

榕江“新三变”模式：电商赋能助推农村经济转型升级

周 洲

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年8月16日; 录用日期: 2024年8月30日; 发布日期: 2024年11月12日

摘 要

本文探讨了榕江“新三变”政策与电子商务结合对农村经济发展的影响。“新三变”即手机变成“新农具”、直播变成“新农活”、数据变成“新农资”，通过现代信息技术与传统农业的深度融合，推动农村经济的转型升级。研究表明，电子商务显著提升了农民收入，降低了交易成本，提高了农产品的附加值和市场竞争力。政府通过政策支持、技术培训和基础设施建设，帮助农民掌握电商技能，缩小城乡收入差距。榕江县的实践案例展示了政策与科技结合的强大力量，提升了农产品的品牌知名度和销售量，促进了乡村旅游业的发展，为其他地区提供了有益的参考。然而，该模式仍面临技术基础设施和品牌意识不足等挑战。未来，需要持续增加政策和资源投入，以推动农村经济的可持续发展。

关键词

“新三变”，电子商务，扶农，新媒体，乡村振兴

The “New Three Transformations” Model in Rongjiang: E-Commerce Empowerment Drives the Transformation and Upgrading of Rural Economy

Zhou Zhou

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 16th, 2024; accepted: Aug. 30th, 2024; published: Nov. 12th, 2024

Abstract

This article explores the impact of the Rongjiang “New Three Transformations” policy in conjunction with e-commerce on rural economic development. The “New Three Transformations” refer to the transformation of mobile phones into “new agricultural tools”, live streaming into “new farming activities”, and data into “new agricultural materials”. By deeply integrating modern information technology with traditional agriculture, this approach promotes the transformation and upgrading of the agricultural economy. The research indicates that e-commerce significantly enhances farmers’ income, reduces transaction costs, and increases the added value and market competitiveness of agricultural products. The government supports farmers in acquiring e-commerce skills through policy support, technical training, and infrastructure development, thereby narrowing the income gap between urban and rural areas. The practical cases from Rongjiang County demonstrate the powerful synergy of policy and technology, enhancing the brand awareness and sales of agricultural products, and promoting the development of rural tourism, providing valuable references for other regions. However, this model still faces challenges such as inadequate technological infrastructure and lack of brand awareness. In the future, continuous investment in policies and resources is needed to promote the sustainable development of the rural economy.

Keywords

“New Three Transformations”, E-Commerce, Agricultural Support, New Media, 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

近年来，随着信息技术的飞速发展，互联网与农业的深度融合正在不断改变传统农业的面貌。在这一背景下，“新媒体”+电商作为一种新兴的商业模式[1]，在扶农方面发挥着越来越重要的作用。榕江县在东西部协作及杭州市桐庐县的援助下，借助由“村超”带来的巨大流量，积极推动电商扶农工作，探索出了“新三变”的电商扶农路径，即手机变成新农具，直播变成新农活，数据变成新农资。这种模式不仅提升了农业生产效率，也为农民开辟了新的增收渠道。通过电商平台，榕江地区的农产品能够跨越地域限制，直接进入更广阔的市场，提高产品的附加值。电商不仅能帮助农民解决销售难题，提高收入，还有助于促进信息流通，提升农民的市场意识和经营能力，为电商扶农提供了强有力的支持。榕江“新三变”政策将传统农业与现代信息技术深度融合，研究榕江“新三变”助力电商扶农的机制与效果，不仅能够深化对现代农业与信息化融合的认识，也能够为其他地区的乡村振兴与经济转型提供理论支持与实践参考。通过对该政策的深入分析，能够更好地理解数字经济在农业发展中的作用，以及如何通过政策创新来促进农村经济的可持续发展。

2. 榕江“新三变”理论解析

2.1. 手机变成“新农具”

手机被赋予了全新的角色和功能，手机不仅作为通讯工具使用，还成为了“新农具”[2]。农民通过智能手机和电商平台，能够将自身种植的农产品直接销售至市场，突破了传统销售渠道的限制。同时，

农民可以直接与全国乃至全球的消费者对接，减少了中间环节，帮助他们做出更为明智的决策，从而提升了产品的附加值，这一变化显著提高了农产品的销售效率和农民的收入。手机作为“新农具”的成功应用，标志着现代科技与传统农业的深度融合，为农民带来了更多机遇与希望。

2.2. 直播成为“新农活”

农民主播通过直播推销农产品，直播逐渐成为一种新的农业活动形式[3]，推动了销售增长。直播在现代农业，特别是农产品推销方面发挥了重要作用。农民主播通过直播平台直接向观众展示自家的农产品，实时呈现从种植到收获的全过程。这种透明的展示方式不仅增强了消费者对产品的信任，还能够即时解答他们的疑问。通过生动的直播内容，农民能够更好地展示产品的特点和优势，从而提高销售效果。同时，直播也为农民提供了与消费者直接互动的机会，使他们能够及时获取市场反馈，并根据反馈调整销售策略。这种新型销售模式不仅提升了农民的收入，还促进了农村经济的发展。

2.3. 数据成为“新农资”

通过电商平台的数据分析和定制方案，提升了产品的市场竞争力，数据成为新的农业资源。数据在农业领域的应用成为一种重要趋势。电商平台的强大数据分析能力显著提升了农业产品的市场竞争力。这种提升不仅体现在产品销量的增加上，还体现在对市场定位和消费者需求的精准把握上。电商平台所收集的大量数据为农业生产者提供了有价值的市场洞察[4]。通过分析消费者的购买行为，生产者可以了解市场上最受欢迎的产品类型和消费者的偏好，从而进行相应的产品调整和改进。此外，数据分析还能够帮助生产者识别市场中的空白点和潜在机会，指导他们在适当的时机推出新产品或改进现有产品，以适应市场变化和 demand。这一模式不仅提升了榕江农产品的知名度和销量，还培养了一批电商人才，完善了县乡村三级物流体系，为榕江地区经济发展注入了新的动力。

3. 电商助力农民增收的机制

3.1. 电子商务对农民收入的直接影响

电子商务通过多种途径显著促进了农民经营性收入的增长，极大地降低了产品交易的门槛和成本。传统上，农民通常依赖中介或传统市场来销售其产品，这不仅增加了交易成本，还限制了市场范围。然而，电商平台的兴起使得农民能够直接在网上展示和销售其产品，从而触及更广泛的消费者群体。这种直接交易的方式使农民的销售渠道从传统市场扩展到更远的地区，甚至国际市场。这一市场机会的拓展有助于实现收入的多元化和稳定增长，显著改善了农民的经济状况。同时，电子商务的发展推动了农村经济的转型。过去，农村经济主要依赖传统农业和小规模经营模式。然而，电商的兴起使农民能够更加直接地对接市场[5]，不再受限于传统销售渠道。这种转型不仅提升了农民的创业率，还显著增加了其经营净收入。电子商务不仅帮助农民发现了新的商业机会，还提供了一个更加高效的销售平台，从而有效释放了农村经济的活力。

3.2. 电子商务缩小农民收入差距的机制

电商平台在价格透明度方面有了显著改进。传统的农业市场常常缺乏透明的价格信息，农民在与中介进行交易时，价格通常被压低，从而影响他们的实际收益。电商平台通过实时更新价格，让农民可以清晰掌握市场动态，进而更有效地控制价格。这种方式使得农民能够以更加公平的条件参与市场竞争[6]，获得应有的报酬。同时，电商还推动了农产品的品牌发展。传统的销售模式通常依赖于口碑和本地市场的认知，而电商平台则为品牌的展示和推广提供了平台。农民能够通过创建自己的品牌形象，提高产品

的附加价值和市场认可度。通过详尽的产品介绍和优质的客户服务，农民可以建立起品牌声誉，增强市场竞争力，从而进一步提高收入。在进一步提升了农民的就业和创业能力方面，电商平台的普及带来了许多新的职业机会，如网店运营和物流配送，这些岗位不仅增加了农民的可支配收入，还帮助他们缩小了与城市居民之间的数字鸿沟。通过电商培训，农民能够掌握更先进的技术和经营技能，从而提升整体经济水平，缩小收入差距，促进农村地区的共同富裕。

3.3. 政策推动与电商进步对提升农民收入的关键作用

政策推动与电商进步的互助对农民收入的增长具有至关重要的影响。近些年，政府推出了一系列旨在促进乡村电商发展的政策措施，以帮助农民实现收入增长的目标。这些政策支持主要体现在基础设施建设、技能培训、金融资助以及市场监管等多个领域。基础设施建设是乡村电商发展的核心保障。政府加大了对农村互联网基础设施的投资，提高了网络覆盖和速度，为农民参与电商活动提供了必要的技术支持。光纤铺设、移动网络升级等举措，使农民能够更便捷地利用电商平台，从而拓展农产品的销售渠道。此外，政策也大力支持了乡村物流体系的建设。接下来，教育培训是提升农民电商能力的关键因素。政府和各种社会组织广泛开展了电商培训活动，目的是帮助农民掌握电商运营的技巧。通过开设电商课程、举办培训班以及提供在线教学资源，农民能够学习如何使用电商平台进行商品发布、市场推广和客户服务等。这样的培训不仅提升了农民的电商技能，还增强了他们的市场意识和创新能力，使他们更好地适应电商发展的需求。金融支持也是推动农民电商发展的重要政策手段[7]。政府通过设立专项资金、提供贷款贴息和税收优惠等措施，降低了农民从事电商的资金门槛。尤其是在创业初期，农民常常面临资金短缺的问题，而通过政策支持，农民可以获得更多的融资渠道，从而缓解资金压力。

4. 榕江“新三变”与电商的结合

4.1. 电子商务在榕江地区的发展现状

榕江县在杭州市桐庐县的支持下，充分利用了杭州作为“电商之都”[8]的资源，建立了以杭州为市场中心的电商渠道。这一策略不仅扩大了“黔货出山”的销售网络，还显著提升了农产品的销售额。特别是通过电商直播平台，手机被转变为“新农具”，直播成为了“新农活”，从而加快了农产品的销售。这种创新模式不仅大幅度增加了当地农民的收入，还推动了地方经济的增长。在此基础上，榕江县也非常注重电商人才的培养，组织了多场以“短视频、直播 + 消费扶贫”为主题的培训班。这些培训班不仅培养了大量电商专业人才，还培养了一批“农民主播”。据澎湃新闻新闻报道，目前榕江县已培训农民主播200余名[9]，成功推动了多款农产品的销售，进一步促进了农产品的流通。榕江县还通过与企业进行合作，推出“榕江小香鸡”和“锡利贡米”等多个电商品牌和优质产品，不仅推动了农产品品牌化，还提升了市场竞争力。同时，为确保电商平台的稳定发展，榕江县加强了村级物流仓储体系和电商服务站的建设，完善了县乡村三级物流体系。这一基础设施的优化保障了农产品的顺畅流通，提高了物流效率。

4.2. 榕江“新三变”对电商模式的影响

榕江县通过电商平台实现了农产品的直接销售，减少了中间环节，提升了农产品的附加值。榕江县的茶叶、蜂蜜和中草药等特色农产品，通过与电商平台合作，直接面向消费者，拓宽了销售渠道，并使农民获得了更多利润。如，乐里镇本里村在“新三变”政策指导下，整合了周边农民的茶园资源，实施股份制改造，使农民成为股东，利益共享。合作社通过电商平台，利用网络直播、短视频等新兴媒介进行产品推广[10]，农民可以向消费者展示农产品的生产过程和质量，建立信任感，实现了销量的大幅提升，农民收入显著增加。此外，直播平台还提供了与消费者互动的机会，使得农民能够直接了解市场需求，

并根据反馈调整产品和服务，真正做到了手机变成“新农具”，直播变成“新农活”。电商平台不仅推动了农产品销售，还促进了农业生产方式的升级。许多农村集体经济组织开始利用电商平台提供的数据分析和市场需求预测，调整生产结构，优化种植品种。在电商平台数据支持下，将低附加值作物改为高附加值的有机蔬菜，通过电商平台的预售模式，精准对接市场需求，减少了库存积压和市场风险。同时，数据分析还可以帮助农民了解消费者偏好，进行产品创新，提升产品附加值。此外，大数据还在土地资源管理、水资源利用等方面提供了科学依据，为农业的可持续发展提供了支持。这种数据变成“新农资”的市场导向生产方式，不仅提高了经济效益，还增强了农村经济组织的市场竞争力。

4.3. 结合电商的榕江农村经济转型路径

榕江县通过“新三变”政策和电商平台的结合，推动了乡村旅游业的发展。将闲置的农房和土地资源转变为旅游资产，与电商平台合作推出了特色民宿和农家乐项目。游客通过电商平台预订住宿和旅游项目，提升了乡村旅游的便利性，也增加了当地农民的收入。此外，榕江县与多家电商平台合作，开设了电商培训班，内容涵盖电商运营、网络营销、直播带货等。许多农民通过培训掌握了电商知识，成为当地的电商达人，不仅能够通过电商平台销售自家产品，还带动了周边农民共同致富。榕江“新三变”与电商结合的实践案例，充分展示了政策与科技结合的强大力量。通过电商平台，榕江县实现了资源的高效配置、农产品的直销与品牌化、农业生产方式的升级以及乡村旅游业的发展，为当地经济注入了新活力也为其他地区提供了可借鉴的模式和路径。

5. 榕江“新三变”模式的挑战与发展建议

5.1. 榕江“新三变”模式助农的挑战

5.1.1. 技术和网络基础设施问题

榕江地区的电商扶农模式在近年来取得了显著的成效。随着互联网和信息技术的普及，榕江地区将传统农业与电子商务有机结合，不仅提升了当地农产品的市场竞争力，也为农民提供了新的收入来源。然而，榕江地区的电商助农尽管取得了一定的成效，但仍然面临一些挑战，技术和网络基础设施问题依然是制约农村电子商务发展的重要因素[11]。尽管近年来手机和互联网的普及率在整体上呈现逐年上升的趋势，可在偏远山区，这一现象并未得到有效体现。具体而言，网络覆盖的不足使得这些地区的居民难以充分利用数字经济带来的机遇。这一现象不仅限制了他们获取信息的渠道，也削弱了他们参与电子商务活动的的能力。研究表明，网络连接的质量与用户对新技术的接受度之间存在显著的正相关关系。在网络条件不佳的环境中，农民对新技术的学习和应用显得尤为困难，进一步影响了他们在电子商务平台上的活跃度。再者，农民的数字素养和使用技能普遍较低[12]，这在一定程度上源于教育资源的匮乏和信息传播渠道的局限。在缺乏必要的培训和支持的情况下，许多农民对新技术的接受度受到限制，这直接影响了他们参与电商的积极性和效果。

5.1.2. 电子商务人才匮乏问题

榕江地区的教育资源相对匮乏，尤其是在高等教育和职业培训方面。许多高校和职业院校未能开设与电子商务相关的专业课程，导致当地年轻人缺乏系统的电子商务知识和技能。因此，缺乏专业教育和培训使得榕江地区的居民难以掌握电子商务所需的基本技能，从而限制了他们在这一领域的就业机会。并且现有的电子商务从业人员普遍缺乏实践经验和专业知识。尽管一些农民和创业者尝试进入电子商务市场，但由于缺乏系统的培训和指导，他们在实际操作中常常面临困难。例如，许多从业者在产品推广、市场分析和客户服务等方面的能力不足，导致其在竞争激烈的市场中难以立足。这种技能的缺乏不仅影

响了个人的职业发展，也制约了整个地区电子商务的创新和发展。

5.1.3. 农产品质量保障和品牌建设问题

农产品质量保障和品牌建设是当前农村电子商务发展中面临的重大挑战之一。随着市场竞争的日益加剧，传统的种植和销售方式已无法有效保证农产品的质量。产品质量的提升不仅依赖于种植技术的改进，还需要系统的技术支持和专业培训，以帮助农民掌握现代农业生产的相关知识和技能。因此，农民在参与电子商务时，亟需获得更多的技术指导 and 培训，以提升其产品的市场竞争力。此外，品牌意识的缺乏也是制约榕江特色农产品在市场上竞争力的重要因素。尽管榕江地区拥有丰富的农产品资源，但由于农民对品牌建设的重视程度不足[13]，导致其特色农产品在市场上难以脱颖而出，无法获得消费者的长期信任。品牌的建立不仅需要高质量的产品作为基础，还需要有效的市场推广和消费者教育，以增强消费者对品牌的认知和忠诚度。因此，提升农民的品牌意识和市场营销能力，是推动榕江特色农产品发展的重要环节。

5.1.4. 电商与传统产业融合发展问题

在当前经济环境下，传统产业在技术应用方面普遍存在滞后现象，这种滞后不仅体现在技术的引入和应用上，更在于对电商平台的理解和使用能力的缺乏。这种缺乏导致了传统企业在向电商转型过程中面临诸多困难，无法有效利用电商平台的优势来提升自身的市场竞争力。部分传统企业对电商市场的认知相对薄弱，未能及时把握市场变化和消费者需求的动态。这种认知的不足使得企业在制定市场策略时缺乏科学依据，导致其在激烈的市场竞争中处于劣势。同时，传统产业的供应链体系与电商所需的快速反应机制之间存在显著的不匹配。这种不匹配不仅影响了库存管理的效率，还导致物流配送的滞后，进而影响了消费者的购物体验和企业的整体运营效率。融合过程中所需的资金投入也是一大挑战。电商转型通常需要大量的资金用于技术升级、人才引进和市场推广等方面，而许多传统企业在资金上存在一定的压力，难以进行有效的电商布局。这种资金短缺进一步加剧了传统产业在电商转型过程中的困难，限制了其发展潜力。解决这些问题需要多方合作，包括政府、企业和教育机构的共同努力，以促进榕江电商与传统产业的深度融合。

5.2. 持续推进榕江电商发展的建议

5.2.1. 加大对电商基础设施的投入

电子商务的发展离不开高效的物流系统、稳定且高速的互联网环境以及完善的支付系统。这些要素不仅是电子商务顺利运营的基础[14]，也是提升用户体验和交易效率的关键。因此，政府与企业之间的协同合作显得尤为重要，双方应共同增加对物流中心、仓储设施和交通网络的投资，以构建一个高效的物流体系。物流中心和仓储设施的建设能够有效提升货物的周转效率，缩短配送时间，从而满足消费者对快速配送的需求。同时，完善的交通网络能够为物流运输提供便利，降低运输成本，进一步提升电商企业的竞争力。因此，政府应通过政策引导和资金支持，鼓励企业加大对物流基础设施的投资，以促进电子商务的健康发展。随着 5G 网络的逐步普及，其高速率和低延迟的特性将为电子商务提供更为优质的网络服务。政府应积极推进 5G 网络的建设与应用，确保农村及偏远地区能够享受到高速互联网服务。这不仅有助于缩小城乡数字鸿沟，还能提高电商交易的便捷性和效率，使更多的农村居民能够参与到电子商务中来。政府与金融机构应加强合作，推动电子支付技术的普及与应用，确保消费者在进行在线交易时能够享受到安全、便捷的支付体验。

5.2.2. 加强电商人才的培养

电商的蓬勃发展需要大量具备电商运营、市场营销和数据分析等技能的人才。这类人才要求更关注如何提高农民的收入水平和生活状况，让农民真正获益。他们会通过技术培训、产品销售渠道搭建等方

式，帮助农民提高生产效率和增加经济收益。政府应联合高等院校和职业培训机构，开设专门的电商培训课程，并定期举办电商技能大赛和创业交流活动，以激发年轻人才的创业热情和创新能力，爱农助农的赤诚之心。同时，政府应制定和完善相关政策，提供有力的支持和保障。应出台一系列鼓励和扶持电商发展的政策措施，如税收减免、资金补贴、贷款优惠等，降低电商企业的运营成本，激励更多企业和个人投身电商行业。此外，还应建立健全电商法律法规和监管机制，加强对电商平台和交易行为的监管，保护消费者权益，维护市场秩序，营造公平竞争的市场环境。

5.2.3. 强化品牌建设和市场推广

榕江地区以其丰富的农产品资源和独特的民族文化而闻名，这为电子商务的发展提供了显著的优势。首先，榕江地区的农产品种类繁多，包括新鲜水果、特色蔬菜以及地方特产等，这些产品不仅具有较高的营养价值，还蕴含着丰富的地方文化和传统。这些独特的资源为电商平台的精准营销和品牌推广提供了良好的基础。为了充分挖掘和利用这些资源，榕江地区应致力于通过电商平台进行有效的品牌建设。具体而言，企业可以围绕地方特色，打造具有地域文化内涵的农产品品牌，从而提升产品的附加值。品牌化的农产品更容易获得消费者的认可和信任，因此，榕江地区的电商企业应注重品牌故事的构建，利用地方文化的独特性来吸引消费者的关注。榕江地区拥有丰富的农产品资源和独特的民族文化，这为电商发展提供了独特优势。

5.2.4. 推动电商与传统产业的深度融合

通过“互联网+”模式，将电子商务与农业、旅游、文化等传统产业紧密结合[15]，能够有效形成产业链条的协同效应。这一模式不仅为传统产业的转型升级提供了新的动力，也为地方经济的发展开辟了新的路径。榕江地区可以利用电子商务平台推广其丰富的农产品，从而使更多消费者了解和购买优质的榕江特产。通过线上销售，榕江地区的农产品能够突破地域限制，直接面向全国乃至全球的消费者。这种方式不仅提高了产品的可见度，还能够有效缩短生产者与消费者之间的距离，降低交易成本。例如，榕江的特色农产品如水果和地方特产，可以通过电商平台进行精准营销，吸引目标消费群体的关注，从而提升销售额和品牌影响力。值得一提的是，可以结合榕江地区的旅游资源，开发具有地方特色的旅游线路和产品，将进一步促进电子商务的发展。榕江地区拥有丰富的自然景观和独特的民族文化，这些都是吸引游客的重要因素。通过电商平台，旅游企业可以推出定制化的旅游产品和线路，吸引游客进行在线预订和消费。这不仅能够提升游客的体验感，还能促进当地旅游业的发展。例如，结合当地的节庆活动和文化体验，设计一系列具有地方特色的旅游项目，能够有效吸引游客的参与，从而推动消费。

6. 结论

榕江推行的“新三变”政策与电子商务的结合，为农村经济注入了新活力。该政策通过将手机变成“新农具”，数据变成“新农资”，直播变成“新农活”的新模式，为农村经济提供了全新动力。在这一政策的影响下，传统农业经济模式正逐步转型为以资源和资本为基础的新经济形态。这一转型不仅提升了农村经济的活力，也促进了农民收入的增加和生活水平的改善。展望未来，榕江县政府及有关部门需要持续增加对“新三变”政策和电商领域的支持与资源投入。通过不断探索和改进农村经济的新发展路径，榕江有望为全国农村经济的发展积累宝贵的经验，并提供有益的借鉴。这不仅有助于榕江自身经济的转型升级，也将为其他地区的农村经济发展提供参考，从而推动全国经济的均衡发展。

参考文献

- [1] 杨宇轩. 新媒体时代传媒经济的创新策略[J]. 活力, 2024, 42(9): 163-165.

-
- [2] 柳志娣, 张骁. 乡村振兴背景下数字农业建设过程演进及机制——基于云南省双柏县的案例分析[J]. 中国人民大学学报, 2024, 38(4):76-90.
- [3] 董雷. 基于三生共融的大城市周边地区乡村规划策略研究[D]: [硕士学位论文]. 合肥: 安徽建筑大学, 2022.
- [4] 段禹阳, 邵雨琪, 任晓航. 数字经济模式下农村电商产业高质量发展研究[J]. 山西农经, 2024(9): 70-72.
- [5] 陆婷婷. 农产品直播电商营销模式优化对策研究[J]. 商场现代化, 2024(17): 75-77.
- [6] 李青春. 加快发展新型农村集体经济的基础、挑战和策略建议[J]. 山西农经, 2024(13): 66-68, 74.
- [7] 韩飞燕. 电商扶贫对农民的赋能影响[D]: [博士学位论文]. 天津: 天津大学, 2020.
- [8] 吴越, 李相宜. “实体-线上”商业节点与科创园区融合发展研究——以杭州蒋村和永福为例[J]. 建筑与文化, 2024(7): 118-121.
- [9] 方亚丽, 管云. 榕江: “新三农”加码电商扶贫[J]. 当代贵州, 2020(42): 36-37.
- [10] 刘亮. 网络直播销售与辽宁省文创企业产品的发展与机遇[J]. 商场现代化, 2024(14): 29-32.
- [11] 王朝霞. 农村电子商务集群的形成机制及其发展路径[J]. 商业经济研究, 2024(11): 105-108.
- [12] 宋梓明, 刘志健, 黄振兴. 数字乡村背景下河南省农业高质量发展研究[J]. 商展经济, 2024(16): 36-39.
- [13] 邓敏慧, 薛晶晶. 乡村振兴背景下农村电商高质量发展路径研究[J]. 边疆经济与文化, 2024(9): 38-41.
- [14] 韩宪文. 乡村振兴视野下农产品跨境电商营销策略探索[J]. 食品研究与开发, 2022, 43(5): 235-236.
- [15] 高贵现. 新质生产力驱动农业产业链供应链现代化: 理论机制与实证检验[J]. 统计与决策, 2024, 40(17): 18-23.