

农村电商经济赋能乡村振兴：价值意蕴、现实阻碍及推进策略

郭秀雯

贵州大学公共管理学院，贵州 贵阳

收稿日期：2024年7月10日；录用日期：2024年10月25日；发布日期：2024年11月4日

摘要

农村电商经济是数字经济的重要组成部分，对乡村振兴具有深远的影响。作为乡村振兴的新引擎，农村电商经济赋能乡村振兴内在地契合城乡共同富裕和乡村振兴高质量发展的必然要求，在促进经济增长、就业、城乡融合、提高人民生活水平等方面发挥着重要作用。但也存在着如政府政策落实不到位、产业结构单一、专业人才稀缺、物流体系不完善等方面的限制。因此，本文基于乡村振兴这一战略背景，对农村电商经济赋能乡村振兴的现实阻碍做了深入剖析，并提出了相应的对策建议，探讨农村电商经济如何更有效地赋能乡村振兴、进一步激发乡村经济的活力、实现乡村可持续发展。

关键词

农村电商经济，乡村振兴，推进策略

Empowering Rural Revitalization with Rural E-Commerce Economy: Value Connotation, Realistic Obstacles, and Promotion Strategies

Xiuwen Guo

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 10th, 2024; accepted: Oct. 25th, 2024; published: Nov. 4th, 2024

Abstract

The rural e-commerce economy is an important part of the digital economy and has a far-reaching impact on rural revitalization. As a new engine of rural revitalization, rural e-commerce economy

empowers rural revitalization, which intrinsically meets the inevitable requirements of urban and rural common prosperity and high-quality development of rural revitalization, and plays an important role in promoting economic growth, employment, urban-rural integration, and improving people's living standards. However, there are also limitations such as the lack of implementation of government policies, the single industrial structure, the scarcity of professional talents, and the imperfect logistics system. Therefore, based on the strategic background of rural revitalization, this paper makes an in-depth analysis of the practical obstacles to rural revitalization empowered by rural e-commerce economy, and puts forward corresponding countermeasures and suggestions to discuss how rural e-commerce economy can more effectively empower rural revitalization, further stimulate the vitality of rural economy, and achieve sustainable rural development.

Keywords

Rural E-Commerce Economy, Rural Revitalization, Advance Strategy

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

乡村全面振兴，电商大有可为。在党和人民的共同努力下，脱贫攻坚战取得全面胜利，实现了全面建成小康社会的目标任务，脱贫攻坚任务完成后，全面推进乡村振兴、实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴的有效衔接体现了“三农”工作重心的历史性转移[1]。这也是在共同富裕进程中防止规模性返贫的重要措施。早在 2005 年的中央一号文件中，电商就已经初露头角。而在党的十八大之后的纲领性文件中，它逐步超越了纯粹的商品交易范畴，不再仅限于商品流通，而是深化为一个集电商平台运营、物流配送以及全方位售后保障于一体的综合性服务，从单一的生产制造转向了自主设计。这一变革在 2015 年“开展电子商务进农村综合示范”写入一号文件而得到了推动。2022 年 2 月，《中共中央国务院关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》发布，这是新世纪以来中央连续出台的第 19 个指导“三农”的一号文件，其中明确了要实施“数商兴农”工程，推进电子商务进乡村，重点发展农村电商经济，以数字技术推动农村电商的转型升级，加速电商与一二三产业的融合[2]。2024 年的中央一号文件倡议推行农村电商经济的高品质发展项目，强调推进县一级的电商直播基地建设和利用网络平台销售乡村特色产品，农村电商经济再次被赋予了新高度。在 2024 年 3 月份由商务部与其他八部门共同发布的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》中明确了要构建高水平的农村电商服务网络，推动农村电商经济的发展，使其在推动乡村振兴中发挥更为核心的作用。一系列政策的颁布，通过引领示范、行动计划等方式，为农村电商的长远发展勾勒出了明确且具体的蓝图。

随着电商的不断创新和变革，农村电商经济发展势头强劲，部分区域已经出现了淘宝村、淘宝镇、农村电子商务产业园区等典型的农村网络商业聚集现象，实现了农村地区资本、技术、资源等的跨界优化配置[3]。据《中国农村电子商务发展报告(2021~2022)》显示，2021 年全国农村网络零售额 2.05 万亿元，占全国网络零售额的 15.66%，同比增长 11.3%；根据商务部监测，2023 年全国农村网络零售额达 2.49 万亿元，全国农产品网络销售额达 0.59 万亿元[4]。作为新时期传统农业经济模式变革和农民增收就业的重要推动力，农村电商经济的发展为乡村振兴战略的实施提供了稳固的基础。但其发展仍不充分，农村电商经济在赋能乡村振兴的过程中存在哪些阻碍因素？如何激活农村电商经济的潜力并使其与乡村振兴

战略有效对接，已成为当前地方政府和农业经济学界关注的重点问题。

2. 电商经济赋能乡村振兴的价值意蕴

电商经济的发展对当地产业、人才、生活等三个方面产生直接作用，能促进当地产业转型升级，培育、吸引更多专业性人才支撑农村经济发展，改善百姓生活水平，为乡村振兴战略的实施带来新动能[5]。除此之外，电商经济还在生态、文化传承、振兴基层组织方面起到间接作用。而产业、人才、生活、文化、生态、基层组织则全部直接作用于乡村振兴。

2.1. 推进城乡融合，促进共同富裕

农村电商经济的发展打破了地理环境限制，让更多优质的农村特色产品“飞”出了大山，有效推进了城乡融合、助力乡村振兴、促进共同富裕。我国城乡二元对立由来已久，随着城市化进程的加快，城市和农村在资源配置、社会融入等方面的不平等逐步加剧。要破解发展不平衡不充分的问题，最艰巨最繁重的任务在农村。坚持农业农村优先发展、推进农村经济增长至关重要。而农村电商经济的持续健康发展则反映了农村经济的发展质量，是精准扶贫的重要手段，也是推动城乡融合、促进共同富裕的关键因素。政府通过发布一系列关于农村电商经济发展优惠和帮扶政策，带动了资金、技术、人才等生产要素向农村地区流动，促使农村地区和城镇地区的生产资源和要素双向流通融合。借助电商平台，可以缩小信息鸿沟，农民可以了解外部市场的产品需求，以此引导相关产品的培育、种植、定价等。农村地区电商经济的发展增强了农村经济发展的内生动力，也提高了其发展的外部动力，城镇和农村之间形成了一种互惠互利的良性发展互动，推进了城乡融合、走上了共同富裕之路。

2.2. 增加就业机会，带动青年人返乡创业就业

农村电商经济的发展为就业市场带来了新的活力和机会，成为了乡村振兴的新引擎。电商行业不仅吸纳了大量的就业，还催生了新的职业和岗位，为青年人提供了广阔的创业和就业平台。青年作为乡村振兴的“主力军”，其返乡创业就业体现了对经济利益和自我实现的需要，既顺应了数字经济时代的发展要求，又回应了乡村振兴的现实需要。在农村地区，返乡创业群体主要由拥有 5~8 年在外打工经历的“80 后”或 3~6 年在外学习深造的“90 后”青年组成，这其中有一半以上选择了电商，农村电商尤其是农产品上行的经营主体多由返乡青年主导[6]。大量青年返乡创业就业，有效整合了当地的各类资源，加速各类乡村科技的实践应用，推动农村电商经济的持续发展，为乡村振兴注入了不竭动力。一方面农村电商经济的发展不仅为青年人提供了丰富的就业机会，还帮助了当地边缘群体灵活就业，如残障人士，推动了就业市场的多元化和创新；另一方面，还激发了青年人的创业热情，带动改善乡村经营结构，帮助传统农户创收增收。

2.3. 助推乡村产业振兴，带动经济增长

产业兴旺是乡村振兴的重点，是解决一切农村问题的前提。鲜为人知的乡土特色产品，借助网络跨越山区障碍；农户亲自担任电商主播，引领潮流，推广乡村特色商品。乡土特色产品不再拘泥于简单的生产、销售环节，而是通过电商经济，将大量的农村资源变现，不断推进特色乡土产品的商品化、规模化建设，向加工业、服务业等后端领域发展。产销的直接对接，不仅压缩了中间流通环节，还推动农业产业的升级和效率提升，拓展了销售市场和农村产业的价值链，促使农村一二三产业融合发展。发展农村电商经济不仅能推动乡村产业的转型升级、带动经济增长、提高农村地区的经济活力，还有助于推动农村特色产品供需匹配，确保优质优价，拓宽农民的收入来源，直接增加了农民收入，进而提高农民的生活水平，成为了乡村振兴的有力支撑。

2.4. 改善农村人居环境条件，提升乡村治理水平

发展农村电商经济对于构建现代化农村具有重要意义。一方面，乡村振兴的要务是生态宜居。要将良好的生态宜居乡村环境与人民生活富裕相结合，在保护农村生态环境的前提下如何发展好农村经济成了重中之重。随着绿色环保意识的增强和政府的大力推广，绿色食品、有机食品被认为比常规食品更健康安全、附加价值更高，开始逐步进入大众市场。农村电商经济发展中的竞争，促使农民走上生态宜居的可持续发展道路，在种植生产农副产品的过程中开始注重品质，有意识地限制化肥、农药的使用，选择更绿色高效的农药产品，在产品的包装、运输、销售方面也更环保。一些村庄借助自身的生态资源优势，打造农旅商一体化村庄，推动乡村自然资源的增值。这些措施不仅尊重、保护了生态，还开发了特色产业、实现农村经济综合发展，在一定程度上改善农村人居环境条件，提升了村民幸福感。另一方面，农村电商经济的发展带来了新的思想观念，为传统乡村观念的改变、移风易俗拓宽了渠道，乡风文明在新时代重焕生机；从乡村共同体发展的角度来看，农村电商经济的发展，增强了村民之间的合作与信任，有助于电商与村庄内生秩序的相互融合，重塑乡村利益共同体，从而实现村庄秩序的稳定，提升了乡村治理水平[7]。

3. 电商经济赋能乡村振兴的现实障碍

近年来，我国农村电商经济发展如火如荼，全国农村网络零售额年年高升，拉动了社会消费增长和农村经济发展，有力助推了乡村振兴。然而，电商经济在赋能乡村振兴的过程中也存在着诸多不足。

3.1. 政府支持滞后，扶持政策落实不到位

在当下的农村电商经济繁荣发展的阶段，各地政府纷纷出台了多项旨在推动农村电商经济赋能乡村振兴的扶持及激励政策。不过，在具体实施过程中，这些政策往往缺乏一定的灵活性。一方面，政府及相关机构在设计政策时，可能忽视了市场、技术和社会环境的瞬息万变，未能随着外部环境的变化动态地调整政策。因此，面对特殊情况时间，这些政策的有效性往往大打折扣。另一方面，我国当前关于扶持农村电商经济发展的法律法规政策仍不完善，如农村金融资源供给不足，银行在农村设立的网点有限，创业信贷门槛高且授信额度小，而大多数想要在乡或返乡创业的青年农民由于缺少抵押和担保，很难获得银行的贷款批准，这无疑增加了小型电商起步的难度；还会导致部分经营困难的中小型企业融资困难、降低其竞争力，这些企业为了维持后续的发展可能会用不正当的手段扰乱市场环境，如恶意营销、打价格战等，不利于农村电商经济的健康发展。

3.2. 产品结构层次低，忽视品牌建设

要实现农村电商经济的可持续发展，在产业结构和品牌建设上都应做出长远规划，但很多地方的农村电商产品还没有形成产业链，特别是对农产品的加工率远低于发达国家。一方面，现阶段农村电商产品品种单一，生产方式较为传统。一些商家未能充分理解电商市场的多元化和竞争性，仅仅是简单的包装销售，直接把产品“搬”到网上，缺乏多样化和深加工的产品，没有衍生出大规模的产业链，农户无法获得产品的附加值。在政府层面，某些地区忽视了电商经济在重塑产业链和价值链方面的作用，无法提升产品的知名度和美誉度。另一方面，随着网络购物的快速发展，线上购物已经成为了消费者生活中必不可少的一部分。然而国内多数农村电商产品还未打造出自己的特色品牌，产品的生产和加工缺乏统一标准，质量良莠不齐，线上看到的和实际收到的产品有较大差别，不仅缺少品牌特色，还会降低消费者的消费欲望。由于受品牌效应的影响，农村电商的消费者容易流失。

3.3. 基础设施较薄弱，物流配送体系不健全

农村电商经济在乡村振兴中起着重要的推动作用，然而，我国农村电商经济尚在起步发展阶段，在

这个过程中物流基础设施体系不完善的问题尤为突出。首先,虽然目前已全面实现村村通,但农村的交通网络建设仍然较为落后。由于农村人口居住分散、交通出行需求不高,电商物流无法有效运行,物流的时效性和可达性大打折扣,尤其是在生鲜、冷链产品的销售和运输上不如城镇有优势。其次,农村物流仓储设施不完善。大部分的农村地区没有形成规范化、高效的物流仓储体系,无法有效解决商品的丢失和损坏问题,也难以满足商品大规模的购买需求和用户对快速配送的要求,增加了农产品网销的难度。除此之外,有些农村电商农产品原始价值偏低,如土豆、红薯等农作物。在现阶段低价倾销的战略下,快递物流成本偏高,而且还要支付产品包装和包装工人的费用,高昂的快递费用不仅使得消费者在购买时也要承担较高的运输成本,而且还对农民利益和农产品都造成了一定程度的影响。

3.4. 专业人才匮乏, 相关技能欠缺

农村电商经济的持续发展的最大动力就是人才,目前电商经济在农村地区的发展存在着缺乏具备电商专业知识和技能的人才的问题,无法满足经济发展的需求。农村电商经济发展所需的人才涉及多个层次、不同岗位。相比普通的城市电商,农村电商产品多涉及一些农畜产品,这就要求相关人员既要掌握一定的网络技能和营销手段,还要足够了解农副产品的生产知识。一是管理人才,很多农村小型电商商家没有专业的管理人员,也没有接受过系统的管理培训。二是运营人才,高素质的内容创作者尤为重要,包括作家、短视频制作者等,他们可以进行产品推广,帮助提升品牌知名度。但农民受教育程度普遍偏低,没有接受过专业培训使他们很难吸引、保留客户。三是设计人才,产品的推广和宣传都需要具有足够宣传力的美工设计,但很多农村电商产品无论是在产品的包装、摄影,还是在电商平台的页面设计上都有所欠缺,无法充分展示产品的特色。从目前的人才现状来看,农村电商在管理、运营、美工设计等较高层次的各个岗位都存在着不同程度的人才缺口,高素质复合型人才尤为欠缺。

3.5. 过度追逐经济利益, 品质监督机制不健全

农业农村部印发的《全国乡村产业发展规划(2020~2025 年)》提出,到 2025 年底,农产品网络销售额达到 1 万亿元,这表明农村电商在推动乡村产业发展方面具有巨大的潜力和作用,但农村电商经济发展中却存在着过度追求经济利益的现象。一方面,在各类国家政策出台支持发展农村电商经济的背景下,一些地方政府急于求成,过分强调农村经济发展中的 GDP,不考虑实际情况,盲目发展经济利益高的产业,却忽视了农业产业结构多元、长期的发展目标和农民的可持续收益,既没有发展出特色产业,又导致了同质发展,给农村电商经济的可持续健康发展造成了一定的阻碍。另一方面,相应的品质监督机制不健全则可能导致农村特色电商产品在生产、加工、储存和运输等环节无法保证溯源,消费者无法了解产品的原料来源、生产过程、生产环境和运输过程等关键信息。信息的不透明容易导致假冒伪劣产品流入市场,给了一些只追逐经济效益商家以次充好、以次充优的机会,不仅拉低消费者的信任度,甚至还会影响消费者的健康。

4. 电商经济赋能乡村振兴的发展策略

4.1. 加大政府扶持力度, 做好统筹规划

目前,我国的农村电商经济的发展进入“数商兴农”的高质量发展阶段,政府的扶持与引导直接关系到农村电商经济发展的效果。首先,需要明确相关部门的职责和主体责任。在做好顶层设计的同时还要注重防止急功近利、形式主义,做好政策制定、完善公共服务、规范市场活动。其次,需要建立激励制度。在用好用足用活现有财政支持政策的前提下,加大政策倾斜力度。政府可以吸引多方投资,设立专项资金,做到专款专用,提高资金使用效率,重点支持农村电商经济发展中的融资、财政补贴、产品培

育、人才引进、物流优化、环境建设等薄弱环节。针对乡村电商特点，放低信贷门槛，提供灵活、便捷的贷款服务，加大对中小企业的财政支持力度，促进它们的良性发展。与此同时，政府应结合当地资源对实际情况评估，合理进行产业统筹规划。通过市场调研和风险评估，引导农村电商产品的生产活动，避免资源浪费和盲目竞争。此外，政府还应规划开发深度产业链，在带动农村经济发展的同时，提供更多的就业岗位。

4.2. 推动产业升级，打造特色品牌

在农村地区，许多农副产品和手工艺品都具备独特的地域特色，但由于缺乏品牌效应和竞争力，其往往难以在市场中脱颖而出，唯有进行品牌化建设、打造特色品牌，才能打破同质化，获取综合效益。一是深挖好山货，延长产业链。在农村电商经济中，高品质的山货才能持久畅销。通过实施“互联网+”农产品出村进城工程，指导生产主体推广土壤改良、科学施肥、标准化种养和生产过程管控等操作规范，发展绿色、有机、名特优新和地理标志农产品，通过深加工和延长产业链的方式提升产品质量和附加经济价值。同时，发掘乡村的生产、生活和生态潜力，推动“电子商务+休闲农业”和“电子商务+乡村旅游”等融合业态。二是重视培育本土电子商务领军企业。利用网络电商平台和县级电商公共服务平台，为生产商、农民合作社、网店和服务商提供品牌建设和商标注册的支持，致力于培养本土电商的领头羊。挑选有特色的本地电商产品，联合专业团队定制农村电商的品牌营销策略，强化产品设计、视频制作和文案创意，以增强产品的知名度和市场影响力。三是注重传播特色产品品牌故事。充分利用抖音、微博、微信等应用程序开展特色品牌宣传，与消费者建立感情联系，提升品牌形象和知名度。通过利用“直播+”开展特色直播，引导传统行业如住宿、餐饮、旅游及零售业运用直播手段获取红利，发展“线上引流+线下消费”的联动模式。

4.3. 加强基础设施建设，降低物流服务成本

物流是否畅通直接影响到农村电商产品的线上销售能力，当前物流基础设施薄弱、物流成本高是农村电商经济发展中的显著障碍，如何畅通农村电商产品的进出通道成了解决农村物流问题的关键。首先，应建立农村电商物流服务中心。通过建立专业化的电商仓储系统，集中处理农村电商产品的存储、运输和配送等环节，实现资源集约化和规模效应，从而降低物流成本。其次，应引入智能化设备和技术。通过利用物联网、人工智能和大数据等技术手段，提高物流操作效率和准确性，减少人力成本和错误率。同时，建立全面的农村电商物流配送网络。通过覆盖面广、配送范围广的物流配送网络，运用物流配送规划系统和路线优化算法，对农村电商物流配送路线进行优化，减少运输里程和时间，提高配送效率和服务质量。对于冷链生鲜产品，支持发展“电商+产地仓+寄递物流”，形成集货、加工、配送、网销等统一供应链条，提高产品上行效率。此外，鼓励物流企业和电商平台与政府共同出资，探索 PPP 项目模式，多方联手共同参与电商物流基础设施建设，通过建立合作伙伴关系，实现产品流通过程中的利益共享与风险共担[8]。例如，通过支持邮政、供销社、电商、快递、交通运输、商贸流通等各类主体开展市场化合作，搭载日用消费品、农资下乡和农产品进城双向配送服务，推动统仓共配。

4.4. 做好人才培训和引进工作，提升人才队伍建设水平

近年来农村电商经济高速发展，但高质量电商人才却严重短缺，影响和阻碍了乡村振兴的发展进程，人才振兴是解决农村电商经济发展人才不足的有效手段，各地应做好人才培训和引进工作。首先，地方政府通过举办招聘会、发布招聘信息等方式，吸引专业人才到农村从事电商工作，并对引进的专业人才给予住房补贴、子女入学等优惠政策，通过较好待遇和地方福利解决其后顾之忧，真正留住人

才。其次,本地人才培养也相当重要。没有就地培养出更多“爱农业、懂技术、善经营”的新型职业农民参与乡村产业振兴,再美好的政策设计也将只是一纸空文[9]。鼓励各地联合直播平台、大专院校、行业协会等机构开展培训活动,采用线上线下相结合的方式,针对不同群体和需求,开展定制化培训服务,提升管理、运营、设计等技能。值得注意的是,农村电商经济助力扶贫与乡村振兴为促进农民增收提供了新的方法和手段,在这一过程中,农民参与意愿对电商扶贫的成效具有决定性影响[10]。因此,提高农民的参与意愿至关重要。通过帮助他们学习现代化的农业生产方式、新型设备的使用方式,鼓励农民通过多个电商平台进行农产品销售、提升市场信息意识,有利于提高产品市场竞争力、促进农村电商经济的持续发展。

4.5. 大力推进标准化生产,健全质量监督机制

严格把控农村电商产品质量安全标准可以有效提升产品质量和消费者信任度。一是建立产业标准体系。这一体系应涵盖农村电商产品的产品质量、安全、规格等方面,通过制定统一的生产标准和准出标准,规范农村电商产品的生产、加工、运输、销售等环节,以确保农村电商产品的质量和一致性,提高产品的竞争力。二是通过制定标准化的包装标签和追溯平台来建立产品质量追溯体系。产品的包装上一定要标明产品名称、产地编码、生产日期、保质期、制造商、产品认证情况等信息,确保产品生产的每一环节可追踪;明确农产品的生产、加工、流通等各个环节的信息记录要求,保证每一个阶段都有详细的数据支撑;通过搭建本地特色产品防伪溯源信息平台,通过互联网实现特色产品质量安全全程可追溯管理和监管的数字化转型。三是充分发挥政府相关部门的监督和管理职能。有关部门应全面推广标准化生产,落实质量管理责任,加强产品检测。对农村电商产品进行定期或不定期的检查和评估,确保其符合相关标准;应制定相应的处罚标准,对不符合标准的产品和商家进行相应的处理,以避免不合格产品进入市场,维护消费者的权益。

5. 结语

农村电商经济在推进乡村振兴中的作用不容忽视。因此,如何深入研究将农村电商经济更好地融入乡村振兴的大局,探讨有效的解决途径,对于促进共同富裕、推动乡村产业振兴、带动农村地区经济增长具有重要的现实意义。在当前国家战略的指导下,有必要通过深入剖析农村电商经济发展存在的问题,提出科学合理的政策建议,为全面推进乡村振兴贡献智慧和力量。

参考文献

- [1] 黄承伟. 在共同富裕进程中防止返贫与全面推进乡村振兴: 理论逻辑、实践挑战及理念创新[J]. 西北师大学报(社会科学版), 2023, 60(1): 5-12.
- [2] 中共中央国务院关于做好二〇二二年全面推进乡村振兴重点工作的意见[N]. 人民日报, 2022-02-23(001).
- [3] 梅燕, 蒋雨清. 乡村振兴背景下农村电商产业集聚与区域经济协同发展机制——基于产业集群生命周期理论的多案例研究[J]. 中国农村经济, 2020(6): 56-74.
- [4] 中国农村电子商务发展报告(2021-2022) [R]. 中国国际电子商务中心, 2022. https://ciecc.ec.com.cn/article/gzdt/202210/415_1.html, 2022-10-26.
- [5] 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.
- [6] 王昆, 崔菁菁. 青年返乡电商创业赋能乡村产业振兴的现实问题、典型案例和实践路径[J]. 经济纵横, 2023(11): 122-128.
- [7] 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.
- [8] 王胜, 屈阳, 王琳, 等. 集中连片贫困山区电商扶贫的探索及启示——以重庆秦巴山区、武陵山区国家级贫困区

县为例[J]. 管理世界, 2021(2): 95-106.

- [9] 唐惠敏, 范和生. 资本下乡背景下乡村振兴模式选择[J]. 安徽大学学报(哲学社会科学版), 2021, 45(3): 117-125.
- [10] 张硕, 乔晗, 张迎晨, 等. 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(4): 624-632.