

乡村振兴背景下江西省农村电子商务发展研究

吴怡洁

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年4月20日; 录用日期: 2025年5月9日; 发布日期: 2025年6月12日

摘要

乡村全面振兴, 电商大有可为。在新时代, 乡村振兴战略已成为我国农村发展的重要指引方向, 为农村电子商务的发展创造了机遇并提供了政策支持。在良好的政策背景下, 各大电商公司以及物流公司纷纷进军农村, 农村电子商务得到了蓬勃的发展。乡村振兴与电子商务的深度融合、相互促进也给江西省农村电子商务的发展提供了重要的战略机遇期。当前江西省农村电子商务的发展仍然面临着许多现实问题: 基础设施建设相对滞后、农村电商专业人才匮乏、特色产品短缺、农产品同质化问题等。本文通过分析乡村振兴背景下江西省农村电子商务发展的现状以及存在的问题, 讨论乡村振兴战略给江西省农村电子商务发展提供的支持措施, 以助力江西省农村电子商务实现全面、健康和可持续发展。

关键词

乡村振兴, 农村, 电子商务

Research on the Development of Rural E-Commerce in Jiangxi Province under the Background of Rural Revitalization

Yijie Wu

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 20th, 2025; accepted: May 9th, 2025; published: Jun. 12th, 2025

Abstract

The comprehensive revitalization of rural areas offers great potential for e-commerce. In the new era, the rural revitalization strategy has become an important guiding direction for rural development in China, creating opportunities and providing policy support for the development of rural e-commerce. Against this favorable policy backdrop, major e-commerce companies and logistics

firms have flocked to rural areas, leading to the vigorous development of rural e-commerce. The deep integration and mutual promotion of rural revitalization and e-commerce also provide an important strategic opportunity period for the development of rural e-commerce in Jiangxi Province. Currently, the development of rural e-commerce in Jiangxi still faces many practical problems: relatively lagging infrastructure construction, shortage of professional talents in rural e-commerce, scarcity of characteristic products, and the problem of homogenization of agricultural products, etc. This paper analyzes the current situation and existing problems of rural e-commerce development in Jiangxi Province under the background of rural revitalization, and discusses the support measures provided by the rural revitalization strategy for the development of rural e-commerce in Jiangxi, in order to assist the comprehensive, healthy and sustainable development of rural e-commerce in Jiangxi.

Keywords

Rural Revitalization, Rural Areas, Electronic Commerce

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

电子商务是指利用互联网、计算机网络等信息技术手段进行商业活动的过程。从广义上讲，农村电子商务是以农村为依托，涵盖农产品上行、工业品下行以及农村地区的生活服务电商等多领域的综合性电商形态。它不仅仅是简单的农产品线上售卖，还包括农村生产生活资料的线上采购、农村特色旅游的线上推广等一系列经济活动。当前，我国电子商务市场规模不断扩大，应用水平不断提高，零售额不断提升。中国互联网络信息中心发布第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2024 年 12 月，中国网民规模达 11.08 亿人，互联网普及率升至 78.6%。其中农村网民规模达 3.13 亿人，占网民整体的 28.2%。农村电子商务作为一种以现代信息技术为核心的新经济形态，在中国市场开辟了一条农产品生产销售的新渠道，对农产品、日用消费品、电器、服装和农资购销等方面产生重要的影响[1]。由于越来越多的政策开始向农村倾斜，加之互联网技术的飞速发展，农村网络设施逐渐完善，阿里巴巴、京东、苏宁等各大电商巨头进入农村市场[2]。乡村振兴战略是党的十九大提出的重大战略，旨在通过产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕五个方面，实现农业农村现代化，缩小城乡差距，推动农村经济社会全面发展，是新时代“三农”工作的总抓手，为农村未来发展描绘了新的发展蓝图。在乡村振兴战略稳步实施的背景下，农村电商拥有广阔的市场前景，对乡村产业振兴产生了无可替代的推动作用，农村电子商务应抓住战略机遇，实现发展[3]。国外研究较早关注了农村电商在扶贫和农村发展中的作用、定义及服务质量等，而国内对农村电子商务的研究自 2000 年左右开始，聚焦概念、扶贫作用等方面，虽有政策支持和诸多研究成果，但针对区域电商助农增收的多视角研究较少。

江西省是我国重要的农业大省之一，生态条件良好，农业资源丰富，近年来在粮食生产、特色农业以及数字农业等方面取得了显著的进展。近年来，江西省通过政策扶持、产业融合以及平台搭建等方式大力推动农村电子商务的发展，农村电商已经成为增加农民收入、推动农村现代化的重要引擎，为农村经济的发展注入了新的活力。但是江西省农村电子商务的发展仍然面临着基础设施建设相对滞后、农村电商专业人才匮乏、特色品牌打造不精、产品同质化问题以及产业结构不合理等问题。因此，本研究聚焦于江西省农村地区，深入探讨在乡村振兴战略实施背景下，农村电子商务的发展现状、面临问题以及

相应的对策，为农村电子商务的发展路径提供理论支持与实践参考。

2. 乡村振兴战略下江西省农村电子商务发展现状

得益于乡村振兴战略，江西省农村电子商务发展迅速，在为农村地区提供更多的商机和消费选择的同时，也推动了农村商品的生产和流通[4]。农村电商市场也逐渐成为推动农村经济发展的新引擎。当前，江西省农村电子商务的发展正处于一个快速发展的上升期，发展规模不断扩大、发展环境不断完善，已在经济发展、脱贫攻坚等领域取得了一些显著成绩。

2.1. 规模与增长态势

2.1.1. 电商规模持续扩张

在乡村振兴战略的推动下，江西省农村电子商务发展态势强劲，发展规模不断扩大，销售额持续增长。以农产品网络零售额为例，近年来，江西省致力于全面推进农业信息化、产业化和农产品市场销售转型升级。农村网络零售是满足农民需要、拉动乡村产业发展的重要力量，农村电商极大的带动了网络零售额的提升[5]。农业农村部门发布的监测数据显示，江西省全省农产品网络零售额从 2022 年的 76 亿元增长到 2023 年的 200.1 亿元，再到 2024 年突破 300 亿元大关，达到 308.7 亿元，连续三年实现零售额的快速提升。更值得注意的是，电商成为了江西省脱贫攻坚和乡村振兴的新利器。江西省司法厅 2023 年 6 月发布的数据显示，江西省先后获批国家电商进农村综合示范县 52 个 58 批次，省级电商进农村示范县 10 个、省级电商扶贫重点县 12 个，并涌现淘宝镇 95 个、淘宝村 66 个。与此同时，农村电商基础设施也得到了极大改善，江西农产品逐步从“卖得掉”走向“卖得好”、“卖得久”。农村电商数量不断增加，支撑体系不断完善，发展规模不断扩大。

这一成绩的取得，得益于江西省政府的高度重视，相关部门通过构建数据指导体系，搭建农产品电商监测平台，分区域、产业动态监测网络零售数据，从而精准指导市、县开发适销农产品。同时，政府积极打好“线下销售、线上销售”的组合拳。采取线下发放优惠券、线上通过联合京东、抖音、阿里等平台设立江西省农产品专区，开展直播、电商消费季等活动，激发消费潜力，实现了销售额的显著提升。

2.1.2. 业态模式多元化

在乡村振兴战略的深入推进下，江西省农村电子商务已经形成了多种业态模式，包括 B2B、B2C、C2C 等，这些模式为产品提供了广阔的销售渠道，可以打破地域的限制，实现产品在全球各地的广泛销售。在“互联网+”的影响下，江西省以“互联网 + 现代农业”为引领，全省已形成直播电商、社交电商、即时零售等电商新业态协同发展的新格局。其中，农产品直播电商表现尤为亮眼，培育出“赣品网上行”、“江西电商直播节”等特色直播活动，随着直播行业的兴起以及用户参与度的增加，直播交易额在电商总交易额中所占的比例越来越大。同时，江西省以“优质平台 + 基地 + 农户”形式，加快打造了天猫超市、京东农场等农产品绿色直采基地，缩短了农产品流通的程序，直接带动了农户收益的提升。

此外，为了使农村电商更好地发展，江西省各个县、村也致力于创新电商配套服务业态。以物流产业为例，江西省安远县抓住了国家电子商务进农村综合示范县的机遇，打造了“智慧园 + 智运快线 + 智运商城”三位一体的农村电商智慧物流发展新模式，深入推进电子商务进农村和农产品出村进城，方便了农产品对外销售，提升了农村的消费能力，实现了城乡生产与消费的高效对接。

2.2. 发展环境洞察

2.2.1. 政策支持体系

在乡村振兴战略的引领下，江西省已构建起全方位、多层次的农村电子商务政策支持体系。在国家

层面,近十年来中央一号文件都对“农村电商”给出了意见,对农村电子商务的部署经历了从基础设施布局到高质量发展的转变,政策导向逐步深化,不仅改变了农产品流通方式,更推动了农村产业数字化、消费升级和乡村振兴,提出推进乡村全面振兴的“路线图”,这为农村电商高质量发展提供了前所未有的机遇[6]。在省级层面,江西省针对电子商务发展制定了专项政策文件《江西省电子商务“十四五”发展规划》,《规划》是江西省推动农村电商发展的纲领性文件,旨在通过基础设施完善、品牌培育、数字化转型等举措,完善农村电商生态的系统布局。此外,各地市配套出台差异化扶持政策,例如江西省会昌县调整印发《会昌县推进电子商务进农村综合示范工作实施方案(2020~2023年)》,为农村地区电子商务的发展规划了各类基础设施,如县级电商公共服务中心、乡村电商服务平台以及农村产品上行体系的改造和升级,以促进农村电商的深入发展,并将农村地区电子商务与乡村振兴战略深度融合。

2.2.2. 创新创业环境

在乡村振兴战略的持续赋能下,江西省农村电子商务创新创业环境显著优化,形成了“政府引导 + 市场驱动 + 社会参与”的良性发展格局。《江西省电子商务“十四五”发展规划》显示,“十三五”期间,江西省示范试点持续深化,南昌、赣州获评国家电商示范城市,培育国家电商示范基地 2 个,示范企业和数字商务企业各 3 家,省级电商进农村示范县 10 个、电商扶贫重点县 12 个、省级电商示范企业 100 家,进贤、莲花等 46 个县(市、区)获批国家电商进农村综合示范县。同时,各地发布政策为农村电商创新提供项目基金,为物流、众创产业园建设、农产品上行补贴项目等提供补贴。营造了良好的创新创业环境,推动了农村电子商务的发展。

在人才培育方面,各县、村加强对电子商务相关工作人员的培养,提高其对电子商务的认知以及知识储备。例如会昌县调整印发《会昌县推进电子商务进农村综合示范工作实施方案(2020~2023年)》的通知,其中对电商创业培训下发资金,提倡开设电商技能中级班培训以及高级班培训,提高了农村对数字电商的知识储备。

3. 乡村振兴战略下江西省农村电子商务发展面临的问题

在乡村振兴的背景下,江西省农村电子商务呈现良好的发展态势,但仍然面临着基础设施薄弱、相关专业人才匮乏、特色产品短板、农产品同质化等妨碍农村电子商务发展的现实问题。

3.1. 基础设施薄弱

在乡村振兴战略下,江西省农村基础设施已经得到了很大的改善,但相对于国内一线城市农村,基础设施仍然不完善,影响着农村电子商务的发展。一方面,江西农村现有的物流行业发展水平有待提升。江西省山地占全省面积的 36%,丘陵占 42%,地理条件的限制导致偏远行政村“最后一公里”配送成本居高不下。偏远行政村距离乡镇配送中心远,且道路等级低,尤其在雨季山区易发生滑坡,大型物流车辆难以通行,需依赖小型货车或三轮车转运,导致单件配送成本较大增加。另一方面,冷链仓储缺口。江西大部分农商缺乏专门的冷库储存农产品,许多水果及生鲜不能及时地储存、发货,导致产品腐烂,电商从业者损失惨重[7]。此外,江西省省内冷库分布不均。南昌、赣州、九江等市区的冷库较多,县级以下冷库缺口较大,乡镇级冷链设施几乎空白。

3.2. 专业人才匮乏

在乡村振兴战略背景下,江西省农村电子商务的发展面临着专业人才严重不足的困境,这极大地制约了农村电商的进一步发展与提升。一方面,人才外流与留存难。由于江西经济相较于发达城市而言发展较慢,使得大部分青壮年长期外出打工。根据第七次人口普查的结果显示,江西省总人口数为 4518.86

万人，外出打工的人数达到 1847 万，相当于总人口的 40.1%，人才外流严重。此外江西农村经济发展较慢且福利水平较低，使得人才留存也受到威胁。另一方面，复合型人才供给不足。农村电商需兼具农业知识、电商运营、物流管理和数字营销能力的复合型人才，但江西省农村地区此类人才储备严重不足。数据显示，江西省全省农村电商从业者中只有少部分人接受过系统培训，且多数集中于初级岗位，高层次运营、数据分析人才缺口较大。

3.3. 难以形成规模化、标准化生产

农产品要进入市场，赢得用户，必须提供相应的质量保证和拥有较高知名度，这需要形成产品的规模化和标准化，并要进行品牌化建设[8]。我国农村电商品牌创建工作起步晚，基础弱，仍面临着品牌建设难、宣传难等问题[9]。尽管江西省地理条件良好，产品品质好，但仍然具有产品标准化程度低、品牌化建设滞后等问题[10]。一方面，由于江西农村地区农产品生产缺乏统一标准，并且由于农产品种植的特点以及农产品种植的面积大、数量多的影响，现实中很难对农产品的种植以及运输进行监督，导致农产品存在质量问题，标准化程度低。另一方面，大部分农村电商尚处于低水平的模仿阶段，产品缺乏品牌[11]。许多农民只负责种植生产，然后将农产品卖给中间商或者销售商，对网络认知水平较低，缺乏品牌认知度，不懂得挖掘品牌的附加值。同时，因为缺乏专业人才，在品牌包装、产品推广、网络营销以及品牌形象建设等方面做得不够好，导致品牌化建设滞后。这些都导致了江西农村缺乏特色产品，难以吸引到更多、更忠诚的消费者。

3.4. 农产品同质化问题

在江西省电子商务快速发展的背景下，农产品同质化问题日益凸显，成为制约产业提质增效的重要瓶颈。造成这一问题主要包括两个原因：首先，产品结构单一。部分地区在农业生产中，由于条件限制，选择种植和养殖的产品相对集中，同时在加工以及生产过程中，缺乏加工差异，并且营销模式高度雷同，大多网店采用相似的文案、图片和促销策略，导致消费者认知模糊。其次，农村市场中的信息不对称也是农产品同质化的重要原因。农户和电商经营者对市场需求信息的了解不够准确和及时，缺乏市场数据分析，难以根据市场需求调整生产和销售策略。往往盲目跟风种植或养殖，看到某种农产品在市场上畅销，就一哄而上，导致市场上同类农产品供应过剩，同质化问题加剧。

4. 乡村振兴战略对江西省农村电子商务发展的支持措施

乡村振兴战略的出台为农村电商的发展带来了重要的契机。目前江西省农村电商已取得明显成效，极大的推动了农村的经济发展，但仍然需依托乡村振兴政策突破发展瓶颈。目前，乡村振兴战略的推进为江西省农村电商发展注入了新动力，呈现出良好的发展态势。具体体现在以下几个方面。

4.1. 助力基础设施建设

乡村振兴强调农村全面发展，基础设施是关键。在乡村振兴战略引领下，江西省重点解决农村电商物流“最后一公里”和冷链仓储短板问题。一方面，大力完善物流基础设施，改善农村交通物流设施条件。如加速构建县乡村三级物流网络，推动中通、圆通、韵达等快递企业在农村共同增设村级快递站点，引导快递企业在农村“应进必进”。此外，改善农村路况，在地形复杂的山地、丘陵之间建立了宽敞平坦、安全便捷的农村公路，实施自然村通水泥路工程。这些基础设施大大提高了农村电商的通达性，减少了物流配送的成本，缩短了配送的时间，为农村电商提供了便利的运输条件。此外，建议江西省根据省内不同地区的地势条件采取针对性的措施，例如对于山地比较多的上饶市和赣州市，优先改善农村路况，同时可以发展无人机配送以及低空索道运输等创新物流方法。对于丘陵比较多的抚州和吉安等地区，

可以开通城市与乡村之间的货运班车，方便乡村的物流配送。此外，针对如南昌、九江等平原较多的地区，地势对于当地农村的影响较小，应当侧重于物流的智能化发展，带动物流体系的转化升级。

另一方面，补齐冷链仓储短板。江西省政府综合分析全省农业产业发展实际和冷链物流建设总体布局，合理布局冷链物流基础设施和运输干支线。加大资金投入，在农村增设万吨及以上冷库，开通冷链运输干支线。同时，保障冷链物流设施用地需求，整合共享冷链资源，提高资源利用率。新的技术和设备被应用到农村冷链基础设施建设中，提升了农村基础设施的效能和质量，推动了电子商务的健康发展。在此基础上，可以考虑推广移动冷库以及具有冷藏功能的智能快递柜，它们相对冷库而言体积小、具有灵活性且成本也较低，在一定程度上能够满足农村电商产品的冷藏储存需求。

4.2. 人才引进及留用支持

农村电商人才培养已被纳入乡村振兴人才支撑计划，成为推动农村电商发展的关键因素[12]。人才是乡村振兴的核心驱动力，对于农村电子商务的发展来说，人才缺失情况较为严重，多渠道、全方位引进、培育合格的农村电子商务人才迫在眉睫[13]。只有通过引进、培养、留住各类人才，才能实现产业、文化、生态、组织和民生的全面提升。在乡村振兴战略的引领下，针对农村电商人才短缺问题，江西省采取“引进 + 培训 + 激励”的综合策略。一是人才引进。江西省政府通过实施“三支一扶”计划、专业技术人才定向培养计划，同时设立返乡创业补贴，对符合条件的电商创业者提供资金补贴，引进人才创业、就业。二是实施精准培训。江西省政府在农村积极开展互联网以及电商技能培训，对于农民等基础层人员开展初级培养，例如开展“万人电商扫盲”行动，课程内容可以包括教授手机开店、基础美工等内容，提升他们对电子商务的意识。对返乡青年开展中级培训，教授直播技巧、数据分析以及供应链管理等，带领他们参与实践，提高其业务水平，培养供应链管理等专业人才。同时，针对企业骨干开设精英研修班，选派其到外地学习，全力培养复合型人才。三是人才留存。江西省政府通过提高工作福利水平、减少税收、改善农村工作环境等措施，吸引优秀人才留在家乡，留住外来人才。此外，可以通过制定具体的福利提升方案和税收优惠政策，例如为电商人才提供住房补贴、子女教育优惠等福利，对农村电商企业给予多年的税收减免等。

4.3. 产品标准化与品牌化建设

乡村振兴战略的实施，对于提升农村电商的品牌影响力也有一定的推动作用。品牌化是农业供给侧改革的重要推力。一是推动产品标准化生产。通过制定农产品统一生产标准、建立质量追溯体系，推动产品种植、加工、包装过程规范化，减少食品安全问题。例如赣南脐橙一物一码溯源追溯系统，使得产品从生产者到消费者的每一个联系环节都可以溯源，这一方面可以加强对每一个生产环节的监管，促使生产过程标准化。另一方面消费者可在手机上查看农产品从种植、采摘、加工到运输的全过程溯源信息，从而增强消费者的信任。二是产品品牌化建设。江西省通过整合资源培育“赣鄱优品”等区域公共品牌，并借助电商平台扩大影响力。同时发展农产品与文化核心价值相融合的模式，提升品牌附加值。利用江西省革命摇篮、依山傍水的优势，在电商产品中注入红色文化、生态江西的文化理念，例如井冈山红米以及鄱阳湖生态鱼等，提升品牌知名度。江西省农村电商可以继续走文化赋能的路径，针对九江、上饶等自然资源比较丰富的地区，可以将电商产品与景区门票进行配套销售，例如每购买 500 元的茶叶便赠送庐山门票，既可以提升销量，也能提升产品知名度。而对于景德镇等文化资源比较丰富的地区，可以打造手工艺品牌，通过在网络上打造非遗艺术馆以及非遗大师工作室等，例如铅山竹编等，打造品牌，提升影响力。同时江西省提供财政补贴、品牌发展基金和人才培养等配套支持，最终实现从“卖产品”到“卖品牌”的转型升级，促进农民增收和乡村产业振兴。

4.4. 产业发展大数据平台建设

乡村振兴战略还有助于解决与农村电子商务发展相关的产品同质化问题。具体地说，乡村振兴战略鼓励农村地区发展特色农业、现代农业以及一、二、三产业融合发展，通过延伸农业产业链、提升价值链等，促进农业与加工、旅游、文化等产业的深度融合，这有助于打破农业产业的界限，从而破解产品结构单一和同质化问题。

同时，应当注意的是乡村振兴战略鼓励技术创新，支持技术下乡，这对解决产品同质化问题，也能带来多方面的破解效应。因此，在技术发展的基础上，江西省可考虑建立产业发展大数据平台。首先，全面收集农产品市场数据是大数据平台发挥作用的基础。所以，在市场端方面，应当将电商平台数据接入产业发展大数据平台，以更好地实时分析和预测消费需求。与淘宝、拼多多、抖音等平台展开合作，实现数据对接。在淘宝平台上重点监测果蔬、粮油、茶叶等江西省特色农产品的销量、用户评价等数据，以更好地把握市场需求；在拼多多平台上采集农产品价格敏感度的数据，为江西农产品的定价提供参考。通过这些合作，可以帮助农村各地选择合适的生产产品，使得产品更加具有差异化。其次，在获取大量数据的基础之上，继续开发大数据平台的核心分析功能。例如在匹配端方面，在大数据平台上构建种植决策模型以及价格预警系统，从而帮助江西省农村各地形成差异化的发展路径。通过智能分析江西农村不同地区的土壤情况、气候条件、水质状况以及消费者偏好等，构建种植决策模型以及农产品的价格变动预警，为农户提供生产建议，使得其能够进行差异化种植。例如，为土壤条件较好的地区推荐种植有机竹笋等。如江西省安远县依托当地富硒土地资源，以富硒农业先行示范区、省级现代农业产业园建设等为抓手，大力发展富硒有机现代农业，为巩固脱贫攻坚成果、推动乡村振兴提供坚实保障。

5. 结语

在乡村振兴战略的实施以及各方主体的努力下，江西省农村电子商务将全面整合资源，以高质量发展为核心驱动，不断探索创新农村电商的运营模式，通过完善基础设施、人才引育、品牌升级、数据驱动四大核心策略，江西省农村电商可突破当前发展瓶颈，实现影响力和竞争力的提升，最终实现江西省农村经济社会的可持续发展。

基金项目

本文系 2025 年江苏省研究生科研与实践创新计划项目 Postgraduate Research & Practice Innovation Program of Jiangsu Province。“生成式人工智能对大学生价值观的影响及应对策略研究”(项目号: KYCX25_1296)阶段性成果。

参考文献

- [1] 张喜才. 电子商务进农村的现状、问题及对策[J]. 农业经济与管理, 2015(3): 71-80.
- [2] 孙华. 乡村振兴背景下农村电子商务发展现状、问题与对策——评《农村电子商务理论与实践》[J]. 商业经济研究, 2022(20): 2.
- [3] 向雪. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径[J]. 农业经济, 2025(4): 141-144.
- [4] 常晋. 基于乡村振兴背景的电商下沉对农村经济的影响研究[J]. 农业经济, 2024(2): 127-130.
- [5] 宋长鸣, 刘笑, 章胜勇. 深化农村电商发展促进乡村产业振兴[J]. 宏观经济管理, 2025(2): 58-65+76.
- [6] 余花, 李学卫. 乡村全面振兴背景下农村电商高质量发展研究[J]. 农业经济, 2025(3): 136-137.
- [7] 周晨晖, 谢培菡, 周水平. 江西省农村电子商务的发展问题与对策研究[J]. 当代农村财经, 2020(6): 47-50.
- [8] 杜永红. 乡村振兴战略背景下网络扶贫与电子商务进农村研究[J]. 求实, 2019(3): 97-108+112.
- [9] 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.

- [10] 万文静. 江西省农村电子商务发展面临的问题及策略[J]. 广东蚕业, 2022, 56(12): 101-103.
- [11] 谢天成, 施祖麟. 农村电子商务发展现状、存在问题与对策[J]. 现代经济探讨, 2016(11): 40-44.
- [12] 郑伟. 乡村振兴战略下农村电商人才的培养模式和路径研究[J]. 中国果树, 2023(11): 152.
- [13] 张炳达. 乡村振兴战略下农村电子商务的发展前景与策略研究[J]. 农业经济, 2018(11): 137-138.