

“数商兴农”背景下贵州省农村电商高质量发展路径探析

龚亲雄

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年2月25日; 录用日期: 2025年4月30日; 发布日期: 2025年6月10日

摘要

“数商兴农”为农业农村数字化发展提供了支持, 在此背景下贵州省农村电商发展规模不断壮大、发展实效不断提升。本研究从“数商兴农”政策角度出发, 分析“数商兴农”适配农村电商高质量发展的耦合机制、逻辑缘起与发展机制, 在深度分析目前贵州省农村电商发展成效的基础上, 针对贵州省农村电商发展过程中的困境, 提出了完善农村电商底层支撑、建立一体化农村电商体系、创新农村电商发展机制、打造区域联结机制突出地区特色、强化农村电商人才队伍建设的高质量发展路径。

关键词

“数商兴农”, 贵州省农村电商, 高质量发展路径

Analysis of the High-Quality Development Path of Rural E-Commerce in Guizhou Province under the Background of “Promoting Agriculture through Digital Commerce”

Qinxiong Gong

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Feb. 25th, 2025; accepted: Apr. 30th, 2025; published: Jun. 10th, 2025

Abstract

The “promotion of agriculture through digital commerce” has provided support for the digital

development of agriculture and rural areas. Against this backdrop, the scale of rural e-commerce development in Guizhou Province continues to grow and its effectiveness continues to improve. This study analyzes the coupling mechanism, logical origin, and development mechanism of “promoting agriculture through digital commerce” to match the high-quality development of rural e-commerce from the perspective of the “promoting agriculture through digital commerce” policy. Based on an in-deep analysis of the current development effectiveness of rural e-commerce in Guizhou Province, this study proposes a high-quality development path to improve the underlying support of rural e-commerce, establish an integrated rural e-commerce system, innovate the development mechanism of rural e-commerce, create regional linkage mechanisms to highlight regional characteristics, and strengthen the construction of rural e-commerce talent teams in response to the difficulties in the development process of rural e-commerce in Guizhou Province.

Keywords

“Promoting Agriculture through Digital Commerce”, Rural E-Commerce in Guizhou Province, High-Quality Development Path

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

中国农业农村正处在向现代化转变的时期，“数商兴农”成为推动农业农村现代化发展的新引擎。以数字经济发展为契机，“数商兴农”和“互联网+”为乡村振兴提供新路径。2021年10月，商务部、中央网信办、国家发展改革委三部门联合发布《“十四五”电子商务发展规划》，提出实施“数商兴农”行动，推动农村电商助力乡村振兴，带动下沉市场提质扩容。2022年，《中共中央、国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》明确提出：实施“数商兴农”工程，推进电子商务进农村。2024年，中央一号文件则提出“实施农村电商高质量发展工程”，明确推进县域电商直播基地建设，发展乡村土特产网络销售。2025年，中央一号文件明确提出推动农村电商高质量发展。《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》提出要用5年时间，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。贵州省积极响应国家政策号召，2024年贵州省委“一号文件”明确提出推动大数据赋能乡村振兴，实施数字乡村“新基建”工程，培育打造一批省级电商产业园区、龙头企业及直播基地、直播团队。2023年4月，《贵州省乡村建设实施方案(2023~2025年)》要求大力推进数字乡村“新基建”工程，完善信息基础建设。《2024年贵州省政府工作报告》则明确提出发展农村电商、乡村旅游、推进农村三产融合发展。

当前有关“数商兴农”政策与农村电商高质量发展的研究主要集中在数智赋能乡村农商文旅融合[1]、“数商兴农”背景下新农人培育[2]、“数商兴农”背景下的电商平台与农产品上行[3][4]、“数商兴农”背景下数字经济赋能农村经济[5]、农村电商的发展路径[6]等。王丽、滕慧君(2024)将农村电商的发展划分为萌芽初现阶段、幼苗成长阶段、基础巩固阶段、蓬勃发展阶段[7]，以六个电子商务发展阶段不同的典型区域为研究对象，梅燕、蒋雨清(2020)的研究则将农村电子商务的产业聚集划分为产生阶段、成长阶段、成熟阶段[8]。董坤祥等(2016)分析了遂昌县、沙集镇两种典型的农村电商集群发展模式并使用系统动力学方法构建了创新导向的农村电商集群发展模型[9]。湛种华(2023)则认为，农产品供应链的敏捷性提升是“数商兴农”的必然要求[10]，张琛等(2023)通过研究提出农村电子商务主要通过优化乡村就业环境、

依托创业带动就业和推动企业带动就业三个途径促进农村劳动力本地就业^[11]。因此,通过研究农村电商高质量发展可以提高贵州省农村经济发展水平,提升贵州省农业农村现代化水平。在拓展贵州省农村产业发展空间、促进地区三产融合、提高贵州省电商产业综合竞争力、提高农民收入等方面具有重要的现实意义。

2. “数商兴农”内涵及其助力农村电商高质量发展逻辑

2.1. “数商兴农”内涵

首先,以数字驱动农村商业发展,进一步加强数字经济这一新业态在农村商业体系中的运用,“数商兴农”是以数字化手段推动农业现代化的新型商业模式,利用大数据、云计算、物联网等现代信息技术对农业生产、经营、管理、服务等各个环节进行深度整合和优化,实现农业资源的合理配置与高效利用,旨在通过数字技术和数据要素赋能农村电子商务发展,推动农业产业链的数字化改造。“数商兴农”工程通过数字化手段促进了农村经济的转型升级和乡村振兴,成为新时期加快适应数字经济形态、推动乡村产业数字化转型的重要工程。在促进县域商业体系完善的过程中,数字技术的引入、农村数字化流通网络的建设、培育数字化农村市场主体、加强市场监管、冷链物流服务网络建设等方面更具可行性。

“数商兴农”的内涵不仅在于技术的运用,更在于通过数据驱动实现农业产业链、价值链的全面提升。因此“数商兴农”带动激发了新业态,强调“兴”的重要性,可推动产业结构的调整及一二三产业的融合。同时,还要注重“农”的层面,振兴农业农村发展质量,注重通过数字化商业体系的建设,促进农民收入水平及生活质量水平的提升。

2.2. “数商兴农”与农村电商高质量发展的耦合机制

“数商兴农”工程为农村电商高质量发展提供政策支持,“数商兴农”工程可以为农村电商高质量发展提供规划层面的指导,农村电商的发展情况与取得的成效是检验“数商兴农”工程推进的质量与效果的重要评判依据。“数商兴农”其中就包含了农村电商的高质量发展,农村电商产业发展的过程其实就是“数商兴农”工程推进过程中的具体呈现。结合农村电商实际发展状况,可为“数商兴农”提供反馈及工程推进建议。同时,“数商兴农”下农村电商的高质量发展可以通过在广域性发展的前提下让电商在农业农村领域的渗透向纵深发展。农村电商发展趋向广泛性、主流性、全局性、多样化、规范化,“数商兴农”背景下的农村电商发展是一个动态交互的过程,伴随着工业品下乡,对于农产品的现实需求和数字经济的快速发展促进了“农产品进城”与农村电商的紧密联系。

2.3. “数商兴农”背景下农村电商高质量发展机制

2.3.1. 逻辑缘起

一是农村电商拓展自身发展边界及新型农村电商体系构建的需要,同时进一步推动农业现代化及农业高质量发展、适应农业农村新质生产力也需要农村电商的高质量发展。农村电商沿袭电子商务的开放性、低成本、高效率的属性,农村电商发展是一个利用电子商务及相应技术提升农村地区交易、生产、经营、管理等活动效率与效果的过程。作为农村线下实体市场的补充,农村电商高质量发展是降低农民及村民信息不对称的需要,可以促进信息传播。二是提升贵州省农村电商发展水平,包括满足贵州省农村电商发展规模、提升农民收入的需要。完善农村经济体系,助力农村经济高质量发展,更好拓展农村农产品市场,推动农业现代化,助力农民增收。2024年贵州省农村常住居民人均可支配收入为15,856元¹,发展农村电商是提升农业农村居民收入的重要手段,是拓展产品销售渠道、增加农村居民收入、提升农村居民生活质量的有效手段。三是可以进一步推动工业品下行与农产品上行过程优化。农村的工业品消

¹数据来源:贵州省统计局官网。

费需求和电子商务的外部环境推动了“工业品下行”与农村电商模式的对接，农村消费的实体价值链和电商虚拟价值链的“双链”耦合实现并优化了工业品的下行[12]。

2.3.2. 发展机制

一是在政策维度上，在“数商兴农”政策背景下发展农村电商助力乡村振兴，以实现产业兴、农村美、农民富、促进农业农村信息化及数字化发展。二是在时空维度上，打破传统农村商业模式的时空限制。在实时性上，线上信息传递具有实时性特征，电商相关产品信息发布与接收的延迟大大降低，为农村电商商家快速响应及生产厂家生产资源快速调动提供支撑。以“数商兴农”带动农业生产环节实时监测、市场行情收集发布等具有强烈的时效性，平台可直接将供需信息对接消费者与商家，减少中间环节耗时，精简电商交易流程。从场域延伸来看，各类电商从业主体及消费主体置于市场化的线上平台，以往局限于附近一村一镇或狭窄地理空间的服务范围得到拓展、可供应的服务半径进一步外延，基于全域跨空间的农业服务促发扩散效应缩小地区间发展差异。“数商兴农”背景下农村电商高质量发展机制如图1所示。

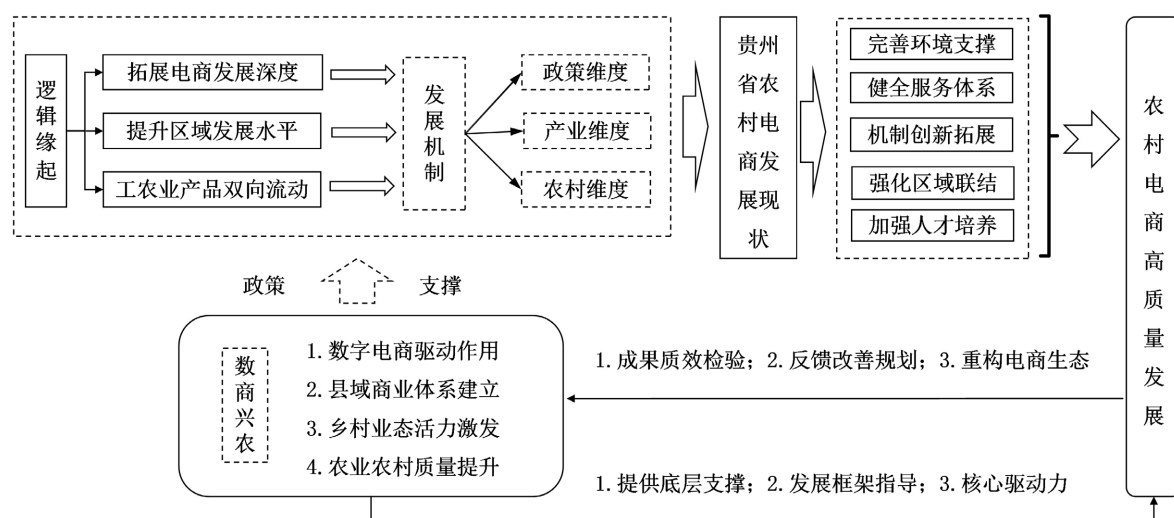


Figure 1. High-quality development mechanism of rural e-commerce under the background of “promoting agriculture through digital commerce”

图 1. “数商兴农”背景下农村电商高质量发展机制

3. “数商兴农”背景下农村电商发展成效

3.1. 综合发展水平不断提升

贵州省农村电商发展迅速，2020 年至 2023 年，贵州省农村电商零售额从 98.10 亿元增加到 147 亿元，2024 年上半年，全省农村电商网络销售额为 66.39 亿元，同比增长 19.27%，全省 76 个农村区域中，有 58 个区县同比增速为正，36 个区县同比增速在 30%以上²。目前贵州省农村宽带和移动网络覆盖基本完成。贵州积极争取国家级电子商务进农村综合示范项目、印发《贵州省推动电子商务发展“十百千万”工程实施方案》、开展村播培育计划先行试点。贵州省推动以 5G、千兆网为代表的“双千兆”网络建设，从城市向农村地区延伸覆盖。通过基础设施建设，进一步弥合了城乡数字鸿沟。为打通产品上行供应通道，推动全省电商快递物流深度融合，省商务厅组织在全省实施电商云仓供应链服务体系项目——黔货云仓，目前已初步构建省级中心仓、市级枢纽仓和县级节点仓。在促进贵州省全域农村电商发展的过程

²数据来源：2024 年贵州省电子商务发展大会《2020 年至 2024 年 6 月贵州省电子商务工作运行情况通报》。

中，贵州省以政府直接出资与管理的国有企业为抓手，利用企业的市场活力，秉持资源共享与集约化配置的理念，在省、市(州)、县、乡(镇)四个层级，立体布局农村电商全链条型服务体系[13]。贵州省数字经济的迅速发展，进一步地促进了淘宝、京东、拼多多、抖音等电商巨头入黔，促进了贵州省农村电商产业发展与市场体系建立。电商示范服务中心、农村电商产业园、电商产品生产基地、直播基地、网红小镇等建设快速发展。

3.2. 示范引领效果不断增强

自“数商兴农”政策施行以来，贵州省涌现出一批带动能力强、示范效果良好的农村电商综合示范县。结合贵州省实际，更好地推动贵州农村电商高质量发展，省商务厅联合省委网信办、省农业农村厅等单位，出台《2024 贵州农村电商直播大行动实施方案》，开展贵州农村电商直播大行动，依托新媒体平台流量优势宣传展示多彩贵州美丽风貌、展销多彩贵州好产品，培育直播电商新农人、新主体、新业态、新场景。2025 年 1 月 9 日，由贵州省电子商务产业发展协会主办的推进农村电商高质量发展座谈会在贵阳召开，会议指出农村电商是推动农村经济发展、促进产业升级、助农增收的重要抓手，企业要充分发挥平台优势，进一步拓宽渠道、开拓市场。

3.3. 数字电商技术应用不断加强

通过实时在线、数字化传播的方式打破了传统销售的时空限制，以电商直播、线上店铺等卖货模式让农产品销售转移到线上平台。通过数字化平台流通的农业产品能够无间断、虚拟式售卖，实现高品质涉农产品在城镇产品市场中的地位跃升[14]。贵州省“数商兴农”进一步促进农业产业链数字化改造，助力农产品上行溯源，包括生产、加工、仓储、运输、销售环节的全产业链环节订单追踪得以进一步实现。在全省的农村电商发展过程中，贵州省统筹全省农村电商资源，发挥顶层设计作用。借助大数据监测、区块链实时链接，农业数字化生产与农村地区的产品流通体系进一步构建并完善。运用电商直采、定制生产等模式，促进产品规模化。

3.4. 电商平台基础不断夯实

打造“贵州电商云”，依托前沿技术让“小农户”与大市场充分链接，“贵州电商云”优化仓配网络降低仓储物流综合成本，“一码贷”通过平台交易数据授信破解中小微商家融资难与融资贵，全链条数据服务体系为主管部门提供决策参考，成为贵州促进“黔货出山”、数字经济与乡村振兴融合发展的新样本。依托贵州电商云构建起“电子商务、云仓供应链、支付金融、云计算数据服务”四大产业体系。打造了以“一码贵州”、“一码游贵州”平台为核心，覆盖省内外的线上线下黔货出山销售服务渠道。截至 2024 年 11 月，“一码贵州”累计完成销售额 460 亿、完成订单 2000 万笔，服务用户 2300 万人³。

4. 贵州省农村电商发展困境

4.1. 配套基础设施不完善

首先专业化、先进性的数字基础设施建设缺乏。发展农村电商尤其要打通数字经济、农业农村物流体系等配套标准任重道远。其次电子商务带给农村的更多是显著促进了工业产品的下乡，但是农产品或是农村产品通过线上渠道往外延伸的空间很长一段时间都较为狭窄，农村电商相配套的软硬件支持亟待加强。最后，虽然农村电商带来了数字技术的进步，但电商发展的重要线下物流运输体系还存在不够健全、缺乏专业的物流配送中心等。

³ 多彩贵州网. 贵州电商云: 以大数据为笔绘“黔货出山”新景[EB/OL].
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1814504339358328712&wfr=spider&for=pc>, 2024-11-01.

4.2. 服务体系不健全，产业融合不够

一是缺乏规范化的生产流程与管理标准，一些平台的活动时效性不强，应对方式迟滞，运用不同标准建立的平台可能出现链接不契合。可能造成运行效率低下，不能真正实践“数商兴农”政策要求与政策目标。二是品牌效用发挥不强，难以发挥贵州省特色产品优势。农产品电商企业品牌建设不够。吸引消费者是农村电商销售额提升的关键，关注用户数对农村电商销售绩效有难以替代的作用^[15]，打造具有影响力的电商品牌对于提升农村电商线上销售额具有重要作用，同时还能发挥“黔货”品牌效应。贵州各地特色农产品众多，但存在品牌建设滞后、品牌影响力不足导致在市场的议价能力低，缺乏品牌附加值加持，特产并未形成特色，品控难、成本高、缺乏标准化，规模化经营难，导致“引进来”容易，“走出去”难。三是农村电商全链条环节联结不够，农产品网络营销成效不足。

4.3. 电商体系运营效率低下

容易造成农村电商运行模式单一，主要是电子商务系统更新慢、销售途径少，传统电商运营容易造成路径依赖，创新性附加值低，未能发挥贵州作为大数据中心的独特优势，容易造成线上与线下脱节，农民及时准确获取网上交易信息受到影响，还有相当一部分农产品生产主体、农村初加工主体数字化应用能力欠佳，线下生产的特色农产品无法及时搬到线上进行推广销售。同时，农产品转化线上电商产品也需要多个流程，资质认证需要复杂的流程及程序，有些产品只能在线下流通，难以适应数字经济下的互联网时代要求。

4.4. 区域联结及协调性不强

地区政策及统筹联结不够，容易造成配套政策趋同的风险，导致缺乏真正对现有农村电商发展痛点及堵点的针对性改进落实举措，同时政策的碎片化与缺乏统筹性也是贵州省农村电商发展中需要着重注意的问题。不同地区农村电商发展水平、所处阶段以及实际需求不尽相同，需要各地及相关机构结合当地实际作出政策规划。目前贵州省农村电商的发展受到地理条件及历史环境的制约，一些较为落后的县域农村地区电子商务规模较小、参与民众不多，电子商务带动当地产业发展较为有限，未能有效发挥区域优势。

4.5. 缺乏专业农村电商人才

一是农村电商产业从事人数比例不协调：从事产品生产、包装、运输环节的人较多，专注于市场拓展、促进地方电商竞争力的发展较少，存在一定程度的农村电商人才结构短缺。究其原因是农村电商产业发展带来的增收效应不明显，导致容易造成“引不来、用不好、留不住”等问题，缺乏农村电商高端人才与复合型人才，尤其是熟悉电商平台规则、流量运营、数据分析的专业人才，“农业 + 电商”的跨界能力不足，物流管理、跨境电商等人才还存在一定不足，同时部分地区的电商人才培养存在着与实际脱节的情况。

5. 贵州省农村电商高质量发展路径

5.1. 完善农村电商底层支撑

一是结合贵州省农村电商发展实际，统筹贵州省农村电商发展省域一体化发展可行性政策规划，制定前瞻性和针对性的政策法规，贯彻落实国家、省、市关于“数商兴农”工程和新一轮促消费等政策措施，进一步创新消费场景，激发区域市场活力。二是建设农村电商配套设施、配套软件服务，驱动数字乡村建设，提升贵州省农村地区网络通信、电力供应等核心设施，完善冷链物流、寄递配送设施建设，

打通多式联运堵点,发挥贵州路网的通道优势、枢纽优势、网络优势,持续建立农村电商直播基地,加强对农村电商基础设施建设项目的资金支持。三是为农村电商相关企业与个人提供资金扶持和小额信贷,促进农村电商健康发展。孵化农村电商龙头企业,培育农村电商网络直播团队、建设农村电子商务直播基地,推广“合作社+农户+电商”的发展模式。

5.2. 建立一体化农村电商服务体系

一是营造稳定、透明且高效的农村电商运营体系。充分利用大数据、人工智能等前沿技术对农业生产流程及销售流程进行全面优化;二是强化供给端质量水平提升,创新数字化电商利益联结长效机制,形成农户、农企、电商平台紧密联结的利益机制,找到参与主体降本增效的参与点。打造区域特色产品品牌,加强宣传推广,积极探索网上专卖营销,发展具有贵州特色的地理标志农产品、农产品精深加工与生态特色农业食品,强化“三品一标”认证,提升产品附加值与市场竞争力。三是创新网络营销模式,破解黔货出山难困境。引进壮大具有竞争力的物流企业,积极培育本土电商平台。最终建成多层次、综合性强的电商服务体系。形成农村电商产业链、产品生产供应链、电商主体利益价值链、创新发展链。发挥农村经纪人作用,电商经纪人上联平台、下联市场,能够有效增强农村电商活力与产业发展韧性。

5.3. 创新发展机制,拓展电商边界

一是延长农村电子商务产业链,打造贵州农村电商全产业链,推动上行,打造区域产品、品牌标准化体系,打造县-乡-村三级物流体系,实现快递到村,降低物流成本,打造仓配一体化服务模式,创新下乡物流配送规范化运营机制。发展农产品精深加工,提升电商产品附加值,带动农民增收。充分结合各地优势着力打造一乡(镇)一品,在产品生产、加工、运输、销售一条龙服务,促进农业社会化服务与农村电商紧密结合。二是发展新业态新场景,促进农村线上消费提质扩容,创新农村电商消费场景。突破以往农村电商局限于网络商品销售,加强乡村旅游数字化交易、农村社区服务电子化,创新农村电商发展模式,助推业态多元化。运用内容电商模式、社区团购创新服务生态,推动农村电商朝着带动乡村产业多元化方面发展。转变发展观念,契合数字经济网络时代农村电商的高质量发展,让手机变成新农具、让数据变成新农资、让直播成为新农活,往“吃、住、行、游、购、娱”之外的领域扩展。

5.4. 打造区域联结机制,突出地区特色

一是根据各地区实际,发挥区域网络数字经济优势,完善一码贵州等省级农村电商一体化服务平台,集品牌建设、销售、物流等于一体。加大区域性农村电商物流(分拨)中心、集配中心建设,打造农村电商产业示范园、电商直播示范点,赋能农产品价值提升。充分发挥平台“数据+电商+服务”的优势。二是充分发挥贵州省作为西南交通枢纽的作用,加强与粤港澳大湾区、成渝城市群合作沟通,在农村电商平台搭建、技术运维等方面加强跨区域合作与交流,引进第三方农村电商服务商打造推动一体化农村电商服务体系构建。立足区域特色,发挥区域优势,充分结合当地资源禀赋,加强与大型物流企业的战略合作,建立农产品配送和仓储物流中心。引导电商产业聚集发展,设立省级农村电商专项发展资金。发挥贵州省大数据中心的作用,提供大数据技术支撑。三是突出示范引领作用,发挥好国家级电子商务进农村综合示范县带头作用,引进知名电商企业搭建专业性贵州省域农村电商服务网络,积极推动电商与实体经济发展。加强农村电子商务示范村建设,依托国家级电子商务进农村示范县、电子商务示范村建设,提升产品知名度,形成联动效应带动当地电子商务转型升级。

5.5. 强化高质量电商人才体系建设

一是加强农村电商人才培养,进一步培养农村电商带头人。通过电商平台培训电商人才与农村经纪

人,培养电商直播人员。实施农村电商人才培养计划,建立农村电商人才库,打造农村电商人才蓄水池。加强农民电商培训场次与培训覆盖面,提升农民电商平台直销意愿及直销能力,让农民适应数字化、网络化销售形式。二是优化人才引进政策,政企校协同培养能够立足贵州发展、面向全国的农村电商发展人才。三是构建多渠道、多层次的农村电商人才培训体系,进一步深化产教融合,发挥地方政府的主导作用,通过设立专项基金、提供培训补贴等方式,鼓励和支持培训机构、高校、企业等开展农村电子商务培训。

6. 研究结论

“数商兴农”工程将推动电子商务与一二三产业加速融合,全面促进农业产业链供应链数字化改造,助力农业转型升级和乡村振兴,结合贵州省农村电商发展现状,本文在提出贵州省发展农村电商的重要意义、发展现状的基础上进一步提出了构建配套的贵州省农村电商发展环境、推进农产品标准化与品牌化建设、创新农村电商发展机制、发挥区域带动作用、强化农村电商人才支撑的高质量发展路径,结合“数商兴农”背景下农村电商高质量发展机制,有效提出了针对性的发展路径建议,为贵州省农村电商更为广阔的发展打下坚实的基础。

参考文献

- [1] 吴江,陈坤祥,陈浩东.数商兴农背景下数智赋能乡村农商文旅融合的逻辑与路径[J].武汉大学学报(哲学社会科学版),2023,76(4):116-127.
- [2] 李晓夏,赵秀凤.数字赋能与乡村人才振兴——“数商兴农”背景下新农人培育循环体建设研究[J].成人教育,2023,43(9):36-42.
- [3] 王小平,张含,何锦涛.电商平台对农产品上行的价格指导机制与对策研究——“数商兴农”背景下[J].价格月刊,2023(4):13-20.
- [4] 王小平,何锦涛,孙燕龙,等.“数商兴农”背景下电商平台赋能农产品上行研究——兼析“一亩田”和京东等电商平台的案例[J].价格理论与实践,2023(2):161-165.
- [5] 王蕾馨,苏昕.“数商兴农”背景下数字经济赋能农村经济发展路径探索[J].商业经济研究,2023(11):86-89.
- [6] 宗世法,孙兆霞.社会治理视角下西部地区农村电商产业发展路径研究——基于对贵州省四区县的实地调研[J].中共福建省委党校(福建行政学院)学报,2024(3):135-142.
- [7] 王丽,滕慧君.“数商兴农”背景下农村电商高质量发展路径探赜[J].农业经济,2024(2):136-137.
- [8] 梅燕,蒋雨清.乡村振兴背景下农村电商产业集聚与区域经济协同发展机制——基于产业集群生命周期理论的多案例研究[J].中国农村经济,2020(6):56-74.
- [9] 董坤祥,侯文华,丁慧平,等.创新导向的农村电商集群发展研究——基于遂昌模式和沙集模式的分析[J].农业经济问题,2016,37(10):60-69,111.
- [10] 谌种华.“数商兴农”背景下农产品供应链敏捷性的提升策略[J].商业经济研究,2023(20):28-31.
- [11] 张琛,马彪,彭超.农村电子商务发展会促进农村劳动力本地就业吗[J].中国农村经济,2023(4):90-107.
- [12] 张正荣,杨金东.乡村振兴视角下农村电商如何优化“工业品下行”路径——基于“双链”耦合机制的扎根研究[J].农业经济问题,2019(4):118-129.
- [13] 丁煌,任洋.农村电商公共服务体系建设何以破解农副产品产销困境——来自贵州省全链条型服务体系的实践证据[J].贵州财经大学学报,2022(1):66-74.
- [14] 张世贵,许玉久,秦国伟.农业农村数字化畅通城乡经济循环:作用机理与政策建议[J].改革,2023(7):116-125.
- [15] 陈卫平,李艳.农村电商的关注用户数对销售绩效的影响机制研究[J].农业技术经济,2023(8):4-19.