

# 乡村振兴战略下农村电商直播高质量发展路径研究

高 静

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年5月27日; 录用日期: 2025年6月11日; 发布日期: 2025年7月16日

## 摘 要

在乡村振兴战略纵深推进背景下, 农村电商直播作为数字经济与农业农村融合的新业态, 正深刻改变传统农业发展范式。其价值不仅体现在打通农产品上行通道, 更成为驱动乡村产业转型、促进农民增收的关键抓手。本文立足乡村振兴时代坐标, 系统解析农村电商直播的赋能机制与发展特征, 直面基础设施薄弱、产业生态不健全、人才结构性短缺等现实挑战, 构建涵盖硬件升级、生态重构、能力建设、模式创新的四维协同框架。研究深度聚焦区域差异, 针对东部技术驱动、中部产业协同、西部生态突围等差异化需求, 以及大宗产品标准化、特色产品文化赋能、文旅融合场景化等不同产品类型, 提出兼具普适性与精准性的优化路径, 为破解“三农”发展难题提供数字解决方案, 助力农业农村现代化与共同富裕目标实现。

## 关键词

乡村振兴, 农村电商直播, 产业融合, 数字经济, 区域差异

# Research on the High-Quality Development Path of Rural E-Commerce Live Broadcast under the Rural Revitalization Strategy

Jing Gao

School of Law and Humanities, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: May 27<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jun. 11<sup>th</sup>, 2025; published: Jul. 16<sup>th</sup>, 2025

文章引用: 高静. 乡村振兴战略下农村电商直播高质量发展路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 1311-1318.  
DOI: 10.12677/ecl.2025.1472308

## Abstract

In the context of the in-depth promotion of the rural revitalization strategy, rural e-commerce live broadcast, as a new format for the integration of digital economy and agriculture and rural areas, is profoundly changing the traditional agricultural development paradigm. Its value is not only reflected in opening up the upward channel of agricultural products, but also becoming the key to driving the transformation of rural industries and promoting farmers' income. Based on the coordinates of the era of rural revitalization, this paper systematically analyzes the empowerment mechanism and development characteristics of rural e-commerce live broadcasting, faces practical challenges such as weak infrastructure, imperfect industrial ecology, and structural shortage of talents, and constructs a four-dimensional collaborative framework covering hardware upgrading, ecological reconstruction, capacity building, and model innovation. Focusing on regional differences, the research proposes an optimization path that is both universal and accurate, aiming at the differentiated needs of technology-driven in the east, industrial synergy in the central region, and ecological breakthrough in the west, as well as different product types such as bulk product standardization, cultural empowerment of characteristic products, and scenario-based integration of culture and tourism, so as to provide digital solutions for solving the development problems of "agriculture, rural areas, and rural areas" and help achieve the goal of agricultural and rural modernization and common prosperity.

## Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce Live Broadcast, Industrial Integration, Digital Economy, Regional Differences

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

党的二十大报告将“全面推进乡村振兴”作为新时代“三农”工作的总纲领，明确提出“促进农村一二三产业融合发展，发展乡村特色产业，拓宽农民增收致富渠道”。2024年，中央网信办等四部门印发《2024年数字乡村发展工作要点》明确，激发县域数字经济新活力，加快推进农村电商高质量发展，多措并举推动农文旅融合发展，释放涉农数据要素乘数效应，运用数字技术促进农民增收[1]。在数字经济渗透率持续提升的背景下，农村电商直播以其“实时互动、场景化营销、去中间化”的独特优势，成为激活乡村资源要素、重构城乡产销关系的重要引擎[2]。当前，农村电商直播已突破单一销售渠道功能，形成三大战略价值：通过数字化直连重塑农产品流通体系，以可视化传播激活乡村文化经济价值，并创造新型就业形态培育数字人才队伍。实践表明，其已成为乡村振兴的重要抓手和共同富裕的有效载体。然而，物流成本高企、产品标准化缺失、专业人才匮乏等发展瓶颈，正制约着农村电商直播的质量跃升。同时，我国农村地域广阔、资源禀赋和发展阶段差异显著，现有研究与实践对区域特色和模式差异关注不足，导致部分发展路径普适性受限。

基于此，本文聚焦两大核心命题：一是破解农村电商直播发展的现实掣肘，二是构建农村电商直播本土化的高质量发展路径。研究旨在系统阐释农村电商直播的赋能机制，从基础设施升级、产业生态构建、人才体系培育及区域特色模式创新四维维度，提出兼具理论价值与实践意义的创新方案，为乡村振

兴注入数字新动能。

## 2. 农村电商直播高质量发展的科学内涵

### 2.1. 核心价值：农村电商高质量发展助力乡村振兴与共同富裕协同推进

农村电商直播作为数字技术与乡村经济深度融合的创新载体，其核心价值在于构建城乡融合发展新机制，通过要素配置创新与价值创造体系重构，形成乡村振兴与农民富裕的协同推进路径[3]。

#### 2.1.1. 产业生态重构赋能乡村振兴

电商直播通过全产业链数字化改造重塑乡村经济格局。在生产端，智能化决策系统依托消费大数据分析，精准指导农户调整种植结构，推动农业生产从依赖经验积累向数据驱动的科学管理模式转型。流通端的云端供应链体系整合物流资源，借助区块链技术构建质量追溯系统，实现从田间到餐桌的全流程透明监管，有效消除城乡市场间的信任壁垒[4]。消费端的场景营销创新突破传统交易模式，通过虚拟现实技术构建沉浸式购物场景，使消费者直观感知农产品生长环境与加工过程，显著提升产品附加值与市场竞争力，同时，直播的形式能够将文旅资源数字化展示、非遗技艺活态化传承等实现跨界融合，激活乡村沉睡的生态与文化资源，形成以特色产业为核心的区域经济增长极，带动县域经济整体跃升。

#### 2.1.2. 共富机制创新激发内生动力

电商直播通过建立普惠性参与机制拓宽增收渠道。平台经济模式构建起覆盖生产合作社、家庭农场与个体农户的协作网络，使分散经营主体通过云端协作共享规模经济效益。系统性的人才培育工程将数字技能培训与传统技艺传承相结合，培育出既掌握直播运营技术又深谙乡土文化的复合型新农人群体，为乡村可持续发展储备核心人才。价值分配机制的创新推动流量红利向生产端倾斜，品牌共建计划引导消费者认知农产品地域特色，形成以品质为核心的溢价空间。一方面提升了农民经营性收入与财产性收入，另一方面通过数字化工具赋权弱势群体，使留守妇女、老年农户等传统劳动力市场边缘群体获得平等参与数字经济的机会，借力电商发展实现农村居民非农就业[5]。能力建设与机会供给的协同推进，从根本上破解了乡村发展主体能力不足的难题，为共同富裕目标实现奠定坚实的社会基础。

### 2.2. 基本特征：数字经济时代乡村发展的范式创新

农村电商直播的实践演进突破了传统经济模式局限，其基本特征集中体现为技术赋能性、要素整合性与文化嵌入性三重属性的有机统一，共同构成乡村经济数字化转型的新型发展范式。

#### 2.2.1. 技术赋能的底层支撑

数字技术体系的全方位渗透重构了农业生产关系。人工智能算法通过深度学习消费端数据，精准预测市场需求波动，指导农户调整种植品类与生产规模，实现从粗放式生产向订单化农业的转型。区块链技术构建的分布式账本系统，完整记录农产品从种植、加工到流通的全生命周期信息，消费者通过扫码即可追溯产品源头，显著增强市场信任度。虚拟现实技术的应用突破物理空间限制，消费者可借助VR设备远程参观农田实景、参与采摘体验，甚至模拟农产品加工过程，通过沉浸式交互模式提升客户端消费体验，以场景化营销创造产品附加值。技术集群的协同应用重塑了农业产业链运行逻辑，将传统单向线性的“生产-销售”流程升级为数据驱动的动态闭环系统，在降低交易成本的同时，显著提高资源配置效率。

#### 2.2.2. 产业融合的系统集成

电商直播催生产业跨界融合的协同发展机制。纵向产业链整合方面，依托物联网技术构建智慧生产

基地，通过云端供应链管理系统衔接食品加工企业与物流服务商，形成覆盖生产、加工、销售的一体化数字供应链。横向价值网络拓展方面，通过直播内容创新实现多元业态嫁接，例如在农产品销售过程中嵌入乡村旅游资源推介，将观众流量转化为实地消费群体；在非遗手工艺品展销环节融入文化传承故事，打造“可观看、可体验、可消费”的复合型产品体系，以此突破传统产业边界，使农业生产从单一的经济产出功能向生态保育、文化传承等复合功能延伸，形成以特色农产品为核心、以文旅服务为延伸、以数字技术为纽带的产业集群，为乡村经济注入可持续发展动能。

### 2.2.3. 文化嵌入的价值重构

乡土文化基因的商业转化构成差异化竞争优势。直播电商通过原生态场景呈现，将地域文化符号深度植入产品价值体系，例如在茶叶销售中展示传统制茶工艺，在水果售卖时讲述农耕文化故事，使消费者在购买商品的同时获得文化认知与情感共鸣。非遗技艺的数字化展演创新文化传承模式，手艺人通过直播实时演示刺绣、陶瓷等传统技艺，既实现工艺可视化传播，又创造即时消费场景，推动非遗产品从博物馆陈列品向现代消费品的价值转换。这种文化嵌入策略不仅满足城市消费者对乡土情怀的精神需求，更通过文化资本的市场化运营，构建起具有排他性的产品溢价机制[6]。例如，带有地域文化标识的农产品价格普遍高于同类商品 30%~50%，这种溢价空间既反哺乡村文化保护事业，又形成破解同质化竞争的有效路径。

## 2.3. 理论内涵：城乡融合发展的制度创新探索

农村电商直播的蓬勃发展蕴含着深刻的制度创新价值，其理论内涵集中体现为要素配置机制、价值分配体系与治理模式的三重突破，为新时代城乡融合发展提供了创新性实践样本。

### 2.3.1. 城乡要素配置的机制创新

数字平台构建起要素双向流动的制度通道。数据要素的跨域流通破解信息不对称难题，城市消费大数据实时反馈至农村生产端，指导农业供给侧结构性改革；乡村生态环境数据则通过直播内容传播，吸引城市资本参与生态产品开发。技术要素的下沉应用激活闲置资源价值，例如云计算服务降低中小农户数字化改造成本，智能分拣设备提升合作社加工效率，使传统生产要素焕发新价值。文化要素的市场化运营开创价值转化新路径，通过建立文化资源数据库、开发数字版权交易系统，将口述历史、民俗节庆等非物质文化遗产转化为可交易资产。通过要素配置机制创新打破了城乡要素单向流动的固有格局，在社会主义市场经济框架下建立起更趋平等的要素交换关系。

### 2.3.2. 产业价值分配的体系重构

直播经济重塑了多主体利益联结机制[7]。在初次分配层面，平台直连模式缩短流通环节，农户通过自营直播账号可获得传统经销模式下 3~5 倍的销售利润；在再分配层面，平台建立的公益流量池优先扶持偏远地区农户，政府通过购买数据服务优化补贴政策精准度。新型农业经营主体通过供应链整合实现规模效益，例如合作社统一采购农资降低生产成本，联合物流企业共建冷链仓储提升议价能力。平台企业则通过技术服务创造增值空间，开发智能选品系统、消费者画像工具等数字产品，在提升交易效率的同时获取技术服务收益。这种分配体系突破传统价值链的线性结构，构建起风险共担、利益共享的价值共同体，例如部分平台推行“保底收购 + 利润分成”模式，既保障农户基本收益，又通过销售超额利润的二次分配激发生产积极性。

### 2.3.3. 数字乡村治理的路径突破

电商直播倒逼乡村治理数字化转型。平台数据反馈机制提升政府决策科学性，例如通过直播销售数

据监测区域农产品供需状况，及时预警市场风险；消费者评价数据辅助监管部门识别产品质量问题。数字信用体系重构乡村社会关系，将直播账号信用等级与金融服务挂钩，激励农户注重契约精神与商业信誉。在线协作机制优化多元主体协同效率，政府、平台、农户通过云端协作平台共商标准制定、共管产品质量、共建区域品牌。这种治理创新将技术逻辑与制度逻辑有机融合，例如区块链技术的不可篡改性保障政策执行的透明度，智能合约自动触发惠农补贴发放，既提高行政效率又降低权力寻租风险。由此形成的“技术赋能 + 制度创新”治理模式，为乡村振兴战略实施提供可持续的制度保障。

### 3. 农村电商直播发展的现实瓶颈

#### 3.1. 基础设施建设的滞后性制约

农村电商直播的规模化进程正遭遇基础设施薄弱的深层掣肘，其突出表现包括物流体系与数字基建的双重短板所形成的产业发展壁垒[8]。在物流网络构建层面，农产品流通领域长期存在的物理性障碍尚未根本改观，冷链物流基础设施的区域配置失衡问题尤为严重。中西部地区冷链仓储设施的覆盖率不足，直接导致生鲜农产品在跨区域运输过程中的损耗率持续高位运行，难以满足电商平台对商品品质的基础性要求。与此同时，末端配送网络的“最后一公里”难题仍未破解，偏远农村地区的配送时效性差、物流成本高企，既削弱了终端消费者的购物体验，也制约了农村电商直播的市场竞争力。

数字基础设施的薄弱环节进一步加剧了技术应用困境。县域层面的通信网络覆盖水平与城市地区存在显著差距，直播过程中频繁出现的信号中断、画面模糊等技术故障，直接影响用户的观看体验与购买转化效率。专业级直播设备的普及率偏低，多数从业者只能依托基础设备搭建直播场景，难以营造符合现代消费需求的品质化视觉呈现。此外，农业从业者的数字技术应用能力普遍欠缺，数字素养较低导致对流量运营、用户画像分析等核心工具的掌握程度有限，直播运营长期滞留于粗放式发展阶段，难以实现价值链的向上突破。

#### 3.2. 产业生态培育的系统性缺陷

产业生态发育滞后构成了制约质量提升的关键障碍，其影响贯穿标准化建设、品牌塑造与产业链协同等核心环节。在标准化体系建设领域，农产品质量分级标准的缺失直接导致市场信任机制难以有效建立。不同产区执行差异化的分级标准，造成消费者收到的商品品质与直播展示存在明显落差[2]。溯源机制建设的表面化倾向同样值得关注，多数地区尚未构建完整的质量追溯体系，信息采集与动态更新环节存在制度性漏洞。包装标准化程度的不足则推高了流通损耗，成为制约供应链效率提升的重要因素。

品牌价值开发深度的欠缺限制了产业升级空间。农产品加工环节的附加值开发不足，初级加工产品占据主流地位，加剧了市场同质化竞争。区域公共品牌建设呈现松散化特征，地理标志产品缺乏系统化的品牌管理，品牌滥用与品质波动现象并存，导致负面效应扩散，降低消费需求[8]。文化赋能的浅层化特征尤为突出，直播内容多停留在产品外观展示与产地风光介绍的层面，未能实现文化符号向产品价值的深度转化。这种品牌建设滞后直接导致优质农产品的价格天花板难以突破，线上溢价能力明显弱于标准化工业品。

#### 3.3. 专业人才短缺的结构性矛盾

人才供给的结构性失衡已成为产业升级的核心掣肘，其矛盾集中体现为专业运营团队缺失与经营主体转型困难两大维度。复合型人才的供给不足问题严峻，从业者普遍缺乏系统化培训，内容创作、数据分析、供应链管理等关键岗位的能力短板显著。直播团队普遍面临流量转化率低的经营困境，其根源在于产品价值的故事化表达能力欠缺，以及用户需求洞察与供应链协同能力的不足。

传统农业经营者向数字新农人转型面临深层认知障碍。多数从业者仍将直播电商定位为辅助销售渠道，缺乏全产业链数字化改造的战略视野。此外，不同农户代际间的数字素养差异显著，中高龄农业从业者的技术应用能力薄弱，制约了技术创新在生产端的渗透。小农经济思维与数字经济要求的协同发展理念存在冲突，农业经营者参与供应链协作组织的积极性不足，规模经济效应难以形成。这种主体能力与产业需求的结构性错位，导致农村电商直播陷入“硬件升级而思维滞后”的发展困局。

## 4. 农村电商直播高质量发展路径探析

### 4.1. 基础设施的现代化升级战略

构建智慧物流体系是突破发展瓶颈的首要任务。需以县域为枢纽节点，统筹推进冷链物流基础设施的智能化改造，重点建设具备预冷、仓储、分拣功能的综合性冷链中心，形成覆盖农产品主产区的低温供应链网络。通过创新“统仓共配”模式，推动邮政、快递、电商等物流主体的资源整合，建立县域集散中心与村级服务网点的联动机制，实现物流配送的集约化管理[9]。针对偏远山区、高原等特殊地形区域，可探索无人机、无人车等智能配送技术的场景化应用，结合村级代收点与移动配送车形成弹性服务网络，破解末端配送效率低下的顽疾。

推进数字基建的普惠化覆盖需兼顾硬件提升与技术赋能。实施乡村通信网络提质工程，重点加强山区、林区等复杂地形的基站部署，通过微基站补盲和信号增强技术消除网络覆盖盲区。在乡镇层面建设数字化直播服务中心，配备专业级灯光、声学设备与虚拟现实技术支持，为农户提供场景化直播间租赁服务。同步开发适配农民操作习惯的轻量化直播工具，简化后台管理、商品上架、实时互动等功能模块，通过语音指令、图形化界面降低技术使用门槛。针对农产品直播特性，可研发智能剪辑系统自动生成产品短视频，帮助农户快速完成内容生产。

### 4.2. 产业生态的协同化培育路径

乡村的发展与治理离不开乡村各行动主体、资源、发展环境的持续互动，离不开村政府、村级党组织、村民、电商平台、物流、企业等多元主体的协同合作[10]。建立全产业链标准化体系需从生产源头建立涵盖种植规范、采收标准、加工工艺的全流程技术规程，将农产品品质控制前置到田间地头。在流通环节制定分级包装、运输温控、溯源标识的统一规范，通过标准化周转箱、可降解包装材料的推广应用降低物流损耗。直播环节需建立话术规范与服务标准，明确产品描述真实性要求、售后响应时效等关键指标，形成行业自律机制。质量追溯体系应打通政府监管数据、平台交易信息与第三方检测结果，构建区块链赋能的透明化信任机制，实现从生产到消费的全链条可查可验。

实施品牌化发展战略需深挖地域文化价值。通过“一村一品”工程培育特色农产品 IP，将地方风土人情、传统工艺、非遗文化等元素融入品牌叙事体系。建立区域公共品牌与企业自有品牌的梯次发展模式，前者侧重地域文化背书与品质认证，后者聚焦个性化产品开发与市场细分。在直播场景构建中，可打造移动式“田间直播间”，将农耕劳作实景、手工艺制作过程转化为沉浸式消费体验。创新文化表达形式，开发系列化短视频讲述品种改良历程、匠人传承故事，使消费者在文化共鸣中建立品牌忠诚度。同时建立品牌授权管理与侵权追责机制，维护区域公共品牌的价值纯正性。

### 4.3. 人才队伍的体系化培育机制

构建多元化人才培养体系需打通教育链与产业链。高等教育机构可设立数字乡村发展交叉学科，培养既懂农业技术又掌握电商运营的复合型人才，通过校企合作建立实训基地强化实战能力。职业教育层面应开发模块化培训课程，围绕直播策划、内容创作、数据分析等核心技能开展定向培育，建立“培训 -

认证 - 就业”的闭环通道[5]。针对在乡农民群体，可通过夜校培训、移动教学车等形式开展数字素养提升工程，重点强化智能设备操作、基础运营技巧等实用能力。建立人才激励机制，对扎根乡村的专业人才在创业扶持、职称评定等方面给予政策倾斜，形成人才回流的正向循环。

创新“新农人”培育模式需激活内生发展动力。首先，以村级党组织干部、县域官员引领直播带货[11]。其次，通过“乡村直播带头人”计划挖掘具有市场敏锐度的农民主播，结合其生产经验打造个性化IP形象，建立“农民主播 + 运营团队”的协作机制，由专业团队负责流量运营、视觉设计等技术支持，农民主播专注产品价值传递与场景化呈现，形成优势互补的共生模式。在利益分配机制设计中，可采用“保底收益 + 销售分成”模式保障农民主体地位，同时通过供应链股份制改造让农户参与物流、加工等环节的价值分配。针对代际数字鸿沟问题，鼓励青年创业者下乡助农，与中老年农户结对帮扶，通过场景化教学提升技术应用能力，推动传统生产经验与现代运营思维的有机融合。

#### 4.4. 区域特色的差异化发展路径

实现农村电商直播的高质量发展，必须摒弃“一刀切”思维，根据不同区域的资源禀赋、产业基础和发展阶段，以及直播带货的产品类型特征，探索精准适配的差异化发展路径。例如，东部沿海地区可依托技术优势与市场区位，通过虚拟现实直播、人工智能选品、区块链溯源等技术手段打造高端农产品品牌，并构建智能化冷链物流体系，同时尝试农产品跨境直播与文旅融合的闭环生态模式；中部农业主产区应聚焦产业协同，建立大宗农产品全链条标准体系，培育具有市场公信力的区域公共品牌，并通过“龙头企业 + 合作社”模式整合分散产能，在交通枢纽布局智能化产地仓以提升供应链效能；西部及偏远山区则需立足生态资源禀赋，以“原生态、道地性”为核心构建产品故事体系，创新“县域共配 + 无人机配送”物流模式，并将自然景观、民族非遗融入直播场景，通过精准客群运营实现可持续发展。此外，针对不同产品特性，大宗农产品直播应突出产地规模与品控能力，采用政府背书增强消费者信任；特色产品需深挖文化价值，形成“匠人故事 + 产品溯源”的差异化表达；文旅服务则要强化场景体验，通过“云游导览 + 预售套餐”实现即时消费转化，最终构建政府引导、平台赋能、主体协同的多元发展格局。

### 5. 结论与展望

农村电商直播的高质量发展是乡村振兴与数字经济的战略交汇点。当前，通过基础设施升级、产业生态优化与人才体系建设以及探索适应区域禀赋与产业特性的差异化路径，构建起“硬基建支撑 - 软环境优化 - 主体赋能 - 模式适配”的协同机制，方能有效推动农业向品牌化、智能化转型。差异化路径的提出，旨在解决此前建议普适性不足的问题，为不同发展条件的地区提供更精准的实践指引。未来，学术界需加强跨学科研究，聚焦消费者行为、数字信任机制等议题，构建融合农耕文化特色的本土化理论体系。随着三产融合深化，电商直播将超越销售渠道功能，成为链接农产品加工、乡村旅游的枢纽平台，通过数据要素反哺供应链改造，推动城乡要素双向流动。在共同富裕目标下，这一模式可激活闲置资源、拓宽增收渠道，成为农业农村现代化的核心引擎，在保障粮食安全、传承乡土文化中释放长效动能，绘就数字乡村新图景。

### 参考文献

- [1] 中央网信办等四部门印发《2024年数字乡村发展工作要点》[EB/OL]. 2024-05-15. [https://www.cac.gov.cn/2024-05/15/c\\_1717449025941328.htm](https://www.cac.gov.cn/2024-05/15/c_1717449025941328.htm), 2025-05-17.
- [2] 廖敏伶, 李明. 短视频、直播平台赋能乡村振兴: 实践探索、现实困境及优化路径[J/OL]. 海南大学学报(人文社会科学版): 1-9. <https://doi.org/10.15886/j.cnki.hnuu>, 2025-05-27.

- [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] 胡荣, 胡斌, 曹原豪. 直播电商赋能农村创业的作用机理——基于新质生产力视角的多案例研究[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2024(6): 25-36.
- [5] 潘嗣同, 龚教伟, 高叙文, 等. 电商进村政策实施的就业效应与机制分析[J]. 中国农村经济, 2024(4): 141-162.
- [6] 田立法, 张妍彬, 赵娅娅. 农村数字文化赋能农业发展的商业模式研究[J]. 农业考古, 2022(4): 260-265.
- [7] 秦芳, 王剑程, 胥芹. 数字经济如何促进农户增收?——来自农村电商发展的证据[J]. 经济学(季刊), 2022, 22(2): 591-612.
- [8] 曾麟朝, 马丹丹. 直播电商支持乡村振兴的机理与策略: 以经济视角研究[J]. 商业经济研究, 2023(2): 95-98.
- [9] 连宏萍, 韩文静. 数字经济赋能乡村产业融合发展的实证研究[J]. 中国特色社会主义研究, 2025(1): 55-66.
- [10] 刘娜, 金一凡. 透析乡村直播助农体系建设中的共生逻辑与路径——基于华中 J 县 H 村的田野调查[J]. 学习与实践, 2024(9): 75-84.
- [11] 邓明磊, 叶继红. 担当视角下县域官员直播带货的发生机理研究——基于四个典型案例的分析[J]. 电子政务, 2024(7): 42-54.