

乡村振兴背景下我国农村电商发展现实困境与对策分析

刘思成

江西农业大学经济管理学院, 江西 南昌

收稿日期: 2023年6月13日; 录用日期: 2023年7月26日; 发布日期: 2023年8月4日

摘 要

自党的十八大以来, 我国农村的综合发展水平不断攀升, 而农村电商则在其中扮演着不可或缺的角色。在“互联网+”背景下, 农村电商成为新时代促进农民增收致富和实现乡村振兴战略的有效手段。目前, 农村电商的蓬勃发展受到了多方面的制约, 包括缺乏完善的品质监管机制、农业产品结构层次低、农村物流产业发展滞后、品牌化程度不高以及农村电商发展资金来源单一等问题, 因此需要建立健全的质量监管机制, 推进农业产品结构升级, 促进农村电商专属物流产业的发展, 推动农村电商品牌升级, 挖掘社会资本的潜力, 以更高效的方式推动乡村振兴发展。

关键词

乡村振兴, 电商, 困境, 对策

Analysis of the Realistic Dilemma and Countermeasures of the Development of Rural E-Commerce in China under the Background of Rural Revitalization

Sicheng Liu

College of Economics and Management, Jiangxi Agricultural University, Nanchang Jiangxi

Received: Jun. 13th, 2023; accepted: Jul. 26th, 2023; published: Aug. 4th, 2023

Abstract

Since the 18th National Congress of the Communist Party of China, the level of rural comprehen-

sive development has been rising, and rural e-commerce plays an indispensable role in it. In the context of "Internet+", rural e-commerce has become an effective means to promote farmers' income and prosperity in the new era and realize the strategy of rural revitalization. At present, the vigorous development of rural e-commerce has been restricted by many aspects, including the lack of a perfect quality supervision mechanism, the low level of agricultural product structure, the lagging development of rural logistics industry, the low degree of branding, and the single source of funds for the development of rural e-commerce. Therefore, it is necessary to establish a sound quality supervision mechanism to promote the upgrading of agricultural product structure. Promote the development of rural e-commerce exclusive logistics industry, promote the upgrading of rural e-commerce brands, tap the potential of social capital, and promote rural revitalization and development in a more efficient way.

Keywords

Rural Revitalization, E-Commerce, Dilemma, Counterplan

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

自党的十九大召开以来，乡村振兴已经达到了前所未有的高度，对其所提出的标准和要求也变得更加严苛和苛刻。为了实现“两个一百年”奋斗目标，我们必须积极推进我国乡村的全面振兴，而这一进程必须建立在农村产业的坚实支撑之上。随着互联网技术发展，农村电子商务逐渐兴起，为推动我国经济转型升级提供了一条新途径，同时也是我国实施乡村振兴战略的重要手段[1]。乡村振兴的核心在于推动产业蓬勃发展，因此如何最大限度地发掘农村产业的潜力已成为国内学术界热议的话题[2]。目前关于农村电商产业与农村产业结构关系方面的研究较少，且多集中于理论层面。在此背景下，本文经过对国内外相关文献的梳理和分析，深入探讨了农村电子商务产业与农村产业结构之间的相互关系，并结合我国独特的国情，详细阐述了其作用机制以及可行的路径。随着农村电商产业的兴起，农业、制造业和服务业将实现深度融合，从而对农村产业结构产生深远影响，进而推动农村经济实现高质量发展[3]；同时农村电商产业也会改变农户经营模式，提升农产品流通效率，降低交易成本，增加农民收入。通过推动农村电商产业的发展，可以有效缓解农村剩余劳动力的就业难题，同时为农民提供更多的创业机遇，从而促进他们个人和社会价值的实现，提升他们对自身价值的认可程度。此外，农村电商产业还能够带动农产品销售，增加农民收入，进而提升农村整体经济实力和综合竞争力[4]。因此，农村电商产业呈现出广阔的发展前景，蕴含着无限的商机和发展潜力。乡村振兴背景下，农村电商产业虽然正面临着新机遇，但是其长远发展会受到目前重大阻碍的限制，因此，本文将聚焦于探讨农村电商发展所面临的困境和发展对策。

2. 农村电商的发展阶段

在 1994 年 12 月召开的第三次国家经济信息化联席会议上，提出了“金农工程”，旨在构建一个覆盖全国的农业农村信息传输系统，以促进全国农业农村政策、经济等领域信息的共享和交流，从而推动农业农村信息化的蓬勃发展[5]。金农工程是在我国农村电子商务快速发展背景下启动和建设的一项重要

工作。在我国农村电子商务蓬勃发展的背景下，金农工程的启动和建设成为了一项至关重要的任务。金农工程的核心目标之一就是为农村电商提供良好的基础环境条件，并最终使之成为农村电商的运行载体和运作平台。金农工程的实施为农村电商的起步发展注入了强劲的动力。目前，我国已初步形成覆盖广大农村地区的电信网络基础框架体系，并通过有线、无线网络向农村居民延伸。截至 2005 年末，电话网络已经覆盖了 97.1% 的行政村，而公路交通也已经覆盖了 96% 的建制村，这充分满足了农村电商对硬件设施的最基本需求。与此同时，农村电子商务的迅猛发展还带动了物流等相关行业的兴起和壮大，促进了农业经济结构优化升级[6]。随着我国互联网技术的广泛应用和电子商务行业的蓬勃发展，农村电商已逐渐成为人们瞩目的焦点。目前，关于农村电商研究主要集中于其内涵界定，模式构建等方面，而对于其形成机理与动力机制则缺乏系统深入的分析。根据学术界对农村电商的深入探究，我们可以将其发展历程划分为几个不同的阶段：

第一阶段是萌芽成长阶段，跨越 2006~2015 年。这一时期农村电商主要集中在互联网经济快速发展背景下，农村电子商务作为一种新兴商业模式迅速崛起，并逐渐成为推动新农村建设与农业转型升级的重要力量。在 2006 年，江苏、浙江、河北等省份相继兴起了由农民自主运营的农村电商，然而，我国大部分地区仍以政府和龙头企业为主导，推动着农村电商的发展[7]。在 2010 年，宽带接入条件已经覆盖了 80% 的行政村和 99% 的乡镇，同时淘宝、京东等大型电商平台的兴起也为农村电商带来了更多的发展机遇。在电商平台上，乡镇企业、合作社和一些农户开始涉足农产品的线上销售，然而，这些企业在产品质量和经营模式等方面面临着普遍的不利局面。农村电商企业大多规模较小，且缺乏专业人员管理，导致企业竞争力不足，难以维持正常运转。截至 2015 年，我国农村电商行业近 4000 家企业中，绝大多数未能维持稳定的经营收入，导致 95% 的企业亏损。在农村电商领域，尚未形成一套行业通用的规范体系，因此其发展相对宽松。

第二阶段是夯实基础阶段。时间为 2016~2020 年。在这一阶段里，“电商进村”工作将从试点向常态化推广过渡，逐步扩大到全国范围内开展试点工作，形成长效机制和可复制、可持续发展经验[8]。随着“电商进农村全面展示”的推进，农村电商领域涌现出了大量中小型企业。在政策和资金的双重助力下，我国农村电商企业快速崛起，农村电子商务交易额呈现井喷式增长势头。2016 年农村电商零售额为 8945.4 亿元，较 2015 年增长 5415.4 亿元。在促进农村电商发展方面，阿里集团的“千县万村”项目取得了显著成效，同时京东集团的“3F”策略也已经开始实施，苏宁农村电商学院已经为十万名农村电商人才提供了培训[9]。此外，随着互联网金融模式逐渐兴起，线上销售成为农村电商企业主要营销渠道之一。随着时间的推移，农村电商在 2020 年的销售额达到了惊人的 17945.99 亿元人民币，同时，该行业的基础也逐渐稳固。

第三阶段为快速发展阶段，持续时间为 2021 年到现在。农村电商的参与度和参与度均呈现出更为广泛和多元化的趋势[10]。农村电商的主要目标是解决农民“买难卖难”问题，提升农产品销售速度，推动农业现代化进程。随着乡村振兴战略的深入推进，农村电商在县乡村三级物流体系的完善和三大产业融合度的逐步提升方面取得了显著进展。农产品流通模式逐渐由传统渠道向现代渠道转变，农业电子商务平台也开始出现并不断壮大。同时，各经营主体不断推陈出新，推动农村电商实现线上线下营销的规范化和服务的精细化发展[11]。同时，农村电商的快速发展也带来了新的问题。许多地方政府和国有企业积极参与推动农村电商的发展，通过建立电商企业，有效整合行业资源，组织农户生产和销售，从而有力地促进农村全面发展和农民收入水平的提高[12]。农村电子商务已经成为了新时代经济增长的主要推动力之一，农村电商的发展对于农业现代化建设有着非常重要的意义。农村电商在各大网络平台之间展开激烈的竞争和协作，以提升其发展的品质和活力。

3. 我国农村电商发展面临的现实困境

在乡村振兴背景下,农村电商虽发展态势较好,但仍然面临着缺乏完善的品质监管机制、农业产品结构层次度低、农村物流产业发展滞后、市场上的品牌化程度较低、农村电商发展资金来源单一等诸多阻碍,会严重制约农村电商产业的发展进程。

3.1. 缺乏完善的品质监管机制

生鲜农产品从产地采摘,转运,贮存直至配送给消费者的全过程都要时刻处于低温环境下,所以冷链技术要求非常严格才能保证生鲜产品质量,降低损失。随着互联网经济快速崛起和农村电商的蓬勃发展,农村电商已成为新常态下拉动内需的重要力量。目前,农村电子商务的产品生产和供应仍缺乏完善的质量监管机制,导致消费者对产品质量的认知和重视程度亟待提高[13]。因此,加强对农产品网络营销与物流过程进行有效监管,是提高我国农村电子商务服务质量的关键举措之一。在农村电商的蓬勃发展中,存在着一系列不规范之处,包括但不限于农产品的采摘和处置不当、配送时间过长、以及冰袋的配置存在问题等等。这些问题不仅导致了农产品质量下降,同时也增加了物流成本。一些商家将“冰块加泡沫箱”视为破解农产品网络营销难题的万能钥匙,暴露出监管体制的缺陷和监管力度的不足。此外,电商平台与农户间信息不对称问题突出,严重制约着农村电子商务健康有序发展。农村电子商务要想繁荣发展,就必须建立起一整套标准化的营销链条与监管机制来保证其规范化运作。

3.2. 农业产品结构层次度不高

伴随着收入水平提升与消费结构升级,居民对于消费品质量要求日渐提升,但目前农业产品结构层次较为低下,高端农业品牌构建不足,导致产品认同度不足,很难满足当前消费者需求[14]。目前我国农村电商产业中还普遍存在着一些问题,如缺少高素质的人才,农村电子商务人才严重短缺以及农村电商产业的资金匮乏等等。当前,农业产品多为初级农产品且附加值不高,精细化加工欠缺,造成农业产品价值不高,很难刺激城镇居民消费欲望。同时由于农民缺乏品牌意识,使得农产品质量参差不齐,不利于农业经济发展。此外,部分农户将次品混杂于高品质在农产品中,造成农产品可信用度下降,进而给农业产品品牌效应的建立带来负面影响。在此背景下,研究农业产品认知度与农民购买行为之间的关系具有重要意义。由于农产品往往会给人们留下“低贱”和“庸俗”的印象,从而在产品认可度上处于不利地位,造成消费者为了满足消费需求往往会购买非农产品。基于此背景下,研究消费者意愿对于推动我国电子商务向纵深方向发展具有重要意义。耿荣娜等采用德尔菲法与层次分析法从产品质量,产品价格,产品需求,服务质量等四个方面对消费者意愿在农村电商发展中的约束进行评价,结果显示:虽然消费者意愿不是农村电商发展中最重要约束因素,但是消费者意愿对于农村电商发展所产生的影响不容忽视[15]。此外,通过问卷调查发现,当前农村电商企业对农业产品认知度不高,对农业品牌认知不足以及农业服务不到位也成为阻碍其进一步发展的重要因素。为了促进农村电商产业的长足发展,农村电商企业需要采取措施改变以往对农业产品的印象,提高产品的认可度。

3.3. 农村物流产业落后

目前,农村电商的发展水平已经超越了当前农村物流产业的发展水平,这也是制约农村电商进一步发展的瓶颈[16]。农村电商的兴起给传统物流业带来了巨大挑战,尤其对于农产品而言更是一种机遇和威胁并存的局面。因农产品保鲜期短,易腐烂,易变质且易受天气因素影响等特点,给电商配套物流产业带来更多需求与标准。农村电商物流产业作为一种新型商业模式,其主要服务对象就是农户和农民,具有较强的公益性特征,可以有效缓解“三农”问题,促进农业经济增长。然而,当前的物流行业

存在两个主要因素：第一，农村电商物流团队专业化不足，多数农村电商企业选择了与第三方专业化物流公司进行合作来降低运营成本的方式，此种合作方式造成了农产品个性化配送与物流公司常规化配送不和谐，进而造成了农产品在输送过程中受到了大量破坏，产品质量受到了严重降低；此外，农村电商的货物种类繁多，不同种类农产品之间也有很大差异，若采用传统的物流方式则无法满足客户需求[17]。第二，农村电商企业物流管理机制不健全，不管是采摘前期或运输后期搬运，装卸和配送过程中，均需构建规范化和标准化服务体系来保障农村电商服务质量。因此，只有提高了农产品采摘效率，才能保证农产品质量安全和生产效率提升。如果不能对农产品采摘时间进行有效控制，或在搬运过程中没有专业的引导，则极易造成农业产品的腐烂变质现象，进而为企业造成不应有的经济损失。

3.4. 市场上的小品牌化程度亟待提高

为了与大型电商平台保持长期合作，农村电子商务的发展需要建立一定规模，以提高品牌知名度[18]。在政策支持上，政府要加大资金扶持力度，引导社会力量参与农村电商平台建设。但就目前而言，中国原农村电子商务在发展过程中遇到的最为突出的问题是规模偏小，品牌化程度不够，缺少独特特色，产品同质化现象比较严重，同时行业整体也有待创新与提升。因此，必须加快推动农村电子商务快速发展，提高其市场竞争力，实现从“农业大国”向“农业强国”转变。在电商繁荣发展的背景下，更多农民开始利用网络直播，淘宝店铺等各种营销形式致力于倡导绿色，环保，生态健康理念来推动农产品销售[19]。同时，由于互联网普及率低以及消费者对信息获取渠道多样化需求不断增强，农产品直采也成为一种趋势。尽管通过网络营销，各家各户提高了家庭收入水平，但由于规模有限，网络影响力有限，导致销售量偏低。同时由于受地域限制以及政策扶持力度不够，导致各地农产品直采基地难以形成品牌效应。为了在电商平台上获得更高的知名度和市场份额，农产品直采地必须进行全面的规模化、产业化和品牌化升级，以满足市场需求。

3.5. 发展农村电商的资金来源相对单一

农村电商产业要想实现可持续发展，就必须要有足够的资金作为支撑，单一的资金来源会为其长远发展过程带来制约[20]。农村电商企业想要提升市场营销效果就必须从农产品入手，以农业产品为基础进行营销传播活动。当前农村电商行业资金来源主要靠银行贷款与个人投入，还涉及到部分政策性资金，但是社会闲置资本的投入很难被发掘，从而使得农村电商发展遇到了资金来源简单的窘境。因此，本文通过分析农村电子商务投融资现状发现存在融资渠道不畅、投资结构不合理以及金融产品创新不足等问题[21]。导致此现象的主要原因在于，尽管涉农投资存在较高的风险，但其收益水平却相对较低，这给社会资本流入带来了潜在的后顾之忧；另一方面，金融机构对农村地区经济实力不了解且缺少金融支持，也会导致民间借贷市场活跃。其次，由于农村发展相对滞后，其与城镇资本的互动受到限制，从而导致了投资机遇的匮乏。因此，农村电商的发展需要多方力量共同发力，其中包括政府引导、金融机构支持以及农民自身投入。为了确保农村电商产业的可持续发展，必须克服资金来源单一的难题，以提供足够的资金支持。

4. 农村电商的发展对策

在乡村振兴战略背景下，人们越来越关注乡村产业发展，针对乡村这一经济最薄弱区域，乡村经济振兴已经成为我国经济高质量发展中必然的选择，也成为了新时代经济发展中最重要、最困难的部分。所以如何对农村产业结构进行优化升级，是这一阶段所要解决的重大问题。电商产业作为我国农村产业中重要的一部分，应承担起振兴农村经济这一使命，深入挖掘农业产品优势，架起城乡协调发展之桥，

在农业经济高质量发展中发挥积极作用。为此，文章认为为实现中国农村经济高质量发展，应加快推进电子商务产业发展[22]。然而，针对当前农村电商所面临的发展难题，探索全新的发展路径或将为农村电商产业的蓬勃发展带来全新的机遇。

4.1. 建立完善的质量监管机制，以提升农产品的品质水平

为了推动农村电子商务的发展，我们需要加强行业标准的制定和细化，这迫使农产品供应商更加注重自身的质量和自我检测。在政策支持上，政府要加大资金扶持力度，引导社会力量参与农村电商平台建设[23]。加强对农村电子商务发展的各个环节的监管和监督，以确保其正常运转和发展。加强农村电子商务平台建设。确立行业规范，构建备受行业推崇的行业联盟。完善农村电商平台建设和运行管理机制。强化农产品生产采摘加工包装，网络宣传和物流配送全过程监督，保证监督工作进一步强化。必须健全相关法律法规，才能为农村电子商务的发展提供强有力的保障。建立健全农产品生鲜消费者信息反馈工作机制，重点关注消费者网上举报，投诉及建议等信息，及时进行反馈，保证农村电子商务蓬勃发展关键时期全面掌握农村电子商务市场需求与预期。同时还要通过政府政策支持和引导来促进农村电子商务发展，完善法律法规体系，建立健全信用评价体系，构建诚信信息平台。在积极促进农村金融发展的同时，必须要强化金融方面的监督与监管，才能保证农村金融资源合法合规的进入到农村市场。

4.2. 推进农业产品结构升级，走向高品质发展之路

仅靠“价廉物美，绿色健康”农业产品属性很难满足目前消费者消费需求，只有走精品化道路，着力提高农业产品结构层次才能增加市场份额。本文通过对我国农业产品品牌化发展存在问题进行分析，并提出促进农产品品牌发展的建议。在进行农业产品生产时，一定要做到向绿色化方向转变，这样才能保证化肥、农药使用处于合理范围之内，还要对农业产品质量严格把关，让消费者身体健康放在企业发展第一位；二是要重视农业产品的精细化加工和美观度的提高，满足消费者日益增长的物质需求来强化产品认可度；最后，电商企业需要建构品牌溢价效应、塑造独特产品系列、锁定长远消费需求、逐步提高农业产品市场份额等。总之，农产品质量是农村电商企业可持续发展的重要保障，农村电商企业必须重视自身农产品质量问题，从源头抓起，保证农产品质量。此外，为确保农村电商企业的长期发展和信誉，制定严格的产品标准及奖惩制度很有必要，避免一些农民把劣质产品掺杂到高品质产品之中，给企业发展带来潜在威胁。为了保证农村电商企业能够按照严格的体系与标准进行监管，分别成立监管机构或许能够起到约束的作用。所以，要落实客户监管制度，从消费评价、意见反馈中及时掌握产品及服务质量情况，才能及时纠正、调整，以增强消费者体验感、避免客户流失。

4.3. 推进农村电商专属物流产业的发展，构建完善的物流服务网络

在农村电商企业中，建立专业的物流团队是至关重要的，尽管成本在短期内增加难以避免，但是从长远看与第三方物流公司建立合作模式成本较低，可以有效地降低公司营运成本；其次，农村电商企业需要组建一支专业性强的物流配送团队。对于农业产品的特性，专业化的物流配送团队拥有更为深入的了解，他们能够在采摘、搬运、装卸、运输等各个环节中最大限度地降低农业产品的损害率，并确保产品的新鲜度得到维护；在农村地区，专业的物流配送团队能够更加深入地了解路况，根据实际路程情况提高识别度，及时做出最优路线选择，从而有效地提升物流配送效率。另外，农村电商企业需要加强与第三方物流公司之间的合作关系，以更好地实现双方利益最大化。因此，就农村电商产业发展而言，重点发展农村电商专属物流产业已经成为一种必然的趋势，但是与此同时还需构建良好的物流服务体系才

能避免出现硬件水平过高和软件水平落后的尴尬局面。为此，我们可以推出全程视频贴心化服务，包括采摘、装卸、搬运、配送等环节，旨在让消费者买得放心，用得安心。

4.4. 拓展产业规模，推动农村电商品牌升级

发展农村电子商务必将带来产业升级，规模扩大，品牌化发展等一系列问题，农村电子商务也将成为一种必然趋势。所以加强农村电子商务研究、提升发展质量具有重要意义。为推动农村电子商务发展，必须加快农村互联网基础设施建设并把网络扩展到村，从而达到提高农村网络速度、降低成本的目的。同时，我们还需要努力消除制约农村电子商务发展的多种限制性因素，为基础建设和短板补齐打下坚实的基础。加强农业信息服务体系和平台建设[24]。加强农产品供应链基础设施建设，深化农产品物流骨干网络建设，构建完善的冷链物流网络。培育壮大新型经营主体，积极引导农民专业合作社成为带动农户生产、销售的主阵地，推动农产品流通模式创新。孕育出一批具备市场影响力的“本土特色”和“乡村特色”的农产品品牌。在此基础上，还要大力培育农村新型职业农民、创业致富带头人等新型经营主体。加大农村综合示范项目建设力度，不断塑造独具特色企业与产品品牌，提高区域农业整体市场影响力与竞争力。在此基础上，还需要培育龙头企业带动作用明显的专业合作社等新型合作经济组织，形成多元化、多层次的经营格局。此外，应着重培育一种灵活的电商模式，在个性化、高端化特征下，加快整合分散的网络营销主体、进一步强化农产品产地源头管控力度。

4.5. 深挖社会资本的潜力，为农村电商产业发展提供资金支持

中小微企业长远发展受制于筹资难问题，农村电商企业在中小微企业中占据重要地位，也同样面临筹资问题[25]。农村电商企业需要通过多种方式筹措资金，包括政府财政扶持、金融机构支持、民间借贷等形式。尽管农村电商企业可以从单一的政策性资金和银行贷款中获得资金保障，但它们同样面临着政策环境风险的高度挑战。农村电子商务平台在运营中存在着多种风险因素，其中社会资本的缺失对农村电商企业筹资产生了较大影响，也成为其融资难的主要成因之一。只有通过多元化的融资渠道，农村电商企业才能有效规避潜在风险，从而为农村电商产业的长期发展提供有力支持。为此，需要对社会资本进行深度挖掘，把闲置社会资本变为农村电商产业开发准备资金，从而达到资金高效分配与使用。同时政府也需要在法律层面加强对农村电商行业的规范管理，建立完善的农村电商监管体系。为破解城镇资本与农村电商接触难的问题，企业应善于发现产品优势与特点，制订严谨性强、可行性高的产品发展规划，积极争取相关领域龙头企业的配合；对于技术密集型项目，企业可借助互联网平台或专业团队开展网络营销，同时注重品牌建设、营销推广等工作，以此促进农产品销售。针对涉农投资导致高风险低收益的现状，企业应探索加工，包装等多种手段来增加产品附加值，同时选择对农村产品进行投保，以此千方百计减少投资风险，提高收益水平，以消除社会资本的投资疑虑。

5. 结论

综上所述，农村电商产业的兴起为推动我国经济转型升级提供了一条新途径，同时也是我国实施乡村振兴战略的重要手段。针对目前我国农村电商当前存在的诸多的问题，本文为解决当前存在的问题提供了新思路。在未来，随着政策支持逐步完善和乡村振兴战略深入推进，不仅能够进一步释放农村电商潜力，而且还能为农村经济的发展注入新的活力，助力乡村振兴建设。

基金项目

江西农业大学经济管理学院 2023 年研究生创新专项资金项目“地标性农产品网购用户消费模式及行为研究”(项目编号: JG2023005)。

参考文献

- [1] 王丛霞. “生态宜居”乡村问题研究述评及展望[J]. 宁夏社会科学, 2023(1): 143-149.
- [2] 张波, 丁晓洋. 文化产业何以助推乡村振兴: 一个分析框架[J]. 求实, 2023(3): 82-94.
- [3] 陈尘, 刘翔, 郑迪文. 区块链赋能下我国农村电商模式创新与发展研究[J]. 农业经济, 2022(12): 123-125.
- [4] 王亮, 咎琳. 数字普惠金融对乡村振兴的影响研究[J]. 金融理论与实践, 2023(4): 77-87.
- [5] 宋洪远. 智慧农业发展的状况、面临的问题及对策建议[J]. 人民论坛·学术前沿, 2020(24): 62-69.
- [6] 袁诚, 李佳冬, 魏易. 农村物流建设与农户增收效应[J]. 世界经济, 2023, 46(4): 111-139.
- [7] 叶琳, 梁玮. 农村商贸流通发展对乡村振兴的作用效应[J]. 商业经济研究, 2023(7): 84-87.
- [8] 熊雪, 聂凤英, 朱海波. 西部脱贫地区小农户如何有效对接农产品电商市场——基于有限能力视角的重庆市秀山县案例分析[J]. 中国农村经济, 2023(4): 68-89.
- [9] 汪亚楠, 王海成. 数字乡村对农村居民网购的影响效应[J]. 中国流通经济, 2021, 35(7): 9-18.
- [10] 刘建刚, 韩楠, 张美娟. 农村电商发展水平对农村脱贫的门槛效应分析[J]. 统计与决策, 2019, 35(24): 94-97.
- [11] 张琳. 农村电商全产业链运营管理研究[J]. 中国农业资源与区划, 2022, 43(12): 201, 225.
- [12] 郝新军, 沈朝阳. 农村电商赋能乡村振兴成效评价与障碍因素分析[J]. 西安财经大学学报, 2022, 35(5): 40-52.
- [13] 廖一红. 乡村振兴视域下农村电商发展模式的探索及启示——基于乡村共同体的思考[J]. 税务与经济, 2022(3): 74-80.
- [14] 朱雅玲, 张彬, 马艺菲. 农村劳动力流动对家庭消费结构的影响[J]. 消费经济, 2022, 38(3): 52-63.
- [15] 耿荣娜, 刘书哲, 罗蕊. 吉林省农产品区域品牌竞争力提升策略研究[J]. 商场现代化, 2020(8): 60-61.
- [16] 崔凯. 数字乡村建设的实践分析: 进展、规律与路径优化[J]. 中国特色社会主义研究, 2023(2): 74-84.
- [17] 田京京, 谢立雄, 谭新喜. 集中连片特困地区农村电商物流服务满意度调研与对策——以秦巴山区为例[J]. 农业经济, 2020(5): 128-130.
- [18] 龙加棣. 农村电子商务助力新型城镇化建设路径研究[J]. 中国果树, 2022(12): 128-129.
- [19] 吴陵玲. 新媒体直播助力乡村振兴路径研究[J]. 中国果树, 2023(6): 159-160.
- [20] 姚利好, 易法敏, 孙煜程. 农村电商、数字普惠金融协同促进县域经济增长[J]. 财经问题研究, 2022(11): 67-76.
- [21] 唐艺, 刘昊, 徐建奎. 基于农村电商融资的创新思维模式研究——以江苏省沭阳县花木行业为例[J]. 农业经济问题, 2021(9): 97-105.
- [22] 卫田, 万倩雯. 基于社会资本的资源拼凑: 政府资助期后社会创业企业持续双重价值创造的机制[J]. 管理世界, 2023, 39(4): 100-119.
- [23] 戴祥玉, 闫静. 农村电商的自适应创新及其优化[J]. 学习与实践, 2023(4): 102-110.
- [24] 胡穗, 邓帅. 农村电商“非接触”服务模式的构建[J]. 求索, 2020(6): 150-156.
- [25] 韩旭东, 刘闯, 刘合光. 农业全链条数字化助推乡村产业转型的理论逻辑与实践路径[J]. 改革, 2023(3): 121-132.