

摘要

2014年，国家出台《关于开展电子商务进农村综合示范的通知》，指出要在全国选择一些地区开展电子商务进农村示范。2023年，中共中央、国务院在全面推进乡村振兴重点工作的意见中指出“加快完善县乡村电子商务体系”。2024年中央一号文件指出“实施农村电商高质量发展工程”。农村电子商务是农副产品顺利进入消费市场，实现农民增收就业的重要渠道之一。政府的农村电子商务政策是指导农村电子商务发展的纲领性文件，而政策执行过程决定着政策效果的好坏。

河北省P县位于经济较为落后的太行山地区，同时是革命老区、脱贫摘帽县区，地域特征多元化，其农村电子商务的发展依靠着政府“自上而下”的政策执行，可以作为研究山区农村电子商务政策执行问题的典型代表。本文以政策执行为研究视角，选取典型地区P县为代表，基于史密斯政策执行过程模型，采取发放问卷和实地访谈的调查方法，发现P县在农村电子商务政策执行中存在的问题，深入分析其问题所存在的原因，提出改进建议，并为政府部门的决策提供一些参考。

通过研究发现，P县在农村电子商务政策执行中存在政策文本可操作性弱、政策执行主体成效不高、政策目标群体认可度较低、政策执行环境乏力的问题。进而分析出问题存在的原因：政策体系设计不完善、政策执行主体能力水平较低、政策目标群体积极性未充分调动、政策执行环境可持续性不足。最后，结合甘肃省环县的成功经验，提出改进P县农村电子商务政策执行的建议，即完善政策顶层设计：完善农村电子商务政策体系、增强政策文本的可操作性；加强政策执行主体能力：增强政策执行机构协作能力、提高政策执行人员专业化能力；提高政策目标群体认同度：调动目标群体积极性、加强多渠道宣传力度；优化政策执行环境：完善公共基础设施建设、加强资金投入力度、完善监督反馈机制。

关键词：史密斯模型 农村电子商务政策 政策执行

Abstract

In 2014, the state issued the "Notice on Carrying out Comprehensive Demonstration of E-commerce into rural areas", pointing out that some areas should be selected to carry out demonstration of e-commerce into rural areas. In 2023, the Central Committee of the Communist Party of China and The State Council pointed out in the opinions on comprehensively promoting the key work of rural revitalization that "accelerate the improvement of the county and rural e-commerce system." The Central Document No. 1 in 2024 states that "the implementation of high-quality development projects for rural e-commerce". Rural e-commerce is one of the important channels for agricultural and sideline products to enter the consumer market smoothly and realize farmers' income and employment. The government's rural e-commerce policy is a programmatic document to guide the development of rural e-commerce, and the policy implementation process determines the effect of the policy.

P County of Hebei Province is located in the economically backward Taihang Mountain region, and is also a revolutionary old base area and a poverty alleviation county with diversified regional characteristics. The development of rural e-commerce relies on the "top-down" policy implementation of the government, and can be used as a typical representative to study the implementation of rural e-commerce policies in mountainous areas. From the perspective of policy implementation, this paper selects P County, a typical area, as the representative, and adopts the investigation methods of issuing questionnaires and field interviews based on Smith's policy implementation process model to find the problems existing in the implementation of rural e-commerce policies in P County, deeply analyzes the reasons for the problems, and puts forward improvement suggestions, providing some references for the decision-making of government departments.

Through the research, it is found that there are some problems in the implementation of rural e-commerce policy in P county, such as weak operability of policy text, low effectiveness of policy implementation subjects, low recognition degree of policy target groups and weak policy implementation environment. Then, the causes of the problems are

analyzed: the design of the policy system is imperfect, the ability level of the main body of the policy implementation is low, the enthusiasm of the policy target group is not fully mobilized, and the environmental sustainability of the policy implementation is insufficient. Finally, combined with the successful experience of Huanxian County in Gansu Province, this paper puts forward some suggestions to improve the implementation of rural e-commerce policy in P County, that is, to improve the top-level policy design: to improve the rural e-commerce policy system and enhance the operability of policy texts; Strengthening the capacity of policy implementation entities: enhancing the coordination capacity of policy implementation agencies and enhancing the professional capacity of policy implementation personnel; Improve the policy target group recognition: mobilize the enthusiasm of target groups, strengthen multi-channel publicity; Optimize the environment for policy implementation: improve public infrastructure construction, strengthen capital investment, and improve supervision and feedback mechanisms.

Key Words: Smith model rural Rural e-commerce policy Policy implementation

目 录

摘 要.....	III
Abstract.....	IV
绪 论.....	1
(一) 选题背景与研究意义.....	1
1. 选题背景.....	1
2. 研究意义.....	2
(二) 国内外研究现状综述.....	2
1. 国内研究现状.....	2
2. 国外研究现状.....	5
3. 研究述评.....	7
(三) 研究内容与方法.....	7
1. 研究内容.....	7
2. 研究方法.....	8
(四) 重难点与创新点.....	8
1. 重难点.....	8
2. 创新点.....	8
一、相关概念与理论基础.....	10
(一) 概念界定.....	10
1. 农村电子商务.....	10
2. 农村电子商务政策.....	10
3. 公共政策执行.....	10
(二) 理论基础.....	11
1. 公共政策执行理论.....	11
2. 史密斯政策执行过程模型.....	11
3. 史密斯政策执行过程模型适用性分析.....	12
二、P 县农村电子商务政策执行现状分析.....	13
(一) 理想化政策分析.....	13

(二) 执行主体分析	14
(三) 目标群体分析	15
(四) 政策环境分析	16
三、P 县农村电子商务政策执行情况的实证分析	17
(一) 调查问卷设计	17
(二) P 县农村电子商务政策执行情况调查数据分析	18
1. 调查问卷信效度检验	19
2. 调查问卷样本信息的分析	19
3. 政策执行各研究指标的分析	20
四、P 县农村电子商务政策执行存在的问题及原因	28
(一) P 县农村电子商务政策执行存在的问题	28
1. 政策文本可操作性弱	28
2. 政策执行主体成效不高	29
3. 政策目标群体的认可度较低	30
4. 政策执行环境乏力	31
(二) P 县农村电子商务政策执行存在问题的原因	32
1. 政策体系设计不完善	32
2. 政策执行主体能力水平较低	32
3. 政策目标群体积极性未充分调动	33
4. 政策执行环境可持续性不足	34
五、甘肃省环县农村电子商务政策执行的经验借鉴	36
(一) 环县为 P 县提供农村电子商务政策执行经验的原因	36
(二) 环县农村电子商务政策执行的经验做法	36
1. 理想化政策方面	36
2. 执行主体方面	37
3. 目标群体方面	37
4. 政策环境方面	37
六、P 县农村电子商务政策执行改进的建议	39
(一) 完善政策顶层设计	39

1.完善农村电子商务政策体系	39
2.增强政策文本的可操作性	40
(二) 加强政策执行主体能力	40
1.增强政策执行机构协作能力	41
2.提高政策执行人员专业化能力	41
(三) 提高政策目标群体认同度	41
1.调动目标群体积极性	41
2.加强多渠道宣传力度	42
(四) 优化政策执行环境	42
1.完善公共基础设施建设	42
2.加强资金投入力度	43
3.完善监督反馈机制	43
结 论	44
参考文献	45
附 录	48
致 谢	57

绪 论

（一）选题背景与研究意义

1.选题背景

党的二十大强调在新时代新征程上，要“以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴”。^①乡村是人类社会非常重要的形态之一，农业农村现代化是国家现代化的重要内容与主要表征。^②自2014年国家出台《关于开展电子商务进农村综合示范的通知》，指出要选择一些地区开展电子商务进农村示范，再到2024年中央一号文件指出“实施农村电商高质量发展工程”。国家依据农村电子商务的实际发展情况出台了有针对性的政策文件，这些政策文件指导着农村电子商务政策的执行。

农村电子商务政策的执行主要是地方政府依据政策文本制定具体的行动方案，并对行动方案进行细化，从而使得政策执行效果具有现实价值。各地政府依据地区实际情况，推动农村电子商务政策的执行。

P县位于太行山地区，自然生产条件薄弱，并且与沿海等发达地区相比，经济发展环境处在相对劣势的地位，因此需要政府“自上而下”的路径来推动农村电子商务政策的执行。2015年，P县与河北365集团签订协议，开始构建农村电子商务公共服务中心。2016年，P县政府出台“电子商务进农村三年发展规划”政策文件，着手建立配送体系。2017、2018、2019年连续三年逐渐完善电子商务进农村的综合示范工作。2020年，P县政府促成中国化工集团与河北365集团关于扶贫电商平台的对接。2021年，在第十四个五年规划中，指出对本地电子商务企业给予一定的扶持。2022年，P县提出加快推动农产品加工企业电子商务的应用。P县从多个方面出台了关于农村电子商务的政策，但在政策执行过程中，还存在一些例如政策本身可操作性不强、执行主体能力较低、政策目标群体认可度较低以及政策环境还需优化等问题，导致政策执行效果不佳。因此本文选择典型地区P县，研究其在农村电子商务政策执行中存在的问题及原因，提出改进建议。

^① 习近平著作选读：第一卷[M].北京:人民出版社,2023:18.

^② 吴雨星.论中国式现代化进程中革命老区全面推进乡村振兴[J].中共福建省委党校(福建行政学院)学报,2023(04):129-136.

2.研究意义

(1) 理论意义

从理论层面来看,通过梳理现有的文献发现,学界更多的是研究农村电子商务本身出现的问题以及对策方面,并且主要是针对宏观领域,国家和省级层面研究比较多,对于县级政府政策执行的研究相对较少。因此,本文选取典型地区 P 县,运用公共政策执行理论以及史密斯模型,对 P 县农村电子商务政策执行的具体情况进行研究。以政策执行为研究视角,为县域农村电子商务政策执行的研究提供了一些理论性参考。

(2) 现实意义

从现实层面来看,P 县的农产品资源较为丰富,如果通过农村电子商务政策的执行,把本地优质的农产品卖出去,无疑是带动地方经济增长的助推器。因此,本文希望通过调研的数据,发现 P 县农村电子商务政策执行中的问题,找到具体原因,为政府以及各相关部门的决策提供一些参考。

(二) 国内外研究现状综述

1.国内研究现状

(1) 关于史密斯政策执行过程模型的研究

史密斯政策执行过程模型,又称史密斯模型,主要阐述了在政策执行过程当中四个主要变量及其相互间的联系对政策执行效果的影响^①。在公共政策执行中是具有代表性的理论模型,我国学者对其运用比较广泛,例如在基层政府政策执行领域、教育政策执行领域、民生经济领域等。王维(1998)基于史密斯模型,同时从权力和利益的视角,分析住房政策执行中所出现的问题。^②黄建红(2018)基于史密斯模型,发现政策执行机构的执行能力、政策目标群体的配合和接受度以及政策环境是影响基层政府政策执行力的重要因素。^③杨程(2019)通过史密斯模型研究当前民办教育分类管理政策体系中的问题。^④

^① Smith T B. The polich implementation process[J]. Policy sciences, 1973,4(2):203.

^② 王维.中国住房政策执行的障碍性因素分析——史密斯模型的一个解释[J].中国行政管理,1998(12):60-67.

^③ 黄建红.乡村振兴战略下基层政府农业政策执行困境与破解之道——基于史密斯模型的分析视角[J].农村经济,2018(11):9-16.

^④ 杨程.民办教育分类管理政策执行的制约因素与破解路径——基于史密斯政策执行过程模型的分析[J].河南大学学报(社会科学版),2019,59(05):121-127.

（2）关于农村电子商务的研究

①关于农村电子商务在助力乡村振兴方面的研究。徐丽艳，郑艳霞（2019）认为农村电子商务政策扶持为乡村振兴提供了保障，促进了农产品品牌建设并优化着农业产业结构。^①张正荣，杨金东（2019）采用扎根理论的研究方法，发现农村消费的实体价值链和电商虚拟价值链的“双链”耦合优化了工业品的下行，在一定程度上助推乡村振兴。^②张硕，乔晗，张迎晨等（2022）构建了政府、企业、农户三大主体的“作用过程——影响效应”的研究框架，以此来揭示在乡村振兴中农村电商发展的社会效应。^③由此可见，农村电子商务政策的扶持助推着乡村振兴战略。

②关于当前农村电子商务发展的影响因素以及存在问题的研究。首先，在影响因素方面。穆燕鸿，王杜春，迟凤敏（2016）认为农村电子商务的外部环境影响着示范县的供需交易、基础设施建设以及内生动力。^④周冬，叶睿（2019）以四川省为案例进行分析，发现政府的支持，市场环境的主导，以及人才、基础设施等政策资源显著地促进着农村电子商务的发展。^⑤万媛媛，苏海洋，刘娟（2020）对 577 份贫困县的农户进行调查，并利用 SWOT-AHP 模型，发现影响农村电子商务发展的主要因素为国家政策、特色资源和产品以及基础设施建设。^⑥赵艳（2021）以“拼多多”在我国农村地区的发展为例，发现在物流成本较高且农村电子商务发展落后的区域，其物流、仓储等成本的降低会带来正向边际影响。^⑦

其次，在存在问题方面。刘可，庞敏，刘春晖（2017）认为农村电子商务发展依然面临着线上交易质量保障体系不完善、金融扶持力度不足、专业人才缺乏的问题。^⑧汤飞飞（2020）以湖南省为例进行研究，发现当前湖南省在农村电子商务应用方面存在着受传统小农意识、专业电子商务人才缺乏、物流和交通设施不健全等问题，提出了培养

^① 徐丽艳,郑艳霞.农村电子商务助力乡村振兴的路径分析[J].中国社会科学院研究生院学报,2021(02):109-120.

^② 张正荣,杨金东.乡村振兴视角下农村电商如何优化“工业品下行”路径——基于“双链”耦合机制的扎根研究[J].农业经济问题,2019(04):118-129.

^③ 张硕,乔晗,张迎晨,李卓伦.农村电商助力扶贫与乡村振兴的研究现状及展望[J].管理学报,2022,19(04):624-632.

^④ 穆燕鸿,王杜春,迟凤敏.基于结构方程模型的农村电子商务影响因素分析——以黑龙江省 15 个农村电子商务示范县为例[J].农业技术经济,2016(08):106-118.

^⑤ 周冬,叶睿.农村电子商务发展的影响因素与政府的支持——基于模糊集定性比较分析的实证研究[J].农村经济,2019(02):110-116.

^⑥ 万媛媛,苏海洋,刘娟.农村电子商务发展影响因素及对策建议[J].商业经济研究,2020(02):140-142.

^⑦ 赵艳.长尾理论视域下我国农村数字电商发展的影响因素分析——以“拼多多”为例[J].商业经济研究,2021(16):141-144.

^⑧ 刘可,庞敏,刘春晖.四川农村电子商务发展情况调查与思考[J].农村经济,2017(12):108-113.

农户互联网思维、出台人才引进政策、提升农村软硬件设施的对策。^①卢小平（2020）认为当前县域电子商务服务体系建设出现问题的主要原因有公共政策供给偏差、政策资源的分散以及资源整合不佳。^②基于上述分析，当前农村电子商务发展还面临着一些问题与影响因素，需要完善农村电子商务服务政策体系建设，以此推动政策的执行。

（3）关于农村电子商务政策的研究

①关于农产品流通政策的研究。薛建强（2014）认为要不断优化农产品流通渠道与组织体系、物流体系和信息体系。^③侯振兴，闫燕（2017）以政策工具和农产品电商生态系统的视角，使用内容分析法，对中央和甘肃省出台的农产品电商政策进行研究，发现现有政策体系涵盖了供给侧、环境面和需求侧等政策工具的各个方面。^④胡历芳，叶中华，刘家贵（2019）依据调查数据，利用随机前沿的方法，发现扶持政策中对基础设施的资金投入可以优化政策环境，进而提高购销商的经济收入。^⑤

②关于从农村电子商务政策设计本身出发的研究。钮钦（2016）以政策工具和商业生态系统的维度，对48项国家层面的农村电子商务政策文件进行研究，结果显示国家比较倾向环境型政策工具来推进农村电商生态系统。^⑥肖开红，雷兵，钟镇（2019）选取了303份涉农电子商务政策文件进行研究，发现涉农电子商务政策文件的数量在增加，中央层面的政策顺应了市场规律。^⑦王立杰，吕建军（2021）认为电子商务进农村政策对减困脱贫有积极影响，可以利用电子商务来出售农产品，提高农户经济收入。^⑧涂勤，曹增栋（2022）基于多期双重差分法，发现电子商务进农村的示范政策能够增加中西部和经济发展水平较低地区农户的经济收入。^⑨何珮珺，谭词（2023）对2010到2019年

^① 汤飞飞.乡村振兴视域下农村电子商务的应用探讨——以湖南省为例[J].农业经济,2020(03):129-131.

^② 卢小平.县域农村电子商务服务体系重复建设问题及其应对[J].河南大学学报(社会科学版),2018,58(02):16-21.

^③ 薛建强.中国农产品流通体系深化改革的方向选择与政策调整思路[J].北京工商大学学报(社会科学版),2014,29(02):32-38+69.

^④ 侯振兴,闫燕.区域农产品电子商务政策文本计量研究——以甘肃省为例[J].中国流通经济,2017,31(11):45-53.

^⑤ 胡历芳,叶中华,刘家贵.政策扶持提高了农产品流通绩效吗?——基于1298家购销商数据的随机前沿分析[J].管理评论,2019,31(05):267-276.

^⑥ 钮钦.中国农村电子商务政策文本计量研究——基于政策工具和商业生态系统的内容分析[J].经济体制改革,2016(04):25-31.

^⑦ 肖开红,雷兵,钟镇.中国涉农电子商务政策的演进——基于2001-2018年国家层面政策文本的计量分析[J].电子政务,2019(11):91-103.

^⑧ 王立杰,吕建军.电子商务进农村政策促进农户链接市场研究——以重庆市为例[J].中国农业资源与区划,2021,42(04):29-39.

^⑨ 涂勤,曹增栋.电子商务进农村能促进农户创业吗?——基于电子商务进农村综合示范政策的准自然实验[J].中国农

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/10704100010010005>