

电商赋能 弱鸟高飞

电商消贫报告 (2015)

张瑞东 蒋正伟 / 著

AliResearch
阿里研究院

电商赋能 弱鸟高飞

电商消贫报告 (2015)

张瑞东 蒋正伟 / 著

“橙皮书”——在复杂的世界里，一个就够了

这是一个不可思议的时代。

这是一个急剧变革的时代。

这是一个从 IT 向 DT 转变的时代。

DT 时代，阿里研究院以数据驱动作为认识世界、研究问题的动力和方向，扎根于阿里商业生态系统，开展面向新经济、新治理的宏观、中观、微观的未来与治理的研究，洞察数据，共创新知。

我们的研究包括：信息经济、新商业文明、DT 范式研究、C2B 商业模式、未来组织模式、产业互联网化、电商物流、农村电商、EWTO、创新创业、互联网治理、网规、电商立法等。

秉承开放、分享的互联网精神，阿里研究院同时联系着上千位新经济与新治理领域的研究者、智库机构，并发起、参与了多个社会化的研究社群，如：信息社会 50 人论坛、微金融 50 人论坛、网规研究中心等。

“橙皮书”是阿里研究院及其研究伙伴呈现给世界的一点思考、一点观察，是关于新经济、新治理系列研究报告的品牌合称，其中的各种分析、评语、预测和观点，坚持以真实数据和案例为基础，用信息经济和互联网思维，研究关于未来的新理念、新洞见与新规则。

没有谁是这个大时代转变的看客或观众。今天的你我，就是这个大时代创新与转变的主角。愿通过“橙皮书”这个平台与所有关注新经济、新治理问题的朋友们携手前行，迈进未来。

DT 时代，未来，已来。

“橙皮书”编委会

总 编 委：高红冰

编辑委员会：阿拉木斯 宋 斐 杨 健 游五洋

阿里研究院

工业文明与信息文明快速交替，全球化浪潮与本地化回声相互交织。21 世纪的第一个 10 年之后，人类正在由 IT 时代快速切换到 DT 时代。新技术所驱动的大规模商业创新，以及商业创新所引致的治理创新、制度创新，在全球范围内都展示出了前所未有、广阔无边的巨大可能。DT 时代，就在前方，就在脚下。

这也是新经济与新治理研究者的黄金年代。近年来，基于互联网的价值导向，运用互联网化的新方法、新工具，研究互联网、大数据给社会经济带来的新现象、新规则，已经在学界开展了越来越多的探索和实践。越来越多的学者、智库，通过与网商、服务商、平台、用户等之间的大规模社会化协作，正在创新性地研究这个时代，全球、国家、产业、企业和个人所面临的大变迁。

成立于 2007 年 4 月的阿里研究院，正是这一进程的参与者和推动者。

● 定位：DT 时代的智库平台

我们依托并深深扎根于全球最大、最具活力的在线商业生态系统——由电子商务、互联网金融、智能物流、云计算与大数据等构成的阿里巴巴商业生态圈。

我们秉承开放、分享、透明的互联网精神，基于前瞻的理念与洞察，强大的数据驱动力，丰富的案例积累，致力于成为新经济、新治理领域的智库与智库平台，包括：数据开放平台、专家网络与智库平台。

● 研究范围：新经济、新治理

未来研究：如信息经济、新商业文明、DT 范式研究；

微观层面：模式创新研究，如 C2B 商业模式、未来组织模式；

中观层面：产业互联网化研究，如电商物流、农村电商；

宏观层面：如互联网对消费、投资、进出口、就业的影响等；

治理研究：互联网治理、网规、电商立法等。

● 研究成果

《信息经济前景系列报告》

《互联网 +：从 IT 到 DT》

《云计算开启信息经济 2.0》

《互联网时代的全球贸易新机遇——普惠贸易趋势》

《“移动互联网 +”中国双创生态研究报告》

《中国 DT 城市智能服务指数研究报告》

《中国淘宝村研究系列报告》

αSPI：阿里巴巴网购价格系列指数

αEDI：阿里巴巴电子商务发展指数

阿里经济云图

.....

● 研究活动

活水计划：面向青年研究者的开放研究计划，已举办五届

全球新经济智库大会：智库研讨新经济、新治理的平台

中国县域电商峰会：全国县市长参会交流县域电商发展经验

中国淘宝村高峰论坛：淘宝村的嘉年华、淘宝村年度名单发布平台

中国电子商务园区高峰论坛：电商园区的交流盛会

● 组织架构

➤ 整体架构：大平台 + 小前端

大平台：数据平台、智库平台

小前端：多个研究小组

➤ 两个研究中心

ADEC——阿里数字经济研究中心

ACERC——阿里跨境电商研究中心

➤ 强大顾问团队与学术委员会

阿里研究院聘有多位一流专家作为顾问，同时设有学术委员会、研讨重要学术议题

➤ 社会化、无边界的研究社群

阿里研究院发起、参与了多个社会化的研究社群，如：信息社会 50 人论坛、微金融 50 人论坛、网规研究中心等。

为新经济、新治理的发展鼓与呼，是大时代给研究者带来的历史机遇，更是时代赋予研究者的责任。阿里研究院将携手新经济与新治理领域的研究者、智库机构，共创、共建、共享关于未来的新理念、新洞见与新规则。

阿里巴巴公益基金会

阿里巴巴公益基金会（英文名“Alibaba Foundation”）经国家民政部、国务院审核批准通过，于 2011 年 12 月 22 日正式成立，是由国家民政部主管的全国性非公募基金会。

承担阿里巴巴应有的社会责任是阿里巴巴公益基金会的使命。同时，自然灾害救助、扶贫助残、帮助受助群体提高能力以改善生活条件和环境保护是阿里巴巴公益基金会重点关注的领域。

阿里巴巴公益基金会的宗旨是：营造公益氛围，发展公益事业，促进人与社会、人与自然的可持续发展。具体业务范围包括：自然灾害救助、扶贫助残、帮助受助群体提高能力以改善生活条件；开展环境保护宣传，支持环保类公益性组织的发展；支持非营利性组织发展及组织培训、国际交流等活动；符合章程规定的其他公益事业。



前言

电子商务诞生十余年来，对社会、经济、文化各层面产生了前所未有的影响，在中国农村，电子商务也从星星之火发展到今天形成燎原之势，贫困地区的农民借助互联网工具，在市场的推动下，爆发出了惊人的创新力和生产力，他们迅速摆脱贫困，对接并融入现代生产和生活方式。江苏睢宁、山东曹县就是其中鲜活的成功案例。这些工业时代的贫困县脱颖而出成为信息时代的明星县。

212 个淘宝村，100 万新农人，1800 亿农村消费，这些数字让我们看到了市场的力量。2014 年起，商务部和财政部发起电子商务进农村的行动，各大电商平台纷纷开展“电商下乡”，这让我们看到了政府和平台的决心。从此市场、政府、平台，三股力量开始形成合力，电商消贫的实践和创新迈上一个新台阶。在甘肃陇南、江西赣州和贵州铜仁，电商消贫工作在快速推进，贫困人群的生活大为改观。

如何理解和认识电商消贫，如何利用互联网基础设施带来的新方法、新手段，如何思考平台经济、共享经济对于消贫工作的意义，如何看待新型服务体系对于消贫工作的影响，如何借鉴在社会化大平台上展开的创新和实践，在 2020 年我国实现全面消除贫困目标的大背景下，显得格外重要。

观点·数据·结论：

观点：电商消贫，即通过建设和安装新型基础设施，在贫困地区培育和培养电商生态和电商意识，建立本地化的电子商务服务体系，从而促进贫困人群利用互联网技术和手段开展创新与创业，通过信息化服务，最终改变贫困人群的生产和生活方式，实现脱贫致富。

数据一，2014 年 832 个国家级贫困县在阿里零售平台上，共完成消费 1009.05 亿元，同比增长 59.84%。共完成销售 119.30 亿元，同比增长 57.01%。其中农产品销售达到 11.80 亿元。

数据二，2014年832个国家级贫困县在阿里零售平台上，河南省镇平县、河北省平乡县、安徽省舒城县位列“电商创富榜”前三，均成长起超过5亿规模的网销产业。

数据三，2014年832个国家级贫困县有663个国家级贫困县的经营者，在蚂蚁金服平台申请了阿里小贷，覆盖率达到79.69%。这些贫困县的约2.02万名经营者共获得贷款29.73亿元。

数据四，至2015年9月底，农村淘宝在31个国家级贫困县，42个省级贫困县上线运营。加入农村淘宝的31个国家级贫困县，其卖出和买入增长率均高于未加入农村淘宝的贫困县。尤其是在买入方面，高出5-8个百分点。

数据五，至2015年上半年，832个国家级贫困县在阿里零售平台上，共有用户1972.65万个，共有卖家29.27万人。他们无疑会成为未来更多消贫实践的推动者和践行者，成为消贫创新的源泉。

结论一：电子商务成为农村消除贫困的新途径。

结论二：贫困地区电子商务发展空间巨大，贫困群众借助电商，创新、创业大有可为。

结论三：电子商务拉近了贫困地区与现代化的距离，把大量贫困人口带入了信息化的门槛，将使贫困地区的面貌焕然一新。

结论四：电子商务在消除贫困的同时，也开启了城乡融合的新模式。

结论五：电子商务将在“一带一路”建设中发挥国际化消贫解困的独到作用。

前言 / 001

1 背景 / 001

1.1 我国消贫成效显著，但任务依然艰巨 / 003

1.2 我国消贫理念的演进，从帮扶到赋能 / 004

2 电子商务开辟消除贫困新路径 / 007

2.1 电商消贫是顺应时代发展的新亮点 / 009

2.1.1 新基础设施为消除贫困提供新方法新手段 / 009

2.1.2 新经济形态为贫困人群搭建创新创业平台 / 011

2.1.3 新服务体系改变贫困人群的思维方式及生活方式 / 014

2.2 电商消贫的概念和内涵 / 016

2.3 电商消贫的特征和意义 / 017

2.3.1 注重市场逻辑，帮扶贫困人群自立自强 / 017

2.3.2 强调营造渔场，培育贫困地区电商生态 / 018

2.3.3 实现六个精准，解决中国三农未解难题 / 020

2.4 我国电商消贫的进展与成就 / 022

3 阿里巴巴电商消贫的实践和成果 / 027

3.1 阿里巴巴电商消贫的历程 / 029

3.2 阿里巴巴电商消贫的“双核+N”体系 / 031

3.3 阿里巴巴电商消贫的三个层面 / 033

3.4 阿里巴巴电商消贫的成果 / 035

3.4.1 阿里平台帮助贫困地区消费节支 / 035

3.4.2 阿里平台帮助贫困地区变现增收 / 037

3.4.3 农村淘宝加速贫困地区电商发展 / 039

3.4.4 蚂蚁金服为贫困地区带来普惠金融 / 041

3.4.5 阿里巴巴为贫困地区培育电商生态 / 043

3.4.6 电商消贫帮扶特殊人群 / 047

4 阿里巴巴电商消贫的全球化视野 / 053

附 众说电商消贫 / 057

报告作者及致谢 / 065



背 景

1.1 我国消贫成效显著，但任务依然艰巨

2015年10月16日，在2015减贫与发展高层论坛上，国家主席习近平宣布，经过中国政府、社会各界、贫困地区广大干部群众共同努力以及国际社会积极帮助，中国6亿多人口摆脱了贫困。2015年，联合国千年发展目标在中国基本实现。中国是全球最早实现千年发展目标中减贫目标的发展中国家，为全球减贫事业做出了重大贡献。

但习近平主席也指出，尽管中国取得了举世瞩目的发展成就，但中国仍然是世界上最大的发展中国家，缩小城乡和区域发展差距依然是我们面临的重大挑战。全面小康是全体中国人民的小康，不能出现有人掉队。未来5年，我们将使中国现有标准^①下7000多万贫困人口全部脱贫。这是中国落实2015年后发展议程的重要一步。

国家统计局2014年的统计监测数据显示，我国还有7017万现有标准下的贫困人口。尽管从数字上看，比已经完成脱贫的人口规模小了很多，但我们必须意识到，今后的消贫工作将更加艰难，不得不去啃最硬的“骨头”，那些最穷的地方，也正是底子最薄弱、条件最恶劣、工程艰



图1 山东省曹县大集镇的电商消贫标语

^① 中国目前的贫困线是2011年确定的，农村（人均纯收入）贫困标准为2300元。国际贫困标准1.25美元/天。

巨的贫困堡垒。

与此同时，在世界范围内，由于种种原因，贫富悬殊和南北差距扩大问题依然严重存在，贫困及其衍生出来的饥饿、疾病、社会冲突等一系列难题依然困扰着许多发展中国家，全世界有 8 亿人仍处于贫困状态。根据 2015 年后发展议程目标，在未来 15 年内彻底消除极端贫困，将每天收入不足 1.25 美元的人数降至零，对中国来说，依然任重而道远。

1.2 我国消贫理念的演进，从帮扶到赋能

济贫助困是中华民族的优良传统，新中国成立伊始，我国就开始对贫困人口进行有针对性的帮扶，至今大抵经过了五个阶段，见图 2。消贫的理念在实践中不断演进、提升，从救济式帮扶到产业式开发，再到信息化赋能，为 2020 年彻底消除贫困积累了经验，创造了条件。

第一阶段是从 1949 年到 1978 年。消贫工作的主要方式是救济式帮扶，各级政府及相关部门出钱物对贫困者直接进行救济，以求得暂时的温饱，解决贫困人口的生存问题。救济式的扶贫模式在当时的历史条件下，在促进贫困地区的社会发展方面起到了积极的作用。

第二阶段是从 1978 年到 1985 年。消贫工作的主要特点是体制改革驱动。农村经济体制改革在缓解农村贫困，减少农村贫困人口方面发挥了巨大的作用。改革极大地激发和调动了广大

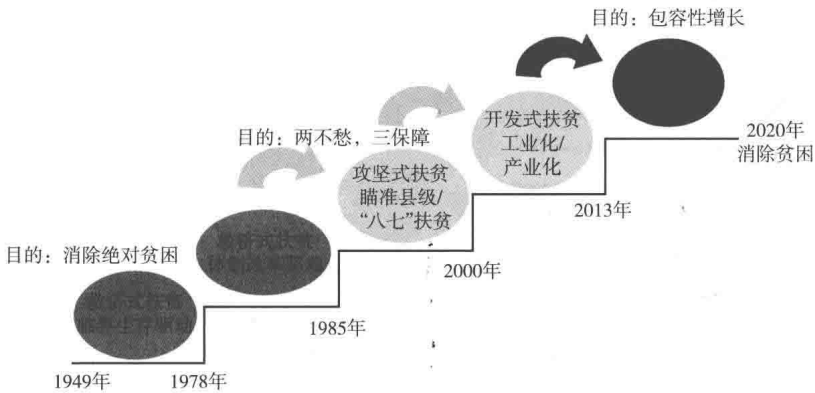


图 2 我国消贫理念演进的内在逻辑

农民的生产积极性，农产品产量大幅度提高，同时，农产品价格的提高和农业生产资料价格的下降，使农民收入迅速增加。

第三阶段是从 1985 年到 2000 年。消贫工作开始把扶贫和开发结合起来，确立重点地区，开展攻坚式扶贫。这一时期，改变了以往单纯救济的扶贫方式，把扶贫与对贫困地区进行全面开发有机地结合起来；改变了以往分散、平均使用国家用于贫困地区的资金和物资的做法，开始突出重点，确立了十几个连片贫困地区；改变了以往单纯由财政拨款、资金无偿使用的方式，转向有偿使用与无偿使用相结合的方式。同时，贯彻和执行《国家“八七”扶贫攻坚计划》，扶贫攻坚成为这一时期的主旋律。

第四阶段是从 2001 年到 2013 年。消贫工作确立了开发式扶贫的方向，通过在贫困地区进行因地制宜的产业开发，发展工业来带动贫困人口脱贫致富。这一阶段消贫工作开始借助市场力量，越来越多的市场主体参与进来并在消贫工作中发挥了突出的作用。

第五阶段是在 2013 年以后，消贫工作开始利用新型基础设施和技术，借助市场化的力量创新出多种消贫方式，如光伏消贫、金融消贫等，其中尤以电商消贫，效果最好，也更受关注。互联网和电子商务所具备的公平、包容、大规模降低信息成本等特性，在消除贫困方面显示了巨大的潜力，也为从根本上消除贫苦创造了条件。