

乡村振兴视域下贵州黔南地区农村电商的发展桎梏和破解路径

田汉卿

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月14日; 录用日期: 2025年10月29日; 发布日期: 2025年11月21日

摘要

随着互联网时代的迅猛发展, 农村电子商务在推进乡村全面振兴视域下扮演着愈发重要的角色。贵州黔南地区作为少数民族的聚居地, 自然资源禀赋、民族文化多元、特色产品丰硕, 为全面推进地区农村电商发展奠定了坚实基础。然而, 当前贵州黔南地区农村电商发展尚处于瓶颈期, 面临着诸多发展桎梏。因此, 本文将采用文献分析与案例研究相结合的方法, 把握贵州黔南地区农村电商的发展现状, 剖析电商营销所面临的发展桎梏, 并结合地域优势, 提出有针对性的破解路径, 以期增加特色农产品的营销量, 实现农民增收、农业增产、农村发展, 加快乡村振兴的实现进程, 以全面推进农业农村现代化。

关键词

乡村振兴, 贵州黔南地区, 发展桎梏, 破解路径, 农业农村现代化

Development Constraints and Solutions for Rural E-Commerce in Qiannan Prefecture, Guizhou Province: A Rural Revitalization Perspective

Hanqing Tian

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 14, 2025; accepted: October 29, 2025; published: November 21, 2025

Abstract

With the rapid advancement of the internet era, rural e-commerce has assumed an increasingly

vital role in promoting comprehensive rural revitalization. As an area with a high concentration of ethnic minorities, Qiannan Prefecture in Guizhou Province possesses abundant natural resources, diverse ethnic cultures, and a wealth of distinctive products, laying a solid foundation for advancing rural e-commerce development across the region. However, the current development of rural e-commerce in Qiannan faces numerous constraints and is still in a bottleneck phase. Therefore, this paper employs a combined approach of literature analysis and case studies to assess the current state of rural e-commerce in Qiannan, Guizhou. It analyzes the development constraints faced by e-commerce marketing and proposes targeted solutions leveraging regional advantages. The aim is to increase sales of specialty agricultural products, achieve higher incomes for farmers, boost agricultural production, and accelerate rural development, thereby advancing the process of rural revitalization and comprehensively promoting agricultural and rural modernization.

Keywords

Rural Revitalization, Qiannan Prefecture, Guizhou Province, Development Constraints, Cracking Path, Modernization of Agriculture and Rural Areas

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

2025 年，中共中央国务院发布了《关于进一步全面深化改革农村改革，扎实推进乡村全面振兴的意见》，开篇指出：“实现中国式现代化，必须加快推进乡村全面振兴”，并在“着力壮大县域富民产业”的决策部署中明确提出：“发展乡村特色产业，推动农村电商高质量发展。”[1]这一战略导向的提出，不仅强调了乡村振兴在实现中国式现代化战略全局中的突出地位，也为农村电商赋能乡村全面振兴指明了方向。

近年来，贵州黔南地区积极推进数字乡村建设，通过大数据、人工智能、物联网、区块链等数字化技术，促进农业产业链升级、农村治理现代化和农民增收致富。其目标是实现城乡数字化融合发展，缩小城乡数字鸿沟，以促进农业农村现代化。此外，贵州黔南地区依托丰富的自然资源和独特的民族文化，因地制宜生产特色农产品，积极推进农村电商发展，取得了一定的经济收益，并在一定程度上提升了人民生活水平。比如：都匀毛尖茶、长顺绿壳鸡蛋、罗甸火龙果等特色农产品，以电商平台作为销售媒介走向全国市场，打破了传统农产品在营销方面的地域限制，拓宽了农产品的销售渠道，对农民增产、农村发展产生了积极而深远的影响。因此，贵州黔南地区应积极探索“大数据 + 农业”模式，并将其赋能于农村电商高质量发展的具体实践中，促进互联网与农村电商发展的良性互动。

然而，在以农村电商全面推进乡村振兴的进程中，由于受到专业人才匮乏、供应链体系薄弱、基础设施滞后、政策支持精准度与协同性欠妥等一系列发展桎梏的影响，严重阻碍了贵州黔南地区依托农村电商推进乡村全面振兴的步伐。因而，本文将坚持从实事求是出发，采用文献研究与案例分析相结合的方法，深入剖析这些发展桎梏产生的内在机理，并依此提出具有针对性的破解路径，对于推动贵州黔南地区农村电商可持续发展，助推实现乡村全面振兴具有重要意义。

2. 乡村振兴视域下贵州黔南地区农村电商的发展现状

电商促农增收路径优化研究农村电商的高质量发展是突破农村经济发展局限性的重要途径，是促进农民增收致富的重要路径，是实现乡村振兴的重要抓手[2]。近年来，随着互联网时代的蓬勃发展，贵州

黔南地区以发展农村电商为契机，锚定“服务实体经济，深化数实融合”的目标，精心培育电商生态与服务体系，并积极贯彻乡村振兴发展战略，在特色农产品网络零售额与规模化发展方面初显成效，进一步巩固了脱贫攻坚成果，为区域经济转型注入新动能。

2.1. 特色农产品网络零售额增幅显著

习近平总书记在陕西考察期间，与柞水县小岭镇金米村的村民交谈时表示，“电商作为新型业态既可以推销农副产品、帮助群众脱贫致富，又可以推动乡村振兴，是大有可为的”。[3]诚然，大力发展地域特色农产品不仅在促进农民增收致富和农业农村发展方面具有积极作用，而且还能够大力推进实现乡村全面振兴的历史进程。特别是以电商作为销售媒介，将极大突破地域限制，扩大市场范围，接触到更多潜在客户。近年来，贵州黔南地区积极将农村电子商务融入农业农村发展大局，成功打破了传统营销模式对特色农产品滞销的困境，农民增收成效显著，为地区经济发展注入新活力。根据贵州省发展和改革委员会发布的数据显示：2025 年一季度，黔南州网络零售额达 8.75 亿元，同比增长 24.65%，增速高居全省前列。拉长时间线，增速更令人振奋：黔南州网络零售额从 2016 年的 1.62 亿元，一路跃升至 2024 年的 37.43 亿元，年均增速高达 44.02%。这份亮眼成绩单背后，藏着黔南州让数字生“金”的密码。

2.2. 文旅电商发展呈渐进式兴起态势

贵州黔南地区拥有秀丽的山水资源和独特的民族文化内涵[4]，为地区文旅融合发展提供了适宜条件。近年来，随着互联网的广泛普及，当地将民俗风情与独特景观以数字化手段进行创造性转化，将线上云平台作为信息传播媒介，通过发布精美图片与动态视频等多元形式，将当地美景生动且富有感染力地呈现在大众面前，吸引国内外游客前来观光。例如：黔南州在旅游季节利用“数字 + 文旅”方式推动文化产业和旅游产业数字化转型，从荔波的小七孔到龙里的大草原，再到都匀的秦汉影视城，全州各地 27 个特色旅游景区被数据“花式整活”，全州掀起文旅消费热潮[5]。与此同时，各地景区也以此为契机，积极推进文旅电商融合发展。例如：荔波小七孔、中国天眼等著名景点，以电商平台作为媒介，销售特色手工艺品、特色美食以及体现当地民俗风情的文创产品，不仅能够将特色产品拓展到更广阔的市场，而且还能够弘扬地域文化，提升文化软实力。此外，贵州黔南地区民族文化多元，拥有琳琅满目的非遗文化制品。例如：水族马尾绣、苗族蜡染技艺等传统手工制品借助电商平台突破地域限制，得以销往全国市场，不仅为地区经济转型发展打开了新窗口，也带动了非遗手工制品的传承与发展，助推实现乡村全面振兴的历史进程。

3. 贵州黔南地区农村电商的发展桎梏

近年来，尽管在黔南州人民政府的大力扶持下，贵州黔南地区农村电商发展呈现渐进式兴起态势，但是部分地区却仍面临着专业人才匮乏、供应链体系薄弱、基础设施与服务生态滞后、政策支持精准度与协同性亟待提升等发展桎梏，严重制约了贵州黔南地区电商产业的升级和壮大。

3.1. “人”的桎梏：专业人才匮乏，持续动力不足

培养出高素质的农村电商专业人才是农村电商高质量发展的先决条件[6]。诚然，人才是电商发展的核心驱动力，是推进农业农村发展的中流砥柱，是实现乡村全面振兴的重要基石。然而，贵州黔南地区在这一核心要素的获取上，却面临着诸多困境，进而导致专业人才匮乏，电商持续供给动力不足。

一方面，教育资源与培养体系不完善。从教育资源来看，黔南地区高校与高职院校相对较少，且部分院校尚未开设电子商务相关专业。即便是开设了电子商务相关专业的院校，其教学效果也难以契合市场的动态需求。此外，高校教师综合素质较为薄弱也是影响教学效果的重要因素。许多教师虽然具备理

论知识基础,但是由于缺乏电商实践经验,难以将理论与实践相结合,导致学生不能将所学知识应用到电商企业的实际工作场景中,这样一来,就很难培养出符合企业需求的创新型电商人才。从培养体系来看,乡村教育基础薄弱,电商培训体系不完善。造成这一结果的主要原因归咎于缺乏专业资质和综合能力较强的培养体系来承担起电子商务继续教育任务。同时,在课程内容方面形式较为单一,多为基础的电商知识普及,无法满足社会多元化的电商人才需求。

另一方面,受地区经济发展水平限制。贵州黔南地区经济发展水平与发达地区相比存在一定差距,电商企业的盈利能力与支付能力有限,导致电商行业的薪资水平普遍较低。而电商人才具备一定的专业知识技能,对薪资往往具有较高期许。与贵州黔南地区相比,发达地区电商薪资通常是黔南地区的数倍,这使得电商人才更倾向于流通发达地区,以谋求更好的物质生活条件。

3.2. “货”的桎梏: 供应链体系薄弱, 产品竞争力不强

完善供应链体系是电子商务企业增强竞争力的基础,从大数据搜索分析准确定位客户需求,到扁平化的流通渠道,再到集成化物流体系,每一个环节都决定着电子商务企业的未来,引导客户参与供应链设计,构建完善的个性化供应链体系是网络时代下我国电商企业营销创新的关键[7]。然而,贵州黔南地区由于受到地理环境复杂等因素的影响,尚未能构建起完整畅通的供应链体系,进而导致特色农产品品牌竞争力受限的消极影响。

一方面,供应端分散与协同不足。贵州黔南地区农业生产主要以小规模个体农户经营为主,但由于缺乏统一的种植标准和规划,导致在农产品供应方面产生农产品品质与规格层次不齐的现象,给顾客留下不佳的负面印象,进而造成农产品滞销的不利局面。

另一方面,物流配送瓶颈凸显。由于贵州黔南地区身处山区,地形地貌错综复杂,因而导致物流基础设施建设相对困难。近年来贵州实现了县县通高速[8],交通基础设施逐步趋于完善,有效提高了部分地区的市场通达性。然而,农产品的生产地主要聚集在偏远山区,仍然面临着农村公路网络密度较低且道路崎岖不平等现状,这无疑会增加农产品的运输时间和运输成本。

3.3. “场”的桎梏: 基础设施与服务生态滞后

完善的农村网络基础设施和交通网络是农村电商发展的基石。电商产业作为正在迅速崛起的新兴业态,在推进乡村全面振兴视域下扮演着举足轻重的角色。而电商产业的可持续发展需要依托于发达的互联网和交通物流运输体系,因此,只有建立运行速度快、性能稳定的网络系统,让农户都能上互联网,加上建立完善的农产品物流配送体系,才能有效开展农村电商活动[9]。然而,贵州黔南地区受制于地理环境复杂等客观因素的影响,导致基础设施建设与服务生态严重落后于发达地区。

一方面,基础设施薄弱。由于黔南地区拥有独特的喀斯特地貌,受地形地貌影响,部分地区网络基站建设陷入困境,农村地区网络覆盖存在盲区,严重影响了电商直播带货、农产品上传电商平台以及与客户实时沟通,致使电商产业在这些区域难以顺利进行,进一步阻碍了电商产业在贵州黔南地区的发展。

另一方面,服务生态滞后。主要表现为电商人才服务、金融服务以及农产品标准化与质量监管服务滞后。首先,农村地区缺乏培养电商专业人才的培训体系,无法提供电子商务继续教育服务,导致农民电商专业知识和技能匮乏,难以推动电商行业可持续发展。其次,贵州黔南地区由于受到区域经济发展条件限制,致使农村电商和个体农户融资不足,同时,金融机构对农村电商的信贷支持不足,因而,缺乏适合农村电商发展的金融产品。再次,由于政府相关部门职能缺失,造成出台的相关政策精准性与协同性欠缺,从而导致所生产的农产品大小规格不一,质量参差不齐,难以满足电商市场对农产品品质的

要求。

3.4. “策”的桎梏：政策支持精准度与协同性亟待提升

从农村电商发展的宏观架构来看，政策作为引导和调控农村电商发展的关键要素，其重要性不言而喻。作为一种具有战略性和前瞻性的顶层设计，它通过资源配置、市场调控等手段，为地区农村电商发展注入新活力。然而，由于贵州黔南相关单位对农村电商发展的认识不足，导致出台的一系列政策精准度与协同性尚未理想化，无法引导地区电商持续向上向善发展。

一方面，政策支持精准度不足，这些不足限制了农村电商的进一步发展。首先，政策目标缺乏针对性。政策制定发布前缺乏对贵州黔南地区农村电商发展现实状况的深入调研，致使部分政策目标范围过于宽泛且没有明确所指向的电商主体，最终导致政策实施效果不佳。其次，缺乏动态调整机制。当前，农村电商产业发展日新月异，市场环境和需求瞬息万变，但相关政策却缺乏动态调整机制，致使政策与现实脱轨，无法顺应农村电商长远发展大局。

另一方面，政策协同性欠佳。首先，各有关部门政策制定缺乏协同。在政策制定过程中，各部门在决策之前缺乏有效沟通，存在各自为政的现象，从而导致所出台的政策中存在冲突和矛盾。其次，政策与电商产业发展缺乏协同。政策制定前，部门有关人员尚未对地区农村电商发展现实状况进行深入的实地调研，致使对贵州黔南地区农村电商的发展规律和特点认识度不高，导致所出台政策与地区电商产业发展不匹配。

4. 贵州黔南农村电商发展桎梏的破解路径

实施乡村振兴战略是实现中国式现代化的现实路径，而推动产业振兴则是实现乡村全面振兴的基础和关键^[10]。贵州黔南地区作为乡村振兴视域下巩固脱贫攻坚成果的主阵地，应以互联网时代的快速发展为契机，推动电商产业可持续发展。同时，有关部门需通过市场调研、实地走访等关键举措，清晰认识地区电商的发展桎梏，以期寻求相应的破解路径，实现农民增收、农业增产、农村发展，进一步巩固脱贫攻坚成果，加速推进乡村全面振兴。

4.1. 实施“育-引-留”并举，构建人才矩阵

注重农村电商人才培养，构建完整的电商人才培养体系，高素质人才聚集是促进农村电商高质量发展的关键^[11]。因而，贵州黔南地区有关部门应出台相应政策，实施“育-引-留”并举的策略，构建全方位、多层次人才矩阵，为农村电商高质量发展奠定人才基础。

育人才是推动农村电商发展的核心要义，大力培育本土人才，夯实人才基础。有关教育部门应结合贵州黔南地区农村电商的发展规律及特点，并根据实际需要，构建科学完备的电商培训体系。将具有学习能力的青年作为推动农村电商发展的核心骨干力量，通过开展电商运营、产品营销、带货技巧等高级课程，培育出更多本土化技术型专业人才，为地区农村电商发展注入不竭动力。

引人才是推动农村电商发展的关键举措，引进外部人才，注入新鲜活力。电商人才作为推动电商产业高质量发展的核心驱动力，在物质层面具有一定的需求。因而，黔南州政府应出台一系列针对引进电商人才的优惠政策，吸引大学生、电商产业从业者返乡创业，并积极投身于家乡农村电商产业发展。首先，需从政策支持、基础设施建设、教育与培训、合作平台搭建、社会环境营造等多个方面入手，才能有效吸引和留住人才。其次，还需要注重本地人才培养和成功经验的借鉴，建立长期的人才培养和引进机制，确保农村电商的持续健康发展。通过这些举措，农村地区可以更好地利用电商这一新兴业态，促进农民增收和经济发展，实现乡村振兴的目标。

留人才是推动农村电商发展的必要举措，留住关键人才，稳定人才队伍。要建立电商人才关怀机制，定期了解他们的工作状况和生活需求，及时解决他们近期遇到的困难。此外，还要深入了解他们的家庭需求，为其家属提供教育、医疗等全方位保障，让他们感受到组织的人文关怀。

4.2. 强化“品 - 链 - 技”协同，夯实产业根基

产业是农村电商发展的核心载体，而强化“品 - 链 - 技”三者的协同发展，则是夯实产业根基，提升产品市场竞争力的关键路径。通过强化品牌效应、完善产业链条、推动技术赋能等举措，助力农村经济发展转型升级，构建具有地域特色的现代农产品电商产业体系。

强化品牌效应，提升产品附加值。贵州黔南地区拥有丰富的自然资源和多元的特色民族文化，这使得部分特色产品具有较高的品牌价值。比如：都匀毛尖茶、罗甸火龙果等特色农产品目前已在全国市场范围内广泛盛行。各县应系统梳理本土特色农产品，从中找出具有潜在市场价值的那部分，并充分挖掘其文化内涵、历史渊源，融入地域特色元素，形成“一乡一品”“一县一业”的产业布局。此外，要建立“三品一标”(无公害农产品、绿色食品、有机农产品和农产品地理标志)认证体系，推动农产品品牌的标准化建设。同时，推动政府与电商平台合作，搭建线上销售平台，帮助小农户直接对接市场，提升品牌知名度。黔南州政府还需制定反垄断政策，鼓励多元化品牌发展，有效防止少数大企业市场的垄断。

完善产业链条，增强产品竞争力。构建科学完备的产业链条应首先从供应端入手，加强特色农产品的标准化、规范化生产，同时推行绿色种植、生态养殖等现代农业技术，增强特色农产品的食用安全。同时，还要持续优化物流配送体系，物流运输是电商发展的“最后一公里”，也是当前制约贵州黔南地区农村电商发展的主要瓶颈之一。应整合物流、快递、交通等资源，推动物流产业向农村延伸，尽快打通“最后一公里”。

推动技术赋能，提升电商发展水平。随着互联网时代的迅速崛起，各地农产品销售逐渐突破地域限制，借助互联网平台，使当地特色农产品得以销往全国市场。2024年3月22日，中国互联网络信息中心(CNNIC)发布《第53次中国互联网络发展状况统计报告》，报告显示，截至2023年12月，我国网民规模达10.92亿，互联网普及率达77.5%；其中农村网民规模为3.26亿，城镇网民规模为7.66亿；人均每周上网时长26.1个小时[12]。贵州黔南地区理应以此为契机，构建“互联网 + 电商”产业体系，实现互联网与电商产业的深度融合。

4.3. 推动“基 - 服 - 融”一体，优化发展生态

在乡村振兴视域下，构建系统完备的发展生态是农村电商产业可持续发展的重要基石。因而，大力推进基础设施、服务体系、金融支持一体化建设，是贵州黔南地区优化电商发展生态，推动电商产业持续繁荣发展的必然要求。

完善基础设施，筑牢发展基石。首先，要加强网络通信建设。政府应加大对农村网络基站建设的投入，普及5G网络的适用范围，提升网络运行速率和稳定性。此外，还需建立网络运维保障机制，应对各种突发情况，及时解决网络故障等问题，确保电商产业在互联网平台上顺利进行。其次，要改善交通条件。良好的交通条件是保证农村电商高质量发展的关键。要加大对修建乡村公路的投入，提升城乡之间的通行效率，方便农产品的运输和配送。

健全服务体系，提升发展效能。首先，要强化人才服务。人才是农村电商高质量发展的核心驱动力，在推动农村电商可持续发展的进程中扮演着举足轻重的角色。要加强人才保障服务一体化建设，一方面，从构建教育服务体系入手，培养本土化电商专业人才；另一方面，依托外部环境，通过制定相关人才优

惠政策,吸引外地电商人才助力。其次,要加强市场服务。市场服务是农村电商高质量发展的重要保障。黔南地区应加快建成电商产品市场服务体系,加强对农产品的质量和安全监管,确保农产品的食用安全。同时,还要加强对经销商的监管,严厉打击虚假宣传、价格欺诈等有损地区电商发展的消极现象,有效保证消费者的合法权益。

强化金融支持,激发发展活力。一方面,要拓宽融资渠道。政府要大力支持农村电商企业通过债务融资、股权融资和金融机构融资等方式筹集项目资金。同时,成立电商产业投资基金,引导社会资本参与农村电商发展,以支持农村电商建设。另一方面,加大对信贷的支持力度。针对农村电商的发展,相关金融机构应加大对贵州黔南地区农村发展的信贷支持力度,尽量简化贷款审批流程,提升贷款发放效率,同时降低贷款利率,最大限度为电商企业提供金融支持。

4.4. 注重“精-协-长”结合,提升政策效能

农产品电商发展离不开政策支持^[13]。诚然,政策在农村电商发展进程中起着重要的导向和引领作用。为了更好发挥政策效能,贵州黔南相关部门在制定政策时,应将“精准化、协同化、长效化”相结合,为地区农村电商发展破除桎梏,开辟更为广阔的发展路径,充分发挥政策的引领导向作用。

精准化施策,解决发展难题。精准化是提升政策效能的基础。贵州黔南地区地域广阔,人口结构错综复杂,这些客观因素的存在给政府精准化施策提出了挑战。首先,要精准识别发展需求。有关部门需进行深入调研,把握黔南地区不同地域和不同人群对于电商发展的实际需求。其次,要精准配置政策资源。根据不同乡村电商发展实际需求的不同,合理分配政策资源,避免造成资源过度浪费的不良影响。

协同化推进,形成政策合力。协同化是提升政策效能的关键。首先,促进部门间的协同。农村电商所涉及的相关部门众多,各部门应定期开展联席会议,促进部门之间的交流,并通过有效交流分配部门任务,以避免矛盾交织,更好指导政策的制定。其次,促进政策与企业协同。有关部门在制定政策前,应进行实地调研,深入把握电商企业的现实发展状况,以期推动电商企业的高质量发展。

长效化保障,稳定政策预期。长效化是提升政策效能的保障。农村电商发展是一个长期的过程,而电商发展却是动态发展的。因而,政府需制定符合电商发展规律的动态保障机制,使地区农村电商无论在何时都能得以常态化、稳定化发展。此外,要保持政策的持续性和稳定性,避免政策的频繁变动给电商企业和从业人员所带来不确定性。

5. 结语

在乡村振兴与互联网时代深度融合发展的背景下,贵州黔南地区农村电商发展既面临着诸多发展桎梏,也蕴藏着发展和机遇。通过深入剖析贵州黔南地区农村电商的发展现状,我们清晰认识到专业人才匮乏、供应链体系薄弱、基础设施与服务生态滞后、政策支持精准度和协同性亟待提升等阻碍贵州黔南地区农村电商的发展桎梏,这些发展桎梏的存在制约着农村电商的可持续发展。

然而,本文通过对发展桎梏的深入分析,依次提出了相应的破解路径。如:实施“育-引-留”并举,构建人才矩阵、强化“品-链-技”协同,夯实产业根基、推动“基-服-融”一体,优化发展生态,注重“精-协-长”结合,提升政策效能等破解路径,为黔南地区农村电商未来发展指明了具体路径。这些路径相互联系、相互促进,形成了一个系统性的解决方案,以期打破黔南地区电商发展瓶颈,实现农村电商的跨越式发展。

展望未来,随着乡村振兴战略的深入推进,互联网时代的蓬勃发展,政策支持协同性的提升以及各项破解路径的深入实施,贵州黔南地区农村电商发展定将迎来蓬勃发展的崭新局面。农村电商将成为农民增收、农业增产、农村发展的核心要素,为黔南地区经济发展转型升级注入不竭动力。与此同时,农

村电商将推动实现乡村全面振兴的历史进程，助力农业农村现代化的实现，为在本世纪中叶实现中国式现代化贡献黔南力量。

参考文献

- [1] 中共中央国务院关于进一步深化农村改革扎实推进乡村全面振兴的意见[N]. 人民日报, 2025-02-24(001).
- [2] 陈姝. 乡村振兴背景下电商促农增收优化路径研究[D]: [硕士学位论文]. 合肥: 安徽农业大学, 2024.
- [3] 郭红东, 曲江. 直播带货助农的可持续发展研究[J]. 人民论坛, 2020(20): 74-76.
- [4] 王琴, 伍达富, 赵钦. 乡村振兴背景下黔南州乡村民宿发展概况、问题及对策[J]. 科技和产业, 2023, 23(10): 115-120.
- [5] 方亚丽. 黔南州数字经济赋能乡村产业振兴的对策研究[J]. 甘肃农业, 2024(9): 45-50.
- [6] 刘岩. 数字乡村建设背景下辽宁农村电商高质量发展探析[J]. 农业经济, 2022(6): 134-135.
- [7] 黄志宏, 周高鹏. 网络时代背景下电子商务企业的营销创新策略探讨[J]. 商业经济研究, 2017(10): 53-55.
- [8] 樊念, 韩荣培, 梁坤. 贵州省乡村旅游村寨的空间分异格局及地理特征研究[J]. 世界地理研究, 2021, 30(6): 1308-1319.
- [9] 唐亚萍, 王志和. 乡村振兴背景下农村电子商务发展模式创新研究[J]. 现代商业, 2021(30): 49-51.
- [10] 徐伟祁, 李大胜, 魏滨辉. 数字普惠金融对乡村产业振兴的影响效应与机制检验[J]. 统计与决策, 2023, 39(16): 126-131.
- [11] 陈金莲. 乡村振兴背景下泉州市农村电商发展现状及对策研究[J]. 中小企业管理与科技, 2022(22): 151-153.
- [12] 中国互联网络信息中心发布第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 国家图书馆学刊, 2024, 33(2): 104.
- [13] 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.