

# 电商赋能产业振兴的现实困境与路径研究 ——以天水樱桃产业为例

蒋瑞佳, 赵 华\*

甘肃农业大学马克思主义学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年8月18日; 录用日期: 2025年8月27日; 发布日期: 2025年9月17日

## 摘 要

甘肃天水地理条件得天独厚, 特色樱桃产业近年来不断向前发展。天水樱桃色泽艳丽、口感鲜甜、果实饱满, 是甘肃省极具发展潜力的特色农产品。产业振兴是乡村振兴战略的核心引擎与物质基础, 随着新兴科技的蓬勃发展, 各地产业借助电商平台拓展市场、提升品牌、推动特色产品开发, 已成为推动乡村振兴的必由之路。然而, 电商赋能对于产业振兴的推进还处于不断探索和发展的阶段, 我们仍面临一系列亟待解决的困境。本文以天水樱桃产业为例, 深入探究电商在助力产业振兴开发过程中所面临的现实问题, 并提出针对性的实践路径, 旨在促进区域特色产业发展, 助力乡村振兴。

## 关键词

电子商务, 产业振兴, 天水樱桃

# Research on the Practical Dilemma and Path of E-Commerce Empowering Industrial Revitalization

## —Taking the Tianshui Cherry Industry as an Example

Ruijia Jiang, Hua Zhao\*

Marxist College of Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Aug. 18<sup>th</sup>, 2025; accepted: Aug. 27<sup>th</sup>, 2025; published: Sep. 17<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

In recent years, Tianshui, Gansu Province, with its unique geographical conditions, has made the

\*通讯作者。

文章引用: 蒋瑞佳, 赵华. 电商赋能产业振兴的现实困境与路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 1600-1608.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1493082

cherry characteristic industry continue to develop. Tianshui cherries are bright in color, sweet in taste and full of fruit, and are characteristic agricultural products with great development potential in Gansu Province. With the vigorous development of emerging technologies, industries in various places have become the only way to promote rural revitalization with the help of e-commerce platforms to expand markets, enhance brands, and promote the development of characteristic products. However, the empowerment of e-commerce is still in the stage of continuous exploration and development for the promotion of industrial revitalization, and we are still facing a series of dilemmas that need to be solved urgently. This paper takes the Tianshui cherry industry as an example to deeply explore the practical problems faced by e-commerce in the process of helping industrial revitalization and development, and proposes targeted practical paths to promote the development of regional characteristic industries and help rural revitalization.

## Keywords

E-Commerce, Industrial Revitalization, Tianshui Cherries

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

在深入推进乡村振兴战略的宏观背景下, 产业振兴是农民增收致富, 走向共同富裕的必由之路。2022年12月中央农村工作会议上, 习近平总书记强调了全面推进乡村振兴、加快建设农业强国, 是党中央着眼全面建成社会主义现代化强国作出的战略部署[1]。电商平台作为一种新兴的赋能工具, 通过重构产业链、激活内生动力, 驱动区域特色产业提质增效与可持续发展, 是推动乡村产业振兴的重要手段。

对于电商赋能产业振兴的研究, 当前学术界已从多个层面进行了深入探讨。在产业融合层面, 王萧航(2024)指出电商产业融合发展可以改善农村地区产业结构单一的问题, 推动农民进行更加规范的生产以及催生配套产业集群的发展[2]。然而, 王萧航(2024)更侧重于产业融合的整体作用, 缺乏实际的应用案例作为支撑。在数字经济层面, 聂召英等(2021)认为农村电商将“小农户”与“大市场”有效链接, 解决了传统农业在商品流通过程中的“卖难”问题[3]。罗春燕(2024)以广西为例, 针对广西农村电商发展问题, 探讨了地方政府促进农村产业的现实路径[4]。然而, 他们的研究更加着重于政府实践路径, 旨在分析如何发挥政府的治理作用, 为农村电商的持续发展提供有效的公共服务, 而忽视了多元主体相协同的作用。在价值链层面, 刘娜等(2025)指出数字技术能够帮助乡村产业摆脱价值链末端[5], 虽指出数字技术在摆脱价值链末端的作用, 却没有明确探究实践路径。综上所述, 当前学术界已对电商赋能产业振兴进行了多方面的深度探究, 这为本文的研究奠定了坚实的理论基础。既有研究虽取得进展, 却也存在局限。

价值链理论为理解电子商务如何重塑产业格局与推动振兴提供了极为有力的分析工具。电子商务并非一个简单的销售终端, 而是一整套能够分解、重构、优化并赋能传统产业全过程的现代化系统。它将传统的价值链解构为众多专业化节点构成的、网状协同的价值系统, 从而为产业振兴开辟了通过数字化提升各环节附加值的新路径。现有研究对价值链理论的实证解析不足, 尤其缺乏地理标志农产品的微观案例支撑。本研究将价值链重构作为轴心, 融合产业融合与数字经济理论, 以天水樱桃产业为例, 实证解析电商赋能产业振兴所面临的现实困境, 探索区域适配路径, 弥补现有文献对此方面的系统性解构缺失, 同时为地理标志产品突破共性瓶颈提供兼具理论深度与实践效度的参考。

## 2. 案例来源与研究方法

本研究选取甘肃天水樱桃产业作为案例, 其典型性与数据可及性是关键考量。天水凭借独特气候条件成为我国西北重要的优质大樱桃产区, 近年来在政府大力推动下电商发展态势迅猛, 且具有详实的政府统计、电商平台数据、物流企业报告和产业调研资料, 使其成为观察电商赋能特色农产品产业升级的理想样本。

为深入了解天水樱桃产业在电商背景下的发展现状, 本研究采用问卷调查法, 面向天水市主要樱桃种植区的果农开展调研。问卷发放采用多阶段随机抽样与便利抽样相结合的方式, 以各乡镇农业农村部门提供的果农名录作为初始抽样框, 结合实地调研的可及性, 最终共发放问卷 200 份, 回收有效问卷 169 份, 有效回收率为 84.5%。问卷内容涵盖了种植规模、种植年限、参与电商销售的情况以及销售渠道、物流使用情况、遇到的困难和对未来支持的期望等多个维度。尽管样本量有限, 在一定程度上可能影响推断总体时的代表性, 但通过对现有问卷数据的分析, 仍可为理解当地樱桃产业的电商化发展现状提供有价值的参考, 并为后续提出应对策略、帮助果农提升销售效益奠定实证基础。

## 3. 电商赋能天水樱桃产业发展现状

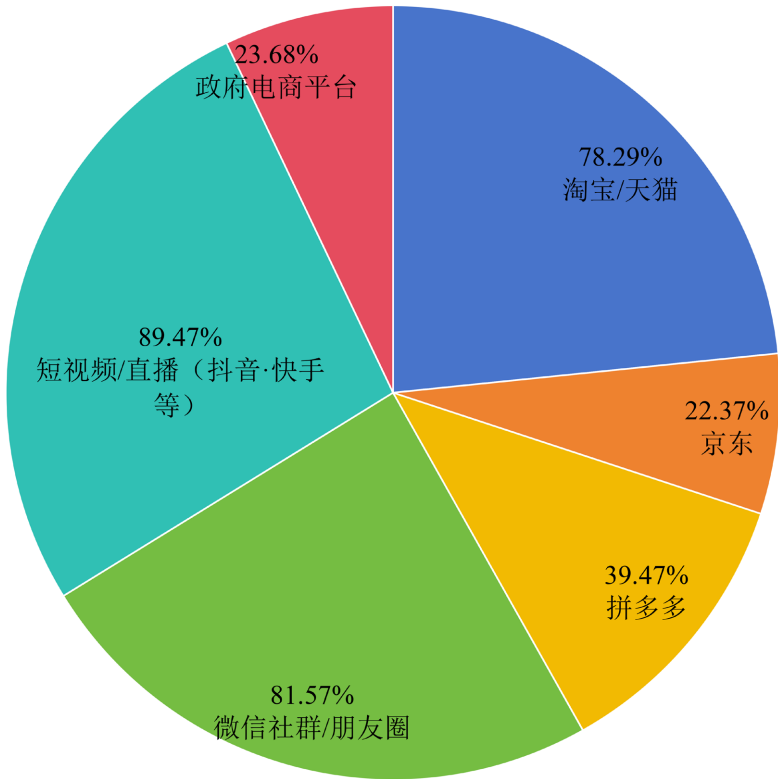
### 3.1. 知名度逐渐提升, 销售渠道畅通

天水凭借独特的地理位置和适宜的气候条件孕育出种类繁多的樱桃品种, 且从 5 月中旬到 6 月中旬, 有近一个月的上市时间, 极大地丰富了市场供应。但在以往, 由于长期的地域壁垒和信息偏差, 产品的知名度与市场的认知度普遍较低, 因此主要依赖本地居民购买以及周边线下市场批发, 销售渠道单一, 果农收益十分不稳定。近年来, 电商极大地拓展了天水樱桃的市场边界, 调查问卷显示截至 2025 年八月, 有 89.94% 的果农参与了电商销售, 且有一半的果农表示电商销售占总产量的比例的 40% 到 60%。电商的普及, 打响了天水樱桃的知名度, 拓宽了销售渠道, 更是带动当地果农增收致富。目前, 天水地区积极拓展电商平台, 吸引更多人购买, 为樱桃销售提供了丰富的流量入口和触达方式(见图 1), 其中短视频/直播(89.47%)与微信社群(81.57%)成为主流渠道, 反映出电商对农产品销售的强渗透力。据天水市人民政府统计数据显示, 2025 上半年, 机关干部累计开展直播 100 余场, 在樱桃种植基地等地方搭建直播场所, 创新“展销 + 体验 + 直播”模式。制作 170 多条原创视频, 在文旅活动中推广农特产品, 同时带动了旅游业的发展, 成功开辟数字助农新路径[6]。

### 3.2. 冷链物流成熟并大范围普及

近年来, 中央一号文件对“快递进村”这件民生实事持续部署和推动。2022 年中央一号文件提出实施“快递进村”工程, 2023 年中央一号文件强调加快完善县乡村电子商务和快递物流配送体系, 2024 年中央一号文件要求健全县乡村物流配送体系, 今年中央一号文件强调深化快递进村、加强村级寄递物流综合服务站建设[7]。在过去, 由于受到运输限制, 天水樱桃的运输距离长期局限在省内及邻近省份, 果农时常因为生鲜时限而承担高昂的损耗。现今, 天水樱桃产业联合顺丰、京东等物流企业开通了“樱桃专线”, 清晨采摘的樱桃经过分拣包装后, 通过午间的航班发往全国核心城市, 或通过 GPS 温控冷藏车经高速路网 12 小时内直达周边省份, 全程温度波动严格控制在 0℃~4℃区间, 确保全国多地消费者能在 48 小时内收到新鲜果实。在 169 份有效调查问卷中, 97% 的果农有使用到冷链发货。据秦州区人民政府统计数据显示, 天水市秦州区建成 15.8 万吨冷库, 配备 4500 吨低温库和新能源冷藏车, 错峰销售使樱桃溢价率提升 30% [8]。据中华人民共和国农业农村部调查数据显示, 天水累计建成冷链物流设施 3468 个, 实现储藏能力 114 万吨[9]。冷链物流体系的成熟与普及已成为电商赋能下天水樱桃产业发展的核心

天水果农的电商销售渠道



数据来源：根据有效调查问卷数据整理而来。

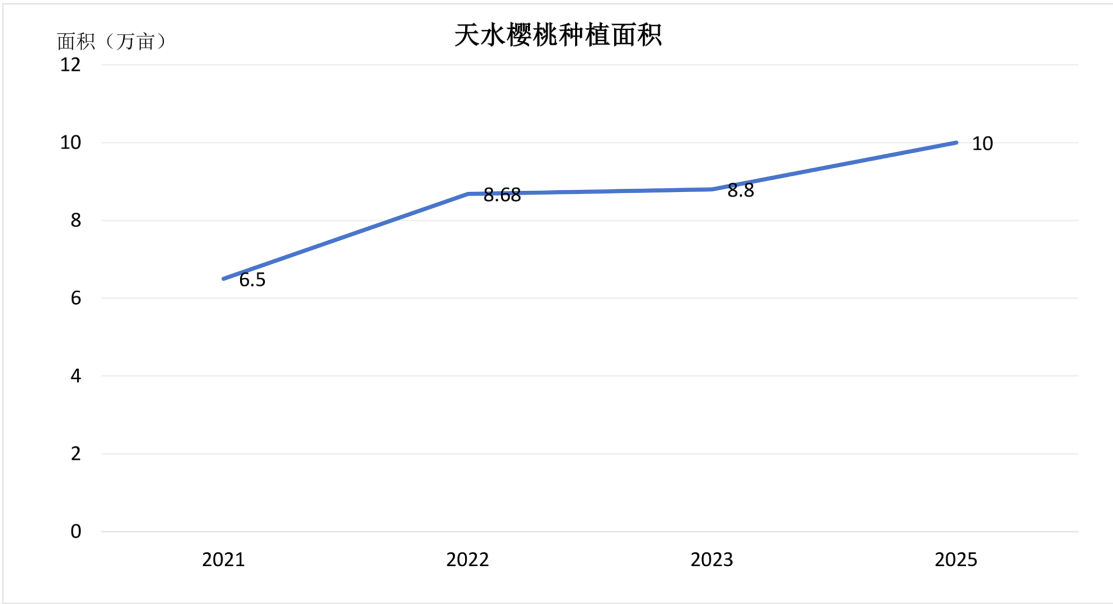
Figure 1. E-commerce sales channel map of fruit farmers in Tianshui  
图 1. 天水果农的电商销售渠道

支柱，彻底解决了高损耗、难运输的难题，为天水樱桃产业的高质量发展奠定了坚实基础。

3.3. 种植与培育技术不断提升

价值链的重构使得樱桃产业更加注重产品上游的品质升级。为了适应电商销售和长途物流，樱桃产业必须在生产端进行变革，这进一步推动了当地樱桃种植技术的持续升级，并带动了产业转型，天水樱桃的种植面积也呈现逐年增长态势(见图 2)。据问卷调查显示，37%的果农种植面积有 5~10 亩，26%的果农种植面积远超 20 亩。在种植方面，果农们十分注重土壤改良，通过增施有机肥增加土壤肥力以此为樱桃树的生长提供良好的土壤环境。同时精准控制土壤中氮、磷、钾及微量元素的施用量，既保证了樱桃树生长所需养分，又避免了肥料浪费和环境污染。其次，在水分管理上，当地不断推广应用滴灌、微喷灌等节水灌溉技术，根据土壤情况和樱桃树生长需水规律，精确控制灌水量。此外，设施栽培技术也在天水樱桃产业中发展迅速，成为提升樱桃品质和经济效益的重要媒介。例如，在日光温室栽培中，通过调节温室的温度、湿度、光照等环境条件，实现樱桃树的反季节生产。与此同时，天水地区还建立了完善的病虫害监测预警体系，利用现代信息技术，如物联网、大数据等，实时监测果树的病虫害情况，及时发布预警信息，为果农防治病虫害提供科学依据和技术支持。

综上所述，价值链对天水樱桃产业的影响是整体且系统的。电商平台重构了樱桃产业的价值链，并在生产、营销、物流等每一个环节上都创造了新的价值增值点，最终推动天水樱桃产业从传统的农业生产迈向现代化的数字农业。



数据来源：根据甘肃省农业农村厅、甘肃省统计局发布的数据整理而来。

**Figure 2.** Cherry planting area in Tianshui City from 2021 to 2025 (data for 2024 is not yet available)

**图 2.** 天水市 2021~2025 樱桃种植面积(2024 年数据暂未公开)

#### 4. 电商赋能产业振兴的现实困境

产业振兴是乡村振兴的重中之重，电商平台的赋能通过重构价值链缩短了生产端与消费端的距离，极大地促进了产业振兴的步伐。然而，现今电商平台还处于不断发展探索的状态，因此在推动产业振兴的过程中不可避免地存在一些亟待解决的现实问题。

##### 4.1. 基础设施有待完善

完备的数字基础设施是推动电商赋能产业振兴的首要前提。然而，目前多数农村的数字基础设施建设还较为落后，在许多偏远及经济欠发达地区，宽带网络覆盖不足速度缓慢，且人口分散，电商平台的发展缺乏集中性与持续性，部分地区网络覆盖不均匀，严重制约了区域特色产品产业的推广与运营。以天水樱桃产业为例，调查问卷有效数据显示有 57.24%的当地果农期望能够得到基础设施的支持。此外，《中国数字乡村发展报告(2024 年)》指出数字乡村不是智慧城市在农村地区的简单复制，要明确乡村的实际功能与核心需求。乡村数字鸿沟不仅仅体现在网络覆盖率上，更表现在终端设备的普及率和使用技能上。许多农户缺乏与电商发展对应的智能手机或电脑设备，有 41.18%的农户表示没有参与电商销售的具体原因因为不懂得操作智能设备。即使部分农户拥有设备或有意参与电商平台带货，但对电商平台操作、在线支付、信息发布等技能掌握不足，67%的地方果农并未参与过专业技能的培训，使得他们难以有效参与电商活动，阻碍了产业振兴的数字化进程。因此，区域特色产品的开发与发展离不开数字化技术的蓬勃发展与基础设施的完备建设。

##### 4.2. 产品标准仍需提升

产品质量也是产业发展不可忽视的要素。由于缺乏有效的监管机制、农户认知不足、分级设备成本高、收购商压价导致混级等因素的影响，部分乡村区域特色产品在生产和销售过程中缺乏统一的产品标准与流程，导致产品的种类与质量参差不齐，产品在外观、色泽、口感上都存在很大差异。这种源头上

的混乱,很可能在整个供应链中被放大,最终导致消费者的信任和产业声誉下降。此外,由于农户对市场需求缺乏深刻的理解,在包装与运输环节中,为了降低成本,使用简陋的、不规范的包装(如泡沫箱厚度不足、冰袋数量或质量不达标、缺乏有效缓冲填充物),导致本就不易运输的农产品在长途运输中因挤压、温度的上升等因素而腐烂、破损。这可能会造成巨大的经济损耗,也意味着消费者最终收到的产品往往与电商平台上精心拍摄、筛选的展示图片大相径庭,导致消费预期与实物体验产生偏差。消费者通过电商平台满怀期待下单,收到的却可能是腐烂、软化、色泽暗淡、个头缩水的产品,体验落差巨大,投诉频频发生,也会极大地降低人们对当地的印象,影响旅游业等其他产业。因此,地方在推动产业振兴的过程中不可忽视产品标准这一关键要素。

### 4.3. 区域品牌建设滞后

作为驱动区域特色产业振兴的重要引擎,电商平台效能的充分发挥常常受制于一个关键短板:区域品牌建设的严重滞后,这一困境深刻影响着产业的可持续发展。这一短板主要体现在品牌意识与品牌培育、推广方面。

在品牌意识方面,一些地方政府、行业协会或是生产农户普遍缺乏长远的品牌战略眼光,即品牌意识薄弱或者缺乏品牌意识。比起品牌价值与市场竞争优势,他们更注重短期利益,认为只要将产品生产出来卖到一个好价钱就是最佳选择,没有整体声誉意识,这使得大众只知道当地有特色产品但对地方品牌却知之甚少。品牌建设缺乏系统性规划和持续投入,处于自发、零散甚至无序的状态,直接动摇了产业信誉的根基。

在品牌培育与推广方面,无论是品牌的基础建设还是市场推广都需要当地产业持续且大量的资金和专业化人才的投入。然而,与城市中的大型企业相比,独立农户生产者或小型经营者无力承担较大的资金与人才投入。因此,品牌的培育和影响力传播有限,难以吸引全国更多消费者的关注。此外,在信息爆炸的电商时代,乡村产业缺乏持续、有效、创新的品牌传播是区域品牌难以“出圈”的关键阻碍。农村电商在营销方式上存在单一和落后的问题,很多经营者依然依赖传统的销售模式,缺乏对数字化工具的运用,如搜索引擎优化(SEO)、社交媒体营销(SMM)和大数据分析等,直接限制了其品牌推广的效率和效果[10]。以天水为例,调查问卷有效数据显示有20%的果农认为传统销售模式已经能够满足他们的需求,因此不愿再去接触电商平台。进一步探究,许多地区未能充分挖掘和讲述品牌背后的独特地域文化、历史传承、匠心工艺或生态价值等深层故事,抓住与消费者建立情感连接和文化共鸣,打造与旅游业等产业一脉相承的价值链,带动当地各类产业融合发展的机遇。因此,品牌的打造与传播是当代农村产业高质量发展的必要因素。

### 4.4. 专业人才匮乏与流失

在乡村振兴背景下,推动区域特色产品的开发与发展,专业人才也是一个重要的助推因素。农村电商发展涉及农业、销售和数字技术等多个专业领域,对人才遴选提出了更高标准[11]。然而,当前广大农村地区,尤其是以特色产品为核心产业的地区,正面临着专业人才匮乏与持续流失的双重困境。

作为田间地头与消费者的链接者,产业人员不仅要懂农业,会经营,更要精通数字工具和平台运营。然而,目前在农村地区现有的劳动力构成比例中,中老年人口占比较高,他们更加熟悉传统生产与销售模式,但对于智能手机的操作、电商平台的规则、在线支付、数据分析等新兴数字化技术感到陌生甚至畏惧,不愿转变观念去接触。具备较高文化知识和学习能力的青壮年群体,本应该是弥补这一短板的主力军,却大量流失,去城市中寻求更多的就业机会和更高的收入。相比于机会众多的城市地区,农村地区的薪资、医疗、住房、教育等条件较为落后,难以满足青年人才对职业发展和生活品质的综合性预期,

且乡村产业对于青年人才的引进并不是非常重视,这直接导致了两个严重的后果:一方面,乡村本土培养的优秀青年人才大量流向城市,另一方面,外部高素质人才的引进更是困难,形成了“引不来、留不住”的恶性循环。即便有部分青年愿意并选择留在家乡,他们也常常面临尴尬的境地。因为他们更加熟悉互联网的应用和新媒体的便利,却对特色农产品的种植养殖技术、品质把控以及蕴含的地域文化价值缺乏深入的认知和实践经验。

## 5. 电商赋能产业振兴的路径

### 5.1. 完善基础设施建设

完善农村基础设施建设是推动产业振兴的重要基石。习近平总书记指出,“相比城市,农村互联网基础设施建设是我们的短板。”<sup>[12]</sup>针对这一困境,首要任务是强力推进农村数字基础设施的全面建设与升级。对此,地方政府应加大资金投入,从加速农村网络基建升级入手,为当地农户与经营者普及光纤与5G网络,赋能电商企业高效运作。此外,当地政府需支持为低收入农户提供智能终端购置补贴或设备租赁服务,以便降低农户参与电商经营的门槛。这不仅能够打开线上销售渠道,更是赋能产业升级的关键因素。

### 5.2. 制定规范产品标准

由地方政府牵头,制定规范且合理的产业统一标准体系,其中包括品种类型、种植规范、分级标准以及包装材料规格等,加之建立便捷的消费者反馈通道、公正透明的纠纷处理机制。以此确保每一批次产品的品质清晰可辨、来源可追溯,从而彻底解决消费预期与实物体验偏差巨大的现象,重建消费者信任。需要注意的是,这些措施的推进需要多元主体的协同合作,形成合力,共同推动当地产业发展。政府应提供资金与政策支持,并且加强监督;龙头企业要起到带头作用,不断创新技术与模式;各地农户则需要转变观念,严格按标准进行生产和分级,从而推动产业不断向前转型升级。

### 5.3. 增强品牌意识,强化品牌建设

区域品牌建设的滞后,如同一道无形的枷锁,严重影响了电商在产业链重构中的重要作用,制约了产业价值链的系统性,因此增强特色产品品牌意识,加强当地品牌建设,是使地方优质区域特色产品摆脱“有实无名”、提升产业竞争力的关键所在。

在品牌意识方面,地方政府和行业协会可以发挥主体作用,定期组织培训,让当地农户和经营者清楚地认识到品牌的长远价值,即它可以带来更加广阔的市场、更高的产品溢价以及可持续发展的产业蓝图,从而促使产业明确品牌的核心价值定位、目标市场、形象标识,确保品牌传递的信息统一、准确、有吸引力。邀请知名特色产业品牌专家和成功人士分享富有感染力的成功案例与经验,引导当地农户与经营者扭转“重产量轻质量、重销售轻品牌、重眼前轻长远”的传统观念,进而使他们认识到,个体的不良行为会直接损害当地产业的整体声誉,最终会伤及自身的利益。

在品牌建设方面,当地产业必须要转化经验理念,在最大限度内合理利用数字化技术,彻底改变传统、单一的推广方式。利用大数据精准掌握全国消费偏好和市场趋势,指导生产和营销决策,同时,引导从业者深入挖掘当地产品独特优势,如地域文化、特殊工艺等,将其融入品牌定位与形象塑造中,利用互联网平台如抖音、快手、小红书、微信视频号等,生动讲述品牌故事,传递核心价值,与消费者建立情感连接,从而推动品牌“走出去”。以天水樱桃产业为例,当地产业可以联合文旅部门挖掘“天水樱桃”地理文化故事,打造“节气采摘+直播溯源”的品牌IP,带动当地特色产业的发展与融合。

#### 5.4. 吸引人才回流, 加强人才引进

吸引人才回流, 加强人才引进是推动产业可持续发展的关键举措。对于现有主力军——当地年龄较大的农户与经营者, 提升数字素养与电商运营能力是重中之重。以天水樱桃产业为例, 75%的农户表示需要政府组织相应的电商技能培训。依据此群体的年龄特征, 当地政府可以开发适合的、简易化的培训课程, 主要针对智能手机基础操作、主流电商平台的操作步骤、在线支付安全等技能, 运用方言教学、图文手册、短视频示范等方式, 降低学习门槛, 提升他们的学习兴趣与基础技能。对于青壮年群体, 提供进阶性的能力提升的培训。并且依托职业院校、电商平台以及专业培训机构, 对其开展系统性的培训项目, 提升其有关农产品培育、生产、品质把控以及地域文化价值相关的知识储备, 并与数字化技术的运用相融合, 培育全方位产业人才。在人才回流方面, 需要创新机制, 打好“乡情牌”。当地政府应建立完善的在外人才信息库, 特别是要关注在涉农高校、电商企业、科研院所工作的青年才俊。通过定期举办发展论坛、产业人才座谈会等活动, 组织“家乡行”实地考察, 展示产业发展机遇和扶持政策, 以乡情为纽带, 以实实在在的项目和平台为依托, 精准引导本土人才回流。在人才引进方面, 当地政府可设立专项人才引进补贴, 提供有吸引力的安家费、购房补贴或租房津贴。更重要的是, 引导和支持龙头企业、大型合作社建立科学的薪酬体系和清晰的职业晋升通道, 通过提供股权、利润分成等激励措施, 让人才得到充分认可和回报。其次, 加大投入提升县域和重点乡镇的教育、医疗、文化、商业等公共服务水平, 提升当地住房、医疗、教育等条件, 例如推动建设人才公寓、完善休闲娱乐设施、提升宽带网络质量等, 解决人才的后顾之忧, 缩小与城市在生活品质上的差异。同时, 围绕价值链的关键环节设立具有挑战性和成长性的岗位, 让人才有空间发挥专业所长, 实现个人价值。

### 6. 结论

在数字经济深度融入实体经济的时代背景下, 电子商务已成为撬动乡村产业振兴的关键支点。如何借助电商平台的赋能, 推动乡村产业振兴进入新的阶段, 已经成为当下社会的重要议题。其核心在于构建“数据驱动、品牌引领、全链协同”的赋能体系。以天水樱桃产业为例, 传统农业价值链里最薄弱的是加工和营销环节, 而电商的赋能恰恰能补足这点。冷链物流让樱桃损耗率下降, 直播带货把收购价提高, 重构了价值链。天水樱桃案例证明, 电商赋能不仅是渠道变革, 更是通过降低成本与损耗、抢占价值链高端、保障产业可持续性最终完成从“低端原料供应商”到“品牌化商品主导者”的价值链地位跃升, 为乡村产业振兴提供可复制的模式。

### 基金项目

甘肃省科技计划项目“甘肃省小农户与现代农业有机衔接的路径研究”(24JRZA161); 甘肃省人文社会科学项目, 2025 年度一般项目, 序号: 11“数字技术赋能甘肃小农户现代化的路径研究”; 2025 年度国家社科基金西部项目“数字赋能西部农村低收入群体增收机制研究”(序号: 11)。

### 参考文献

- [1] 中华人民共和国中央人民政府. 习近平出席中央农村工作会议并发表重要讲话[EB/OL]. 2022-12-24. [https://www.gov.cn/xinwen/2022-12/24/content\\_5733398.htm](https://www.gov.cn/xinwen/2022-12/24/content_5733398.htm), 2025-08-15.
- [2] 王萧杭. 乡村振兴战略背景下电商产业融合发展路径研究[J]. 中国商论, 2024(4): 26-29.
- [3] 聂召英, 王伊欢. 链接与断裂: 小农户与互联网市场衔接机制研究——以农村电商的生产经营实践为例[J]. 农业经济问题, 2021(1): 132-143.
- [4] 罗春燕. 乡村振兴背景下农村产业与数字技术融合研究——以广西农村电商为例[J]. 柳州职业技术学院报, 2024, 24(1): 31-35.

- [5] 刘娜, 彭艺. 数字技术赋能乡村产业振兴的意义及路径[J]. 湖南开放大学学报, 2025(1): 58-64.
- [6] 天水市人民政府. [市供销社]天水市供销系统: 深化改革创新赋能, 全面助力乡村振兴[EB/OL]. 2025-07-25. <https://www.tianshui.gov.cn/info/2011/1158542.htm>, 2025-08-15.
- [7] 张曦文. 农村电商为乡村振兴插上“金翅膀” [N]. 中国财经报, 2025-07-17(008).
- [8] 秦州区人民政府. 秦州区现代商贸流通产业体系建设成效显著[EB/OL]. 2025-03-12. <http://www.qinzhouqu.gov.cn/info/8455/617546.htm>, 2025-08-03.
- [9] 中华人民共和国农业农村部. 甘肃天水: 全域统筹推进冷链物流建设高质量发展[EB/OL]. 2024-06-18. [https://scs.moa.gov.cn/sclt/202406/t20240618\\_6457335.htm](https://scs.moa.gov.cn/sclt/202406/t20240618_6457335.htm), 2025-08-03.
- [10] 马娟. 乡村振兴战略下农村电商经济发展的困境与对策[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(22): 262-264, 271.
- [11] 王琦, 温志斌. 数字经济背景下农村电商发展的现实困境与对策[J]. 时代经贸, 2025, 22(4): 16-20.
- [12] 习近平. 在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话[M]. 北京: 人民出版社, 2016: 5.