

农村电商产业发展现状及转型路径研究

——以山东曹县汉服产业为例

张西亚

山东建筑大学建筑城规学院, 山东 济南

收稿日期: 2025年7月9日; 录用日期: 2025年7月24日; 发布日期: 2025年8月29日

摘要

本文深入探讨了以曹县为代表的农村电商产业目前面临的发展困境。当前, 曹县以汉服、表演服装为代表的电商产业已具备集聚特征, 但仍存在产业发展粗放、产品附加值低、政府扶持引导作用不够等一系列问题, 因此, 产业发展迫切需要转型升级。本文通过对曹县汉服电商产业发展现状进行分析, 阐述了曹县汉服电商产业发展现存的问题, 从明确发展定位、完善产业链、加强人才培育、优化空间布局、加强创新引领等方面提出转型建议, 旨在为曹县的农村电商产业提供一条全新的发展转型路径。农村电商需进一步发挥其在促进乡村发展中的积极作用, 以数字乡村赋能乡村振兴, 为农村未来发展提供新思路、开辟新格局。

关键词

曹县, 农村电商, 汉服产业, 转型路径

Development Status and Transformation Path of Rural E-Commerce Industry

—A Case Study of Hanfu Industry in Cao County, Shandong Province

Xiya Zhang

School of Architecture and Urban Planning, Shandong Jianzhu University, Jinan Shandong

Received: Jul. 9th, 2025; accepted: Jul. 24th, 2025; published: Aug. 29th, 2025

Abstract

This paper delves deeply into the current development predicaments faced by the rural e-commerce

industry represented by Cao County. At present, the e-commerce industry in Cao County, represented by Hanfu and performance costumes, has shown the characteristics of agglomeration. However, there are still a series of problems such as extensive industrial development, low added value of products, and insufficient government support and guidance. Therefore, the development of the industry urgently needs transformation and upgrading. This article analyzes the current development status of the Hanfu e-commerce industry in Cao County, elaborates on the existing problems in the development of the Hanfu e-commerce industry in Cao County, and puts forward transformation suggestions from aspects such as strengthening innovation leadership to clarify the development positioning, improving the industrial chain, strengthening talent cultivation, and optimizing the spatial pattern, aiming to provide a brand-new development and transformation path for the rural e-commerce industry in Cao County. Rural e-commerce needs to further play its positive role in promoting rural development, empower rural revitalization with digital villages, provide new ideas and open up new patterns for the future development of rural areas.

Keywords

Cao County, Rural E-Commerce, Hanfu Industry, Transformation Path

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

在乡村振兴的大背景下，通过传统文化支撑、市场消费需求、政府政策扶持、回乡创业者的艰苦奋斗，曹县作为一个从“贫困县”到“电商网红县”转型的典型县，迎来爆红，曹县之火作为乡村振兴的典范，正体现了中国乡村产业的不断转型与升级。

从理论视角看，产业集群理论(Porter, 1998)解释了曹县电商产业的集聚效应，产业集群是某一行业内竞争性企业及相关机构在特定地域聚集的现象，其有助于降低企业成本，提高规模经济效益和范围经济效益，提升产业和企业的市场竞争力[1]。在曹县，当地众多汉服生产商、原材料供应商、电商销售平台以及相关服务机构聚集，形成了完整的产业链条，推动了产业的规模化发展。数字经济理论(Tapscott, 2016)则诠释了数字技术对县域产业价值链的解构与跃迁赋能，当前，数字经济已成为推动经济发展的重要动力[2]，曹县通过利用网络直播等数字化手段拓展销售渠道，将汉服这一传统产业与数字技术深度融合，促进了产业的发展与升级。

当前，国家层面大力支持农村电商产业的发展，积极推动“互联网+”现代农业，鼓励电子商务与一二三产业的深度融合，并积极推动数字产业赋能乡村振兴，这一系列举措为曹县农村电商产业的发展提供了坚实的政策基础和广阔的发展空间。曹县积极借助政策东风，通过利用已有“宇宙中心”的网络流量，不断深化电商产业与本地特色产业的结合，积极促进农村与城市之间的资源和信息流动，最终通过带动农民就业、推动产业发展来助力乡村振兴战略的实施。本文以曹县汉服产业为例，从产业升级的核心难题出发，深入剖析农村电商产业发展现状及转型路径，以期丰富产业集群、数字经济理论在地方特色产业发展中的应用，为其他寻求产业转型的农村地区提供参考和借鉴。

2. 农村电商发展背景

2.1. 数字乡村战略下农村电商的引擎作用

数字经济与乡村产业的融合发展是实现农业农村现代化的关键步骤，是实施乡村振兴战略的根本路

径,也是实现“三农”产业可持续发展的重要组成部分[3]。数字经济赋能乡村振兴处于即将进入快速发展的蓄势阶段,农村电商作为数字经济的重要组成部分,逐步成为拉动乡村经济增长的重要引擎和带动产业转型升级的新方式[4],是精准扶贫的重要载体。国家政策层面将农村电商定位为“创新商业模式、建设农村现代流通体系的重要举措”以及“带动农民增收的有效抓手”[5]。2024年,商务部等九部门联合印发《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》,明确五年行动目标:培育100个农村电商“领跑县”、1000家县域数字流通龙头企业、1000个县域直播电商基地及10,000名农村电商带头人。在政策引领与技术创新的双重驱动下,近些年农村电商呈现爆发式的发展[6]。2023年全国农村网络零售额达2.49万亿元,较2014年增长显著[7]。

乡村振兴背景下农村电商高质量发展重在通过农村电商经营主体人力资本积累、创新技术应用、产业与产品结构调整、制度创新等措施破解乡村产业高质量发展内生动能不足困境和回应农村经济可持续发展的现实需要[8]。传统的农村经济主要依赖农业带来的产值,而当前农村电商的发展,通过促进农村与城市各地之间的信息和资源关联,不仅为农产品,还为其他家庭小作坊产品提供了在线宣传、销售等渠道,农村居民通过自主开设线上店铺,可以销售自家农产品、特色手工艺品等,为家庭创造更多收入。同时,电商的发展也催生出一批从事电商运营管理、物流配送等行业的就业岗位,不仅吸引了一部分优秀人才返乡就业,更为当地农村居民提供了更多就业机会,缓解了农村就业压力。

综上所述,农村电子商务的引擎作用不仅体现在带动农村居民收入的增长上,更体现在以其经济活力为农村居民提供就业机会和共享服务,最终改善农村居民生活条件等方面[9]。随着乡村振兴战略的逐渐深入实施,相信未来在政策和科技的不断助力下,农村电商能够作为乡村振兴发展的新引擎,不断释放乡村发展潜力,为乡村振兴注入可持续发展动力。

2.2. 曹县农村电商发展现状

曹县作为全国首批农村电商“领跑县”、江北最大淘宝村镇集群,具有农村电商的典型代表性。菏泽市坚持产业强市战略,把培育曹县等中小城市作为全市重要增长极和新的经济增长点,全力推动曹县建设成为三省交界的商贸物流中心。同时,积极推动曹县深度融入鲁南经济圈,加强与菏泽中心城区的对接。产业战略地位的提升利于曹县整合区域资源,加强与周边地区的协调发展,发挥区域协作的力量,提升本县电子商务产业的竞争力。当前,通过市县的共同努力,曹县已进一步完善电子商务产业基础设施,吸引广大资源集聚,电子商务产业规模和质量得到迅速提升,打破了以往“弱中心同质化”的发展状态。

县域层面,曹县致力于开创现代化强县建设新局面,不断深入推进电商产业发展与壮大。一方面,曹县正在不断完善电商产业平台,目前已形成以大集镇、安蔡楼镇为中心的四大电商产业集群,致力于打造中国汉服表演服饰产业集群标杆,在全国汉服市场占据重要地位。另一方面,曹县正积极推进城乡公共服务均等化,使公共服务逐渐向周边农村地区延伸,为农村电商的发展创造良好的运营环境,吸纳更多农村劳动力、外来电商人才、返乡人才等参与到农村电商产业中,同时促进了农村与城市在电商领域的关联互动,推动电商产业在县域内的均衡、全面发展,开创现代化强县建设新局面。

3. 曹县农村电商发展的瓶颈问题

3.1. 拥有一定地域流量,但与品牌效应存在错位

曹县电商产业有一个突出特点,即凭借“宇宙中心”这一称号为当地带来了巨大流量,且该流量优势曾成为县域经济的鲜明标志。不过,这些庞大的流量资源并未与当地主导的服装产业形成紧密联系。社会公众更倾向于将目光聚焦于地域本身的热度,却没能把这种对地域的关注度转化为对当地优势产业

甚至文化的关注度，这就使得曹县地域层面的流量与产品层面的流量出现了很大偏差。

受这种流量偏差的影响，曹县汉服产业在未来发展方向上始终没有精确找准自己的定位。一方面，当地没能借助地域热度塑造出独特的本地品牌；另一方面，在“汉服”与“演出服”的品类界定上，也未能找准自身在市场中的站位。这种定位上的模糊，直接造成了曹县产业知名度与订单规模的严重不匹配：虽然曹县汉服和演出服的整体销售订单来源范围广，数量规模大，在服装市场中占据重要份额，但其品牌影响力却十分微弱。线上消费者大多只知道“汉服产自曹县”，却很难说出曹县当地具体的服装品牌名称，这就使得曹县难以形成品牌应有的溢价能力，一直在汉服的低端战线徘徊，最终导致服装产业陷入“订单数量多但品牌影响力弱”的困境，大量的地域流量没能转化为可持续利用的品牌价值。

3.2. 既有产业链相对完善，但整体形式较为单一

曹县电商产业链虽已形成相对较完善的体系，从产品生产到线上销售的链路基本贯通，但整体呈现形式较为单一的问题，制约着产业价值的进一步释放。

一方面，线下门店存在活动种类匮乏、形式单调的问题。像当地的“e 裳小镇曹之汉韵”汉服体验馆，在满足游客的基本参观需求后，并没有提供衔接合适的场景体验、售后服务等环节，线下体验内容单薄，体验馆空间功能也较单一；还有当地的“爱云仓直播基地”的线下空间同样用途局限，只具备作为库房或者后台直播空间的基本功能，未能拓展多元场景。

另一方面，电商产业、地方文化旅游景点和创意园区尚未实现有效的联动，跨界各部门也缺乏互动合作意识。曹县的服装电商产业拥有相对完善的生产链，但生产销售的形式较为单一，主要集中在线上销售，难以充分发挥其最大的效能。曹县当地景区等一些线下展览门店缺乏与之配套的相关销售服务环节，部分电商产品示范区在展示和宣传产品方面功夫下的够深，但对于线下游客参观后的购买渠道却缺乏规划与布局，在线下难以获得相应的口碑和热度，这进一步使得线上品牌营销面临困难，最终影响了产业整体的竞争力和可持续发展能力。

3.3. 硬件设施已逐步具备，但人才和服务上仍有缺口

当前，曹县电商产业的硬件设施已在逐步完善，“e 裳小镇”创新街区、青创科技企业孵化园等产业载体相继建成，当地快递物流分拣站、“爱云仓直播基地”等配套设施投入运营，为电商产业发展提供了坚实的空间与基础支撑。

然而，在硬件设施日趋完备的环境下，当地人才与服务层面却出现较大缺口，产品升级诉求下技术研发与专业人才的缺失成为制约产业升级的关键瓶颈，当地相关人才的供给远跟不上产业发展节奏，使得硬件设施的效能难以充分释放，成为产业向更高质量发展突出障碍。一方面，电商产业公共服务质量偏弱，针对企业家的一站式服务体系尚未健全，前后端数据共享存在壁垒，公共服务的数字化、智能化水平亟待提升[10]。另一方面，人才配套设施也存在短板，直播人才所需的专业服务设施不足，管理人才/system培训与就业咨询等支持更是近乎空白。究其原因，当前曹县仍然处于生存集群阶段，存在以压低成本作为主要参与竞争手段的问题，较少与知识机构合作来吸纳引进人才，曹县目前产业公共服务设施的薄弱就是这一重要问题的折射。

3.4. 专业市场网络逐渐形成，但与空间发展存在矛盾

曹县的电商产业发展空间具有明显的多元化与分散化特征。当前，以大集孙庄布料市场为集聚核心，曹县的汉服市场网络已基本形成，为当地服装产业提供了稳定的原材料供应基础。然而，在市场网络不断完善的过程中，也伴随着用地的集约发展，在土地指标逐渐收紧的环境下，虚拟的市场网络拓展与实

体的生产空间扩张之间的矛盾也越来越明显，成为了制约曹县电商产业规模扩张的关键要素。

目前，从产业规模大小上看，曹县的服装产业既有规模化生产的大型工厂，也有散布于街巷的家庭小作坊；从地理位置上看，既有镇域层面的淘宝产业集群、集中式汉服产业园，也有村域内的集中式扶贫工厂和独栋家庭工厂。总的来看，目前曹县服装产业空间多类型并存，但缺乏高效整合，导致产业的集中程度较低，难以形成集约化发展的规模效应。空间布局的分散与土地资源的约束相互叠加，使得空间发展受限成为曹县电商产业规模拓展的重要阻碍，与市场网络体系逐步完善的态势形成鲜明反差。

3.5. 产业规模逐渐上升，但同质化竞争严重

当前，曹县电商产业对外交易额不断增长，在规模化扩张道路上正在稳步前进。然而，电商产业在这一向上发展的态势背后，竞争激烈、同质化问题却逐渐凸显，尤其在其核心汉服产业中这些问题表现得尤为突出。从汉服生产最初的概念设计、版型制定，到面料的挑选、绣花和纹样的刺绣，最后到裁剪加工、批量生产环节，曹县汉服生产的诸多步骤都有着高度趋同的特征。

由于全链条生产线的同质化问题，相同行业之间开展了激烈的价格内卷，各生产厂家为抢占市场份额，纷纷陷入低价竞争漩涡，这不仅大大压缩了同类行业的利润空间，还导致一些产业只追求数量上的生产，在质量上较少把关，最终导致产品量大而不精，滞留在低端生产行列止步向前。究其根源，是因为多数从业者早期在红利驱动下，更倾向于通过复制模仿来快速获利，各厂家原创设计意识淡薄，难以形成差异化竞争力。同时，部分生产厂家存在生产和管理模式粗放、缺乏专业设计与运营人才等问题，产业发展到一定规模后便遭遇转型瓶颈，容易陷入“大而不强”的尴尬处境。

4. 曹县农村电商产业转型路径

4.1. 明晰错位竞争的发展定位

曹县作为北方地区唯一的汉服产业集群，拥有独特的地域优势，应当充分挖掘当地丰富的文化资源，借助文化赋能策略将文化与产业结合，提升地域产品知名度。以汉服产业为例，可以在服装的设计理念融入山东儒家文化基因，以汉服作为媒介，串联起菏泽牡丹、商代古都等自然景观和文化符号，打造出具有鲜明齐鲁特色的汉服产品。除此之外，还可以依托县域现有的大规模生产基地，推动汉服和表演服装等产品向着高端化、精细化发展，打造高中低多层次市场：在高端市场，可以为博物馆和文化机构定制精美的汉服，树立文化标杆；在中端市场，可以鼓励企业进行产品创新和质量提升，开发适合大众日常穿着的高品质汉服；在低端市场，继续利用农村家庭作坊的低成本优势来保持当地平价汉服市场的竞争力。

4.2. 完善产业链与价值链的构建

曹县电商升级应着眼于全产业链，依照“技术研发－工艺设备－高端材料－产品加工－销售－推广－专业展贸及配套服务”的逻辑，系统性推进产业链的延伸、补充与强化。

以曹县现有的核心服装产业为例，在产业链前端，可以采用区域协作与自主招引相结合的方式，一方面强化本地轻纺工艺的技术研发与应用，通过引入智能化车间，升级裁剪、绣花、印花等生产环节，以提升原材料的生产效率。另一方面，可以将基础的布料缝纫加工环节外包至周边劳动力充足的单县等地，实现资源的优化配置。在产业链后端，曹县应对标中国鞋都——晋江陈埭鞋业集群，积极举办全国性的服装会展，吸引企业合作和落地，同时及时配套相应的产品物流与文化宣传服务，全方位拓展本地汉服、演出服等品牌的影响力。如在最基础的快递物流服务环节，曹县已整合“三通一达一极兔”，将物流成本拉低至省会城市水平。

4.3. 推进人才引培与服务升级

农村电商的持续发展可为不同层次与不同需求的农村剩余劳动力创造更多的非农化就业机会，不仅减少了乡村劳动力过度外流，而且能吸引优秀人才回流[11]。当前，曹县应构建“引、育、留、用”一体化的人才培育体系，进一步培育壮大电商人才队伍。

首先，针对专业主播、物流调控、产品运营等关键岗位，应实施“刚性 + 柔性”双轨引才机制，既要通过政策带动刚性引进优质技术人才，也要通过项目合作、短期兼职等途径柔性吸纳外部复合型人才，如曹县当前已充分利用遍布全国的 10 处招才引智站和 33 处创业服务站，吸纳进了电商方面的优秀人才回乡发展。其次，强化在地人才与回乡人才的培养转化，开展提技能、强实战的直播电商产业专业培训，如依托“曹县工匠学院电商直播技能人才培训班”，通过邀请专业讲师，通过“理论 + 案例 + 实操”的教学模式，培训内容涵盖直播电商平台解析、直播电商平台运营技巧、视频拍剪、脚本话术、直播实操等内容，让本地学员快速掌握直播电商基本技能和互联网思维，为生产方、品牌方、渠道方及主播群体提供专业技能支撑[12]。最后，还应为吸纳进的专业人才配备建设集休闲、办公、居住功能于一体的“产业 - 生活”复合空间，通过完善当地公共服务设施，强化人才服务保障，最终形成政府引导、多方协同的直播电商人才就业环境，为曹县电商高质量、跨越式发展提供人才支撑[13]。

4.4. 构建系统化的全域产业空间布局

电商产业的持续发展会改变乡村地区传统地域的空间格局[14]，当前，曹县应从全域视角出发，不断优化县域产业的空间布局，为电商产业构建系统化的发展格局。

首先，可通过实施“产业入园”战略，高标准建设集仓储物流与生产加工于一体的现代化生产园区，地方政府应主动优化调整村庄规划，把预留的建设用地指标腾挪到电商产业发展较好的地段，在县域层面通过规模化生产夯实产业发展基础，同时适度放松土地管控约束，有限度地允许村民利用自建房等小作坊，使土地资源配置更好地匹配产业发展需求。其次，统筹规划城镇空间，打造具有特色文化品质的街区，配套建设展览、文化宣传、公众交流等多元功能空间，串联特色汉服产业旅游路线，激活文旅产业融合潜力；最后，应科学明确不同村庄的功能定位，整合已有产业空间资源，分类集聚，实现空间利用效率最大化，将低效分散的产业空间重新整合，如大集镇的孙庄村拆除了沿路本属于国有用地的木材加工厂，将其重新建设为集原料批发、辅料供应、产品展示、金融信贷、餐饮住宿等多功能于一体的“淘宝一条街”，推动了当地产业空间向品质化、场景化升级，实现从单一生产空间向复合消费空间的转变，最终提升曹县各村庄整体风貌，打造数字时代和美乡村。

4.5. 加强产品创新与市场营销能力

曹县需以当下市场需求为导向，构建具备自主迭代能力的产品创新体系。在激励各网商塑造自身品牌的同时，应着力打造曹县的标志性品牌以及淘宝村的区域品牌，提升广大消费者对曹县电商产品的识别度与认可度。

首先，可以通过对物流订单和电商评价数据进行剖析，精准把握当前不同消费者的消费偏好，基于深度学习等，精确描绘“演出服 + 汉服”消费者画像，洞悉不同客群的跨类目需求，例如亲子古风穿搭、传统文化爱好者等，在产品创新上，不仅要紧跟热门单品的迭代步伐，更要有专属于曹县自己的独创意识，向着精品化产品迈进。例如为宣传我国古代传统服饰，致力于让更多人“把中国文化穿在身上”，有爱云仓旗下自有品牌“洛如嫣”凭借自己的设计师，申请了马面裙的 40 多种图案版权、23 种云肩版权，甚至推出了“香味汉服”，将牡丹、玫瑰、荷花等植物纤维融入布料纺织过程，使花香持久保存于汉服之中，同时引进了智能制造柔性生产线，是曹县第一家完成数智化技术改造的头部汉服企业，在汉服生产

行业已小有名气。其次，曹县服装类电商产业还可以通过打造多元融合的消费场景，将汉服的销售与租赁和出游、摄影、节庆、礼仪等场景深度融合，实现出行通勤、表演拍照、节日活动等全场景应用覆盖。创造好自有品牌之后，在品牌营销层面可以通过实施跨界联动，与博物馆、游戏、热门 IP 以及艺术家开展合作，推出联名系列。最后，曹县作为汉服江北生产地，应带头积极推动汉服行业标准的制定，借助产品创新与场景化营销的双向赋能，提高市场竞争力，推动电商产业向价值链高端迈进。

5. 结论

综上所述，以服装生产为核心的曹县电商产业转型需构建多维度协同的发展路径。在产业发展定位上，应锚定其独特区位优势，将文化元素融入产业发展环节，打造“高、中、低”分级生产策略。在产业链构建方面，在前端强化原材料的技术研发与智能化生产，后端积极进行地区贸易宣传，打造完整的产业链条。在人才培养方面，不仅通过“刚性引才”和“柔性引智”相结合吸引相关技术人才，加强在地人员的专业培养，还应为相关就业人员配套综合性服务空间和软性政策支持。在产业空间布局方面，应集约整合现有生产空间，打造多样化的生产格局，提高空间利用效率。在产品创新方面，应依托大数据识别消费趋势，针对性开发设计产品，同时通过跨界合作提升汉服创新空间。

以上策略的实施，能推动曹县电商产业突破同质化竞争，实现从传统加工业向文化创意、品牌经济的转型升级，通过产业规模集聚带来就业岗位增加，不仅能带动当地居民的非农化就业增收，还能吸引大量技术人才的回流，带动服务设施完善升级，促进城乡要素之间双向流动，使曹县从被动输血，成为主动造血，为乡村振兴注入源源不断的新动力[15]。曹县农村电商以文化赋能激活乡村特色产业资源，推动产业文化深度融合的发展，其转型将为全国农村电商产业高质量发展提供可借鉴、可推广的“曹县样本”，不断彰显其在助力乡村振兴道路上的示范价值与时代意义。

参考文献

- [1] 梅燕, 蒋雨清. 乡村振兴背景下农村电商产业集聚与区域经济协同发展机制——基于产业集群生命周期理论的多案例研究[J]. 中国农村经济, 2020(6): 56-74.
- [2] 郝爱民, 谭家银, 王桂虎. 农村产业融合、数字金融与县域经济韧性[J]. 农村经济, 2023(2): 85-94.
- [3] 陈一明. 数字经济与乡村产业融合发展的机制创新[J]. 农业经济问题, 2021(12): 81-91.
- [4] 张蕴萍, 栾菁. 数字经济赋能乡村振兴: 理论机制、制约因素与推进路径[J]. 改革, 2022(5): 79-89.
- [5] 郝新军, 沈朝阳. 农村电商赋能乡村振兴成效评价与障碍因素分析[J]. 西安财经大学学报, 2022, 35(5): 40-52.
- [6] 陈刚. 商业模式与技术创新双重驱动下的农村电商产业演化分析[J]. 商业经济研究, 2018(15): 76-80.
- [7] 中华人民共和国中央人民政府. 国务院新闻办发布会介绍 2023 年农业农村经济运行情况[EB/OL]. 2024-01-23. https://www.gov.cn/zhengce/202401/content_6927914.htm, 2025-06-16.
- [8] 郭凯凯, 高启杰. 农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J]. 现代经济探讨, 2022(2): 103-111.
- [9] 周清香, 李仙娥. 数字经济与城乡融合发展: 内在机理与实证分析[J]. 统计与决策, 2024, 40(8): 104-109.
- [10] 黄慧敏, 张胜军, 梅荣武. 数字化转型背景下“无废城市”信息化建设思路[J]. 资源节约与环保, 2024(2): 15-18+23.
- [11] 杨丽莎, 杨莉. 淘宝村发展现状、问题与对策研究——基于宁波余姚芦城村的调研分析[J]. 经济论坛, 2016(9): 103-107.
- [12] 白洁. “互联网 + 农业”背景下农村电商转型升级路径探索[J]. 核农学报, 2022, 36(5): 1072-1073.
- [13] 王倩妮. 农村电商赋能下的乡村经济转型升级路径研究[J]. 山西农经, 2025(7): 71-73+152.
- [14] 马慧, 王鹏飞. 电子商务驱动下的淘宝村乡村重构研究[J]. 现代农业科技, 2021(18): 259-262.
- [15] 吴迪. 数字经济背景下农村电商发展困境与对策[J]. 商业经济研究, 2022(5): 101-104.