

乡村振兴战略下农村电子商务发展的现实困境与路径分析

黄洁萍

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年6月6日; 录用日期: 2025年6月20日; 发布日期: 2025年7月14日

摘要

在乡村振兴战略背景下, 农村电子商务成为连接农户与市场、激活乡村资源的关键纽带, 但其发展面临深层结构性挑战。本文基于产业融合、数字鸿沟与内生增长理论, 剖析农村电商赋能乡村振兴的内在逻辑, 诊断其现实困境: 产业链条短且同质化、人才结构性短缺、物流成本高企制约可持续发展。研究提出构建“四维协同”发展体系: 强化县域数字基建、深化“电商 + 特色产业”融合、构建阶梯式人才矩阵、创新“统仓共配 + 众包”物流模式, 以系统破解瓶颈, 为农村电商驱动乡村产业升级提供实践路径。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 产业融合, 人才短缺, 物流优化

Analysis of the Practical Difficulties and Paths of Rural E-Commerce Development under the Strategy of Rural Revitalization

Jieping Huang

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 6th, 2025; accepted: Jun. 20th, 2025; published: Jul. 14th, 2025

Abstract

In the context of the rural revitalization strategy, rural e-commerce has emerged as a vital link between farmers and the market, and in activating rural resources. However, its development faces deep-seated structural challenges. This paper, grounded in theories of industrial integration, the digital divide, and endogenous growth, explores the internal logic of how rural e-commerce which

can empower rural revitalization and identifies its current challenges: short and homogeneous industrial chains, a shortage of specialized talent, and high logistics costs that hinder sustainable development. The study proposes a “four-dimensional synergy” development framework: enhancing county-level digital infrastructure, deepening the integration of e-commerce with local industries, building a tiered talent matrix, and innovating a “centralized warehousing and distribution + crowd sourcing” logistics model. These measures aim to systematically address these bottlenecks and provide practical solutions for rural e-commerce to drive rural industrial upgrading.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, Industrial Integration, Talent Shortage, Logistics Optimization

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

在全面推进乡村振兴战略的时代背景下，农村电子商务作为连接小农户与大市场、激活乡村资源要素的关键纽带，被赋予驱动产业升级与城乡融合的重要使命。近年来，在政策持续赋能、数字基建迭代与人才返乡潮的叠加推动下，农村电商呈现出蓬勃发展的态势，成为助力农产品上行、促进农民增收的有效渠道。各级政府通过专项扶持、完善物流网络、搭建公共服务平台等举措，显著提升了农村地区的电商渗透率与运营效率。然而，繁荣景象之下，深层次的结构矛盾日益凸显：多数地区电商产业链条仍以初级农产品直销为主，深加工环节薄弱导致附加值提升有限；产品同质化严重，“千品一面”的市场格局引发低价竞争，制约品牌溢价能力；专业运营人才与普通农户数字技能的双重短缺，阻碍了运营精细化与模式创新；加之农村居住分散、冷链设施不足，物流成本高企不仅侵蚀利润，更成为生鲜品类规模化的关键瓶颈。这些困境相互交织，反映出农村电商在从“量的扩张”向“质的飞跃”转型过程中，亟需破解内生动力不足与外部支撑不协同的深层矛盾。现有研究虽对单点问题有所探讨，但缺乏融合产业融合、数字鸿沟与内生增长等多维理论视角的系统性分析框架，更少见针对“政策-产业-人才-物流”协同优化的实践路径设计。因此，深入剖析农村电商赋能乡村振兴的内在逻辑与现实梗阻，探索构建高效协同的发展体系，不仅对释放乡村数字经济潜能、实现农民可持续增收具有紧迫的现实意义，亦能为优化乡村振兴政策工具、推动城乡数字红利公平共享提供理论参考与实践镜鉴。

2. 理论框架：农村电商赋能乡村振兴的内在逻辑

本部分从理论层面解构农村电商的驱动机制。通过产业融合理论阐释产业链整合与价值提升路径，借助数字鸿沟理论揭示基础设施与技能普及的制约作用，依托内生增长理论解析技术与人才协同的内生动力。三重视角共同构建电商赋能乡村振兴的系统性分析框架，为后文诊断现实困境与探索优化路径奠定理论基础。

2.1. 产业融合理论

产业融合理论强调不同产业间通过技术渗透、业务交叉实现协同发展，形成新的产业形态与经济增长点。在农村电商发展中，该理论体现为农业生产、加工、流通与电子商务技术的深度融合：通过电商

平台整合农产品生产端与消费端资源,推动农业产业链向加工、仓储、物流、营销等环节延伸,促进“农业+电商+服务业”的跨界融合。“农村电商的发展促使农业与互联网、大数据、人工智能等现代技术深度融合,农民可以利用互联网技术获取农业生产技术信息、市场行情预测等,提高了农业生产的科学性和精准性”[1],从而提升农业产业附加值与市场竞争力。例如,电商平台可通过大数据分析消费者需求,引导农户调整种植结构,推动农产品标准化、品牌化建设,实现从“生产导向”向“市场导向”的转型。因此,“农民通过电商平台可以将农产品推向全国乃至全球市场,不再受时间和空间的限制,并与广大消费者快速建立联系”[2]不仅显著拓宽了销售渠道,有效缓解了农产品“卖难”问题,还通过减少中间流通环节,让农民能够获取更合理的收益。产业融合理论在农村电商场景中的实践,本质上是通过技术渗透打破农业产业边界,构建“技术-产业-市场”的协同演化机制。当电子商务技术嵌入农业产业链时,不仅实现农产品流通环节的数字化改造,更推动种植养殖、加工制造、文旅服务等产业要素的跨界重组。例如,“电商+认养农业”模式通过线上预订、线下种养的闭环设计,将消费端需求前置为生产端指令,使农业生产从传统的批量标准化转向定制化柔性生产;而“电商+乡村非遗”则借助直播带货与文化IP开发,让传统手工艺制品突破地域限制,形成“文化价值-产品溢价-产业升级”的增值链条。这种融合并非简单的产业叠加,而是通过数据要素的流动与重组,催生如农产品跨境电商、农旅体验预售等新型业态,使农业产业价值从单一的使用价值向文化价值、体验价值等多元维度延伸。

2.2. 数字鸿沟理论

数字鸿沟理论揭示了不同群体在数字技术获取与应用能力上的差异,其核心表现为信息基础设施、数字技能、数字素养等维度的差距。在城乡二元结构下,农村地区长期面临数字基建薄弱、农民数字技能不足等问题,形成制约农村电商发展的“数字鸿沟”。“截至2020年年底,农村互联网的普及率仅为55.9%,远低于城市,由于数字鸿沟的存在,导致农村电商的发展速度和时效性远远落后于城市”[3]。农村电商的发展本质上是通过完善数字基础设施(如网络覆盖、物流体系)、提升农民数字素养(如电商培训、数字工具应用),缩小城乡数字差距,使农村地区能够平等参与数字经济发展,共享数字化红利。关键在于让农民不仅“用得上”,更要“用得好的”网络和工具,掌握在线营销、店铺运营、客户服务等实用技能。从理论演进视角看,农村电商发展中的数字鸿沟已从“接入沟”向“使用沟”“效果沟”转化,即从能否接触数字技术,延伸至能否有效利用技术创造价值。破解这一困境需要构建“基础设施-技能培训-制度保障”的协同机制:在完善县域5G网络与智能终端普及的基础上,通过“短视频农技课堂”“直播带货实训营”等场景化培训提升农户数字技能,同时建立农村数据共享平台,打破城乡数据壁垒。

2.3. 内生增长理论

内生增长理论强调技术进步与人力资本是经济增长的内生动力,而非外生给定。在农村电商领域,技术进步表现为电商平台技术创新、物流配送技术升级等,通过提高交易效率、降低流通成本推动产业发展:“一方面,利用新媒体技术,加强对乡村山水文化、戏曲文化、农耕文化等特色文化资源的宣传;另一方面,以沉浸式民宿体验、嵌入式旅游演艺为表现形态的乡村文化新样态,让乡村文化更加富有感染力和感召力”[4]。农村电商领域的内生增长机制,需要在技术创新与人力资本的互动中加入制度创新维度,形成“技术-人才-制度”的三角驱动模型。人力资本则体现为电商人才的引进与培育,包括懂技术、会经营的新型农民与返乡创业群体。这是因为人才是新技术在农村场景落地生根的关键“翻译者”和“实践者”,通用技术结合本地实际进行改良应用,解决具体问题。从内生增长理论内核看,农村电商的可持续发展本质上是通过本地化的技术适配、社群化的人才培育及精准化的制度设计,构建起不依赖外部输血的自我强化机制,使产业增长动力从政策驱动转向系统内生。技术与人才的持续融合,促进了

本地电商生态的成熟和自组织能力提升，使产业具备应对市场波动、持续创新的自生能力。由此，通过技术创新与人力资本积累的良性互动，农村电商可形成自我强化的内生增长机制，实现从政策驱动向市场驱动的可持续发展转型。

3. 现状分析：农村电商发展的动力与困境

基于上述理论视角，本部分聚焦现实图景：一方面，政策扶持、数字基建迭代与人才回流构成了强劲的发展驱动力，推动了电商普及与模式创新；另一方面，产业链条短且同质化、人才结构性短缺及物流成本高企等深层次矛盾日益凸显，制约了产业升级与效益提升。

3.1. 农村电商发展的核心驱动力

3.1.1. 政策扶持

在农村电子商务发展的核心驱动力中，政策扶持发挥着顶层设计与资源引导的关键作用。各级政府通过出台专项发展规划、设立财政扶持资金、实施税收减免等多元政策工具，构建起覆盖产业培育、主体激励、市场规范的政策支持体系，为农村电商发展营造了制度性利好环境。政策层面的持续发力，不仅引导金融资本、社会资本向农村电商领域集聚，更通过搭建政企合作平台、建立跨部门协同机制，打破城乡要素流动壁垒，形成“政府引导－市场运作－主体参与”的发展格局，有效激发了地方政府、企业、农户等多元主体投身电商发展的积极性。当前重点在于巩固前期成果，推动政策重心从“铺路搭桥”转向“养路护航”。着力完善农村电商标准体系、加强农产品质量安全与诚信监管、优化知识产权保护环境，降低交易风险与制度成本。同时，探索建立普惠、可持续的金融服务和保险产品，为市场主体应对市场波动提供稳定预期，构建可长期依赖的制度化营商环境。

3.1.2. 数字基建

数字基础设施的迭代升级是农村电商发展的底层支撑。随着乡村振兴战略对数字乡村建设的持续推进，农村地区网络覆盖率显著提升，物流配送体系逐步完善，智能终端设备加速普及，为电商交易的信息流、物流、资金流顺畅流通奠定了物流基础。高速稳定的网络覆盖使农户能够便捷接入电商平台，实现农产品信息的实时发布与在线交易；县乡村三级物流体系的构建，特别是冷链物流设施在主产区的布局，有效破解了农产品上行的流通瓶颈，缩短了从田间到餐桌的时空距离；电子支付、信用体系等配套设施的完善，则进一步提升了交易效率，降低了市场主体的参与门槛，推动农村电商从概念普及迈向实际应用阶段。日益完善的设施网络，正成为连接农业生产、乡村旅游、乡土文化的重要纽带。电商平台不仅销售农产品，也成为展示乡村风貌、传播农耕文化、预售休闲体验的窗口。依托稳定的物流和支付保障，“农产品＋旅游服务”、“地标产品＋文化故事”等融合性产品得以在线销售，拓展了乡村产业的边界，挖掘了农村资源的多重价值，为乡村振兴注入新动能。

3.1.3. 人才回流

人才回流构成农村电商发展的主体性动能。乡村振兴战略的实施，为返乡群体提供了施展才华的新舞台，一批具备现代商业理念、数字技术能力和市场运作经验的人才重返乡村，成为农村电商发展的“领头雁”。他们通过创办电商企业、开设直播账号、建立农产品品牌等方式，将城市先进的管理经验、营销模式与乡村资源禀赋相结合，不仅激活了农村电商发展的主体活力，更通过“传帮带”机制带动周边农户转变生产经营观念，提升数字化技能。这种人才回流现象，打破了农村地区长期存在的人力资本匮乏困境，形成“引进一个、带动一片、培育一代”的良性循环，为农村电商发展注入了可持续的创新动力与经营智慧。返乡人才带回的不仅是商业技能，更有契约精神、合规意识和现代治理理念。他们在实践中

推动建立更规范的合作社章程、透明的利益分配机制、标准化的生产流程和质量追溯体系。其成功经验也为地方政策制定提供了鲜活样本和反馈渠道，有助于地方政府提升产业引导和服务的精准性，优化乡村营商环境，形成市场主体与基层治理相互促进的新格局。

3.2. 农村电商发展的困境诊断

3.2.1. 产业链条短且同质化

当前农村电商发展中产业链条短且同质化问题较为突出，其成因在于农户受传统生产模式束缚，深加工技术与资金投入匮乏，企业因市场信息闭塞盲目跟风，致使产业链停留在初级产销环节。该问题集中表现为产业价值链条未能实现有效延伸与差异化发展。从生产端来看，多数地区农村电商仍以初级农产品的直接销售为主，产品停留在采摘、简单分拣等原始加工阶段，缺乏深加工环节对农产品附加值的提升，难以形成从田间种植到终端消费的完整产业链条。这种粗放式发展模式导致农产品溢价空间有限，市场竞争力不足，农户难以通过电商渠道实现收益的显著增长。从市场端分析，不同区域间农村电商产品结构高度趋同，大量雷同的初级农产品涌入电商平台，形成“千品一面”的市场格局，加之品牌建设滞后、产品标准化程度低，消费者难以通过有效识别形成品牌忠诚度，进而引发低价竞争、劣质驱逐优质等市场乱象。产业链的短平化与产品的同质化相互交织，不仅制约了农村电商向高端化、集约化方向升级，更使得产业发展陷入低水平重复建设的窠臼，难以充分发挥电商对乡村产业的赋能效应，成为阻碍农村电商可持续发展的深层结构性矛盾。

3.2.2. 人才结构性短缺

人才结构性短缺进一步制约产业升级，既缺乏精通电商运营、市场策划的高端人才，也存在农民数字技能不足、难以适应电商发展需求的问题，这与农村地区教育资源薄弱、职业培训体系不完善密切相关。“许多农村网店无法有效利用社交媒体进行品牌推广，或者在处理消费者纠纷时显得力不从心；此外，缺乏懂得市场分析、供应链管理以及电商平台规则的专业人士，限制了农村电商的规模化和专业化发展”[5]。这种能力断层，使得大量优质的特色农产品难以摆脱“低价走量”的初级销售模式，无法通过精准定位、故事包装和体验营销实现价值跃升。同时，供应链优化、品控管理、售后服务等提升复购率的关键环节也难以精进，阻碍了产业整体向高附加值、高质量发展阶段迈进。更关键的是，缺乏专业人才进行市场预判、库存规划、物流协同，使得企业难以有效控制成本、规避风险、复制成功模式，规模化扩张因此面临巨大挑战，产业集聚效应难以形成。

3.2.3. 物流成本高企

物流成本高企则是农村电商发展的另一瓶颈，农村地区居住分散、物流网点稀疏，冷链设施建设需投入千万级资金，中小农户无力承担，导致农产品运输损耗大、配送时效低，特别是生鲜农产品对冷链物流的高要求与农村冷链设施不足的矛盾尤为突出。“不完善的物流配送体系会延长商品的配送时间，增加物流成本，还会影响农产品的新鲜度和品质，从而降低消费者的满意度”[6]这一问题凸显了农产品电商发展中“最后一公里”乃至“最初一公里”基础设施的薄弱，它不仅仅是运输效率的问题，更是制约农产品标准化、品牌化和价值提升的关键瓶颈。此外，“企业受自身技术水平、资金实力等约束，对农村物流数据的利用水平不高，难以为消费者提供便利的物流服务，也难以优化改善企业自身经营水平”[7]消费者期待的实时追踪、精准时效预测、灵活的末端交付选择等服务因此难以实现，体验满意度大打折扣。同时，企业内部在运力调度、库存管理、成本核算等方面也因数据支撑不足而效率低下、反应迟缓。这种数据利用能力的欠缺，不仅削弱了服务竞争力，也抬高了运营成本，阻碍了企业在复杂农村物流环境中的可持续发展能力。

4. 优化路径：构建“四维协同”发展体系

针对前文诊断的核心困境，本部分提出构建协同发展体系。通过强化县域数字化基建筑牢基础，深化“电商 + 特色产业”融合提升价值链，育引并重构建人才梯队破解能力瓶颈，并创新“统仓共配 + 众包”物流模式降低成本。这四维举措相辅相成，旨在系统性地化解发展障碍，为农村电商赋能乡村振兴提供可持续的实践方案。

4.1. 强化基建：实施县域数字化“强基工程”

以县域为单元推进数字化基础设施一体化建设，重点完善高速网络、智能仓储、冷链物流等硬件设施，构建覆盖县、乡、村三级的电商公共服务体系。建立县域数字服务平台，整合政务、商务、物流等数据资源，“自 2014 年起，在国家商务部统筹协调下，财政部联合农业农村部(原扶贫办及乡村振兴局)共同实施农村电商示范县创建工程，历时七年覆盖全国 1647 个县(次)开展创新实践，不仅取得显著成效，还形成多元创新模式”[8]，为农户与电商企业提供信息发布、在线交易、物流跟踪等一站式服务。以县域为单位推进数字化基建一体化，聚焦高速网络、智能仓储与冷链物流等硬件建设，搭建县乡村三级电商公共服务体系。借助政府引导与社会资本投入，整合政务、商务、物流数据，打造县域数字服务平台，为农户和企业提供一站式服务。通过共建共享关键节点(如区域数据中心、骨干冷链基地)、统一技术标准、优化路由设计，避免重复建设和资源浪费。同时，这种区域协同显著摊薄了单位覆盖成本，提升了网络韧性和资源利用效率，使农村地区能以更集约的方式获得高标准的数字基础设施服务。

4.2. 深化融合：打造“电商 + 特色产业”生态圈

立足乡村资源禀赋，挖掘地方特色产业(如特色农产品、乡村旅游、传统手工艺)，通过电商平台实现特色产业与市场需求的精准对接。“当前，我国互联网直播电商平台企业尚处于‘野蛮生长期’，平台规则和监管制度不够完善，直播电商平台经济模式下的社会责任问题体现出多重主体性、强危害性和治理复杂性等特点，平台企业的社会责任问题不仅是市场范畴的经济问题，更是公共范畴的社会问题”[9]。因此，亟需在推动乡村特色产业与电商深度融合的同时，同步构建起规范有序、权责清晰的制度环境与治理体系。一方面，要着力健全直播电商平台的市场准入规则与运营规范，明确平台企业、主播、供应商(尤其是农户和合作社)等多方主体的权责边界，特别是强化平台在商品质量把控、信息真实披露、消费者权益保护及公平交易环境营造等方面的主体责任。应鼓励平台建立透明的溯源机制，利用数字技术对特色农产品的生产、加工、流通进行全程记录，提升市场信任度。另一方面，在深化“生产基地 + 加工企业 + 电商平台”产业链协作的基础上，探索更为稳固、普惠的利益分配模式。健全直播电商平台规则，明确多方主体责任，建立透明溯源机制，提升市场信任度。引导电商平台与村集体合作，让农户分享更多产业增值红利。地方政府应积极引导并支持电商平台、龙头企业与村集体经济组织、农民专业合作社建立契约化、组织化的长期合作关系，降低小农户对接大市场的风险与成本。

4.3. 育引并重：构建阶梯式人才矩阵

建立“引进 - 培育 - 留存”相结合的人才发展机制。一方面，通过政策激励(如创业扶持、住房补贴)吸引高校毕业生、电商专业人才返乡创业，充实农村电商人才队伍；另一方面，“数字经济背景下农村电商人才的互联网思维和创新能力的培养”[10]，依托职业院校、乡村振兴培训基地等载体，开展分层分类培训，针对新型经营主体开展电商运营、品牌营销等专业培训，面向普通农户普及数字工具使用技能，提升整体数字素养。此外，完善乡村人才评价与激励机制，通过设立电商创业孵化基地、评选“农村电商带头人”等方式，营造尊重

人才、鼓励创新的发展环境,确保人才“引得来、留得住、用得好”。建立“引育留”结合的人才机制,用创业扶持、住房补贴等政策吸引专业人才返乡。依托职业院校开展分层培训,为新型经营主体传授电商运营等技能,向普通农户普及数字工具使用。完善人才评价激励机制,设立孵化基地、评选带头人,营造创新环境,促进返乡人才与本土人才协作,形成可持续的人才生态。更重要的是,成功案例和可期前景吸引着农村青年主动学习电商技能,甚至吸引部分外流青壮年回流,为乡村产业的代际传承和长远发展储备了关键力量。为强化人才生态的可持续性,需进一步构建人才价值实现的闭环体系。在政策设计上,可探索差异化激励策略:对技术型人才提供设备补贴与专利转化支持,对运营人才实施销售额阶梯奖励,并试点“人才积分制”,将培训参与度、带徒成效、创新项目落地等纳入积分,兑换创业资源或公共服务优先权。同时,推动产教融合实体化运作,支持职业院校联合电商企业共建“田间学堂”,开发基于真实产业链的模块化课程(如农产品直播脚本设计、地域文化 IP 孵化),实现技能培训与产业需求的动态适配。

4.4. 创新物流:发展“统仓共配+众包”模式

针对农村物流“散、小、乱”的问题,探索“统仓共配”模式,即在县域设立统一仓储配送中心,整合快递企业、物流合作社等资源,通过集中仓储、共同配送降低物流成本。引入“众包物流”理念即“众包模式在农村电商物流的应用指的是将现代物流的内容细分成多个小任务,在大数据采集的基础上,有物流配送需求的发包方通过互联网、移动互联网在手机应用软件或电子商务平台上进行物流任务和行动上的物流配送信息需求宣传,将原本由专职员工执行的小型快、中型速、大型慢等物流任务以自由自愿的形式分配给非特定的更多物流服务提供者”[11],利用农村闲置人力资源——乡村司机、农户等组建兼职配送队伍,依托智能调度系统实现配送任务的灵活分配,解决农村最后一公里配送难题。同时,加强冷链物流设施建设,在主产区、集散地布局冷库、冷藏运输车辆,提升生鲜农产品流通效率,减少损耗。完善的冷链网络让原本受限于保鲜期、只能就近销售的地域特色生鲜产品,得以突破距离限制,进入更广阔的城市乃至全国市场。这不仅打开了销路,提高了农民收入,也让特色优质农产品实现了“优质优价”,提升了其市场价值和竞争力。

5. 结语

本文系统探讨了乡村振兴战略下农村电子商务发展的理论逻辑、现实困境与优化路径。研究表明,农村电商通过产业融合、弥合数字鸿沟与激发内生增长动力,为乡村产业升级注入新动能;然而,产业链条短且同质化、人才结构性短缺及物流成本高企等深层次矛盾,仍制约其可持续发展潜能。对此,亟需构建“四维协同”发展体系。此外,本研究仍存在一定局限。研究样本主要集中于部分电商发展较成熟区域,对偏远山区、少数民族地区等特殊地域的覆盖不足,未能充分揭示不同地理环境下农村电商的差异化困境。同时,对政策实施的动态效应分析不够深入,未充分考量数字技术迭代(如 AI 在农产品分级中的最新应用)对电商模式的即时影响,在多主体协同治理的实证数据采集上也有待进一步丰富。未来,可深化人工智能、区块链等技术在供应链优化中的应用研究,探索绿色低碳电商模式与生态产品价值实现机制,强化多主体协同治理的实证分析,推动农村电商向更精准、可持续方向发展。农村电商需进一步聚焦新兴技术应用(如人工智能优化供应链、区块链保障溯源)与绿色低碳供应链建设,强化数据驱动下的精准产销对接与全流程品控,推动城乡数字红利共享向更高质量、更包容性方向演进。同时,应着力完善多主体协同治理机制,激发地方政府、平台企业、合作社与农户的联动效能,通过持续的制度创新、模式迭代与能力建设,方能将农村电商真正锻造成驱动乡村产业兴旺、生态宜居、治理有效、生活富裕的核心引擎,为全面推进乡村振兴战略提供坚实且持久的内生动力。

参考文献

- [1] 郑彩云. 农村电商助力乡村振兴的机理、困境及对策探究[J]. 山西农经, 2025(10): 199-201.
- [2] 周晨. 农村电商助力乡村振兴的途径分析——以江苏省宿迁市为例[J]. 中国商论, 2024, 33(14): 31-34.
- [3] 李秋燕. 数字经济背景下农村电商助力乡村振兴路径研究[J]. 中国市场, 2024(20): 182-185.
- [4] 朱丽丽. 乡村振兴背景下农村电商发展路径探析[J]. 营销界, 2024(16): 41-43.
- [5] 王宏丹. 乡村振兴视角下农村电商人才培养研究[J]. 中国管理信息化, 2024, 27(17): 88-91.
- [6] 陈海萍. 农村电商平台推动乡村经济发展的路径分析[J]. 山西农经, 2025(10): 57-59.
- [7] 王硕, 王婷, 王永明. 农村电商物流发展问题与对策探析[J]. 时代经贸, 2025, 22(5): 39-42.
- [8] 洪勇, 洪涛. 2025 中国数字农产品电商新格局、新政策与新建议[J]. 供应链管理, 2025, 6(6): 5-33.
- [9] 张作为. 直播电商新经济产业生态建设与赋能提升研究[J]. 新媒体研究, 2022, 8(3): 1-5.
- [10] 李欣芯. 农村电商人才培养新路径[J]. 人力资源, 2024(4): 44-45.
- [11] 余昌彬. 基于众包模式的农村电商物流配送[J]. 物流科技, 2025, 48(9): 65-67.