

新质生产力赋能农村电商高质量发展的内在机理、现实困境与实践路径研究

张 缘

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年8月4日; 录用日期: 2025年8月15日; 发布日期: 2025年9月2日

摘 要

本研究聚焦于新质生产力对农村电商高质量发展的赋能作用, 深入剖析了其内在机理、所面临的现实困境以及可行的实践路径。新质生产力通过信息技术、人工智能、大数据等现代科技驱动农业生产的智能化和精准化, 推动了农业产业链的优化与整合, 提升了农村电商的市场竞争力。尽管如此, 农村电商在发展过程中仍面临基础设施建设滞后、农产品质量标准化不足和电商人才缺乏等困境。为此, 本文提出加强基础设施建设、提升农产品质量标准化、培养电商人才与优化平台运营等实践路径, 旨在解决现有问题, 促进农村电商的可持续发展, 推动农业现代化与乡村振兴战略的顺利实施。

关键词

新质生产力, 农村电商, 农业现代化, 基础设施建设, 电商人才

Research on the Internal Mechanism, Practical Dilemmas, and Pathways of New Productive Forces Empowering High-Quality Development of Rural E-Commerce

Yuan Zhang

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Aug. 4th, 2025; accepted: Aug. 15th, 2025; published: Sep. 2nd, 2025

Abstract

This study explores the internal mechanism, practical dilemmas, and practical paths of new

文章引用: 张缘. 新质生产力赋能农村电商高质量发展的内在机理、现实困境与实践路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 260-267. DOI: 10.12677/ec.2025.1492910

productive forces empowering the high-quality development of rural e-commerce. New productive forces drive the intelligence and precision of agricultural production through modern technologies such as information technology, artificial intelligence, and big data, promoting the optimization and integration of the agricultural industry chain and enhancing the market competitiveness of rural e-commerce. Despite this, rural e-commerce still faces challenges such as lagging infrastructure construction, insufficient standardization of agricultural product quality, and a lack of e-commerce talent in its development process. To address these issues, this paper proposes practical paths such as strengthening infrastructure construction, enhancing the standardization of agricultural product quality, cultivating e-commerce talent, and optimizing platform operations. The aim is to solve existing problems, promote the sustainable development of rural e-commerce, and facilitate the smooth implementation of agricultural modernization and rural revitalization strategies.

Keywords

New Productive Forces, Rural E-Commerce, Agricultural Modernization, Infrastructure Construction, E-Commerce Talents

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. 新质生产力赋能农村电商高质量发展的概述

1.1. 新质生产力与农村电商的含义

新质生产力是基于科技创新的驱动而形成的全新生产力形态，它深刻体现了数字化、智能化、绿色化的现代科技力量[1]。与传统的生产力形态不同，新质生产力不仅关注生产力本身的提升，还强调科技创新对生产模式的重构与产业的深度融合。其核心特质在于，科技创新成为驱动生产力进步的关键主导要素。特别是信息技术、人工智能以及大数据等前沿领域的实践应用，有力地推动了生产方式朝着智能化方向转变，并实现了生产效率的大幅跃升。

新质生产力是随着科技进步而不断演化的，它在各个领域中的体现也越来越广泛，尤其在农业领域，推动了农业生产模式的现代化、绿色化和智能化。新质生产力不仅提升了农业生产的技术水平，还通过数字化手段优化了农业产业链，创造出更加高效、可持续的生产模式。这一新型的生产力形态与传统农业生产模式相比，具有极强的适应性与创新性，是推动农业现代化、促进乡村振兴的关键动力。

农村电商是指通过互联网平台，以电子商务的方式开展的农业及相关产品的销售与流通活动。它作为新兴的商业模式，突破了传统农业生产与市场之间的空间与时间限制，尤其是在信息化、数字化和全球化的背景下，成为农村经济发展的新引擎。农村电商利用电商平台的优势，连接了城市与农村，农民与消费者之间的隔阂被打破，产品的生产和消费更加直接、快捷。

农村电商的核心价值在于通过互联网将农村与外部世界紧密连接起来，不仅为农民提供了更加多元化的销售渠道，还提高了农产品的市场竞争力。农民摆脱了对传统批发市场及中介商的依赖，转而实现与消费者的直接对接。农村电商不仅为农村经济提供了新增长点，也推动了农业产业的升级转型，促进了农民收入的持续增加[2]。

1.2. 新质生产力赋能农村电商高质量发展的内在机理

新质生产力作为推动现代农业与农村经济发展的核心动力，具有科技驱动、智能化转型和绿色发展

的特征。随着信息技术的飞速发展和农业现代化的深入推进,新质生产力赋能农村电商的发展已成为不可忽视的趋势。农村电商通过利用新质生产力的优势,推动了农业生产的数字化、智能化和精准化,优化了农业产业链和市场机制,促进了农村经济的高质量发展。

1.2.1. 新质生产力驱动农业生产方式智能化

新质生产力的核心优势之一是其科技驱动性,尤其在智能化和精准化的推进上,极大提升了农业生产的效率和产品质量。信息技术、物联网以及大数据分析等现代科技手段的全方位、深层次应用,有力地驱动了农业生产方式由传统粗放模式向智能化、精准化方向转变,进而为农村电商实现高质量发展筑牢了坚实根基、提供了强劲支撑。

首先,智能化生产提升农业生产效率。新质生产力通过引入先进的智能化技术,如无人机、传感器、精准灌溉系统等,使得农业生产的各个环节实现了自动化和精细化管理[3]。农民通过这些技术,可以更加精确地管理土地资源、灌溉系统和农作物生长过程,避免了传统农业中资源浪费和管理粗放的问题。这一变化不仅提升了农作物的产量,还降低了生产成本,使得农产品的质量和数量更具市场竞争力。

其次,精准农业推动农产品市场对接。新质生产力通过数据分析、预测技术等工具,使农民能够根据市场需求和消费者的偏好来调整生产计划[4]。这种精准化生产大大减少了供需失衡的现象,避免了生产过剩或短缺,提高了农产品的市场适应性。农村电商借助这些精准农业数据,更好地向市场推送优质产品,实现了农业与市场需求的无缝对接,优化了农业生产和流通的效率。

1.2.2. 新质生产力促进农业产业链的优化与整合

新质生产力不仅优化了农业生产环节,还通过技术创新推动了农业产业链的整合与提升,形成了一个更加高效和协同的农业产业体系。农村电商作为这一过程中的关键环节,促进了农产品的快速流通、精准营销和高效供应,推动了农业产业链的重塑和延伸。

首先,产业链整合优化信息流和资金流。传统农业产业链中,生产与市场之间的信息流动较为滞后,农产品在流通过程中往往受到中间环节的影响,造成价格波动和生产效率低下。新质生产力通过数字技术和平台化管理,使得农业产业链的各个环节实现了数据共享,信息流、资金流、物流和商流更加高效地传递[5]。农村电商平台利用大数据分析和云计算技术,实时监控市场需求、价格波动等信息,从而帮助农民和生产者及时调整生产计划,缩短了农产品从田间到餐桌的时间,提升了流通效率[6]。

再者,积极推动农业产业朝着更高层次升级转型,以此提升农产品在市场中的附加值,增强农业产业的市场竞争力。农村电商不仅优化了农产品的销售渠道,还通过与品牌建设、质量认证、物流创新等环节的结合,促进了农业产业的全面升级。新质生产力赋能下,农村电商平台不再仅仅局限于农产品的销售,而是通过品牌化运作、标准化生产和市场精准定位,提高了农产品的附加值。例如,一些地方特产通过电商平台的推广与销售,借助平台的品牌效应,实现了区域农业产业的提升与经济的多元化发展。

1.2.3. 新质生产力优化精准营销与智能服务模式

新质生产力的另一大优势是它推动了农业电商精准营销和智能服务模式的优化。这些技术和方法的应用使得农村电商不仅能更加精准地满足消费者的需求,还能提供更加便捷的购物体验,从而在市场竞争中占据有利位置。

首先,精准营销对于提升市场竞争力具有至关重要的作用。新质生产力凭借大数据和人工智能技术所具备的强大信息处理与分析能力,能够对消费者的购买行为、兴趣爱好以及消费习惯进行全面、精准且深入地剖析。农村电商平台通过整合并运用这些数据分析所获取的关键信息,能够依据消费者的个性化需求,为其提供高度定制化的农产品推荐服务,从而有效提高农产品的销售转化率。从宏观层面来看,这种精准营销模式有助于优化农产品供应链管理,减少因信息不对称或需求预测不准确而导致的过剩库

存问题,降低资源浪费。同时,个性化的推荐服务能够更好地满足消费者的需求,提升其购物满意度和忠诚度,进而从微观和宏观两个维度共同提高市场的整体效益。

其次,智能化服务提升消费者体验。农村电商不仅依靠精准营销提升销售,还通过智能化的客户服务增强消费者的购买满意度。平台可以通过智能客服、机器人问答等方式,实时解答消费者的问题,提供 24 小时的服务保障。同时,通过智能推荐系统,平台能够根据用户的购买记录和搜索习惯推荐最符合需求的产品,提升了购物的便捷性和个性化水平[7]。此外,智能化的物流管理和实时配送跟踪系统,确保了消费者能够及时收到高质量的农产品,进一步增强了其对平台的信任和忠诚度。

最后,提升社会效益促进农村经济发展。新质生产力通过优化电商服务模式,不仅提高了农民的收入,还推动了农村地区的经济发展[8]。通过电商平台的培训和创业支持,农民不仅学会了如何在线销售,还提升了他们的市场竞争力和自我发展能力。尤其是在贫困地区,电商平台为农民提供了全新的致富渠道,帮助更多农民脱贫致富,促进了社会经济的良性循环。

2. 新质生产力赋能农村电商高质量发展的现实困境

尽管新质生产力为农村电商的高质量发展提供了丰富的技术支撑和市场动力,但在实际应用过程中,农村电商仍面临诸多现实困境。这些困境在农村电商发展进程中扮演着阻碍性角色,不仅对农村电商的发展速率形成制约,导致其难以在既定时间内达成预期发展目标,还对其可持续发展能力产生削弱作用,影响农村电商在长期发展过程中的稳定性和连续性。主要困境可从基础设施建设滞后、农产品质量标准化不足和电商人才缺乏三个方面进行分析。

2.1. 基础设施建设滞后制约农村电商发展

农村电商的基础设施建设滞后是当前面临的最为突出的问题之一。虽然近年来随着互联网的普及,部分农村地区的网络基础设施得到改善,但整体水平仍无法与城市和发达地区相比,中国互联网发展报告(2025)指出,农村互联网普及率仅达 67.4%,特别是在偏远农村,网络覆盖率低、网络质量差依然是制约电商发展的瓶颈。

首先,网络连接不稳定,信息流通受限。在一些偏远地区,网络信号差,互联网速度慢,导致农民无法及时获取市场信息,影响其参与电商平台的积极性。此外,网络的低质量也影响了电商平台的正常运行,无法保障农产品的信息传递和订单处理效率,降低了消费者的购物体验。

其次,物流配送体系不健全,供应链难以保障。农村电商的物流配送体系普遍薄弱,尤其是在乡村地区,缺乏完善的物流网络和冷链配送设施,导致农产品无法及时且安全地送达消费者手中。对于生鲜农产品来说,缺乏高效的物流体系尤为致命,物流滞后往往会导致产品质量下降,从而影响消费者的购买决策和电商平台的信誉。

2.2. 农产品质量标准化不足,品牌建设滞后

农产品的质量与标准化问题一直是制约农村电商高质量发展的关键因素[9]。尽管农业生产的技术水平不断提升,但农产品的质量参差不齐,缺乏统一的标准和认证体系,这使得农民在市场中面临激烈的价格竞争,并且难以树立稳定的品牌形象。

首先,农产品质量难以统一与监管。由于地区差异、自然条件和生产方式的多样性,农产品的质量难以保证统一,尤其是在小规模农户和分散生产模式下,缺乏系统的质量检测和标准化生产流程。根据农业农村部的调查,我国小规模农户占比超过 80%,这些农户生产技术和管理水平参差不齐,导致农产品质量波动较大。这种质量波动影响了消费者的购买信心,尤其是在互联网平台上,消费者无法直接了解农产品的生产过程,导致对质量的担忧和不信任。即使有些农民通过电商平台出售产品,仍然无法在

市场中取得竞争优势。

其次，品牌建设滞后，缺乏市场认知。品牌是提升农产品附加值和市场竞争力的重要因素，但由于农村电商的发展时间较短，许多地方性农产品缺乏有效的品牌建设和推广[10]。在传统的农业生产中，农民更多依赖本地市场和传统销售渠道，缺少品牌意识和市场定位。在电商平台的激烈竞争中，农产品普遍缺乏具有显著影响力和强大市场号召力的品牌效应，这使得它们在众多商品中难以崭露头角、吸引消费者的关注。即使在平台上积累了一定的销售量，农民也未必能建立起自己的品牌形象，导致长期以来在市场中处于低竞争力状态。

2.3. 电商人才缺乏，运营能力不足

电商人才的匮乏是农村电商面临的另一大现实困境。尽管电商行业在农村地区逐步发展，但缺乏具备电商平台运营、市场分析、数据管理和品牌营销等专业技能的人才，制约了电商平台的长期运营和可持续发展。

首先，电商从业人员专业化水平低。许多农民和地方电商从业者仅具备基础的销售技能，缺乏现代电商运营所必需的系统知识和技能，如数据分析、精准营销和物流管理等。鉴于农村地区教育资源分布呈现相对薄弱的态势，当前，活跃于电商领域的大多数从业人员普遍缺乏系统性的专业电商培训经历。这一现状致使他们在电商平台功能运用方面存在显著不足，难以熟练驾驭平台提供的多样化工具与模块；同时，面对瞬息万变的市场动态，也缺乏基于数据分析与市场洞察及时优化、调整销售策略的专业能力。因此，很多农村电商平台往往处于运营和管理的低效状态，难以实现长期增长。

其次，电商平台的运营管理缺乏系统性。与大城市电商平台相比，农村电商平台的运营模式相对单一和粗放，缺乏成熟的运营体系和管理经验。许多农村电商平台依赖于经验性管理，而不是系统化、数据化的管理。这使得平台在面对市场竞争和消费者需求变化时，往往缺乏应对的灵活性和策略性，难以保持平台的活跃度和可持续发展。平台运营者不仅需要了解电商规则，还需要具备对农业生产、农村市场和消费者行为的深刻理解，这对农村电商的发展提出了更高的要求。

新质生产力赋能农村电商高质量发展面临的现实困境，不仅包括基础设施建设滞后、农产品质量标准化不足，还包括电商人才的缺乏和平台运营能力的不足[11]。要解决这些问题，推动农村电商持续健康发展，需要从政策支持、技术创新、人才培养等多个层面共同努力。只有通过克服这些困境，农村电商才能实现更高质量的升级，真正成为推动农业现代化和农村经济高质量发展的重要力量。

3. 新质生产力赋能农村电商高质量发展的实践路径

3.1. 加强基础设施建设，推动农村电商的普及与升级

基础设施建设滞后是当前农村电商发展中的重要瓶颈，特别是在偏远农村地区，网络覆盖不全、物流配送能力不足等问题制约了农村电商的发展。为了推动农村电商的高质量发展，首先必须在基础设施建设方面采取一系列具体的措施。

3.1.1. 加大网络基础设施投资

从促进农村数字化融合与均衡发展的视角出发，政府与社会资本有必要加大在农村地区互联网基础设施建设方面的投入。鉴于偏远农村地区在互联网接入方面存在的显著短板，应将该区域作为重点投入对象，通过完善基础设施布局，保障农村地区能够获得稳定、持续的互联网接入服务，进而为农村地区的经济、社会数字化转型提供有力支撑。这一过程中，国家应通过政策引导和财政补贴，加速宽带网络建设，降低电信企业在农村地区投资的成本。通过政府与企业的合作，可以实现网络基础设施的升级，为农村电商的普及奠定坚实的技术基础。

3.1.2. 完善农村物流配送体系

物流配送是影响农产品电商销售效果的关键因素，尤其是在农村地区，由于基础设施建设不完善，农产品的流通效率低下，常常导致质量下降、配送延误等问题[12]。解决这一问题需要加快农村物流网络的建设，特别是冷链物流体系的搭建，确保生鲜农产品能够以最短时间、最优质的状态到达消费者手中。此外，鼓励各大电商平台与地方政府合作，利用乡镇的物流资源，建立更为完善的配送体系，提升农村物流的覆盖率和服务质量。

3.1.3. 推动电商平台与地方政府的协同合作

地方政府可以利用其资源优势，联合电商平台共同开发适合本地特色农产品的电商模式，推动地方电商平台的建设。例如，可以为农民提供线上售卖的场地、技术支持、市场分析等服务，使其能够更快地适应和融入电商生态圈。此外，政府还可以为农民提供物流、仓储、资金等多方面的支持，从而提升农民的电商参与度，促进农村电商的长期发展。

3.2. 提升农产品质量与标准化水平，打造品牌化农产品

农产品质量问题和标准化生产水平低是农村电商发展的另一个重要瓶颈。由于生产方式的多样性和地方差异性，农产品的质量参差不齐，难以满足市场对高品质产品的需求[13]。因此，提升农产品质量与标准化水平，不仅能增强农产品的市场竞争力，还能提高消费者对电商平台的信任度。以下是几个关键的实践路径。

3.2.1. 建立农产品质量标准化体系

国家和行业协会应联合制定统一的农产品质量标准，特别是对于地方特色产品，应结合现代农业技术和消费趋势，逐步建立标准化的生产规范。例如，针对大宗农产品(如大米、蔬菜、水果等)，应出台具体的种植、采摘、包装等方面的标准，并进行严格监管，确保农产品质量的稳定性。地方政府可以引导农民和农业合作社在种植、生产等环节遵循统一的标准，使农产品在质量上能够达到一致性，增强市场竞争力。

3.2.2. 推动绿色生产和环保技术的应用

随着消费者对绿色、环保产品的需求增加，农村电商应积极推动绿色农业的发展，鼓励农民采用环保生产技术，如有机农业、生态农业等。这不仅能提升农产品的品质，还能在市场中形成独特的竞争优势。国家可以通过政策引导，鼓励农民参与有机农业认证等项目，推广绿色生产理念，建立农产品绿色认证体系。此外，农民也可以借助新质生产力中的智能化技术，减少农药和化肥的使用量，提升农产品的绿色、无污染特性[14]。

3.2.3. 加强品牌建设和市场推广

品牌是农产品提升附加值的关键。农村电商平台应借助大数据、云计算等新技术，帮助农民进行品牌化经营和市场推广。通过电商平台的线上推广，农民可以更好地展示自家的特色农产品，扩大品牌影响力。政府和电商平台可联合举办农产品品牌评选活动，树立优秀品牌的示范效应，促进农产品品牌化发展。同时，农民应树立品牌意识，通过统一包装、宣传推广、市场定位等手段，逐步在市场上建立起可靠的品牌形象，提高农产品的市场竞争力。

3.3. 培养电商人才与优化平台运营，提升农村电商运营能力

当前，电商专业人才的短缺已然成为制约农村电商进一步发展的关键瓶颈与突出困境，在很大程度上阻碍了农村电商产业向更高层次、更广领域拓展的步伐。缺乏专业人才的支撑，导致农村电商平台的

运营效率低下,难以与大城市电商平台竞争[15]。为了克服这一困境,必须从电商人才培养与平台运营优化入手,提升农村电商的整体运营能力。

3.3.1. 加大电商人才培养力度

政府应推动更多的电商培训项目,尤其是在农村地区,开展面向农民和农村电商从业者的技能培训。通过开展线上与线下相结合的培训课程,提升农民对电商平台操作、产品营销、客户服务、数据分析等方面的能力。高等院校和职业培训机构可以结合农村电商的发展需求,开设相关课程和实践项目,培养一批既懂农业生产又懂电商运营的人才。此外,电商平台可以与地方政府合作,为农民提供更多的就业机会,吸引专业人才进入农村电商行业。

3.3.2. 优化电商平台运营模式

电商平台不仅需要为农民提供产品销售的场地,还应优化平台的运营模式,为农民提供全方位的服务,包括市场调研、物流支持、数据分析等。平台应结合市场需求,推出个性化的服务方案,帮助农民提高产品的曝光率和市场竞争力。同时,电商平台也应加强与物流、支付、客服等各环节的深度合作,确保供应链的顺畅和服务质量的提升。

3.3.3. 推动电商平台的创新与技术升级

农村电商平台需主动引入人工智能、大数据、区块链等前沿技术,以此提升平台智能化水准。借助智能推荐、精准营销等方式,平台可更精准契合消费者需求,进而提高销售转化率。同时,平台还应加强数据分析和市场预测功能,帮助农民根据市场需求调整生产计划,从而避免过剩生产和市场脱节现象的发生[16]。凭借持续的技术创新以及对平台运营模式的深度优化,农村电商能够突破传统发展桎梏,在当下激烈的市场竞争格局中崭露头角、脱颖而出。

通过加强基础设施建设、提升农产品质量与标准化、培养电商人才与优化平台运营等实践路径,农村电商能够有效解决当前所面临的困境,推动其向高质量、高效能的方向发展[17]。这些路径的实施,既推动农业现代化进程,又加速乡村振兴战略落地。随着新质生产力发展,农村电商将成为农村经济转型升级的关键支撑,助力农业和农村经济可持续发展。

4. 结论

新质生产力的崛起为农村电商的高质量发展提供了前所未有的机遇,推动了农业生产、流通和消费模式的深刻变革。通过智能化、数字化技术的深度应用,农村电商不仅能够提升农产品的生产效率,还能在市场中实现精准对接,推动农业产业链的延伸与升级[18]。这一进程不仅促进了农民增收,也为乡村振兴提供了强有力的支撑。

然而,要充分释放新质生产力赋能农村电商的潜力,仍需克服基础设施、农产品质量与标准化、电商人才等方面的现实困境。只有通过多方努力,加快基础设施建设、加强质量标准化建设、提升电商人才培养和平台运营能力,才能真正实现农村电商的高质量发展。展望未来,在技术持续革新突破、应用深度不断拓展的强劲驱动下,农村电商必将以磅礴之势崛起,成为推动农业现代化进程加速、助力乡村振兴战略全面落地的核心引擎,引领农村经济迈向繁荣昌盛、可持续发展的崭新征程。

基金项目

江苏大学第 24 批大学生科研课题资助项目(编号: 24C131)。

参考文献

- [1] 周文, 许凌云. 论新质生产力: 内涵特征与重要着力点[J]. 改革, 2023(10): 1-13.

-
- [2] 沈城. 培育农村电商产业发展新动能[J]. 村委主任, 2024(11): 74-76.
- [3] 何秉桦. 智能化农业机械与精准农业发展研究[J]. 河北农机, 2024(2): 24-26.
- [4] 王莉. 新质生产力在乡村经济发展中的作用与挑战[J]. 陕西农业科学, 2024, 70(9): 84-87+92.
- [5] 王瑜聪, 刘华初. 论新质生产力的理论内涵、现实功能及其发展路径[J]. 晋阳学刊, 2024(2): 65-70.
- [6] 李海燕. 农业电子商务与农村经济发展的耦合[J]. 棉花学报, 2024, 36(4): 358.
- [7] 屈晓宇, 陈晨, 曹鑫鑫. 移动互联网视角下的跨境电子商务研究[J]. 全国流通经济, 2024(4): 25-28.
- [8] 桑业明, 孙盈. 新质生产力赋能乡村产业振兴的内在机理、现实瓶颈与实现路径探析[J]. 改革与开放, 2024(14): 1-7.
- [9] 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.
- [10] 皇甫晨洁. 农产品品牌营销与农村电商的协同发展研究[J]. 农村经济与科技, 2023, 34(24): 255-257+251.
- [11] 张维嘉. 数字新质生产力赋能乡村三产融合发展的现实境遇与优化路径[J]. 当代农村财经, 2024(11): 22-26.
- [12] 列柏洪. 乡村振兴战略下农村电商与农产品物流协同发展模式与策略研究[J]. 北京印刷学院学报, 2019, 27(4): 63-65+72.
- [13] 姜福吉. 乡村振兴战略背景下特色农产品品牌建设路径研究——以宝口镇为例[J]. 上海包装, 2024(5): 118-120.
- [14] 周海波, 苏小波, 付江凡. 生态经济背景下推广绿色农业种植技术的意义与实践路径[J]. 世界农业, 2018(12): 226-230.
- [15] 荣飞, 刘红霞, 张成果. 新常态下池州市电子商务发展现状及对策研究[J]. 池州学院学报, 2018, 32(2): 73-75.
- [16] 刘慧子. 农产品借电商平台“走四方”[J]. 村委主任, 2024(8): 100-102.
- [17] 孙晓飞. 数字乡村战略背景下乡村电商经济发展路径研究[J]. 商场现代化, 2024(9): 47-49.
- [18] 王雨青. 数字经济时代农村电子商务发展现状与建议[J]. 中国商论, 2021(20): 71-73.