

浅析乡村振兴背景下农村电商发展面临的困境和优化路径

张红梅

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11月6日; 发布日期: 2024年11月13日

摘要

乡村振兴战略是作为促进农业现代化的战略性举措, 不仅体现了我国建设农业强国的基本要求, 而且在这一宏伟蓝图指引下, 农村电子商务得到快速发展, 成为推进乡村振兴的新动力。虽然农村电商发展得益于国家高度重视及大力支持, 农产品的种类繁多, 居民消费观念的转变也为其提供了广阔的市场空间, 但是目前仍面临一些困境: 电商专业人才的缺乏、电商物流体系待完善、农村居民参与度较低、缺乏农产品品牌意识和建设, 这些因素制约了农村电商的可持续发展。为了破解这些难题, 本文提出了引进和培养电商专业人才、健全农村电商的物流体系、树立电商发展的主体意识、塑造电商农产品品牌效应的建设性优化路径, 为全面实现乡村振兴蓄势赋能。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 农业现代化

A Brief Analysis of the Dilemma and Optimization Path of Rural E-Commerce Development under the Background of Rural Revitalization

Hongmei Zhang

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 29th, 2024; accepted: Nov. 6th, 2024; published: Nov. 13th, 2024

Abstract

The rural revitalization strategy is as a strategic measure to promote agricultural modernization, not only reflects the basic requirements of building an agricultural power in China, but also under the guidance of this grand blueprint, rural e-commerce has been rapid development and has become a new driving force to promote rural revitalization. Although the development of rural e-commerce benefits from the great attention and strong support of the state, the wide variety of agricultural products, and the change of residents' consumption concepts also provide a broad market space for it, but it still faces some difficulties: Lack of e-commerce professionals, e-commerce logistics system to be improved, low participation of rural residents, lack of brand awareness and construction of agricultural products, these factors restrict the sustainable development of rural e-commerce. In order to solve these problems, this paper puts forward a constructive optimization path to absorb and develop e-commerce professionals, improve the logistics system of rural e-commerce, establish the main body awareness of e-commerce development, and build the brand effect of agricultural products of e-commerce, so as to accumulate momentum and empower the comprehensive realization of rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Agricultural Modernization

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

乡村振兴战略是习近平总书记于 2017 年 10 月 18 日在党的十九大报告提出的，并一再强调必须始终把解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重。党的二十大报告又提出全面推进乡村振兴。随着乡村振兴战略的实施，农村电商这种新型经济模式快速发展。在乡村振兴背景下，农村电商推动了农产品销售，带动了农村经济的发展，增加了农民的收入，提高了人民的生活水平，农村电商在乡村振兴中发挥着重要的作用。在此背景下，农村电商迅速发展的同时仍然面临着一系列的现实困境，如电商专业人才的缺乏、电商物流体系待完善、农村居民参与度较低、缺乏农产品品牌意识等，这些都会制约电商经济进一步的发展，本文将会浅析农村电商发展面临的困境，并提出相应的优化路径。

2. 乡村振兴背景下农村电商发展的优势

农村电商，顾名思义，就是在农村地区新兴起的发展电子商务的一种模式，在全面推进乡村振兴的背景下，农村电商具备很多方面的发展优势，如国家的高度重视及大力支持、我国丰富的农产品资源、居民消费观念的转变等优势，这些优势为农村电商经济的发展新进程提供了基础。

2.1. 国家高度重视及大力支持

2019 年，国务院办公厅发布的《关于促进农村电子商务全面发展的指导意见》明确指出，农村电商是转变农业发展方式的有效抓手，是精准扶贫的重要载体，并提出相关措施以及同各类社会资源加强合作，共同推动农村电商发展。2024 年，商务部等 9 部门发布的《关于推动农村电商质量发展的实施意见》

明确提出,发展农村电商,是建设农业现代化的重要举措,是转变农业发展方式、带动农民增收的有效抓手,是促进农村消费、满足人民对美好生活向往的有力支撑。提出用 5 年时间,在全国培育 100 个左右农村电商“领跑县”、1000 家左右县域数字流通龙头企业、1000 个左右县域直播电商基地、10,000 名左右农村电商带头人,基本建成设施完善、主体活跃、流通顺畅、服务高效的农村电商服务体系[1]。最近几年,国家相关部门大力发展农村电商,基本建立起县乡村三级电子商务服务体系和物流配送体系,在全面推进乡村振兴中发挥了积极作用。在乡村振兴背景下,国家高度重视及大力支持为农村电商提供了政策保障。

2.2. 丰富的农产品资源

我国农产品资源丰富,为发展农村电商提供了稳定的供货来源。发展农村电商经济需要一个稳定的货源,中国作为一个农业大国,幅员辽阔,拥有不同类型的气候条件,为我国农产品的丰富性、多样性、独特性提供了得天独厚的条件,无论是粮食作物还是经济作物种类都非常丰富;我国农产品产量大,由于国耕地面积较多,再加上农业方面的技术进步,使我国农产品产量一直位居世界前列;我国农产品地区特色明显,比如北方的小麦、花生、苹果,南方的水稻、柑橘等;我国农产品品质优良,比如东北的大米、重庆的脐橙、新疆的哈密瓜等。在农村发展电商,可以将我国各地区生产的特色农产品带到市场上,满足人们不同的消费需求,同时我国农产品种类繁多,为农村发展电商提供了优势。

2.3. 居民消费观念的转变

习近平总书记在党的十九大报告中指出:“中国特色社会主义进入新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。”[2]随着国家经济的快速发展,消费水平不断提高,居民的消费观念和消费方式发生了转变,人民对美好生活的追求越来越高,不仅追求绿色、高品质的农产品,还逐渐转向追求具有地域特色、零污染原生态的农产品,然而农村电商可以完美地满足消费者对农产品这样的高需求[3]。

在农村地区发展电商,不仅能够推销农村各地具有特色的农产品,发展农村经济,还能够为农村乡村振兴增加新的动力,为巩固脱贫攻坚战工作增加润滑剂。

3. 乡村振兴背景下农村电商发展面临的现实困境

在乡村振兴的背景下,我国农村电商发展获得了显著的成就,取得了飞速的发展,但同时在发展中仍然还面临现实困境,主要有电商专业人才的缺乏、电商物流体系待完善、农村居民参与度较低、缺乏农产品品牌意识等困境。

3.1. 电商专业人才的缺乏

在乡村振兴背景下,农村电商能够发展在于科技,科技的发展在于人才,人才是制约农村电商发展的关键因素。根据国家统计局公布的第三次全国农业普查主要数据公报,从业农业人员的年龄集中在 36 岁以上,从业中为未上过学的占 6.4%,小学占 37.0%,初中的占 48.4%,由此可见,农村电商缺乏专业人才。农村电商专业人才缺乏的主要原因是当代年轻人不愿意回村、薪资待遇差,人才培养有限。

第一,现代就业观念。外出的年轻人和刚毕业的大学生不愿意回村就业,外出打工的年轻人群体,接触到外面的世界之后,见识到了更多的新鲜事物以及尝到了甜头,不愿意回到交通不便、就业环境较差的农村;刚毕业大学生,经过大学四年的洗礼,具有强大的事业心和雄心,只向往灯红酒绿的大城市。因此农村电商很难找到专业人才。

第二，农村薪资待遇差。薪资待遇是制约农村电商缺乏专业人才的根源，薪资待遇差无法吸引年轻人和大学生回到农村就业。由于我国经济发展不平衡，导致农村的经济发展水平落后于城市的经济发展水平，农村的待遇水平无法与城市的待遇水平相提并论，达不到年轻人的预期，很难吸引年轻人和大学生回乡扎根农村电商行业。

第三，农村电商人才培养有限。农村电商培训中多由市县单位发起，没有注意到乡镇的差异性，采取“一刀切”的培训模式。农村地区电商技术培训的师资力量相对薄弱，培训老师缺乏教学经验和实践经历。电商培训内容更多偏重理论知识，缺乏实践，没有做到理论与实际相联系。电商发展技术人才的培训模式、师资、内容受限，使农村电商发展没有组成一支专业化的技术人才队伍，阻碍了农村电商进一步的发展。

3.2. 电商物流体系待完善

农村物流体系不健全会影响农产品的上行和工业品的下乡，也会降低物流效率，制约农村电商进一步发展。物流体系不健全主要是由于基础设施薄弱、技术落后、政策激励不足导致。

第一，农村地区交通和网络基础设施薄弱。首先是交通运输网络薄弱，大多数农村地区地处偏远、地势复杂，农村道路狭窄、坡度大、路况较差，导致农村物流时间更长、运输成本更高，降低运输效率；其次，网络覆盖不足，根据中国互联网络信息中心发布的第 53 次中国互联网络发展状况统计报告显示，截至 2023 年 12 月，我国网民规模达到 10.91 亿人，我国农村网民规模达 3.26 亿人，占网民整体的 29.8%；城镇网民规模达 7.66 亿人，占网民整体的 70.2%，由此可见，尽管互联网普及率高，但是农村地区通信网络覆盖不够全面，限制了农村电商物流体系的发展。

第二，技术落后。农村地区无论是在物流、储存、冷冻链等方面的技术与城市相比存在很大的差距。农村电商物流设施不完善，货物分拣、装卸等程序中利用传统的方式，没有引用现代化的技术，再加上县、乡、村三级物流体系发展不平衡、不充分，物流服务网点主要是建立在人口密集的镇中心，离村庄远，配送中心覆盖面不大，“最后一公里”问题仍然突出。同时，农村电商物流服务模式单一化、机械化程度低、缺乏专业的管理人员、农产品冷链物流布局不合理、仓储设施不足等问题，不利于农村电商发展[4]。

第三，政策力度不够。在乡村振兴的背景下，尽管国家大力支持农村电商的发展，出台了许多支持农村电商发展的政策措施，但是与城市相比，农村电商物流体系建设方面政策机制缺乏吸引力，具体实施过程中存在执行力不足、政策效果有限等，很难在实施过程中做到真正惠及农民居民和电商经营者，难以吸引投资人和企业的参与。

3.3. 农村居民参与度较低

农村居民的参与度是影响农村电商发展的关键性因素。在乡村振兴背景下，农民逐渐认识到自己的重要性，增强了主人翁意识，但是，在电商发展过程，许多参与对象不具备电商意识，没有意识到电商给当地的经济带来巨大收益，所以参与电商发展的人员少。

第一，农民缺乏电商意识。农民缺乏电商意识是农村电商发展中一个明显的现象，缺乏电商意识，必然导致参与电商发展的人员少。因为农村大部分地处偏远山区、交通不便、信息闭塞，农民受传统自给自足的小农经济影响，习惯自产自销，再加上大多数农民不愿意接受新鲜事物或者接受新鲜事情的过程长，电商这个新诞生的行业，没有获得农民的信任。

第二，缺乏专业培训机会。在电商的发展过程中，政府没有意识到专业培训的重要性，导致大部分农民没有机会接受电商方面的培训，缺乏电商方面的专业技能和专业知识，不知道如何操作一系列的

电子设备，也不知道如何充分利用电商平台来销售自家的农产品，这降低了农民对电商发展的参与程度。

第三，电商行业要求高。农村电商行业是一种新经济模式，该行业门槛高。无论是运营、管理、推广等方面都需要专业人员，电商经营需要一定的专业知识和技能。然而农村中，大部分农民只有小学或者初中文凭，这对于落后的农村来说是一个极大的挑战。同时，随着出台了乡村振兴战略，国家和政府对农村电商引起了足够重视，促进了农村电商市场不断发展，加剧了竞争，农村居民在电商方面的专业性较差，在参与电商活动时没有优势，不能与专业团队或者大型电商企业的竞争对手抗衡，挫伤了农民的积极性，导致他们的参与程度低。

3.4. 缺乏农产品品牌意识和建设

品牌是一个地区农产品身份的标志，是信任和质量保证的象征，也是附加值和溢价能力的源泉。在电商发展过程中，电商经营者缺乏农产品品牌意识导致产品特色不突出、削弱了影响力，电商经营者和农民缺乏农产品品牌意识是多方面的。

第一，生产和经营主体品牌意识薄弱。农民作为农产品生产的主体，缺乏品牌意识。在生产的过程中，往往更加关注产品是否增产、管理是否得当、种植技术是否提升，忽视了自家农产品的市场宣传和品牌建设。电商经营者作为电商发展的主力军，缺乏对产品的推广力度，缺乏长远规划和目标定位，他们更加关注是眼前和短期的利益，忽视了品牌带来的长期利益和附加值。

第二，资金短缺。农产品的品牌建设是一个长期的过程，前期品牌建设资金投入量大，比如品牌策划、宣传和推广等方面都需要资金介入，电商经营者和农民都是个体户，他们的经济实力有限，又拉不到投资人，所以独自承担这些费用是有难度，资金短缺使他们没有能力来进行农产品的品牌建设。

第三，品牌建设缺乏创新。农民和电商经营者在品牌建设过程中缺乏创新精神，比如没有把各个地区农产品的特色打造出来，使农产品缺少个性化和独特性；缺乏个性化包装的打造，产品包装的美观度与创新性是新媒体数字营销时代吸引消费者和树立品牌形象的关键要素之一。大部分农产品的包装不够新颖，营销方式缺乏创新性，无法吸引消费者。

4. 乡村振兴背景下农村电商发展的优化路径

在乡村振兴的背景下，国家和政府对农村电商提出了新的要求，电商在贫困农村地区发展存在的诸多现实困境，要以发展农村电商经济为切入点，有针对性地精准施策，确保电商发展的可持续性，真正做到电商带动经济发展，增加农民收入，提高农民幸福感。

在乡村振兴的背景下，国家提倡实施数商兴农，农村电商发展面临的现实困境有以下优化路径：引进和培养电商专业人才、健全农村电商的物流体系、树立电商发展的主体意识、塑造电商农产品品牌效应，更好推动农村电商发展，缩小农村与城市之间的差距，为实现全体人民共同富裕奠定经济基础。

4.1. 引进和培养电商专业人才，完善队伍建设

党的二十大报告中明确提出：“必须坚持科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力，深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略，开辟发展新领域新赛道，不断塑造发展新动能新优势。”[5]国家发展靠人才，农村电商发展靠人才，推进农村电商进一步发展，必定要建设一支专业化的人才队伍。乡村振兴战略背景下，要深入实施数商兴农工程，需要引进具备电商专业技能和专业知识的人才，同时发展农户成为电商新农人，将持续推动农村电商的发展。

第一，加强与校企合作。学校是培养高素质、专业技能人才的基地，可以加强校企合作，增加提供人才的渠道，学校为学生开展职业规划课程，引导学生树立正确的就业观。此外，学校帮助具有扎根农村想法的大学生回到农村，培养造就一支懂农业、爱农村、爱农民的“三农”工作队伍，为全面推进乡村振兴提供有力人才支撑[6]。

第二，政府加大资金支持力度。外出打工的年轻人和大学生不愿意回村的主要原因是薪资待遇差，政府可以通过增加补贴刺激、加强政策扶持力度，提升薪资待遇，吸引外出打工的年轻人和电商专业的毕业生回村就业，吸引更多的专业电商人才，有利于发挥电商的最大优势。

第三，改善电商人才培训现状。做到具体问题具体分析，结合乡镇的差异性，做到针对性的培训。终止“一刀切”的培训模式，采取线上培训和线下培训相结合的模式、集中培训模式、进村指导等模式。同时外聘电商职业经理人、成功电商人士加入培训队伍，提升师资力量。在培训内容上要做到重理论更重实际操作，建立实践基地，培养未来电商人的操作能力。

4.2. 健全农村电商的物流体系，强化基础设施建设

健全农村电商的物流体系，完善基础设施建设为农村电商发展提供坚实的后方保障，包括四通八达的交通网络、全覆盖的网络信号、现代化的仓储设施、加大政策支持力度。完善的物流体系能够提高物流效率、降低成本、提升服务质量，为实现农村农业现代化注入新的动力。

第一，改进农村地区交通和网络基础设施。首先，加大贫困地区道路交通建设资金。政府要积极为农产品种类丰富的贫困地区吸引投资，设立资金专项渠道，建立四通八达的交通网络运输线，改善传统的运输方式，实现公路运输、铁路运输、水路运输、航运运输等多种方式，缩短运输时间，提高物流效率，加强产品的互通性；其次，提高农村网络覆盖率。加大农村地区的通信工程建设，实现互联网进家家户户，千家万户皆可上网，把农民培养成现代化的网民，利用信息化的高科技技术来扩宽农产品外销的渠道。

第二，引进现代化的技术。建立现代化的仓储设施，其中包括智能仓库、冷冻链仓库等，改善农产品分类、存储方面的条件，保证农产品在存储、分类、运输时的质量。解决农村配送“最后一公里”问题，在村里人口密集的地方设置代收地点，使物流站点进入村，缩小代收点与农户家的距离，解决农村人民取快递“最后一公里”问题。建立专业的农村电商物流团队模式，提升农产品市场竞争力。在运输过程中，使用智能化、信息化管理系统，同时，地方政府定期对农村物流企业培训和指导，提升农村企业物流管理水平，提高物流服务的质量和稳定性。

第三，加大政策的支持力度。在乡村振兴的背景下，想要进一步加速农村电商的蓬勃发展，与当地政府的政策措施息息相关。当地政府要积极推出惠及农村居民和电商经营者的新政策，如对参与电商发展的农民给予资金、技术等方面的支持，提升以往政策的优惠力度，吸引更多投资人和企业的参与，同时政府派出人员，监督政策落实和后续工作，提高政策的执行力度，真正做到惠及农村居民和电商经营者，合力推进农村电商物流发展，进而协同农村电商的蓬勃发展，拉动农村经济的发展，带动农民增收。

4.3. 树立电商发展的主体意识，激发农民的参与感

在促进农村电商发展的过程中，农民的主体意识和参与意识是农村电商发展成败的关键一环。习近平总书记在扶贫工作期间提出了“扶贫先扶志、扶贫必扶智”的最新做法[7]。农村电商发展是同样的方法，农村电商发展先扶志，树立农民电商发展的主体意识，激发他们积极参与电商发展，从根本上认识电商发展的意义和作用，增强他们的信心和决心。

第一，培养农民电商意识。电商工作中“输血”固然重要，但“造血”是关键，电商之兴，首在扶

志，一定要把电商发展与扶志有机融合，既要送温暖，更要志气与信心。通过广播、电视、短视频多渠道向农民宣传加强农村电商发展的政策措施，以及广泛宣传农村电商发展的优势，在潜移默化中培养和提升农民的电商意识，让农民充分了解农村电商在农产品销售、宣传等方面的便利性，激发他们作为电商主体的积极性和自信心，坚定通过电商带动当地经济发展的信念，巩固农业致富的决心，实现“电商发展先扶志”。此外，定期分享农村电商的成功案例，尤其是在农民增收方面的典型案例，有助于消除农民对电商这一新鲜事物的怀疑，坚定农村电商可以有效地将自家农产品推销到全国各地，激发农民参与电商发展的热情和积极性。

第二，增加专业培训机会。电商行业的发展需要专业人员运营，需要做好人才培养工作。首先，政府定期开展电商专业知识和专业技能培训，如组织电商培训班，讲解电商的基础知识、操作技能等，提升农村电商农民的自身能力；其次，组织现场教学和实践，坚持具体问题具体分析，结合每个村的实际情况，做到因材施教，定期组织有需要的农民到电商企业、产业园区等进行实地考察和观摩、学习，将理论知识与实际操作相结合；最后，利用线上教育资源，充分利用互联网资源，开展线上课程，开发多样化的学习方式，真正实现“电商发展必扶智”。使农民在政府、企业、社会的大力支持下，掌握电商发展的专业知识和技能，知道如何操作电子设备，充分利用电商平台推销自家产品，重拾参与电商发展的热情。

第三，降低农民参与电商门槛。发展农村电商的过程中，在保证农村电商健康发展的前提下，可以有效地简化农民商户电商注册和认证的流程，比如减少不必要的文件和流程，立即注册、立即审核证件，从根本上缩短农民商户入驻平台开展业务的时间；政府推广“一条龙的帮助”，为农民提供注册、认证、门店装修等方面的一站式帮助，减少他们在初期遇到的麻烦，从观念上让农民觉得参与电商发展是一件轻松的事情，从而激发他们参与电商发展的激情。

4.4. 塑造电商农产品品牌效应，提高产品的知名度

品牌是农产品文化和价值观的传播者，是农产品可持续发展和隐形资产的源泉，农村企业和经营者主体打造个性化的农产品品牌效应，提高农产品的知名度，注重精细化加工，提高农产品的附加值，长期打造同一款农产品，让产品深得消费者的喜爱[8]。从而赢得一定的消费市场，促进农村电商的发展，为农民降低成本，增加收入，促进乡村产业振兴，推进农业现代化。

第一，引导生产和经营主体树立品牌意识。农民作为农产品生产的主体，电商经营者作为电商发展的主力军，都忽视了品牌所带来的隐形价值，在实际运营过程中，组织生产和经营主体参观成功打造品牌效应的村或者电商企业，邀请成功的品牌创始人分享经验、提供实际帮助，使双方真正意识到品牌效应带来的附加值和长期效益。

第二，吸引投资。通过电视、广播、网络媒体大力宣传各村特色农产品，让更多投资人看到该农产品背后所蕴藏的故事，改善当地的基础设施，提高各方面的服务水平，吸引投资人的加入，共同打造品牌。坚持以政府为主导，为投资者提供税收减免或者优惠政策，从而降低投资成本，同时，提供相关政策的扶持，为品牌创始人提供税收优惠、资金支持或者资金补贴，从各方面吸引投资，为打造个性化农产品品牌筹资、融资。

第三，增强品牌建设创新意识。品牌建设不是一成不变的，品牌创始人需要根据产品特点、市场需求等不断地注入创新。加强各地区农产品的特色、差异化，尤其是加强农副产品的包装设计，以及设计独特的品牌标识，以确保该农产品在市场上具备吸引力，在市场中脱颖而出，吸引更多消费者。通过溯源农产品，并在包装上设计二维码，传递农产品背后的故事和品牌的价值观，使消费者可以更好地了解该产品，从而推动产品的销售。

5. 总结

农村电子商务在推动乡村产业振兴和农业经济发展方面发挥着至关重要的作用。在乡村振兴战略指引下,农村电商快速发展,主要得益于国家政策的高度重视及大力支持、我国丰富的农产品资源、居民消费观念的转变。然而,农村电商若要可持续发展就要解决电商专业人才的缺乏、电商物流体系待完善、农村居民参与度较低、缺乏农产品品牌意识和建设等问题。针对这些问题,我们必须积极引进和培养电商专业人才,完善人才队伍建设;健全农村电商的物流体系,强化基础设施建设;树立农村电商发展的主体意识,激发农民的参与感;塑造电商农产品品牌效应,提高产品的知名度,进而带动乡村产业振兴,助力乡村振兴,实现农业农村现代化,从而更好地增加人民的获得感、幸福感、安全感,满足人民对美好生活的向往。

参考文献

- [1] 孙琳. 从“618”看农村电商助力农产品上行[N]. 人民政协报, 2024-06-25(009).
- [2] 习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[N]. 人民日报, 2017-10-28(1).
- [3] 王鹤霏. 农村电商发展存在的主要问题及对策研究[J]. 经济纵横, 2018(5): 102-106.
- [4] 冯敏贤, 林杰婷, 吴晓菊. 浅析乡村振兴背景下农村电商发展现状及对策[J]. 山西农经, 2024(8): 67-69.
- [5] 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——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[N]. 人民日报, 2022-10-26(1).
- [6] 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.
- [7] 习近平. 携手消除贫困促进共同发展——在 2015 年减贫与发展高层论坛的主旨演讲[N]. 人民日报, 2015-10-17(02).
- [8] 郑福, 周祚山. 乡村振兴背景下农村电商发展机遇、困境及对策研究[J]. 中国商论, 2024(7): 29-32.