

# 我国农村电商的研究现状、热点与趋势

## ——基于Citespace的可视化分析

杨营焱

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月8日; 录用日期: 2025年6月20日; 发布日期: 2025年7月14日

### 摘要

随着数字经济的快速发展, 农村电子商务已成为推动农业农村现代化转型的重要力量。本研究运用 Citespace 6.4 软件, 基于中国知网数据库中的 495 篇文献, 对我国农村电商领域的研究现状、热点与趋势进行了可视化分析。分析结果表明, 农村电商领域的研究经历了从初步探索到快速发展, 再到创新拓展的三个阶段。未来研究应更加重视对数字技术与农村电商融合机制、电商助力共同富裕路径等内容的研究。

### 关键词

电子商务, 农村, Citespace, 可视化分析

# Research Status, Hotspots, and Trends of Rural E-Commerce in China

## —A Visual Analysis Based on Citespace

Yingyan Yang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 8<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jun. 20<sup>th</sup>, 2025; published: Jul. 14<sup>th</sup>, 2025

### Abstract

With the rapid development of the digital economy, rural e-commerce has emerged as a significant force in promoting the modernization transformation of agriculture and rural areas. This study

employs Citespace 6.4 software to conduct a visual analysis of 495 research articles from the CNKI database, examining the current status, hotspots, and trends in the field of rural e-commerce in China. The results indicate that research in this field has evolved through three stages: initial exploration, rapid development, and innovative expansion. Future studies should place greater emphasis on the integration mechanisms of digital technologies with rural e-commerce and the pathways through which e-commerce contributes to common prosperity.

## Keywords

E-Commerce, Rural, Citespace, Visual Analysis

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

数字经济时代背景下，农村电子商务作为乡村振兴战略的重要抓手，已成为推动农业农村现代化转型的核心引擎。据商务部《2023 中国电子商务报告》显示，2023 年全国农村网络零售额达 2.5 万亿元，同比增长 12.2%，全国农产品网络零售额达 5870.3 亿元，同比增长 12.5%，凸显了其作为新经济增长点的战略价值。

近年来，国家层面出台了系列政策强化农村电商顶层设计。2024 年中央一号文件《关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见》明确提出实施农村电商高质量发展工程，要求完善县乡村三级物流体系、培育本土化数字商务人才[1]。2025 年发布的《中共中央国务院关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见》，聚焦乡村振兴与农业现代化，强调提升乡村产业发展水平和发展乡村特色产业，为农村电商发展指明了方向[2]。

当前学术研究呈现多学科交叉特征，但存在热点分散、演进路径不清晰等问题。本文运用 Citespace 科学计量工具，对 CNKI 数据库文献进行可视化分析，旨在揭示我国农村电商研究的知识结构与演进脉络，以及识别政策导向与技术驱动下的研究前沿动态。

## 2. 研究方法数据来源

### 2.1. 数据来源

本文的数据来源于中国知网(CNKI)数据库。首先，在知网上以“农村电商”为主题进行高级检索。为了确保文献的质量，本次检索特别选取了北大核心期刊和中文社会科学引文索引(CSSCI)期刊。检索工作于 2025 年 6 月 6 日进行，初步共检索到 703 篇文献。在初步检索结果的基础上，为了使文献更加符合电子商务领域的研究需求，对文献的学科领域进行了进一步的筛选。这一步骤旨在排除那些虽然包含“农村电商”关键词，但实际上与电子商务领域关联不大的文献。此外，为了确保研究的准确性，通过手动筛选剔除了那些与研究主题不相关的文献。最终得到有效文献 495 篇。

### 2.2. 研究方法

先将筛选出的 495 篇文献以 Refworks 的格式导出，借助 Citespace 6.4 软件以机构、作者、关键词等为节点绘制知识图谱，梳理出我国农村电商研究领域的整体发展脉络及其关键热点。

### 3. 发文特征分析

#### 3.1. 文献发表数量

图 1 清晰地展示了我国农村电商领域的研究情况(见图 1)。2015 年, 发文量仅为 5 篇, 显示出该时期农村电商研究处于初步探索阶段。2016 年和 2017 年的发文量增长迅速, 反映出学术界对农村电商领域的关注度有所提升。同时, 这与国家政策的推动密切相关。2015 年 11 月国务院发布《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》, 作为首个农村电商国家级顶层设计文件奠定基础[3], 2017 年中央一号文件明确提出推进农村电商发展[4]。2018 年, 发文量下降至 47 篇, 但 2019 年和 2020 年, 发文量保持在 60 篇的高位, 显示出研究的持续热度。这一趋势与国务院《关于促进乡村产业振兴的指导意见》(2019 年) 及《数字乡村发展战略纲要》的发布高度契合[5][6], 政策明确要求扩大农村电商覆盖面和培育农村电商主体, 推动学界对农村电商商业模式、物流体系、消费行为等议题的深入研究。

2021 年, 发文量下降至 53 篇, 2022 年进一步增长至 68 篇, 创历史新高, 这可能与新冠疫情影响下农村电商成为保障农产品供应链稳定的关键手段有关。农业农村部《“互联网+”农产品出村进城工程试点工作方案》的出台[7], 进一步推动研究聚焦于疫情背景下的电商助农、直播带货等应急模式。2023 年, 发文量下降至 52 篇, 但仍保持在较高水平, 反映出研究进入深化阶段, 学者开始关注农村电商与乡村振兴的协同机制、数字鸿沟等问题。2024 年, 发文量进一步增长至 56 篇, 这可能与商务部等 9 部门联合印发《推动农村电商高质量发展的实施意见》[8], 提出构建县域电商生态圈, 促使研究热点向跨境电商、供应链数字化等前沿领域延伸有关。截至 2025 年 6 月, 发文量不足 20 篇, 一方面受年中统计周期影响数据不完整, 另一方面可能因研究处于新议题酝酿期, 热点暂未集中爆发, 呈现阶段性回落特征。

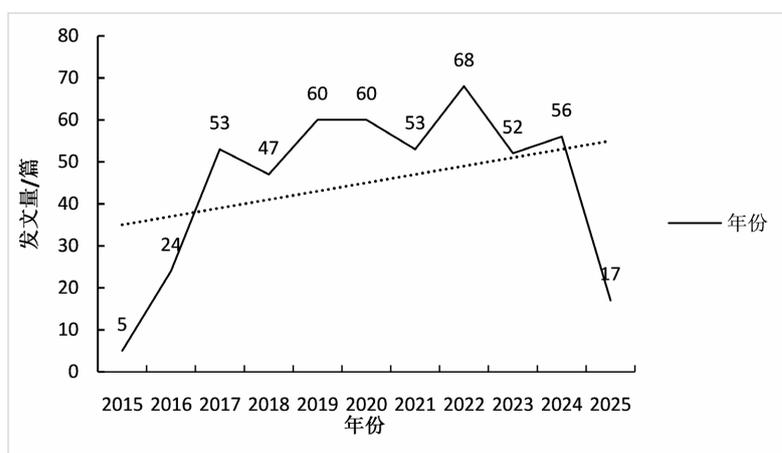


Figure 1. Number of publications in the field of rural e-commerce in China

图 1. 我国农村电商领域发文量

整体来看, 我国农村电商领域的研究在过去几年中经历了快速增长, 尤其是在政策推动和电商发展的背景下。然而, 近年来发文量的波动可能反映了研究重点的转移和研究领域的成熟。未来的研究可能会更加关注农村电商的细分领域和具体问题, 如农村电商的可持续发展、农村电商与乡村振兴的深度融合等。

#### 3.2. 核心作者发文分布

将相关文献导入 Citespace 软件进行分析, 以“Author”为网络节点, 生成农村电商研究作者合作可视化图谱(见图 2)。从图谱参数看, 生成的网络节点有 265 个, 连线为 81 条, 网络密度为 0.0023。图中

节点大小对应作者在农村电商领域的发文量，连线数量反映作者之间相互协作程度。从图谱呈现可知，该领域部分学者间形成了一定合作关联，展现出小规模合作团队雏形，如曹玲玲、秦小丽等学者。但诸多作者处于相对独立研究状态，反映出研究交流的不均衡性，尚未形成紧密且具强引领性的核心作者群。

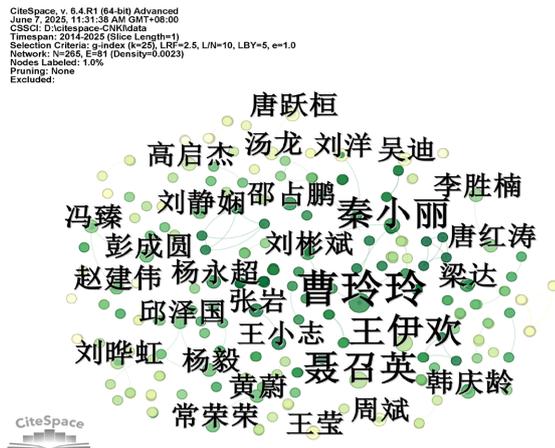


Figure 2. Co-occurrence network of core authors  
图 2. 核心作者共现图谱

### 3.3. 主要研究机构分布

应用 Citespace 软件，将网络节点选择为“Institution”进行可视化分析后得到研究机构共线图(见图 3)。从研究机构共线图谱中得知，网络节点有 240 个，连线 66 条，网络密度为 0.0023，说明研究机构分布比较分散，多数机构呈现合作甚少的独立网络状态，反映出国内农村电商领域研究暂未形成成熟、紧密联动的核心研究团队。例如，中国农业大学人文与发展学院、华南农业大学经济管理学院等机构，在农村电商研究发文相关维度表现突出，但部分机构间缺少明显合作关联。不过，也有机构间已建立良好合作，像中国农业大学经济管理学院等不同院校、院所机构，存在一定协作网络，在农村电商研究领域取得初步协同成果。



Figure 3. Co-occurrence network of research institutions  
图 3. 研究机构共现图谱



**Table 1.** High-frequency keywords and their attributes in rural e-commerce research in China  
**表 1.** 我国农村电商领域研究高频关键词及其属性

排名	关键词	频次	中心性	初现年份
1	农村电商	275	1.28	2015
2	乡村振兴	75	0.13	2018
3	电子商务	38	0.12	2016
4	数字经济	19	0.03	2021
5	农村经济	16	0.02	2017
6	淘宝村	16	0.01	2017
7	农村	15	0.02	2016
8	共同富裕	14	0.00	2022
9	电商扶贫	14	0.01	2017
10	精准扶贫	13	0.01	2017
11	农村物流	11	0.02	2016
12	中介效应	11	0.00	2019

为挖掘农村电商研究领域的热点与趋势，绘制了高频关键词共现图谱(见图 5)，包含 310 个节点、632 条连线。图中菱形节点为关键词，节点越大，说明其出现的频率越高。此外，选取共现频次最高的前 12 个关键词(见表 1)，统计其频次、中介中心性及初现年份。中介中心性用于衡量节点重要性，值越大表明对其他关键词的辐射、关联作用越强。“农村电商”以 275 次高频位居榜首，中心性达 1.28，初现时间为 2015 年，是该领域最核心研究主题；“乡村振兴”“电子商务”“数字经济”等关键词紧随其后，频次与中心性各有分布，体现多维度研究关联。结合图表进行分析，可以清晰了解国内农村电商研究脉络。早期聚焦基础概念与模式探索；随着“乡村振兴”战略推进，研究逐渐与国家战略深度绑定，“电商扶贫”“精准扶贫”等关键词体现农村电商在减贫增收中的实践；近年“数字经济”“共同富裕”等关键词兴起，反映研究向数字化赋能、宏观价值目标延伸，展现农村电商与产业融合、区域发展的多元关联，呈现从实践应用到战略协同、从单一模式到生态构建的研究演进趋势。

#### 4.2. 关键词聚类分析

仅对农村电商关键词做词频统计，难以精准把握研究热点。为此，基于关键词共现，通过聚类分析并筛选出 9 个聚类结果(见图 6)，以更直观地展现研究主题和热点。这 9 个聚类结果分别为#0 农村电商、#1 电子商务、#2 乡村振兴、#3 发展模式、#4 农民收入、#5 数字经济、#6 农村物流、#7 对策、#8 公共服务。依据聚类判定标准，关键词间连线越多，图谱信息模块性(Q 值)越大，聚类效果越佳；当  $Q > 0.3$  时模块性显著，轮廓系数(S 值)  $> 0.5$  时聚类结果合理。图 5 中的 Q 值为 0.5046，S 值达 0.8972，表明关键词聚类图谱能有效反映农村电商研究领域总体情况。

从图谱中可知，“农村电商”是核心聚类类别，关联节点与连线最密集，体现其在该领域的基础与统领地位。“电子商务”聚类，呈现农村电商对电商模式的借鉴与适配，是农村电商开展的模式根基；“乡村振兴”聚类，凸显农村电商作为乡村振兴战略实施路径之一，在促进产业兴旺、推动乡村发展中的作用，体现与宏观经济战略的关联；“发展模式”聚类围绕农村电商运营形态展开，探索特色化、可持续发展路径；“农民收入”聚类聚焦农村电商的民生价值，反映其对提升农民收入、改善生活的作

用, 关联民生福祉维度; “数字经济” 聚类展现农村电商与数字经济融合趋势, 借数字化赋能升级; “农村物流” 聚类关注农村电商供应链关键环节, 保障商品流通; “对策” 聚类针对农村电商发展痛点, 提供解决思路; “公共服务” 聚类体现政府与社会层面的支撑保障, 如基础设施、公共平台搭建等。这些聚类围绕“农村电商”核心, 呈现出层层关联、相互支撑的演变逻辑。从模式借鉴、战略呼应, 到运营探索、价值落地, 再到数字赋能、供应链保障, 以及问题解决、生态支撑等, 构成多维度、系统性研究格局, 为后续挖掘细分方向、把握发展趋势, 清晰梳理出从基础到应用、从战略到实操的脉络。

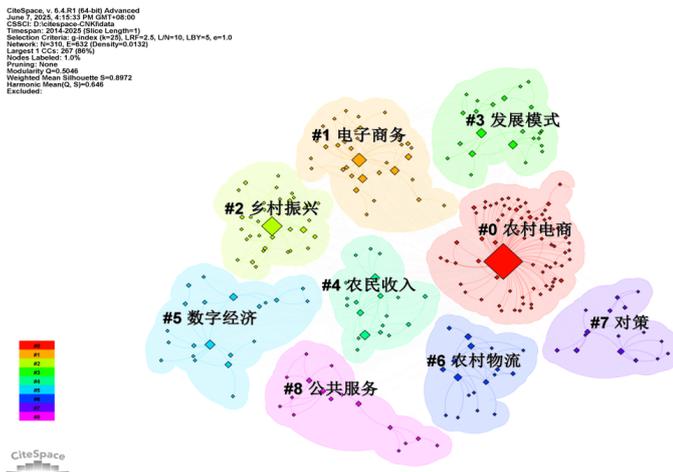


Figure 6. Keyword clustering map  
图 6. 关键词聚类图谱

### 4.3. 时区图谱分析

运用 Citespace 软件对农村电商领域文献分析, 生成时区图谱(见图 7), 展现关键词及研究主题随时间演进的动态过程, 直观呈现领域研究脉络与热点转移。时区图谱显示, Q 为 0.5046 ( $S > 0.3$ ), 模块化显著; S 为 0.8972 ( $S > 0.5$ ), 聚类合理, 说明图谱能有效反映农村电商研究的时间演进特征。随着时间的推移, 农村电商领域中的重要关键词不断交替出现。根据时区图谱发现, 农村电商研究经历了三个阶段。

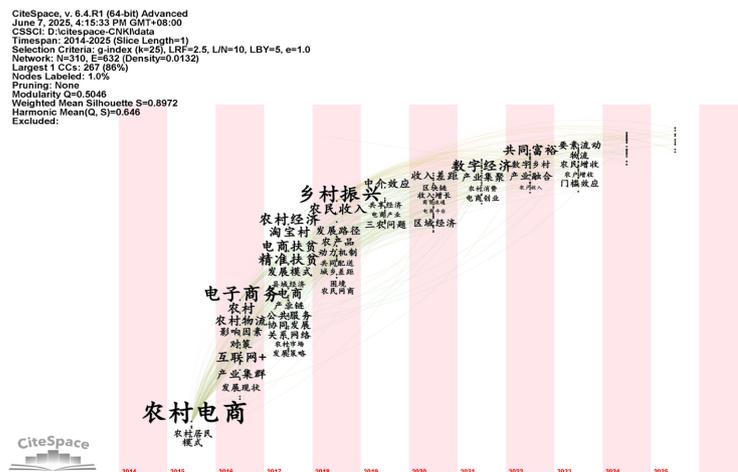


Figure 7. Timezone map  
图 7. 时区图谱

#### 4.4. 萌芽探索期

2014~2016年,“农村电商”作为核心关键词率先出现,关联“电子商务”“农村经济”“淘宝村”等基础概念,体现研究初期对农村电商基本形态、与农村经济关联的探索,聚焦模式引入与初步实践,如“淘宝村”作为农村电商典型载体[9],成为早期研究关注对象,为后续发展奠定基础。

#### 4.5. 快速发展期

2017~2020年,研究向纵深拓展。首先是政策与实践的融合,“乡村振兴”“电商扶贫”“精准扶贫”关键词涌现,呼应国家战略,农村电商成为乡村振兴、减贫增收的实践路径,如“电商扶贫”聚焦通过电商助力农产品上行、农民增收[10][11],衔接脱贫攻坚与乡村振兴;其次是运营与模式的细化,“发展模式”“农村物流”“农产品”等关键词发力,关注农村电商运营链条,从物流配送到产品端,从农村物流体系构建[12]到农产品的标准化、品牌化[13],探索可持续运营模式,解决“最后一公里”配送、农产品流通难题。

#### 4.6. 创新拓展期

2021年起,研究进入创新融合阶段。这一阶段的研究内容主要体现在数字经济赋能和多维价值延伸两个方面。前者主要表现在“数字经济”“互联网+”“产业集群”成为关键,体现农村电商与数字技术深度融合,借助数字化手段重构产业生态,如产业集群推动农村电商从分散经营向协同发展升级,形成区域化、规模化竞争优势[14]。后者表现为“共同富裕”“农民收入”“城乡融合”等关键词凸显,农村电商研究从经济实践上升到社会价值层面,关注电商对农民增收、城乡差距缩小[15]的长效作用,探索与共同富裕目标的衔接路径,同时“中介效应”[16]“要素流动”[17]等学术化关键词出现,反映研究向理论深化、机制剖析迈进。

时区图谱清晰展现农村电商研究从基础概念引入到政策实践与运营细化,再到数字赋能与价值延伸的演进路径。未来研究可延续数字经济融合、共同富裕关联等方向,深化理论机制与实践模式创新,同时加强跨学科、跨区域协作,回应乡村振兴战略下农村电商高质量发展需求。

#### 4.7. 关键词突现分析

Top 10 Keywords with the Stringest Citation Bursts



Figure 8. Keywords burst detection graph  
图 8. 关键词突现图

分析农村电商领域研究前沿至关重要,通过挖掘前沿动态,能精准把握学科发展脉络、预测趋势方向,为研究推进提供指引。借助 Citespace 软件的突变词探测功能,从主题词中识别频次变化率高的词汇,可清晰展现农村电商领域研究前沿(见图 8)。从基础模式探索,到政策驱动扶贫实践,再到数字赋能与共同富裕导向。当前,“数字经济”“数字乡村”“共同富裕”作为高强度、长持续期的突变词,是研究核心前沿,后续需深化数字技术与农村电商融合机制、电商助力共同富裕路径等研究。同时,“乡村振兴”关联研究仍具价值,需强化战略衔接中的电商角色挖掘。这些前沿既与国家战略相呼应,也为农村电商高质量发展提供学术支撑,指引研究向更具深度、广度的方向推进。

## 5. 研究结论与展望

### 5.1. 研究结论

运用 Citespace 在知网中对我国农村电商领域的相关文献进行可视化分析。研究发现:

(1) 从时间维度看,农村电商研究成果随产业发展逐步积累。2015 年前后,伴随国家政策对农村电商扶持力度加大,学界关注度显著提升,文献产出进入增长通道,反映农村电商在乡村振兴、数字经济下沉等战略推进中的研究价值与实践需求。更凸显了其研究价值,农村电商成为观察宏观政策传导、县域经济激活、城乡要素流动的微观切口,为理解数字时代乡村发展新路径提供理论研究锚点。

(2) 农村电商领域学者间存在一定合作关联,部分院校、科研团队围绕农村电商模式、产业融合等议题形成小范围协作。但整体而言,发文机构尚未构建规模性合作网络,跨区域、跨学科深度协同较少,知识交流与资源整合存在局限。这一现状揭示农村电商研究仍处于碎片化探索阶段,有待通过搭建协同创新平台,打破农业、经济、技术等学科边界,推动多领域知识交叉融合,以回应农村电商复杂实践中的系统性问题。

(3) 农村电商研究主题呈现多维拓展与微观深化特征。早期聚焦“农村电商促进乡村振兴”“缩小城乡数字鸿沟”“助力农民增收”等宏观价值维度,论证农村电商对农村经济发展、社会公平的推动作用,为产业发展奠定理论共识。伴随实践深入,研究逐步向“淘宝村培育”“农村电商商业模式创新”“农产品上行供应链优化”等微观场景延伸,关注农村电商运营细节、模式适配性与产业落地路径,如剖析淘宝村集群发展规律、探索农产品品牌化电商运营模式。这一演进实现了从理论到实践,再到理论的闭环,既验证了农村电商宏观价值,又通过微观研究为产业可持续发展提供实操指引,构建起兼具理论深度与实践价值的研究体系。

### 5.2. 未来研究展望

第一,聚焦政策衔接与精准赋能。围绕“乡村振兴战略”和“数商兴农行动”等政策导向,现有研究对农村电商与政策的深层衔接机制的挖掘尚显不足。未来研究需深化政策衔接,探索如何通过县域电商服务体系建设[18]、分层分类人才培育[19]等精准扶持手段,有效破解农村电商发展中的资源错配、人才短缺等问题。可通过梳理政策对农村电商产业环节、参与主体的精准适配点以明确资源投放优先级;以县域为单元,依托电商公共服务中心整合资源建“一站式”平台,针对不同主体开展分层培训形成人才梯度;建立含量化指标的政策效能监测机制,动态调整政策组合,从而构建政策驱动下农村电商可持续发展长效机制,推动政策红利转化为产业发展动力。

第二,深耕技术融合与场景创新。鉴于物联网、大数据、直播等新兴技术向农村电商领域加速渗透,但当前对技术赋能实际效能及适配农村场景的研究尚显薄弱。后续研究应重点关注以下几个方面。首先,需要明晰各类技术在供应链、营销、服务等环节的应用场景与价值逻辑;其次,开展技术效能实证研究,选取典型项目对比技术嵌入前后在成本、效率、附加值等方面的变化,量化技术赋能成效;此外,推动

技术场景创新落地,探索“数字乡村+农村电商”的协同模式、直播助农迭代路径[20]及农产品溯源闭环体系[21],形成可复制推广的技术应用方案,全方位释放技术驱动农村电商发展的潜力。

第三,推进产业生态协同与融合。农村电商与农业、文旅等产业的融合趋势日益加深,“农村电商产业集群培育”[22]、“跨区域农产品供应链协同”[23]、“电商+乡村文旅场景拓展”[24]等议题的热度不断攀升。但现有研究多停留在模式框架层面,对于多产业联动的利益分配机制、风险共担体系缺乏深入剖析。未来研究需聚焦于多产业联动闭环的构建,研究农产品加工增值收益如何反哺电商、文旅淡季对电商业务的互补支撑等,以强化产业间的协同韧性,提升农村电商产业的综合附加值。例如,落地“产业融合场景”试点,打造“电商+乡村文旅”示范项目,验证联动模式实操性并提炼推广路径,以此强化产业协同韧性,提升农村电商产业综合附加值。

第四,关注可持续与普惠发展的纵深。在推动农村电商长期发展的过程中,“数字鸿沟弥合”、“弱势群体创业赋能”、“电商助农长效机制”等命题亟待深入探索,然而现有研究在实践路径细化方面存在不足。未来研究应围绕“筑牢共同富裕产业基石”这一方向展开,通过以下举措实现突破。一是制定动态资源调配方案,针对返乡农民工、留守妇女等弱势群体实施创业阶梯扶持计划,分阶段提供资金补贴、渠道对接、品牌孵化等支持,推动创业升级[25][26];二是创新服务下沉机制,以村集体、合作社为依托,建设集培训、代运营、物流服务于一体的村级电商服务站,消除偏远地区及弱势农户参与电商的障碍[27];三是构建电商助农长效生态,通过建立数字素养长效培训体系和电商助农积分制,以制度创新与服务迭代保障农村电商的长期可持续发展,使其成为覆盖广泛群体、推动共同富裕的普惠性产业。

## 参考文献

- [1] 中共中央国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见[N]. 人民日报, 2024-02-04(001).
- [2] 中共中央国务院关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见[N]. 人民日报, 2025-02-24(001).
- [3] 国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导意见[J]. 农业工程技术, 2015(33): 4-5.
- [4] 赵越. 2017年中央一号文件:首次将农村电商单列[J]. 农家参谋, 2017(5): 18-19.
- [5] 国务院关于促进乡村产业振兴的指导意见[J]. 中华人民共和国国务院公报, 2019(19): 21-26.
- [6] 中共中央办公厅国务院办公厅印发《数字乡村发展战略纲要》[J]. 中华人民共和国国务院公报, 2019(15): 25-30.
- [7] 农业农村部部署加快推进“互联网+”农产品出村进城工程试点工作[J]. 云南农业, 2021(4): 95.
- [8] 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[J]. 财会学习, 2024(10): 1-2.
- [9] 郭承龙. 农村电子商务模式探析——基于淘宝村的调研[J]. 经济体制改革, 2015(5): 110-115.
- [10] 李晓夏, 赵秀凤. 直播助农:乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式[J]. 商业经济研究, 2020(19): 131-134.
- [11] 费威, 李诗允, 吕欣阳. 基于数据挖掘的社交电商助力农产品上行的实证分析[J]. 湖南农业大学学报(社会科学版), 2022, 23(4): 104-114.
- [12] 梅瑜娟. 电商时代农村物流体系存在的问题及解决策略[J]. 农业经济, 2019(5): 129-131.
- [13] 刘列转. 农产品电商物流配送瓶颈及其出路[J]. 农业经济, 2018(10): 143-144.
- [14] 杜雨芳, 韩蕾. 产业集群对提升农村电商竞争力的作用与发展路径[J]. 农业经济, 2023(9): 128-130.
- [15] 张永强, 王博, 董权瑶. 直播电商促进城乡居民缩小消费差距的影响研究[J]. 价格理论与实践, 2021(7): 137-140+166.
- [16] 王彦杰, 杨瑞, 高启杰. 金融发展、信息基础设施与农村电商——基于中介效应模型的实证研究[J]. 技术经济与管理研究, 2022(4): 73-79.
- [17] 张添洋, 张颖, 张坤. 农村电商、要素流动与城乡一体化发展[J]. 商业经济研究, 2024(5): 117-121.
- [18] 何沁雪. 共同富裕视角下川西北绿色高质量发展与县域农村电商服务体系构建研究[J]. 中国电子商情, 2025(4):

---

25-27.

- [19] 徐思凡. 从“助力”到“赋能”: 新媒体时代农村电商人才培育策略研究[J]. 农业经济, 2024(10): 140-142.
- [20] 严敏, 曹玲玲. 特色乡镇视域下农村电商、产业集群、区域品牌协同发展路径研究[J]. 现代商业, 2021(21): 15-17.
- [21] 卢小平. 乡村振兴背景下农产品跨区域产业链协作研究[J]. 中国特色社会主义研究, 2023(1): 94-105.
- [22] 王培博. 新质生产力在乡村振兴中的实践——以电商与文旅融合为案例[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(24): 53-56.
- [23] 汪琪, 薛瑞昌. 乡村振兴战略下直播助农的升级发展路径研究[J]. 现代商业, 2025(7): 58-61.
- [24] 赵雅雯, 李绍稳. 农产品质量安全可信追溯体系构建与建议[J]. 中国农业科技导报(中英文), 2025, 27(1): 17-24.
- [25] 邹佳宁, 王明扬, 杨天成. 数字经济背景下浙江省农村电商与农民工返乡创业耦合协调发展研究[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(21): 249-252.
- [26] 王宸圆. 乡村振兴背景下农村留守妇女直播电商技能培训探索研究[J]. 智慧农业导刊, 2023, 3(14): 1-4.
- [27] 袁帅. 2026 年实现县域范围建制村 24 小时内投递送达[N]. 郑州日报, 2024-08-28(001).