

·改革开放40年专题: 电子信息+·

基于电商平台的互联网金融扶贫 模式研究——以京东为例



□王刚贞 吴 徐

[安徽财经大学 蚌埠 233000]

[摘要] 贫困问题历来是国家重点关注的问题, 由于我国贫困人口基数庞大, 贫困问题仍未得到根本性的消除, 我国扶贫已进入攻坚克难的关键时期。互联网的快速发展, 为精准扶贫提供了新的思路。京东在农村贫困地区依托电商平台开展扶贫的实践, 对贫困地区的经济发展和贫困户脱贫产生了积极作用。这种基于电商平台的互联网金融扶贫模式是一种创新的扶贫模式, 不仅具有优于传统金融的独特优势, 同时兼具金融扶贫与产业扶贫的双重功效, 对提高扶贫效果具有重要意义。研究基于电商平台的互联网金融扶贫模式的优势以及存在的难点, 并提出相应建议。

[关键词] 互联网金融; 电商扶贫; 京农贷

[中图分类号] F724.6; F323.8

[文献标识码] A

[DOI] 10.14071/j.1008-8105(2018)-1107

Research on the Model of Internet Financial Poverty Alleviation Based on E-commerce Platform: An Example of Jingdong

WANG Gang-zhen WU Xu

(Anhui University of Finance and Economics Bengbu 233000 China)

Abstract The poverty problem has always been a key concern of the country. Because of the large number of poor people in China, the problem has still not been radically eliminated, and our country has entered a critical period of poverty alleviation to tackle tough. The rapid development of the Internet provides a new way for accurate poverty alleviation. In poor rural areas, Jingdong relies on e-commerce platform to carry out the practice of poverty alleviation, and has a positive effect on the economic development of the poverty-stricken areas and the poverty alleviation of the poor. The Internet financial poverty alleviation model based on the e-commerce platform is an innovative model of poverty alleviation. It not only has unique advantages over traditional finance, but also has dual functions of financial poverty alleviation and industrial poverty alleviation, which is of great significance for improving the effectiveness of poverty alleviation. This paper will study the advantages and difficulties of the Internet financial poverty alleviation model based on the e-commerce platform, and put forward some suggestions.

Key words Internet finance; e-commerce poverty alleviation; Jingnong loan

近年来, 精准扶贫在政府发布的重要报告中多次被提及, 党的十九大报告又提出实施乡村振兴战略, 打好脱贫攻坚战。可见, 贫困问题历来是国家

重点关注的问题, 我国的扶贫工作开始于20世纪80年代, 经过政府30多年的不懈努力, 我国扶贫取得了辉煌的成果。2018年政府工作报告指出, 我国

[收稿日期] 2018-05-30

[基金项目] 安徽财经大学研究生科研创新基金项目(ACYC2017123)。

[作者简介] 王刚贞(1978-)女, 博士, 安徽财经大学金融学院教授、硕士生导师; 吴徐(1995-)女, 安徽财经大学金融学院硕士研究生。

的贫困人口从2012年的9899万人下降到2017年的3046万人,5年减少6853万人,贫困人口年均下降1370.6万人,2017年贫困发生率为3.1%,比上年末下降1.4个百分点。但贫困人口基数庞大,贫困问题仍未得到根本性的消除,按照党的十八届五中全会的指示,到2020年我国现行标准下农村贫困人口全部脱贫,贫困县全部摘帽,解决区域性整体贫困,扶贫进入攻坚克难的关键时期。各地政府积极探索有效的扶贫机制,包括产业扶贫、教育扶贫、金融扶贫等,其中金融扶贫为产业发展提供资金支持,随着“互联网+”概念的提出,互联网金融扶贫为精准扶贫提供了一条新的路径。2016年国务院印发的《“十三五”脱贫攻坚规划》提出要实施电商扶贫等产业扶贫措施,促进扶贫开发由“输血”向“造血”转变。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第41次《中国互联网络发展状况统计报告》,2017年1~11月电子商务平台收入同比增长高达43.4%,电子商务发展态势良好,服务模式、技术形态不断突破,这也为电商助力精准扶贫创造了条件。另一方面,截至2017年12月,我国网民中有27%为农村网民,规模达2.09亿。网民在线下消费使用手机网上支付比例由2016年底的50.3%提升至65.5%,线下支付加速向农村地区网民渗透,农村地区网民使用手机支付的比例也由2016年底的31.7%提升至47.1%。近年来农民收入水平的提高以及手机和电脑的普及,为互联网金融企业进军农村金融市场和电商扶贫提供了可能。

京东在农村贫困地区依托电商平台开展扶贫的实践经验,对贫困地区的经济发展和贫困户脱贫产生了积极作用,这种基于电商平台的互联网金融扶贫模式是一种创新的扶贫模式,不仅具有优于传统金融的独特优势,同时兼具金融扶贫与产业扶贫的双重功效,对提高扶贫效果具有重要意义。

一、文献综述

国内互联网金融的概念最早由谢平和邹传伟提出,以互联网为代表的现代信息科技,特别是移动支付、社交网络、搜索引擎和云计算等,将对人类金融模式产生颠覆性影响。可能出现既不同于商业银行间接融资,也不同于资本市场直接融资的第三种金融融资模式,称为“互联网金融模式”^[1]。对互联网金融与农村结合的研究,学术界也有很多观点。朱迎和刘海二等从基本金融服务和融资可获得性、是否有利于完善农村金融基础设施三个角度论

述了互联网金融在农村地区解决金融普惠问题的可行性,认为互联网金融的兴起为解决我国农村金融难题提供了可选路径^[2]。吴玉宇和杨珊等分析指出近期随着互联网金融和产业链经济的发展,一种基于“互联网+产业链”的内生金融模式开始在中国农村经济中兴起,将改善中国农村金融供需不匹配等问题^[3]。张春霞探讨了互联网金融服务“三农”的不同模式,为农村金融发展迎来了新的机遇^[4]。赵燕将农村互联网金融分为手机银行或网络银行,余额宝等互联网理财产品,农业供应链金融,基于互联网农商平台的网络贷款,P2P贷款,众筹等融资六种模式。认为互联网金融模式下的授信方式创新有助于提高农户融资可获得性,增加农村金融市场的总供给^[5]。王刚贞和江光辉重点分析了三农服务商与电商平台两种模式的融资机制与风险控制,表明农村互联网金融能够有效缓解传统金融的诸多矛盾,具有风险可控、运作模式可持续、惠及面广等特点^[6]。

随着“互联网+”概念的提出,互联网金融扶贫也为精准扶贫提供了一条创新路径,国内也有学者对互联网金融助力精准脱贫展开研究,闫世达、钟成春发现互联网金融具有服务小微企业和“三农”的基因,能有效聚集资金反哺农村贫困地区,能满足贫困地区特殊资金需求等特点,互联网金融有可能成为脱贫的中坚力量^[7]。方胜、吴义勇分析了互联网金融扶贫所具有的各种优势,认为互联网金融扶贫应与移动支付、互联网农业产业链、农业商品众筹等互联网金融产品结合起来发挥更大的作用^[8]。李耀清、黄瑞刚、覃丹婧认为由于历史、政策和体制原因,现实环境下的精准扶贫存在“硬件、软件”严重不足、融资成本偏高导致金融机构信贷扶贫资金投入缺乏、政府及相关机构与金融信贷扶贫协作水平低等问题,基于“互联网+金融”的平台化优势、空间与时间优势、交易成本优势,提出闭环式金融精准扶贫的创新模式^[9]。谭静指出互联网金融能够有效调动资金,打破“时、空”的限制,降低融资成本,可以通过创新互联网金融产品,推动农村电商建设,打造农产品专属品牌,从而为贫困地区发展造血,引导贫困人口实现脱贫致富^[10]。王浩对比分析了我国在扶贫实践中采用的七种金融精准扶贫模式,指出互联网金融扶贫和“电商平台+金融”扶贫在未来的重要作用将逐渐凸显,并与金融机构主导的金融扶贫在竞争中寻求合作^[11]。还有学者基于电商平台扶贫展开研究,滕飞、刘保奎、申红艳发现随着涉农电子商务的发

展,电商扶贫为精准扶贫提供了新的路径,但仍存在高物流成本、品牌建设不足等短板,建议以物流基础设施为前提完善电商平台建设,促进互联网金融在电商扶贫中发挥更大作用^[12]。陈文浩分析了湖南省永州市“互联网+精准扶贫”模式的实践效果,指出电商扶贫激发了永州农村市场的活力,促进了农业的升级。因此,要进一步推进电商示范区创建并在区域内开展合作,大力发展农村电商^[13]。周双,刘鹏对我国贫困地区金融精准扶贫的创新模式展开研究,认为金融扶贫要引入互联网金融,创新互联网金融扶贫模式,依托电商平台提高贫困户收入从而实现脱贫^[14]。

电商扶贫的概念最早由汪向东提出^[15],即电子商务扶贫开发,将今天互联网时代日益主流化的电子商务纳入扶贫开发工作体系,作用于帮扶对象,创新扶贫开发方式,改进扶贫开发绩效的理念与实践^[16]。该模式将资金流、物流和信息流完美结合,能提高贫困户的生产经营能力与收入水平。

分析已有文献可以看出,随着互联网金融概念的提出,国内外学者对互联网金融的研究成果丰富,自2013年习近平考察湖南时首次提出“精准扶贫”的重要思想,国内学者开始探讨互联网金融是否有助于精准扶贫,但针对具体电商平台扶贫的研究较少。因此,本文结合京东在农村贫困地区开展电商扶贫工作的实践分析电商扶贫的主要做法,最后针对目前电商扶贫存在的难点提出相应建议。

二、互联网金融扶贫相比传统金融扶贫的优势

近年来,我国扶贫工作取得显著成果,农村贫困人口与贫困发生率逐年下降,但要实现2020年贫困人口全面脱贫的目标,任务依然很艰巨。在实践中,金融扶贫被认为是实现精准扶贫的一种重要手段,对贫困地区的经济发展和对贫困户脱贫都起到了积极作用,但传统的金融扶贫也存在以下几个方面的问题:

首先,农村金融机构体系不健全,金融机构参与扶贫的意愿不强。传统金融扶贫主要通过对贫困户贷款的方式,政府运用财政专项资金,对金融机构的扶贫贷款进行财政贴息,以此调动金融机构参与扶贫的积极性。虽然政府出台了相关政策鼓励金融机构参与扶贫,但没有明确的法律规定金融机构的职责,金融机构本身扶贫贷款意愿不强。一方面,农村地区尤其是贫困地区大都在偏远山区,道

路等基础设施建设落后,而且贫困人口居住通常比较分散,金融机构在农村开展业务的成本较高;另一方面,农村贫困人口缺乏可抵押的资产,“三权”抵押目前处于起步阶段,在农村没有得到广泛运用,金融机构在农村开展业务的风险也较大。金融机构为了追求利润最大化盈利,同时为了规避风险,因此,更愿意在城市开展业务,对农村尤其是贫困地区贷款不断减少,甚至有些银行开始撤销农村地区的营业网点。

其次,扶贫资金来源单一,资金运用缺乏效率,对贷款对象识别不精准。传统金融扶贫资金主要来源于财政资金,专款专用,地方政府通过政策性干预支配扶贫资金,但这种贷款贴息的方式精准度差。大部分的贫困户因缺乏贷款抵押品、贷款程序复杂而无法获得贷款,相反,扶贫贷款对象通常选择信用良好、有还款能力的种田大户等非贫困户,真正的贫困户被拒之门外。贫困地区的农户日常贷款的需求不高,只有在建房、婚嫁、子女上学和生大病等大事发生时需要贷款,资金使用效率偏低。

最后,贫困户自身发展动力不足,扶贫机构仅单纯“输血”而非“造血”。贫困地区的农户大部分都是年龄偏大,文化素质偏低,劳动力偏弱的人群,由于长期处于封闭环境,难以接受外界新事物新科技,有些甚至有“靠政府”的思想,认为扶贫贷款就是无偿给予不需要偿还,缺乏契约精神,对信用的认识不足。另一方面,贫困地区通常以小规模农业经济为主,缺少能带动地区发展的产业,金融机构扶贫只能在短期内“输血”,长期贫困人口的收入无法保障。

伴随着“互联网+”概念的提出、大数据和云计算等技术的发展,“互联网+”与“三农”的联系日趋紧密,创新金融扶贫的模式势在必行。2017年“中央一号文件”明确提出要扎实推进脱贫攻坚,加快农村金融创新,鼓励金融机构积极利用互联网技术,这为互联网金融参与扶贫创造了条件。互联网金融是对传统金融扶贫模式的创新,凭借其特有的优势,促进“互联网+金融扶贫”成为一种新的趋势,并能在扶贫中发挥更大的作用。

首先,互联网金融扶贫能打破“时间、空间”的限制,降低交易成本。互联网金融具有边际成本递减的优势,可以通过线上交易弥补线下实体营业网点不足的缺陷,能大幅度减少人工、设备和场所成本。而且金融机制灵活,能打破“时、空”的限制,提高资金的配置效率。通过众筹、P2P等互联

网融资方式, 募集来源广泛的扶贫资金, 不仅有来自贫困地区或财政资金, 还有来自城市地区的扶贫资金, 通过融通社会资金, 促使城市资金反哺农村。

其次, 互联网信息技术的运用能改善信息不对称, 缓解农村金融排斥。从互联网金融自身的特点来看, 其依靠信息技术能准确发现客户的需求, 信息透明度高, 利用网络平台大数据分析扶贫信息, 结合贫困人口的特点, 有针对性地采取扶贫措施, 能最大限度做到精准扶贫, 改善传统金融扶贫识别不精准。另一方面, 互联网金融的普惠特性, 使其能够满足贫困人口“短小频急”的资金需求。

最后, 互联网金融扶贫不仅能向贫困地区“输血”而且能“造血”。传统金融扶贫主要依靠财政补贴, 但通常是“一次性”的收入, 在短期内能够改善贫困户的生活状态, 但并不能保证贫困户持续性的收入。而互联网金融可以通过农业产业链的方式结合电商平台, 构建贫困地区生产加工销售全产业链服务, 帮助贫困户实现就业或是创业脱贫, 促进贫困地区农业现代化与产业化发展, 帮助农户脱贫。

三、基于京东扶贫的案例分析

(一) 背景及平台介绍

根据商务部的统计数据, 2016年我国电子商务交易总额达26.1万亿元, 同比增长19.8%, 其中农村电商的成交额为8945亿元, 占比17.4%, 比2015年增长了近2倍。电子商务正迅猛发展并开始向农村贫困地区渗透, 去年, 全国832个国家级贫困县实现网络零售额1207.9亿元, 同比增长52.1%。截至去年底, 农村网店数达到985.6万家, 较2016年增加169.3万家, 增长了20.7%, 带动就业人数超过2800万人。2016年11月国务院扶贫办出台的《关于促进电商精准扶贫的指导意见》首次系统对电商扶贫作出具体的部署; 2017年“中央一号文件”提出推进农村电商发展, 促进新型农业经营主体、加工流通企业与电商企业全面对接融合, 推动线上线下互动发展。近两年的中央文件均力挺农村电商与电商扶贫, 这为电商企业进军农村地区助力贫困地区脱贫致富创造了良好条件。

2015年, 京东集团首次提出农村电商发展的“3F战略”, 即工业品进农村战略、农村金融战略和生鲜电商战略, 致力于解决农民买好东西难、借款贷款难、赚钱难的“农村三难”问题。作为国内优秀的自营式电商平台和收入规模最大的互联网巨头之一, 京东凭借多年的电商经营经验, 拥有庞大的信息数据库和得天独厚的优势, 积极响应国家的

号召, 引领电商深入农村贫困地区助力脱贫。2016年京东与国务院扶贫办签订了《电商精准扶贫战略合作协议》, 在全国范围内, 实施产业扶贫、招工扶贫、创业扶贫、金融扶贫四大战略, 至此京东的农村电商战略与电商精准扶贫结合到了一起。

(二) 运行机制

在实践中, 京东集团通过与贫困地区政府、地方农业龙头企业开展合作, 不断探索电商扶贫以及推动农业供给侧结构性改革的新模式, 致力于将电商力量注入到精准脱贫与乡村振兴战略中。创新性地提出了培训、金融、农资、安全、运输、销售、品牌和招工一共八大环节的完整扶贫体制。

基于电商平台的互联网金融扶贫, 先是以自身电商平台为基础, 建立线下实体店或者京东电子商务服务点, 实现农产品的销售, 推进贫困地区的产业发展。然后, 根据电商平台网上交易形成的大数据, 运用现代信息技术手段分析处理, 完善贫困地区信用体系与信用风险防范机制, 改善贫困地区缺乏农村金融服务的现状。至此, 电商扶贫将金融扶贫与产业扶贫结合在一起, 使其同时兼具金融扶贫与产业扶贫的双重功效。

产业扶贫的重点在于依托电商平台帮助贫困地区的农产品走出去, 主要是农村特产与特色产品, 激发贫困户的绿色农产品产生最大收益, 帮助贫困户脱贫。通过产地直采+自营的模式, 实现了特定消费人群的市场精准投放, 并依托京东的信誉为农产品背书, 带动贫困户增收并能推进贫困地区“盛产”农产品产业发展。对于既有生产能力又有网络销售能力的贫困户, 京东培训农户进行农产品的包装与营销, 帮助农户自己利用京东的电商平台实现农产品的销售, 解决贫困地区因地理环境差导致自然生态好的产品销售难问题; 对于有生产能力而没有网络销售能力的贫困户, 京东对其生产的农产品统一收购、包装, 并借助于其他农户的电商店铺或者京东为贫困地区农产品销售打造的统一网络销售店铺进行销售, 为贫困户提供全套的服务, 解决销售难的困境。

在此基础上, 根据电商平台网上交易形成的大数据, 运用现代信息技术手段分析处理, 了解农户的信用状况, 完善贫困地区信用体系与信用风险防范机制, 改善贫困地区缺乏农村金融服务的现状。目前, 主要推出了京农贷、乡村白条等农村金融服务, 其中京农贷是主要产品。

京农贷是京东为助力农村金融服务推出的核心信贷产品, 最大特点是低利息、无抵押、放贷快, 恰好弥补贫困户缺乏可抵押资产、银行等金融机构

贷款程序复杂导致的贷款难题。在生产环节, 由于贫困户缺乏资金, 京农贷为贫困户提供低息贷款, 供其购买农资及其他种植日常成本支出, 并提供技术支持与指导, 提高农产品生产效率; 在销售环节, 待农产品上市销售时, 对农产品进行包装, 为其打造特色品牌, 通过电商平台销售到全国各地, 并以销售款归还之前的贷款, 同时贫困户能获得收入。具体运行流程如图1所示。

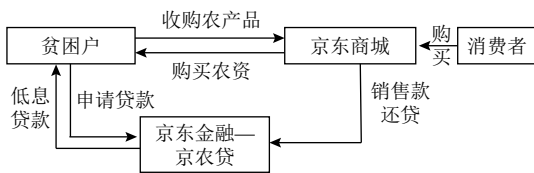


图1 京农贷扶贫运行流程

通过这种模式, 农产品可以实现从农资购买、种植、收购、包装、销售等环节的完整闭环, 助力贫困地区的农业现代化, 也解决了农产品的生产融资难与销售难问题, 使贫困地区的农户可以实现种地不花钱、养殖不花钱。

乡村白条是京东金融向所有符合条件的乡村推广员提供的一种短期赊销服务, 是促进“电商下乡”推出的农村消费信贷产品, 主要是为有效缓解推广员的垫资压力。乡村推广员借助白条在京东商城上为本地农户选购各类农资及生活用品, 待农户资金回笼后再偿还白条。

(三) 风险控制机制

电商扶贫通过产业扶贫与金融扶贫的结合, 能够实现资金流的完整闭环, 而且具有完善的风险控制机制, 能合理控制风险。

贷前, 依托电子商务平台交易形成数据, 通过大数据、云计算等方法分析农户信用水平, 形成系统的农户信用评价体系, 并给予相应授信额度。

贷中, 京农贷与涉农机构合作, 深入研究农业生产过程, 评估农业生产的每个环节。并依靠先进的云端控制系统提供农业生产各环节的数据, 通过数学模型分析农户在每个生产环节的资金需求并依照农户的需求分阶段贷款。通过数据化的分析, 甚至能将生产资料的用量精确到每天发放相应的贷款, 从而合理控制风险。

为控制农户信贷的风险, 京东金融引入保险产品开发了京农贷的衍生产品——养殖贷。养殖贷是京东金融在京农贷的基础上与中华联合财产保险公司合作开发的信贷产品, 其创新性地将保险引入贷款中, 提出“小贷+保险+电商”的扶贫贷款模式。农户向京东金融申请贷款, 同时向中华保险公司申

请信用保证保险和向担保公司申请担保, 农户获得贷款用于养殖支出, 最终电商平台完成销售并还贷。在保险+担保的双重风险控制机制下, 一旦生产过程遇到风险, 农户遭受损失, 保险与担保机构共同为农户还贷, 降低了贷款的风险。具体风险控制流程如图2所示。

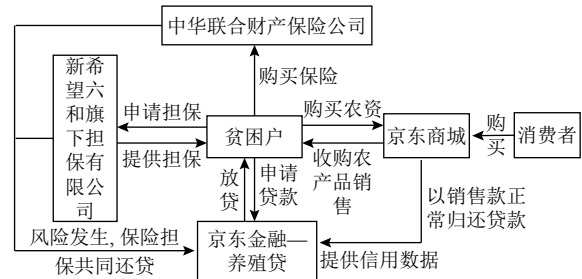


图2 养殖贷风险控制流程

贷后, 对贷款资金用途实时追踪, 确保贷款资金只能用于农业生产, 当农产品上市在京东商城销售时, 以销售款偿还贷款, 实现资金的闭环, 从而保证了贷款正常收回。同时, 利用整个贷款过程产生的农户信用数据对信用评价体系进行完善与修正, 并对历史数据建模分析预测未来生产过程及农户的信用。

(四) 成效及问题

自2016年1月与国务院扶贫办签署电商精准扶贫战略合作协议以来, 京东电商扶贫取得显著成效。从2016年上半年开始京东在全国多省区推动特产馆的建设, 根据《2017年京东电商精准扶贫报告》, 截至2017年6月底, 京东平台上共开设了109个贫困地区特产馆, 成为贫困县农产品上线的重要通道。贫困县农产品在京东平台销售额增长迅猛, 2017第1季度与2016年第1季度相比增长158%; 2017年第2季度与2016年第2季度相比增长156%。在全国832个国家级贫困县发展合作商6000余家, 上线贫困地区商品136个品类300万种, 实现销售额近200亿元, 累计帮扶建档立卡贫困家庭超过20万贫困群体, 平均增收2000~3000元。

虽然电商扶贫的优异性不断得到印证, 极大地促进了贫困户脱贫, 但在实践中也存在以下问题:

首先, 电商扶贫目前缺乏完整规范的体系, 扶贫示范点正处于建设中, 还不能复制到其他贫困村。虽然有贫困村设立了电商扶贫服务中心, 却没有精通电商扶贫的专业人员, 电商服务中心并未对该贫困地区起到真正的作用, 发挥出最大的效力。

其次, 贫困地区农产品多为小规模生产, 对产品的质量把关较困难, 没有中间加工, 农产品附加值较低, 廉价销售的问题严重。而贫困户由于知识

水平有限,对品牌建设认知不足,不懂营销也不会营销,导致其农产品的市场竞争力弱,利润微薄。

再次,农村地区特别是贫困地区,基础设施建设与城市相比要落后。虽然农村“触网”的规模显著提升,仍有贫困地区的网络基础设施不健全,宽带费用高、网速慢等问题突出。并且贫困地区地理位置偏远,大多处于山区,快递服务无法上门,难以满足电商发展要求。

最后,难以对农户进行信用评级,贫困地区征信系统不完善。电商平台在一定程度上能缓解信息不对称,主要是依托交易数据信息,但对于交易量较少的贫困地区,以及电子商务尚未涉足的贫困区县,电商平台难以对农户进行信用评级,开展融资服务仍存在较大的风险。

四、结论与建议

在“互联网+”大环境下,电商扶贫为实现精准扶贫提供了新的思路,极大地促进了贫困户脱贫致富。但贫困地区的电商扶贫正在摸索中前行,针对电商扶贫存在的上述问题,本文提出以下建议:

一是推进电商扶贫的体系建设。可以以贫困县或者贫困村为基础单位,在政府部门、电商平台与当地龙头企业的共同努力下搭建电商扶贫服务中心,同时配备专业的电商扶贫工作人员,为电商扶贫提供指导以及对扶贫服务中心的管理。

二是加快贫困地区农产品自主品牌建设,提升农产品附加值。可以以贫困地区“盛产的高质量的”农产品为主注册品牌,使地方特产品牌化,同时配套专业的营销手段,提高品牌知名度,为贫困户创造更高利润。

三是推进贫困地区基础设施建设,尤其是电商发展的基础条件——网络设施和物流体系的建设。扩大村镇级网络覆盖面,推进宽带接入服务,打通物流“最后一公里”,鼓励物流服务公司与贫困地区合作整合物流资源,变高成本、分散脱节的物流服务为低成本、顺畅的系统物流体系,推进贫困地区的物流发展。

四是积极推进农村贫困地区征信体系建设,防范电商扶贫可能出现的风险,鼓励电商平台与保险机构开展合作。贫困地区征信系统不完善是农村金融服务匮乏的重要原因,电商平台依托网络交易数据可以开展信用体系建设。同时,为防范风险,应鼓励保险在农村开展业务,发展政策性农业保险、

扶贫小额保险、涉农信贷保证保险等保险产品,提升贫困地区的保险密度和深度。

总之,全面建成小康社会,最艰难的是贫困地区。互联网金融扶贫弥补了传统金融扶贫的不足,而电商扶贫正是在“互联网+”战略背景下发展起来的,其引导贫困户参与电商,有针对性地实施扶贫项目,提高贫困户的收入,帮助贫困户脱贫致富,对增强贫困地区以及贫困户自身的“造血”能力起到了积极作用。

参考文献

- [1] 谢平,邹传伟. 互联网金融模式研究[J]. 金融研究, 2012(12): 11-22.
- [2] 朱迎,刘海二,高见. 互联网金融有助于实现农村金融普惠[J]. 新金融, 2015(2): 60-63.
- [3] 吴玉宇,杨姗,张蔚怡. “互联网+产业链”:农村金融内生化的新路径[J]. 西部论坛, 2015(5): 12-19.
- [4] 张春霞. 互联网金融服务“三农”模式浅析[J]. 农村金融研究, 2015(11): 9-13.
- [5] 赵燕. 普惠金融视角下互联网金融模式在农村实施的现状、案例和发展对策[J]. 区域金融研究, 2016(7): 59-62.
- [6] 王刚贞,江光辉. “农业价值链+互联网金融”的创新模式研究——以农富贷和京农贷为例[J]. 农村经济, 2017(4): 49-55.
- [7] 闫世达,钟成春. 互联网金融支持精准扶贫的可行性分析及路径探讨[J]. 黑龙江金融, 2016(7): 27-29.
- [8] 方胜,吴义勇. 互联网金融在金融扶贫中的角色定位[J]. 农村金融研究, 2017(3): 56-60.
- [9] 李耀清,黄瑞刚,覃丹婧. 基于“互联网+”思维的新时期金融精准扶贫模式研究[J]. 区域金融研究, 2017(5): 12-19.
- [10] 谭静. 创新互联网金融发展助力农村精准扶贫[J]. 农业经济, 2017(10): 137-138.
- [11] 王浩. 金融精准扶贫模式[J]. 中国金融, 2016(22): 25-26.
- [12] 滕飞,刘保奎,申红艳. 电商扶贫中的“短板”与对策[J]. 中国物价, 2016(12): 74-76.
- [13] 陈文浩. “互联网+精准扶贫”的实践与探索[J]. 中国经贸导刊, 2016(9): 70-71.
- [14] 周双,刘鹏. 我国贫困地区金融精准扶贫创新研究[J]. 上海金融, 2017(1): 17-22.
- [15] 陈晓琴,王钊. “互联网+”背景下农村电商扶贫实施路径探讨[J]. 理论导刊, 2017(5): 94-96.
- [16] 汪向东. 四问电商扶贫[J]. 甘肃农业, 2015(13): 18-20.
- [17] 张岩,王小志. 农村贫困地区实施电商扶贫的模式及对策研究[J]. 农业经济, 2016(10): 58-59.