

兰州白凤桃电商营销模式创新研究

魏文浩

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年9月15日; 录用日期: 2025年9月25日; 发布日期: 2025年10月21日

摘要

在数字经济与乡村振兴战略深度融合的背景下, 电商已经成为了拓宽农产品销售渠道、促进农民增收的重要力量。作为地方特色农产品, 兰州白凤桃目前已初步开展电商销售, 但是仍然存在营销手段同质化、物流成本偏高、品牌影响力不足以及专业电商人才匮乏等问题。针对上述的问题, 本文提出了一系列创新路径: 在多渠道营销模式方面, 借助多方资源来推动直播带货、发挥好社交电商信任机制的优势、积极探索跨境电商的新思路; 在品牌与文化营销方面, 加强品牌系统化的建设, 可以融入当地的文化要素来提升农产品附加值; 在供应链管理方面, 通过延长白凤桃的产业链、推广应用冷链物流技术、建立产品质量追溯体系等策略, 全面提升农产品的运营效率。研究表明, 上述创新措施对增强兰州白凤桃的市场竞争力和实现产业可持续发展有着重要意义。未来, 应该进一步深化与电商平台合作, 加强人才培养与引进, 持续完善基础设施, 推动兰州白凤桃电商营销模式的不断优化与升级, 为兰州市乡村振兴与农业现代化进程注入新动力。

关键词

兰州白凤桃, 电商, 营销模式, 创新

Research on the Innovation of E-Commerce Marketing Models for Lanzhou White Phoenix Peaches

Wenhao Wei

College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: September 15, 2025; accepted: September 25, 2025; published: October 21, 2025

Abstract

Against the backdrop of the deep integration of the digital economy and the rural revitalization

文章引用: 魏文浩. 兰州白凤桃电商营销模式创新研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(10): 1561-1568.
DOI: 10.12677/ecl.2025.14103303

strategy, e-commerce has become an important force in broadening the sales channels of agricultural products and promoting farmers' income growth. As a local characteristic agricultural product, Lanzhou White Phoenix Peach has initially started e-commerce sales. However, there are still problems such as homogenized marketing methods, high logistics costs, insufficient brand influence, and a shortage of professional e-commerce talents. In response to the above-mentioned issues, this article proposes a series of innovative approaches: in terms of multi-channel marketing models, leveraging multiple resources to promote live-streaming sales, giving full play to the advantages of the trust mechanism in social e-commerce, and actively exploring new ideas for cross-border e-commerce; In terms of brand and cultural marketing, strengthening the systematic construction of the brand can integrate local cultural elements to increase the added value of agricultural products. In terms of supply chain management, the operational efficiency of agricultural products has been comprehensively enhanced through strategies such as extending the industrial chain of white phoenix peaches, promoting and applying cold chain logistics technology, and establishing a product quality traceability system. Research shows that the above-mentioned innovative measures are of great significance for enhancing the market competitiveness of Lanzhou White Phoenix Peach and achieving sustainable development of the industry. In the future, it is necessary to further deepen cooperation with e-commerce platforms, strengthen talent cultivation and introduction, continuously improve infrastructure, and promote the continuous optimization and upgrading of the e-commerce marketing model of Lanzhou White Phoenix Peaches, injecting new impetus into the process of rural revitalization and agricultural modernization in Lanzhou City.

Keywords

Lanzhou White Phoenix Peach, E-Commerce, Marketing Model, Innovation

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

随着数字经济发展迅速, 电商已成为帮助农民拓宽增收渠道与推动乡村振兴的重要力量[1]。2025 年中央一号文件明确提出为了扎实地推进中国式现代化, 要围绕进一步深化农村改革, 推进乡村全面振兴, 在保障粮食安全, 农民增收增益, 农业农村现代化等方面出台更加细化的政策措施[2]。兰州市积极响应中央一号文件精神, 结合本地农村和农业的实际情况, 加强对产业的引导和政策支持, 推动都市型现代农业延长产业链, 促进农村一二三产业融合发展。兰州白凤桃作为兰州市特色农产品之一, 凭借它优良的品质和独特的风味深受消费者喜爱。近年来, 兰州市通过科学的规划和有效的政策支持, 加快了特色农产品产业的发展, 也推动了乡村旅游、电子商务等新产业新业态高质量快速发展。

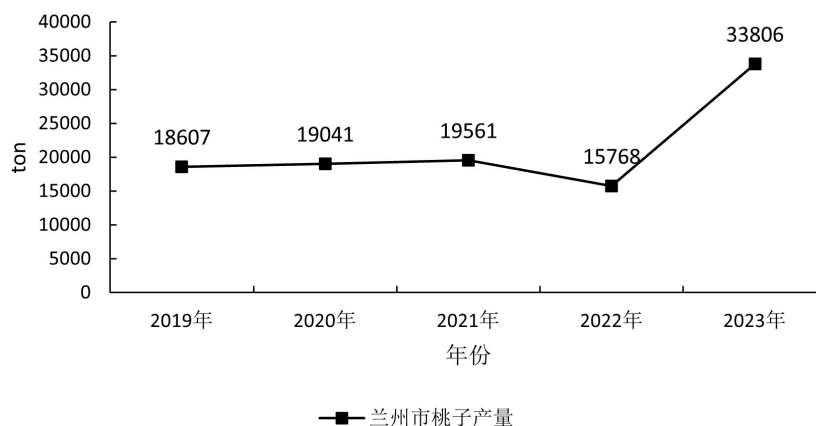
然而, 兰州市农产品电商产业在发展过程中, 还面临着销售模式单一、物流体系运行效率低等问题。在这样的背景下, 研究兰州白凤桃电商营销模式的创新, 有着很重要的现实意义。通过探索多渠道营销模式创新、品牌建设与文化营销创新以及供应链管理创新, 不仅能提高兰州白凤桃的市场竞争力, 让果农增加收入, 还能为其他农产品电商营销模式创新提供参考和借鉴, 推动兰州市乃至甘肃省农产品电商产业的高质量发展。

2. 兰州白凤桃电商营销现状分析

2.1. 产业基础

兰州独特的地理环境和气候条件, 给当地的特色农业发展创造出了得天独厚的条件, 兰州地处黄河

河谷地带，这里光照充足，土壤肥沃而且排水性能良好，昼夜温差比较大，非常适合桃树的生长[3]。这些自然条件使得白凤桃具有果肉洁白、口感脆甜、香气浓郁的独特品质。兰州市白凤桃种植面积逐年扩大，产量也跟着不断提高，如图 1 所示，2023 年产量达到了 33,806 吨。



注：数据来源：甘肃省统计年鉴

Figure 1. The peach production volume in Lanzhou from 2019 to 2023

图 1. 2019~2023 年兰州市桃子产量

种植区域主要集中在兰州安宁区、七里河区和皋兰县等地。目前，安宁区桃树种植面积最大，有 12,600 亩，其中白凤桃 5800 亩¹。七里河区八里镇水磨沟的白凤桃种植面积有 2300 多亩，除了白凤桃外，还有沙红、京红、蟠桃、莱山蜜等 10 余个品种，皋兰县什川镇也是兰州白凤桃的另一个重要的种植区域，种植总面积达 1300 亩，有 725 户常住户都种植桃子²。

2.2. 电商销售现状

兰州白凤桃的电商销售采用线上和线下相结合的方式。在线上销售方面，各大电商平台是销售的主力军，如京东、淘宝、拼多多这些平台都有白凤桃的销售。此外，邮政、顺丰等物流企业也通过电商平台帮助桃农拓宽销售渠道。线下销售方面，除了传统的水果市场和超市，兰州市还设立了白凤桃临时销售点，方便消费者购买。在安宁堡街道的红艺社区白凤桃有 40%通过电商和快递发送外地，有 60%的产量，农户通过各种传统渠道进行销售³。

2.3. 物流配送现状

顺丰、邮政等物流企业为白凤桃的销售提供了有力支持。顺丰速运在安宁堡设立了寄送点，还优化了运输的班次，确保白凤桃摘下来就能马上发货，基本能做到省内和离得近的地区第二天就能够收到。顺丰速运在包装上也下足了功夫，给白凤桃增加了网套，还在包装箱上增加了排气孔，就是为了保证白凤桃的新鲜度。在公共卫生事件中，兰州铁路局联合了中铁快运兰州分公司，通过高铁来运输白凤桃，既降低了运输成本，又提高了运输效率。2022 年，兰州铁路局通过高铁运输白凤桃，累计帮忙桃农增收

¹见：刘薛梅. 兰州安宁诚邀游客相约蟠桃盛会畅游十里桃乡
<https://www.gs.chinanews.com.cn/news/2023/08-04/362674.shtml>

²见：董永前, 周栋楠, 安娜. 兰州: 做大桃产业 造富一方人
https://www.agri.cn/zx/xxlb/gs/202408/t20240805_8658713.htm

³见：宋芳科. 兰州安宁正宗白凤桃都卖到了哪里?
<https://gansu.gscn.com.cn/system/2019/08/07/012199137.shtml>

20 多万元⁴。

2.4. 品牌建设现状

2023 年 7 月，“安宁白凤桃”正式获批国家地理标志保护产品，这是进一步对白凤桃独特品质与优良声誉的认可[4]。在这之前，白凤桃已经多次获得“甘肃省十大名桃”、“全国十大名桃”等荣誉称号，还成功入选了“甘味”农产品区域公共品牌。兰州市也会通过举办桃花会、蟠桃会等活动，推广白凤桃品牌，提高它的品牌知名度。2024 年，安宁区举办了第 42 届桃花会，吸引了大量游客，这不光给桃农提供了交流和展示的平台，还提升了白凤桃在市场上的影响力。

3. 兰州白凤桃电商营销模式存在的问题

3.1. 营销同质化严重

电商平台拓宽了白凤桃的销路，但营销模式陷入同质化竞争，以京东、淘宝为例。这些平台上的白凤桃销售页面，产品介绍都集中在“甜、多汁、新鲜”等基础农产品的特点上，和全国其他产区的桃子宣传模式高度雷同。商家对白凤桃的独特卖点挖掘不足，缺乏深入的产品研究与市场调研，未能充分认识到白凤桃区别于其他桃子的特殊品质，如独特的口感层次、特定的种植环境赋予的风味等，导致宣传内容千篇一律。大家的竞争手段也高度依赖“价格战”和“价格促销”，这种短期的、以价格为核心的竞争方式，不仅在白凤桃集中上市的七八月份压缩了利润空间，还从长远来看损害了其高端品牌形象。此外，直播带货虽然成为了新兴的营销方式，但大部分种植户的直播内容很单一，缺乏互动性和吸引力。这背后反映出了种植户对电商直播规则和消费者心理把握不准，缺乏直播脚本设计、互动环节策划等专业能力，导致直播效果不佳，难以激发消费者购买欲望，更无法有效抓住并留住消费者。

3.2. 品牌影响力不足

虽然兰州白凤桃获得了“中国十大名桃”，“农产品地理标志”等荣誉称号，但它的市场价值并未通过电商渠道，完全转化为品牌溢价与消费认同。一方面，品牌宣传推广渠道有限，主要依赖传统的线下销售渠道和简单的广告宣传，对互联网、新媒体等新兴渠道利用不足，这是白凤桃产业在数字化转型过程中滞后，缺乏专业的品牌营销团队和资金投入，未能及时跟上新媒体时代品牌传播的新趋势，导致品牌宣传覆盖面窄、传播效果不佳。同时缺乏统一、高端、有辨识度的视觉形象。另一方面，宣传内容没有创意和吸引力，无法有效传递品牌价值和产品特色，这来源于对品牌内涵挖掘不深入，未能将白凤桃的历史文化、种植工艺、独特品质等元素融入宣传内容，导致宣传形式单一、内容空洞，很难在海量信息中抓住消费者眼球。此外，市场上还存在着假冒伪劣的白凤桃产品，这些产品以次充好，影响了消费者对正宗白凤桃的信任。这些问题导致兰州白凤桃的品牌知名度和美誉度很难进一步提升，制约了其在全国市场的拓展，阻碍了品牌价值的进一步实现。

3.3. 物流供应链成本高

高效的物流配送是把“双刃剑”，它在保障白凤桃品质的同时，也带来了昂贵的物流运输成本。一是白凤桃属于易腐水果，保质期比较短，在运输过程中需要特殊的保鲜措施，比如用加厚纸箱、双层泡沫网套等，这就让它的包装成本比其他普通水果高出许多。二是为了确保白凤桃在运输过程中的新鲜和完整，物流企业通常会收取较高的运费。比如，顺丰速递在白凤桃销售旺季会提供“当日寄、次日达”的

⁴见：刘薛梅. 兰州：“专班”服务助力桃农“甜蜜”增收
<https://www.gs.chinanews.com.cn/news/2022/08-09/353448.shtml>

服务,但运费相对较高,一件 10 斤装的白凤桃,跨省快递费可能要 100 多元,有时候甚至比桃子自身的价格还要高。这背后是物流企业基于运输风险、保鲜要求等因素综合定价的结果,白凤桃的高价值和易腐性使其运输风险增大,物流企业为保障服务质量,需投入更多资源,如冷链运输设备、专业运输人员等,从而导致运费上涨。三是由于白凤桃在运输过程中容易损坏,种植户和企业还得需要购买保险,这又进一步增加了物流成本。这些较高的物流保险成本,不仅降低了种植户和企业的利润,还使中小桃农种植户因隐性成本与售后纠纷,承受较大经营压力和风险,限制了白凤桃电商营销的规模和效益。

3.4. 专业电商人才短缺

电商销售涉及店铺运营、产品推广、数据分析、客户服务等多个环节,这些环节都离不开专业团队的运营[5]。但这正是传统桃农与合作社最大的短板,兰州地区在电商领域的专业人才相对较少,很多商家的运营人员都是半路出家,没有接受过系统的电商知识培训,这导致他们在店铺运营中问题频出,如产品上架不规范,不符合电商平台规则和消费者搜索习惯,影响产品曝光率;营销活动效果不佳,无法精准定位目标客户群体,制定有效的营销策略,导致营销资源浪费;数据分析不准确,无法从海量销售数据中挖掘有价值信息,用于优化产品、调整运营策略,影响电商销售决策。售后服务环节同样因人才不足而问题重重,专业售后客服人才短缺,导致售后服务响应速度慢、服务质量差。这背后是兰州市电商人才培养体系不完善,高校和培训机构电商专业设置与市场需求脱节,缺乏实践教学环节,无法为白凤桃电商产业输送实用型人才;同时,电商行业吸引力不足,薪资待遇、职业发展空间等因素限制了人才流入。这些问题严重影响消费者购物体验,进而损害品牌口碑,阻碍白凤桃电商销售的可持续发展,制约了白凤桃产业在电商时代的转型升级。

4. 兰州白凤桃电商营销模式促销策略

4.1. 多渠道营销模式创新

4.1.1. 多方助理直播带货

直播带货已成为兰州白凤桃销售的重要促销手段之一。由当地政府和组织牵头的直播活动往往更具有规模性和公信力,通过整合资源能够直接向消费者展示白凤桃的采摘过程、品质特点和种植环境,增加消费者的信任度和购买欲望。桃农也可以跟农业企业合作,例如,兰州兰供甄选电子商务有限公司走进安宁区红艺村白凤桃种植基地,开展了“直播助农”、“桃”“你喜欢”白凤桃原产地专场促销活动。此外,通过高校团队实践,为直播带货注入年轻血液与生命力,经过前期的培训、打造文化 IP,提升直播的专业性和品牌内涵,实现订单式采摘,不仅提高了销售效率,还减少了库存积压。

4.1.2. 社交电商信任赋能

社交电商在兰州白凤桃的销售中也发挥了重要作用。果农和企业通过微信、快手、抖音等社交平台进行推广,利用社交网络的传播力和影响力,扩大了白凤桃的销售范围。这些都是基于熟人或者半熟人推广销售,未来,可以引导更多的桃农或者经销商发展社区团购活动、鼓励 KOC(关键意见消费者)分享打卡,建立白凤桃爱好者社群,提高了客户忠诚度和复购率。同时,邀请网红达人进行品牌体验与推荐,在社交平台线上举行社交活动,如“晒出你最爱的桃子吃法”“桃子摄影大赛”等,设置抽奖、优惠券等奖励机制,鼓励用户参与。

4.1.3. 突破跨境电商

随着“一带一路”政策的持续推进,中国农业对外开放的新格局逐渐形成,特别是以沿线国家和地区及周边国家和地区为重点,加强农业投资、贸易、科技等方面的合作[6]。支持农业企业开展跨国经营,

构建农业对外开放新格局，这成为提高中国农产品国际竞争力及农业应对国际贸易争端能力的重要着眼点。兰州作为“一带一路”的重要节点城市和古丝绸之路的重镇，是连接中亚、西亚以及欧洲的重要通道枢纽，是国家向西开放的前沿阵地和重要门户。跨境电商为兰州白凤桃走向国际市场提供了新的机遇。虽然目前兰州白凤桃的跨境电商规模相对较小，但已有一些企业开始尝试通过跨境电商平台将白凤桃销售到海外。例如，2024年8月，产自什川镇的白凤桃首次走出国门，远销新加坡，截止当时，已订购了20吨的白粉桃⁵。这表明，实行跨境电商是行得通的路子，能成功开辟海外市场，为桃农带来新的销售渠道和经济增长点。此外，兰州市政府也在积极推动跨境电商的发展，通过政策支持和资源整合，帮助白凤桃企业拓展海外市场。

4.2. 品牌建设与文化营销创新

4.2.1. 加强品牌塑造建设

可以通过精心的品牌定位，让兰州白凤桃赋予“高端品质、绿色健康”的品牌形象。这种定位不仅满足了中高端消费者对品质生活的追求，还通过简约而精致的包装设计、环保材料的使用，以及具有辨识度的品牌标志，形成强烈的、一致的视觉冲击，让消费者在众多水果品牌中一眼就能认出兰州白凤桃。同时，品牌塑造还体现在对品质的严格把控上。从桃园采摘到物流运输，每一个环节都经过严格的质量检测，确保消费者收到的每一颗白凤桃都符合高品质标准。此外，通过讲述品牌故事，如白凤桃的悠久种植历史、独特环境以及桃农的辛勤劳作，品牌塑造还增加了消费者对产品的情感认同。这种情感化的营销方式，让消费者在购买白凤桃时，不仅仅是在购买一种水果，更是在购买一种文化和情感的体验。

4.2.2. 注入文化销售理念

兰州白凤桃的电商销售可以利用兰州丰富的地域文化资源。在产品包装上，融入了兰州的地标建筑中山铁桥、丝绸之路历史文化故事等元素，使包装本身成为传播兰州文化的重要载体。通过举办以兰州文化为主题的促销活动，如“兰州文化周”，消费者不仅能够购买到高品质的白凤桃，还能深入了解兰州的历史文化、民俗风情。此外，利用虚拟现实技术开发的线上虚拟果园体验项目，以及线下举办的白凤桃文化节等活动，让消费者能够亲身体验采摘白凤桃的乐趣，品尝新鲜的果实，同时感受兰州的风土人情。将产品嵌入到特定的文化叙事与情感体验中，这种文化体验与互动营销的方式，极大地增强了消费者对品牌的参与感和认同感。通过与文化机构合作举办主题展览，以及与文创企业合作开发相关文创产品，使得兰州白凤桃的文化价值得到进一步的传播和提升。

4.3. 供应链管理创新

4.3.1. 延长产业链

延长产业链是提升兰州白凤桃附加值和市场竞争力的重要策略。在电商销售中，通过开发多样化的产品，不仅能够满足不同消费者的需求，还能延长产品的销售周期，增加利润点^[7]。例如，除了销售新鲜的白凤桃，还可以开发白凤桃罐头、白凤桃干、白凤桃果汁等深加工产品。这些产品不仅具有较长的保质期，还能适应不同季节和不同消费场景的需求。此外，通过与食品加工企业合作，可以进一步提升产品的品质和标准化程度，确保消费者能够享受到高品质的白凤桃制品。同时，延长产业链还可以带动当地相关产业的发展，如包装、物流、电商运营等，形成产业集群效应，为兰州白凤桃的电商销售提供更强大的支持。

⁵见：安娜. 央媒看皋兰|皋兰县：延伸产业链条壮大“甜蜜”经济
https://www.gaolan.gov.cn/art/2024/8/19/art_1915_1380278.html，2024-08-19

4.3.2. 应用冷链物流

冷链物流是确保白凤桃品质的关键环节。白凤桃质地娇嫩，容易在运输过程中损坏，因此冷链物流的运用至关重要。通过采用专业的冷链物流服务，包括冷链运输车辆、冷藏仓库和冷链包装材料，白凤桃在运输过程中始终保持在适宜的温度和湿度条件下，有效延长了保鲜期，减少了果实的腐坏率。冷链物流不仅确保了产品的品质与外观，还提升了消费者的购物体验，让消费者收到的每一颗白凤桃都能保持最佳状态。此外，冷链物流的高效运作也提高了配送速度，减少了运输时间，进一步增强了消费者的满意度。

4.3.3. 建立质量追溯

质量追溯是兰州白凤桃电商销售的重要保障措施。通过建立完善的质量追溯体系，消费者可以清晰地了解到每一颗白凤桃的来源、采摘时间、种植环境、施肥用药情况等详细信息。这种透明化的质量追溯机制不仅增强了消费者对产品的信任，还提升了品牌的公信力。消费者可以通过扫描产品包装上的二维码，随时查询产品的详细信息，确保自己购买的产品是安全、可靠的。质量追溯体系的建立，不仅有助于消费者做出更明智的购买决策，还为商家提供了质量监控和管理的手段，确保每一颗白凤桃都能达到高品质标准。

4.4. 提升电商人才素质

4.4.1. 开展专项技能培训

针对兰州电商从业者专业能力不足的问题，当务之急是开展体系化、实战化的专项技能培训，实现对现有人才的快速赋能。培训应打破“大水漫灌”的理论灌输模式，转而采取“分层分类、精准滴灌”的策略。一方面，要联合主流电商平台，如淘宝、京东等，与本地优质培训机构，共同开发针对白凤桃产业的定制化课程库。课程内容需直击运营痛点，涵盖平台规则、详情页优化、直播带货技巧、数据分析和客户关系管理等核心模块。另一方面，必须建立“培训 + 实践 + 跟踪”的长效机制，为参与培训的桃农、合作社运营人员配备导师，进行为期数月的后续辅导，确保其能将所学知识转化为实际的店铺运营能力。在短期内快速提升一线从业者的专业技能，缓解人才短缺的燃眉之急。

4.4.2. 拓宽人才供给渠道

解决人才问题的根本出路在于构建可持续的人才供给生态，这就需要从源头入手，多方合力拓宽人才引进渠道。核心是深化“政校企协”四方协同，构建长效育人机制。政府应发挥引导作用，出台专项政策，对引进电商人才的企业给予补贴，对返乡创业青年提供支持。关键是要推动本地高校，如兰州大学、甘肃农业大学等经济管理专业与白凤桃产区、龙头企业共建“订单式”培养班和实习实训基地，让学生在在校期间即参与真实项目，实现产教深度融合。此外，还应积极引入外部智力资源，如邀请国内知名电商专家组建产业顾问团，或与MCN机构合作，以项目制方式引入专业运营团队进行短期赋能。从根本上扭转人才供给不足的被动局面，为白凤桃产业数字化转型注入持续动力。

5. 结论与展望

研究表明，在当前数字经济与乡村振兴战略深度融合的背景下，电商营销模式创新对于提升兰州白凤桃的市场竞争力、促进产业可持续发展具有重要意义。多渠道营销模式创新，如直播带货、社交电商、跨境电商等，能够有效拓展销售渠道，满足不同消费者的需求；品牌建设与文化营销创新，通过挖掘白凤桃的历史文化内涵，结合当地民俗文化、旅游文化等，有助于提升品牌知名度和美誉度，增强消费者对产品的认同感；供应链管理创新，包括产地直发、冷链物流完善、质量追溯体系建立等，可确保白凤

桃的品质和新鲜度,提高消费者满意度。案例分析进一步表明,高校、政府、企业等多方合作的模式能够为兰州白凤桃电商营销模式创新提供有力支持,实现资源共享、优势互补。展望未来,随着电商技术的不断发展和消费者需求的不断变化,兰州白凤桃电商营销模式创新需要持续探索和优化。一方面,应进一步加强与电商平台的合作,利用大数据、人工智能等技术手段,精准把握市场需求,实现精准营销。另一方面,要注重人才培养和引进,提升果农和电商从业者的专业素质,为电商营销模式创新提供人才保障。同时,政府应继续加大对电商基础设施建设的投入,完善冷链物流体系,为兰州白凤桃电商营销提供更加坚实的物质基础。此外,还应加强与其他地区的交流合作,学习借鉴先进的电商营销经验,推动兰州白凤桃电商营销模式不断创新和发展。总之,通过各方共同努力,兰州白凤桃有望在电商领域取得更大的突破,为兰州市乡村振兴和农业现代化发展做出更大贡献。

参考文献

- [1] 秦芳,王剑程,胥芹.数字经济如何促进农户增收?——来自农村电商发展的证据[J].经济学(季刊),2022,22(2): 591-612.
- [2] 付正虎.乡村振兴战略下我国“人工智能+农业+保险”模式创新发展研究——基于2025年中央一号文件视角[J].当代农村财经,2025(5): 60-64.
- [3] 张坤,陈锦航,王雅儒.兰州特色农业绿色发展转型研究:以百合为例[J].山西农经,2025(13): 130-132+170.
- [4] 尚云,刘国强.大数据赋能精准农业研究——以兰州白凤桃种植为例[J].兰州职业技术学院学报,2024,40(3): 25-28+40.
- [5] 王琦.乡村振兴背景下农产品电商创新创业教学团队建设路径研究[J].中国食品工业,2025(5): 159-161.
- [6] 程凤英.“一带一路”倡议对中欧跨境电商物流通道建设的推动作用[J].中国航务周刊,2025(32): 48-51.
- [7] 魏晴.电子商务发展对农业产业链延伸的作用机制[J].商业经济研究,2025(15): 114-117.