

农村电商对共同富裕的赋能效应及实践路径研究

王述洋

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

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

电商技术对实现共同富裕目标有着不可忽视的作用。直播电商则是以农村电商现有的运行模式为基础, 进一步开展的一种全新探索形态。本文围绕农村电商对共同富裕的赋能效应及其实际实践路径展开探讨, 研究结果显示, 农村电商能够从多个维度发挥赋能作用, 具体包括对农村产业升级的赋能、对农村消费潜力释放的赋能、对农村人才生态构建的赋能以及对农村绿色生态发展的赋能, 进而为促进共同富裕提供有力支撑。但是目前农村电商的发展还存在农村电商物流配送体系滞后、农村电商相关专业人才匮乏、农产品标准化建设滞后等现实问题制约共同富裕。据此, 本文也提出了未来农村电商的路径选择, 即: 完善农村电商物流配送体系、加快培养农村电商专业人才以及加快农业生产标准化建设。

关键词

农村电商, 共同富裕, 赋能效应, 实践路径

Research on the Enabling Effect and Practical Path of Rural E-Commerce on Common Prosperity

Shuyang Wang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

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

Abstract

E-commerce technology plays an indispensable role in achieving the goal of common prosperity.

文章引用: 王述洋. 农村电商对共同富裕的赋能效应及实践路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(10): 1569-1576.
DOI: 10.12677/ecl.2025.14103304

Live-streaming e-commerce, based on the existing operation mode of rural e-commerce, is a new and further exploration form. This paper discusses the enabling effect of rural e-commerce on common prosperity and its practical implementation paths. The research results show that rural e-commerce can play an enabling role from multiple dimensions, specifically including empowerment for rural industrial upgrading, empowerment for the release of rural consumption potential, empowerment for the construction of rural talent ecology, and empowerment for the development of rural green ecology, thereby providing strong support for promoting common prosperity. However, the current development of rural e-commerce is still constrained by practical problems such as the backward logistics and distribution system of rural e-commerce, the shortage of relevant professional talents in rural e-commerce, and the lag in the standardization of agricultural products, which hinder the realization of common prosperity. Based on this, this paper also puts forward the path choices for rural e-commerce in the future, namely: improving the logistics and distribution system of rural e-commerce, accelerating the cultivation of professional talents in rural e-commerce, and expediting the standardization of agricultural production.

Keywords

Rural E-Commerce, Common Prosperity, Enabling Effect, Practical 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

共同富裕作为社会主义的本质要求，其核心目标在于缩小地区、城乡与收入分配三大差距，这亦是我国经济社会高质量发展进程中的重要任务。从当前阶段来看，推动城乡居民共同富裕、缩减城乡居民收入鸿沟，已成为践行共同富裕理念的核心议题，而农村地区更是落实这一任务的最艰巨、最繁重战场。

事实上，我国对农村发展的数字化赋能早有布局。早在 2014 年，中央一号文件便明确提出加强农产品电子商务平台建设的战略要求。经过多年实践，农村电商的价值愈发凸显。它不仅能有效激活农村沉睡的市场潜力、进一步扩大国内需求，更在优化城乡经济循环、打通城乡要素流动壁垒中发挥着不可替代的作用，最终成为助力农村发展、推动共同富裕落地见效的重要抓手与核心载体。

具体来讲，农村电子商务是依托互联网、物联网、大数据等现代高新技术兴起的新型商业模式，其核心在于农产品交易流通及行业上下游产业链的拓展延伸，是专门在乡村区域开展的电商经营活动[1]。在以往的发展进程中，农村电商已在多个领域展现出积极成效，比如推动农业产业结构升级、拓宽农产品售卖路径、带动乡村劳动力就业等；与此同时，它还能够打破城市与农村之间的空间壁垒，高效连接城乡供需两端，让分散经营的农村从业者参与到市场资源分配中，促进城乡各类资源在更广阔的范围内实现优化配置，进而成为助力共同富裕目标实现的关键力量[2]。

2. 文献综述

在推进共同富裕的实际进程中，相较于仅仅追求社会财富总量的扩张，构建长效机制促进公共服务均等化、缩小城乡差距、保障农民收入稳步增长等方面，显然具备更为重要的现实价值。

有学者指出，电子商务可对农村居民收入提升产生明显推动作用。过往研究表明，农村电商能够减轻信息不对称问题、降低农产品交易准入难度，为农户搭建更广阔的销售市场，助力其实现收入的平稳增长；与此同时，农村电商还能拉动上下游相关产业发展，为农户创造创业机遇与就业岗位，帮助其实

现收入来源的多样化[3]。农村电商对提高农村居民收入水平效果显著,其中对具备高等教育背景的农村居民,其收入提升作用更为突出[4],而农户通过电商开展经营活动,可借助加强信息获取能力、降低运营成本、获得更多金融扶持等途径,进一步提高自身收入[5]。淘宝村的建设发展能够明显增加当地农村居民收入,并且对周边区域农村居民收入的提升,还具有较强的空间辐射带动效应[6]。除此之外,农村电商还可促使其他农业经营主体积极带动贫困户脱贫,从而有效降低区域贫困发生概率[7]。

农村人口获取高品质就业机会,是推进共同富裕目标落地的关键一环。而电子商务产业的持续发展,所催生的产业深化效应、人力资本增值效应与社会资本扩容效应,可对农村劳动力非农就业的质量形成显著优化作用[8]。另有研究以部分地区农户问卷调研数据为基础,证实农村电商的发展会通过增强信息获取渠道、增加创业机会与非农就业岗位等方式发挥作用。正是由于电子商务对农村居民收入增长具有正向推动作用,因此它在改善农村贫困状况方面也发挥着积极效能。上述研究分别从微观个体层面与宏观区域层面证实,电子商务向农村地区渗透普及,对农村居民收入增加具有显著的促进作用。

经文献梳理发现,当前学界关于农村电商影响共同富裕的研究,大多聚焦于单一作用路径,而针对农村电商赋能共同富裕的整体性、全面性作用机制,仍存在进一步补充与完善的空间。随着科技的快速发展,直播电商已成为农村电商体系中的关键构成部分。这类模式不仅搭建了多元化的电商应用场景,还为直播带货活动提供了必要的机会与载体。基于这一现实背景,本文将深入探讨农村电商对共同富裕的赋能效应及其实际实践路径。

3. 农村电商对共同富裕的赋能效应

3.1. 农村电商对产业升级的赋能

直播电商以其低门槛、强互动特性,为农业产业结构优化升级注入新动能,搭建起通往共同富裕的桥梁。一方面,它打破传统农业经营在身份、学历上的限制,普通农户凭借一部手机、稳定网络,就能化身“新农人主播”,直接对接全国市场,促使产业参与主体多元化,让更多农民共享产业发展红利;另一方面,直播电商倒逼产业链各环节升级,从农产品种植、分拣、包装到仓储物流,都围绕“线上呈现、高效履约”进行优化,推动农业从单纯“产得出”向“卖得好、品控优”转变;再者,直播场景的真实性带动“农业+文旅”融合,田间地头的直播不仅展示农产品,还呈现乡村风貌,拓展产业增值空间。

2025年8月,据《农民日报》报道,在江苏徐州睢宁县沙集镇,当地依托农村电商实现了从“废旧家具回收之乡”到“中国家具电商第一镇”的华丽转型。早年间,沙集镇农户多以零散回收、加工废旧家具为生,产业规模小、附加值低,且环境污染问题突出。随着农村电商的兴起,沙集镇农户率先尝试在淘宝等平台销售简易组装家具,凭借“款式新颖、价格亲民、按需定制”的优势迅速打开市场。如今,沙集镇已形成以“实木家具、板式家具、软体家具”为主导的特色产业集群,全镇90%以上的农户参与到家具电商相关产业中,拥有农村电商店铺超1.2万家,年销售额突破80亿元。¹

3.2. 农村电商对消费潜力的赋能

农产品直播电商借助“场景化营销+IP化引流”,重塑农产品消费链路,将“被动推销”转变为“主动种草”,有效激发城乡消费潜力。与传统电商图文展示不同,直播通过实时互动、现场试吃、产地溯源等方式,降低消费者对农产品品质的担忧;优惠券发放、限时秒杀、截屏抽奖等玩法,结合抖音公域流量推荐机制,快速提升农产品曝光度,让“小众特产”走进大众视野。同时,主播的个人IP属性,如返乡青年、乡土达人等,增强消费信任,甚至带动“农产品+地域文化”的二次消费,形成“买产品、爱乡村”的消费闭环。

¹农民日报: <http://www.xfrb.com.cn/article/focus/13300410175929.html>

2025年4月,据《浙江日报》报道,浙江衢州市开化县池淮镇星口村的“开化有机茶”,依托抖音电商实现销量与品牌影响力的双提升。星口村位于钱塘江源头,生态环境优越。当地茶企联合村集体,推行“有机种植+直播溯源”模式,禁用化学农药,采用人工除草、生物防虫技术,并在茶园安装24小时直播摄像头,消费者可通过抖音账号实时查看茶叶生长、采摘过程。主播在直播中强调生态种植对水源保护的意义,强化消费者“买有机茶就是支持生态保护”的认知。该模式推出后,开化有机茶售价从每斤80元提升至260元,通过抖音直播,2025年前三个月销售额就突破150万元,带动周边50余户茶农增收。此外,星口村借助抖音平台宣传,吸引大量游客前来体验“生态茶园游”,实现茶叶销售与乡村旅游协同发展,进一步激发消费活力,促进当地经济增长。²

3.3. 农村电商对人才生态的赋能

农产品直播电商为农村人才生态注入活力,既吸引外流人才返乡创业,又培育本土实用型人才,为共同富裕提供智力支持。一方面,直播电商降低农村创业门槛,为有想法、懂新媒体的年轻人提供“返乡即创业”的机会,让他们在家乡实现个人价值;另一方面,政府与平台合作开展电商培训,针对性提升农民直播运营、短视频剪辑、客户服务等技能,将“传统农民”转化为“电商人才”,增强农村自我发展能力。不过,部分农村地区仍面临“老龄化严重、人才留不住”的难题,需通过政策扶持与产业配套,完善人才发展环境。

2025年6月,据《湖南日报》报道,湘西州永顺县芙蓉镇青年向磊,大学毕业后在杭州从事电商运营,2022年看到抖音农产品直播发展潜力,返乡创办“湘西助农直播团队”。他联合永顺县商务局开展“千名新农人培训计划”,免费为村民提供直播话术、账号运营、供应链管理等课程,累计培训超400人次,其中年龄最大的学员65岁。向磊为学员提供“账号孵化+货源对接”支持,打造“阿婆卖莓茶”“大叔卖腊肉”等个性化账号。截至2025年5月,团队孵化的30个农民账号中,18个实现月销售额超10万元,“阿婆卖莓茶”账号由70岁的田金秀运营,通过直播讲述莓茶采摘故事,累计销售莓茶1500斤,带动周边8户农户增收。此外,向磊团队与永顺县职业中专合作开设“电商直播专业方向”,2024年招收学员100人,毕业后部分学员加入本地电商企业,部分自主创业,有效缓解农村电商人才短缺问题,永顺县2025年上半年农村电商从业人员较去年同期增长70%,人才流失率显著下降。³

3.4. 农村电商对绿色生态的赋能

在“双碳”目标与消费升级背景下,农产品直播电商推动“绿色生态”与“经济收益”双向赋能,让“好生态”转化为“好产品、好收益”。一方面,直播对农产品品质的高要求,促使农户采用绿色种植、生态养殖模式,消费者通过镜头可直接看到种植环境,“无农药、无化肥”“自然生长”的农产品更易获得认可,推动农业生产向“绿色化、标准化”转变;另一方面,“生态产地”的直播标签提升农产品附加值,形成“生态好-品质优-销量高-收入增”的良性循环,让农民认识到“保护生态就是保护饭碗”,主动参与农村生态建设。

2025年5月,据《四川日报》报道,四川广元市青川县返乡青年李娟,在抖音打造“娟子卖山货”IP,推广青川黑木耳、椴木香菇等土特产。为了让消费者直观感受山货品质,李娟将直播间设在海拔1200米的木耳种植基地,展示菌棒培育过程、村民采摘晾晒场景。她创新“直播+助农故事”模式,邀请留守老人讲述种植经历,引发情感共鸣。每场直播设置“9.9元秒杀50g试吃装”“满100减20”等福利,单场观看量最高达300万人次,2025年前四个月销售额突破80万元。同时,李娟积极宣传青川县良好

²浙江网报: https://mepaper.zjol.com.cn/szb/zjrb_hd_news.html?link_text=content_3694633.htm%3Fdiv=-1&theDate=2023-10-30

³湖北日报: <http://www.cnhubei.com/cmdetail/1633133>

生态环境对农产品品质的影响，强调绿色种植的重要性，带动当地农户扩大绿色种植规模，提升农产品品质与市场竞争力。青川黑木耳因直播曝光度提升，成为抖音“川味特产”热门搜索词，推动当地生态农业发展，实现生态保护与农民增收双赢。⁴

4. 农村电商发展存在的短板问题

4.1. 农村电商物流配送体系滞后

在农村电商助力共同富裕的进程中，物流配送体系扮演着至关重要的角色，其作用不容忽视。根据《中国农村电子商务发展报告》相关内容，近年来，农村电商基础设施建设虽已获得关注，适配该领域的技术也有一定程度的引入，但受资本、技术、人才等关键要素流动不畅的影响，农村电商领域原本的基础较为薄弱，当前发展仍面临诸多难题。

农村电商基础设施的短板具体体现在多个方面：其一，物流设施网点数量不足，快递服务“最后一公里”的覆盖难题尚未彻底解决，快递服务进村的比例仍有较大提升空间；其二，物流资源整合程度较低，导致快递运输成本居高不下。此外，农村地区冷链物流的发展进程相对迟缓，农产品尤其是生鲜类农产品的上行运输，受到原产地预冷贮藏设备短缺、分拣加工设施不完善等因素的严重制约。在部分经济落后地区与偏远乡村，交通条件依旧欠佳，使得农产品在运输途中的损耗率较高，这不仅影响农产品的品质，还直接降低了农户的最终收益。同时，适配农村电商发展的技术未能及时引进，也导致农村地区在仓储保鲜等关键环节的发展水平，与经济发达地区存在明显差距^[9]。

4.2. 农村电商相关专业人才匮乏

专业与高技能人才是农村电商运营发展的核心支撑，当前人才短缺已成为制约农村电商提质的关键瓶颈。尽管农村电商发展为人才培育提供了土壤，但人才队伍规模与能力仍难以匹配需求。

从人才供给端看，农村地区工作生活条件相对艰苦，对电商专业人才吸引力不足，“引才难、留才更难”现象突出。商务部《中国农村电商人才发展报告》测算，未来几年农产品电商人才缺口将逐步攀升至 350 万。县域农村电商所需的运营推广、美工设计、客服、物流仓储四类人才中，技术要求较高的运营推广(12.4%)、美工设计(16.8%)人才占比偏低，87.6%的创业团队存在“一人多职”困境。⁵

部分地区电商培训理论性过强，缺乏实操性，农民即便参与培训，也难快速掌握直播带货、短视频营销等技能。即便地方出台引才政策，但农村相较于城市的环境差距，仍让人才下沉意愿薄弱，甚至出现“年轻人宁在城市洗碗，不愿回村发展”的情况。

4.3. 农产品标准化建设滞后

农产品标准化建设滞后是制约农村电商高质量发展、阻碍共同富裕目标实现的关键瓶颈。根据中华人民共和国商务部发布的《中国农村电子商务报告》，我国农村地区虽坐拥丰富优质的农特产品资源，但农产品标准化体系不完善、网货化转化率的问题突出，难以适配电商平台对产品一致性、稳定性的要求。随着农产品上行规模持续扩大，电商供应链对产品分级、品控、履约的要求显著提升，而当前国内农村电商供应链整体水平仍显落后：一方面，农产品分级缺乏统一标准，分拣环节多依赖人工经验，导致同批次产品品质差异较大；另一方面，包装设计未结合电商运输特性，冷链物流覆盖不足、仓储设施陈旧等问题叠加，不仅增加农产品运输损耗，还导致供货稳定性差，进一步削弱消费者信任。

从生产端来看，多数农户仍沿用传统种植、养殖与收割模式，现代化农业生产技术(如精准灌溉、绿

⁴四川日报：<https://finance.sina.com.cn/tech/roll/2025-05-27/doc-inexyfeh0371615.shtml>

⁵《中国农村电商人才发展报告》：<https://www.mofcom.gov.cn/>

色防控)与设备的普及率较低,使得农产品生产流程缺乏规范化管理,从种源选择到田间管理、采收加工的全链条质量控制难以落地,直接导致农产品品质波动大、质量难以溯源。更深层次的制约在于,农民对标准化生产的认知与意识不足:多数农户缺乏对农产品质量标准的系统了解,对等级划分、安全指标、包装规范等要求认知模糊,在生产经营中易忽视标准化细节,形成“重产量、轻品质”的惯性思维,进一步加剧农产品标准化程度低的问题。

5. 推动我国农村电商发展的解决路径

5.1. 完善农村电商物流配送体系

城乡间资源要素禀赋差异,导致农村电商基础设施与城市存在显著差距。由于资本、技术、人才等优质要素天然倾向于流向收益更高的城市区域,仅依靠市场自发调节,难以推动这些要素向农村流动以填补发展需求,需通过政策引导与资源统筹,针对性破解基础设施短板。

针对乡村物流体系薄弱区域,可构建“线上+线下”协同发力的升级路径:线上由县级电商服务中心牵头,搭建覆盖全域的农村综合物流信息服务平台,整合供需信息、优化配送路线,推动物流运营向信息化、集约化、专业化转型;线下通过招商引资引入优质物流企业,叠加政策补贴与税费减免,加快建设电商综合物流园区,重点强化鲜活农产品冷链物流设施布局,同时统筹推进乡镇物流枢纽与村级服务站点建设,逐步打通农产品上行“最初一公里”与工业品下行“最后一公里”[9]。

对于金融服务供给不足的地区,需强化工商资本与金融资源的下沉力度:一方面鼓励工商资本参与农村电商基础设施建设与产业链运营,为产业发展注入活力;另一方面推动银行、保险、信托等金融机构创新产品,开发适应农村电商需求的信贷、保险产品,为农户创业、物流建设、品牌培育提供精准金融支持。

在特色农业集中区域,应依托政府引导打造产业集聚载体:围绕本地特色农产品,规划建设标准化种植养殖基地与电商产业园区,完善仓储、分拣、包装等配套设施,通过产业集群效应降低运营成本;同时搭建电商创业孵化平台,提供场地、技术、培训等一站式服务,引导创业者向集群化、规模化方向发展,形成“特色产业+电商”的融合发展格局。

5.2. 加快培养农村电商专业人才

农村电商领域的人才建设,需兼顾“外部引进”与“本土培育”双重路径。农村电商的持续发展,离不开一支热爱农业、精通技术、擅长经营的专业人才队伍。唯有充分把握电商技术应用机遇,吸引并培育更多农村电商领域人才,方能推动农村区域发展、促进农业增产增收、助力农民实现富裕,让共同富裕在电商产业发展中释放新活力。

针对农村电商处于起步阶段的欠发达地区,相关部门可通过相关举措强化人才支撑:精准引才:借助政策引导、产业扶持、创业补贴等措施,吸引电商领域人才下乡创业、返乡发展;针对头部主播等高层次电商人才,可设立专项人才引进奖励机制,切实彰显引才诚意。多元育才:政府牵头搭建多渠道、多形式的电商技能培训体系,例如依托专业培训机构、农村电商服务站,联合职业院校共建实操教学平台,为电商从业者、返乡青年、大学生村官及种养大户提供电商知识教学与销售技巧指导,帮助其掌握网店运营、直播带货等核心能力[10]。

对于农村电商发展成熟的发达地区,政府需发挥“头雁引领”作用,推动电商人才队伍提质升级:一方面,通过组织助农直播、电商项目孵化等活动,重点培育一批具备行业影响力的电商领军人才;另一方面,借助技能竞赛、农产品展销会、农村电商交流会等平台,宣传返乡创业电商青年的成功案例,讲好地方农产品品牌故事,直观展示电商产业带来的实际收益,进一步调动农民参与电商经营的积极性,

营造全社会支持农村电商发展的良好氛围。

5.3. 加快农业生产标准化建设

农产品标准化是筑牢农产品质量安全防线的关键基石。这一标准化体系贯穿农产品从生产到流通的全链条,具体涵盖种植前准备、田间栽培、日常管理、成熟采收,以及后续的清洗处理、仓储运输直至终端销售的每一个关键环节。

欠发达地区推进农产品标准化建设,核心可从两大维度发力。其一,在现有的基础上,推动监管重心下沉,强化农产品源头质量把控力度。结合农村市场建设进程,在各类农副产品交易市场、农用生产资料市场,尤其是规模较大的批发市场,搭建完善的快速监测站点,常态化开展市场质量监测服务。其二,着力提升农民的标准化认知与意识,需让农民清晰认知:唯有落实标准化生产,才能实现“种得优、养得好”,进而达成“卖得俏、收益高”;引导农民尽早摆脱单一思维定式,摒弃粗放式种养传统观念,树立“学经验不如守标准”的现代农业新认知^[11]。

而在发达地区,借助数字技术与现代农业的深度融合,能够实现农产品生产全流程的规范化管控。这一模式不仅可确保产品质量稳定可控,还能依托标准化体系提升产业链整体效率,为农村电商提供高品质、高一致性的货源保障,进一步巩固“优质优价”的市场竞争优势。更为重要的是,发达地区的实践可为欠发达地区提供可复制、可推广的农产品标准化建设经验,助力其少走弯路、高效推进标准化进程。

6. 结语

电商技术作为数字技术革命中覆盖人群最广泛的典型形态之一,对实现共同富裕具有关键意义,而共同富裕进程中最艰巨的任务集中在农村区域。

农村电商是以平台为核心媒介的新型产业模式,依托各类电商平台与互联网信息技术,能够有效突破地域限制,实现市场信息共享,缓解市场信息不对称问题,减轻农村地区资源短缺带来的制约。基于这些优势,农村电商可从多个维度助力共同富裕,包括对农村产业的赋能、对农村消费市场的赋能、通过增加农户经营性收入实现的赋能、对农村人才培育的赋能以及对农村绿色生态发展的赋能等。

本研究发现,当前农村电商发展仍面临诸多现实问题,这些问题在一定程度上制约了共同富裕的推进进程。此外,随着互联网技术的全面普及与农村电商的快速发展,农村电商在推动共同富裕中的作用愈发凸显,已逐渐成为不可或缺的重要力量。因此,深入研究农村电商赋能共同富裕的内在机制与实践策略,不仅具有重要的现实指导意义,也具备较高的理论研究价值。

参考文献

- [1] 徐紫嫣, 夏杰长. 共同富裕思想的演进脉络和实践指引[J]. 学习与探索, 2022(3): 133-140.
- [2] 杨雅迪. 新时代下农村电商与乡村振兴战略的互动关系研究[J]. 商场现代化, 2024(8): 28-30.
- [3] 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.
- [4] 罗千峰. 农村电商的增收效应及其机制——来自中国乡村振兴调查的经验证据[J]. 中国流通经济, 2022, 36(9): 47-59.
- [5] 罗千峰, 胡雯, 赵奇峰. 电商经营如何促进农户增收——基于中国乡村振兴综合调查(CRRS)数据[J]. 经济与管理, 2023, 37(5): 1-8.
- [6] 展进涛, 周静鑫, 俞建飞. 汇聚涓涓细流: 农村电商的收入效应与溢出效应研究——基于全国 1809 个县的证据[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2024, 24(2): 136-147.
- [7] 赵绍阳, 周博, 周作昂. 电商发展能降低贫困发生率吗?——来自电子商务进农村综合示范县的证据[J]. 统计研究, 2023, 40(2): 89-100.

- [8] 王修梅, 易法敏. 数字经济对农村劳动力非农就业质量的影响——来自电子商务发展的证据[J]. 经济经纬, 2023, 40(3): 55-65.
- [9] 张添洋, 张颖, 张坤. 农村电商、要素流动与城乡一体化发展[J]. 商业经济研究, 2024(5): 117-121.
- [10] 孙文策, 严继超, 李华. 直播电商扶贫的实践模式总结与探讨[J]. 经营与管理, 2022(12): 45-50.
- [11] 周芃未, 孙颖, 高燕, 等. 基于抖音的农产品营销问题分析——以山东省寿光市为例[J]. 中国市场, 2023(7): 121-124.