

数字乡村背景下农村电商高质量发展研究

郭 拥

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月11日; 录用日期: 2025年10月23日; 发布日期: 2025年11月26日

摘 要

农村电商是“十四五”时期发展农村数字经济的核心路径,也是深入推进“互联网+现代农业”的新兴产物。二十年来,农村电商在经历起步和快速发展阶段后,步入了高质量发展的阶段。梳理农村电商的政策文件,锚定顶层设计的扶持趋势。而在发展过程中,农村电商在生产要素、经营能力和产业生态方面仍存在现实瓶颈。结合时代背景,通过发挥数字乡村发展战略的赋能优势,从治理、产业、创新三个维度赋能农村电商发展,探索在数字乡村背景下农村电商高质量发展的实现路径。

关键词

数字乡村, 农村电商, 高质量发展

Research on High-Quality Development of Rural E-Commerce in the Context of Digital Villages

Yong Guo

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 11, 2025; accepted: October 23, 2025; published: November 26, 2025

Abstract

Rural e-commerce is the core path to develop rural digital economy during the “14th Five Year Plan” period, and is also an emerging product of in-depth promotion of “Internet plus modern agriculture”. Over the past two decades, rural e-commerce has entered a stage of high-quality development after experiencing initial and rapid growth. Sort out the policy documents for rural e-commerce and anchor the support trend for top-level design. However, in the process of development, rural e-commerce still faces practical bottlenecks in terms of production factors, operational capabilities, and industrial

ecology. Based on the background of the times, by leveraging the empowering advantages of the digital rural development strategy, we aim to empower the development of rural e-commerce from three dimensions: governance, industry, and innovation, and explore the path to achieving high-quality development of rural e-commerce in the context of digital rural areas.

Keywords

Digital Countryside, Rural E-Commerce, High-Quality Development

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. 问题的提出

农村电商高质量发展是以人才为内生创新动力；要求在政府政策制度合理规划下，建设完善的电商基础设施和公共服务体系；借助云交易平台实现电商产品与目标市场的高效对接，实现充分就业增收的经济效益与业态发展正外部性的社会效益，推动农村经济转型的重要举措[1]。在数字经济的时代浪潮中，农村电商面临着综合服务体系尚不完善、生产要素储备不足、产业链与物流链建设落后等挑战。《数字农业农村发展规划(2019~2025 年)》明确要求将数字技术同农业农村发展深度结合，提升农村经济发展水平。随着数字乡村发展战略的深化，我们发现其覆盖农村全业态，发挥数智驱动力等优势，能够推动农村电商迈向高质量发展。

当前学术界关于数字乡村建设与农村电商高质量发展之间的研究形成了以下观点。其一，二者实现双向互促的发展。张滢[2] (2025)认为，电子商务进农村综合示范政策推动了数字基础设施建设，全面提高农村数字化水平；高端化数字创新与运用加快了农村产业结构演进，反哺农村电子商务平台建设。其二，电商下乡提升了数字乡村建设的发展水平。严敏[3] (2022)将农村电商发展作为中介变量，发现农村电商发展加速了数字乡村建设对城乡商贸一体化融合的进程。徐志刚[4] (2022)从农村电商的角度构建了多主体、多情境的分析框架，立足微观数据和文本资料，研究结论纵深推进数字乡村建设。其三，研究数字乡村建设促进了农村电商等方面的发展。文进爱[5] (2024)认为其通过完善配套服务赋能农村电商经济良性发展；王晓娜[6] (2022)通过评估体系验证数字乡村背景下农村电商集群的发展质量总体上不断提升；柯齐[7] (2025)认为其通过增强农村创业活力、提升农户收入两种途径促进农村电商高质量发展。

已有文献为研究数字乡村建设与农村电商高质量发展提供了借鉴，但仍有待改进之处。农村电商正式迈入高质量发展阶段，而文献还多聚焦于快速发展时期的主要模式、水平测度与市场状况等方面，在数字乡村的时代背景下如何推动农村电商高质量发展的探讨较为稀缺。后者的实施如何借由前者的建设成效做到深化推进，是一个需要思考的命题。同时，已有研究还未深入探索在时代交织中二者的协同机制及其内在的赋能逻辑，所得结论未能为政策优化与主体行为提供充分的学理依据。综上，本文首先把握政策趋势，梳理农村电商的发展历程。发掘目前农村电商向高质量发展阶段迈进过程中面临的现实问题。思考在数字乡村建设的时代背景下如何多维度有效赋能。最后，实事求是地提出合理建议，探索高质量发展的实现路径。

2. 农村电商的政策回顾

农村电商的快速发展，一方面源于市场的内生动力，另一方面归功于政府的政策推动。本部分将农

村电商的发展划分为起步、快速发展和高质量发展三个阶段。通过系统梳理,可以发现国家出台的政策文件,由方向指引转向实践落实,其制定内容日趋精细化,覆盖范围也显著拓展。2014年以来,国务院及各部委陆续在超过90份文件中部署农村电商发展。近年来农村电商相关政策增势趋缓,这表明我国农村电商的产业政策体系日趋完善。

2.1. 农村电商发展起步阶段(2005~2013年)

2005年,农村电商正式起步。中央一号文件首次提出“电子商务”,要求加快农产品流通,鼓励发展电子商务这一新型业态。2006年,东部沿海地区开始通过网店销售农产品。2009年,“淘宝村”相继出现。这一阶段主要由政府和市场多元主体共同驱动,电商以平台为载体,作为新型流通方式,覆盖农村各类产品的生产、销售与供应等环节,农户以各自为主体,逐步向规模化发展。相关政策侧重于方向性指引,此时期的中央一号文件强调“以电子商务创新农产品流通方式”。

2.2. 农村电商快速发展阶段(2014~2023年)

随着时代发展,电子商务被证明是传统经济转型升级的有效方式。国家开始精准施策,大力扶持农村电商发展。2014年由部门联合发布的《关于开展电子商务进农村综合示范的通知》,标志着农村电商正式步入快速发展阶段。此后八年内,均以通知发文的形式实施“电子商务进农村综合示范”政策。2021年数据显示,我国已建设1613个“电子商务进农村综合示范”县[8]。进入到“十四五”时期,2021年的《“十四五”电子商务发展规划》和2022年中央一号文件明确提出实施“数商兴农”工程,推进电子商务进乡村。这一时期的中央一号文件均提及“农村电商”,并对各方面都做了明确详细的部署,涉及平台建设、综合示范、服务体系、产业发展、功能服务、基础设施、人才培养、物流体系等内容。2023年,中央一号文件提出“深入实施‘数商兴农’和‘互联网+’农产品出村进城工程”。据《中国电子商务报告》显示,2023年农村网络零售交易额约为2.5万亿元,是2014年交易额的13.88倍。表明此时期的农村电商正在蓬勃发展。

2.3. 农村电商高质量发展阶段(2024年至今)

发展农村电商,是转变农业发展方式、带动农民增收的有效抓手。2024年,我国数字乡村战略推进如火如荼。这一年,中央一号文件首次提出“实施农村电商高质量发展工程”,标志着农村电商来到了高质量发展阶段。同年3月,由部门联合发布的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》指出,深入实施数字乡村发展行动,促进电商与农村一二三产业全方位、全链条深度融合。并提出“用五年时间基本建成设施完善、主题活跃、流通顺畅、服务高效的农村电商服务体系”的工作目标。此后各省级层面的有关部门相继发布“关于推动农村电商高质量发展的实施方案”。2025年,中央一号文件继续深化,再次强调“推动农村电商高质量发展”。同年六月,由四部门印发的《2025年数字乡村发展工作要点》中,将“农村电商高质量发展”作为数字乡村建设的重点任务之一。数字乡村发展战略为农村电商的发展提供了环境和基础设施,农村电商高质量发展是数字乡村建设中成效最显著、最具活力的应用场景和经济引擎。

3. 农村电商高质量发展的现实瓶颈

农村电商高质量发展具有监督制度周密、配套体系完备、内生资本充足和规模化系统化特征。健全的监管机制基于周密制度,是农村电商高质量发展的保障;同时,相关配套服务形成完整体系能够提供适宜的营商环境。内生资本主要以人力资本和品牌资产为主,能够提供可持续发展的创新动力;规模化促进农村电商与乡村一二三产业融合发展,形成共振合力,达到配套政策的系统协同。而在实际推动的

进程中,还存在着生产要素相对不足、经营能力相对有限和产业生态相对较差的现实瓶颈,阻碍农村电商的高质量发展。

3.1. 生产要素相对不足

农村电商综合服务体系仍不完善,配套设施还未完备。无法有效集聚各类生产要素,难以为农村电商的发展提供“新农人”企业家、必要的融资支持和数字技术等要素。首先,人力资本短缺。2020年,中国农业大学智慧电商研究院发布的《中国电商人才现状与发展报告》,结合“十三五”期间我国农产品电商商家数量与销售复合增长率等数据,预测2025年我国农村电商人才缺口为350万人。农村电商还未形成契合的人才培育机制、环境吸引力弱。据全国本科普通批招生数据显示,2025年电子商务类专业计划招生数为37,979人,连续三年减少,存在复合型高端电商人才需求激增与传统人才培养模式之间的供需矛盾。同时农村电商人才流失现象严重,第七次全国人口普查数据显示,城镇人口比重为64.89%,十年内提升了14.21个百分点。由于农村地区在基础设施和公共服务等方面较城市的欠缺,大多数电商人才用脚投票,流向发达地区的电商企业。而中高齡留守人群的电商人才转化率低,造成农村电商人才缺口。

其次,资本储备不足。若遇到外部不利冲击,资金无法回笼,农村电商主体将难以维持经营。电商在农村发展带来了经济效益,但其盈利能力的展现未能充分吸纳城镇资本流入。卢丽媛[9](2025)的研究证明城乡要素融合对农村电商助农持续稳定增收的中介效应中资本融合作用稍逊。同时乡村金融市场的发育相对滞后,截至2022年6月的数据显示,农村商业银行的坏账不良率为3.37%,处于行业最高水平,高于1.69%的商业银行业平均不良率[10]。最后,技术利用率低。利用智慧技术精准研判消费者诉求和市场变化的大数据交互系统仍未在农村电商领域普及,缺乏市场资源的有效挖掘和行业间的流动共享。郭娜[11](2023)的研究表明,即使是在京津冀地区,农村电商综合效率水平仍然偏低,技术效率低是其主要原因之一。在农村电商发展中均存在不同程度的投入冗余与产出不足,应积极推动农村电商协同发展。

3.2. 经营能力相对有限

市场销售的完整链条中,生产端是基础,是交易的开始。由于缺少高端电商营销人才,作为生产主体的农户,往往更关注生产环节和物流成本,在品牌建设与售后保障等经营环节缺乏指导。首先,品牌建设滞后。多数农村电商主体存在“酒香不怕巷子深”的淡薄品牌意识,没有意识到品牌创造溢价、建立消费者信任的价值。许多经营者更想追逐“热流量”,不愿久久为功。而商誉的建设,是一项长期投资,周期长见效慢。农村电商品牌发展良莠不齐。安徽某县在农业农村部、工商总局和国家知识产权局共有地理标志产品35种,网销产品400余种,但截至2020年网销额超百万的品牌仅8个[12]。当前市场上较多的是产地品牌,如晴隆脐橙、丹东草莓、昭通苹果、西湖龙井等。没有形成独立的商标,极易出现以次充好的现象,给品牌建设带来负面影响。

其次,产品的附加值不高。生活质量和可支配收入的提升增加了消费者对高档加工农产品的需求。农村电商在助力农产品“走出去”的同时,也常因产品附加值不高,导致农民收益有限、市场竞争力较弱。由于产业链条短,精深加工不足,电商产品以初级农产品为主,产业附加值缺少有效挖掘,导致议价能力弱,陷入低价竞争。最后,营销模式存在问题。由于数字技能与人才短缺、品牌意识薄弱,农村电商主体高度依赖低价促销模式、模仿照搬普遍,导致内容呈现同质化,与产业融合度低,用户黏性低。咎梦莹[13](2020)分析多个网红主播带货时出现的问题案例,总结出目前农村电商的直播营销还存在着夸大宣传、以次充好、标准化程度不高、品牌意识不强、配套服务跟不上、平台监管不完善及直播内容等诸多问题。

3.3. 产业生态相对较差

目前农村电商产业集群总体规模还相对较小,难以形成发展合力和产业带动效应。首先,产业布局分散。农村地区电商发展大多数以单个商户为主体,地区间的发展内容分散、有差异,难以形成规模效应。虽然农村集体经济组织已经参与到电商发展中,但其中各部门的联系仍不够紧密。发展模式不成熟,电商产品同质化竞争仍然激烈,行业间合作困难将导致整体失去发展机遇[14]。其次,完整产业链仍在形成阶段。梅燕[15](2020年)基于产业集群生命周期理论的多案例研究表明,在农村电子商务产业集聚的成长阶段,政策扶持可以有效改善中国农村第一产业延伸不充分、产业链不健全和第二产业加工转化率低等问题。但也会出现恶性竞争、人才缺乏、资本不足等问题,使得农村电商产业集聚的发展滞后于区域经济的发展。目前农村电商产业链仍处于发展阶段,在生产、加工、信息、流通、售后等方面衔接不力,管理与分配机制的标准化水平较低,统筹协调运行效率较低,难以形成规模化专业化。

最后,供应链与物流链建设相对滞后。农村地区发展电商,主要以销售农产品为主。农户小规模的生产方式,难以统一种养技术和生产;生产出来的产品,普遍未能规模化地采取统一标准的加工工艺、质量分级和产品包装,这样的非标准化容易使电商市场成为“柠檬市场”。物流链的建设虽然取得一定成效,但仍存在地区差异,表现为西部地区快递业务发展相对滞后。其产品交易体量较小,缺乏规模优势,物流成本高。针对现实情况,2025年3月,商务部等8部门研究制定了《加快数智供应链发展专项行动计划》,要求“提升农业供应链组织水平,推动农村电商高质量发展,打通农产品供应链‘最先一公里’”、“推动降低全社会物流成本,提升农产品冷链物流智能化水平”。

4. 数字乡村如何赋能农村电商高质量发展

2025年5月,中央网信办等四部门印发《2025年数字乡村发展工作要点》,要求统筹推进数字乡村建设,推动农村电商高质量发展。今年年底,数字乡村发展“十四五”将圆满收官,将实现互联网普及率稳步提升,农产品网络零售额持续稳定增长和乡村治理效能、信息服务水平不断增强等目标。面对农村电商发展的现实瓶颈,如何把握机遇,依托数字乡村发展战略赋能农村电商的高质量发展成为时代命题。把农村电商作为数字乡村建设的重点工作来抓,助力农村电商与乡村产业深度融合,推动高质量发展。数字乡村建设可从政府、产业和创新三个层面赋能农村电商高质量发展。

4.1. 政府赋能:实现农村电商效率公平发展

政府的积极作为对于当前中国农村经济的发展至关重要。2021年“电子商务进农村综合示范工作”明确提出“政府优化政策供给、提升服务和治理水平,营造公平营商环境和放心消费环境”的基本原则。农村电商高质量发展需要地方政府在遵循国家大政方针和市场规律的前提下积极推动,结合现实相机优化制度和提供公共服务,聚焦农村电商内生增长要素的培育。基于此,在实施数字乡村发展战略和推进农村电商高质量发展工程的耦合下,认为政府应在公共服务、引导和监督三个方面积极作为。

首先,提供公共服务。地方政府应加强农村基础设施数智化改造,如提升网络覆盖水平和供给能力、产地冷链物流信息化水平、完善农村快递末端服务设施等,激发农村市场主体活力。建立公共服务的提供和反馈平台,持续实施高素质农民培育计划、农村实用人才带头人培训,赋能新农人,孵化新农商。政府行为促进资源高效流动,吸引新主体加入,实现数字资源的协调共享,构建全产业链数字化服务体系,最终完成农村电商获得了经济价值,政府获得公共服务价值的一体化价值共创。

其次,发挥引导作用。地方政府需为农户与企业的数字化转型指明方向,加强市场化合作与信息共享。抓住数字经济的机遇,培育壮大土特产网络品牌,促进农产品网络销售“优质优价”。在农村电商产

业的政策演进过程中,政府从庇护导向、激励导向,最后转入激励与规制并重,呈现出“因时而变”的逻辑特征。同时需要尊重市场主体,践行长期主义,聚焦高质量发展目标。

最后,落实监管职能。地方政府应规范市场监管,加强农产品质量安全追溯管理信息标准化归集和经营者资格审核。并对电商平台的行为、外延进行监测,确保平台提供的产品与服务达到准入标准,筑就规范透明、有序高效的市场沃土[16]。政府主导的数字监管平台,可以有效解决诸多问题。数字平台以技术的方式推进非人格化交易,降低了交易成本;依靠数据与算法,快速过滤、筛选和整合出所需的信息资源,节省了交易成本;监管交易流程,统筹买卖双方关系,明确权责,提升交易效率。

4.2. 产业转型:助力农村电商实现数智升级

数字乡村建设能够优化农村电商要素配置和产业结构。数据要素对农村传统要素整合、优化,发挥要素带动优势,构建产业新生态。促使数字乡村资源优势为农村电商发展提供多元支持,对农村电商进行全方位、智慧化改造,升级为完整的农业产业链。首先,数字乡村为农村产业发展注入了数据这一新的生产要素,助力电商业态数字化升级。数据要素市场化建设能够推动农业生产供应链智能化转型,以数据驱动农村电商产销全环节。发挥数据要素乘数效应,赋能精细化运营,实现数智升级,为农村电商科学决策提供依据。

其次,要素整合,提质增效。潘光曦[17](2025)基于省域面板数据的动态 QCA 分析证明了,实现高水平数字乡村建设需要多维要素联动赋能,数据要素在数字乡村建设中发挥了关键的支撑作用。由此在农村电商高质量发展的现实实践中,可以借由数字乡村建设赋予的数据、技术和信息等新要素,使其渗透、融入农村电商的传统要素,发挥赋能,对农村传统要素进行数字化升级。进而将农村电商经济全要素进行整合,加快要素间流动共享,提升要素的利用效能,增加产品市场附加值,挖掘市场潜能,不断催生农村电商高质量发展内生动力。

最后,构建产业集群。要素升级为产业集群的构建奠定了基础。数字乡村建设支持农村电商跨地区、跨产品、跨链条合作,实现资源交流共享、提升集群决策精度,增强产品的供给能力和整体竞争力,延伸农村产业链与价值链。

4.3. 赋能创新:农村电商高质量发展新结构

农村电商只有在产业结构上做到转型升级,才能实现高质量发展。数字乡村建设让农村电商摒弃传统的产品简单销售,转而成为技术驱动、市场带动的数字产业。首先,助力农村电商与农文旅融合。在数字乡村建设推动农文旅融合发展的过程中,通过电商平台实现“电商引流+文旅激活”模式,打造乡村消费新场景,“游购乡村”激活游客的潜在消费力。更新农村电商产品生态,在高质量农产品的基础上融入生态观光、健康养老、乡土体验等形式的产品[18],电商产品多产业融合、多渠道销售,形成乘数效应。

其次,加强技术创新。推进农村电商供给侧结构性改革,摒弃粗放式发展理念,以技术创新为先导,结合理念创新和模式创新推进农村电商高质量发展。其一,数字乡村建设能够促进数字技术在农村电商领域的广泛应用,推进农村电商向着数字化、标准化、规模化转型。其二,数字乡村建设能够提高农业生产要素的配置效率,增强农村创业活跃度,促进新型农村集体经济发展。其三,数字乡村建设能够通过提升乡村治理能力来保障农村电商高质量发展。

最后,深化多元协同创新。深化农村电商的协同创新,营造良好的竞争环境,改变原有的封闭生态,引导农村电商企业尤其是平台企业在更大范围、更深层次实现互联互通,打造各具特色的独特核心能力。发挥大市场的协同作用,实现高质量发展。

5. 数字乡村背景下农村电商高质量发展的实现路径

当前,农村电商进入高质量发展阶段。政策的指向已由“指引”向“实践”、“高速”向“高质”转变。而在发展过程中,农村电商仍面临着要素、经营和产业三方面的现实瓶颈。对此,结合数字乡村建设的战略方向,从治理、产业和创新三维度赋能农村电商高质量发展。在本部分,将结合前文分析,从农村电商高质量发展过程中面临的三大现实问题出发,提出数字乡村背景下农村电商高质量发展的合理实现路径。

5.1. 培育产业主体,集聚生产要素

其一,提高农民数字素养,壮大农村电商的主体力量。对农村电商原有从业者开展市场营销、数字技术及创业孵化等培训,形成应有的发展认知和技术素养。开展乡村电商大赛,选拔根植于农村的优秀人才。在结构上进行调整,合理研讨制定新型农村电商人才的培育方向,落实到高校培养。营造适宜环境。通过数字乡村建设,完善农村基础设施及产业配套,宣传优势资源,拿出实质福利,营造出“招贤纳士”的环境,释放人才“虹吸效应”。

其二,政府需要依托数字乡村建设,实现资本的有效吸纳。以透明、全覆盖的数字信用平台营造优质高效的投融资环境。保障资本享受优惠政策,打击不正当竞争行为。整合乡村发展资源,构建农村电商经济网络,打破城乡要素流动壁垒,推动资本下乡。促进县域资本深化,从供给侧角度增加资本要素投入,实现农村电商高质量发展。

其三,强化技术应用创新。保持、更新创新理念,优化创新成果转化机制。引导电商企业自主创新,提升企业核心竞争力。推动数字乡村建设中5G、大数据、人工智能等新一代信息技术在电商领域的集成创新和融合应用。建立新型农村电商产业协作关系,优化业态模式创新。鼓励农村电商企业深度挖掘用户需求,实施数字化运营模式,应用新型电子手段,探索发展相关服务业态。建立产业分工协作和资源共享的新结构,消除信息孤岛和单打独斗。构建乡村利益联结机制,激发内生动力。

5.2. 实施营销战略,建设优质品牌

其一,推动品牌建设。通过专业的培训教育,强化农户的品牌意识。引导有条件、合格的农户、企业创建电商品牌,政府给予扶持保护。多元化渠道宣传推广农村电商品牌,提升影响力和竞争力。其二,提升产品附加。数字乡村建设提供的数字技术在农业全环节的深度应用将会带动生产效率的提升及链条延长,改进加工环节,提升产品附加值。结合优质品牌的建成,辅之农村电商平台对品牌的宣传推广,进一步提升农产品附加值。优化农产品流通体系中的运输细节,如包装、货运与配送等细节,降低农副产品产品的破损可能,让配送企业提前介入,保障农产品经营加工的利润,创造农产品的附加值。其三,维持客户黏性。电商交易最重要的就是消费者基础。农村电商需要完善产品销售、售后服务体系;把持产品品控,保障产品到手质量,给消费者留下好的印象;结合数字乡村建设成效多渠道、多样化推介产品,展现真挚乡村情怀,不放过产品曝光可能。发挥农村电商精英力量,促进成功营销模式学习传播。借鉴荣昌卤鹅,政府部门应当把握网络热门机会,适当引导,助力当地产品出圈。

5.3. 完善产业体系,协同统筹兼顾

产业链条、服务体系等系统完善是推进农村电商高质量发展的先决条件。提升数字乡村治理效能,夯实电商高质量发展基础。其一,农村电商产业适度集聚。产业布局分散或是过度集聚,都不利于农民增收。政府应制定科学的农村电商产业发展规划,结合县域资源承载能力,合理布局农村电商产业,推动农村电商产业集聚向高质量转型^[19]。对于未满足产业最优集聚的地区,政府应先完善基础设施与各链

条建设,保障硬件基础,然后结合前文所述的各种扶持方式,吸引电商主体,形成规模效应。

其二,形成产业链上下游发展合力,构建利益联结。推进数字化服务整合,优化电商配套服务,提供必要的数字设施与公共服务。依托数字乡村建设对农业产业链韧性的正向促进作用[20],借助建成的数据共享平台,开发配套数字化服务,培育农村电商新质生产力。建设农村电商产业基地,给予入驻企业帮扶政策,推广“电商平台+”模式,打造完整产业链,促进多要素协同。

其三,完善电商供应链和物流链。不断提升产品生产专业化水平,实施农产品精细化管理品控。推动多级城乡物流体系融合发展,缓解物流网络建设压力。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 张滢,李昭熠.数字化水平、农村电商平台建设与农村经济韧性[J].农业经济,2025(6): 127-129.
- [3] 严敏,嵇正龙.数字乡村建设对城乡商贸流通一体化融合发展赋能效应检验——以农村电商发展为中介变量[J].商业经济研究,2022(24): 105-108.
- [4] 徐志刚,张赞.数字乡村发展困境与破解之策——基于农户信息化需求与农村电商物流视角[J].财贸研究,2022,33(7): 41-53.
- [5] 文进爱,邱伟芳.数字乡村赋能农村电商经济的作用机理与实施策略[J].农业经济,2024(9): 137-139.
- [6] 王晓娜.数字乡村背景下我国农村电商集群发展质量评价[J].商业经济研究,2022(14): 133-137.
- [7] 柯齐,任兆昌,龚云虹.乡村振兴背景下数字经济对农村电商高质量发展的影响[J].数学的实践与认识,2025,55(5): 142-152.
- [8] 周琦宇,龙开胜.农村电商加剧耕地“非粮化”了吗——基于电子商务进农村综合示范政策的考察[J].农业技术经济,2025(2): 20-42.
- [9] 卢丽媛,王竞谕,王瑞峰.农村电商助农持续稳定增收机理——基于城乡要素融合的中介效应[J].中国流通经济,2025,39(0): 45-58.
- [10] 徐广妹,马新迪,商亚芬.新型农村融资体系下考虑农产品质量的电商策略选择研究[J].商业经济研究,2025(7): 93-96.
- [11] 郭娜,陈惠.京津冀地区农村电商发展效率研究——基于 DEA 模型的分析[J].价格理论与实践,2023(2): 170-174.
- [12] 罗猛,林万龙.农产品电商发展现状、困境与未来支持政策[J].世界农业,2024(12): 37-50.
- [13] 咎梦莹,王征兵.农产品电商直播:电商扶贫新模式[J].农业经济问题,2020(11): 77-86.
- [14] 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.
- [15] 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.
- [16] 朱海波.“数商兴农”:地方政府如何发挥关键作用[J].首都经济贸易大学学报,2024,26(6): 35-47.
- [17] 潘光曦,郭冰,侯冠宇.新质生产力赋能数字乡村建设的多元路径——基于省域面板数据的动态 QCA 分析[J].华东经济管理,2025,39(7): 106-116.
- [18] 余花,李学卫.乡村全面振兴背景下农村电商高质量发展研究[J].农业经济,2025(3): 136-137.
- [19] 代梦婷,夏春萍,冯茂岚.农村电商产业集聚对农民收入的“双刃剑”影响——基于正式制度与非正式制度的比较分析[J].广西民族大学学报(哲学社会科学版),2025,47(3): 131-146.
- [20] 贺亚亚,陈真,周迪.数字乡村建设提升农业产业链韧性的效应、机理与路径研究[J/OL].中国农业资源与区划: 1-14. <https://link.cnki.net/urlid/11.3513.S.20251021.1433.032>, 2025-10-25.