

农村电商助力乡村振兴的机制与瓶颈研究

——以拼多多“农地云拼”模式为例

陈 楠

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年12月16日; 录用日期: 2025年12月26日; 发布日期: 2026年1月23日

摘要

在全面推进乡村振兴战略背景下, 农村电商作为推动城乡要素融合与农业现代化的重要抓手, 日益展现出其在促进农民增收、优化产业结构和提升治理效能方面的潜力。然而, 当前农村电商发展仍面临农产品标准化不足、数字基础设施薄弱、物流体系滞后及平台治理机制不健全等结构性瓶颈, 制约了其助农效应的可持续释放。以拼多多“农地云拼”模式为代表的新型电商实践, 通过短链化流通、数字化订单与多主体协同, 在提升产销匹配效率和激发乡村内生动力方面取得初步成效, 但其长期价值实现仍依赖于制度保障、基础设施投入与公平治理机制的系统性支撑。

关键词

电商平台, 农村电商, 乡村振兴, 农地云拼

Research on the Mechanisms and Bottlenecks of Rural E-Commerce in Supporting Rural Revitalization

—A Case Study of Pinduoduo's “Farm Land Cloud Matching” Model

Nan Chen

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: December 16, 2025; accepted: December 26, 2025; published: January 23, 2026

Abstract

In the context of comprehensively promoting the rural revitalization strategy, rural e-commerce, as a crucial lever for promoting the integration of urban and rural factors and agricultural modernization,

is increasingly demonstrating its potential in increasing farmers' income, optimizing industrial structure, and enhancing governance efficiency. However, the current development of rural e-commerce still faces structural bottlenecks such as insufficient standardization of agricultural products, weak digital infrastructure, lagging logistics systems, and inadequate platform governance mechanisms, which restrict the sustainable release of its beneficial effects on farmers. The new e-commerce practice represented by Pinduoduo's "farm land cloud matching" model has achieved initial results in improving the efficiency of production and marketing matching and stimulating endogenous rural dynamics through short-chain circulation, digital orders, and multi-agent collaboration. However, the realization of its long-term value still relies on systematic support from institutional guarantees, infrastructure investment, and equitable governance mechanisms.

Keywords

E-Commerce Platform, Rural E-Commerce, Rural Revitalization, Farm Land Cloud Matching

Copyright © 2026 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

近年来，电子商务凭借信息化、平台化与规模化优势，成为推动消费升级与产业重构的关键动能。将电商与乡村振兴相结合，不仅是市场供需结构的自然延伸，更是实现农村产业转型、要素下沉与治理现代化的重要路径。基于“短链化-数字化-组织化”的联动机制，农村电商能够通过压缩流通环节提升农产品溢价空间，通过数字平台实现精确匹配与需求反馈，并通过平台治理激发合作社与新农人的组织能力，从而形成可持续的乡村产业生态。然而，农村电商并非仅靠流量即可自我复制其社会价值，其效果依赖于产地治理、标准化生产与长效激励机制的协同配套。农村电商作为农村数字经济的典型代表，能够通过促进劳动力、资本、土地、技术等城乡要素融合，有效增加农民收入、优化收入结构[1]。其助农效应的发挥依赖于产地治理、标准化生产与长效激励机制的协同配套，单纯依赖流量难以实现可持续的社会价值转化。

在研究视角上，本文引入平台治理理论，将拼多多“农地云拼”视为一种嵌入乡村产业体系的数字平台治理实践。平台不只是交易中介，而是通过规则设定、算法分配与标准制定，对农产品生产组织方式、收益分配结构及主体行为产生深刻影响。基于这一视角，本文重点考察平台在促进效率提升的同时，如何重塑权力关系与治理结构，并由此影响乡村振兴的可持续性。孙树垒等(2025)的研究表明，平台经济通过打破信息壁垒、优化要素配置、推动产业协同与价值链延伸，有效提升了城乡融合水平，且在中部地区的赋能效应最强，呈现“中部 > 西部 > 东部”的梯度特征，科技创新贡献 73.2% 的间接效应，是核心驱动路径[2]。同时本文借鉴全球价值链理论，结合数字经济背景下价值链重构的新特征，分析农户在平台主导的数字价值链中的位置变化。

2. “农地云拼”模式的运行机制与功能定位

“农地云拼”是电商平台拼多多推出的一种卖农产品的新形式，其将全国各地很多人想买同一种农产品的小订单，通过平台“拼”成一个大订单，然后直接从产地集中发货。简单说，就是“多人拼单 + 产地直发 = 农民好卖、用户好买”。此模式是一种基于数字平台的农产品上行机制，其核心在于通过大

数据与算法聚合分散的消费者需求，形成规模化订单，再反向对接产地农户或合作社，实现 C2M (Customer-to-Producer)的短链流通。该模式有效克服了传统农业供应链中信息不对称、交易成本高和供需错配等问题，体现了平台经济对农业价值链的重构作用。

2.1. 模式构成与核心特征解析

2.1.1. 预售制、直采制与数字化订单农业

“农地云拼”在供应链层面的核心在于将传统分散、被动的产销链条转变为以需求为导向的闭环系统。预售制通过平台聚合终端需求后进行集中下单，既能提前回笼资金，降低农户价格风险，也提高了生产计划的可预见性；直采制则由平台或其合作企业直接与基地建立采购关系，减少中间环节、压缩交易成本并强化质量控制。两者在实践中通常结合为“数字化订单农业”——平台基于大数据预测消费端结构，向种植、养殖主体下达精确订单，并在种植方案、农资投放与收获时间上提供技术与资金支持。该组织方式的创新点在于把需求信号前置到生产决策中，改变了“生产 - 流通 - 销售”的线性顺序，形成“需求 - 生产 - 交付”的闭环。

2.1.2. 物流、仓储与产地集配体系的协同运行

效率化的产地上行依赖于物流与仓储体系的协同联动。“农地云拼”通过在产区设置集配中心、冷链节点与临时仓储，实现从散户到批量出货的规模化集约；同时借助平台调度优化线路、跨区合单与逆向分拣，降低单品配送成本并缩短物流时效。该体系的另一个关键是信息与实物的协同：实时库存、订单与运输状态在平台可视化，使产地调度与城市分发形成闭合的信息回路。需要指出的是，产地物流的治理既是基础设施建设问题，也是组织能力与跨主体协同问题，单纯铺设冷链并不能自动实现效率，必须配套标准化分级、装配流程与结算机制。

2.1.3. 平台算法与用户侧需求洞察的实时反馈机制

平台算法承担着供需匹配、流量分配与价格发现的双重功能。通过搜索行为、购买路径、社交传播与评价数据，算法能够实现对消费偏好、季节性需求以及价格弹性的动态识别，并将这些信息反向传导至产地供给端——包括品种选择、包装规格与促销节奏。该实时反馈机制在理论上可显著提升市场匹配效率，降低滞销与盲目生产。正如短视频平台通过精准营销实现乡村资源与市场需求对接一样，电商平台的算法赋能能够让农产品供给更贴合消费者偏好，减少供需错配^[3]。但算法带来的集中流量效应也可能产生“长尾生产者被边缘化”的风险，尤其当推荐与曝光机制缺乏透明与公平性的治理时，产地主体的议价权和长期投资动力会被削弱。

2.2. 在乡村振兴背景中的功能定位

2.2.1. 促进农产品上行与市场对接的结构性优势

“农地云拼”通过降低进入门槛、提供流量、并实行集中化履约，为小规模农户打开了以往难以进入的城市消费市场。相比传统批发市场，该模式能实现更直接的价格发现与品牌溢价空间，特别对具有地域性、季节性特色的农产品具有结构性优势。同时，短链化减少了价值截留环节，使农户在价值链中获得更大份额，从而直接助力农民增收与产业价值提升。

2.2.2. 推动农业组织化、规模化的制度性效应

平台的合约化订单、质量标准与履约考核，促使分散的家庭经营向合作社、家庭农场与企业化生产转型。这一制度性效应不仅改善了生产规范，还利于形成可持续的投资预期(例如冷库、加工线、品牌建设)。然而，组织化并非自然发生，而是受制于地方治理、产权安排和激励机制，平台在其中既可成为组

织聚合的催化剂，也可能通过短期合作关系阻碍真正的农地资本与组织深化。

2.2.3. 强化农业品牌塑造与区域公共品牌的外溢效应

借助平台的营销工具与流量池，区域特色品牌与“地理标志”产品能够在更短时间内形成认知与口碑，从而带来溢价和长期品牌资产。平台还可通过故事化传播、产地直播等方式强化消费者信任，形成区域公共品牌的正外溢——不仅提升单一农户收益，也能带动地方旅游、加工业与配套服务的联动发展。

2.3. 平台生态构建与多主体参与格局

2.3.1. 平台、政府、企业与农户的协同参与模式

“农地云拼”作为一种复合性制度安排，需要平台的技术与市场能力、政府的制度与财政支持、企业的物流与加工能力以及农户的生产供给共同构成。政府可通过标准制定、财政补贴与公共基础设施投资降低风险成本；企业与合作社则承担运营与质量控制；平台负责市场接入与消费者运营。成功的案例通常体现为明确分工、利益共享与风险共担的治理契约。

2.3.2. “产地主播 - 新农人”体系的培育与扩散

直播带货与社交电商催生了以“产地主播”“新农人”为核心的商业生态，这些主体通过内容与信任资本把产地故事转化为消费动力。数字创业背景下，“新农人”作为农村数字创业者的核心力量，凭借互联网思维和市场化眼光，成为连接产地与消费者的关键纽带^[4]。培育这一体系不仅需要培训与专业化支持，还需建立长期激励(例如收益分成、品牌溢价参与)与转型路径，避免流量驱动下的短期行为主义导致质量下降或过度营销。

2.3.3. 以数据为核心的乡村产业服务生态构建

数据在“农地云拼”生态中既是生产要素也是治理工具：从种植建议、市场预测到信用评估、金融服务与保险产品，数据能够支撑一整套乡村产业服务。构建以数据为核心的生态意味着平台需承担数据治理责任：确保数据质量、明确所有权、保护农户隐私，并通过开放接口促进第三方服务参与，形成多层次的服务市场。

综上所述，“农地云拼”作为一种新型农村电商治理范式，在技术、组织与制度三方面展示出推动乡村振兴的潜力。但其长期效应取决于能否在效率与公平之间建立平衡，形成透明的算法治理、可持续的产地投资与公平的利益分配机制。

3. “农地云拼”助力乡村振兴的作用机理

3.1. 经济效应：推动农村产业增值与农民增收

3.1.1. 农产品溢价机制与“短链化”降低交易成本

“农地云拼”通过缩短流通环节和直接对接终端消费者，使产地价值更大比例留在生产者端。预售制与直采制将需求信号前置到田间，实现按需生产，减少滞销与库存损耗，从而提升单位产品的毛利空间。同时，平台直连减少中间层级、降低流通环节的交易成本，形成“短链化”带来的价格优势与溢价基础。新电商通过缩短流通环节，减少中间层级的价值截留，使生产者能够获得更大份额的价值链收益，这一“短链化”优势已成为农产品上行的核心竞争力^[5]。此一机制的关键在于标准化与可追溯性：只有当质量、包装与交付能力达到可持续水平时，溢价才能长期化，而非依赖一次性促销。

3.1.2. 产业链延伸、加工增值与区域产业集群塑造

平台赋能不仅体现在初级农产品的销售上，更通过需求导向推动深加工与品牌化发展。订单农业带

来的稳定订单流为小规模加工、分级包装与地理标志产品的投入提供了确定性，从而催生加工增值链条。随着若干具有比较优势的品类在区域内形成规模效应，产业集群开始出现，带动配套服务(包装、冷链、检验检疫、物流)集聚，形成区域竞争力的正向循环。

3.1.3. 农民收入结构多元化与就业机会生成路径

电商平台拓宽了农户的收入来源路径：在传统种植收入之外，农户可通过代加工、参与产地仓储分拣、成为直播带货主体或承接平台外包服务获得报酬。平台也促进季节性与非季节性工作的错位组合，减轻农业淡季就业压力，推动农村就业结构从单一农业收入向农业 - 加工业 - 服务业的多元化转变，从而在微观层面增强农户抗风险能力。

3.2. 社会效应：优化要素配置与农村治理

3.2.1. 数字技术提升农村信息流通、物流与资金流效率

数字化平台将信息不对称问题显著削弱：价格、需求、库存与运输状态的透明化降低了信息交易成本，促成更精准的产销匹配。此外，平台金融与供应链金融产品可以解决农户短期资金周转问题，促进农资购买与生产投入，进而提高生产效率。物流与资金流的高效联动，形成了“信息 - 资金 - 商品”三流并行的运行格局。

3.2.2. 推动农村劳动力回流与新型职业农民成长

电商赋予农业新的职业吸引力：通过技能培训、内容创作与电商经营，部分青年选择回乡创业或参与农业现代化生产，成为“新农人”。这种回流不仅带来劳动力，更引入管理、营销与技术能力，有助于提高组织化生产水平与本地治理能力。“新农人”的媒介实践能够带动乡村组织团结，通过线上线下聚合激活乡村内生动力，为农业现代化注入新活力[6]。长期来看，新农人的成长能够推动知识与资本在乡村的沉淀，形成可持续发展的人力资本基础。

3.2.3. 促进基层治理数字化与乡村公共服务改进

平台数据与服务能力为基层治理提供新的工具：例如订单数据可作为地方农业规划的需求依据，物流与仓储节点可兼作扶贫与公共物资分发点。数字平台也便于政府实施精准补贴与监管，提高公共服务的响应速度与针对性。然而，治理数字化也提出了数据共享、隐私保护与公共参与的新要求，需要制度性设计以防止数据垄断与权责不清。

3.3. 制度效应：激活农村主体并强化协同机制

3.3.1. 赋能新农人、合作社与家庭农场的组织能力

平台通过合同、技术培训与品牌支持，降低了小农参与市场的门槛，增强了合作社与家庭农场的市场议价能力。制度化的订单合作使得这些主体能够进行规模化经营、采取统一标准并进入更高附加值的市场环节。借助文化创意挖掘农产品地域内涵与情感价值，能够进一步提升品牌溢价，增强农村市场主体的市场竞争力[7]。治理设计上应强调产权清晰、收益分配机制和监督机制，以保障组织凝聚力与长期投资意愿。

3.3.2. 平台与政府的政策接口与制度保障形成

平台与地方政府的协作能够将市场资源与公共资源有效整合：政府可提供基础设施补贴、质量认证与政策引导，平台则提供市场化运营能力与技术支持。建立清晰的责权边界、平台服务准入规则与财政激励机制，有助于形成稳定的公共 - 私营合作框架，从而降低制度性交易成本并提升公共政策的执行效率。

3.3.3. 构建农村数字经济治理体系的制度基础

长远效果取决于能否建立包容性且可持续的数字治理体系，包括数据权属规则、利益分配机制、算法透明性及争议解决路径。制度基础应平衡效率与公平，确保小农在参与平台经济时不被边缘化，且可通过合作社、行业协会等中介组织参与规则制定与监督。唯有在制度层面形成约束与激励并存的框架，“农地云拼”才能从短期经济工具转化为推动乡村振兴的制度性力量。

总体而言，“农地云拼”在经济、社会与制度三方面形成协同增效，但其长期可持续性需要通过标准化、基础设施投入与制度创新来保障，方能将平台带来的短期红利转化为长期的乡村振兴能力。

4. “农地云拼”模式面临的问题与瓶颈

4.1. 现实瓶颈分析：供给端与治理端的结构性困境

4.1.1. 农产品标准化不足与质量控制体系薄弱

“农地云拼”所依赖的溢价和长期消费者信任，根基在于稳定可控的产品质量。然而，农村生产长期呈现小农分散、品种多样、管理标准不一的特征，导致同一地域、同一品牌下的产品质量波动较大。质量控制不仅是技术问题，更是制度问题：从种植合同、生产记录到检验检疫与追溯链条常常存在断裂，第三方检测资源稀缺，质量责任难以界定。当前农村电商普遍存在品牌建设滞后、产品标准化程度低的问题，导致农产品经济附加值不高，市场影响力有限^[8]。这种不确定性最终会侵蚀平台与消费者之间的信任基础，抑制溢价持续化。

4.1.2. 数字基础设施不均衡与农户数字素养差距

尽管移动互联网普及率大幅提升，但农村内部仍存在明显的接入质量与使用能力差异。部分产区网络带宽、节点稳定性、智能终端覆盖不足，直接影响订单转化、播控与履约效率；同时，农户在数字营销、平台规则、财务结算与数据隐私保护方面的认知与操作能力普遍不足，导致他们在平台规则面前处于被动，难以通过数字化获得充分的议价与组织红利。李媛等(2025)研究显示，数字新质生产力在农村的渗透离不开完善的数字化基础设施与高素质数字人才，而当前农村普遍面临的数字基础设施滞后、数字人才供给不足问题，进一步加剧了这一困境^[9]。消费者对助农模式的认可不仅依赖产品质量，也与农户的数字服务能力相关，数字素养不足会影响消费者体验与价值共创效果^[10]。

4.1.3. 产地物流、冷链与仓储体系建设滞后

电商对物流时效与质量要求高，尤其是生鲜品类对冷链的依赖极强。然而，产地冷链设施投资大、回收期长，私人资本积极性受限；地方政府虽有补贴意愿，但存在建设标准不一、维护责任模糊的问题。此外，集配能力不足、合单率低与信息化调度不精确，导致“最后一公里”效率低下，增加损耗并限制规模化出货能力。乡村物流与仓储体系的不完善是制约农产品上行的关键瓶颈，缺乏协同运行的物流网络会严重影响电商助农的实效^[11]。李建英等(2025)指出，社会资本通过创新要素集聚、技术效能提升和深化农业转型升级，推动农业产业形态向数智化、绿色化、协同化演进，但当前存在数智要素融合不足、产业链协同不畅等现实挑战，需强化新型要素整合与利益联结机制^[12]。

4.2. 平台发展瓶颈：商业模式与可持续性挑战

4.2.1. 平台竞争压力与农产品价格波动风险

电商平台之间的流量争夺与补贴策略容易引发价格战，短期内虽然刺激销量，但长期会通过压缩农户收益或吸纳过度的促销成本损害产地投资积极性。同时，农产品本身存在季节性与产量波动，使得单一依赖平台的市场策略面临较大价格风险，农户与地方政府在缺乏风险缓释工具时容易承担后果。

4.2.2. 商业化算法可能导致的流量倾斜与分配不均

平台算法以用户转化率和平台收益最大化为目标，容易形成“头部产品 - 头部店铺”聚集效应，新进入、小规模或非标准化产品获得的曝光机会被压缩。这种机制在短期内提高平台效率，但会加剧产地内部的不平等，削弱长期可持续的广泛参与基础。此外，算法不透明、评价体系与惩罚机制不明确，可能造成农户信任赤字。

4.2.3. 缺乏稳定长效机制支撑产地长期投资

平台多以交易周期为中心设计激励，短期收益明显但对产地长期资产(如冷链、加工厂、品牌建设)的投入支持不足。产地长期投资需要信贷、收益预期与风险分担机制，单靠订单预售或短期补贴无法解决“先投入 - 后收益”的时滞问题，导致区域性产业升级与技术集聚受限。

5. “农地云拼”模式的改进路径建议

针对上述瓶颈，需从制度设计、基础设施、平台治理三个维度构建协同治理框架，具体建议如下。

5.1. 健全农产品标准化体系与质量追溯体系

首先，应推动分层次的标准化策略：在国家与省级层面确立关键农产品的技术标准与检测规范；在地方层面鼓励以合作社或产业联盟为单位制定适配性执行细则。其次，建设可操作的质量追溯链条，强调“数据记录 - 第三方检验 - 信息公开”三要素联动；推动第三方检测机构下沉至产地集配中心，实行随机抽检与结果公示机制。最后，探索“信用 - 激励”联动机制：对于持续合格的生产主体予以流量倾斜、融资优惠或保险费率优惠，形成正向激励。

对于水果与茶叶等高非标农产品，应采用分级而非统一的标准化路径，通过等级划分与价格区间联动，使标准成为价值实现工具，而非市场准入壁垒；对于高频、易损耗的蔬菜类，应做到冷链储藏与分拣时效优先；对于粮食类，应以国家标准为主，平台更多承担信息披露、溯源整合与规模对接的任务。

5.2. 加强数字基础设施建设与提升农户数字能力

在基础设施方面，政府应优先将宽带、边缘计算节点与物流信息平台纳入乡村基础设施建设规划，支持小型分布式冷链与共享仓储模式，降低单户成本。在能力建设方面，应推广“产地一体化培训包”：内容包括平台操作、数字营销、简单的数据分析与财务管理，培训由平台、地方农技部门与高校联合提供，并配套实操学徒制与示范基地。在数字化体系方面，政府应设立“数字能力认证”体系，作为平台入驻门槛与差别化扶持依据。

5.3. 构建“政府 - 平台 - 合作社”的长期协作治理机制

在“农地云拼”模式的实践中，当前“平台 - 政府 - 农户协作”多停留在项目制与倡议层面，缺乏稳定的权责与收益结构，难以以为产地基础设施建设、产业升级与长期资本投入提供持续支撑。程启军(2025)指出，新型农村集体经济的发展需动员内外资源构建多元协作模式[13]，这一思路同样适用于“农地云拼”模式。从治理结构看，协作机制的核心问题不在于主体缺位，而在于权责边界与收益分配的不清晰，使多方合作易受短期绩效与市场波动影响。为此，有必要构建一套可操作、可复制的制度化协作治理框架：在权责划分上，平台应承担数据支持、市场对接与生产标准输出等职能，政府侧重于数字与物流基础设施供给、风险兜底与公共监管，合作社及农户则负责生产组织、品质执行与市场反馈，形成分工明确、相互制衡的协作结构；在利益分配机制上，应区分基础收益与增量收益，通过保底价制度保障农户基本收入，并将等级溢价、品牌溢价等增量收益以规则化方式向产地合理回流，避免平台依托算法优势单方

面攫取价值增量；在冲突治理层面，应引入第三方检测机构、行业协会或地方公共服务平台，对数据认定、定价争议与质量纠纷进行仲裁与协调，以降低合作不确定性并提升制度可信度。通过上述制度化安排，“农地云拼”模式方能从松散协同转向稳定治理，为农村电商助力乡村振兴提供可持续的组织与制度基础。

该协作治理框架在不同地区需作出弹性调整。在产业基础较强地区，平台可更多扮演市场整合者角色；而在欠发达地区，则需政府更深度介入，以防平台治理失灵。

5.4. 完善平台治理：算法透明、收益分配与合约设计

要求平台对关键算法规则进行可解释性披露，尤其是影响商品曝光与排序的主要因子；建立算法申诉与仲裁机制，赋予农户合理的权益救济路径。同时推动“公平流量池”制度，为符合质量与合规要求的新进入者提供初期曝光支持。在合约设计上，倡导多期合约与长期购买承诺，结合分期付款、收益分享与最低保障价，形成对产地长期投资有利的现金流安排。

6. 结论

在乡村振兴战略全面推进的当下，“农地云拼”模式需要从追求交易规模转向培育长期发展能力，真正实现技术赋能与主体增权的统一。借助健全的制度供给、合理的收益分配以及多元主体的协同合作，该模式不仅能够提升农业现代化进程，也能够促进农村产业结构优化与农民持续增收。尽管当前研究与实践仍存在不足，但随着学界和产业界的持续探索，“农地云拼”有望迈向更加公平、更加高效的治理形态，最终成为推动乡村振兴和农业可持续发展的新动力，实现数字农业与共同富裕目标的良性互动。

参考文献

- [1] 卢丽媛, 王竟渝, 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(5): 45-58.
- [2] 孙树垒, 朱忆, 葛世龙. 创新驱动与创业协同：平台经济赋能城乡融合发展的双路径机制[J]. 南京审计大学学报, 2025, 22(6): 101-111.
- [3] 闫欣, 马芊红. 短视频经济嵌入乡村振兴的困境、模式与实践[J]. 农业经济, 2024(4): 60-62.
- [4] 吴宸梓, 白永秀, 王泽润. 数字创业助力农民增收的理论模型、典型案例和政策建议[J]. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2024, 53(3): 95-108.
- [5] 侯月月, 陈辉. 新电商助推农产品营销优化策略研究[J]. 农业经济, 2024(12): 138-141.
- [6] 刘楠. 区域视角下“新农人”网红媒介实践的组织团结与可持续发展[J]. 新闻与传播研究, 2024, 31(7): 35-53+126-127.
- [7] 李淼. 乡村振兴背景下文化创意赋能农产品营销路径研究[J]. 价格理论与实践, 2025(8): 180-184.
- [8] 张秀芹, 陈琳琳. 直播电商经济助力乡村振兴的现实困境与优化建议[J]. 农业经济, 2025(8): 138-140.
- [9] 李媛, 阮连杰. 数字新质生产力赋能农业强国建设的逻辑、机制与路径[J]. 东南学术, 2025(6): 25-36.
- [10] 陈义涛, 赵军伟, 刘茜. 乡村振兴战略下助农直播价值共创机制研究——基于消费者视角的实证分析[J]. 价格理论与实践, 2024(1): 80-84.
- [11] 刘娜, 金一凡. 透析乡村直播助农体系建设中的共生逻辑与路径——基于华中 J 县 H 村的田野调查[J]. 学习与实践, 2024(9): 75-84.
- [12] 李建英, 胡译文. 社会资本提升农业新质生产力的逻辑、现实挑战与优化路径[J]. 农村金融研究, 2025(11): 30-42.
- [13] 程启军. 新型农村集体经济的时代内涵、发展困境与实践进路[J]. 经济学家, 2025(12): 15-23.