

直播电商助力乡村振兴： 价值、挑战与实践策略

杨云芬

贵州大学马克思主义学院，贵州 贵阳

收稿日期：2024年9月18日；录用日期：2024年11月18日；发布日期：2024年11月25日

摘要

随着数字经济的迅猛发展，直播电商作为新兴业态，在推动乡村振兴中展现出巨大潜力。分析直播电商赋能乡村振兴的重要意义，包括提升农村经济效益、塑造与推广农村品牌、促进产业结构调整以及促进人才回流与培养。然而，直播电商在乡村振兴过程中也面临着基础设施不足、人才短缺与技能缺失、产品标准化与品牌建设难题，以及市场认知与信任建立等现实困境。为应对这些挑战，提出直播电商赋能乡村振兴的实践路径，包括加强农村网络、物流等基础设施建设，构建多元化培训体系并吸引外部电商人才回流，推动农产品标准化生产与品牌建设，创新营销模式并增强市场信任。这些措施的实施将为乡村电商的发展提供坚实保障，注入新的动力和活力，进一步推动乡村振兴事业的发展。

关键词

直播电商，乡村振兴，现实困境，数字经济

Live Streaming E-Commerce Supports Rural Revitalization: Value, Challenges, and Practical Strategies

Yunfen Yang

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 18th, 2024; accepted: Nov. 18th, 2024; published: Nov. 25th, 2024

Abstract

With the rapid development of the digital economy, live streaming e-commerce, as an emerging

文章引用：杨云芬. 直播电商助力乡村振兴：价值、挑战与实践策略[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 4623-4630.

DOI: 10.12677/ec.2024.1341684

business model, has shown great potential in promoting rural revitalization. Analyzing the significance of live streaming e-commerce in empowering rural revitalization involves several key aspects, including enhancing rural economic benefits, shaping and promoting rural brands, facilitating industrial restructuring, and encouraging talent return and training. However, live streaming e-commerce also faces practical challenges in the process of rural revitalization, such as insufficient infrastructure, talent and skill shortages, product standardization and brand building difficulties, as well as market awareness and trust building. To address these challenges, a practical path for empowering rural revitalization through live streaming e-commerce is proposed, including strengthening rural network, logistics and other infrastructure construction, building a diversified training system and attracting external e-commerce talents to return, promoting standardized production and brand building of agricultural products, innovating marketing models and enhancing market trust. The implementation of these measures will provide solid guarantees for the development of rural e-commerce, inject new impetus and vitality, and further promote the development of rural revitalization.

Keywords

Live Streaming E-Commerce, Rural Revitalization, Realistic Dilemma, Digital Economy

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

随着数字技术的飞速进步，数字经济已成为全球经济增长的重要引擎。据国际数据公司(IDC)预测，到 2025 年，全球数字经济规模将占 GDP 的 60%以上，显示出其不可估量的潜力和影响力。在这一背景下，电商直播作为数字经济中的新兴业态，凭借其独特的互动性和实时性，在全球范围内迅速崛起。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的数据，截至 2023 年底，我国网络直播用户规模已超过 7 亿，其中电商直播用户占比显著，成为推动消费增长的新力量。与此同时，乡村振兴战略作为新时代中国特色社会主义事业的重要组成部分，正面临着从传统农业向现代农业转型的迫切需求。乡村振兴战略在全面实现社会主义现代化战略中具有重要地位，党的二十大报告中对加快建设农业强国，推进乡村文化、人才、产业等方面振兴提出了具体目标和要求。在这一战略指引下，如何有效利用现代科技手段，特别是电商直播这一新兴模式，赋能乡村振兴，成为当前亟待解决的重要课题。在此背景下，我国农业也逐渐向智能数字化、生态化、精准化、品牌多元化、国际全球化等趋势转变发展。直播电商作为传统电商的一个分支，在脱贫攻坚以及乡村振兴发展中起到了积极作用，不仅通过平台更加直观便捷地展示实物产品，给消费者带来互动体验，还有效解决了农产品销售渠道中存在的信息不对称和中间环节繁多等问题。直播电商行业快速发展为乡村建设与网络发展深度融合，探索农村电商模式的升级创新提供了重要助力作用。

2. 数字经济时代下电商直播赋能乡村振兴的重要意义

自 2016 年起，“直播 + 电商”就作为一种新型的网络购物方式在广大居民消费者中流行。2023 年，全国网络零售总额达 15.42 万亿元，连续十一年位居世界首位。数字经济能显著促进我国产业结构转化升级与合理化，已成为促进乡村经济社会发展和乡村振兴的重要驱动力量[1]。当前，我国拥有超过 2800 个县级行政区划，这些区域汇聚了约 7.4 亿庞大的人口基数，其中，乡镇与村级市场的消费份额在全国消费版图中占据了举足轻重的 38%比例。这充分表明，农村地区蕴藏着极为可观的消费增长潜力和广阔的

发展前景。随着农村电商的日益普及，它不仅促进了农产品与工业产品之间的双向高效流通，更为农村地区经济的繁荣与产业的多元化发展铺设了坚实的道路，成为推动乡村振兴不可或缺的关键力量与坚实后盾。直播电商在农村已然成长为不可阻挡的趋势，成为电商直播的新趋势和新潮流，在农村供给侧结构性改革起着至关重要的作用。

2.1. 农村经济效益提升

农村直播电商是在数字经济背景下兴起的一种新兴电商营销模式，以直观性、强互动性、快传播性等特点受到了广泛认可[2]。直播电商通过打破传统农产品销售的时空限制，实现了农产品从田间地头到消费者餐桌的无缝链接，极大地促进了农产品上行。农民利用直播平台，可以直接向全国乃至全球的消费者展示农产品的生长环境、采摘过程及品质特色，从而激发消费者的购买欲望，增加农产品的销售量。这种销售模式的创新，不仅为农产品打开了更广阔的市场，还有效缩短了销售周期，减少了中间环节，提高了农产品的附加值，为农村地方就业提供更多机会，通过种植或销售均可使农民获得更高的经济收入[3]。通过网络办理政务的方式，乡民能够及时了解政务信息，并参与到乡村公共事务当中，使得乡村治理信息更加透明化、主体更加多元化[4]。随着农产品销量的增长，农村经济活力得到释放，带动了相关产业的发展，如物流、包装等，形成了良性循环，进一步推动了农村经济的整体增长。

2.2. 农村品牌塑造与推广

直播电商为农产品品牌化提供了有力支撑。通过直播，农产品可以更加直观地展示其独特性和优势，主播的详细解说和消费者的实时互动，有助于加深消费者对农产品品牌的认知和记忆。同时，电商平台的数据分析工具可以帮助农民精准定位目标消费群体，制定个性化的品牌营销策略，提升农产品的知名度和影响力。其不仅拓宽了农产品的营销渠道，还有助于提升农产品的知名度和品牌影响力，从而降低农产品的生产成本，促进了农民增收和农村经济的可持续发展[5]。长期而言，品牌化的农产品能够获得更高的市场认可度和消费者忠诚度，为农产品带来持续稳定的销量，助力农村经济的长期发展。

2.3. 产业结构调整

直播电商的兴起，促使农村产业结构向更加市场化、现代化的方向调整。一方面，直播电商要求农产品生产更加标准化、规模化，以适应市场需求和电商平台的销售标准，这推动了农村传统农业向现代农业的转型。另一方面，直播电商的快速发展也带动了农村相关服务业的兴起，如电商服务、物流配送、包装设计等，这些新兴产业的涌现，丰富了农村产业结构，提高了农村经济的多元化和抗风险能力。通过直播电商的引导，农村产业结构得以优化升级，为乡村振兴注入了新的活力。直播电商的普及还激发了农村创新创业的热情，吸引了一批有知识、有技能的青年人才返乡创业，他们利用互联网思维和技术手段，将传统农业与现代服务业深度融合，开发出了一系列具有地方特色的农产品品牌和服务项目，不仅丰富了农村产业结构，也为乡村振兴注入了新鲜血液和强大动力。这些新兴业态的涌现，不仅提升了农村经济的整体活力，也促进了农村社会的和谐稳定与全面发展。

2.4. 人才回流与培养

直播电商的蓬勃发展，为农村青年提供了回乡创业就业的新机遇。相比传统农业，直播电商更具创新性和挑战性，吸引了大量有知识、有技能的青年人才返乡投身其中。他们利用所学知识和技能，开展农产品直播销售、品牌打造、电商运营等业务，不仅为自己创造了就业机会，也带动了乡村经济的振兴。同时，直播电商的兴起也促使地方政府和社会各界加大对农村电商人才的培养力度，通过举办培训、提供政策支持等方式，帮助更多农民掌握电商技能，提升他们的就业竞争力和创业能力。这样一来，农村

人才队伍建设得到加强，为乡村振兴提供了坚实的人才支撑。

3. 直播电商赋能乡村振兴的现实困境

直播电商作为数字经济时代的新兴业态，为乡村振兴提供了前所未有的机遇。然而，其在赋能乡村振兴的过程中也面临着诸多现实困境。农村网络覆盖不全、物流体系滞后等基础设施不足问题，严重制约了直播电商在乡村的普及与发展。同时，农村电商人才的匮乏以及农民电商技能的缺失，使得直播电商的潜力难以充分释放。此外，农产品标准化程度低、品牌塑造困难等现状，进一步加剧了农村电商的市场竞争压力。而消费者对农村产品信任度不高、市场认知有限的问题，更是成为制约农村电商发展的瓶颈。因此，深入剖析这些现实困境，探索有效解决路径，对于推动直播电商更好地赋能乡村振兴具有重要意义。

3.1. 基础设施短板：网络覆盖不全与物流体系滞后

农村网络覆盖、物流体系等基础设施建设的滞后问题。农村网络覆盖不全和物流体系滞后是直播电商赋能乡村振兴过程中最基础也是最紧迫的问题。网络作为直播电商的基石，其覆盖范围和稳定性直接影响到电商活动的顺利进行。然而，当前农村地区的网络建设普遍滞后，网络速度慢、信号不稳定、覆盖范围有限等问题频发，严重制约了直播电商的普及与发展。农民在进行直播销售时，常因网络问题导致直播卡顿、断线，极大地影响了用户体验和销售效果。与此同时，物流体系的滞后也是制约农村电商发展的重要因素。由于农村地区地理位置偏远、交通不便，物流成本高昂，且配送时效难以保证。缺少完善的物流配送和冷链运输，农产品在运输途中容易损坏变质，影响了农产品的销售和形象[6]。这使得许多农产品无法及时送达消费者手中，影响了销售效果和消费者体验。此外，农村地区的仓储设施也相对落后，缺乏现代化的冷链物流体系，导致农产品在储存和运输过程中损耗较大，进一步增加了成本风险。因此，加强农村网络覆盖和物流体系建设是推动直播电商赋能乡村振兴的当务之急。政府应加大对农村网络基础设施的投资力度，提升网络覆盖范围和稳定性，为直播电商提供坚实的网络支撑。同时，还应鼓励和引导物流企业加大农村地区的投入，优化配送网络，降低物流成本，提高配送时效，为农产品上行打通“最后一公里”。

3.2. 人才与技能瓶颈：电商人才匮乏与农民技能缺失

农村电商人才匮乏与农民电商技能不足的现状。人才是直播电商赋能乡村振兴的关键要素。虽然国家不断创新和优化电商人才的培育，采取院校教育革新、土著人才挖掘和电商人才技能培训以及优秀人才引进等措施[7]。然而，当前农村地区普遍面临着电商人才匮乏、农民电商技能不足的问题。由于历史、地理等多方面原因，农村地区的人才流失严重，高素质、懂电商的人才更是难以寻觅。这使得农村电商在发展过程中缺乏有力的智力支持，难以实现持续、快速的发展。同时，农民作为农村电商的主体，其电商技能的缺失也是制约农村电商发展的重要因素。许多农民对电商知识了解有限，缺乏网络营销、品牌建设、客户服务等方面的技能，导致其在电商活动中处于劣势地位。这不仅影响了农产品的销售效果，也制约了农村电商的长期发展。因此，加强农村电商人才培养和农民电商技能培训是推动直播电商赋能乡村振兴的重要任务。政府应加大对农村电商教育的投入力度，建立多层次、多形式的培训体系，提高农民的电商素养和实战能力。同时，还应积极引进外部电商人才，为农村电商发展提供智力支持。通过内外结合的方式，逐步解决农村电商人才短缺和技能缺失的问题。

3.3. 产品与品牌挑战：标准化不足与品牌建设困境

农产品标准化程度低与品牌塑造困难的挑战。农产品标准化程度低和品牌塑造困难是直播电商赋能

乡村振兴过程中必须面临的挑战。由于农村地区生产条件、技术水平等方面的限制，农产品的标准化程度普遍较低，存在品质不一、规格混乱等问题。一些主播和商家可能会存在着广告违规和侵权问题，比如未经授权使用他人的商标、品牌等行为，给品牌和消费者都带来了一定的损失，也扰乱了市场秩序[8]。这不仅影响了农产品的市场竞争力，也制约了直播电商的规模化发展。同时，农村地区的品牌建设也相对滞后。由于缺乏品牌意识和营销手段，许多优质的农产品难以在市场上脱颖而出，无法形成品牌效应，并没有基于其产品特点以及地区特点等进行品牌介绍，也没有进行相应的品牌宣传[9]。这使得农村电商在销售过程中面临着价格竞争、同质化竞争等困境，难以实现可持续发展。物流企业应根据农产品属性来确定并实施专业的运输方案，以求尽量避免配送过程中的产品损毁，保证产品质量[10]。

因此，推动农产品标准化和品牌建设是直播电商赋能乡村振兴的重要方向。政府应加大对农产品标准化的支持力度，引导农民按照统一的标准进行生产和管理，提高农产品的品质和规格。同时，还应鼓励和扶持农产品品牌建设，通过品牌营销、文化营销等手段提升农产品的知名度和美誉度，增强市场竞争力。

3.4. 市场认知与信任壁垒：消费者信任度低与市场认知有限

消费者对农村产品信任度不高与市场认知有限的问题。消费者对农村产品信任度不高和市场认知有限是制约直播电商赋能乡村振兴的瓶颈问题。由于信息不对称、市场宣传不足等原因，许多消费者对农村产品的品质、安全性等方面存在疑虑，导致其在购买过程中持谨慎态度。同时，农村产品的市场认知度也相对较低。由于历史、地理等多方面原因，许多优质的农产品难以进入主流市场，消费者对其了解有限。这使得农村电商在销售过程中面临着市场认知的障碍，难以实现规模化销售。直播间容易出现以次充好、用不同的话术欺骗消费者的情况，当消费者在买到不符合自己期望的产品时，很难通过售后服务来维护自己的权益[11]。

因此，提升消费者对农村产品的信任度和市场认知度是推动直播电商赋能乡村振兴的重要任务。政府应加大对农村产品的市场监管力度，保障农产品的品质 and 安全性，增强消费者的信任感。同时，还应通过多渠道、多形式的宣传和推广活动提高农村产品的市场认知度，引导消费者关注和支持农村电商发展。通过这些措施的实施，逐步打破制约农村电商发展的瓶颈问题。

4. 直播电商赋能乡村振兴的实践路径

在数字经济时代背景下，直播电商作为新兴的商业模式，为乡村振兴带来了前所未有的机遇。然而，面对基础设施不足、人才短缺、产品标准化与品牌建设难题，以及市场认知与信任建立等挑战，我们需要探索一套切实可行的实践路径，以推动直播电商更好地赋能乡村振兴。本文将从加强基础设施建设、人才培养与引进、推动产品标准化与品牌建设、创新营销模式与增强市场信任，以及政策支持与激励机制等五个方面，深入探讨直播电商赋能乡村振兴的具体策略与措施，旨在为乡村振兴的实践提供有益的参考与指导。

4.1. 加强基础设施建设，夯实直播电商在乡村的发展基石

在直播电商日益成为乡村振兴新引擎的背景下，加强农村网络、物流等基础设施建设显得尤为迫切。这不仅关乎直播电商活动的顺利进行，更是提升农产品上行效率、拓宽农民增收渠道的关键所在。结合基础设施设备的具体特点以及存储需求对环境进行相应的调整，避免设施出现故障对网络直播营销造成长时间的影响[12]。

第一，加速农村网络基础设施建设。明确建设目标，制定农村网络基础设施建设的中长期规划，明确时间节点和建设标准，确保农村网络覆盖全面、速度稳定。加大投资力度，政府应增加对农村网络基

基础设施建设的财政投入，同时引导社会资本参与，形成多元化投资格局。优化网络布局，针对农村地区地势复杂、人口分布不均的特点，科学规划网络基站布局，采用光纤、5G 等先进技术，提高网络覆盖率和传输速度。建立维护机制，建立健全农村网络基础设施的维护机制，确保网络设施持续稳定运行，及时响应和处理网络故障。第二，完善农村物流体系。构建冷链物流网络：针对农产品保鲜要求高的特点，重点建设农产品冷链物流体系，提高农产品在储存、运输过程中的保鲜度。整合物流资源，鼓励和引导物流企业加大农村地区的投入，通过整合现有物流资源，降低物流成本，提高配送时效。发展智慧物流，利用物联网、大数据等先进技术，实现农村物流的智能化、信息化，提高物流效率和服务质量。培养物流人才，加强农村物流人才的培养和引进，提高农村物流从业人员的专业素养和服务意识。第三，强化基础设施的协同效应。促进网络与物流融合，推动农村网络与物流体系的深度融合，实现信息共享、资源互补，提高整体运营效率。加强跨部门协作，政府应加强与电信运营商、物流企业等部门的沟通协调，形成工作合力，共同推进农村基础设施建设。注重可持续发展，在农村基础设施建设中，注重环境保护和可持续发展，避免对农村地区生态环境造成破坏。通过上述措施的实施，可以有效夯实直播电商在乡村的发展基石，为农产品上行提供有力保障，进一步推动乡村振兴事业的发展。

4.2. 人才培养与引进，为直播电商在乡村的发展提供智力支持

人才是直播电商赋能乡村振兴的关键。针对农村电商人才匮乏的问题，我们应建立多层次、多形式的培训体系，提升农民的电商素养和实战能力。同时，制定吸引外部电商人才回流的政策，为农村电商发展注入新的活力。农业农村部颁布的《“十四五”农业农村人才发展战略规划》明确指出，至 2025 年，目标实现农村返乡及新入乡创业人才总数达到约 1500 万人的规模。在推动农村创业领域，规划强调将重点培育出至少 100 万名具备引领作用的创业带头人，旨在通过人才驱动，激发农村创新创业活力，促进农村经济社会的全面发展。第一，构建多元化培训体系。政府主导培训，政府应发挥主导作用，组织专家团队深入农村地区，开展电商基础知识、网络营销技能、品牌建设等培训。校企合作培训，加强与高校、职业院校的合作，通过校企合作模式，为农村地区提供定制化的电商人才培养服务。线上培训平台，利用互联网平台，搭建线上电商培训平台，提供丰富多样的课程资源，方便农民随时随地学习。实践实训基地，建设电商实践实训基地，让农民在实践中学习和掌握电商技能，提高培训的针对性和实效性。第二，吸引外部电商人才回流。提供创业扶持，为回流的电商人才提供创业扶持，如提供创业贷款、减免税收等优惠政策，降低他们的创业成本。搭建交流平台，搭建电商人才交流平台，促进回流人才与当地农民、企业的交流合作，共同推动农村电商发展。营造良好环境，改善农村地区的生活环境和工作条件，提高回流人才的归属感和幸福感，吸引更多人才投身农村电商事业。可以通过出台相应鼓励制度或者加大岗位福利等方式从社会各界引进优秀的专业人才[13]。第三，激发农民内生动力培养电商带头人，在农村地区选拔和培养一批电商带头人，通过他们的示范引领作用，带动更多农民投身电商事业。开展电商竞赛，定期举办农村电商竞赛活动，激发农民的电商创业热情和创新精神，挖掘和培养更多电商人才。建立激励机制，建立电商人才激励机制，对在电商领域取得突出成绩的农民给予表彰和奖励，提高他们的社会认同感和荣誉感。

4.3. 推动产品标准化与品牌建设，打造乡村电商的核心竞争力

产品标准化与品牌建设是提升农村电商竞争力的核心所在。我们应推动农产品标准化生产，加强农产品质量控制，并通过品牌营销策略提升农产品的市场竞争力。品牌建设解决了传统农产品价格偏低问题，提升了农产品附加[14]。

第一，推动农产品标准化生产。制定统一标准，根据市场需求和农产品特性，制定统一的农产品生

产标准和质量控制体系。加强生产监管，建立健全农产品生产监管机制，确保农产品按照统一标准进行生产和管理。提升农产品品质，通过标准化生产提升农产品的品质和规格，满足市场对高品质农产品的需求。第二，加强农产品质量控制。建立质量检测体系，建立农产品质量检测体系，对农产品进行定期检测和质量评估。实施质量追溯制度，实施农产品质量追溯制度，确保农产品从生产到销售的全过程可追溯。加强质量监管执法，加大对农产品质量监管的执法力度，严厉打击农产品质量违法行为。第三，实施品牌营销策略。打造特色品牌，根据农产品特性和地域文化，打造具有特色的农产品品牌。提升品牌知名度，通过广告宣传、网络营销等方式提升农产品品牌的知名度和美誉度。加强品牌保护，加强农产品品牌的法律保护，打击品牌侵权行为，维护品牌形象和权益。

4.4. 创新营销模式与增强市场信任，拓宽乡村电商的市场空间

创新营销模式和增强市场信任是推动农村电商发展的关键所在。我们应充分利用社交媒体平台的广泛影响力，开展农产品直播带货、社交电商等活动。同时，与 KOL 合作提升消费者对农村产品的信任度和购买意愿。第一，创新营销模式。开展直播带货，利用直播平台开展农产品直播带货活动，通过直播互动提高农产品的曝光度和销售量。发展社交电商，借助社交媒体平台发展社交电商模式，通过社交裂变提高农产品的传播效率和销售量。从宏观角度出发做好岗位划分。需要根据农产品直播营销具体需求做好岗位划分，落实专人专职，以书面文件或电子版文件形式明确规定各部门以及岗位的责任和义务[15]。探索新零售模式，将线上电商与线下实体店相结合，探索新零售模式在农村地区的应用实践。第二，增强市场信任。建立信任机制，建立健全消费者信任机制，如提供优质的客户服务、完善的售后保障等。加强品质宣传，加强对农产品品质的宣传力度，提高消费者对农产品品质 and 安全的认知度。与 KOL 合作，与具有影响力的 KOL 合作推广农村产品，借助他们的影响力提升消费者对农村产品的信任度和购买意愿。

5. 结语

直播电商作为数字经济时代的新兴业态，为乡村振兴带来了前所未有的机遇与挑战。本文通过对直播电商赋能乡村振兴的重要意义、现实困境及实践路径的深入探讨，揭示了其在提升农村经济效益、塑造与推广农村品牌、促进产业结构调整以及促进人才回流与培养等方面的巨大潜力。同时，我们也清醒地认识到，直播电商在乡村振兴过程中面临着基础设施不足、人才短缺与技能缺失、产品标准化与品牌建设难题，以及市场认知与信任建立等现实困境。为了应对这些挑战，本文提出了一系列切实可行的实践路径，包括加强农村网络、物流等基础设施建设，构建多元化培训体系并吸引外部电商人才回流，推动农产品标准化生产与品牌建设，创新营销模式并增强市场信任，以及制定优惠政策和建立激励机制。这些措施的实施将为乡村电商的发展提供坚实保障，注入新的动力和活力，进一步推动乡村振兴事业的发展。展望未来，随着数字技术的不断进步和政策环境的持续优化，直播电商有望在乡村振兴中发挥更加积极的作用。我们期待更多的学者、政策制定者和实践者关注这一领域，共同探索直播电商赋能乡村振兴的新模式、新路径，为实现农业农村的现代化和全面振兴贡献智慧和力量。

参考文献

- [1] 夏杰长, 袁航. 数字经济、要素市场化与中国产业结构转型升级[J]. 广东社会科学, 2023(4): 17-27.
- [2] 杨鸿. 农村直播电商场景化运营实战研究[J]. 中国果树, 2023(9): 149.
- [3] 鲁瑶. 数字经济背景下农产品电商直播营销策略及创新路径探析[J]. 中国农业会计, 2023, 33(12): 83-86.
- [4] 马丽. 张国磊. “互联网+”乡村治理的耦合、挑战与优化[J]. 电子政务, 2020(12): 31-39.

- [5] 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.
- [6] 王桃. 探究农村电商与乡村振兴的相互作用[J]. 商场现代化, 2023(23): 11-20.
- [7] 钱俊. 乡村振兴战略视野下农村电商的发展与人才培养研究[J]. 农业经济, 2018(11): 12-45.
- [8] 谢振奖. 数字经济背景下农产品直播电商营销策略探析[J]. 商展经济, 2023(18): 62-65.
- [9] 谢敏. 互联网+背景下我国农产品网络营销优化研究[J]. 农业经济, 2017(7): 135-137.
- [10] 李晓奕. 农村电商直播助力乡村振兴策略研究[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(24): 252-255.
- [11] 姜雪松, 潘琳, 刘文静. 乡村振兴背景下农产品自媒体电商经营模式发展策略研究[J]. 商业经济, 2024(5): 104-106.
- [12] 汪文忠. 电子商务时代农产品网络营销创新模式分析[J]. 上海农村经济, 2020(6): 32-34.
- [13] 曾敏茹. 乡村振兴背景下特色农产品网络直播营销策略分析[J]. 科技经济市场, 2022(2): 158-160.
- [14] 唐永军. 县域农产品品牌建设对策探讨[J]. 现代商业, 2023(21): 12-30.
- [15] 侯杨杨. 探究“互联网 + 农产品”型网络营销效果提升策略[J]. 市场论坛, 2019(10): 75-76.