种形式，随着移动互联网在农村的快速发展，农民参与移动电子商务脱贫的实践活动也在不断增多，但也受到诸多因素的限制，因此探讨相关的影响因素也是值得研究的话题。基于PPM（推、拉、锚定）理论，赵文德等^[11]探讨了贫困地区农户参与移动电子商务扶贫的影响因素，实证结果显示，正向影响农民参与移动电子商务扶贫的因素包括：不便性、感知有用性和易用性，而转换成本及安全性则对此产生负向影响。随着精准扶贫战略的深入推进，如何实现电子商务与精准扶贫战略的有机衔接和深度融合，已成为当前脱贫减贫工作创新的现实路径。由于发展观念滞后、电子商务经营模式单一以及管理问题等因素的影响，当前农村电子商务与精准扶贫的耦合和双赢效果仍有进一步

提升的空间^[12]。

(三) 实践模式

根据文献梳理结果,共有21篇论文对电子商务精准扶贫模式有所涉及,其中“N位一体”(N≥3)提及频次最高,其实质是多元协作或称为协同发展模式,这里的“N位”指的是不同的资源、要素或体系,比如由行动者、管理、市场和相关机制构成的“四位一体”电子商务精准扶贫模式;接着是“主体-角色”模式,如政府主导型、贫困户主动参与型、第三方组织参与型等电子商务精准扶贫模式;还有根据电子商务业态而构建的模式,比如B2B、O2O、S2B2C模式;最后是多种业态的联合互通模式,比如农村电子商务分别与乡村旅游、普惠金融搭建的新型模式。

电子商务精准扶贫是“互联网+”“三农”的重要形式之一。全国各地涌现了许多创新实践模式或探索性试验,取得了良好的精准扶贫效果。解读成功的典型模式,总结和借鉴经验,对破解电子商务精准扶贫困境或瓶颈具有重要的现实意义。作为非政府组织(NGO),中国扶贫基金会与地方政府开展合作,形成了以集体行动、品控管理、市场化运营平台、贫困户参与共享的“四位一体”电子商务精准扶贫创新模式,提供了有效的路径参考^[13]。还有一类实践模式值得关注,即以地方特色农产品为产业基础的模式,例如“互联网+农业”背景下的安徽砀山模式,形成了以政府扶持与市场导向协同、电商平台与贫困户协同、龙头企业与扶贫驿站协同、电商平台与物流配送体系协同等发展模式,取得了良好的减贫脱贫效果^{[7][13]}。当前,脱贫攻坚已进入关键期,电子商务精准扶贫呈现出蓬勃态势,但也存在一些现实问题,亟需创新实践模式。有学者提出面向农业现代化的B2B、基于网络流量经营的S2B2C以及线上线下融合的O2O电商扶贫模式^[14];在部分地区,旅游电子商务项目也逐渐成为精准扶贫的新手段和新方法^[15],例如“电子商务+农家乐+民宿”“旅游合作社+互联网+飞地经营”“旅游电商+农业体验+后备箱工程”以及“旅游电商+民俗文化+乡村旅游”模式,为农村电子商务精准扶贫注入了新的发展动力。

(四) 实施效果

电子商务是农村减贫脱贫的有效利器,在精准扶贫工作中发挥着重要作用。在国内相关研究中,共有15篇论文提及实施效果,大部分的内容只是从意义、价值、作用等宏观视角诠释和阐述,缺乏量化方法或数据支撑的客观验证,因而电子商务精准扶贫的效果往往是一种主观判断或理论预期。其中提及较多的是带动当地经济增长、促进传统产业的转型升级、促进贫困人口增收。

电子商务精准扶贫是一种新型的现代扶贫措施,是对原有的扶贫体系的补充和完善,其扶贫成效初显。现代农村电子商务精准扶贫的意义在于^{[10][160]}:贯彻落实国家战略、新农村建设发展、推动农村经济转型升级、帮助农村贫困人口脱贫致富。李辉和朱克西^[16]指出,电子商务精准扶贫有助于贫困地区内外资源的衔接、利润空间的增加以及农村内生力量的培养。在“互联网+”时代背景下,农村电子商务是精准扶贫的重要抓手和工具。农村电商和精准扶贫的结合不仅有利于加快脱贫减贫进度,也改变了传统地方的生产方式,扩大了创业就业渠道,重塑了乡村地方意义,加快了乡村社会关系网络的构建和社会资本的扩展^[17]。少数民族地区的深度贫困问题是打好脱贫攻坚战的最艰巨、最复杂的一项任务。电子商务的引入对少数民族地区的脱贫攻坚也有重要的现实作用,如带动民族地区经济发展、提高当地贫困户收入^[18]。方莹和袁晓玲^[19]通过实证研究发现,农村电子商务对农户家庭收入具有显著的促进作用,而且随着线上销售平台的增加,这种正向的促进作用将会被放大。可见电子商务精准扶贫是提高农户切实利益的有效方式。

四、分析与讨论

通过系统性文献综述,本文从主体类型、影响因素、实践模式、实施效果四个视角,透视并解读了目前我国电子商务精准扶贫的研究动态。在此基础上,将这四个分析视角整合起来,构建一个电子商务精准扶贫研究的整体性结构,见图1。根据整体性结构图并结合前述内容能够对有关研究的现状、不足及可能趋势形成一个总体评价。但也应当看到,该结构是根据文献综述的主要内容建构的,由于实

证调查类文献的相对匮乏，该整体性结构的理论价值更强一些，亟待开展针对性的量化研究以检验或确认理论构想。

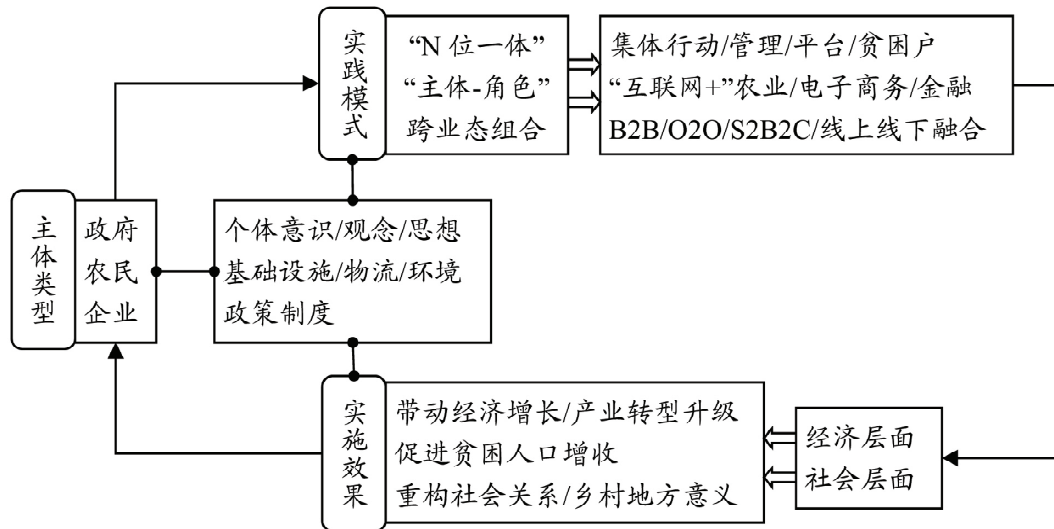


图1 我国电子商务精准扶贫研究的整体性结构

Fig. 1 Overall structure of China's e-commerce targeted poverty alleviation research

确定主体类型是研究电子商务精准扶贫的逻辑起点，也是后续相关研究的支点。了解并把握参与实践者的身份属性、功能定位等基本问题，对于理解如何开展电子商务精准扶贫项目、怎样开展有关项目等至关重要。当前研究主要对三大主体（政府、农民、企业）在电子商务精准扶贫中的角色进行总结和梳理，也剖析了主体之间的关系及其协同机制。但未对主体所扮演的角色差异进行阐释，因为不同的主体类型所拥有的资源禀赋、实践能力和关系网络存在明显不同，也会产生不同的参与效果。提及较多的观点是促进不同主体的协同合作，深入挖掘各方的潜在价值，增进聚合效果，但如何开展协作以及相关要素的整合与管理等问题鲜有涉及，值得后续研究持续跟进。

就影响因素而言，在电子商务精准扶贫实践中起到的是一种调节作用。电子商务参与精准扶贫，需要一些前提性条件（如信息基础设施、物流体系等），而这些前提条件对当地的产业基础、资源禀赋、贫困户思想观念提出了一定的要求。如果当地贫困户参与意识薄弱、资源稀缺或者存在管理问题，电子商务参与精准脱贫实践的难度就会增大，脱贫的速度和效率将会大打折扣。贫困户参与电子商务

脱贫实践的意识在一定程度上也受到当地文化氛围的影响，长期不接触电子商务可能会导致贫困户参与电子商务脱贫的能力不足。此外，相关政策制度的支持和保障也会对贫困户产生潜在的影响。国内对电子商务精准扶贫影响因素的研究主要集中于主观认识、基础设施、环境等方面，而对于如何通过影响因素促进电子商务精准扶贫有效性的探讨较少，未来研究应搭建有效参与的积极有利环境以促进电子商务精准扶贫的价值生成。

从实践模式来看，本文归纳的主要内容分为两个方面：一方面是宏观层面的普适性模式，包括了构建这类模式所需的基础条件、资源禀赋和实现路径。“互联网+”是最常用的分析视角，透过互联网、电子商务（及平台）和环境等三个维度解析战略组合方案，如“互联网+乡村旅游”“互联网+特色农产品”；另一方面是中微观层面的具体性模式，对实践模式中涉及的要素进行合理匹配并对主体的角色进行定位，构建形式上的多元协作发展路径，其中产销体系、物流体系、网络体系是重要的战略支撑点，深入挖掘农村地区特色产品或可开发资源，以电子商务为手段，以贫困户获得有效收益为目标，促进多方协同，解决农业生产与市场的衔接问题，

提出有针对性的发展模式瓶颈突破方案,构建电子商务精准扶贫实践模式的长效机制。总之,不论是何种模式,创新实践都需要依赖于完善的基础设施、平台与技术优化、政策与金融支持、高素质人才保障措施。

效果是实践活动获得的价值表征。目前国内大部分研究仅针对期望目标进行了定性分析与假设,至于实在的经济贡献、社会价值以及如何测算效果的实现程度,鲜有论断,仍需通过统计方法或实地调查分析进行验证。通过文献的内容解读,电子商务精准扶贫的效果主要分为两类:经济效果主要体现在经济发展方面的促进作用、传统产业的转型与升级,这不仅对地方经济有一定的贡献,也对优化产业布局和经济结构有推动作用;社会效果则表现在社会活动中人际关系的调整和乡村地方意义的重构,因为新型业态介入传统的农村经济环境会引起贫困人口的主观能动性反应,特别是电商带头人在农村减贫脱贫实践中的示范作用,能够在一定程度上起到电子商务精准扶贫的扩大效应。但这些效果的评测难度较大,鲜有研究通过定量方法或直接测量获得客观数据,随着政府大数据运动的不断推进,效果评测或将成为电子商务精准扶贫研究的重要一环。

五、结语

本文首先从期刊、作者、发表时间的角度进行了描述性分析,接着对理论来源及研究方法进行了总结,最后从主体类型、影响因素、实践模式和实施效果四个视角进行了系统性综述,为学界提供了国内电子商务精准扶贫研究的一次系统性学术观察。具体而言,缺乏对引用理论的合理批判或本土化建构;研究方法比较单一,规范、定性类研究文献的比例较大,量化分析方法运用不足,亦缺乏对方法论的反思;研究内容浅层化,对具体主题知识的深度挖掘不够,特别是一些关键的因果效应分析缺乏有效的数据支持或定量依据。

精准扶贫战略的提出已有5年多时间,国内诸多学者都提出电子商务对于推进精准扶贫战略的重要性,但该领域仍属于一个发展的初级阶段,相关的支撑性文献比较匮乏,其中的大部分研究仅做了

问题或现象的简单罗列,深入研究与验证有待进一步实施。目前我国电子商务精准扶贫研究需要在主体类型、影响因素、实践模式、实施效果以及理论与方法上探索如何促进创新发展、讲好中国故事。根据以上所述的问题与局限性,笔者提出以下研究建议:

首先,拓展研究视野,需要从政府、农民、企业拓展到更广泛的参与主体,以及其他利益相关者。新时期的电子商务精准扶贫不再是政府、农民、企业组成的“三角互动”结构,而是多元主体共同参与和协调的生态有机体。未来研究应着眼于剖析不同类型主体之间的互动机理与协作机制,深刻把握其参与动机和需求,从而增进效果的有效性与针对性。

其次,加强电子商务精准扶贫影响因素的深入探究与测量,跳出“工具性”思维桎梏,因为电子商务不仅是脱贫攻坚的战略工具,更是多重因素交互作用的生态系统。不能简单地将该战略工具运用成功与否归结为主观意识、基础设施、制度等因素,必须触动那些更深层次的因素,如权力关系、政治生态、资源结构等。这也对研究方法和支持理论提出了更高要求,应大力推动定量或实证调查方法的运用,促进研究从规范性向创新性转变。

最后,立足于国情的理论创新。更具现实解释力的理论是推进该领域研究走向深入的支点。我国学者也逐渐认识到,照搬西方理论而未扎根于中国情境的研究很难全面地揭示和解释本土现象,这需要我们加强理论建构的自我修养,梳理和总结本土经验,以西方理论为对照,形成我国特定历史时期和环境下的理论特色,促进研究问题与理论建构的有机融合。这是深化我国电子商务精准扶贫研究的“密钥”和法器。

参考文献:

- [1] 黄云平,冯秋婷,张作兴,等.发展农村电子商务,推动精准扶贫[J].理论视野,2016(10):73-77.
- [2] 闵靓,刘礼稳.近年来农村电子商务扶贫研究综述[J].河北软件职业技术学院学报,2018(2):21-24.
- [3] 皇甫全,游景如,涂丽娜,等.系统性文献综述法:案例、步骤与价值[J].电化教育研究,2017(11):11-18,25.

- [4] 汤志伟, 郭雨晖. 我国开放政府数据的利用: 基于 CNKI 的系统性文献综述 [J]. 情报杂志, 2018, 37(7): 176-181, 65.
- [5] 黄亚静. 农村电子商务精准扶贫策略研究 [J]. 安徽农业科学, 2018, 46(17): 214-215.
- [6] 李向阳. 电子商务为精准扶贫提供新引擎 [J]. 人民论坛, 2017(10): 64-65.
- [7] 王姗姗, 魏遥. 农村电商与精准扶贫协同发展模式研究——以安徽砀山县为例 [J]. 阜阳师范学院学报(社会科学版), 2018(6): 127-131.
- [8] 张夏恒. 电子商务进农村推动精准扶贫的机理与路径 [J]. 北京工业大学学报(社会科学版), 2018, 18(4): 26-32.
- [9] 李彩彩, 王英. 精准扶贫背景下农村电商发展影响因素及对策研究 [J]. 安徽农业科学, 2018, 46(29): 209-211, 214.
- [10] 潘朝阳, 聂清德. 现代农村电商人才精准扶贫策略研究 [J]. 中国成人教育, 2017(18): 157-160.
- [11] 赵文德, 宾厚, 胡子瑜, 等. 精准扶贫视角下农民参与移动电商行为影响因素研究 [J]. 电子商务, 2019(10): 11-13.
- [12] 向红梅. 电子商务对接“精准扶贫”战略的融合发展对策研究 [J]. 农业经济, 2019(7): 72-73.
- [13] 郭晓鸣, 虞洪, 骆希. 电商精准扶贫模式创新研究——以中国扶贫基金会善品公社为例 [J]. 商学研究, 2018, 25(5): 5-12.
- [14] 伦墨华, 马敬元, 郭贺彬. “互联网+”背景下农村电子商务精准扶贫模式创新 [J]. 农村金融研究, 2019(2): 58-61.
- [15] 林娜. “旅游电子商务+”背景下乡村旅游与精准扶贫融合发展对策研究 [J]. 旅游论坛, 2018, 11(6): 92-98.
- [16] 李辉, 朱克西. 数据共享视角下的电子商务精准扶贫问题分析 [J]. 电子商务, 2018(9): 19-20.
- [17] 王盈盈, 谢漪, 王敏. 精准扶贫背景下农村电商关系网络与地方营造研究 [J]. 世界地理研究, 2017, 26(6): 119-130.
- [18] 刘禹辰, 尹响. “融媒体+电商”在少数民族地区精准扶贫中的新作用——基于四川的案例分析 [J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2019(5): 147-151.
- [19] 方莹, 袁晓玲. 精准扶贫视角下农村电商提升农户收入的实现路径研究 [J]. 西安财经学院学报, 2019, 32(4): 92-99.

Interdisciplinary Research on E-Commerce and Targeted Poverty Alleviation: A Systematic Literatures Review

WANG Qing

(Business School of Nankai University, Tianjin 300071;

Guian New Area Science and Technology Industrial Innovation Center, Guian Guizhou 550003)

Abstract: E-commerce, characterized by “Internet plus”, has become an important strategic choice for targeted poverty alleviation, and has attracted wide attention from the academic circles. With the continuous growth of relevant research literatures, the call for innovative exploration in theory and practice is also increasing. It is necessary to sort out and evaluate the existing documents to promote the deepening of relevant research. This paper employs systematic review method to summarize the e-commerce targeted poverty alleviation from four aspects: participant type, practice model, influencing factors and implementation effects. It is found that the research on e-commerce targeted poverty alleviation in China is still in its infancy, and there are some problems, such as lack of empirical research, innovative content & theory localization. The future research should balance the development of research topics, expand research horizons, and implement in-depth theoretical research and verification.

Key words: e-commerce; targeted poverty alleviation; Internet plus; issues concerning agriculture, countryside and farmers; economic and social development

(责任编辑: 练秀明)