

# 红色电商与乡村振兴的协同发展机制

廖韵熙

浙江理工大学马克思主义学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年7月10日; 录用日期: 2025年7月28日; 发布日期: 2025年8月26日

## 摘要

在数字经济与乡村振兴战略背景下, 红色电商作为红色文化与电商融合的新模式, 成为乡村振兴的重要推力。基于协同发展理论, 研究分析二者互动机理发现: 红色电商通过拓宽销售渠道、传播红色文化、吸引人才回流等赋能乡村发展, 乡村振兴则为其提供政策、资源与市场支持。但当前协同发展存在基础设施薄弱、人才短缺、品牌建设不足及产业融合浅等问题。为此构建政策、产业、人才三维协同机制, 对乡村高质量发展具有重要意义。通过完善政策支持、推动产业融合创新、加强人才培育, 为红色电商与乡村振兴深度融合提供理论与实践路径。

## 关键词

红色电商, 乡村振兴, 协同发展, 产业融合

# The Collaborative Development Mechanism of Red E-Commerce and Rural Revitalization

Yunxi Liao

School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Jul. 10<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jul. 28<sup>th</sup>, 2025; published: Aug. 26<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

In the context of the digital economy and rural revitalization strategy, red e-commerce, as a new model of integration of red culture and e-commerce, has become an important driving force for rural revitalization. Based on the theory of coordinated development, this paper analyzes the interaction mechanism between the two and finds that red e-commerce empowers rural development by broadening sales channels, spreading red culture, and attracting talents to return, while rural revitalization provides policy, resource, and market support. At present, there are problems in coordinated development, such as weak infrastructure, talent shortage, insufficient brand building, and shallow

**industrial integration. To this end, it is of great significance to build a three-dimensional coordination mechanism of policy, industry, and talent, and provide a theoretical and practical path for the deep integration of red e-commerce and rural revitalization by improving policy support, promoting industrial integration and innovation, and strengthening talent cultivation.**

## Keywords

**Red E-Commerce, Rural Revitalization, Synergistic Development, Industrial Convergence**

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

在全球数字化浪潮的大背景下，信息技术正以前所未有的速度和深度渗透到社会的各个领域，深刻地改变着人们的生产生活方式。党中央高度重视乡村振兴工作，习近平总书记指出：“乡村振兴是实现中华民族伟大复兴的一项重大任务。” [1]在此背景下，红色电商应运而生，它将红色文化与电子商务有机结合，为乡村振兴注入了新的活力。红色电商不仅是一种新型的电商模式，更是传承红色文化、推动乡村经济发展、促进乡村振兴的重要手段。通过红色电商平台，乡村地区的特色农产品、红色文创产品等能够更便捷地走向市场，拓宽了销售渠道，增加了农民收入。同时，红色电商还能传播红色文化，提升乡村的知名度和影响力，吸引更多的游客和投资，促进乡村产业融合发展。因此，深入研究红色电商与乡村振兴的协同发展机制，具有重要的理论和现实意义。

## 2. 红色电商与乡村振兴的理论基础

### 2.1. 红色电商的内涵与特征

“红色电商”是在中国乡村振兴战略与数字经济发展背景下诞生的一种创新型电子商务模式，其本质是将红色基因融入农村电商发展体系，通过党建引领与党员示范作用，推动农村经济与文化协同发展。根据学术研究定义，红色电商是“以互联网为平台，以红色文化为核心，涵盖红色文旅、红色文创、红色农产品等多个领域”的新型电商形态，不仅促进商品流通和经济发展，更承载着传播红色文化、增强文化自信的重要功能。 [2]从核心要素看，红色电商包含三重内涵：1) 党建与电商的深度融合。通过基层党组织引领电商发展，实施“支部 + 电商”模式，将党员培养为电商带头人，同时吸引优秀电商从业者加入党组织，例如江苏宿迁实施的“红色电商 321 培养计划”，明确提出三年内培养 2000 名党员电商和 100 名“红色电商达人”，通过组织生活融入、创业导师帮扶等措施实现党建与电商的协同发展；2) 红色文化的传播载体。借助电商平台推广具有革命老区特色的农副产品及文化产品，在产品设计、包装、营销中融入红色元素；3) 惠民富民的经济模式。以带动农民增收为根本目标，通过“网店 + 合作社”、“网店 + 产业”等形式构建普惠式电商网络。江苏泗阳县的实践表明，红色电商能实现“一名党员、一处网店、一片产业、一方富裕”的发展路径，如党员庄波成立生态农业公司，带动 60 多名村民就业，日薪超 50 元。

红色电商具有以下特征：1) 文化性。红色电商承载着丰富的红色文化内涵，通过产品设计、品牌推广、营销活动等环节，传播红色文化，弘扬红色精神，增强民族自豪感和文化自信；2) 教育性。红色电商为消费者提供了一个了解红色历史、学习红色文化的平台，具有重要的教育意义。消费者在购买产品

的过程中，能够受到红色文化的熏陶，提升对红色文化的认知和理解；3) 创新性。红色电商在商业模式、产品开发、营销手段等方面不断创新，将传统的红色文化与现代的电子商务技术相结合，打造出具有特色的电商品牌和产品，满足消费者多样化的需求；4) 地域性。红色电商通常依托于具有红色文化底蕴的地区，挖掘当地的红色资源和特色产品，具有明显的地域特征。不同地区的红色电商在产品种类、文化内涵等方面存在差异，展现出地域文化的独特魅力。

## 2.2. 乡村振兴战略的目标与内容

乡村振兴战略的总目标是农业农村现代化，总方针是坚持农业农村优先发展，总要求是产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕。<sup>[3]</sup>其具体内容包括以下几个方面：产业兴旺是乡村振兴的重点。通过优化农业产业结构，培育壮大农村新产业新业态，推动农村一二三产业融合发展，提高农业质量效益和竞争力，实现乡村经济的繁荣发展；生态宜居是乡村振兴的关键，加强农村生态环境保护，推进农村人居环境整治，建设美丽宜居乡村，让农村成为安居乐业的家园；乡风文明是乡村振兴的保障，加强农村思想道德建设和公共文化建设，传承发展优秀传统文化，培育文明乡风、良好家风、淳朴民风，提高乡村社会文明程度；治理有效是乡村振兴的基础，加强农村基层党组织建设，完善乡村治理体系，提升乡村治理能力，确保乡村社会充满活力、和谐有序；生活富裕是乡村振兴的根本，增加农民收入，提高农民生活水平，完善农村社会保障体系，让农民共享发展成果，过上幸福美好的生活。

## 2.3. 协同发展理论及其在本研究中的应用

协同发展理论认为，系统内各要素之间通过相互作用、相互配合，能够实现协同效应，使系统整体功能大于各要素功能之和。在红色电商与乡村振兴的协同发展中，红色电商作为推动乡村经济发展的新动力，与乡村振兴的各个方面存在着密切的联系。

红色电商与乡村产业振兴协同发展，能够促进农村产业结构优化升级，推动农村一二三产业融合发展。通过电商平台，农产品、文创产品等能够更便捷地销售出去，拓展市场空间，提高产业附加值。同时，红色电商还能吸引更多的投资和人才，为产业发展注入新的活力。

红色电商与乡村文化振兴协同发展，有助于传承和弘扬红色文化，提升乡村文化软实力。红色文化是中国共产党在长期革命斗争、国家建设和社会改革实践中积累的独特而宝贵的文化资源，蕴含着深刻的革命精神和历史记忆。<sup>[4]</sup>红色电商将红色文化融入产品和服务中，通过互联网传播，让更多的人了解和认识红色文化，增强乡村文化的影响力。同时，红色文化的传播也能吸引更多游客前来参观旅游，促进乡村文旅产业的发展。

红色电商与乡村人才振兴协同发展，能够吸引和培养一批懂电商、爱农村的人才队伍。红色电商的发展需要专业的电商人才，这些人才的引入和培养，不仅能够推动红色电商的发展，还能为乡村其他产业的发展提供人才支持。同时，红色电商的发展也为乡村人才提供了更多的创业和就业机会，促进人才回流。

红色电商与乡村生态振兴和治理振兴也存在着一定的协同关系。通过红色电商推广绿色农产品、生态旅游产品等，有助于引导农民树立绿色发展理念，促进农村生态环境保护。<sup>[5]</sup>同时，红色电商的发展也需要良好的乡村治理环境，而乡村治理的完善也能为红色电商的发展提供保障。

## 3. 红色电商与乡村振兴概述

### 3.1. 红色电商对乡村振兴的推动作用

红色电商促进乡村产业兴旺。红色电商为乡村产业发展开辟了新的销售渠道。通过电商平台，乡村

特色农产品、红色文创产品等能够突破地域限制，直接面向全国乃至全球市场销售。例如，一些革命老区的特色农产品，借助红色电商平台，销量大幅提升，有效带动了当地农业产业的发展。红色电商推动了农村一二三产业融合发展。以红色文化为核心，红色电商将农业、文化产业和旅游业有机结合起来。游客在参观红色景点的同时，可以购买当地的特色农产品和文创产品，促进了农产品加工、文化创意、旅游服务等相关产业的发展，延长了产业链，提高了产业附加值。红色电商还激发了农村创业创新活力。许多返乡大学生、农民工等看到了红色电商的发展机遇，纷纷投身于电商创业。他们利用自己的知识和技能，开设网店、直播带货，不仅实现了自身的创业梦想，还带动了周边村民就业，促进了乡村产业的多元化发展。

红色电商助力乡村文化繁荣。红色电商成为红色文化传播的新载体。乡村文化传播是一项长期的复杂的系统工程，必须自觉坚持党对乡村文化传播的正确领导，必须坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，始终弘扬社会主义核心价值观，自觉加强文化建设。<sup>[6]</sup>通过电商平台的宣传推广，红色文化故事、革命历史遗迹等能够更广泛地传播给大众。例如，一些红色文化主题的短视频、直播节目，吸引了大量网友的关注，让更多人了解到红色文化的内涵和价值。红色电商促进了红色文化的传承与创新，在开发红色文创产品的过程中，将现代设计理念与红色文化元素相结合，创造出具有时代特色的文创产品，既满足了消费者的需求，又传承和创新了红色文化。同时，红色电商也为红色文化的研究和保护提供了资金支持，推动了红色文化的可持续发展。红色电商有助于提升乡村文化的影响力，随着红色电商的发展，越来越多的人关注到乡村的红色文化，乡村的知名度和美誉度不断提高。一些原本默默无闻的红色村庄，通过电商平台的宣传推广，成为热门旅游目的地，吸引了大量游客前来参观学习，进一步提升了乡村文化的影响力。

红色电商赋能乡村人才振兴。<sup>[7]</sup>红色电商吸引了人才回流。许多在外打工的年轻人看到家乡红色电商的发展前景，纷纷选择返乡创业就业。他们带回了先进的理念、技术和资金，为乡村发展注入了新的活力。例如，一些返乡大学生利用自己所学的电商知识，帮助村民开设网店、进行直播带货，成为乡村电商发展的主力军。红色电商培养了本土电商人才，各地通过举办电商培训班、开展电商技能竞赛等方式，培养了一批懂电商、会经营的本土人才。这些人才不仅能够熟练运用电商平台销售产品，还能够为乡村电商发展提供技术支持和服务。同时，他们还能够带动周边村民学习电商知识，提高村民的电商素养，形成良好的电商发展氛围。红色电商促进了人才交流与合作，在红色电商发展过程中，与外界的交流与合作不断增加。乡村地区与电商企业、高校、科研机构等建立了合作关系，吸引了更多的专业人才关注乡村发展。这些人才通过技术指导、项目合作等方式，为乡村红色电商发展提供了智力支持，促进了乡村人才队伍的建设。

### 3.2. 乡村振兴为红色电商发展提供的机遇与基础

国家高度重视乡村振兴战略的实施，出台了一系列支持农村电商发展的政策措施。2005年，中国政府发布了首个电商领域的政策性文件——《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》，标志着政策引导在这一领域的起步。政府陆续推出了《推进农业电子商务发展行动计划》和《加快发展农村电子商务的意见》等文件，制定了支持农村电商发展的具体措施。<sup>[8]</sup>这些政策涵盖了资金扶持、税收优惠、人才培养、基础设施建设等多个方面，为红色电商的发展提供了有力的政策保障。例如，中央一号文件多次强调要大力发展农村电商，支持农产品上行，各地政府也纷纷出台相应的配套政策，加大对农村电商的扶持力度。政府还积极推动农村电商公共服务体系建设，为红色电商发展提供了良好的服务环境。通过建设县级电商公共服务中心、乡村电商服务站等，为电商企业和从业者提供一站式服务，包括培训指导、物流配送、品牌建设等，降低了电商运营成本，提高了电商发展效率。

乡村地区拥有丰富的红色文化资源和特色农产品资源，为红色电商的发展提供了坚实的物质基础。我国革命历史悠久，各地留下了众多的红色文化遗迹和故事，这些都是红色电商可以挖掘和利用的宝贵资源。同时，乡村地区独特的自然环境和传统农耕方式，孕育了许多优质的特色农产品，如绿色蔬菜、水果、土特产等，这些农产品具有广阔的市场需求。随着乡村振兴战略的推进，农村居民收入水平不断提高，消费能力逐渐增强，农村市场潜力巨大。同时，城市居民对乡村特色产品和红色文化的兴趣也日益浓厚，为红色电商的发展提供了广阔的市场空间。红色电商可以通过精准营销，满足城乡居民不同的消费需求，实现供需对接。

乡村振兴战略的实施推动了农村基础设施的不断完善，为红色电商的发展提供了有力支撑。在交通方面，农村公路建设不断加强，道路通行条件得到显著改善，降低了物流运输成本，提高了农产品的运输效率。在通信方面，农村网络覆盖率不断提高，4G、5G网络逐渐普及，为电商运营提供了稳定的网络环境。农村生态环境的改善也为红色电商的发展创造了良好的条件。随着乡村生态宜居建设的推进，农村的自然环境更加优美，吸引了更多游客前来观光旅游。这不仅为红色文旅产品的销售提供了机会，也提升了乡村的整体形象，有利于红色电商品牌的建设和推广。

### 3.3. 协同发展中存在的问题与挑战

基础设施建设不完善。部分农村地区的网络覆盖仍存在不足，网络速度慢、稳定性差，影响了电商平台的正常运营和直播带货等业务的开展。一些偏远山区甚至存在网络信号盲区，无法满足电商发展的需求。农村物流配送体系不健全，物流成本高、配送效率低。许多乡村地区没有完善的物流站点，快递只能送到乡镇一级，村民取件不便。而且，由于农村地区人口分散，物流配送难度大，导致物流成本居高不下，这在一定程度上制约了红色电商的发展。农村电商服务设施建设滞后，县级电商公共服务中心和乡村电商服务站点的功能不完善，缺乏专业的电商服务团队，无法为电商企业和从业者提供全方位、高质量的服务。

人才短缺与素质有待提高。红色电商发展所需的专业人才匮乏，包括电商运营、网络营销、数据分析、物流管理等方面的人才。<sup>[9]</sup>由于农村地区经济发展水平相对较低，生活条件有限，难以吸引和留住优秀的电商人才。乡村居民的电商素养普遍不高，对电商的认识和理解不足，缺乏电商操作技能和网络营销知识。许多村民虽然有发展电商的意愿，但由于自身能力有限，无法有效开展电商业务。农村电商人才培养体系不完善，培训内容和方式不能满足实际需求。一些电商培训课程缺乏针对性和实用性，培训时间短，无法让学员真正掌握电商技能。同时，培训后的跟踪服务和指导不到位，导致学员在实际操作中遇到问题无法及时解决。

品牌建设与市场拓展困难。红色电商品牌建设意识薄弱，许多地区没有打造出具有影响力的红色电商品牌。产品同质化现象严重，缺乏特色和差异化竞争优势，难以在市场上脱颖而出。品牌营销推广力度不足，宣传渠道单一，缺乏创新的营销手段。许多红色电商企业和从业者对品牌推广的重视程度不够，没有充分利用互联网和新媒体平台进行品牌宣传，导致品牌知名度低，市场份额小。在市场拓展方面，红色电商面临着激烈的市场竞争，与大型电商平台和知名品牌相比，红色电商在资金、技术、人才等方面存在劣势，难以拓展更广阔的市场空间。同时，由于红色电商产品的特殊性，在市场准入、质量标准等方面也面临一些挑战。<sup>[10]</sup>

产业融合深度不够。红色电商与农业、文化、旅游等产业的融合还停留在浅层次，缺乏深度和广度。一些地区虽然开展了红色文旅电商业务，但只是简单地将旅游产品和农产品放在电商平台上销售，没有形成完整的产业链和产业生态。产业融合过程中存在利益分配不合理的问题。在红色电商与其他产业融合发展过程中，由于各方利益诉求不同，缺乏有效的利益协调机制，导致利益分配不均衡，影响了产业

融合的积极性和可持续性。产业融合的创新能力不足，缺乏新的业态和模式，在数字经济时代，红色电商与其他产业的融合需要不断创新，探索新的发展模式和业态，但目前许多地区在这方面还存在不足，难以适应市场变化和消费者需求。

## 4. 红色电商与乡村振兴协同发展机制的构建

### 4.1. 政策协同机制

加强政策制定与协调。政府应加强对红色电商与乡村振兴协同发展的政策制定，出台专门的政策文件，明确发展目标、重点任务和保障措施。在政策制定过程中，要充分考虑红色电商的特点和乡村振兴的实际需求，加强部门之间的沟通与协调，形成政策合力。建立政策评估与调整机制，定期对相关政策的实施效果进行评估，根据评估结果及时调整和完善政策。同时，要关注国家宏观政策的变化和市场动态，及时出台相应的政策措施，为红色电商与乡村振兴的协同发展提供政策保障。

完善政策支持体系。加大对红色电商发展的资金扶持力度，设立专项发展基金，用于支持电商企业的培育、电商平台建设、品牌打造、人才培养等方面。鼓励金融机构创新金融产品和服务，为红色电商企业和从业者提供信贷支持。落实税收优惠政策，对符合条件的红色电商企业给予税收减免和优惠，简化税收征管流程，降低企业纳税成本。同时，在土地使用、用电用水等方面给予红色电商企业一定的优惠政策，降低企业运营成本。

加强对农村电商基础设施建设的政策支持，加大对农村网络通信、物流配送、电商服务设施等方面的投入。通过政府购买服务、PPP (Public-Private-Partnership) 模式等方式，<sup>[11]</sup>吸引社会资本参与农村电商基础设施建设，提高基础设施建设的效率和质量。

### 4.2. 产业协同机制

促进产业融合发展。以红色文化赋能农产品品牌化，结合乡村特色农产品种植养殖，深度挖掘红色历史故事、革命精神内涵，将其融入农产品包装设计、品牌理念与营销传播中。例如，在革命老区农产品上标注“红色根据地特产”、“老革命家曾品尝的食材”等文化符号，通过电商平台讲述农产品背后的红色历史，提升产品文化附加值。同时，推动农产品标准化生产，建立“红色认证”体系，如有机种植、非遗加工工艺等，形成“红色文化 + 优质产品”的差异化竞争优势。打造“红色文旅 + 电商”综合体，整合红色旅游景点、革命纪念馆、乡村生态资源，构建“线上预约 + 线下体验 + 电商购物”的闭环模式。游客可通过红色电商平台预订红色研学路线、购买含文创产品的旅游套票，线下参观时通过扫码获取红色故事讲解，同步在平台选购当地手工艺品、特色食品等。例如，某革命老区可开发“重走长征路”主题旅游线路，配套推出“红军粮”杂粮礼盒、“革命旧址”定制明信片等，通过电商平台实现“旅游引流 - 文化消费 - 产品复购”的联动效应。

构建利益协调与共享机制。建立“政府 + 企业 + 农户”三方协作模式，政府牵头成立红色电商产业联盟，制定产业融合标准与利益分配规则：企业负责电商平台运营、品牌推广与市场拓展，按销售额的一定比例向农户支付原料采购费及文化授权费；农户提供优质农产品与红色文化素材，参与产品设计与体验服务；政府通过补贴、税收优惠等方式激励企业反哺农户，例如要求企业将 10% 的利润用于乡村基础设施建设或农户技能培训；推行“股份合作制”利益联结机制，引导农户以土地、农产品资源入股红色电商企业，成为股东参与分红。例如，农户将自家果园入股电商合作社，合作社统一通过平台销售水果，每年按销售额的 5% 作为农户分红，同时农户可获得果园管理岗位的工资收入。此外，鼓励企业与村集体合作开发红色文旅项目，村集体以土地、红色资源入股，企业负责运营，收益按比例分成，用于乡村公共服务建设；完善风险共担机制。针对产业融合中可能出现的市场波动、自然灾害等风险，建立

“电商企业 + 保险公司 + 农户”的风险共担模式，电商企业与农户签订最低价收购协议，保险公司开发“红色电商保险”产品，对因市场价格下跌或自然灾害导致的损失进行赔付。

强化产业融合的创新驱动。支持红色电商新业态孵化，设立红色电商创新基金，扶持“红色文化 IP + 潮玩”、“红色故事 + 剧本杀”、“革命历史 + 短视频短剧”等新兴业态。例如，鼓励团队开发以红色历史为背景的沉浸式剧本杀游戏，玩家在体验剧情后可通过电商平台购买游戏同款文创道具、历史书籍等；支持创作者制作“红色美食制作”短视频，在抖音、快手等平台引流，同步在电商店铺销售食材包与厨具；推动产学研合作与技术转化，引导高校、科研机构与红色电商企业合作，开展红色文化数字化技术研发，如 AI 修复革命老照片、NLP (Neuro-Linguistic Programming) [12]生成红色故事文案、农产品深加工技术创新(如红色食材功能性成分提取)。例如，某农业大学可与红色电商企业合作，研发“红军菜”脱水保鲜技术，延长产品保质期，同时通过电商平台推广“红军菜谱”食谱，带动食材销售；培育“红色电商 + 乡村直播”生态，鼓励农户、返乡青年成为“红色主播”，在电商平台直播讲解红色故事、展示农产品种植过程。例如，山西大寨农户可在直播中讲述大寨精神，同时销售大寨核桃、小米等农产品，通过“文化叙事 + 场景化带货”提升转化率。政府可联合 MCN (Multi-Channel Network)机构[13]为直播团队提供专业培训，打造“红色主播孵化基地”，形成“主播带产品、产品传文化、文化引流量”的良性循环。

### 4.3. 人才协同机制

实施“红色电商人才回流计划”。政府出台住房补贴、创业贷款贴息等政策，吸引返乡大学生、退役军人参与红色电商创业。例如，对返乡创办红色文创电商企业的大学生，给予前三年房租全免、最高 50 万元创业贷款及税收减免；联合电商平台举办“红色电商创客大赛”，对优秀项目提供流量扶持与导师对接，激发人才创业热情；建立“政企校”联合培养机制。政府牵头，组织电商企业、职业院校开设“红色电商定制班”，设置《红色文化传播》《农产品电商运营》《直播营销实务》等课程，采用“理论学习 + 企业实训”模式培养实用型人才。例如，江西赣州某职业院校可与拼多多合作，开设“赣南红色电商班”，学生在学习电商技能的同时，深入革命老区调研红色文化，毕业后直接进入合作企业从事红色农产品运营工作；培育“本土红色电商带头人”。选拔有电商基础的村干部、乡村能人作为“红色电商带头人”，通过“一对一导师制”(邀请电商专家驻村指导)、“标杆考察学习”(组织赴浙江义乌、江苏徐州等红色电商发达地区参观)提升其运营能力。带头人需带动周边 10~20 户农户开展电商业务，例如某带头人可牵头成立“红色农货直播团”，带领村民在抖音直播销售板栗、蜂蜜等产品，按销售额提取一定比例作为团队运营经费与带头人奖励。

## 5. 结论

红色电商与乡村振兴的协同发展既是数字经济时代乡村转型的创新实践，也是传承红色文化、实现共同富裕的重要路径。本研究通过解构二者的互动机理，证实了红色电商在激活乡村产业生态、重构文化传播路径、重塑人才发展格局中的独特价值，其形成的“文化赋能 - 产业升级 - 治理优化”协同范式，为乡村振兴战略提供了可操作的实施载体。未来，随着数字技术与红色文化的深度融合，红色电商有望在乡村振兴中发挥更广泛的赋能作用，而其发展路径仍需结合不同地域的红色资源禀赋与数字化基础，在实践中持续探索与优化。这一研究不仅丰富了乡村振兴的理论内涵，更为革命老区乃至全国乡村的高质量发展提供兼具创新性与可行性的实践参考。

## 参考文献

- [1] 张炼. 数字技术赋能乡村振兴: 现状、挑战与优化路径[J]. 农业开发与装备, 2025(6): 7-9.

- [2] 黄文博. 乡村振兴背景下“红色电商”发展困境及策略探析[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 7937-7942.
- [3] 中共中央国务院印发《乡村全面振兴规划(2024~2027年)》[J]. 新型城镇化, 2025(3): 4-10.
- [4] 江钰涵, 付晓伟. 新媒体视野下红色文化资源在高校思政教育中的应用研究[J]. 中国军转民, 2025(8): 139-141.
- [5] 谭琦喆. 新媒体助力河源乡村振兴的战略措施[J]. 上海商业, 2022(9): 216-218.
- [6] 王芬. 融媒体语境下乡村文化传播研究[D]: [硕士学位论文]. 安庆: 安庆师范大学, 2022.
- [7] 马军, 陆攀. 红色文化资源赋能乡村人才振兴路径探析[J]. 现代商贸工业, 2024, 45(17): 19-21.
- [8] 于红, 胡兴波, 于欣言. 政策工具视角下农村电商高质量发展政策文本研究[J]. 创新科技, 2025, 25(2): 16-27.
- [9] 程嘉, 涂怡宁, 谢伟光. 乡村振兴背景下农村电商发展困境及优化路径[J]. 新农民, 2025(8): 7-9.
- [10] 黄秀云. 景德镇红色陶瓷文创的发展困境与对策探析[J]. 陶瓷研究, 2024, 39(4): 80-82.
- [11] 马馨怡. 政府与民间资本合作(PPP)模式: 问题、挑战与对策研究[J]. 现代商贸工业, 2025(13): 97-99.
- [12] 侯英琦, 欧丽滢, 胡彦博, 等. 基于 AIGC + NLP 的电子商务系统——内容生成与智能交互的应用研究[J]. 上海第二工业大学学报, 2024, 41(3): 298-306.
- [13] 员婉婉. 乡村振兴背景下直播电商助力乡村旅游高质量发展模式探索[J]. 市场周刊, 2023, 36(9): 69-72.