

县域农村电商“生态链”构建的 湾区模式

——以安徽湾沚区“领跑县”实践为例

祝沁园

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年5月9日; 录用日期: 2025年5月23日; 发布日期: 2025年6月30日

摘要

在数字经济赋能乡村振兴的背景下, 积极探索县域农村电商生态化发展路径, 安徽省芜湖市湾沚区通过构建农村电商“生态链”, 形成可复制的“湾区模式”。运用案例分析法, 从政策、基建、产业、人才、市场五大体系解析农村电商“生态链”构建机理。实践显示, 该模式带动农民增收与集体经济壮大, 2024年电商增速领跑全省, 但面临高端人才不足、产业链协同深度有限等挑战。未来需深化农业大数据应用、区域标准互认及绿色供应链转型, 推动从规模扩张向价值升维跨越。湾沚经验为县域经济数字化转型提供了以生态化整合要素、以协同机制突破发展瓶颈的实践范本, 对同类县域提供可复制的经验样本和加速农业农村现代化具有重要启示意义。

关键词

县域经济, 农村电子商务, 生态链, 乡村振兴, 数字乡村

The Bay Area Model for Building the “Ecological Chain” of Rural E-Commerce in Counties

—A Case Study of the “Leading County” Practice in Wanzhi District,
Anhui Province

Qinyuan Zhu

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

Received: May 9th, 2025; accepted: May 23rd, 2025; published: Jun. 30th, 2025

文章引用: 祝沁园. 县域农村电商“生态链”构建的湾区模式[J]. 电子商务评论, 2025, 14(6): 3113-3120.
DOI: 10.12677/ec.2025.1462094

Abstract

In the context of empowering rural revitalization with the digital economy, actively exploring the ecological development path of county-level rural e-commerce, Wanzhi District of Wuhu City, Anhui Province, has formed a replicable “bay area model” by constructing an “ecological chain” of rural e-commerce. This study employs the case analysis method to examine the mechanism for constructing the “ecological chain” of rural e-commerce from the five major systems: policy, infrastructure, industry, talent, and market. Practice has shown that this model has driven farmers’ income growth and the strengthening of collective economy. In 2024, e-commerce growth will lead the province, but it faces challenges, such as a shortage of high-end talents and limited depth of industrial chain collaboration. In the future, it is necessary to deepen the application of agricultural big data, mutual recognition of regional standards, and transformation of green supply chains, and promote a leap from scale expansion to value upgrading. The experience of Wanzhi provides a practical model for the digital transformation of county-level economy by integrating ecological elements and breaking through development bottlenecks through collaborative mechanisms. It has important implications for similar counties to provide replicable experience samples and accelerate agricultural and rural modernization.

Keywords

County Economy, Rural E-Commerce, Ecological Chain, Rural Revitalization, Digital Countryside

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

在数字经济与乡村振兴深度融合的时代背景下，县域农村电商已成为推动城乡协调发展、重构乡村经济格局的重要引擎。随着《数字乡村发展战略纲要》的落地实施，数字技术逐步打破城乡“数字鸿沟”，为县域经济注入新动能[1]。国家层面明确提出“以数字技术赋能农业农村现代化”，将数字乡村建设提升至国家战略高度，要求各地探索符合自身特色的发展路径[2]。这一进程中，县域电商凭借其连接城乡市场、激活本土资源的优势，成为撬动乡村产业振兴的关键支点。

安徽省芜湖市湾沚区的实践，正是这一战略导向下的典范。作为全国首批“电子商务进农村综合示范县”及2024年省级农村电商“领跑县”，湾沚区以“生态链”构建为核心，通过政策引导、生态协同与模式创新，实现了农村电商的跨越式发展，增速远超全国平均水平[3]。这一成绩的取得，既得益于“县-镇-村”三级物流网络与电商公共服务体系等基础设施的完善，更源于“政府-市场-社会”多元主体协同机制的深度探索，形成了涵盖政策保障、品牌培育、人才培养、渠道融合的完整生态闭环。

湾区模式的提出，呼应了乡村振兴与数字乡村双重战略的叠加机遇。一方面，中央政策持续强化对农村电商的扶持，从“数商兴农”到“直播电商赋能”，为县域经济提供了顶层设计框架[4]；另一方面，湾沚区通过“直播+节庆”融合营销、“沚选优品”“湾芜农情”双区域公共品牌打造等创新实践，不仅提升了藕粉、莲子、皖南香米等农产品的市场竞争力，更探索出一条以电商生态链驱动城乡要素高效流动的可行路径。其通过村合作社直播销售模式带动农户增收，验证了产业链与社区利益的共生关系，为同类县域破解资源分散、品牌弱势、人才短缺等共性问题提供了理论参考与实践范本[5]。

当前,我国县域电商普遍面临“单点式”发展瓶颈,其症结在于产业链割裂、生态要素缺失与政策工具碎片化[6]。传统模式多聚焦于销售端“流量争夺”或生产端“产能扩张”,但受限于物流成本高企、品牌溢价不足等问题,难以形成可持续的产业闭环。部分县域依赖网红直播带动短期销量,却因冷链物流缺失导致农产品损耗率过高,暴露出产业链协同机制的缺位[7]。更深层次的矛盾在于,县域经济主体分散化特征与电商集约化需求间的结构性冲突:一方面,小农经济下的生产单元难以对接电商平台的标准化要求;另一方面,政策资源多集中于硬件设施建设,对数据服务、品牌培育等软性要素投入不足[8]。如何通过制度创新与技术赋能,将分散的产业要素整合为“生产-流通-消费-服务”全链条生态体系,成为县域电商转型升级的核心命题。

2. 湾区模式的核心要素:生态链的五大支撑体系

芜湖市湾沚区通过系统性构建农村电商生态链,形成了具有示范意义的“湾沚模式”。该模式以五大支撑体系为核心,通过政策、设施、产业、人才与市场的多维度协同,实现了农村电商的高质量发展。以下为具体优化分析:

2.1. 政策驱动体系:顶层设计赋能生态构建

湾沚区以“三螺旋协同机制”为基础,构建了“专项资金+制度供给+组织保障”三位一体的政策框架。专项资金通过设立电商发展基金和创新“以奖代补”激励机制,重点扶持网络零售额达标企业,激发市场主体活力。制度供给层面,首创“区-镇-村三级党组织领办合作社”模式,通过党组织嵌入产业链关键节点,整合集体资源参与分工协作,推动村集体经营性收入显著提升。组织保障则体现为跨部门协同治理,通过政策专班统筹商务、农业、科技等部门的资源调配,形成目标导向的决策闭环。该体系通过政策工具的协同性设计,破解了传统农村电商政策碎片化、执行低效的痛点,为生态链构建提供制度性保障。

2.2. 基础设施体系:物流与服务的全域覆盖

湾沚区建成覆盖城乡的“三级物流网络”,以区级配送中心为核心、镇级中转站为枢纽、村级服务站点为终端,形成“集散-中转-触达”的梯度化物流架构。通过智能化改造村级服务站,集成仓储管理、冷链物流和区块链溯源技术,构建“电商+农业+服务”的融合场景。全域覆盖的物流网络不仅降低农产品流通成本,更通过数字化升级实现供应链透明化与可追溯性,为农产品标准化上行奠定物理基础。服务终端的场景化创新则将物流节点转化为社区服务枢纽,拓展代收代发、信息咨询等增值功能,形成服务生态的自我强化机制。

2.3. 产业链协同体系:三产融合的全链条联动

在生产端,湾沚区推广“电商+基地+合作社+农户”模式,推动地理标志产品的标准化种植与品牌化运营,通过订单农业实现产销精准对接。流通端引入龙头企业优化供应链服务,构建智能云仓与自动化分拣系统,提升仓储分拣效率与物流响应速度,形成覆盖生产、加工、包装、配送的一体化服务体系。消费端则通过“直播+节庆”融合营销激活市场,结合消费券发放策略与文旅场景植入,打造线上线下联动的消费场景。全链条协同机制的核心在于打破产业环节间的信息孤岛,通过数据共享与资源整合实现价值创造的乘数效应,推动农业从生产导向向市场导向转型。

2.4. 人才培养体系:产教融合的双轨机制

湾沚区构建分层培训体系,针对返乡青年、留守妇女等群体开展“基础普及-技能提升-精英孵化”

三级培训，重点培育直播运营、品牌营销等复合型人才。创业扶持方面，通过创客空间、贴息贷款等政策工具孵化本土电商企业，形成“培训－实践－创业”的闭环生态。该体系强调产教融合的适应性，通过校企合作开发定制化课程，将市场需求转化为教学内容，同时依托企业实训基地强化技能转化能力。人才储备的多元化与专业化不仅解决农村电商人才短缺的结构性矛盾，更通过知识溢出效应推动技术创新与模式迭代。

2.5. 市场拓展体系：品牌矩阵的立体构建

以“湾芜农情”区域公用品牌为核心，湾沚区授权多家企业使用品牌标识，覆盖多品类农产品，推动标准化生产与品质认证体系落地。品牌战略的实施不仅提升产品溢价能力，更通过统一标识强化消费者认知，形成差异化竞争优势。营销策略上，通过“大学小镇”市集、四季主题直播等活动，融合文旅体验与电商场景，构建“内容＋社交＋交易”的立体化营销网络。市场拓展的深层逻辑在于价值传递方式的创新，即通过文化赋权与场景沉浸增强消费者粘性，将地域文化元素转化为品牌资产，最终实现从产品输出到价值输出的升级。

湾沚模式验证了产业集群理论与协同创新理论在县域经济中的适配性，其核心在于通过制度创新重构要素配置机制，激活农村经济的内生动力。政策驱动、市场牵引与产业协同的互动机制，为传统农业数字化转型提供了可复制的路径。未来需进一步深化数字技术应用，探索跨境电商与绿色供应链的融合，推动农村电商生态向更高能级跃升。

3. “湾沚模式”的成效与挑战分析

3.1. 主要成效

湾沚区通过系统性构建农村电商生态链，形成了具有示范意义的“湾区模式”，其成效体现在政策协同、产业升级、社会治理和品牌价值等多个维度。

在政策驱动层面，湾沚区创新性地将基层党组织嵌入产业链治理，通过“区－镇－村三级党组织领办合作社”模式，打破传统行政壁垒，整合分散的集体资源，形成纵向穿透、横向联动的协同机制。这一制度设计不仅强化了基层组织的治理能力，还通过利益联结机制将电商红利反哺乡村社区，推动农民增收与集体经济壮大。政策工具的动态适配进一步激活了市场活力，专项资金与绩效奖励相结合的激励机制，引导企业从规模扩张转向质量提升，形成“政策扶持－企业成长”的正向循环。

基础设施的完善是生态链高效运转的物理基础。通过构建“区级云仓－镇级中转－村级节点”三级智慧物流网络，湾沚区实现农产品从田间到餐桌的快速流通，物流成本显著降低，供应链透明度和可追溯性同步增强。村级服务站的功能扩展尤为突出，智能化改造后集成仓储管理、冷链物流和区块链技术，使其从单一物流节点升级为社区服务枢纽，衍生出代收代发、信息咨询等增值功能，形成服务生态的自我强化机制。

产业协同的深化推动了三产融合。生产端通过“电商＋基地＋合作社＋农户”模式，推动地理标志产品的标准化种植与品牌化运营，订单农业的精准对接减少了产销信息不对称。流通端引入龙头企业优化供应链服务，智能云仓与自动化分拣系统提升效率，形成覆盖加工、包装、配送的一体化体系。消费端则通过“直播＋节庆”融合营销，将文旅场景与电商活动结合，激活线上线下联动的消费场景，既拓展了市场边界，也增强了用户粘性。

品牌战略的实施进一步释放了农产品的市场价值。以区域公用品牌为核心，湾沚区构建“地理标志产品＋深加工衍生品”的矩阵，通过统一标识和品质认证提升溢价能力。品牌的文化赋权与场景化营销，

将地域特色转化为差异化竞争优势，例如荷花主题的文旅活动与荷莲产品的捆绑推广，实现了从产品输出到文化输出的升级。

3.2. 核心挑战：生态链深化与可持续发展面临的多维瓶颈

尽管“湾区模式”成效显著，其生态链的深化发展及长期可持续性仍面临一系列结构性、机制性和市场性挑战，亟需在关键维度寻求突破。

首要挑战在于人才的结构性断层。现有的分层培训体系虽有效提升了基础电商操作能力，但在满足产业升级需求方面存在显著不足。核心症结表现为高端复合型人才严重匮乏，制约了企业的智能化、精细化运营和国际化拓展。同时，产学研转化机制薄弱，与高校的合作多停留于浅层，缺乏深度融合的“需求牵引-联合研发-成果转化-产业应用”闭环，导致高校智力资源未能有效解决本地产业痛点。加之县域在薪酬待遇、职业发展平台、生活配套等方面的吸引力短板，难以吸引和留住外部高端人才。这使得企业在面对复杂市场变化、技术迭代和产业链升级时缺乏核心驱动力，生态链整体创新能力和竞争力提升受限。

其次，产业链协同深度有限的问题制约着生态链效率与韧性。当前各环节间的协同仍显粗放，未能完全实现从“物理连接”到“化学融合”的质变。具体表现在：生产端部分合作社和农户对电商驱动的标准化管理认识不足或执行不力，“重产量轻质量”的惯性思维导致网销产品退货率偏高，损害品牌信誉。供应链韧性面临挑战，冷链物流等关键基础设施在覆盖广度和深度上仍有欠缺，且跨区域标准不统一增加了整合成本与风险，限制了农产品上行半径和时效保障。此外，消费场景创新对节庆流量依赖性强，“直播+节庆”模式虽能引爆短期销量，但日常化、可持续的消费场景构建不足，线上线下的常态化融合深度不够，用户日常复购率和平台粘性有待提升。这些问题共同制约了农产品附加值的深度挖掘、市场范围的持续扩大以及消费者忠诚度的稳固建立。

第三，市场竞争加剧与品牌价值挖掘不深暴露了模式在差异化竞争和深度价值创造方面的短板。在电商流量红利趋缓的背景下，初级农产品网销渠道重叠度高，极易陷入低水平价格战，压缩利润空间，而深加工产品占比和附加值仍需提升以突破初级农产品的天然溢价瓶颈。区域公用品牌的打造虽已起步，但对地域文化、生态价值、情感故事的深度挖掘和有效传播不足，导致消费者认知多停留在产品功能层面，尚未建立起强烈的情感联结和品牌忠诚度，品牌溢价能力未能充分释放。这使得企业在激烈市场竞争中盈利能力承压，难以形成持久的竞争优势。

最后，政策依赖性与执行效能风险是影响生态链长效发展的隐忧。政策驱动是重要优势，但也埋下可持续性风险。主要问题在于：电商生态建设对财政资金的依赖度过高，社会资本引入机制不健全，可能影响长效投入和市场化运作能力。政策执行层面存在偏差，部分基层“重硬件投入、轻服务运营”的倾向导致村级电商服务站等功能设施闲置，资源未能精准高效配置。同时，跨部门协同机制虽已建立，但在数据共享、标准统一、联合执法等深层次协同上仍需加强，以彻底打破部门壁垒，形成更高效的政策合力。这些问题可能导致生态链发展后劲不足，资源配置效率降低，政策红利难以持续转化为市场内生动力。

4. 湾沚区农村电商发展模式的经验启示与未来展望

4.1. 经验启示：可复制的生态链构建逻辑

湾沚区农村电商模式的成功，源于其系统性构建的“政策-设施-产业-人才-市场”五位一体生态链体系。这一模式的核心逻辑在于通过顶层设计打破要素流动壁垒、通过资源整合激活内生动力、通过协同创新重构产业价值，为同类县域的数字化转型提供了可复制的范式框架。

4.1.1. 政策先行的制度创新逻辑

湾沚实践表明,农村电商生态链的构建需以制度创新为起点。通过“三级党组织领办合作社”模式,基层党组织从传统的行政管理者转变为产业链的“链主”,在资源整合、利益分配和风险防控中发挥核心作用。这种穿透式治理架构破解了农村经济主体分散化与电商集约化需求的结构性矛盾,为集体经济薄弱地区提供了组织化解决方案。政策工具的设计需兼顾激励与约束:专项资金通过“以奖代补”机制引导市场主体提质增效,信用评价体系则通过行为规范构建良性竞争生态。其启示在于,县域电商发展需跳出“政策输血”的单一思维,转向“制度造血”的系统性设计,尤其需强化基层组织经济动员能力。

4.1.2. 基建筑基的功能集成逻辑

物流与数字基建的梯度覆盖是生态链运行的物理基础。湾沚模式通过“区级枢纽-镇级节点-村级终端”的三级网络布局,将物流设施从单一的流通通道升级为多功能服务载体。村级服务站通过集成冷链仓储、技术培训和社区服务功能,成为连接城乡的“毛细血管”。这一模式的可复制性在于其灵活性:县域可根据地理条件与产业规模调整节点密度,例如山区可强化镇级中转站的集散功能,平原地区则可加密村级终端布点。其核心启示是,基础设施需超越“硬件堆砌”思维,转向“功能融合”导向,通过服务场景创新实现从“通路”到“枢纽”的价值跃迁。

4.1.3. 产业协同的数据驱动逻辑

全链条协同是生态链的价值内核。湾沚模式通过“订单农业+龙头企业+场景营销”的闭环设计,推动农业从生产导向转向市场导向。生产端的标准化种植与地理标志品牌运营,流通端的智能分拣与供应链优化,消费端的文旅融合与沉浸式营销,共同构成“需求洞察-精准供给-价值反哺”的良性循环。其启示在于,产业链协同需以数据为纽带,通过消费需求反向指导生产加工,同时依托技术工具增强供应链透明度。对于拥有特色农产品的县域,可借鉴“地理标志+深加工”的矩阵化品牌策略,通过文化赋权提升产品溢价。

4.1.4. 人才培育的产教融合逻辑

人才梯队的多元化与专业化是生态链持续迭代的关键。湾沚模式构建的“基础普及-创业扶持-校企合作”分层体系,既解决留守群体的就业问题,又为产业升级储备高端人才。其核心在于需求导向的精准匹配:培训内容需与本地产业痛点深度耦合(如跨境电商运营、供应链金融),校企合作则需从技术咨询转向“课题共研-成果共享”的深度协同。这一逻辑的普适性在于,县域电商发展需摒弃“重引进轻培育”的短视思维,转而构建“本土培养-外部引智”的双向通道,尤其需强化职业教育的产业适配性。

4.2. 未来展望:生态链的升维方向

湾沚模式需从“规模扩张”转向“价值升维”,在技术深化、市场拓展、绿色转型和治理优化四大维度探索突破,推动农村电商从效率优先的“工具性创新”迈向包容可持续的“范式性变革”。

4.2.1. 技术深化:从数字化工具到智能生态

未来需构建以数据为核心、智能技术为引擎的生态化应用体系。核心路径包括:首先是打造“产-供-销”智能决策中枢。建设县域级农业大数据中心,强制接入物联网传感器、电商销售数据、物流信息及消费者反馈,制定统一数据接口标准。部署机器学习算法开发核心模块,利用路径优化算法动态规划物流路线,目标在一定程度上降低物流成本。其次是深化区块链溯源与价值拓展。升级区块链平台,实时上链种植、加工、检测、物流全节点数据,提供沉浸式产品旅程图;开发轻量化碳核算模型,接入农

机能耗、包装材料等数据。最后是推动 AI 向生产端渗透。在基地部署 AI 视觉识别系统，实现病虫害自动预警与精准施药、作物长势监测；开发语音/图文交互的 AI 农技助手小程序，整合本地化知识库提供实时解决方案。保障机制包括设立数据安全制度、组建专职分析团队、争取省级数字乡村专项资金，并制定农产品碳足迹核算地方标准。

4.2.2. 市场拓展：从区域深耕到全球链接

突破地域与品类边界是生态链扩容的必然选择。依托区域一体化战略，可共建农产品跨境物流通道，推动区域公用品牌出海。例如，积极开拓东南亚等新兴市场，将“湾沚农情”升级为国际 IP。品类创新需瞄准消费升级趋势，开发功能型农产品，通过临床认证与健康 IP 打造抢占细分市场。此外，可探索“订阅制农业”模式，通过会员定制服务增强用户粘性，实现从“一次性交易”到“持续性服务”的转变。

4.2.3. 绿色转型：从低碳实践到循环经济

农村电商需响应“双碳”目标，构建绿色低碳的产业生态。在供应链环节，推广可降解包装材料、新能源物流车辆，建立农产品碳足迹核算体系，通过“碳标签”认证引导绿色消费。在生产端，推动“光伏+农业”“渔光互补”等模式，实现清洁能源与种植养殖的协同发展。循环经济体系则需聚焦资源再生利用，例如将加工废弃物转化为生物质燃料或有机肥料，形成“种植-加工-再生”的闭环链路。这一转型不仅降低环境成本，更能通过 ESG (环境、社会、治理) 价值赋能品牌，吸引具有社会责任感的消费者与投资者。

4.2.4. 治理优化：从局部创新到系统协同

生态链的持续进化需以治理能力提升为保障。政策设计需建立动态评估机制，通过“红黄蓝”预警体系监测服务站运营效率与政策执行偏差，避免资源闲置与目标漂移。跨区域协同治理是另一重点，可通过县域电商联盟推动数据标准、物流规范与质量认证的统一，破解区域市场分割难题。此外，需关注数字包容性，针对老年农户、残障群体等设计适配性参与机制，确保技术进步惠及所有主体。

湾沚模式的价值不仅在于其经济成效，更在于其对乡村振兴理论的创新贡献。它验证了“制度-技术-组织”协同演化理论在县域场景的适用性：制度创新破解要素流动壁垒，技术创新重构产业效率基础，组织创新激活多元主体动能。其启示在于，乡村振兴需超越“项目制”思维，转向“生态化”系统构建——既要通过政策工具激活市场活力，也要通过社会参与保障发展包容性。未来，湾沚模式可通过“本地优化-区域复制-全球输出”的路径，为全球农村电商发展提供中国智慧，证明数字技术与制度创新的深度融合，能够将传统农业的“弱势”转化为可持续竞争优势。

5. 结论

作为县域农村电商生态化转型的先行者，湾沚区通过系统性构建“政策-设施-产业-人才-市场”五位一体的生态链体系，为破解乡村振兴与数字经济融合难题提供了创新性解决方案。该模式的成功实践表明，县域电商发展的核心在于通过制度创新激活要素流动、通过基建构筑服务闭环、通过数据驱动产业协同，其本质是以生态化思维重构传统农业的价值创造逻辑。在数字经济与“双循环”战略深度交织的新阶段，湾沚模式不仅验证了农村电商从“流量经济”向“生态经济”转型的可行性，更为同类县域提供了三方面范式价值：其组织化治理机制破解了分散经营与集约化发展的矛盾，其梯度化基建模式平衡了资源投入与效益产出的关系，其数据驱动产业链协同则重塑了农业价值分配机制。

面向未来，湾区模式的持续迭代需在技术创新与制度变革中寻求突破。技术深化层面，应加速农业大数据平台建设，通过区块链技术实现农产品质量溯源与碳足迹追踪的双重认证，运用 AI 算法优化从种植决策到物流调度的全流程管理，构建“生产-流通-消费”数据闭环。市场拓展维度，需依托长三角

一体化战略深化区域协同，建立农产品质量标准互认、冷链物流共享机制，同时探索跨境电商与海外仓联动模式，推动“地理标志产品”向国际品牌跃升。绿色转型方面，应创新“电商 + 循环经济”融合路径，发展农产品加工废弃物资源化利用体系，构建低碳供应链认证制度，将生态价值转化为市场竞争优势。治理优化方向，亟需建立数据要素市场化配置机制，通过政务数据与社会数据的融合应用提升政策精准性，同时完善多元主体共治框架，引导行业协会、第三方服务机构参与生态链治理。

湾沚实践的成功，印证了“生态链”构建在县域经济数字化转型中的战略价值。这种以制度创新为引擎、以要素聚合为基础、以价值共创为目标的模式，不仅为破解城乡二元结构提供了新思路，更在更深层次上推动了农业生产关系的现代化变革。随着数字技术的持续渗透与政策体系的不断完善，农村电商生态链有望从“要素驱动”迈向“创新驱动”，从“县域闭环”升级为“开放系统”，最终形成产业振兴与共同富裕相互促进的良性格局。这既是湾区模式的发展方向，更是中国式农业农村现代化道路的生动诠释。在乡村振兴战略全面推进的背景下，湾沚经验所蕴含的生态化发展逻辑，将为更多县域打开数字经济赋能三农的新视界，谱写城乡融合发展的新篇章。

参考文献

- [1] 夏显力, 陈哲, 张慧利, 等. 农业高质量发展: 数字赋能与实现路径[J]. 中国农村经济, 2019(12): 2-15.
- [2] 刘亚平. “互联网 + 农业”背景下农村电商转型升级路径分析——评《农村电商与创业》[J]. 热带作物学报, 2021, 42(12): 37-38.
- [3] 李贾. 点燃电商“新引擎”乡村振兴“加速跑”[N]. 芜湖日报, 2022-06-21(001).
- [4] 易法敏, 古飞婷, 刘晓风. 平台资源编排、价值共创与农村电商生态系统演化[J]. 农业经济问题, 2024(9): 94-109.
- [5] 芜湖市交出 2024 年商务经济亮眼成绩单[N]. 江淮时报, 2025-01-21(C03).
- [6] 文进爱, 邱伟芳. 数字乡村赋能农村电商经济的作用机理与实施策略[J]. 农业经济, 2024(9): 137-139.
- [7] 汤龙, 唐跃桓, 杨其静. 农村电子商务、数字普惠金融与城乡共同富裕[J]. 经济社会体制比较, 2024(4): 95-110.
- [8] 郭显含. 政策激励对县域产业结构升级的影响——基于电子商务进农村综合示范县的准自然实验[J]. 商业经济研究, 2023(20): 167-171.