

# 电子商务盛行背景下乡村振兴面临的机遇与挑战

谷姗姗

南京信息工程大学商学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年6月17日; 录用日期: 2024年7月12日; 发布日期: 2024年8月9日

## 摘要

在电子商务盛行的背景下, 是否以及如何将乡村振兴计划与电子商务相结合成为了相关部门需要思考的新问题。在过去, 互联网普及率是阻碍农村电商发展的最大困难, 但随着互联网的发展, 农村互联网普及率越来越高, 农村电商发展也迎来了新契机与新挑战。电子商务逐步渗透到农村生产、流通和消费领域, 变成了乡村振兴的重要驱动力。然而, 在电子商务驱动乡村振兴战略的实施过程中, 遇到了设施、政策和管理等方面的问题。因此, 本文探讨了电子商务对乡村振兴计划的影响, 以及农村电子商务发展的困境并提出相关建议。

## 关键词

电子商务, 乡村振兴, 农村电商, 农村经济, 城乡差距, 生产要素

# Opportunities and Challenges Faced by Rural Revitalization in the Context of E-Commerce Prevalence

Shanshan Gu

School of Business, Nanjing University of Information Science and Technology, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 17<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jul. 12<sup>th</sup>, 2024; published: Aug. 9<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

In the context of the prevalence of e-commerce, whether and how to integrate the rural revitalization plan with e-commerce into a new issue that relevant departments need to consider. In the

past, the Internet penetration rate was the biggest obstacle to the development of rural e-commerce. However, with the development of the Internet, the rural Internet penetration rate is getting higher and higher, and the development of rural e-commerce also ushered in new opportunities and challenges. E-commerce has gradually penetrated into the fields of rural production, circulation, and consumption, becoming an important driving force for rural revitalization. However, in the implementation process of the e-commerce driven rural revitalization strategy, problems have been encountered in terms of facilities, policies, and management. Therefore, this article explores the impact of e-commerce on the rural revitalization plan, as well as the difficulties in the development of rural e-commerce and puts forward relevant suggestions.

## Keywords

E-Commerce, Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Rural Economy, Urban-Rural Gap, Production Factors

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

随着互联网的不断发展，不仅仅在工作中得到广泛的应用，互联网也越来越多的运用到了生活中的各个方面。近些年来，从最初的淘宝，京东等，拓展到如今热门的抖音，拼多多等等各大网络购物平台。这些应用可以让消费者足不出户就能买到想要的东西，并且随着网络购物的完善，消费者的权益保护措施也越来越完善。与此同时，电子商务的发展也正受到新技术的深度引领。例如人工智能，物联网，5G技术以及人工智能等。将这些新的高新技术和电商相结合，不仅可以通过预测市场趋势，分析消费者的行为需求等，来优化消费者的购物体验，还可以加强电商平台商家对市场的形式，消费者的需求的识别和判断能力，从而促使商家能够对市场变化做出快速反应。

为了实现我国经济实现现代化发展，除了要继续加强城市现代化经济发展，推进农业现代化，缩小城乡差距也是重中之重，因此，党中央在二十大报告中提出推进乡村振兴计划。乡村振兴不仅是全面建设社会主义现代化国家至关重要的一环，也是最困难的一环。我们要优先发展农业农村，协调城乡建设与发展，加快城乡之间的生产要素流通。《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》给我们指明了方向，其明确指出：全面建设社会主义现代化强国，乡村振兴任务依旧艰巨。随着互联网不断充斥在社会生活的各个方面，将乡村振兴与互联网的发展相结合，这将给农村农业发展带来前所未有的机遇与挑战。

发展电子商务是大势所趋，并且我国农村电子商务发展已经取得了一定成就。但是农村电子商务的发展还存在很多问题。为了更好地实现乡村振兴，解决农村电商发展过程中遇到的问题显得至关重要。因此，本文将就此展开中国农村电子商务发展面临的问题及解决措施。

## 2. 文献综述

从微观来看，农村电商发展对农村发展的不同发面产生了影响。首先，姜绍华[1]认为农村电商已成为乡村全面振兴的重要抓手，对乡村产业、人才、文化、生态、组织以及消费等，都有着重要的提振效应。农村电商利用淘宝，京东，抖音等交易平台，将产品推广到了中国各个地区甚至全世界，极大地扩

宽了农产品的销售渠道,提高了农产品的市场占有率。这不仅推动了农村农业产业结构调整,还能够增加居民收入,促进农村经济发展。其次,程艳冉认为,农村电商的发展带动了仓储,加工,物流等产业的发展,促进了农村地区产业链的完善,加强了农村地区与农村地区,农村与城市之间的要素流动[2]。陈享光使用双重差分法和全国县域面板数据,研究发现,返乡创业政策通过促进创业、推动第二、三产业发展以及吸引要素流入等途径,显著提高了试点地区的农村居民收入,且这种政策效应具有较好的包容性和农村偏向性。各地区应不断加强对返乡农民的创业支持和政策引导,持续优化创业环境、加快非农产业发展、提高地区的要素吸引力并创造更多的创业就业机会,以提高农村居民收入和推动城乡均衡发展[3],缩小了城乡收入差距[4]。也有学者发现,农村电商发展对城乡一体化产生了积极作用。目前,农村电商主要以私企为主,有学者就数字经济对私企的影响展开研究,基于2011~2020年中国30个省市区市面板数据,运用熵值法赋权并测度各地区数字经济发展水平,发现数字经济会对私企就业机会产生正向影响[5]。

从宏观来看,在国家大力推行农村电子商务促进乡村振兴的背景下,电子商务进农村综合示范政策的实施在一定程度上推动了当地电子商务的发展[6]。农村电子商务打破了城乡之间的信息壁垒,促进了城乡资源的优化配置,以较低的成本推动了农村地区产业升级和结构调整,促进农村地区的经济发展[7],并且这种促进作用对人力资源水平不同的地区促进作用具有差异化[8],即人才水平越高,电子商务对农村经济发展的促进作用越强。刘建刚等运用2010~2016年中国30个省份的面板数据,采用面板门槛模型,得出结论:脱贫水平与农村电商发展水平之间存在着显著的以农村人力资本为门槛变量的双重门槛效应;进一步研究发现,当农村人力资本低于2.1430时,农村电商发展水平对脱贫水平不产生显著的正向影响,在区间[2.1430, 2.3068]内,农村电商发展水平正向影响农村脱贫水平,当水平高于2.3068时,农村电商发展水平对农村脱贫水平产生的正向影响越来越显著[9]。有学者利用浙江省地级市为研究对象,进一步研究表明,电子商务的农村网商集聚程度对农民收入的促进作用呈现倒“U”型的促进效果,即在发展初期,农村网商集聚程度越高,农民收入越高;当农村网商集聚程度达到一个阈值,将会对农民收入产生抑制作用[10][11]。与此相对,有学者认为电商的发展会加剧利益和价值流入少部分人手中,使得高收入人群的收入增长速度大于低收入人群,即精英俘获,可能会进一步加大城乡收入差距[12]。

### 3. 电子商务与乡村振兴发展现状

#### 3.1. 电子商务发展现状

农村电商是指利用电脑、网络、多媒体等现代信息技术,为从事农业相关工作的生产经营主体提供在线完成成品或服务的销售、采购、电子支付等商务交易的过程。农村电商是电子商务向农业及农村相关产业发展而产生的新业态。农村互联网的发展现状可以从以下几点展开讨论:

##### (1) 农村互联网普及率进一步提升

据中国互联网信息中心(CNNIC)2024年公布的第53次《中国互联网发展状况统计报告》数据显示,我国的上网用户数已经从第一次的《中国互联网发展状况统计报告》调查的62万人,发展成为2023年的10.92亿人,较2022年12月新增网民2480万人,互联网普及率达到77.5%。其中农村网民规模达到3.26亿人,较去年增长1788万人。2021年,我国网民规模突破十亿,在农村地区,互联网普及率快速提升,到2023年已达到66.5%。

##### (2) 农村电商规模稳步增长

《中国电子商务报告(2024)》其次,我国网络购物用户规模已达9.15亿人,网络零售额攀升至15.4亿元,连续11年位列世界第一。再次,截至2022年12月,我国建成全球规模最大的移动物联网,连接

数达到 18.45 亿户，成为全球主要经济体率先实现“物超人”的国家。根据德国权威数据分析公司 Statista 发文指出，2023 年，全国农村网络零售额达 2.5 万亿元，比 2014 年增长近 13 倍；全国农产品网络零售额达 5870.3 亿元，同比增长 12.5%。

### (3) 农村电商政策支持力度持续加大

最后，我国也在不断完善相关制度。在 2014 年，农村地区引入电子商务的政策开始在我国展开实施。该政策的主要内容如下，该政策在致力于改造和建设县级电子商务服务中心和村级电商服务站点、建立相应的供应链并且建立农业线上产品品牌，加强农村电子商务的培训以及质量监管。这不仅可以有效地利用农村剩余劳动力，还可以增加农村收入，促进农村地区经济发展。此后，我国又相继出台了《网络安全法》、《电子商务法》、《个人信息保护法》等，以求网络空间以及电子商务稳定健康发展。

## 3.2. 乡村振兴现状

为了根本性的解决三农问题，我国提出了乡村振兴计划。乡村振兴计划致力于将农业发展成为发展社会主义市场经济的积极面，他强调全面推行农业现代化，增加农民收入和打造社会主义美丽乡村，这有利于保障国家粮食安全和促进城乡统筹发展的现代化产业。

为了加快乡村振兴计划，我国出台了一系列政策和举措，例如 2024 年中央一号文件提出推进乡村全面振兴“路线图”以及各个地区的地方政策。首先，要加强农村地区的基础设施建设，例如道路、电力以及网络等交通条件和生活条件；其次，大力打造农村特色产业，不仅要产品推广在国内各地，还要让产品走向世界，除了发展农业产品，还要扶持乡村旅游，促进农村经济多元化发展；同时，除了发展经济，还要通过各种培训和教育，提高整体的道德素质教育，提升农民形象，提高农民技能水平和创业意识；最后，在生态环境方面，要加强农村环保意识，同时对外来人员加强监管，保护土地资源和水资源。

虽然近些年来，乡村振兴计划进程较快，但是再实施过程中仍然存在问题和挑战。农村地区固有的经济基础和设施都较为薄弱，资金和技术的匮乏对乡村振兴计划产生了非常大的限制。其次，农民思想意识的转变是一个长期缓慢地过程，在培训和教育上有很长的路要走。此外，农村的环境治理不仅需要及时的纠正，也需要农村地区习惯的养成。

## 4. 农村电商对乡村振兴的影响效应和意义

### 4.1. 农村电商对乡村振兴的影响

农村电商政策对乡村振兴的影响路径可以分别从收入效应和溢出效应两个方面进行分析。

首先收入效应是指在货币收入不变的情况下，某种商品价格变化对其需求量的影响。一方面，相对于信息传播既快速又准确的电子商务，农村地区受限于卢坡后的信息通讯技术和互联网，导致其生产经营决策具有局部性、滞后性和粗略性等特点。农村地区的传统交易模式难以获取及时准确的信息，使得农民难以与大市场进行抗衡，只能被动的接受市场形势，进而导致农村市场处于劣势地位。然而，借助于互联网的优势，农村电商使信息传播变得快速又准确<sup>[13]</sup>。其中淘宝村可以有效的缓解小农的信息不对称，打破跨区域，跨层次的信息壁垒，促使农民能够高效的利用这些途径，更快更好地了解市场信息，对市场的变化做出快速且准确的反应，打破其作为“价格接受者”的困境。进一步的，农民可以根据市场需求定量的生产农产品，提高生产效率，这不仅避免了过度生产，而且可以稳定农产品的需求和价格，进而促进了农村居民收入水平。农村电商不仅可以让农民直接销售产品，减少中间环节，增加农民单笔收入；还可以利用电商平台的物流，金融服务，宣传等以增加销量，进一步增加农民收入。另一方面，通过降低信息、搜索、合作等交易成本，农村电商可以促进资源高效利用，推动农村经济发展。首先，

农村电商降低了获取市场信息的成本，为农民提供了一个公开透明的交易平台；其次，相对于大户，农村小户电商能够快速匹配买卖双方，从而降低匹配成本，提高了农村小户电商的交易效率；此外，农村电商可以打破地理位置的限制，加快商品流通速度，提高农产品销量，进而提高农民收入；最后，农村电商改变了传统的销售模式，交易方式从 C2B2C 到 C2C，实现了一对一，点对点的销售，有较正规的契约保护，提高了产品生产的针对性，降低风险，以高效率。

其次，农村电商对农民收入的空间溢出效应可以分别从“扩散效应”、“示范效应”、“互馈效应”三个方面来分析。“扩散效应”在农村电商发展初期，在资源丰富，地理位置便利的地区，能够率先成为电商聚集地，借助周边要素流入，发挥出垂范作用。随后，优势地区发展起来的资金链、优质的人才资源、供应链以及技术支持和经验积累会逐渐向周边地区溢出，进而带动周边地区经济发展。“示范效应”是指在电商发展较好的农村地区会对周边地区产生激励作用，可以增加周边地区发展农村电商的信心，并且向优势地区学习和借鉴，因此，优势电商发展地区对周边农村的确具有“示范效应”。“互馈效应”即优势地区和周边地区互相回馈，合作共赢，共同发展。优势地区农村电商的发展可以带动周边地区的仓储、物流的发展，促进平台和周边的相互配合，形成新的产业链条和价值链条，从而带动周边地区的发展。优势地区和周边地区之间要素的良性流通与信息交流，有利于各地区之间形成良性竞争和合作共赢的市场环境，进一步促进农村经济发展，从而推进乡村振兴政策的进行。

## 4.2. 农村电商发展的意义

首先，电子商务在农村的发展最根本的目的就是为了扩宽农民收入的渠道，增加农村居民的收入。一方面，农村地区可以利用其闲置土地建设完善仓储功能、建立农村电商公共服务中心，在不断完善自己的配套设施过程中，不断吸引各大电商的入驻和投资，进而形成一批集产业、资源、人才、生活、创业为一体的多功能农村电商园区。另一方面，电商在农村的发展为乡村振兴提供了新路径。在电商入驻农村之前，农村的劳动力资源不断地向城市输入，以至于农村地区越来越缺乏劳动力和人才，对农村地区的生机和活力造成了严重损害。农村电商的发展促使更多的农民工企业家返乡创业。随着劳动力和人才的回流，促进了农村地区经济发展。

其次，在数字化高速发展的时代背景下，传统单一的农村产业结构难以抵御外部风险，已经不再适应新时代的发展趋势，而农村电子商务的发展可以促进产业结构调整与升级。发展电商已经成为农村经济发展的必经之路，利用信息化手段赋能农村产业生产、加工和销售等环节，完善农业产业链和数字化资源，促使了农村产业函数升级和重构，农业体系全面升级<sup>[14]</sup>。根据德国权威数据分析公司 Statista 显示：2023 年，全国农村网络零售额达 2.5 万亿元，比 2014 年增长近 13 倍；全国农产品网络零售额达 5870.3 亿元，同比增长 12.5%。可以看出，农村带农对于农村产业的渗透率较高，通透性强。

## 5. 农村电商发展面临的问题

### 5.1. 政策支持与监管

在农村电子商务发展过程中，各级政府也在积极的发挥着主导作用，引导和保护农村电商的发展。然而，农村电商在发展过程中会因为实际情况的不同和发展阶段的不同，产生不一样的变化，那么相应的政策可能也不再适用。一方面，由于地区差异，相关政策在实际执行过程中也会在力度方面表现出差异，进而造成不同地区电商发展进度不同；另一方面，由于电商兴起时间较短，相关政策制度还不健全，况且，相关政策的出台也难以紧跟电子商务瞬息万变的发展现状。因此如何制定个性化和适用性强的政策是电子商务中在农村发展的一个难题。

此外，随着网络的普及与应用，网络平台也容易成为法外之地。由于农村电商的复杂性，涉及不同

行业和领域，加之网络虚拟的特点，导致监管难度巨大。农村电商是主要以线上交易的方式进行的，那么消费者在挑选产品时只能依靠图片、视频或商家的描述，然而这些内容的真实性难以保证，这就给监管部门带来了巨大的挑战。

## 5.2. 配套设施有待完善

首先，电子商务发展的依托就是信息化技术。然而，农村地区的网络单一，技术落后，信号差，覆盖不完全，影响了网络直播效果和线上交易。据《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至 2023 年底，农村地区互联网普及率为 66.5%。虽然近年来农村地区互联网普及率正在逐步上升，但是从数据可以看出，与城市地区相比，接近一半农村地区没有实现互联网络全面覆盖，从而影响农村地区获取网络信息的能力，进而影响农村电商产业发展。

其次，农村地区在电商发展起来之前，其物流体系基本没有。随着电商的发展，农村地区的物流覆盖率虽然有所提高，但是鉴于农村地区产业呈现分散化以及交通运输不便利的特点，其运输链条较长，成本较高。大多数快递企业在农村地区的基站少，增加了农村地区电子商务交易的困难程度。

## 5.3. 人才瓶颈

现在经济发展已经不在是依靠自然资源的时代，而是数字经济时代。人才是经济时代重要的生产力，这关系着经济发展的战略性问题。然而在电子商务刚刚兴起的农村地区，却缺乏人才这一重要要素，限制了相关产业的发展。一方面，年轻人不满足于农村地区的就业机会，生活条件等，纷纷奔向大城市发展，这导致农村地区人才流失严重。城乡之间在经济、文化、基础设施之间的巨大差距，促使大部分年轻人背井离乡，高素质人才向大城市流动，年轻劳动力的流失必然导致农村地区的经济发展则以中老年为主导。而中老年人的受教育程度较低，思维不灵活，接受新技术和新型经济结构的速度慢，这直接限制了电子商务的发展。另一方面，农村地区环境虽然受污染小，能够吸引一部分养老的退休人员；但是缺乏就业和创业机会，难以吸引处在奋斗阶段的年轻人。在当今数字经济时代，适应新经济结构的人才不仅需要掌握计算机科学、管理学、供应链、营销学等知识，还需要具备实践经验。农村地区在引进和留住人才方面不具优势，农村地区明显缺乏专业素质强的高质量人才。

## 5.4. 产品缺乏品牌效应

品牌效应是农村电商产业实现长期发展的重要一步。然而，在发展初期的农村电商产业中，农民仅限于简单的辅助包装，忽视了产品设计和品牌效应。由于缺乏农产品的品牌打造，不仅会削弱农村产品的优势，而且随着消费者对产品质量的要求越来越高，也会降低消费者对农产品的购买热情。相对于没有品牌营销的产品，消费者会认为品牌商品的质更具保障，因此，在网络购物时会偏爱知名品牌产品，降低了农产品的竞争力，这必然会对农产品的销量产生影响，进而限制了电子商务在农业领域的长期发展。

# 6. 农村电商发展面临的建议

## 6.1. 加强监管和制定个性化政策支持方针

相关部门所制定的政策是农村电子商务稳定持续发展的重要保障，因此在电子商务促进乡村振兴的道路上，需要各部门制定个性化的政策并且加大对电子商务平台的监管力度。首先，市场监管部门应该对不同的行业及产品制定严格的标准，约束农民的生产行为，保障消费者权益，让农村电子商务更好更健康的发展。其次对指定的法规严格执法，这既符合我国依法治国的路线，还能够对不法商家起到震

慑作用。执法部门严格执法能够使商家守住法律底线，确保其在规范中发展。最后，在执法过程中要做到对优秀商家进行表扬鼓励，已达到各个相加相互效仿的良性循环；对于违反法规的商家，要加大对其的惩罚力度，提高其违约成本，一经发现，必然导致其亏损的惩罚力度，使其违约成本远高于投机收益，那么违法商家将会越来越少，农村电子商务的市场环境也会越来越健康。

## 6.2. 完善基础设施与物流体系

基础设施和物流体系是电子商务必不可少的组成部分，如果没有基础设施和物流体系，就难以将商品运输到消费者手中，即无法形成交易。首先，农村地区还有非常大的部分没有普及互联网，这严重阻碍了农村电子商务对乡村振兴计划的推动作用。因此，需要加快实现农村地区互联网全面覆盖，从而拉动信息终端的整体运行。此外，在完善供应链时，要加强物流体系建设。物流体系的完善不仅可以更好地优化用户体验，还可以为农村地区提供新的就业岗位，以增加农民收入。管理部门严格制定物流配送机制，设立多个物流配送中心，高效的完成交易，保证用户体验感，增加消费者粘性，进而促进乡村振兴的发展。

## 6.3. 强化电商人才的培养和引进

区别于传统行业，电商所需要的人才不仅需要掌握计算机科学、管理学、供应链、营销学等知识，还需要具备实践经验。首先，要争取保留住农村地区的人才，并且加大对农村地区人才的培养力度，提高农村地区电商人才的综合素质。可以加大定向培养的资金支持，积极的对返乡建设人才的施行激励措施，以保留住本土人才。其次，有关部门要制定人才激励机制，对于外来人才，要给与适当生活补贴，保障其基本生活，让其能够无后顾之忧，全力以赴的发展农村电子商务。同时，政府应当制定包括税收又会，资金扶持等支持政策，这有助于降低电商人才的创业成本，更有助于吸引电商人才。最后，要加强对农民的培养以提高农村地区整体的综合素养。有关部门可以开设电商相关的公开课，例如网络营销、物流管理、互联网技术概论等课程，鼓励农民不断学习并提升其技能。

## 6.4. 强化品牌建设

随着社会的发展，消费者对于产品质量的需求越来越高，那么与大牌产品相比，农村产品要想得到消费者的青睐，除了要有过硬的质量，要需要打造自己的品牌形象。首先，农业产品可以抓住消费者对绿色产品的重视程度不断加大的特点，进行绿色食品和有机农产品认证，注册产品商标，以增加农业产品的附加值，进而提高农产品在市场上的认可度。其次在建立了品牌之后，需要加大品牌的宣传力度。例如，当代消费者越来越注重在日常生活中养生，那么，农产品就可以利用新媒体等宣传渠道，着重对其自身优势即其养生功能性的宣传，已征得消费者的偏好。最后，除了要顺应消费者的需求，还要善于运用大数据及时捕捉市场变化，避免机械的模仿和复制产品，要积极创新，根据具体情况推出特色产品，努力引领新的消费热点，争做时代的领头羊。

## 7. 结语

党的二十大报告为我们提出了社会主义现代化强国的宏伟蓝图，并且为全面推进乡村振兴计划做出了重大战略部署。农村电子商务作为促进乡村振兴计划的重要手段之一，不仅给农村经济发展注入了新的活力，而且还增加了农村地区的就业。

通过本文的梳理可以发现，虽然电子商务在农村的发展趋势较好，但是我么依旧可以发现一些阻碍其进一步更好更快发展的问题。在政策方面，必须对电商发展进行合理合适的定位，制定个性化的政策支持与政策监督文件。对各个商家要制定明确的奖惩机制，规范农村电子上的发展。在基础设施上，需

要加快实现农村地区互联网全面覆盖,从而拉动信息终端的整体运行,并且要加强物流体系建设,设立多个物流配送中心,以期给消费者最佳的购物体验。在人才引进上,不仅要设立相应的培训机构或基金支持来培养本地人才,还要设定相应的激励政策来吸引外来人才,要学会善于利用人才,加强农村电子商务的管理发展。在品牌效应上,农产品除了要有过硬的质量,要需要打造自己的品牌形象。例如:进行绿色食品和有机农产品认证,注册产品商标,以增加农业产品的附加值,进而提高农产品在市场上的认可度。并且需要加大品牌的宣传力度和善于运用大数据及时捕捉市场变化,积极创新,争做领头羊。

随着电子商务在农村的摸索发展,农村电子商务在市场上的作战份额越来越大,对经济发展的作用不可忽视,取得了丰硕的成果。但是如果要在未来的道路上继续保持农村电子商务的“健康活力”,还要不断的自省和改正。

## 参考文献

- [1] 姜绍华. 农村电商对乡村振兴的提振效应及其推进路径研究[J]. 乡村论丛, 2023(6): 39-46.
- [2] 程艳冉, 楼智慧. 农村电商助推农村产业结构转型升级研究——以义乌为例[J]. 中国管理信息化, 2020, 23(17): 148-150.
- [3] 汤龙, 陈享光, 赵妍妍. 返乡创业能提高农村居民收入吗?——基于返乡创业试点政策的考察[J]. 农业技术经济, 2023: 1-18. <https://doi.org/10.13246/j.cnki.jae.20230118.003>, 2023-01-19.
- [4] 陈享光, 汤龙, 唐跃桓. 农村电商政策有助于缩小城乡收入差距吗——基于要素流动和支出结构的视角[J]. 农业技术经济, 2023(3): 89-103.
- [5] 陈昕, 靳辉. 数字经济、技术创新和私企就业机会——基于中介和门槛效应的实证检验[J]. 科技与经济, 2023(5): 41-45.
- [6] 唐跃桓, 杨其静, 李秋芸, 朱博鸿. 电子商务发展与农民增收——基于电子商务进农村综合示范政策的考察[J]. 中国农村经济, 2020(6): 75-94.
- [7] 张欣. 农村电商政策对城乡一体化发展的影响——消费潜力的异质性调节作用[J]. 商业经济研究, 2022(17): 189-192.
- [8] 唐红涛, 郭凯歌, 张俊英. 电子商务与农村扶贫效率: 基于财政投入、人力资本的中介效应研究[J]. 经济地理, 2018, 38(11): 50-58.
- [9] 吴昊, 张东玲, 王艳霞. 数字经济对城乡收入差距的影响研究——基于农村产业融合中介效应和门槛效应的实证检验[J]. 云南农业大学学报(社会科学), 2023, 17(6): 85-93.
- [10] 李琪, 唐跃桓, 任小静. 电子商务发展、空间溢出与农民收入增长[J]. 农业技术经济, 2019(4): 119-131.
- [11] 李宏兵, 王爽, 赵春明. 农村电子商务发展的收入分配效应研究——来自“淘宝村”的经验证据[J]. 经济经纬, 2021, 38(1): 37-47.
- [12] Nakayama, Y. (2009) The Impact of E-Commerce: It Always Benefits Consumers, But May Reduce Social Welfare. *Japan and the World Economy*, 21, 239-247. <https://doi.org/10.1016/j.japwor.2008.10.001>
- [13] 罗珉, 李亮宇. 互联网时代的商业模式创新: 价值创造视角[J]. 中国工业经济, 2015(1): 95-107.
- [14] 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.