

农村电商发展对乡村振兴的影响研究

——基于农民人均可支配收入的机制分析

王晓琳, 罗 莉

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月18日; 录用日期: 2025年7月2日; 发布日期: 2025年8月5日

摘 要

在乡村振兴战略深入推进的背景下, 农村电商作为数字经济与乡村发展结合的重要形式, 对乡村振兴的影响备受关注。本研究聚焦农村电商发展对乡村振兴的作用, 选择我国2014~2022年30个省份的面板数据进行实证分析, 探讨两者之间的关系。研究发现, 农村电商发展与乡村振兴战略目标高度契合, 能够直接推动乡村振兴建设, 为乡村产业升级和经济增长注入新动能。农民人均可支配收入提升是农村电商推动乡村振兴的关键中介路径, 农村电商通过创造新的增收渠道和带动乡村产业多元化发展, 促进农民收入增长, 进而为乡村振兴提供支持, 形成良性互动循环。此外, 农村电商对乡村振兴的影响存在显著区域异质性, 受资源禀赋、经济基础、政策环境等因素影响, 在不同地区的推动作用不同。

关键词

农村电子商务, 乡村振兴, 农民可支配收入, 固定效应模型

Research on the Impact of Rural E-Commerce Development on Rural Revitalization

—Mechanism Analysis Based on Per Capita Disposable Income of Farmers

Xiaolin Wang, Li Luo

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 18th, 2025; accepted: Jul. 2nd, 2025; published: Aug. 5th, 2025

Abstract

Against the backdrop of the in-depth advancement of the rural revitalization strategy, rural e-com-

merce, as an important form of the integration of the digital economy and rural development, has drawn considerable attention for its impact on rural revitalization. This study focuses on the role of rural e-commerce development in rural revitalization, using panel data from 30 provinces in China from 2014 to 2022 for empirical analysis to explore the relationship between the two. The research finds that the development of rural e-commerce is highly consistent with the strategic goals of rural revitalization, directly promoting the construction of rural revitalization and injecting new impetus into the upgrading of rural industries and economic growth. The increase in per capita disposable income of farmers is a key mediating path through which rural e-commerce promotes rural revitalization. By creating new income channels and driving the diversified development of rural industries, rural e-commerce boosts farmers' income growth, thereby providing support for rural revitalization and forming a virtuous cycle of interaction. Additionally, the impact of rural e-commerce on rural revitalization shows significant regional heterogeneity, with varying degrees of promotion in different regions due to factors such as resource endowment, economic foundation, and policy environment.

Keywords

Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Disposable Income of Farmers, Fixed Effect Model

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

随着数字化时代的不断发展,信息技术正改变着社会经济的各个领域。电子商务作为数字经济的重要组成部分,已成为推动经济发展的新引擎。近年来,农村电商异军突起,在乡村地区展现出强大的发展活力与潜力[1]。自党的十九大报告中提出乡村振兴战略以来,“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”成为了乡村发展的宏伟目标,而农村电商的发展与这些目标高度契合,为乡村振兴注入了新的动力源泉。

从政策环境来看,国家对农村电商的支持力度持续加大。2024年中央一号文件着重指出要实施农村电商高质量发展工程,推进县域电商直播基地建设,积极发展乡村土特产网络销售。同年3月,商务部、中央网信办等9部门联合印发《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》,明确规划用5年时间,基本建成设施完善、主体活跃、流通顺畅、服务高效的农村电商服务体系,推动农村商贸流通企业转型升级,促进电商与农村一二三产业全方位、全链条深度融合。这些政策的密集出台,为农村电商发展营造了良好的政策环境,彰显出国家以电商赋能乡村振兴的坚定决心。

基于上述背景,本文将通过实证分析方法,探究农村电商如何影响乡村振兴发展,通过何种机制影响其发展,以及在不同地区对乡村振兴的发展是否有差异性影响。通过对这些问题的研究,进一步明确农村电商在乡村振兴中的地位与价值,为制定更具针对性、实效性的农村电商发展政策,推动乡村振兴战略深入实施提供理论支撑与实践指导。

从理论意义上看,本文从多个维度深入剖析农村电商对乡村振兴的影响,有助于构建更为全面、深入的理论框架,拓展和深化对农村电商与乡村振兴关系的认识,为后续相关研究提供新的视角和思路。从实践意义上看,对于广大农村地区的从业者和创业者来说,本文的研究成果可以帮助他们更清晰地认识农村电商发展的机遇与挑战,引导他们合理规划电商业务,创新经营模式,提升经营效益,在乡村振兴中更好地发挥自身价值。同时也吸引更多的社会资本、人才等资源流向农村地区,共同推动乡村振兴

战略目标的实现, 促进城乡协调发展, 缩小城乡差距, 构建更加和谐、均衡的社会发展格局。

2. 理论分析与研究假设

乡村振兴涵盖产业、人才等多个关键领域, 而农村电商凭借自身优势, 在这些方面都能发挥积极效能。在产业结构升级层面, 农村电商通过“需求引导-要素集聚-链条延伸”的逻辑路径推动产业变革。依据产业经济学中的需求拉动理论, 电商平台凭借大数据与精准营销技术, 将分散的市场需求集中整合, 形成规模效应, 引导农户围绕市场需求调整种植养殖结构, 实现农产品生产的专业化与标准化[2]。此外, 根据人力资本理论, 电商创业的高收益预期与灵活就业模式对返乡人才而言, 不仅带回技术与资金, 更引入现代企业管理理念和创新意识, 成为乡村创新创业的“火种”。他们通过“传帮带”培养本地电商人才, 促进知识与技能在乡村社会的扩散, 形成人才培育的良性循环, 为乡村振兴注入可持续动力[3][4]。基于此, 本文提出第一个研究假设:

H1: 农村电商的发展对乡村振兴建设具有正向影响。

农民可支配收入的提升是乡村振兴“生活富裕”目标的核心体现, 也是推动乡村全面发展的经济基础。农村电商凭借其独特的优势, 成为影响农民可支配收入的关键因素[5]。一方面, 农村电商打破了传统农产品销售的地域和渠道限制, 通过线上平台直接对接广阔的消费市场, 减少中间环节, 使农产品以更高的价格出售, 直接增加农民的经营性收入; 另一方面, 农村电商还催生出直播带货、网店运营、物流配送等新型就业岗位, 吸引农民实现本地就业或创业, 拓宽了农民的工资性和财产性收入来源[6]。农民可支配收入的增加, 不仅能直接提升农民的生活品质, 也为乡村基础设施建设、公共服务完善等提供资金支持, 从而对乡村振兴建设产生积极影响。基于此, 本文提出第二个研究假设:

H2: 农村电商会通过影响农民的可支配收入进而影响乡村振兴建设。

我国地域广阔, 各地区在自然条件、经济基础、政策落实等方面存在显著差异, 这些差异会导致农村电商发展对乡村振兴的影响程度有所不同。在资源禀赋上, 具有特色农产品、旅游资源丰富的地区, 农村电商能够更好地挖掘当地特色, 助力乡村振兴; 而资源匮乏地区, 电商发展可利用的优势较少。基础设施完备, 尤其是网络覆盖良好、物流配送高效的地区, 农村电商能更顺畅地运营, 对乡村振兴的推动作用更明显; 反之, 基础设施薄弱地区, 电商发展受限, 作用发挥也会大打折扣。同时, 地方政府对农村电商的扶持力度、政策执行效率不同, 也会使得农村电商在乡村振兴中发挥的效能参差不齐[7]。基于此, 本文提出第三个研究假设:

H3: 农村电商发展对乡村振兴的影响在不同地区存在异质性影响。

3. 研究设计

3.1. 数据来源

本文围绕农村电商发展对乡村振兴的影响, 考虑到数据的可得性和完整性, 选择我国 2014~2022 年 30 个省份的面板数据进行实证分析, 数据来源于阿里研究院、《中国城市统计年鉴》《国民经济和社会发展统计公报》《中国农村统计年鉴》以及各省统计年鉴等。对于个别缺失数据, 采用插值法进行填充处理。

3.2. 变量选择

1) 被解释变量: 乡村振兴水平(RRL)。本文紧密围绕国家乡村振兴战略核心内涵, 从产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕五个维度选取指标(见表 1)。如以第一产业增加值占比反映产业发展, 用森林覆盖率衡量生态环境, 借乡村文化活动参与率评估乡风文明, 通过村民自治组织完善度体现治理效能, 以农村居民恩格尔系数呈现生活富裕程度。这些指标既覆盖乡村发展关键领域, 又兼顾数据

可获得性与操作可行性。另外，采用熵值法进行综合计算，该方法依据数据离散程度客观赋权，通过计算信息熵和信息效用值确定权重，过程透明、可追溯，避免主观偏差，保障了乡村振兴水平计算结果的客观性与可靠性[8]。

Table 1. China’s rural Revitalization evaluation index system
表 1. 中国乡村振兴评价指标体系

子系统	维度	具体指标
产业兴旺	农业生产能力基础	人均农业机械总动力(千瓦)
		粮食综合生产能力(万吨)
	农业生产效率	农业劳动生产率(元/人)
	产业融合水平	规模以上农产品加工企业主营业务收入(亿元)
生态宜居	农业绿色发展	农药、化肥施用量(万吨)
		畜禽粪污综合利用率(%)
	农村人居环境治理	对生活污水进行处理的行政村占比(%)
		对生活垃圾进行处理的行政村占比(%)
	农村生态保护	卫生厕所普及率(%) 农村绿化率(%)
乡风文明	农民受教育程度	农村居民教育文化娱乐支出占比(%)
		农村义务教育学校专任教师本科以上学历占比(%)
	传统文化传播	农村居民平均受教育年限(年)
		有线电视覆盖率(%)
治理有效	乡村公共文化建设	开通互联网宽带业务的行政村比重(%)
		乡村文化站数量(个)
	治理能力	村主任、书记“一肩挑”比例(%)
	治理举措	已编制村庄规划的行政村占比(%) 已开展村庄整治的行政村占比(%)
生活富裕	农民收入水平	农民人均纯收入(元)
		农民人均收入增长率(%)
		城乡居民收入比(%)
	农民消费结构	农村贫困发生率(%)
		农村居民恩格尔系数(%)
	农民生活条件	每百户汽车拥有量(辆)
		农村居民人均住房面积(平方米)
		安全饮用水普及率(%)
	基础设施建设水平	村庄道路硬化率(%)
		人均道路面积(平方米)
	基础公共服务保障	农村每千人拥有卫生技术人员数(人)

- 2) 解释变量：农村电商发展水平(ECI)。本文根据数据的完整性选择全国 30 个省份的淘宝村数量作为农村电商发展水平的代理变量[9]。
- 3) 中介变量：本文选择农村居民人均可支配收入(Income)为中介变量。
- 4) 控制变量：从现有文献看，乡村振兴受到多种因素的影响。本文最终选择以下变量作为控制变量[10]。
- 政府支持力度(GOV)：财政一般预算支出/地区生产总值；
- 经济发展水平(GDP)：各省份 GDP 水平取对数；
- 对外开放程度(OPEN)：(货物进出口总额*美元对人民币汇率)/地区生产总值；

农村创业活跃度(REV)：利用农村私营企业就业人数和个体就业人数之和与乡村人口总数的比重衡量农村创业活跃度[11]。

3.3. 模型构建

3.3.1. 基准回归模型

本文采用固定效应模型检验农村电商发展对乡村振兴的影响，并构建如下模型：

$$RRL_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 ECI_{it} + \alpha_2 GOV_{it} + \alpha_3 GDP_{it} + \alpha_4 OPEN_{it} + \alpha_5 REV_{it} + \theta_i + \varepsilon_{it} \tag{1}$$

该式中，*i* 为地区，*t* 为时间。被解释变量是乡村振兴水平，用 RRL 表示；解释变量是农村电商发展水平，用 ECI 表示；控制变量分别为政府支持力度(GOV)、经济发展水平(GDP)、对外开放程度(OPEN)、农村创业活跃度(REV)； θ_i 是个体固定效应， ε 是随机干扰项。

3.3.2. 中介效应模型

为了进一步检验农村电商发展对乡村振兴的作用机制，本文选择农村居民人均可支配收入作为中介变量。并构建中介效应模型：

$$Income_{it} = \beta_0 + \beta_1 ECI_{it} + \beta_2 GOV_{it} + \beta_3 GDP_{it} + \beta_4 OPEN_{it} + \beta_5 REV_{it} + \theta_i + \varepsilon_{it} \tag{2}$$

$$RRL_{it} = \gamma_0 + \gamma_1 ECI_{it} + \gamma_2 Income_{it} + \gamma_3 GOV_{it} + \gamma_4 GDP_{it} + \gamma_5 OPEN_{it} + \gamma_6 REV_{it} + \theta_i + \varepsilon_{it} \tag{3}$$

上式中，*Income* 表示农村居民人均可支配收入。 α_1 表示农村电商对乡村振兴的直接效应， $\beta_1 \times \gamma_2$ 表示间接效应， $\alpha_1 = \beta_1 \times \gamma_2 + \gamma_1$ 为总效应，若上述指标均显著，则存在中介效应，即农村电商发展不仅直接影响乡村振兴，还通过影响农民人均可支配收入影响乡村振兴。

4. 实证结果分析

4.1. 描述性统计分析

从下表可知，乡村振兴水平(RRL)的标准差为 1.8458 相对较大，说明不同个体间乡村振兴发展程度差异明显(见表 2)。农村电商发展水平(ECI)平均数为 2.2542，标准差 2.2099 接近平均值，结合最小值 0 (存在农村电商发展基础薄弱、甚至未起步的个体)与最大值 7.7944 (部分个体电商发展成熟)，说明农村电商发展在样本中呈现两极分化特征，地区间电商发展差距显著，可能受资源、政策、技术普及度等因素影响。农村居民人均可支配收入(Income)平均数 9.5915，标准差 0.3601，离散程度小，说明样本中农民收入水平相对集中，取值范围 8.7446~10.5899，整体处于较窄区间，反映农民收入虽有差异但差距相对可控。

Table 2. Descriptive statistics of variables

表 2. 各变量描述性统计

变量	平均数	标准差	最小值	最大值
RRL	3.1494	1.8458	0.1960	9.5134
ECI	2.2542	2.2099	0	7.7944
GOV	0.2547	0.1030	0.1066	0.6430
GDP	9.9859	0.8771	7.5222	11.7685
OPEN	0.2524	0.2453	0.0076	1.1338
REV	0.3150	0.4827	0.0247	2.8459
Income	9.5915	0.3601	8.7446	10.5899
观测值	270	270	270	270

4.2. 基准回归结果分析

基准回归结果如下表所示，无论是否加入控制变量，农村电商发展对乡村振兴指标均有显著的正向影响。加入控制变量后，系数有所减少，从 0.2090 变为 0.1263，说明控制其他因素后，农村电商对乡村振兴的直接正向效应虽有弱化，但仍显著，也体现控制变量的影响(见表 3)。基于此，本文的第一个研究假设 H1 得证。

Table 3. Baseline regression results of the impact of rural e-commerce development on rural revitalization
表 3. 农村电商发展对乡村振兴影响的基准回归结果

变量	(1)未加入控制变量	(2)加入控制变量
	RRL	RRL
ECI	0.2090*** (26.63)	0.1263*** (10.11)
GOV	—	0.9190*** (2.98)
GDP	—	0.3289*** (5.07)
OPEN	—	-0.1424 (-0.81)
REV	—	0.5048*** (6.65)
常数项	2.6783*** (137.12)	-0.7760 (-1.17)
个体固定	YES	YES
时间固定	NO	NO
观测值	270	270
R ²	0.7480	0.8207

注：***、**、*分别表示在 1%、5%和 10%的水平上显著；括号内为 t-统计量。

4.3. 中介效应分析

中介效应分析结果如下表所示，模型(1)系数为 0.1263，说明农村电商发展对乡村振兴有显著的正向影响，模型(2)表明农村电商发展能够显著提升农民的人均可支配收入。模型(3)的结果说明，引入中介变量后，农村电商发展仍然正向影响乡村振兴，并且结合表中的中介效应值 0.0125、95% BootCI 区间(0.0014, 0.0235)不包含 0，P 值 0.027 < 0.05 可知，农民收入是农村电商影响乡村振兴的有效中介(见表 4)。基于此，本文的第二个研究假设 H2 得证。

Table 4. Results of mechanism test
表 4. 机制检验结果

变量	(1)	(2)	(3)
	RRL	Income	RRL
ECI	0.1263*** (10.11)	0.1207*** (3.01)	0.1138*** (9.45)
Income			1.0315*** (5.37)
GOV	0.9190*** (2.98)	0.8213*** (8.28)	0.0719 (0.22)
GDP	0.3289*** (5.07)	0.9754*** (46.80)	-0.6773*** (-3.44)
OPEN	-0.1424 (-0.81)	0.0329 (0.58)	-0.1764 (-1.06)

续表

REV	0.5048*** (6.65)	0.0486** (1.99)	0.4547*** (6.28)
常数项	-0.7760 (-1.17)	-0.4086* (-1.92)	-0.3545 (-0.56)
个体固定	YES	YES	YES
时间固定	NO	NO	NO
观测值	270	270	270
R ²	0.8207	0.9734	0.8404
F 值	215.17	1717.40	205.37
中介效应值	0.0125	95% BootCI	(0.0014, 0.0235)
P 值	0.000	中介效应/直接效应	0.027

注：***、**、*分别表示在 1%、5%和 10%的水平上显著；括号内为 t-统计量。

4.4. 异质性分析

异质性分析结果如下表所示。为探究农村电商发展对乡村振兴影响的区域差异，本文将样本划分为东、中、西、东北四大区域进行异质性分析(见表 5)。东部地区系数在 1%的水平下为 0.1176，表明电商发展与经济基础、收入因素协同，有效推动乡村振兴；中部地区系数为 0.0288，但是不显著，农村电商发展对乡村振兴的直接赋能未凸显。西部地区系数在 1%的水平下为 0.1708，且 GDP (0.2624)、GOV (1.0703)等正向作用显著，显示电商在政策扶持、资源挖掘下，成为乡村振兴重要动力；东北地区系数在 1%的水平下为 0.1407，GDP (1.999)、REV (-1.4313)作用分化，反映农村电商发展在激活经济同时，需解决收入结构失衡等问题。整体看，农村电商对乡村振兴的影响因区域资源禀赋、经济基础、政策环境差异呈现异质性，东部、西部、东北地区电商赋能乡村振兴效果更突出。基于此，本文的第三个研究假设 H3 得证。

Table 5. Results of heterogeneity analysis

表 5. 异质性分析结果

变量	(1)东部地区	(2)中部地区	(3)西部地区	(4)东北
	RRL	RRL	RRL	RRL
ECI	0.1176*** (5.69)	0.0288 (1.12)	0.1708*** (7.08)	0.1407*** (2.84)
GOV	-0.0155 (-0.02)	1.3155 (1.46)	1.0703** (2.28)	0.9766* (2.05)
GDP	0.3271*** (2.65)	0.3034* (1.99)	0.2624** (2.25)	1.999*** (5.26)
OPEN	-0.3260 (-1.50)	1.9002** (2.67)	0.0066 (0.01)	-0.5991 (-0.80)
REV	0.5271*** (5.76)	2.3268*** (4.50)	0.5262 (1.39)	-1.4313*** (-5.00)
常数项	-0.0297 (-0.02)	-1.0714 (-0.67)	-0.6889 (-0.59)	-15.9511*** (-4.54)
个体固定	YES	YES	YES	YES
时间固定	NO	NO	NO	NO
观测值	90	54	99	27
R ²	0.8775	0.9036	0.7800	0.9195

注：***、**、*分别表示在 1%、5%和 10%的水平上显著；括号内为 t-统计量。

5. 结论与建议

5.1. 研究结论

本文深入探讨农村电商发展对乡村振兴的影响，得出以下重要结论。农村电商发展与乡村振兴战略目标高度契合，能够直接推动乡村振兴建设。它打破传统乡村经济发展的地域与市场限制，为乡村产业升级、经济增长注入新动能。通过搭建线上销售渠道，农村特色产品得以触达更广阔市场，有效激活乡村经济活力，成为乡村振兴的重要驱动力。

农民收入提升是农村电商推动乡村振兴的关键中介路径。农村电商的发展不仅创造了农产品线上销售、电商服务等新的增收渠道，还带动了乡村产业的多元化发展，从多个层面促进农民收入增长。而农民收入的增加又进一步为乡村振兴提供了资金支持与消费动力，促进乡村经济社会全面发展，形成农村电商发展与乡村振兴的良性互动循环。

农村电商对乡村振兴的影响存在显著区域异质性。受各地资源禀赋、经济基础、政策环境等因素差异的影响，农村电商在不同地区对乡村振兴的推动作用不尽相同。东部地区凭借良好的经济基础与产业配套，电商赋能乡村振兴的效果显著；中部地区受限于产业适配度与基础设施短板，电商的带动作用尚未充分发挥；西部地区在政策支持下，电商发展成为乡村振兴的重要突破口；东北地区虽取得一定成效，但仍需优化收入结构等问题，以更好地实现电商与乡村振兴的协同发展。

5.2. 政策建议

5.2.1. 强化农村电商直接赋能效应，完善政策与设施保障

政府可设立省级统筹、市县配套的农村电商专项扶持基金，每年划拨一定数额的专项资金，并鼓励社会资本通过 PPP 模式参与。对开展农产品线上销售的企业和农户，依据年销售额给予阶梯式补贴，如年销售额 50~100 万元补贴 5%，100 万元以上补贴 8%。此外，政府可联合三大运营商，采用“政府补贴 + 运营商投资”模式，对农村地区 5G 基站建设给予每站 30% 的设备采购补贴。在物流体系建设上，整合邮政、顺丰、京东等物流资源，依托县域邮政分拨中心建设县级物流枢纽，在乡镇设立物流中转站，在行政村设置物流服务点。推广冷链仓储和智能快递柜应用，对新建或改造的冷链仓储企业，如按每立方米 100 元标准给予补贴，并在每个行政村免费投放 2~3 组智能快递柜，由政府承担 50% 的设备采购费用和前两年的运营维护费用。

5.2.2. 畅通农民收入中介传导路径，促进多元增收

在生产端，建立“电商企业 + 农业合作社 + 农户”的订单农业对接平台，由农业农村部门牵头，每季度组织一次产销对接会。引导电商企业与农业合作社签订长期订单，根据市场需求制定种植养殖计划，推广标准化生产技术。设立农产品品质提升专项补贴，对采用绿色生产技术的农户进行补贴，对获得有机食品认证的农产品企业给予奖励。

在销售端，每个地级市至少建设 1 个区域性农产品直播基地，每个直播基地配备 10~20 个专业直播间，免费为农民和农产品企业提供直播场地和设备。组织开展“新农人主播”培训计划，培训内容包括直播技巧、产品推广、短视频制作等。对通过培训考核并成功开展直播带货的“新农人主播”，给予每人 5000 元的创业启动资金。鼓励发展社区团购，支持农村电商企业与城市社区建立合作关系，对开展社区团购业务的企业。同时，完善农村电商就业创业扶持政策，设立农村电商创业担保贷款，对开设网店、从事电商服务的农民提供最高 50 万元的贷款，由政府进行利息补贴。

5.2.3. 因地制宜实施区域策略，缩小电商发展差距

东部地区可聚焦电商产业高端化，依托产业园区培育跨境电商、数字农业龙头企业，打造国际跨境

电商产业集群, 推动电商与金融、物流融合, 建设跨境电商金融服务平台和智能物流枢纽, 提升国际市场竞争力; 中部地区可着重补齐物流和产业配套短板, 在河南、湖北等交通枢纽城市引进电商平台区域中心, 挖掘特色农产品资源, 建设不少于 100 亩的农产品电商集散中心, 设立品牌建设专项基金, 建立产业联盟促进标准化生产与品牌化销售; 西部地区则强化政策倾斜, 在云南、贵州等地利用民族文化和生态资源发展文旅电商, 建设投资文旅电商特色小镇, 对开展文旅电商业务企业按年销售额进行部分补贴, 同时建设电商扶贫示范基地, 带动贫困户就业, 加强东西部人才交流; 东北地区可发挥粮食、畜牧等大宗农产品优势, 由政府主导搭建专业化电商交易平台, 引入社会资本运营, 给予资金支持, 推动“电商 + 农业产业化”融合, 支持企业建设深加工产业园。

参考文献

- [1] 董雯. 农村电商模式比较与结构性条件构建研究——以数字经济赋能乡村振兴为背景[J]. 中国集体经济, 2025(18): 45-48.
- [2] 王莹. 电商拉动农村经济增长新动力的路径研究[J]. 现代营销, 2023(16): 121-123.
- [3] 陈礼仁. 乡村振兴背景下大学生返乡创业意愿提升路径研究[J]. 成才之路, 2025(1): 49-52.
- [4] 鲁晓柯, 王晓路. 电商创业带动就业与乡村振兴机理研究[J]. 智慧农业导刊, 2023, 3(6): 93-96.
- [5] 张昶昶. 用务实举措增加农民收入提升乡村振兴成色用爱心开展扶孤助残济困提高群众幸福指数[N]. 陇东报, 2024-11-08(001).
- [6] 关昕, 胡志全. 农村电商持续赋能间接参与农户的增收机制[J]. 中国流通经济, 2025, 39(8): 50-61.
- [7] 周奥朔. 农村电商发展助力乡村振兴的成效及区域差异研究[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北经贸大学, 2023.
- [8] 徐雪, 王永瑜. 中国乡村振兴水平测度、区域差异分解及动态演进[J]. 数量经济技术经济研究, 2022, 39(5): 64-83.
- [9] 贾超. 共同富裕背景下农村电商发展对农民收入影响实证研究[J]. 商业经济研究, 2023(7): 88-91.
- [10] 郭馨梅, 郭金阳. 发展农村电商对乡村产业振兴影响研究——基于城乡融合发展调节效应的分析[J]. 价格理论与实践, 2024(6): 34-38, 224.
- [11] 黄敦平, 尹凯. 数字普惠金融发展能否提升农村创业活跃度[J]. 金融与经济, 2023(8): 43-53.