

马克思流通理论视域下农村电商重构农村流通体系的机理与路径研究

王晓君

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年11月10日; 录用日期: 2025年11月24日; 发布日期: 2025年12月25日

摘要

在乡村振兴战略深入推进的背景下, 农村流通体系作为连接城乡生产与消费的关键纽带, 其高效运转对激活农村经济活力具有重要意义。本文基于马克思流通理论, 系统分析了传统农村流通体系在流通主体、流通环节、流通管理与信息传导等方面存在的现实困境, 探讨了农村电商通过缩短流通时间、降低流通费用、优化市场机制等方式重构农村流通体系的内在机理。研究认为, 农村电商以数字化、网络化手段重塑了农村流通的交易结构、物流链路与价值分配格局, 推动了流通体系的现代化转型。在此基础上, 本文提出壮大流通主体、夯实数字基建、健全制度保障等实践路径, 以期为破解农村流通难题、推动农村经济高质量发展提供理论参考与实践指引。

关键词

马克思流通理论, 农村电商, 农村流通体系, 机理, 路径

Research on the Mechanism and Path of Rural E-Commerce Reconstructing the Rural Circulation System from the Perspective of Marx's Circulation Theory

Xiaojun Wang

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: November 10, 2025; accepted: November 24, 2025; published: December 25, 2025

Abstract

Under the background of the in-depth advancement of the rural revitalization strategy, the rural circulation system, as a key link connecting urban and rural production and consumption, its efficient operation is of great significance for activating the vitality of the rural economy. Based on Marx's circulation theory, this paper systematically analyzes the practical predicaments existing in the traditional rural circulation system in terms of circulation subjects, circulation links, circulation management and information transmission, and explores the internal mechanism by which rural e-commerce reconstructs the rural circulation system by shortening circulation time, reducing circulation costs and optimizing market mechanisms. Research suggests that rural e-commerce has reshaped the transaction structure, logistics chain and value distribution pattern of rural circulation through digital and networked means, promoting the modernization transformation of the circulation system. Based on this, this paper proposes practical paths such as strengthening circulation entities, consolidating digital infrastructure, and improving institutional guarantees, with the aim of providing theoretical references and practical guidance for solving rural circulation problems and promoting high-quality rural economic development.

Keywords

Marx's Theory of Circulation, Rural E-Commerce, Rural Circulation System, Mechanism, 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

随着乡村振兴战略深入推进，农村流通体系作为连接城乡生产与消费的关键纽带，其高效运转对激活农村经济活力、促进城乡融合发展具有重要意义。马克思流通理论指出，流通是“商品所有者的全部相互关系的总和”^[1]，其核心在于通过破除空间与时间壁垒，实现商品价值与使用价值的统一。传统农村流通体系存在信息不对称、物流网络薄弱、流通成本高、价值链短等突出问题，导致农产品“卖难买贵”、要素流通不畅，制约了农村经济高质量发展。数字经济时代，农村电商快速崛起成为破解农村流通难题的重要抓手。据统计，2023年中国农村网络零售额已达2.5万亿元，中国农产品网络零售额则达到5870.3亿元^[2]。农村电商以数字化、网络化优势，重塑农村流通的交易模式、物流链路与价值分配格局，为农村流通体系升级注入新动能。马克思流通理论作为分析商品流通规律与经济运行逻辑的经典理论，其关于流通时间、流通费用等核心观点，与农村流通体系优化的核心诉求高度契合。从该理论视角切入，探究农村电商重构农村流通体系的内在逻辑与实践路径，既能为农村电商发展提供理论支撑，也能为破解农村流通困境、推动乡村振兴提供实践参考。

2. 马克思流通理论核心内涵与当代适配性

2.1. 流通概念及马克思流通理论

流通理论是马克思主义政治经济学的重要构成部分。流通概念可追溯至古典政治经济学，重商主义学派代表托马斯·孟认为，对外贸易是财富增殖的根本途径与核心源泉，通过输出货币、运回货物并对货物进行专卖的贸易实践^[3]，其明确阐释了流通环节对国家财富积累的关键作用。重农学派的魁奈在《经

济表》中首次从社会总资本视角系统分析了社会总产品经由流通领域实现价值补偿与实物替换的动态过程，揭示了社会再生产连续性的内在机理^[4]，为经济史提供了开创性的创新科学思想。而马克思在批判性继承英法古典政治经济学理论成果的基础上，通过深入剖析资本主义生产方式及其配套的生产关系与交换关系，将流通确立为独立的经济分析范畴，并逐渐形成系统完整的流通理论。

马克思对流通范畴的明确界定，最早见于《〈政治经济学批判〉导言》一文。在阐释生产与消费、分配、交换三者的一般关系时，他明确指出“流通本身只是交换的一定要素，或者也是从总体上看的交换”^[5]。这一论断精准界定了流通的理论内涵，为构建科学的流通理论体系奠定了基础。马克思在《资本论》中根据流通对象将流通分为四大类：商品流通、货币流通、资本流通和社会总资本流通。其中，商品流通是马克思流通理论的基础，用公式表示为 $W-G-W$ ，其中， $W-G$ 是售卖阶段，由商品转化为货币，是商品的第一个形态变化， $G-W$ 是购买阶段，由货币转化为商品。货币流通则是由商品流通引起的货币运动形式。在商品流通过程中，货币不断在卖主和买主之间转手，这种连续不断的货币运动，便形成一个与商品流通($W-G-W$)相伴随的货币流通($G-W-G$)。一旦货币流通以价值增殖为目的，货币就转化为了资本，货币流通也就变成资本流通了。马克思指出，“资本的循环过程是流通和生产的统一，包含二者在内”^[6]。流通的任何一个环节出现问题，资本循环就难以维继。在《资本论》第一卷系统剖析资本直接生产过程的基础上，马克思于《资本论》第二卷中，对资本流通过程进行了全面考察与理论建构。1885年《资本论》第二卷的出版，标志着其科学的流通理论体系的最终确立，为分析资本主义经济运行提供了至关重要的理论支柱。

2.2. 马克思流通理论在当代的适配性

马克思流通理论所蕴含的历史与逻辑辩证统一特质，使其具备跨越时代的普遍解释力与适用价值，这也是其在当代农村电商发展实践中发挥指导作用的根本前提。流通方式的演进规律与具体形态既是特定历史阶段的产物，又内生于历史发展进程，马克思精准把握流通问题的历史动态性，并以此为基础展开逻辑抽象分析，通过“ $W-W$ ”到“ $W-G-W$ ”再到“ $G-W-G$ ”的演进公式，清晰刻画了人类社会商品交换方式的历史演变过程。正是因为这种历史与逻辑相统一的分析，使得马克思流通理论能够突破具体历史场景的局限，随实践发展不断丰富完善，为当代经济现象分析提供坚实理论支撑。

从当代适配性来看，农村电商的流通模式与马克思流通理论的核心逻辑高度契合。一方面，农村电商依托数字化平台缩短了农产品从产地到消费者的流通链条，减少了传统流通中农产品从产地到终端消费者的流通链路，有效削减传统多层级流通体系中批发商环节的“非生产性流通劳动”，降低了流通成本，这正是对马克思“优化流通环节、提升流通效率”理论的实践回应；另一方面，农村电商的发展也凸显了流通的“社会性”，推动数据、物流、资金等要素在城乡之间的流动，重构了小农户、电商平台、城市消费者之间的利益关系，而这种关系之间的公平性，正是马克思流通理论中“利益分配”问题在数字时代的新体现。与此同时，现代社会总生产体系中的流通过程独立化趋势已经大大增强，以流通职能为核心的经济部门占比持续提升且分工不断精细化，农村电商作为现代流通体系的重要组成部分，其发展变革亟需科学理论的指引。因此，以马克思流通理论为视角，有利于揭示农村电商的技术表象，精准把握其流通变革的本质与困境。

3. 传统农村流通体系的现实困境

3.1. 流通主体分散化

我国已初步形成农产品流通主体多元化的局面，家庭农场、农民经纪人、农民合作社、多级批发商、商贸企业、产销一体化企业、第三方物流公司等各类市场主体深度参与并激活了农产品流通市场。但从

整体发展水平来看,我国农产品流通主体普遍出现规模偏小、产业化程度不足及组织化水平偏低等问题,存在“小农户与大市场”的矛盾[7],且区域发展不平衡的特征较为突出。具体而言,东部地区农村流通主体呈现多元且成熟的发展态势,流通网点、批发零售商、农产品经纪人及农村电商等构成核心流通力量,此类主体具备较强的市场敏感度与专业化经营管理能力,能够快速响应并适配市场需求变化;相比之下,中西部地区农村流通主体发展相对滞后,不仅数量与规模有限,且以个体农户和小型商贩为主要构成,在偏远区域,传统自产自销的流通模式仍占据主导地位。在流通中介方面,虽然部分区域内政府实现了对该类机构的主导,虽能借助政策倾斜与资源统筹获得发展便利,但行政干预会间接约束其市场化运作与创新实践。而自主经营类中介企业,因规模、资金、技术等资源短板,难以形成持续创新动能,阻碍了市场流通机制的完善。

3.2. 流通环节冗余化

流通环节的过度叠加直接引发流通成本攀升与效率下滑。据调研发现,生猪、肉鸡、西红柿、大米从生产者到消费者手中,大致要经过五个环节,发生的费用有20多项内容[8]。随着电子商务的不断发展,生鲜农产品在电子商务链条中的比重也在逐渐增长。但是从总体结构来看,电子商务领域的农产品售卖比重仍然不足,还没有办法对农产品流通起到充分的促进效果,绝大多数农产品流通还是要经过传统的以批发市场为中心的农产品流通渠道,但这种模式与渠道需要经过小农户、经纪人、2~3级批发商(或物流企业)、零售商等多个流通主体,由于流通环节太多,各参与主体为了实现自身利益最大化,常在进货成本上叠加自身的运营成本及预期利润后,再将产品转售至下一环节。这种层层累加的定价机制导致农产品价格在农产品批发销售的各个环节被逐步提高。农村电商的发展是否能高效转化为农户的收入,与其所在地及周围的流通业息息相关[9]。在流通成本居高不下的影响下,农产品的流通效率无法得到保障。农产品的天然属性决定了其具有显著的易损性,对温度、湿度、时间等流通条件要求较高。然而当前冗长的流通链条与必要保鲜设施的缺失,使得品质管控难度大增,直接导致了产品价值的折损。这样不仅提高了农产品的流通成本,而且还影响了价格等供求信息的传递速度,总体上制约了我国农产品流通效率的提高。

3.3. 流通管理滞后化

农产品流通领域的管理滞后问题已成为制约行业高质量发展的关键瓶颈,集中体现在政策支持力度不足与管理体系建设不完善两大维度。其一,农产品流通体系的公共投入长期存在缺口,各级政府的扶持力度不足,导致体系建设多依赖市场自发演进,发展进程缓慢。农村地域广袤且布局分散的特性,使得物流节点规划缺乏系统性与整体性,进而引发物流配送效率偏低、流通成本居高不下的困境。尤其在偏远及人口稀疏地区,受地理位置偏僻、交通基础设施薄弱等因素影响,物流节点建设严重滞后,物流服务覆盖范围受限,难以构建起贯通城乡的高效配送网络。其二,农产品批发市场存在“重发展、轻管理”的失衡倾向,对附属硬件设施的配套要求缺乏刚性约束。多数批发市场在自发性发展模式下,过度聚焦交易额提升,忽视了基础设施的升级完善,导致部分大型批发市场存在环境脏乱、配套设施缺失等问题,不仅影响农产品仓储保鲜效果,更制约了质量追溯体系的构建,难以保障农产品流通质量安全。其三,流通行业的标准管理体系仍有待健全。尽管我国已初步构建农产品质量标准制定、分级、认证及追溯体系,但该体系存在标准制定缺乏科学性、系统性与全面性,且执行力度不足等问题,既限制了先进流通技术的推广应用,也对流通效率的提升形成了显著制约。其四,相关法律法规与政策支撑体系尚不完善。现行法律规范难以全面覆盖农村市场的特殊性与复杂性,当前的农村电商大多忽略了发展策略农村物流特点,政策建议的实操性有待加强[10]。税收优惠、金融支持等配套政策的力度与精准度也不足,

未能为农产品流通行业的规范化发展提供充分保障。

3.4. 流通信息不对称

不可避免地，农村地区信息化建设仍存在显著短板，市场信息传导机制尚未健全导致流通领域的信息不对称问题尤为突出。由于信息不对称，“卖难”是农村经济发展面临的关键问题[11]。生产端农户以分散经营为主，缺乏高效的市场信息获取渠道，难以精准捕捉消费端的需求结构演变、价格波动规律等关键动态；消费端则因信息壁垒制约，无法全面掌握农产品的生产流程、品质标准及安全溯源等核心信息，直接导致产销对接失衡。农户多依赖过往经验开展生产活动，易引发“跟风种植”现象，既造成部分农产品供过于求、价格大幅震荡，又导致部分市场紧缺产品供给不足，形成资源错配与需求缺口并存的双重困境。同时，地域间的信息割裂使得偏远地区特色农产品难以对接广阔市场，进一步限制了农村流通的辐射半径与覆盖范围。这种信息不对称的形成，不仅源于流通环节的信息传导断裂，更与农村信息化基础设施薄弱、信息共享机制缺失密切相关，最终导致产销两端信息无法实现精准匹配与高效流转。此外，相较于工业品流通领域，农产品流通领域的数字化转型进程相对滞后。尽管电子商务、新零售等新业态已有效推动流通领域数字化升级，实现了流通成本降低与效率提升，但农产品流通领域受限于标准化程度偏低、易腐易损的天然特性，采用电子商务、生鲜配送等数字化模式面临更高的运营成本，且产品质量的差异性难以保障消费者体验。目前具备成熟盈利模式的农产品电商主体数量有限，流通商的信息化应用水平普遍不高，数据采集、分析与利用能力不足，整体数字化转型仍处于初步探索阶段。

4. 马克思流通理论视域下农村电商重构农村流通体系的机理

4.1. 基于流通时间缩短的农村流通体系重构

农村电商通过创新的销售模式和先进的信息技术应用，极大地缩短了农产品的买卖时间，实现了农户与消费者的直接对接。中国物流与采购联合会和京东集团联合发布的数据显示，在“快递进厂”模式下平均物流时效可提升 1 至 2 天[12]。流通时间的缩短对农村流通体系的优化和资本周转的提高具有重要作用，是农村流通体系重构的关键因素。从流通体系优化的角度来看，缩短流通时间能够使农产品更快地从生产领域进入消费领域，减少了农产品在流通环节的停留时间，降低了农产品的损耗和成本。这有助于提高农产品的流通效率，增强农村流通体系的活力和竞争力。缩短流通时间还能够促进农村流通体系的信息化和现代化建设。为了实现流通时间的缩短，农村电商企业需要不断提升自身的信息化水平，加强物流配送体系的建设和管理。这将带动农村流通体系中其他环节的信息化和现代化改造，推动农村流通体系向更加高效、便捷、智能的方向发展。从资本周转的角度来看，缩短流通时间能够加快资本的周转速度，提高资本的利用效率。在农村电商模式下，农产品能够更快地销售出去，资金能够更快地回笼，这使得农村电商企业能够更快地进行下一轮的生产和经营活动，增加了资本的增值机会。

4.2. 基于流通费用降低的农村流通体系重构

农村电商通过显著减少人力、物力和财力的投入，有效降低了整体流通费用，而流通成本的节约正是推动农村流通体系重构的关键动力之一。流通费用的降低对提高农村流通效益和竞争力具有重要作用，是农村流通体系重构的重要驱动力。流通费用的降低直接提高了农村流通的效益。在农村电商模式下，由于流通费用的降低，农产品的成本降低，销售价格也可以相应降低，这使得消费者能够以更低的价格购买到农产品，提高了消费者的满意度和购买意愿。官方数据持续印证了这一趋势，2025 年 10 月电商物流成本指数环比下降 0.2%，实现连续 5 个月下降[13]。农村电商企业和农户也能够获得更高的利润，提

高了他们的生产积极性和经营效益。流通费用的降低增强了农村流通体系的竞争力。在市场竞争中，成本优势是企业和地区竞争力的重要体现。农村电商能够以更低的价格、更快捷的配送和更好的服务，吸引更多的消费者，扩大市场份额。农村电商还能够促进农村产业的发展，吸引更多的资源和要素向农村聚集，进一步提升农村流通体系的竞争力。

4.3. 基于市场机制优化的农村流通体系重构

农村电商平台能够及时反映市场需求的变化，促使农户和农产品加工企业调整生产和加工策略，提供更多高品质、多样化的农产品，优化了农产品的供求结构促使农产品能够更快速、更广泛地流通到市场上。市场机制的优化对完善农村流通体系和资源配置具有重要作用，是农村流通体系重构的核心内容。市场机制的优化促进了农村流通体系的完善。价格机制的优化使农产品价格更加合理、透明，减少了价格波动，有利于稳定农产品市场秩序，促进农产品的流通。供求机制的优化实现了农产品供求信息的有效对接和供求结构的优化，使农产品能够更精准地满足市场需求，提高了流通效率。竞争机制的优化促使农产品生产者和销售者不断提高产品质量、降低成本、优化服务，推动了农村流通体系的升级和发展。这些市场机制的优化，共同促进了农村流通体系的完善，使其更加适应市场经济的发展需求。商务部电子商务和信息化司发布的《中国电子商务报告(2014~2020)》强调，2014~2020年，全国电子商务交易额由13.37万亿元增加到37.21万亿元，增长了178.31% [14]。同时，电商平台的发展吸引了更多的资金、技术、人才等资源向农村流通领域聚集，推动了农村物流配送体系、信息化建设等的发展，提高了农村流通领域资源的利用效率。一些电商企业加大对农村物流配送的投入，建设了现代化的物流中心和配送网络，提高了物流配送效率，实现了物流资源的合理配置。

5. 马克思流通理论视域下农村电商重构农村流通体系的路径

5.1. 壮大流通主体，强化流通服务社会化效能

把培育多元流通主体摆在核心位置，是农村电商赋能农村流通体系现代化的核心着力点，更是打通城乡要素双向流通堵点、构建高质量流通生态的关键支撑。提升农产品流通主体组织化程度，就要有序引导开展农产品流通主体的规模化建设。一是农村电商可通过搭建综合性电商平台，将分散的农户和个体商户纳入统一的平台体系。为此，可以引导农户建造专业化的农业合作社，加快对传统合作经济组织的改造升级，重点提高其服务农产品流通功能，加强对农民合作社农产品流通领域的培训，包括电商技能实训、品牌培育、包装设计、宣传推广。深入发掘农业合作社的发展潜力，从而改善当前农产品流通主体组织化不足的问题，使农产品生产经营组织的分散性能够得到有效优化，并提升对接和流通的效率，使农产品流通能够实现既定的目标，实现生产环节的规模化与标准化。二是挖掘农产品附加值。为增强农产品市场差异化优势，需对农产品加工环节进行系统优化创新加工环节，深挖其潜在附加值。可通过精准设定协议条款构建协同机制，引导配送企业与加工方初期深度介入以打破信息与协作壁垒，推动农业科技在农户层面的有效应用，提升其认知运用能力。同时，鉴于农民核心地位，要着力优化利益分配机制，构建科学合理、公平公正的利益分配模型，确保农民充分共享农产品价值增值收益，激发农产品流通主体参与动力。三是提升农产品流通企业竞争力。针对当前产销地批发商规模较小、流通知识欠缺、现代流通技术掌握不熟练等特点，鼓励大型电商企业与农村流通主体开展合作，通过股权投资、技术入股等方式，实现深度融合，培育一批具有较强竞争力和辐射带动能力的农村流通龙头企业，充分利用服务业发展资金、乡村振兴补助资金、地方财政补贴等工具，提升中小企业生产经营主体参与农产品流通体系的能力和水平，引领农村流通主体向规模化、集约化方向发展。

5.2. 夯实数字基建，构建信息对称流通格局

农村电商对农村流通体系的重构，需以数字基础设施建设为核心支撑，通过多维度协同举措提升流通体系的信息化与标准化水平，进而构建信息对称的现代化农村流通格局。在数字基建优化层面，立足农村流通“最初一公里”集货与“最后一公里”配送的核心短板，以国土空间规划为统领，科学布局县乡村三级物流枢纽、中转仓及村级服务站，整合邮政、供销合作社等现有流通资源，完善“工业品下乡”与“农产品进城”双向配送网络；同步推进现有仓储设施的数字化升级改造，针对性补齐冷链物流设施短板，实现农村宽带与5G信号全域覆盖，搭建县域统一的数字技术支撑平台，为信息高效传导筑牢硬件基础。在信息平台建设层面，打造一体化农村流通信息综合服务平台，全面整合生产端、销售端及物流环节的多维数据，设置生产指导、需求发布、价格行情、物流追踪等功能板块，引入大数据分析与智能匹配技术，实现产销两端的精准对接；开通产销双向互通通道，支持农户与消费者直接沟通，缩短信息传导链条，缓解传统流通中的信息不对称问题。在标准化体系构建层面，制定统一的信息采集格式、数据接口规范、交易流程标准及商品编码规则，推动不同区域、不同流通主体间的数据互通互认；规范农产品分级、包装、溯源等关键环节的信息呈现要求，提升信息共享的效率与可信度。在风险管控与服务优化层面，完善平台风险管控与信用评价体系，建立流通主体信用档案，推行虚假信息惩戒机制，通过技术手段实现数据安全备份与风险预警，保障信息发布与传播的真实性。通过上述多维度举措，全面破解传统农村流通体系的信息梗阻难题，推动农村流通体系向高效化、现代化转型。

5.3. 健全制度保障，构建规范有序流通环境

基层政府作为农村流通体系与电商产业发展的核心推动力量，其核心发展路径在于以公信力为纽带破解农村流通资源分散化难题，通过政策供给、标准构建、监管优化的多维度协同发力，为规模经济与范围经济的形成提供制度保障，推动农村流通体系向现代化转型。针对我国农村尤其是偏远贫困地区农户居住、消费及农业生产的分散性特征——这一与电商跨时空规模经济属性相背离的核心短板，基层政府需充分发挥组织协调与资源整合优势：一方面依托公信力引进大型平台电商企业或培育本土龙头电商主体，通过政策引导、资源对接等方式推动电商平台与农村流通场景深度融合，打破传统流通的地域限制；另一方面强化政策供给与基础设施保障，构建农村电商发展专项政策体系，明确财政补贴、用地保障、税费减免等针对性扶持措施，统筹农业、商务、物流等部门职能建立跨部门协同工作机制，高效协调解决农村流通体系建设中的用地、物流、资金等难点问题，同时加大对县乡村三级物流网络、数字基建、仓储冷链等硬件设施的投入力度，持续优化营商环境以降低电商主体与流通企业的运营成本。在行业标准规范构建层面，聚焦农产品流通关键环节，出台分级分拣、包装、质量安全等系列行业标准，明确流通各环节操作规范，建立覆盖全链条的农产品质量检测机制，在物流站点、电商园区等关键节点设立检测点，全面提升产品质量管控与流通标准化水平。此外，基层政府还需主动担当规划管理主体角色，定期审查现有政策中制约农村流通发展的相关内容并及时调整升级，持续出台针对性政策引导物流体系优化与升级，通过上述多维度、系统性举措，破解传统农村流通的分散化瓶颈，实现农村流通效率提升与电商产业可持续发展的良性互动。

6. 结语

农村流通体系作为农村经济的重要组成部分，其发展水平不仅关系到农产品的顺利销售与农民的收入增长，更关乎农村市场的繁荣与城乡经济的协调发展。然而，长期以来，我国农村流通体系存在着基础设施薄弱、流通渠道不畅、信息化程度低等诸多问题，严重制约了农村经济的进一步发展。农村电商

的兴起，为破解这些难题提供了新的契机与思路。未来，随着数字技术与农村经济的深度融合，农村电商对农村流通体系的重构作用将进一步凸显。立足马克思流通理论，持续优化农村电商发展生态，不断完善农村流通体系，不仅能破解农产品“卖难买贵”难题，更能促进城乡要素双向流动，为乡村振兴战略实施、城乡融合发展提供坚实保障，推动农村经济实现更高质量、更可持续的发展。

参考文献

- [1] (德)马克思,恩格斯. 马克思恩格斯文集(第5卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009: 193.
- [2] 常钦. 按下农村电商发展“快进键” [EB/OL].
<http://jl.people.com.cn/n2/2024/0408/c349771-40802407.html>, 2024-04-08.
- [3] (英)托马斯·孟. 英国得自对外贸易的财富 [M]. 李琼, 译. 北京: 华夏出版社, 2006: 19-27.
- [4] (法)魁奈. 魁奈《经济表》选读 [M]. 晏智杰, 译. 北京: 华夏出版社, 2013: 343-344.
- [5] (德)马克思. 政治经济学批判(导言、序言) [M]. 北京: 中国人民解放军战士出版社, 1971: 1, 21-22, 35.
- [6] (德)马克思恩格斯. 马克思恩格斯文集(第6卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009: 70.
- [7] 柳思维. 发展农村电商加快农村流通体系创新的思考 [J]. 湖南社会科学, 2017(2): 108-114.
- [8] 翟雪玲, 聂震彬, 炎天尧. 乡村振兴背景下我国农产品流通现状、问题与对策——基于对四类农产品全程跟踪调研数据的综合研判 [J]. 农村经济, 2025(4): 121-128.
- [9] 谢莉娟, 许雅琳, 武子歆. 电商下乡、流通业发展与农村居民收入 [J]. 产业经济评论(山东大学), 2023, 22(4): 36-55.
- [10] 张诚, 张广胜, 王艳玲. 政府减贫的农村电商与农村物流协同演化及政策优化 [J]. 北京交通大学学报(社会科学版), 2020, 19(1): 98-105.
- [11] 武晓钊. 农村电子商务与物流配送运营服务体系建设 [J]. 中国流通经济, 2016, 30(8): 99-104.
- [12] 中国物流与采购联合会. 10月电商物流指数为113.1点 [EB/OL].
<http://www.cbcu.org.cn/price/zhishu/2025-11-11/0b6d09a27491a3d2d2b1d827493510e4.html>, 2025-10-11.
- [13] 中国邮政快递报编辑部. 快递进厂产品远销漳州龙海推进快递和制造业深度融合发展成效显著 [EB/OL].
<https://www.spb.gov.cn/gjyzj/c100196/202508/caf0414bc3b645349a8344462cfa0d2b.shtml>, 2025-10-20.
- [14] 中国新闻网. 2020年中国电子商务交易额达37.21万亿元 同比增长4.5% [EB/OL].
<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news/123/2021/6/1623742664315.html>, 2025-10-15.