

“数商兴农”工程背景下农村电商发展现状、困境及对策

吴祖昂

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年4月23日; 录用日期: 2024年5月15日; 发布日期: 2024年8月5日

摘要

“数商兴农”工程是国家积极推动农村电子商务优化升级的重要举措。通过数字技术及数据资源的深度应用,全面提升了农村商务领域的数字化、网络化、智能化水平。为农村电商注入了许多新的活力,实现了不断的升级和创新,呈现出蓬勃增长的态势,进而推动农业生产发展和乡村产业振兴。然而,农村地区在“数商兴农”工程背景下仍存在许多不足,无法充分发挥数字经济对农村电商的赋能作用。因此,本文旨在通过分析农村电商在“数商兴农”工程背景下的发展现状和所面临的挑战,提出相应的建议和解决措施。

关键词

“数商兴农”工程, 农村电商, 乡村振兴

Development Status, Dilemmas and Countermeasures of Rural E-Commerce under the Background of “Digital Commerce Promoting Agriculture” Project

Zu'ang Wu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 23rd, 2024; accepted: May 15th, 2024; published: Aug. 5th, 2024

Abstract

The project of “digital commerce promoting agriculture” is an important measure for the state to ac-

tively promote the optimization and upgrading of rural e-commerce. Through the deep application of digital technology and data resources, the digital, networked and intelligent level of rural business has been comprehensively improved. It has injected much new vitality into rural e-commerce, achieved continuous upgrading and innovation, and shown a trend of vigorous growth, thus promoting the development of agricultural production and the revitalization of rural industries. However, there are still many deficiencies in rural areas under the background of the project of “digital commerce promoting agriculture”, which cannot give full play to the enabling role of digital economy on rural e-commerce. Therefore, this paper aims to analyze the development status and challenges faced by rural e-commerce under the background of the “digital commerce promoting agriculture” project, and put forward corresponding suggestions and solutions.

Keywords

“Digital Commerce Promoting Agriculture” Project, Rural E-Commerce, Rural Revitalization

Copyright © 2024 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

2005 年中央一号文件首次提到“电子商务”一词，并提出鼓励发展现代物流、连锁经营、电子商务等新型业态和流通方式，电子商务开始逐渐融入农村经济社会。历经十多年的发展，农村电子商务已然成为满足人民生活需要，推动乡村发展的重要力量。“数商兴农”是发展数字商务振兴农业的简称，是农村电商的升级概念。这一战略旨在充分释放数字技术和数据资源对农村商务领域的赋能效应，全面提升农村商务领域数字化、网络化、智能化水平，进而推动农村电子商务高质量发展，支持和促进农业生产发展与乡村产业振兴。“数商兴农”强调通过数字技术和数据要素赋能农村商务发展，以涉农商务数字化转型进一步促进农业生产数字化和产业振兴。数字化技术在农业领域的应用包括为智能农业提供精准的农事指导，大数据分析为农业决策提供支持，以及数字化技术为农产品的溯源提供可能等。“数商兴农”是数字化、商业化和农业三者有机结合的体现，通过数字技术和商业模式的融合，为农业带来更高效、更可持续的发展。但由于农村地区还存在数字基础设施不够健全、数字技术和数字人才较为稀缺、资源资金投入不足等问题，数字商务无法充分发挥对农业的振兴作用[1]。在我国实施“数商兴农”工程中，需要多方部门共同采取措施来解决农村电商所面临的问题，以最大程度的发挥农村电商的优势，推动农村地区的发展和乡村全面振兴战略的实施。

2. “数商兴农”工程的提出过程

2021 年 1 月，商务部办公厅发布了《关于加快数字商务建设服务构建新发展格局的通知》，其中明确提出了“数商兴农”行动，作为商务部围绕数字商务建设部署开展的“五大行动”之一。这标志着“数商兴农”概念的正式提出。

2021 年 10 月，商务部、中央网信办、发展改革委三部门联合发布《“十四五”电子商务发展规划》，明确指出实施“数商兴农”行动，发展农产品智能供应链，更好更快完善农村电商生态体系。

2022 年中央 1 号文件在第四部分“聚焦产业促进乡村发展”中，对农村电商的未来发展提出了诸多新举措，其中，“数商兴农”工程尤为引人注目，成为该部分的最大亮点，强调要充分释放数据资源与

数字技术对农村电商的赋能效应，全面提高农村电商的智能化、数字化水平。这一工程被视为农村电商的升级版，旨在通过数字技术及数据资源的深度应用，全面提升农村商务领域的数字化、网络化、智能化水平，进而推动农业生产发展和乡村产业振兴。“数商兴农”工程成为全国“三农”工作的重要内容，凸显了其在国家层面的战略地位。

2023年，中央一号文件进一步指出，“深入实施‘数商兴农’和‘互联网+’农产品出村进城工程，培育乡村新产业新业态。”在这一政策的积极引导下，数据要素和信息技术快速向农村下沉，农村电商对农村生产和消费的巨大潜能充分释放，并已成为促进农村发展提质增效、推进农业农村现代化迈出新步伐的重要引擎。

2024年，中央一号文件在推动农村流通高质量发展中指出：实施农村电商高质量发展工程，推进县域电商直播基地建设，发展乡村土特产网络销售，这一工程是“数商兴农”工程的进一步推进。

3. 农村电商在“数商兴农”工程下的发展现状

“数商兴农”工程的实施，不仅是电子商务进农村综合示范工程的升级，更是农村电商发展的一次全面革新，为农村地区带来新的发展机遇和活力。“数商兴农”工程内容丰富，涉及多个层面。不仅包括推进农村电商新基建建设，还涵盖了发展智慧供应链、培育农产品网络品牌以及促进产销衔接等多个方面。各地积极开展了电子商务进农村综合示范工作，通过建设县域电商服务中心、完善农村电商物流配送体系、建立农村电商产业园区等措施，实现了农业产业的数字化转型和升级，推动农村电商的快速发展。

3.1. 农村电商市场在呈现蓬勃增长态势

在数字化与信息化的浪潮中，农村电商市场获得了新的活力，呈现出迅猛的增长势头。这个市场不仅涵盖了消费品向农村的流通，也包括了农产品向城市的供应。得益于国家政策的扶持，电商平台的建设步伐不断加快，阿里巴巴、京东等电商巨头纷纷深入农村市场，推动农村电商平台的建立与完善。农产品销售渠道因此得以丰富和拓宽，农村电商的出现减少了中间环节，有效促进了特色、绿色农产品的销售，降低了农产品积压滞销的风险，为农产品走向全国乃至全球提供了有力支持。据商务部数据显示，2023年上半年，我国农村网络零售额高达1.12万亿元，同比增长12.5%。

此外，农村电商还深入挖掘了农村的价值，有效提升了农民的收入，进一步激发了农民参与电商销售的热情。据统计，2021年全国互联网零售店铺数量达到2200.59万家，其中农村网店数量占比高达74.2%，预计2023年这一比例将增至77.6%。农民通过电商平台，可以直接将农产品销售给全国乃至全球的消费者，这不仅为农产品打开了广阔的市场，也成为农民获取经济收入的重要途径。农村地区以电子商务平台为基础，结合数据分析、人工智能、物联网和实时监控等多种数字技术，构建起了完善的农产品产业链条。这些数字技术的运用，使得农产品的生产、加工、包装、销售等各个环节都实现了信息化和智能化，推动了农村经济的多元化发展。同时，健全的农村产业链也优化了就业结构，促进了物流配送、市场推广和线上服务等相关行业的发展，为农村居民创造了大量就业机会，使得传统农业经济体制下的个体农户能够广泛参与新经济的发展，并吸引了更多年轻人返乡创业就业[2]。

3.2. 农村电商的模式与业态不断创新升级

在数字经济的引领下，传统农村电商迎来了前所未有的升级与革新，业态模式愈发多样化，展现出蓬勃的发展态势。农村电商正逐步突破传统的农产品销售模式，以更加全面和创新的方式服务商家和消费者。例如，农村电商平台为农民商家提供了宝贵的农业技术咨询与支持，助力他们合理规划供应链管

理系统，从而有效提高农产品的产量与品质，并显著降低生产成本[3]。同时，对于消费者而言，农村电商平台利用先进的数据分析和算法技术，提供个性化的服务，精准推荐符合消费者偏好的优质农产品，并确保提供真实可靠的农产品溯源信息，满足消费者对食品安全与健康的深切需求。更值得一提的是，农村电商正积极探索与旅游业的深度融合，充分利用农村地区的自然美景和丰富文化资源，打造独特的旅游体验。通过开发专业的网站和应用程序，提供便捷的线上预订与售票服务，并制作精美的宣传视频短片，充分展示当地独特的文化内涵，让农村文化与景区美景得以可视化呈现。这种线上线下相结合的旅游模式不仅极大地丰富了农村旅游的内容和形式，也为农村电商带来了前所未有的市场机遇和发展空间。因此，农村电商的模式和业态创新不仅满足了商家和消费者的多元化需求，更是推动了农村电商的持续发展和农村经济的全面繁荣。

3.3. 农村电商直播快速兴起

随着农村地区网络覆盖和手机普及率的显著提升，以及现代直播技术的日益成熟，农村电商直播正迎来蓬勃发展的黄金时期。与传统的电商直播不同，农村电商直播的主播群体主要由农民构成，而非那些具有广泛影响力的网红或明星。这些农民主播以朴实无华、真挚热情的语言，向消费者介绍自家精心培育的农产品，将农产品的种植、生长、加工过程，以及产品的品质特色和农村的本土文化，直接、生动地传递给消费者。这种贴近自然、真实可信的直播方式，极大地提升了消费者对产品的信任度，从而激发了他们的购买欲望。农民主播们通过与消费者进行实时互动，解答他们对农产品的疑问，提供专业的购买建议，不仅提高了消费者对农产品的满意度，还进一步推动了农村经济的发展。农村电商直播所形成的强大数字影响力，不仅释放了农村巨大的内生发展动力，更彰显了广大农民群体积极投身经济建设，助力乡村振兴的坚定决心。

4. “数商兴农”工程推进下农村电商发展困境

4.1. 农村的数字基础设施落后

基础设施建设需要围绕农村电商发展的一系列硬件与软件设施的集合，提供电商发展的重要支撑。和城镇发展电商的基础设施投入相比，农村电商需要更精准的基础设施支持。交通基础条件的改善得益于十五规划的完成，但仍是影响农村市场资源流动的首要原因。除邮政外，其他快递公司还不能达到电商发展所需要的覆盖率，同时物流成本居高不下。农村电子商务的蓬勃发展离不开健全的数字基础设施作为支撑。然而，当前多数农村地区的电商数字基础设施尚显滞后，未能跟上时代的步伐实现及时迭代更新。具体而言，农村的网络覆盖尚不全面，快捷安全的电子支付方式也未能广泛普及，这导致农村电商在获取市场信息、进行在线交易等方面遭遇重重阻碍，进而影响了农产品的流通与农村电商的整体质量提升。此外，物流运输配送技术的落后也成为制约农村电商发展的瓶颈。物流信息系统和自动化仓储系统的缺乏，使得农村电商在物流运输过程中难以实现实时监控与管理，面临订单配送延迟、售后服务不畅等挑战[4]。同时，缺乏自动化仓储系统也限制了农村电商在仓储和分拣环节的效率 and 准确性，传统的人工操作不仅容易出错，还增加了时间成本。这些不足不仅影响了农村电商的运营效率和客户满意度，更对品牌形象的提升和农村经济的带动产生了负面影响。因此，加强农村电商数字基础设施的建设，推动物流技术的创新与升级，已成为当前农村电商发展的迫切需求。

4.2. 资金与资源投入不够

农村电商的可持续发展离不开对先进数字技术的持续引入和融合。这包括更新农产品的供应链管理系统和电子支付结算系统，创新物流运输配送技术，以及搭建高效稳定的电子商务平台。这些技术、系

统与平台的开发、维护、升级过程，均需要庞大的资金和资源作为支撑。为了充分释放数字技术在农村电商领域的潜力，企业还需引进和培养一批既精通数字操作技术又具备电商专业知识的复合型人才。这涉及到人才引进激励政策的制定、定期的培训组织以及专业的数字技术应用课程的开展，每一项都需要大量的资金投入。此外，为了提升农产品的市场竞争力，必要的市场推广和品牌建设也必不可少。这包括定期的广告宣传、线下推广、农产品展览会以及品牌折扣营销等活动，旨在增加农产品的知名度，吸引更多消费者。然而，这些市场推广活动同样需要可观的资金投入。同时，为了提供高品质的农产品，农产品质量控制和溯源体系的建设也至关重要。这不仅需要投入资金购置先进的技术设备，还需要制定严格的质量标准和进行产品检验，以确保农产品的安全和可靠性。所以，农村电商的发展确实面临着一定的成本压力，需要相关企业合理配置资源，采取有效措施降低发展成本，以实现可持续的长远发展。

4.3. 农村电商人才缺口大

在《2020 中国农村电商人才现状与发展报告》预测中，到 2025 年我国农村电商人才需求缺口将高达 350 万人[5]。农村电商的发展对相关从业人员提出了更高的要求，他们不仅要了解农产品市场、消费者需求以及农产品特点具有更为深入的了解，还要具备数字技术和电商平台运营的能力，这对于人才的培养是一个巨大的挑战。同时，鉴于我国农村地区电子商务尚处于发展的起步阶段，相关激励政策的制定以及配套基础设施的建设尚不完善，这导致多数电商从业者对前往农村地区发展的意愿较低。其次，与城镇经济相比，农村经济实力相对较弱，地方政府在提供与城市相当的福利待遇以吸引电商人才方面面临较大挑战。特别是以年轻人为主要力量的电商从业者，他们对于薪酬、社会保障等方面的需求较高。然而，由于农村地区的经济基础薄弱，物质资源相对匮乏，难以满足人才多元化发展的需求。因此，许多农村地区的年轻人更倾向于前往大城市就业，而农村大学生毕业后也较少选择返乡创业。这种情况加剧了农村地区年轻人的流失，普遍呈现出中老年人口居多的现象[6]。与年轻人相比，中老年人接受新知识和学习新技术的能力都相对较弱，这使得农村电商的发展面临着人员培训和教育困难的问题。从学历层次来看，务农人员的学历水平普遍偏低，这在一定程度上增加了培育的难度。

4.4. 农产品缺乏核心竞争力，受品牌效应的影响

自农业农村部将 2017 年确立为“农业产品推进年”后，我国品牌农业发展开始进入加速期，并成功打造了丹东草莓、贵州铜仁抹茶等多个农村电商知名品牌。然而，我国农村电商品牌创建工作起步晚，基础弱，仍面临着品牌建设难、宣传难等问题。首先，农户品牌意识淡薄。农民生产观念较为陈旧，在对电商的经营过程中，往往更注重生产环节的投入，从而忽略了产品的品牌建设与品牌价值。其次，农村电商品牌的宣传推广渠道狭窄。在农村地区，电商品牌的宣传推广局限于电视、报纸等传统媒介，小农户自身也难以承担数字广告等较高的宣传费用，从而压缩了农产品电商品牌宣传的渠道空间。最后，农村电商品牌同质化现象严重。受市场自发性特点的影响，部分农户盲目跟风典型农村电商品牌的成功经验，这就削弱了农产品的独特竞争优势，最终陷入品牌同质化宣传的困境[7]。

在当前的农产品市场中，众多农产品因缺乏核心竞争力而陷入同质化的困境。这些农产品在产品质量安全、加工包装、市场定位以及售后服务等方面均缺乏独特的差异化特色和创新优势，导致难以有效吸引消费者的目光和选择。在激烈的价格竞争中，商家们不得不降低产品价格以提振销量，但此举却使得农产品利润被严重压缩。同时，农产品的市场推广和宣传工作相对滞后，缺乏有效的推广渠道和策略。农村电商未能充分利用互联网和社交媒体等数字工具的优势，实现顾客精准定位和广告宣传，限制了农产品的市场曝光度和销售机会。供应链管理的薄弱也是制约农产品核心竞争力的关键因素。农村电商若缺乏稳定的农产品供应链，无法实现对从生产到售后全过程的高效管理，这将导致农产品质量和交付时

间的不确定性，进而影响消费者对产品的信任和忠诚度。在品牌效应的影响下，消费者往往更倾向于选择具有良好声誉和市场认可度的大品牌产品，忽视了其他农产品的存在。这使得普通农产品难以打破品牌壁垒，限制了农村电商的长期发展以及农产品核心竞争力的建立。

5. “数商兴农”工程推进下农村电商发展对策

5.1. 数字技术助力农村电商发展

首先，政府及相关机构应充分利用卫星互联网技术、低功率广域网以及离线存储和数据缓存等尖端数字技术，有效弥补传统网络无法覆盖的农村偏远地区，从而解决农村地区数字基础设施建设滞后的问题。通过实现网络全覆盖，农村电商将能够充分利用大数据分析、数据挖掘以及数据可视化工具，精准地收集和分析市场信息，深入了解客户需求及市场偏好，从而做出更为精准和审慎的决策。

其次，农村电商应积极与金融机构展开合作，通过提供系统的培训和教育，推动电子支付和数字货币在农村地区的广泛普及，提高农村居民对这些新兴支付方式的认知和接受度。电子支付与数字货币的应用不仅能够为农村电商提供更加安全、便捷的支付方式，还能推动农产品交易的数字化和智能化，促进农村经济的蓬勃发展。同时，农村电商还应致力于创新物流运输配送技术。借助物联网、大数据分析以及人工智能等前沿数字技术，构建智慧化、智能化的农村物流体系。在此过程中，应重点加强对农产品分拣及运输等环节的技术投入，实现对物流运输过程的实时监控和精准管理。这不仅能够显著提升物流配送效率，减少农产品损耗，还能为消费者提供更加优质、可靠的购物体验[8]。

5.2. 政府应加大对农村电商发展的政策与资金支持

为了有效推动农村电商的蓬勃发展，政府应当采取一系列全面且灵活的策略。首先，政府应制定一系列适应农村不同经济条件和电子商务发展阶段的指导政策，这些政策应涵盖税收减免、创业扶持、产权保护及市场准入等多个方面。确保政策的覆盖面广泛、灵活性强，同时加强监管和引导，以保障政策的有效执行。其次，政府应建立与农村电商从业者和创业者之间的定期沟通机制，深入了解他们的实际需求，积极征求他们的意见和建议。这有助于减少政策重复、提高政策适应性，确保政策之间的协调性和一致性，为农村电商的发展提供更为精准的扶持[9]。此外，农村电商的发展离不开政府的资金支持。政府应在资金分配和使用上加强监督，确保资金的有效利用。针对农村电商在数字技术研发、电商平台升级、物流配送、市场推广及人才培养等方面的需求，政府可以设立专项基金，提供必要的资金支持。同时，通过提供补贴和贷款等金融服务，帮助农村电商解决资金周转和资金瓶颈问题。通过加大政策与资金支持力度，政府能够为农村电商创造一个更为有利的发展环境，推动农村经济的转型升级，促进农民增收，实现农村发展的可持续性[2]。

5.3. 培养、引进电商人才

为了培养农村电商人才，可以建立综合培养机制，由地方政府主导，与高校、研究院等组织结构合作，打造集产业、学术和科研为一体的培养体系，培养一批理论与实践相结合的新型农村电商人才[10]。农村电商人才的培养必须借助政策红利，探索电子商务与智慧农业、农产品加工制造、乡村生活体验、乡村旅游旅居等的关系，推动团购、直播、预售、领养、定制等营销新思想新方法在农村电商应用[11]。深入学习 C2F、O2O、社交电商等前沿商业模式，以互联网思维为指导，增强电商人才的市场观察力和洞察力，进而培养其敏锐捕捉商机的能力。要想吸引专业人才来到农村地区进行发展，改善农村电商的发展环境，完善相关激励政策和基础设施建设是首要条件。通过提供优厚的福利待遇、创业支持和发展机会，为人才引进和鼓励大学生返乡创业打下物质条件基础，为电商人才的发展提供良好的工作和生活

环境,有效激发农村电商人才创新精神和创业热情。据中国互联网络信息中心2022年发布的《中国互联网络发展状况统计报告》最新数据显示,我国农村网民规模庞大达2.84亿,但其中初中学历以下的网民占比超过60%,这反映了农村网民在教育水平上的不足。针对上述情况,可以推广普及农村电商的专业知识,提升他们对新知识和技术的接受能力、增强他们的创新意识,让他们积极的参与到发展农村电商的队伍中来,将他们培养为复合型电商专业人才。

5.4. 实施品牌战略,完善农村电商供应链体系

农业品牌化建设是提升农产品竞争力、推进农业供给侧结构性改革的有效途径。首先,加强对农户的品牌教育与品牌培训,强化农户品牌意识。组织专业的培训机构与专家团队,开展针对农户的电商品牌教育培训课程。其次,强化对农村电商品牌创建的激励与保护,提高农产品品牌建设的积极性。系统梳理当地农村电商企业,引导有条件的农户开展“三品一标”认证,对认证成功的企业给予经济支持。建立健全农村电商品牌知识产权保护机制,确保电商品牌的独特性与独占性,提高农户保护自身品牌权益的积极性。最后,以多元化渠道宣传推广农村电商产品品牌。农村电商要借助互联网广告和社交媒体等平台,加大对产品内容的宣传推广,注重农产品的品牌宣传与形象塑造,提高农产品在市场上的核心竞争力。农村电商还可以通过与大型的农产品电商平台进行合作,借助其流量和用户基础来获得更大的市场曝光度[12]。

农村电商的蓬勃发展离不开一个高效且完善的供应链体系作为支撑。借助物联网和无线传感器网络等前沿数字技术,我们能够实时监控农产品的生产与采购、质量检验与加工、入库与仓储、订单处理和物流配送、产品推广与销售以及售后服务与反馈等全链条环节。这一过程中,农村电商需与农民、农产品供应商、仓储物流公司以及营销商、销售商、售后服务部门等合作伙伴建立紧密的合作关系,确保农产品品质卓越,同时减少存储与物流运输成本,为消费者提供卓越品质的农产品与个性化的服务,从而不断提升消费者的满意度和忠诚度。为了实现农产品产业链的升级和创新,农村电商应积极与其他企业开展资源共享和经验交流,实现优势互补。在产业升级的进程中,农村电商可以引入先进的设备和技术,不断探索新的工艺,优化生产流程,凸显农产品的地域特色和传统文化,打造独具特色的品牌形象和标识。这些举措将极大增强农产品的核心竞争力,拓展市场份额,提高市场集中度,为农村电商的可持续发展奠定坚实基础[13]。

6. 结语

综上所述,在“数商兴农”工程下,农村电商市场被注入了许多新的活力,呈现蓬勃增长态势,传统的业态和模式实现了不断的升级与创新,农村电商直播也随着农村地区的网络覆盖程度和手机使用率的不断提高而快速兴起。但由于农村电商仍面临着大部分农村电商的数字基础设施落后、农村电商平台及技术升级和发展所需要的成本较高、缺乏数字技术与农村电商人才以及农产品缺乏核心竞争力等问题。要想优化农村电商发展的路径,更好的推动农村经济的发展和乡村振兴战略的实施,需要加强数字技术对农村电商的助力、加大对农村电商发展的政策与资金支持、培养并引进农村电商人才、实施品牌战略以及完善农村电商的供应链体系。

参考文献

- [1] 陈晓红,李扬扬,宋丽洁,等.数字经济理论体系与研究展望[J].管理世界,2022,38(2):208-224,13-16.
- [2] 罗春莲,王永成.数字乡村建设背景下农村电商发展的问题与应对策略[J].现代化农业,2023(11):62-65.
- [3] 刘通.数字经济背景下农村电商平台创新与发展策略[J].商业经济研究,2021(19):141-144.

-
- [4] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴: 价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.
- [5] 李芬娟, 易海峰. 乡村振兴战略视域下县域农村电商人才培养路径研究[J]. 商场现代化, 2021(23): 45-47.
- [6] 许宁宁, 王璐, 胡雄. 数字经济环境下农村电商发展新态势[J]. 全国流通经济, 2023(20): 28-31.
- [7] 吴迪. 数字经济背景下农村电商发展困境与对策[J]. 商业经济研究, 2022(5): 101-104.
- [8] 段雨欣, 马培武, 李英嫄. “数商兴农”背景下我国农村电商发展前景探析[J]. 物流研究, 2024(3): 64-67, 79.
- [9] 马凯, 王建兵. “数商兴农”背景下农村电子商务发展对策研究——以天水市秦州区为例[J]. 物流科技, 2024, 47(1): 96-99.
- [10] 李斯媛. 数字经济背景下的农产品电商运营[J]. 农村经济与科技, 2023, 34(15): 247-250.
- [11] 殷光华. 乡村振兴战略下农村电商对传统市场的影响及应对[J]. 商场现代化, 2024(6): 38-40.
- [12] 闫鑫. 乡村振兴背景下农村电商发展机遇、困境及对策分析[J]. 中国商论, 2023(7): 41-44.
- [13] 钟雷明. 剖释、困境、突破: 以“数商兴农”构建乡村振兴新格局[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2024, 21(3): 45-49.