E-Commerce Letters 电子商务评论, 2025, 14(4), 1979-1986
Published Online April 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2025.1441096

Hans汉斯

农村电商与跨境电商双循环模式研究

——以叠石桥家纺“亚马逊 + 拼多多”出海实践为例

丁 慧

南京林业大学人文社会科学学院，江苏 南京

收稿日期：2025年2月27日；录用日期：2025年3月14日；发布日期：2025年4月25日

摘 要

在“双循环”新发展格局下，农村电商与跨境电商的协同联动成为乡村振兴与产业升级的重要路径。本文以江苏南通叠石桥家纺产业带为研究对象，聚焦其“亚马逊(外循环) + 拼多多(内循环)”双平台出海实践，探讨双循环模式对传统外贸型乡村产业的转型作用。研究表明通过拼多多“低价爆款”策略巩固国内市场份额，叠加亚马逊“品牌化出海”开拓国际市场，叠石桥家纺实现了“内需稳订单、外贸提溢价”的协同效应。本文提出“柔性供应链 + 数字化服务”优化路径，即依托国内电商数据反哺跨境选品，构建“小单快反”生产体系，并建议政府强化海外仓布局与跨境电商人才培育。以期为东部沿海乡村产业带融入双循环格局提供了理论参考与实践范本，对数字贸易驱动乡村振兴提供借鉴。

关键词

双循环模式，农村电商，跨境电商，叠石桥家纺，亚马逊

Research on the Double Cycle Model of Rural E-Commerce and Cross-Border E-Commerce

—Taking the Practice of “Amazon + Pinduoduo” of Dieshiqiao Home Textile as an Example

Hui Ding

College of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Feb. 27th, 2025; accepted: Mar. 14th, 2025; published: Apr. 25th, 2025

Abstract

Under the new development pattern of “dual circulation”, the coordinated interaction between rural

文章引用: 丁慧. 农村电商与跨境电商双循环模式研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(4): 1979-1986.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1441096

e-commerce and cross-border e-commerce has become an important path for rural revitalization and industrial upgrading. This paper takes the Dieshiqiao home textile industrial cluster in Nantong, Jiangsu, as a case study, focusing on its "Amazon (external circulation) + Pinduoduo (internal circulation)" dual-platform export strategy, and explores the transformative role of the dual circulation model in the transformation of traditional foreign trade-oriented rural industries. The study shows that by using Pinduoduo's "low-price blockbuster" strategy to consolidate domestic market share, combined with Amazon's "brand-oriented export" to expand into international markets, Dali Stone Bridge home textiles has achieved a synergistic effect of "stabilizing domestic orders and increasing foreign trade premium". This paper proposes an optimization path of "flexible supply chains + digital services", which includes utilizing domestic e-commerce data to inform cross-border product selection, establishing a "small order, quick response" production system, and recommends that the government strengthen the layout of overseas warehouses and cultivate cross-border e-commerce talent. This aims to provide theoretical references and practical models for integrating coastal rural industrial clusters into the dual circulation pattern, offering insights for using digital trade to drive rural revitalization.

Keywords

Dual Circulation Model, Rural E-Commerce, Cross-Border E-Commerce, Dieshiqiao Home Textile, Amazon

Copyright © 2025 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

随着互联网技术的快速发展和全球化进程的加速，电商行业已成为推动经济增长的重要力量。近年来，国家提出“双循环”经济新发展格局，即以国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进，这为电商行业的发展带来了新的政策机遇和市场需求。2022 年江苏省政府《关于加快发展数字经济推进数字乡村建设的实施意见》中提出，坚持把数字经济作为江苏转型发展的关键增量，注重创新引领、系统布局、安全有序，以数字化改革为牵引，以数字基础设施建设为支撑，推动数字经济与实体经济深度融合，完善数字经济发展生态，着力打造全国数字经济创新发展新高地，为扛起“争当表率、争做示范、走在前列”光荣使命、谱写“强富美高”新江苏现代化建设新篇章增添强劲动能。2024 年南通市政府印发《南通市推进跨境电商高质量发展行动计划(2024~2026 年)》，力争通过三年时间，全市跨境电商在交易规模、生态培育、标杆打造、人才支撑等方面取得重要突破，跨境电商进出口额逐年增长。实现南通跨境电商产业带建设、综合服务、创新驱动等各要素环节全面优化提升，建成辐射长三角的跨境电商最优产业生态圈。在这一背景下，叠石桥家纺作为中国传统家纺产业的重要代表，积极推动“亚马逊 + 拼多多”双平台出海战略，探索农村电商与跨境电商相结合的创新模式。通过利用国内外电商平台的资源，叠石桥家纺不仅在国内市场取得了显著的成绩，也在全球市场上赢得了一席之地。其成功经验为其他农村企业拓展国际市场、实现产业升级提供了宝贵的实践案例。

2. 农村电商与跨境电商双循环模式机制分析

叠石桥是中国最大的家纺产业集群之一，以生产家纺产品闻名。近年来，随着国内市场竞争加剧和消费升级，叠石桥家纺企业开始探索跨境电商和直播电商，寻求新的增长点，采用农村电商融合跨境电

商的双循环模式进行市场开拓和创新[1]。亚马逊作为全球最大的跨境电商平台，帮助叠石桥家纺企业直接触达海外消费者，拼多多平台通过直播电商和社交电商模式，推动国内市场的销售，同时为跨境电商提供供应链支持。叠石桥家纺“亚马逊 + 拼多多”双平台出海模式，是直播电商与跨境电商双循环模式的典型案例。通过国内直播电商拉动内需、优化供应链，同时通过跨境电商拓展国际市场，实现了国内国际市场的协同发展。这一模式为传统制造业的数字化转型和全球化提供了宝贵经验，未来有望在家纺行业及其他领域推广。

2.1. 国内循环：社交电商推动品牌裂变传播，优化供应链

叠石桥家纺企业通过拼多多的直播功能，成功打破了传统电商模式的局限，直接与消费者进行互动，提升了品牌与消费者之间的粘性。通过平台上的直播，企业能够在短时间内展示家纺产品的设计细节、材质优点和使用场景，主播通过生动的讲解和展示，让消费者更加直观地了解产品，增加了他们的购买信心。同时，直播过程中通过与观众的实时互动，解答消费者的疑问，增加了信任感，提升了购买转化率。拼多多的社交分享模式进一步放大了这一效果[2]。消费者在观看直播后，可以通过分享链接将产品推荐给他们的亲友或社交圈，这种社交化传播让家纺产品能够在短时间内迅速扩散，吸引更多潜在消费者关注并参与购买。消费者的口碑传播和分享不仅降低了营销成本，还大大提高了品牌的曝光度和市场渗透力。此外，直播电商的即时反馈机制为企业提供了宝贵的数据支持。通过对观看人数、互动频次、点赞量、评论等数据的分析，叠石桥家纺能够实时了解消费者的需求变化，并迅速做出响应。这使得企业能够根据实时销售情况调整生产和库存计划，避免过度生产或库存积压，从而降低了供应链的成本和风险。通过与拼多多的直播功能和社交传播机制相结合，叠石桥家纺不仅提升了销售转化率，也实现了供应链的优化，提高了整体运营效率，为企业的可持续发展奠定了坚实的基础。

2.2. 国际循环：跨境电商推动品牌出海，实施在地化运营

叠石桥家纺企业通过亚马逊成功将产品销往全球，尤其是欧美市场，并借助亚马逊强大的流量和物流体系，迅速打开了国际市场。亚马逊作为全球最大的电商平台之一，拥有庞大的用户基础和广泛的市场覆盖，叠石桥家纺通过在亚马逊平台上设立店铺，能够直接接触到全球消费者，尤其是欧美市场的目标群体。欧美市场对家纺产品有着高标准的质量要求和独特的风格偏好，叠石桥家纺通过分析市场趋势和消费者需求，精准地调整产品设计和营销策略，以满足不同消费者的需求[3]。例如，为了更好地适应欧美消费者的审美，叠石桥家纺推出了符合当地市场需求的简约风格家纺产品。这些产品不仅注重舒适性和质量，还强调设计的现代感和简洁性，契合欧美市场对家纺产品的偏好。此外，叠石桥家纺还根据不同国家和地区的消费者文化背景和生活习惯，定制化产品和定向推广。例如，针对欧美市场的环保意识较强的特点，叠石桥家纺推出了以天然材料为基础的环保家纺系列，以满足消费者对可持续生活方式的需求。在跨境电商领域，物流和支付是重要的挑战。为了解决跨境物流难题，叠石桥家纺充分利用了亚马逊的 FBA 服务。通过 FBA，叠石桥家纺将库存产品存储在亚马逊的仓库中，亚马逊负责订单的拣选、包装和配送，确保产品能够迅速、高效地送达全球消费者手中。FBA 服务不仅大大降低了跨境电商企业自建物流的成本，还能提升消费者的购物体验，缩短了交货周期，提高了订单履行的准确性和及时性。此外，亚马逊的支付系统为跨境电商提供了可靠的交易保障。通过亚马逊的支付网关，叠石桥家纺能够为全球消费者提供多种支付方式，包括信用卡、借记卡和本地支付方式等，保障了交易的安全性和便捷性。这不仅提升了消费者的支付体验，也增强了企业的资金流动性和跨境结算效率。

2.3. 双循环协同：供应链联动与市场互补，赋能品牌推广

在当前的“双循环”模式下，国内直播电商与跨境电商的深度融合为企业提供了互补优势，推动了其产品设计、市场拓展以及风险管理的优化[4]。具体来说，国内直播电商通过实时的订单数据反馈，为跨境电商的生产决策提供了有力支持。直播电商平台如拼多多通过互动式销售，积累了大量关于消费者偏好的数据。企业能够根据这些实时数据精准掌握哪些产品更受欢迎、哪些款式存在较大市场潜力，从而为跨境电商市场的产品设计和生产计划提供有力参考。例如，叠石桥家纺可以根据拼多多直播平台上用户的互动反馈，及时调整产品的颜色、款式及功能，确保其产品能够更符合国际市场的需求。通过拼多多的直播功能，叠石桥家纺在国内市场积累了强大的品牌知名度和用户口碑。这种品牌效应为企业进军国际市场提供了有力背书，尤其是在欧美市场的拓展中。亚马逊作为全球领先的跨境电商平台，拥有庞大的海外消费者群体，但在进入新市场时，海外消费者往往对品牌的信任度较低。通过拼多多直播电商的成功经验与国内消费者的积极评价，叠石桥家纺能够向亚马逊的海外消费者传递其可靠性与优质保证，从而有效增强消费者的信任感。这种品牌效应不仅仅帮助企业顺利打开海外市场，也为企业提供了国际化扩展的良好开端。国内市场在逐渐饱和的背景下，跨境电商成为了叠石桥家纺开拓新市场的重要途径。随着国内电商市场的竞争日益激烈，许多传统家纺企业面临增长瓶颈，拓展国际市场成为寻求突破的关键。通过亚马逊等平台，叠石桥家纺不仅能够拓展欧美等成熟市场，还能够进入新兴市场，进一步提升品牌的全球影响力和销量。另一方面，跨境电商的国际市场波动也带来了不确定性。全球市场的波动、贸易政策变化以及汇率风险等因素可能会影响跨境电商的稳定收入。在这种情况下，依赖国内直播电商的稳定性成为了叠石桥家纺的一种风险管理策略。国内直播电商作为相对稳定的收入来源，能够在国际市场波动较大的时候，为企业提供一定的财务保障，确保其在不同市场之间实现平衡。

3. “亚马逊 + 拼多多”双循环模式存在的问题

3.1. 基础设施相对薄弱，物流瓶颈凸显

在“双循环”模式下，农村电商和跨境电商的结合面临一项至关重要的问题——物流瓶颈。中国作为世界上最大的电商市场之一，跨境电商的兴起促使企业和消费者的交易跨越国界。然而，在这一过程中，物流体系尤其是跨境物流的效率和成本，成为制约农村电商发展的一大瓶颈[5]。首先，农村地区的基础设施相对薄弱，物流配送的速度和质量难以与发达地区相比。大部分农村电商的产品必须经过多个中转环节才能到达消费者手中，导致物流成本高、时效差。这种局面使得农村电商企业在面对全球市场时，难以实现高效、低成本的物流服务，进而影响了跨境电商的可持续发展。其次，跨境物流的复杂性增加了农村电商企业的运营成本。叠石桥家纺等企业在海外市场的运作中，通常需要依靠第三方物流公司提供国际运输、关税清关等服务，但这些服务的高昂费用和复杂流程，使得跨境电商的成本大幅上升，甚至影响到最终价格竞争力。对于中小型农村电商企业而言，跨境物流的运作和管理往往超出了其运营能力，进一步加大了其进入国际市场的难度。此外，随着全球市场对绿色物流、可持续发展的要求越来越高，如何在保证物流效率的同时降低碳排放、减少环境污染，成为农村电商跨境物流面临的新挑战。在“双循环”战略下，国家推动绿色发展，这要求跨境电商企业必须加强物流体系的绿色转型，而这又需要大量的技术创新和资金投入。

3.2. 国内外存在市场壁垒，文化差异明显

“双循环”模式强调国内和国际市场的双向互动，尤其是在跨境电商的背景下，企业不仅要满足国内消费者的需求，还需要深入了解和适应海外市场的特点。然而，在农村电商向国际市场拓展过程中，

企业面临着许多文化差异和市场适应性的问题，特别是对于叠石桥家纺这样以传统家纺为主的企业来说，挑战尤为明显。首先，不同国家的消费者文化差异使得产品的市场定位和营销策略受到影响[6]。以叠石桥家纺为例，其主要产品为中国传统家纺产品，虽然具有独特的文化魅力，但在欧美市场的消费者中，并不一定能够得到认可和喜爱。消费者对家纺产品的设计风格、材质选择、颜色偏好等方面的需求，与中国市场有着较大差异。因此，叠石桥家纺需要在产品开发和设计上进行本地化调整，以适应不同国家和地区的市场需求。这不仅增加了企业的研发成本，还要求其在多文化背景下进行更加精准的市场调研与营销。其次，跨境电商的运营面临的法律法规差异也是一大挑战。不同国家和地区的贸易政策、进口关税、质量标准、知识产权保护等法律法规存在显著差异。叠石桥家纺等企业在进入海外市场时，必须深入了解目标市场的法规要求，确保自己的产品能够符合当地的法律规定，并避免因不合规导致的退货、罚款等问题。对于一些农村电商企业而言，缺乏足够的国际法律知识和经验，使得他们在海外市场的拓展过程中容易遇到法律和合规障碍。最后，跨文化沟通和管理也是农村电商在出海过程中需要面对的问题。不同国家的消费者在购买习惯、支付方式、售后服务等方面存在差异。叠石桥家纺需要建立一个跨文化的团队，来处理不同语言、文化背景下的沟通问题，并为客户提供个性化的服务。这种文化适应和沟通的障碍，往往使得企业在短期内难以迅速获得海外市场的认可。

3.3. 跨国支付复杂，资金流转效率低

跨境电商在“双循环”模式下的关键问题之一就是支付和资金流转问题。在农村电商和跨境电商结合的过程中，支付系统的安全性、便利性以及资金流转的效率，直接影响到电商企业的运营效率和客户体验。首先，跨境电商的支付环节面临的最大问题是跨国支付的复杂性。由于不同国家和地区的支付体系、货币体系存在差异，跨境电商的交易往往需要通过多种支付工具和方式来完成。例如，叠石桥家纺在通过亚马逊平台销售时，需要依赖亚马逊自有的支付系统，而通过拼多多等平台则可能需要考虑国内支付系统与国际支付系统的对接[7]。这种跨境支付的多样性使得电商企业需要管理多个支付账户和支付通道，增加了管理成本。其次，汇率波动也是跨境电商支付环节的一大难题。跨境电商企业往往需要将不同国家的货币兑换为本国货币，这就不可避免地受到汇率波动的影响。汇率的不稳定性可能导致企业面临较大的财务风险，尤其是在交易量较大时，汇率波动对利润的影响更加显著。为了规避汇率风险，叠石桥家纺等企业可能需要进行复杂的外汇对冲操作，增加了资金管理的难度。此外，跨境支付还涉及到资金流转的效率问题。由于国际支付的跨境性，支付过程可能会涉及多个中介机构，从而延长了资金到账的时间。在农村电商的背景下，由于企业的资金流动性较差，一旦支付环节出现延迟或资金问题，企业的运营将面临严重的挑战。尤其是在“双循环”模式下，跨境电商企业需要更快速、便捷地进行资金流转，以保证企业的资金链不被打断。

4. 双循环模式的优化路径

4.1. 加强物流体系的建设与创新

在“双循环”模式下，农村电商与跨境电商的结合面临着物流瓶颈的挑战，尤其是如何高效、低成本地将产品从农村市场配送到全球各地。物流作为电商供应链中的关键一环，直接决定了跨境电商的运作效率和竞争力[8]。因此，优化物流体系成为双循环模式下农村电商跨境发展的核心路径之一。首先，提升农村地区的物流基础设施是实现物流优化的基础。近年来，随着国家对农村地区基础设施建设的不断加大投入，农村电商的物流条件已有了较大改善，但在全球化背景下，农村电商仍面临物流设施不完备的问题。特别是与城市相比，农村地区的交通不便、仓储设施不足、配送网络稀缺等因素限制了电商的配送效率。因此，政府可以通过政策支持，鼓励社会资本投资农村物流基础设施的建设，例如建设更

加现代化的物流园区、加快农村地区与城市之间的物流网络建设。叠石桥家纺等农村电商企业可以与物流公司和地方政府合作，建立更加高效的配送体系，以降低跨境电商的物流成本。其次，优化国内外物流网络的整合也是提升物流效率的关键。叠石桥家纺通过“亚马逊 + 拼多多”的双平台出海模式，需要通过不同的物流渠道将商品送到海外市场。然而，跨境物流体系的复杂性和高成本常常使企业面临困难。为了提高物流效率，农村电商企业应当探索国内与国际物流网络的深度整合。具体来说，企业可以与国际物流巨头合作，建立海外仓储中心，减少跨境运输的时间和成本，同时通过国内集散中心将农村电商的产品提前批量运输至中心仓库，再统一进行出口，这样不仅能够降低运输成本，还能大幅提升配送的时效性。除了基础设施和网络整合，智能化与绿色物流是未来物流优化的重要方向。智能物流技术的发展，为提升物流效率和降低成本提供了新的机遇。叠石桥家纺可以通过引入自动化仓储、智能分拣系统、无人机配送等先进技术，提高物流的自动化程度和精准度，减少人工成本，提升物流的时效性。此外，绿色物流也日益成为跨境电商的关注重点，尤其是在“双循环”模式下，环保和可持续发展已成为国家政策的重点。叠石桥家纺等企业可以通过优化包装材料、减少运输中的碳排放、选择绿色环保的运输方式等措施，推动物流的绿色转型。

4.2. 提升产品本地化与文化适应性

在“双循环”模式中，还必须要注重产品本地化与文化适应性问题。农村电商企业在进入国际市场时，往往面临着消费者需求差异和文化差异的挑战。因此，提升产品本地化和文化适应性，是优化双循环模式的另一个重要路径[9]。叠石桥家纺等农村电商企业，尤其是在跨境电商平台上运营时，必须考虑到目标市场的消费者需求。欧美市场的消费者与中国市场的消费者在家纺产品的设计、材质、款式等方面有较大的差异。例如，欧美市场对家纺产品的设计风格更倾向于简约现代，而中国市场的家纺产品则常常注重传统文化和精细工艺。因此，农村电商企业需要在产品设计时，深入了解目标市场的需求，进行本地化的创新，以适应不同文化背景下的消费者偏好。叠石桥家纺可以通过加强与国外设计师和本地化团队的合作，推出符合国际市场需求的定制化家纺产品。除了产品本地化外，文化适应性和品牌传播同样至关重要。跨境电商的成功往往离不开品牌的全球化推广，尤其是在市场竞争激烈的情况下，品牌传播的差异化将决定企业的市场占有率。叠石桥家纺要实现品牌的国际化，首先要调整自己的品牌传播策略，确保其品牌形象能够符合不同市场的文化特色。例如，在欧美市场，企业可以注重品牌的环保理念和高品质的传播；而在东南亚市场，则可以突出其价格优势和多样化的设计风格。企业还可以通过与当地 KOL、社交媒体平台的合作，增加品牌曝光度，打造具有全球影响力的品牌形象。最后，提升跨文化团队的建设，是促进产品本地化和文化适应性的核心。叠石桥家纺等企业可以建立多元化的团队，涵盖不同国家和地区的市场人员、设计师、营销专家等，确保在海外市场的战略实施更加精准。在跨文化团队的帮助下，企业能够更快地捕捉到市场动态，优化产品和营销策略，从而有效地减少文化冲突，提升市场适应性。

4.3. 优化支付与资金流转体系

支付和资金流转体系是跨境电商中的另一关键环节，尤其是在“双循环”模式下，支付的高效性、安全性和资金流转的顺畅性，对于农村电商企业的可持续发展至关重要[10]。因此，优化支付与资金流转体系，将为农村电商企业在跨境电商领域的进一步发展提供重要支持。目前，跨境电商的支付体系面临多币种、多支付方式、多支付通道等问题，造成支付过程繁琐且存在较高的跨境支付费用。为了优化支付体系，农村电商企业可以借助国际化支付平台和金融技术创新，推动支付手段的创新。例如，借助支付宝、微信支付等中国本土支付平台在国际化进程中的快速发展，叠石桥家纺可以通过与这些平台的合

作，提供更加便捷的支付方式。此外，通过区块链技术等新兴技术，可以实现更加安全、低成本的支付系统，降低支付中间环节的费用，提高支付效率。跨境电商的支付体系还面临汇率波动带来的风险。汇率的剧烈波动可能对企业的利润和资金流转造成较大影响。为了降低汇率风险，叠石桥家纺等企业可以利用金融衍生品如外汇期货、期权等工具进行对冲，从而规避汇率风险。此外，企业还可以通过多币种账户来管理不同市场的资金流，降低资金跨境流转的成本。在跨境电商的发展中，资金流动性管理同样重要。农村电商企业应当加强资金周转的效率，确保国际交易的流畅性。为了优化资金流动性，叠石桥家纺可以通过建立与国际银行和支付平台的合作，采用跨境支付和结算一体化的解决方案，提高资金结算的速度和效率。加强与金融机构的合作，利用国际贸易融资、供应链金融等手段，可以为企业提供更多的资金支持，缓解跨境电商带来的资金压力。

5. 结语

农村电商与跨境电商的双循环模式为企业带来了新的发展机遇和竞争优势。叠石桥家纺通过拼多多平台在国内市场积累了大量的品牌知名度和用户口碑，这为其顺利进入国际市场提供了坚实的基础。利用亚马逊等跨境电商平台，叠石桥家纺不仅拓展了欧美等成熟市场，还能够根据市场反馈快速调整产品设计与营销策略，进一步提升了品牌的国际影响力。双循环模式不仅有助于企业在国内市场稳定发展，还能通过跨境电商开拓新市场，弥补国内市场饱和带来的增长压力。同时，跨境电商的波动性也使得企业能够依赖国内电商平台的稳定性，保障其在国际市场波动中的财务安全。叠石桥家纺的成功经验表明，农村电商与跨境电商的协同发展，能够实现资源的优化配置，提升企业的市场应变能力和综合竞争力。农村电商与跨境电商双循环模式为家纺企业提供了一个多元化的发展路径，不仅推动了产品设计与供应链的优化，还加速了品牌国际化进程。未来，随着全球电商环境的不断变化，这一模式将在更多行业中得到应用，为更多企业的可持续发展提供支持。

致　谢

在撰写关于《农村电商与跨境电商双循环模式研究——以叠石桥家纺“亚马逊 + 拼多多”出海实践为例》论文时，我要特别感谢我的导师，她在研究的各个关键阶段——从选题、框架搭建到数据分析——都给予了我悉心的指导和无私的帮助。导师严谨的治学态度和深刻的学术洞察力，不仅为我树立了优秀的榜样，更在整个研究过程中为我提供了不可或缺的宝贵建议。同时，我要向所有参与此次实证调查的人员表达我的感激之情。他们所提供的参考资料和研究数据，极大地提升了本研究的实用性和学术价值。此外，我也要感谢地方政府和相关农村电商企业对本研究的大力支持。他们分享的宝贵经验和实际案例不仅丰富了研究内容，更为研究结论的提出提供了坚实的实证基础。

参考文献

[1] 王波. 跨境电商综合试验区对农村电商集群发展的影响——基于双重差分法的实证分析[J]. 商业经济究, 2024(16): 102-105.

[2] 王尧. 跨境电商综合试验区设立对农村电商发展的影响[J]. 商业经济研究, 2024(15): 105-108.

[3] 方皓, 郑厚天. 跨境电商赋能农业产业数字化转型的逻辑遵循与实践机制[J]. 农业经济, 2024(3): 132-134.

[4] 樊雅文. 数字乡村视角下农产品跨境电商高质量发展研究[J]. 农业经济, 2023(12): 135-137.

[5] 张洪胜, 谢月星, 杨高举. 制度型开放与消费者福利增进——来自跨境电商综试区的证据[J]. 经济研究, 2023, 58(8): 155-173.

[6] 王媛媛. 乡村振兴背景下跨境电商发展对农产品出口的影响[J]. 商业经济研究, 2023(15): 139-142.

[7] 黄先海, 虞柳明, 崔雪. 长三角共同富裕新实践: 跨境电商综试区建设对城乡收入差距的影响[J]. 浙江社会科学,

2022(11): 20-31+155-156.

[8] 刘亚平. 数字经济背景下农村跨境电商发展的挑战与实现路径[J]. 商业经济研究, 2022(12): 138-141.

[9] 宋颜群, 胡浩然. 跨境电商改革对试验区企业出口的影响及作用机制研究[J]. 现代财经(天津财经大学学报), 2022, 42(4): 20-35.

[10] 李龙, 蒋苑苑. 乡村振兴与农村跨境电商产业集聚效应[J]. 中国农业资源与区划, 2021, 42(11): 23+31.