

乡村振兴战略背景下农村电商高质量发展实践路径探究

陈希航, 黄 旋

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年7月29日; 录用日期: 2024年8月15日; 发布日期: 2024年11月5日

摘 要

随着互联网的快速发展和乡村振兴战略的有效实施, 农产品销售与电子商务结合的越来越密切, 农村电商产业蓬勃发展。在乡村振兴的战略背景下推动农村电商高质量发展, 有利于增加农民收入, 巩固脱贫攻坚成果; 也有利于助力我国农业高质量发展、推进农业强国建设。通过制定统一标准, 提升产品质量、完善监督机制、优化宣传手段、畅通外销渠道等路径, 可以有效解决产品质量参差不齐、农村电商市场秩序混乱、产品吸引力弱、销售渠道不畅等农村电商发展面临的现实问题, 助力解决农业、农村、农民“三农”问题, 实现农民增收、农业增效、农村振兴, 推动我国由农业大国向农业强国转变。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 高质量发展

Research on the Practice Path of High-Quality Development of Rural E-Commerce under the Background of Rural Revitalization Strategy

Xihang Chen, Xuan Huang

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 29th, 2024; accepted: Aug. 15th, 2024; published: Nov. 5th, 2024

Abstract

With the rapid development of the Internet and the effective implementation of the rural re-

vitalization strategy, the combination of agricultural product sales and e-commerce is becoming more and more close, and the rural e-commerce industry is developing vigorously. Promoting the high-quality development of rural e-commerce under the strategic background of rural revitalization is conducive to increasing farmers' income and consolidating the achievements of poverty alleviation; it is also helpful to help our country's agricultural high-quality development and promote the construction of an agricultural power. By formulating unified standards, improving product quality, improving supervision mechanisms, optimizing publicity means, and unblocking export channels, it can effectively solve the practical problems faced by rural e-commerce development such as uneven product quality, chaotic rural e-commerce market order, weak product attraction, and poor sales channels, and help solve the "three rural" problems of agriculture, rural areas, and farmers. We will increase farmers' income, increase agricultural efficiency, and revitalize rural areas to transform China from a large agricultural country into an agricultural power.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, High-Quality Development

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

习近平总书记指出：“中国要强，农业必须强；中国要美，农村必须美；中国要富，农民必须富” [1]，“三农”工作是中国共产党执政的一项基础性工作，党中央和习近平总书记也十分重视三农工作，多次强调“要把饭碗牢牢端在自己手中”。党的二十大报告明确指出：“发展乡村特色产业，拓宽农民增收致富渠道” [2]，将发展农村特色产业作为推进乡村振兴的路径选择之一，近些年来，我国互联网技术水平快速发展、普及率进一步提高，互联网在催生新质生产力、促进高质量发展中的积极作用越发明显。随着互联网电商的发展，农村电子商务的出现不仅促进了农村和城市资源的双向流动，同时也是带动农村产业高质量发展、促进乡村振兴的重要手段之一。

2. 乡村振兴背景下农村电商高质量发展的意义

实现农村电商的高质量发展，对于农民增收、农村发展、农业兴旺，进而推动乡村振兴具有重大意义。近些年来，随着乡村振兴战略的实施，农村电商的发展取得了一定的成果，为解决“三农”问题作出了贡献。

2.1. 有利于巩固农村脱贫攻坚成果，助力乡村振兴

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央把脱贫攻坚摆在全党工作的突出位置，作为实现第一个百年奋斗目标的重点任务，全面打响脱贫攻坚战，取得了举世瞩目的成就。2020年，我国现行标准下农村贫困人口全部实现脱贫、贫困县全部摘帽、区域性整体贫困得到解决。在打赢脱贫攻坚战的基础上，我国“三农”工作的重心已经历史性地转移到乡村振兴上来，要在巩固脱贫攻坚成果的基础上，持续推进乡村振兴，向着全体人民共同富裕的方向前进。

脱贫摘帽不是终点，而是新的奋斗起点。要清醒地认识到，还有相当一部分的贫困户虽然基本生活有了保障，但收入水平仍然不高，脱贫基础还比较薄弱；还有一些本来就处在边缘的脱贫户，稍遇到点

风险变故马上就可能致贫返贫;脱贫地区普遍获得了产业支撑,但技术、资金、人才、市场等支撑还不强,脱贫地区防止返贫的形式仍然严峻、任务仍然艰巨,要做好巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴的有效衔接,依托互联网平台和现代运输体系助力农业农村发展是巩固脱贫攻坚成果,推动乡村振兴的可行之策。一方面,发展农村电商可以很大程度上改善传统农产品销售的局限性,拓宽农产品销售渠道,扩大销售市场,增加销售量,提高农民收入水平,为脱贫户进一步走向致富之路打下坚实的基础;另一方面,电商的助力使农村特色产业的知名度越发提高,吸引技术、资金、人才等要素的流入,使脱贫地区努力发展起来的特色产业获得了更强的要素支撑,能够发挥长效作用,为防止出现规模性返贫、巩固脱贫攻坚成果强化了经济基础。商务大数据监测显示,2023年,全国农村网络零售额达2.5万亿元,全国农产品网络零售额达5870.3亿元。农村电商拥有广阔的市场前景,是助推农村经济高质量发展、助力乡村振兴的强劲动力。

2.2. 有利于增加农民收入,更好地解决“三农”问题

习近平总书记指出:“全面建设社会主义现代化国家,实现中华民族伟大复兴,最艰巨最繁重的任务依然在农村,最广泛最深厚的基础依然在农村。”^[1]在解决三农问题的过程中,必须坚持以人民为中心的发展思想,让农产品销售借助电子商务发展的“东风”,提振农产品销量、树立特色优势、增加农民收入,推动乡村振兴,促进农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足。

以往的农产品销售受到地域、市场和运输等多个方面的限制,而农村电商模式的出现,突破了传统销售模式的限制,解决了“酒香也怕巷子深的困境”。首先,通过直播、网上沟通等方式,消费者可以直接与产品生产者进行对接,省去批发、经销、零售等多个环节,显著降低产品营销成本,进一步释放利润空间,既可以直接增加农民收入,也可以使消费者购买到质优价廉的产品,是一举两得的利好。其次,电商的助力大大拓展了特色农产品的销售市场,破解了地域限制,使特色农产品能够销至全国乃至世界市场,参与到国内大循环和国内国际双循环中去,使农民获得更大的经济效益。最后,农村电商模式有利于树立特色优势、打造特色品牌,提高特色农产品的附加值。最后,农户可以通过电商平台提供的信息及时掌握市场动向,根据市场需求调整生产经营策略,及时有效规避风险、减少损失。总之,农村电商实现高质量发展,有利于增加农民收入,提升农业产值,促进农村经济发展,是解决“三农”问题的可行之策。2023年全年,我国农村网络零售额高达2.49万亿元,农产品网络零售额也达到了0.59万亿元。这一数字的背后,是农村电商为农民带来的实实在在的增收和就业机会。

2.3. 有利于我国农业高质量发展,助力农业强国建设

农业是国家的基础产业,基础不牢,大厦不稳,农业现代化是社会主义现代化的根基。习近平总书记指出:“没有农业强国就没有整个现代化强国;没有农业农村现代化,社会主义现代化就是不全面的。”^[3]我国已经是农业大国,但是从农业大国向农业强国转变仍然任重道远。

发展农村电商对我国农业高质量发展起到了重要的积极作用。一是有利于优化农业产业结构。农业从业者通过电商平台,可以及时掌握市场需求和趋势,根据市场需求调整种植和生产计划,减少信息差带来的不利影响,生产更多符合市场需求的农产品,推进农业农村现代化。二是有助于创新农业经营方式,以农户家庭为基本经营单位在我国仍然是最普遍的经营方式,农村电商的快速发展对农业的规模化、集约化程度的要求越来越高,有助于农村合作社、农业企业、家庭农场等新型农业经营主体的不断发展壮大,改善“大国小农”的传统经营方式,助力现代农业建设。三是有利于吸引要素投入。农村电商的发展可以帮助当地的特色农业提高知名度,吸引资金、人才、技术等生产要素的流入;通过互联网,经营者可以跨越时空的限制,远程联系农业专家,及时获得技术指导,有效解决自然灾害、病

虫害等造成的减产减收问题。总之，发展农村电商对于实现农业现代化，推动农业高质量发展有着积极的意义。

3. 实现农村电商高质量发展面临的现实困境

3.1. 产品质量参差，缺乏统一标准

随着农村电商的快速发展，城乡居民享受到了电商发展带来的数字红利，但随之而来的是产品质量问题的凸显。首先，电商市场上农产品种类繁多，同一种类的产品也存在品质上的差异，加之农产品电商市场缺乏统一监督管理的制度标准，农产品同品不同质、同质不同价现象屡见不鲜，既对消费者的生命健康和合法权益造成了损害，也对诚信经营的农民和企业形成了挤压，产生了“劣币驱逐良币”的不良影响。其次，农业投入品的使用监管力度不足，由于农产品的生产和加工过程相对分散，各种农业投入品的使用缺少统一的监管约束，农业投入品超标使用、不当使用等现象时有发生。例如，为了减少病虫害和瘟疫造成的减产减收，部分农户过量使用农药兽药，导致农产品药物残留超标，对消费者的健康安全造成不良影响；更有甚者，为了谋取利益，不惜违反法律法规，使用剧毒高毒农药、“瘦肉精”以及激素类药物等明令禁用的投入品，大量低品质甚至有害农产品流入电商市场，严重影响了农村电商产品的市场口碑。最后，农村电商要想实现持续的、高质量的发展，必须科学规划产品品牌效应与产业结构，由于缺少统一的质量标准，导致产品品质良莠不齐，难以打造特色品牌，无法形成品牌效应，也没有实现生产和销售的规模化，削弱了乡村产品的优势，导致特色农产品在市场上缺乏竞争力，对产品销售量和农村电商的良性发展造成了抑制效应。

3.2. 产品定价混乱，亟待规范管理

随着农村电商的蓝海效应不断加强，越来越多的生产和经营主体争相涌入农村电商市场，为农村电商的发展注入了活力，同时也导致农业电商市场出现了一些乱象，对市场的正常运行造成了负面影响，是市场监管的重点和难点，其中以特色产品定价乱象最为严重：一方面，商品价格变动有价值规律和自然因素的影响，商品价格受供求关系的影响，根据供需平衡理论，“如如果需求减少，因而市场价格降低，结果，资本就会被抽走，这样，供给就会减少……反之，如果需求增加，因而市场价格高于市场价值，结果，流入这个生产部门的资本就会过多”[4]。商品的价格受供需关系的影响，围绕价值上下波动。由于自然条件的影响，且部分农产品本身具有季节性、地域性、不易储等特点，生产和销售容易受到自然因素的影响，也会导致其价格出现较大波动。另一方面，人为因素也是导致农村电商市场价格混乱的重要原因。在部分地区，农产品电商市场缺乏有效监管，一些不法商家为了谋取不当利益，采用以次充好、虚假宣传等手段，把假冒伪劣产品以高价售卖，导致价格混乱，商品价格不能正确反映商品的价值。此外，农产品在定价过程中存在信息不对称现象，由于经销商、电商平台等中间环节的存在，农户和消费者容易被中间商误导，难以准确把握市场信息，部分中间商以低价收购农户的特色产品，以虚高的价格销售给消费者，获取高额利润。更有甚者，以“谷贱伤农”等理论误导消费者，使自己的高价行为合理化。最终损失的是消费者和生产者的利益，对中间经销商的行为应该加以更严格的规范和监管。

3.3. 宣传策略落后，难以吸引客户

合理合法的宣传促销手段，是吸引客户，提升销量，增加营业收入的有效途径，宣传营销策略落后是当前制约农村电商高质量发展的困境之一，主要体现在以下几个方面：一是营销手段缺乏创新，许多农村电商的经营主体文化程度参差不齐，对新事物的接受理解能力存在差异，在宣传上仍然坚持传统的营销方式，没有充分利用互联网的特性进行创新，如社交媒体营销、内容营销等。农产品的促销策略过

于相似, 久而久之只会让消费者麻木, 难以满足不同消费者的需求, 创新化、差异化的营销手段是农村电商从业者需要考虑的重点。二是营销促销策略单一, 缺乏创新, 当前农产品电商的促销方式仍然以传统的折扣、降价方式为主, 虽然此类方式在短期内可以吸引消费者, 一定程度上提振产品的销量, 但是长此以往会降低产品在消费者心中的价格预期, 影响产品的品牌价值, 不利于发展长效收益。三是夸大宣传、虚假宣传问题严重, 其表现形式主要有: 第一, 虚假助农, 通过编造农民悲惨故事, 或是塑造农村、偏远地区淳朴形象进行炒作, 赚取流量, 再将低价收购的农产品高价销售, 以获得利益; 第二, 在售卖农产品时, 故意夸大或捏造产品的功效进行虚假宣传, 以达到吸睛的目的; 第三, 消费者收到的商品货不对板, 商家虚构商品产地、商品特点等信息, 宣称“野生”、“纯天然”、“某地特产”等, 实际为养殖、人工种植产品, 或是发货地与宣传产地不符等。这些行为侵犯了消费者的合法权益, 挫伤了农户的生产积极性, 也限制了农产品电商行业的健康发展。

3.4. 配套设施不全, 电商人才匮乏

经过多年的努力, 我国农村基础设施建设虽然取得了重大成果, 但是相比于城市仍然欠缺, 发展电商产业迫切需要的物流、仓储、网络等配套设施在农村仍不完善。首先, 农村的网络基础设施与城市存在较大差距, 特别是在经济欠发达地区和偏远山区, 网络覆盖率低的同时网络速度、网络质量也比较低下, 严重阻碍了农村地区电子商务产业的发展, 中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至 2023 年 6 月, 我国城镇地区互联网普及率为 85.1%, 较 2022 年 12 月提升 2.0 个百分点; 农村地区互联网普及率为 60.5%, 较 2022 年 12 月降低 1.4 个百分点。虽然近几年我国的农村地区网络普及率整体提高, 但是普及速度较城市缓慢, 这极大影响了农村电子商务的发展, 不利于乡村振兴事业的进一步推进。其次, 仓储物流存在着瓶颈制约。大多数快递公司只在城区设置网点, 农村快递服务覆盖率普遍偏低, 寄件、收件成本较高。同时, 除配送能力不足外, 农村地区仓储设施不完善也是制约电商发展的一大因素, 对于诸如新鲜蔬果等保鲜期短、常温状态难储存的农产品, 打通物流“最初一公里”的迅速和通畅至关重要。最后, 电商人才的缺乏也是农村电商高质量发展面临的困境之一。网络产业快速发展, 需要大量高素质与高技能的应用型网络人才, 而农村人口的受教育程度相较城市人口普遍不高, 对电脑技术、电商平台的运用不够成熟, 难以完全开发电商的销售潜能。乡村人口老龄化、年轻人口流失是如今社会发展面临的不争事实, 由于教育、交通、报酬、卫生等各种因素的影响, 更多的年轻人选择前往城市打拼, 以获得更高的收入、更优质的生活, 这导致农村地区产业发展对于网络人才缺乏吸引力。农村电商从业人才的数量和质量都严重不足, 对农村电商产业的高质量发展造成了显著的阻碍。

4. 乡村振兴战略背景下农村电商高质量发展的实现路径

4.1. 提高产品质量, 打造特色品牌

随着经济社会的快速发展, 人民生活水平显著提升, 对生活品质提出了更高的要求, 对于农产品的要求已经从“吃得饱”向“吃得健康”转变, 同时品牌因素对消费选择的影响越来越大, 《乡村振兴战略规划(2018~2022 年)》指出要“培养提升农业品牌, 推进区域农产品公共品牌建设”, “提升农产品知名品牌影响力, 才能以品牌化推动标准化、规模化, 带动农村地区产业升级, 大力推进农村电商发展取得实效”[5]。提升产品质量、打造品牌优势是农村电商产业高质量发展的必由之路。

一方面, 打造电商品牌优势, 首先要提高产品质量, 通过培育区域特色品种、优化绿色生产技术、制定产品质量标准等举措, 可以增加绿色高质量农产品有效供给, 以高品质满足消费者对口味、健康、环保等多方面的要求, 当消费者体验到高品质的产品后, 会在心里对这一产品产生优质可靠的印象, 会

更愿意进行复购，也乐于把这一产品推荐给其他消费者，有利于增加消费者的忠诚度和推广度，有利于在激烈的电商市场竞争中脱颖而出。打造特色品牌也符合国家乡村振兴战略，契合农业现代化要求，有助于获得政策支持和经济补贴。另一方面，有了特色品牌也并非一劳永逸，需要制定严格的品牌标准，品质不达标的产品不能作为该品牌的产品进行销售，以此维护品牌形象，从而持续获得消费者的认可，树立良好口碑、打响名号的农产品品牌，在搭乘电子商务的“快车”时，更容易拔得头筹。山东烟台苹果、黑龙江五常大米、湖北洪湖莲藕等一个个鲜明的案例为树立品牌形象提供了借鉴，以“五常大米”为例，五常市于 2025 年设立了五常臻米网，对全市大米品牌产品进行公示，并以农业物联网为依托，建成“确地、确种子、确投入品、稻米三重检测”的水稻溯源防伪系统。同时对良种繁育、育苗插秧、收割仓储到加工销售的 27 个流程 99 道工序逐一细化，制定并推广了五常大米种子、种植、投入品等 8 个方面的地方标准。达到标准才能进入加工溯源体系，才能使用五常大米溯源防伪标识和二维码。2016 年，市政府还开设线上“五常大米”自营旗舰店，集合本地合作社、米企产品，统一推广运营，共同使用“五常大米”公共品牌，各部门还组织企业、合作社参加大米节等展销会，线上线下结合提升品牌影响力。

品牌化建设让农村电商走向高质量发展，无论是打造新品牌，还是振兴老品牌，提升品质是关键。不断推进区域公共品牌建设，将有利于擦亮地方特色农产品招牌，进而引领规模化生产、标准化管理和产业化经营，提升农村电商质量效益和市场竞争力。

4.2. 完善市场监管，维护价格秩序

由于市场经济本身具有自发性、盲目性、滞后性等特点，加之电商经济本就具有一定的不透明性，因此加大农村电商市场监管力度，维护好农产品价格秩序至关重要。正常范围内波动的市场价格有助于保障农民的合法权益，防止因价格波动导致的收入减少，保障农户的收入和生活质量；有助于消费者在购买特色农产品时免受欺诈，确保消费者能够获得质量可靠、价格透明的商品。合理有序的定价有利于农村电商市场良性发展，吸引更多的技术、资金、人才流入。

完善监管，维护市场秩序需要多措并举。一是要完善法律法规，特别是加强电子商务立法。法治兴则国家兴，要充分发挥立法的作用，制定实施并完善有关农村电子商务的法律法规，规范生产经营行为，强化对农村电商的法治监督，维护商家与消费者的合法权益，为国家宏观调控和市场监管行为提供法律依据。二是加强市场监管力度、创新市场监管模式。通过增加执法力量、提高监管频率、畅通投诉举报渠道等手段，可以有效加强市场监管，监督商家合法经营；同时还可以通过普法课堂、信息推送、手册分发、随机检查等方式，普及相关法律法规，加强对农村直播电商平台、主播等主体的规范经营引导，充分发挥行业自律作用，倡导行业主体诚信经营。三是建立价格监测机制，实时监控农产品价格动态，对价格的异常波动及时作出反应。尤其是在出现自然灾害等特殊情况下，可以及时采取干预措施，稳定市场价格，防止出现过度波动。

4.3. 优化营销手段，强化宣传效果

在互联网时代，农产品销售也要摒弃“酒香不怕巷子深”的传统理念，重视宣传营销对增加销量产生的积极作用，同时也要遵守法律法规和经营道德。一方面，需要改变传统营销模式，创新宣传营销手段，例如可以通过直播的形式展现农产品的性质特点，还可以与观众实时互动，更直观的让消费者感知产品的质量、营养价值等；还可以把产品宣传与高质量的视频作品相结合，通过视频内容讲述产品的故事，比如产品的营养价值、传统的加工方法、包含的文化底蕴等等，潜移默化中加深消费者对商品的了解，增加商品的吸引力；也可以举办线下品鉴会、展销会，邀请消费者亲身感受产品的独特魅力。通过线上线下结合的方式，创新宣传手段，有效提升市场知名度，拓展销售渠道。

另一方面, 在营销过程中也要遵守法律法规, 坚持科学原则, 坚守道德底线。规范电商营销需要多方面的努力, 政府有关部门应加强对农产品直播电商行业的监管, 加大对虚假宣传等行为的打击力度, 引导行业健康发展; 电商经营主体要充分发挥行业自律作用, 自觉遵守行业规范和职业道德, 摒弃“流量为王”的错误观念, 坚持以质量赢得销量; 消费者也要擦亮眼睛, 增强自我保护意识和辨别能力, 不盲目相信商家的宣传, 对农产品的某些功效也不应抱有过度期待, 如果遇到权益受损问题, 应树立维权意识, 积极通过协商、投诉, 必要时可以申请仲裁或起诉, 维护自身合法权益。

4.4. 完善配套建设, 加强人才支撑

“完善的基础设施为农村电商发展提供坚实的后方保障, 包括快捷全覆盖的互联网、便利通畅的交通、完整的物流体系” [6]。农村基础设施和人才资源相对薄弱一直是制约农村电商产业高质量发展的严重问题, 解决这一问题, 需要多点发力、多措并举。首先, 要大力完善农村地区网络信息基础设施建设。各级政府应积极进行政策与财政支持, 补足农村互联网设施硬件的“短板”, 推进欠发达地区和偏远地区的网络普及, 消除信息壁垒带来的影响, 让更多的农村地区享受到更高质量的网络服务同时, 促进农村电商的推广发展。其次, 完善农村物流配送体系建设。既要在数量上下功夫, 增设乡镇农村物流网点, 增加运输人员和车辆, 完善仓储物流体系; 同时也要注意提升质量, 加快物流网点数字化改造, 完善智慧仓库、智能识别、自动分拣等设施, 提高农村物流配送效率, 提升快递服务质量。最后, 强化人才培养、吸引人才流入也是推动农村电商高质量发展的重要措施。一是要加强对农民特别是返乡农民工、农村退伍军人等群体的电商技能培训, 政府应加大支持力度, 鼓励农村与外部科研院所、电商平台等建立合作, 引入师资支持, 定期到乡村培训指导, 还要做好培训、实习、就业创业衔接, 让农民掌握一定的电商经营知识和技能; 二是要吸引外来人才, 2022 年, 《商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见》指出: “实施青年农村电商培育工程, 鼓励各地制定农村直播电商人才支持政策” [7], 应通过各种方式引进优质人才, 例如可以实行校企合作模式, 加强学校与企业之间的联动, 为培养电商人才提供更多的平台和机会。通过培养和引进电商人才, “实现对县域、乡镇以及农村的逐级辐射, 最终为农村电商与乡村振兴提供源源不断的人才支撑” [8]。

5. 结语

习近平总书记指出: “全面实施乡村振兴战略的深度、广度、难度都不亚于脱贫攻坚, 必须加强顶层设计, 以更有力的举措、汇聚更强大的力量来推进” [1]。实现农村电商高质量发展, 有利于巩固脱贫攻坚成果、助推乡村振兴; 增加农民收入、解决“三农”问题; 促进农业高质量发展、加速农业强国建设的可行之策。但是, 当前农村电商还面临着产品质量良莠不齐、市场秩序混乱、宣传营销落后、基础设施人才配置不完善等困境, 这些困境严重制约了农村电商的健康发展。通过树立品牌优势、加强市场监管、改善营销策略、加强基建和人才支撑等途径, 助力农村电商脱离困境, 实现高质量发展, 实现农业发展、农村宜业、农民富裕, 解决好“三农问题”, 为乡村振兴事业添砖加瓦。

参考文献

- [1] 习近平. 论“三农”工作[M]. 北京: 中央文献出版社, 2022: 3, 11, 70.
- [2] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2022: 31.
- [3] 中共中央宣传部. 习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要(2023 版) [M]. 北京: 人民出版社, 2023: 158.
- [4] 资本论(第 3 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1975: 213.
- [5] 李开川, 李榕. 乡村振兴战略背景下农村电商发展路径研究[J]. 中国市场, 2024(20): 186-189.

- [6] 胡雪莲. “互联网+”背景下农村电商扶贫实施路径研究[J]. 现代商业, 2022(3): 20-22.
- [7] 商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见[J]. 财会学习, 2024(10): 1-2.
- [8] 李秋燕. 数字经济背景下农村电商助力乡村振兴路径研究[J]. 中国市场, 2024(20): 182-185.