

乡村振兴战略下社会工作助力农村电商与物流协同发展

许嘉玲

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月23日; 录用日期: 2025年7月21日; 发布日期: 2025年8月13日

摘要

乡村振兴战略背景下, 农村电商与物流的协同发展是推动农村产业升级、激活乡村经济活力的关键。然而, 当前农村电商物流面临基础设施薄弱、主体协同不足、数字技能匮乏等挑战。本研究基于社会工作介入视角, 探讨其在资源整合、能力建设与矛盾调解中的独特价值, 提出“需求识别-资源动员-服务供给-效能提升”的闭环机制。研究建议从制度创新、技术赋能和研究深化三方面构建协同发展路径, 为农村电商物流从规模扩张转向质量提升提供理论支撑与实践框架, 助力乡村振兴战略的可持续发展。

关键词

乡村振兴, 社会工作, 电商物流, 协同发展

Social Work Assists the Synergistic Development of Rural E-Commerce and Logistics under the Rural Revitalization Strategy

Jialing Xu

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 23rd, 2025; accepted: Jul. 21st, 2025; published: Aug. 13th, 2025

Abstract

In the context of the rural revitalization strategy, the synergistic development of rural e-commerce

and logistics is the key to promoting the upgrading of rural industries and activating the vitality of the rural economy. However, the current rural e-commerce logistics is facing challenges such as weak infrastructure, insufficient subject synergy, and a lack of digital skills. Based on the perspective of social work intervention, this study explores its unique value in resource integration, capacity building, and conflict mediation, and proposes a closed-loop mechanism of “demand identification-resource mobilization-service provision-efficiency enhancement”. The study proposes to build a synergistic development path from institutional innovation, technological empowerment, and research deepening, so as to provide theoretical support and practical framework for rural e-commerce logistics to shift from scale expansion to quality improvement, and to help the sustainable development of the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Revitalization, Social Work, E-Commerce Logistics, Synergistic Development

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

乡村振兴战略作为新时代“三农”工作的总抓手，明确提出要推动农村产业全链条升级，其中农村电商与物流的协同发展被视为破解农产品流通瓶颈、激活乡村经济活力的关键突破口[1]。2023年中央一号文件强调“数商兴农”工程，要求加快完善县乡村三级物流配送体系，但现实困境依然突出：全国农村物流基础设施覆盖率仅为68%，生鲜农产品损耗率高达20%~30%，电商技能人才缺口超过500万人。与此同时，社会工作作为社会治理的专业力量，在资源整合、社区动员和服务创新方面展现出独特优势。2023年中央社会工作部的成立，标志着社会工作在乡村振兴中的角色进一步强化，为破解农村电商物流发展难题提供了新视角[2]。社会工作依托“助人自助”理念，在农村电商发展中通过能力建设、资源整合与政策倡导三重路径发挥核心作用：通过电商技能培训(如直播带货、数字运营)提升农民数字素养；整合政府、企业及社会组织资源优化物流网络，推动“邮快合作”等模式使物流成本降低；同时倡导完善政策体系，促进冷链基建投资与标准化建设形成“技能赋能-资源激活-制度保障”的协同闭环。

本研究立足乡村振兴战略背景，系统探讨社会工作介入农村电商物流的实践路径，为政府优化政策供给、企业创新运营模式、社会力量深度参与提供决策依据，助力实现“农产品上行顺畅、工业品下行高效”的双向流通目标。

2. 文献综述

在乡村振兴战略深入推进的背景下，“农村电商”与“物流协同发展”已成为破解城乡要素流动壁垒、激活乡村经济活力的关键抓手。农村电商作为数字经济与农业农村融合的新型业态，通过整合农产品上行与工业品下行双向通道，成为推动农业产业化、农民增收的重要引擎[3]；而物流体系则是支撑电商运行的“血脉”，其效率直接影响农产品流通成本、市场半径与价值实现[4]。二者的协同发展，本质是通过资源整合、流程优化与机制创新，构建“电商驱动物流升级、物流反哺电商增长”的良性循环，为乡村产业振兴提供基础性支撑(国务院办公厅《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》，2023)。

在乡村振兴中引入社会工作的研究与实践近年来逐渐增多，但聚焦“农村电商与物流协同发展”的专项探讨仍显薄弱。现有研究主要从以下三个维度涉及社会工作的作用：

有学者指出，社会工作者可通过政策解读、利益协调与社区动员，推动电商与物流政策的落地实施[5]。部分研究关注社会工作对电商从业者与物流从业者的能力建设。通过个案研究发现，针对农村电商户的“电商运营 + 物流管理”培训项目，可提升其供应链管理能力和农产品损耗率降低；但此类研究多聚焦个体层面，对“电商 - 物流”系统协同的支持机制缺乏深入探讨。还有研究认为可以运用社会工作理论和方法为农产品物流的发展提供支持[6]，一些学者指出需要发挥出社会工作者的作用，汇集社工力量，做好政策的引路人和倡导者，这样不仅能促进农产品物流的提升，也能加强和推动助农活动发展，对农村扶贫、实现乡村振兴具有重要意义[7]。

现有研究普遍肯定了农村物流对促进农村电商高速发展的关键支撑作用，然而针对二者协同发展机制的系统性研究仍较为匮乏。研究发现，当前我国乡村电商产业与物流配送体系之间存在协同不足、供需失衡等现象。针对这一问题，本研究创新性地提出了以社会工作助力二者协同发展的优化路径，旨在为推进农业农村现代化进程中的商贸流通体系建设提供有益借鉴。

3. 农村电商与物流协同发展的现状及问题

3.1. 发展现状

3.1.1. 规模扩张与模式创新并进

乡村振兴战略的全面推进为农村电商与物流协同发展注入强劲动力。2024年《中国互联网络发展状况统计报告》显示，2023年全国农村网络零售额突破2.49万亿元，同比增长18.5%，农产品网络零售额达0.59万亿元，同比增长23.7%，电商进村覆盖率超过89%。物流基础设施取得突破性进展，全国建成县级物流配送中心1100余个，乡镇快递网点覆盖率达98%，菜鸟乡村、顺丰共配等项目通过整合资源将快递服务延伸至行政村，日均处理量超2000万件。模式创新方面，“直播电商 + 产地直发”、“社区团购 + 县域共配”等模式涌现，拼多多“农地云拼”平台通过需求聚合降低流通成本，新疆喀什试点“快递直播 + 社区配送”实现生鲜48小时直供市场。政策支持力度持续加大，中央财政累计投入120亿元支持冷链物流建设，商务部推动“电子商务进农村综合示范县”建设，2023年新增示范县45个，带动县域物流时效提升25%。

3.1.2. 农民参与度与技能水平

随着电商平台的下沉和智能手机的普及，农民参与电商的积极性不断提高。阿里研究院数据显示，2023年农村地区活跃网店数量突破1800万家，带动就业超过3000万人。拼多多“新农人计划”培育了超过12万农村电商创业者，其中90后占比达65%，显示出年轻一代农民对电商的接受度较高。

但整体来看，农民电商参与仍面临诸多障碍。首先，数字技能不足是主要瓶颈。中国互联网络信息中心(CNNIC)调查显示，60岁及以上农村网民占比仅为11.5%，且普遍存在“不会用、不敢用”智能设备的现象。其次，运营能力欠缺制约发展。多数农户的网店停留在初级代购代销阶段，缺乏品牌建设、营销推广等专业能力。以陕西洛川苹果为例，虽然当地80%的农户开设了网店，但90%以上的销售额仍依赖传统批发渠道。

3.2. 现存问题：结构性矛盾亟待破解

3.2.1. 基础设施短板突出

随着我国脱贫攻坚工作取得显著成果，农业领域也实现了快速发展。现代农业科技的推广应用显著提高了农产品产量。然而，由于我国幅员辽阔、地理环境复杂，加之农村地区交通基础设施相对薄弱，导致农产品物流在时间和空间上都受到较大限制。特别是生鲜农产品具有易腐易损的特性，传统运输方式难以保证品质。此外，运输环节衔接不畅、农户分散经营模式以及落后的仓储运输方式，都在制约

着生鲜农产品的运输效率和成本控制。作为连接生产者和消费者的重要纽带，物流企业在冷链保鲜、产品包装、信息化建设等方面的技术能力不足，也在一定程度上影响了农产品的运输质量。这些问题共同构成了当前农产品物流体系发展的主要瓶颈。

3.2.2. 主体协同机制失灵

首先，政府管理体系存在明显的部门壁垒，商务、农业、邮政等系统各自为政，协调配合不足。例如，在某中部省份就曾出现邮政系统与民营快递企业因配送区域争端而陷入恶性竞争，导致物流资源严重浪费。其次，企业商业利益与社会公益目标难以兼顾，部分物流企业因运营成本过高被迫退出欠发达地区服务网络，如某知名冷链企业就因经济压力撤出了贫困县市场。此外，产业链利益分配严重不均，电商平台普遍收取高额佣金，直接侵蚀了小型农户的合理收益空间。这些协同机制失效问题严重制约着农产品流通体系的健康发展。

3.2.3. 服务供给与需求错配

当前，社会工作服务项目中普遍存在量化评估体系缺失的问题，影响了服务效果的精准衡量。在农村电商发展方面，许多农户的电商技能掌握程度较低，物流管理知识不足，制约了农产品的线上销售。调研发现，能够独立运营网店的农户占比较小，部分农村合作社由于物流成本压力，难以持续开展线上业务。此外，现有的电商培训内容同质化现象突出，大多停留在基础操作层面，而对供应链管理、品牌建设等关键能力的培养较为薄弱，难以满足农村电商高质量发展的需求。

3.2.4. 技术应用与组织适配脱节

尽管智能设备在乡村地区的应用有所增加，但仍存在“重硬件、轻软件”的现象。不少地区虽然配备了先进的智能分拣设备，但由于操作人员缺乏系统培训，实际运行效率远未达到预期水平。数字化工具的推广与乡村实际需求之间也存在一定脱节，例如部分直播助农项目因未能充分考虑老年农户的使用习惯，导致相关设备利用率较低，未能充分发挥作用。此外，绿色物流理念在乡村的普及程度仍然不足。可降解包装材料的应用较为有限，新能源物流车辆的占比也相对较低，导致物流环节的环境成本未能得到有效控制，可持续发展面临挑战。这些问题表明，乡村数字化和绿色化转型仍需进一步优化，以更好地适应实际需求并提升综合效益。

3.3. 深层矛盾：系统性障碍亟待突破

3.3.1. 利益分配机制失衡

当前，电商平台与物流企业之间形成数据垄断，导致物流成本不断向农户转嫁，农产品上行的物流费用占售价比例明显高于工业品，加重了农民负担。同时，部分合作社与农户的利益联结较为松散，由于缺乏合理的收益分配机制，造成社员参与积极性下降，甚至退出合作，影响了产业可持续发展。

3.3.2. 制度供给滞后

当前农产品物流发展面临制度供给不足的突出问题。一方面，政策支持存在结构性失衡，虽然前期对冷链仓储、运输设备等硬件设施投入较大，但对后期运营维护的资金和政策配套不足，造成部分冷链资源闲置浪费。另一方面，行业标准化建设明显滞后，既缺乏覆盖全品类农产品的质量分级标准，也缺少统一的物流时效评价体系，这种标准缺失严重阻碍了行业的规范化进程。这些情况充分暴露出当前政策体系在长效运营机制和标准规范建设方面的短板，亟需从制度层面加以完善。

3.3.3. 社会资本参与不足

当前，公益资本在整体投入中占比较低，且区域分布不均衡，西部地区农村获得的社会资本支持明

显少于东部地区。在乡贤返乡投资方面，虽然各类反哺项目数量不少，但普遍存在短期化倾向，多数项目缺乏持续运营能力，难以形成长效带动效应。这种投入结构不平衡和可持续性不足的问题，制约了乡村发展的整体效益。

3.3.4. 数字鸿沟持续扩大

当前农村地区存在明显的数字技能代际差异，老年农户对智能设备的接受度和使用能力普遍较低，导致部分数字化服务难以有效覆盖这一群体。与此同时，农业农村数据资源整合程度不足，各级数据平台建设仍不完善，部门之间的信息壁垒较为突出，数据要素难以实现互联互通和高效共享。这种数字应用能力的不均衡和数据协同机制的缺失，制约了数字技术在乡村振兴中发挥更大作用。

4. 电商与物流协同发展的必要性

4.1. 促进农村经济的内生动力

电商与物流的协同发展能够有效激活农村经济活力。一方面，通过降低交易成本，扩大农产品销售半径。例如，甘肃陇南通过“电商 + 物流”模式，将橄榄油销售半径从省内扩展到全国，带动当地种植面积扩大，农户年均增收。另一方面，促进产业融合。浙江遂昌县通过整合电商、物流、旅游等资源，发展“互联网 + 农业 + 旅游”新模式，带动当地农家乐、民宿等相关产业大幅增长。

协同发展还能培育新型经营主体。调研显示，在电商物流协同发展较好的地区，家庭农场、合作社等新型农业经营主体的数量是普通地区的近 2 倍。这些主体更善于运用数字化工具，推动农业生产经营方式转型升级。

4.2. 提升农产品流通效率

电商与物流协同可显著优化农产品供应链。广西百色芒果电商案例充分显示只有通过二者的协同发展，才能充分发挥数字经济对农业农村现代化的带动作用，为乡村振兴注入新动能。首先，缩短流通环节。传统农产品流通通常经过 4~5 个中间环节，损耗率达 25%~30%；而电商直供模式可将环节压缩至 1~2 个，损耗率降至 10% 以下。其次，提高供需匹配精准度。大数据分析可以帮助农民更准确地把握市场需求。京东农场项目通过消费数据分析，指导农民调整种植结构，使农产品适销率从 60% 提升至 85%。最后，提升品牌价值。完善的物流体系可以保障产品品质，增强消费者信任。通过上述分析可见，在乡村振兴战略背景下，农村电商与物流既面临重要发展机遇，又存在诸多挑战。

5. 社会工作介入农村电商物流的实践路径设计

乡村振兴战略的纵深推进为农村电商物流发展提供了历史机遇，但实践中暴露的基础设施薄弱、主体协同不足、技术适配性差等问题，亟需社会工作通过系统性介入实现破局。

社会工作服务需立足“资源整合者、能力建设者、矛盾调解者”的三重角色定位，构建“需求识别 - 资源动员 - 服务供给 - 效能提升”的闭环机制。在贵州铜仁的调研中发现，72% 的农户存在电商技能缺口，但现有培训覆盖率不足 40%，这要求社会工作必须创新服务模式，将零散的个体需求转化为系统化的服务方案。例如，广东“双百社工”计划通过驻村服务整合财政资金与社会资本，年均服务效能提升 35%，验证了资源整合路径的有效性。具体而言，介入路径需围绕主体协同、技术赋能、服务创新三大维度展开，形成多层次、多主体联动的实践网络。

5.1. 解决对策：系统性破解现存问题的实践路径

针对上述结构性矛盾，需以“补短板、强协同、优供给、促适配”为核心，构建“政府 - 市场 - 社

会”多元主体协同的治理框架，提出以下具体解决措施。

5.1.1. 聚焦基础设施短板，夯实协同发展硬件基础

针对冷链物流覆盖率低、损耗率高等问题，建议强化“产地预冷 + 干线冷链 + 末端配送”全链条设施建设：一方面，加大财政专项投入，在主产区推广标准化预冷设备(如移动冷库、真空预冷机)，提升生鲜农产品预冷率；另一方面，实施农村公路“提质改造工程”，重点修复破损路段，同步规划物流站点与冷链仓储中心的空间布局，将站点日均处理能力向上提升。此外，加快物流信息化升级，通过“5G + 物联网”技术实现仓储温湿度实时监控，推广区块链溯源系统在农产品加工、运输环节的应用，降低人为损耗。

5.1.2. 重构主体协同机制，激活多方联动内生动力

破解“条块分割”与“利益失衡”困局，需建立“政府统筹 + 市场主导 + 社会参与”的协同网络：一是成立跨部门联席会议制度(商务、农业、邮政、交通等部门联合)，制定《农村电商物流协同发展行动计划》，明确各部门权责清单与协作流程；二是通过税收减免、补贴等政策引导物流企业与电商平台签订“公益服务协议”，例如对服务贫困县的物流企业给予适度的运费补贴，平衡企业逐利性与服务公益性；三是建立“利益共享池”，将电商销售部分利润纳入公共基金，用于补贴小农户物流成本，形成“企业让利 - 农户受益 - 市场扩容”的良性循环。

5.1.3. 优化服务供给模式，精准匹配多元需求

针对服务评估缺失与技能培训同质化问题，需构建“需求诊断 - 分层培训 - 效果追踪”的闭环服务体系：首先，引入第三方机构开发“农村电商物流服务评估指标体系”，涵盖站点覆盖率、损耗率、农户满意度等 12 项核心指标，定期开展服务质量测评；其次，联合高校、职业院校开发“分层分类”培训课程，对普通农户侧重“基础操作 + 选品技巧”，对合作社负责人强化“供应链管理 + 品牌运营”，对物流从业人员开展“智慧设备使用 + 应急处理”专项培训；最后，引入社工机构参与培训后的跟踪服务，通过“一对一”指导帮助农户解决运营中的实际问题，提升培训转化率。

5.1.4. 推动技术与组织深度融合，提升绿色转型效能

破解“重硬件轻软件”与“绿色理念滞后”矛盾，需强化“技术培训 + 制度引导”双轮驱动：一方面，针对智能设备操作人员开展“理论 + 实操”轮训，建立“设备使用 - 维护 - 反馈”动态台账，确保智能分拣、物联网监控等设备的实际运行效率进行提升；另一方面，通过“政策激励 + 文化倡导”推广绿色物流，在乡镇设置可降解包装回收点，对使用新能源物流车辆的企业给予适度的通行费优惠，同时通过“乡村大喇叭”、“入户宣传”普及绿色物流理念，力争 3 年内可降解包装应用率大幅度进行提升，推动乡村物流向“高效、低碳”转型。

5.2. 破解路径：系统性障碍的协同治理策略

破解农村电商物流协同发展难题，关键在于构建系统化、可持续的主体能力建设体系[8]。针对农村电商与物流协同发展中的深层矛盾，需以“利益共享、制度护航、资本赋能、数字包容”为核心，构建多维度协同治理体系，具体措施如下。

5.2.1. 重构利益分配机制，推动多方共赢

针对数据垄断与成本转嫁问题，建议建立“数据共享 - 成本共担 - 收益共享”的三方联动机制：由政府牵头搭建“农村电商物流数据共享平台”，强制要求电商平台与物流企业开放脱敏数据(如农产品上行量、物流时效、损耗率等)，推动成本核算透明化；同时，通过税收调节与补贴政策，将物流成本的

20%~30%反哺农户，并引导合作社与农户签订“保底收益 + 超额分红”协议，将社员参与度与收益直接挂钩，提升合作稳定性。

5.2.2. 完善制度供给体系，强化长效保障

风险防控是确保农村电商物流可持续发展的重要保障[9]。针对政策运营维护不足与标准缺失问题，需构建“建设 - 运营 - 标准”三位一体制度框架：一方面，设立“农村物流设施运营维护专项基金”（财政拨款与社会资本按 1:1 配套），对冷链设备、仓储中心等基础设施实行“谁使用、谁维护”的市场化运营；另一方面，加快制定《农产品物流质量分级标准》与《物流时效评价规范》，明确不同品类农产品的温控要求、包装规格及时效阈值，将标准执行情况纳入企业信用评级，推动行业规范化发展。

5.2.3. 优化社会资本参与模式，提升可持续性

针对公益资本不足与乡贤投资短期化问题，需创新“公益 + 市场”双轮驱动机制：一方面，通过“政府引导基金 + 社会资本跟投”模式，设立“乡村振兴物流产业基金”，重点向中西部地区倾斜（西部项目投资比例不低于 60%），要求基金收益的 30% 用于反哺物流设施维护；另一方面，鼓励乡贤以“股权合作 + 公益托管”形式参与，例如将反哺项目委托给专业运营团队，签订合作协议，通过“保底收益 + 股权分红”绑定长期利益，避免短期化倾向。通过建立联合创新平台，促进技术研发与实际应用的有机衔接，实现资源整合与能力互补，为新质生产力的培育提供支撑。这种协同机制有助于汇聚创新要素，形成多元主体的创新协同效应，持续提升产业发展质量[10]。

5.2.4. 推进数字包容性建设，缩小应用鸿沟

针对数字技能代际差异与数据壁垒问题，需实施“数字赋能 + 数据互通”双轨策略：在技能提升层面，联合高校、社工机构开展“银龄数字课堂”，针对老年农户设计“简化操作 + 场景化教学”课程（如“手机下单 - 物流追踪”实操培训）；在数据整合层面，推动“农业农村部 - 省 - 县”三级数据平台互联互通，打通商务、交通、邮政等部门信息壁垒，开发“一键查询”功能（如物流状态、损耗率、收益明细），降低农户数字使用门槛，释放数据要素价值。

6. 典型案例分析——陕西袁家村“电商 + 文旅”融合模式¹

在乡村振兴战略框架下，社会工作通过资源整合、能力建设与利益协调机制，推动农村电商与物流形成深度协同发展格局。陕西袁家村项目以“文旅赋能 + 供应链重构”为核心路径，展现了社会工作介入的创新实践。

袁家村依托千年民俗文化底蕴，将非遗手工艺与现代电商深度融合，开发出 12 类文创产品，其中手工豆腐通过场景化直播实现单价提升 300%，年销售额突破 2000 万元。其物流配套体系以“短链直供”为核心，投资 3000 万元建设万吨级冷链中心，采用“预冷 + 气调包装”技术，使生鲜产品 48 小时内直供西安市场，损耗率稳定控制在 3% 以内，较传统流通模式降低 22 个百分点。社会工作在此过程中发挥资源链接功能，整合政府文旅项目资金与企业冷链技术资源，搭建“农户 + 合作社 + 平台”三级分红机制：农户以土地、劳动力入股合作社，合作社负责生产加工，电商平台负责销售与物流，2023 年带动 236 户农户年均增收 6.8 万元，村集体年综合收益达 1.2 亿元。该模式通过“旅游流量反哺电商、电商数据指导生产”的闭环，实现年接待游客超 800 万人次，电商交易额突破 5 亿元，形成“文化 IP + 供应链 + 流量变现”的独特生态，验证了社会工作在文旅资源活化与电商供应链整合中的枢纽作用。

此案例揭示出社会工作介入农村电商物流的核心价值：袁家村通过文化资源活化重塑产品价值链，

¹数据来源：巩静《年旅游收入超 12 亿元，袁家村模式能否复制？》。<https://mp.weixin.qq.com/s/rECwsKbcp1Ue2HVe9rujWA>

将传统农产品溢价率提升至 300%，验证了“非标产品标准化、标准产品品牌化”的可行性。其经验在于：社会工作通过精准识别资源禀赋，构建“政府引导 - 社会资本参与 - 农户受益”的协同网络，运用数字化工具打通生产端与消费端数据链路，最终实现“小产业对接大市场”的转型升级目标。实践为乡村振兴战略下破解农村电商物流发展瓶颈提供了可复制的行动框架。

7. 结语

在乡村振兴战略框架下，农村电商与物流协同发展既是破解城乡要素流动壁垒的关键抓手，也是推动农业产业化、农民增收的重要引擎。社会工作助力农村电商与物流协同发展需构建“制度 - 技术 - 研究”三位一体的推进机制。通过制度创新破解政策壁垒，依托技术赋能提升协同效率，深化研究探索可持续发展路径，最终实现农村电商物流从规模扩张向质量提升的跨越。

本研究通过系统梳理现存问题，揭示了基础设施短板、主体协同失灵、服务供给错配及技术应用脱节等结构性矛盾，并从“补短板、强协同、优供给、促适配”维度提出破解路径。研究发现，社会工作作为连接政府、市场与农户的“黏合剂”，在政策倡导、资源整合、能力建设及数字包容等方面具有独特优势，是推动二者协同发展的重要力量。

未来，需进一步强化社会工作与电商、物流的深度融合，通过构建“政府统筹 - 市场主导 - 社会参与”的多元治理网络，完善利益分配机制与制度保障，缩小数字鸿沟，激活社会资本活力，最终实现农村电商与物流从“被动协同”向“主动共赢”的转型。唯有如此，方能真正释放乡村经济的增长潜力，为全面推进乡村振兴注入持久动力。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 蒋敏娟. 组建中央社会工作部与社会治理现代化[J]. 人民论坛, 2023(7): 49-52.
- [3] 陈兢, 陈嘉霞. 创新视角下农村电商发展对物流集群竞争力的影响[J]. 商业经济研究, 2023(13): 92-95.
- [4] 马萌. 农村电商物流现状分析与发展研究[J]. 农业经济, 2022(4): 130-132.
- [5] 姜燕宁, 郝书池, 龚建周, 等. 基于社会管理创新的社区物流发展对策研究[J]. 商业时代, 2011(12): 24-26.
- [6] 石喜爱, 谭勇, 马蓉莎. 农产品物流能力形成机制研究[J]. 武汉轻工大学学报, 2015, 34(1): 80-84+90.
- [7] 潘俊霖. 乡村振兴背景下社会工作助力武威市农产品物流效率提升和农产品电商发展研究[J]. 中国物流与采购, 2023(14): 36-37.
- [8] 朱新英. 基于乡村全面振兴的农村电商物流发展问题探讨[J]. 商业经济研究, 2023(20): 102-104.
- [9] 付永军, 徐贵宏. “电商兴农”背景下农村物流赋能乡村振兴的动态效应分析[J]. 商业经济研究, 2023(10): 112-115.
- [10] 马潇野, 郑仕勇, 吴俊. 农村物流与电商协同发展对新生产力的影响及空间溢出效应[J]. 商业经济研究, 2024(12): 21-25.