

乡村振兴视角下农村电商发展模式与路径研究

黄桥乖

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年12月12日; 录用日期: 2025年12月25日; 发布日期: 2025年12月31日

摘要

在数字经济与乡村振兴战略深度交织的时代背景下, 农村电商已从一种流通渠道演进为重构乡村社会经济系统的关键力量。本研究基于乡村振兴的总体目标, 系统剖析农村电商在驱动乡村产业、人才、文化、生态与组织振兴方面的内在机理与价值逻辑。分析表明, 农村电商通过重构农产品价值链、催生乡村新型业态、优化生产要素配置, 为乡村全面振兴注入了显著动力。然而, 其迈向高质量发展的进程仍面临多重挑战, 包括基础设施末端配送不畅、复合型专业人才短缺、产业生态陷于低端竞争、金融服务支撑乏力以及市场秩序存在失范风险等。针对这些问题, 本文提出应构建涵盖“新型基础设施 - 新型职业农民 - 新质产业体系 - 新型金融支持 - 新型治理模式”五个维度的协同发展路径, 通过推动基础设施数字化升级、系统化培育人才队伍、促进产业生态化发展、创新普惠金融服务以及重构适应性监管体系, 以突破当前发展瓶颈, 引导农村电商实现从规模扩张向质量效益并重的转型, 从而为农业农村现代化提供坚实支撑。

关键词

乡村振兴, 农村电子商务, 高质量发展, 数字差距, 产业生态系统

Research on the Development Models and Pathways of Rural E-Commerce from the Perspective of Rural Revitalization

Qiaoguai Huang

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: December 12, 2025; accepted: December 25, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

Amidst the era where the digital economy and the rural revitalization strategy are profoundly interwoven, rural e-commerce has evolved from a mere distribution channel into a pivotal force that reshapes the socioeconomic landscape of rural areas. Grounded in the overarching objectives of rural revitalization, this study systematically examines the internal mechanisms and value logic of rural e-commerce in driving the revitalization of rural industries, talent development, cultural enrichment, ecological sustainability, and organizational reform. The analysis reveals that rural e-commerce injects substantial momentum into holistic rural revitalization by reconstructing agricultural value chains, catalyzing novel rural economic formats, and optimizing the allocation of production factors. Nevertheless, its transition toward high-quality development confronts multiple challenges, including inefficiencies in last-mile logistics infrastructure, a shortage of multidisciplinary professionals, industrial ecosystems trapped in low-end competition, insufficient support from financial services, and systemic risks of regulatory noncompliance in the marketplace. To address these issues, this paper proposes the establishment of a synergistic development framework spanning five dimensions: “next-generation infrastructure, new-generation professional farmers, innovative industrial ecosystems, modernized financial support mechanisms, adaptive governance frameworks”. This framework aims to overcome current developmental bottlenecks by advancing the digital transformation of infrastructure, implementing systematic talent cultivation, fostering ecologically sustainable industrial growth, innovating inclusive financial services, and reconstructing responsive regulatory systems. Through this integrated approach, rural e-commerce can be steered from a focus on scale expansion toward a balanced emphasis on quality and efficiency, thereby providing robust support for the modernization of agriculture and rural development.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, High-Quality Development, Digital Divide, Industrial Ecosystem

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

党的二十大报告将“全面推进乡村振兴”与“加快发展数字经济”确立为国家发展的战略重点，二者的交汇催生了“数字乡村”这一时代命题。在此双重战略的指引下，农村电子商务(以下简称“农村电商”)的内涵已远超早期“农产品上线”的简单概念，发展成为驱动农业生产方式革新、重塑乡村产业格局、赋能农民主生计转型的核心动力。它不仅是连接分散农户与广阔市场的关键纽带，更通过信息、资金、物流与商业流程的数字化重构，深刻影响着乡村的社会结构、治理形态与生活方式，成为落实“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”总要求的重要实践路径。其价值已从单纯的经济工具层面，提升至推动乡村经济社会系统性数字化转型的先导地位。

然而，在经历了用户与交易规模的快速增长后，农村电商发展中的深层结构性矛盾逐渐显现。区域间“数字鸿沟”与发展不平衡现象加剧；不少地区的产业活动仍停留在初级搬运阶段，陷入价值链低端锁定与同质化竞争困境；人才、资本、数据等关键要素面临虹吸与流失的双重压力；产业快速扩张背后

隐藏的产品质量、数据安全、市场垄断与权益保障等问题日益突出。这表明，农村电商发展已进入从“量”的积累向“质”的提升转变的关键阶段。单纯追求网店数量与交易额增长的粗放模式难以为继，转向注重创新、协调、绿色、开放、共享的集约化、高质量发展成为必然趋势。

本文旨在乡村振兴的宏观框架下，重新审视农村电商的发展逻辑。深入挖掘其背后的结构性矛盾、制度性障碍与市场失灵根源，在路径构建上，不满足于提出一般性对策，力图构建一个目标协同、政策配套、主体联动、动态演进的系统性突破框架。以期为中国式现代化进程中，推动农村电商实现健康、可持续和包容性发展。

2. 研究现状梳理

白丹(2025)在《农村电商发展对城乡统一大市场建设的影响机制研究》中指出，农村电商通过互联网平台，物理上打破了地理空间对农村市场的禁锢，理论上使任何区域的农产品和乡村特色产品都能直接面向全国乃至全球消费者[1]。李泓博、李耀波、纪诗诺在《农村电商生态系统赋能小农户对接电商市场的机制研究》中指出，这种“时空压缩”效应首先表现为“农产品上行”通道的极大拓宽[2]。研究指出，电商平台降低了市场准入门槛，使得小农户和新型农业经营主体能够绕过传统冗长的中间环节(如产地批发商、销地批发商、农贸市场等)，实现与终端消费者的直接对接，从而提升价值链中的利益分享比例。都帅帅、赵雨晴(2025)在《农村电商经济与乡村振兴：来自淘宝村的证据》中指出，来自“淘宝村”的证据显示，电商的集聚发展不仅能显著提高当地农户收入，还能带动相关加工、包装、设计等配套产业的发展，形成乡村内生增长动力[3]。

电商也加速了“工业品下行”的普惠化与精准化，张娅琳、胡艳英、张成义(2025)在《农村电商发展运营中“数字鸿沟”的形成机制与弥合之道——以泰来县为例》中强调，让农民能够以更合理的价格获取种类更丰富、品质更优良的生产资料与生活消费品，缩小城乡间的“消费鸿沟”，提升农村生活品质[4]。“数字鸿沟”是当前文献中关注的核心瓶颈之一，其内涵已从早期的网络接入鸿沟，演变为涵盖接入、使用、能力、收益等多维度的复合型鸿沟。更深层次的鸿沟体现在“数字素养”与“数字能力”上。许多农户，尤其是年长者，缺乏必要的电商平台操作、网络营销、数字支付、客户服务等技能。同时，乡村地区普遍缺乏能够进行数据分析、品牌策划、供应链管理的“高级数字人才”。蒋奕珂(2025)在《贵州农村电商发展策略探究》中都提到，这种能力鸿沟导致大量农户仅能进行最简单的商品上架，难以在激烈的线上竞争中脱颖而出，陷入了“有设备、无能力；有产品、无品牌；有销售、无利润”的困境[5]。杨兰燕(2025)在《农村电商物流企业成本控制与绩效评价研究——以贵州为例》中提到，物流是农村电商的物理生命线，但其仍是突出的薄弱环节[6]。研究普遍提到，农村地区居住分散、订单密度低、道路条件相对较差，导致物流配送成本高、效率低、时效差，特别是“行政村到自然村”的“最后一公里”问题尤为棘手。对于生鲜农产品而言，冷链物流设施的严重短缺更是致命伤，造成高损耗率，限制了生鲜电商的品类拓展与地域扩张。高昂的物流成本不仅侵蚀了农户和电商企业的利润，也削弱了农产品在线上的价格竞争力。如何构建一个“低成本、广覆盖、高效率、专业化”的农村物流体系，是亟待破解的难题。

尽管部分地区的特色农产品已形成一定地域知名度(如“万荣苹果”)，但真正具有强大市场号召力和消费者忠诚度的企业品牌、产品品牌仍然凤毛麟角。农村电商的健康发展离不开外部支持体系的协同。研究表明，一些地区的扶持政策存在“重硬件轻软件、重建设轻运营、重初期投入轻持续服务”的倾向。马喜利(2025)在《乡村振兴背景下孟津区农村电商发展现状及对策》中提出，要大力兴建电商产业园和村级服务站，但在运营指导、市场对接、金融支持等方面后续乏力[7]。广大农户和小型电商经营者普遍面临融资难、融资贵的问题，缺乏启动和发展资金。王铭(2025)在《农村电商高质量发展的数字

化升级路径：基于新质生产力视角》中认为，以大数据、人工智能、物联网、区块链等为代表的数字技术，被视为推动农村电商“数字化升级”和形成“新质生产力”的关键。研究表明，数字技术的应用可贯穿全链条：在生产端，利用物联网传感器监测作物生长环境，实现精准农业；利用大数据分析预测市场需求，指导种植计划[8]。

越来越多的研究摒弃了孤立看待电商主体的视角，转而采用“生态系统”理论。该理论强调，农村电商的成功依赖于小农户、合作社、电商企业、平台、服务商、政府、消费者等各类参与主体之间形成的复杂、互动、共生的网络关系。健康的生态系统能够通过资源互补、知识共享、风险共担，有效赋能弱势的小农户。潘思媚(2025)在《校地企协同模式下农村电商运营人才培育实践研究》中强调，破解人才瓶颈，需要创新培育模式。“校地企协同”模式受到广泛推崇[9]。在这一模式下，高校尤其是职业院校负责提供系统的电商理论知识和基础技能教学；地方政府负责搭建实践平台、提供政策支持并引导产业需求；企业则提供实习岗位、实战项目、最新行业技术和市场指导。这种模式旨在培养既懂理论又懂实战、既能操作又能运营的复合型、应用型人才。

通过对这一批前沿文献的梳理，可以看出当前农村电商研究呈现出“宏观战略关切明确、中观瓶颈剖析深入、微观路径探索多元”的鲜明特征。研究视角从经济学、管理学延伸到社会学、信息技术、地理学等多学科交叉；研究方法上，案例研究、实证分析、理论建构并重，尤其注重对具体县域和特定模式的深度挖掘。微观行为与机制的深度挖掘：现有研究较多关注组织、区域等中观层面，对农户、消费者、电商从业者等微观主体的决策行为、心理动机、社会网络互动及其对电商采纳与绩效的影响机制，尚需更多基于严谨社会调查和实验研究的深入分析。

3. 农村电商高质量发展面临的多元挑战与深层根源

(一) 基础设施适配性不足

作为农村电商发展的硬支撑与软环境，基础设施在硬件与软件层面均存在明显短板，共同构成了“数字鸿沟”。在硬件层面，物流体系的末端梗阻尤为突出。农村地区地广人稀、订单分散的特征，导致物流“最后一公里”配送成本高昂、效率低下，在偏远山区，网络覆盖不全与配送时效过长的问题依然存在[10]。冷链物流设施严重不足，断链情况普遍，致使生鲜农产品在上行过程中的损耗率居高不下，显著制约了高附加值、易腐产品的电商化发展。网络基础设施虽已基本实现“村村通”，但部分地区的网络连接存在“通而不畅”、“畅而不优”的问题，网络稳定性与带宽难以支撑4K/8K高清直播、VR/AR展示、物联网设备接入等新业态的应用需求，形成了接入性障碍。在软件与应用层面，数字化应用基础设施薄弱。统一的农产品质量安全追溯平台、区域农业大数据中心、智能仓储管理系统等建设滞后，且数据标准不一，形成信息孤岛，限制了产业链全流程的数字化协同与智能化决策水平。同时，农民群体的数字素养普遍有待提升，存在显著的使用技能鸿沟，影响了其充分享受数字经济带来的红利。

(二) 人才结构失衡

人才是农村电商发展的核心软实力，当前面临严重的结构性短缺与体系化建设滞后问题。首先，高端运营与创新人才引进难、留住难。专业的电商运营、品牌策划、视觉设计、数据分析、跨境电商等领域的人才多集聚于一二线城市，乡村地区在薪酬待遇、职业发展前景、生活配套、子女教育医疗等方面的综合吸引力不足，难以吸引和稳定这类高端人才[11]。其次，本土新农人的培养体系呈现碎片化、低阶化特征。现有的培训多由不同主体零散开展，内容多局限于开店、直播等入门技能，缺乏在供应链管理、财务法务、知识产权、内容创意、数据分析等中高阶领域的系统性、进阶性培养链条。培训内容与产业实际需求脱节，导致大量电商经营主体规模小、分布散、实力弱，难以发展壮大。再者，“数字鸿沟”在代际、性别间加剧了内部不平等。留守的中老年农民及部分女性农民在数字设备获取、技能学习与应用

创新能力方面处于弱势，在电商发展的利益分配中可能被边缘化，从而加剧乡村内部的数字贫困与收入差距。

(三) 产业生态价值链受限

不少地区的农村电商产业仍处于全球价值链“微笑曲线”的底部区间，陷入低质量增长的困境。其一，产品同质化与低价竞争恶性循环。多数电商销售以未经加工的初级农产品为主，附加值低，缺乏精深加工和品牌赋能[12]。在流量为王的竞争环境下，容易陷入依赖低价竞争、刷单炒信争夺流量的同质化竞争泥潭，利润微薄，难以支撑产业升级所需的资金与创新投入。其二，供应链的组织化、标准化与柔性化水平偏低。生产端以小规模农户为主，难以实现标准化生产，产品品质控制不稳定；供应链生产、加工、仓储、物流、营销各环节之间协同性差，信息流通不畅，对市场需求变化的响应速度慢，整体抗风险能力弱。其三，区域公共品牌面临公地悲剧风险。部分区域公用品牌缺乏严格的使用标准、质量监管和授权退出机制，易被滥用，导致产品质量参差不齐，出现“劣币驱逐良币”现象，损害整个区域的品牌声誉和产业长远发展。其四，产业配套服务体系供给不足。专业的摄影、设计、代运营、第三方检测、法律咨询、金融支持等生产性服务业在农村地区供给严重短缺，限制了产业向专业化、高端化升级的步伐。

(四) 金融服务与新兴业态脱节

农村电商经营主体多为小微企业和个体户，具有轻资产、缺乏合格抵押物、经营波动性大等特点，这与传统金融机构依赖抵押物和财务报表的风控逻辑严重不匹配[13]。首先，传统信贷服务水土不服。银行基于抵押和财报的信贷模式，难以准确评估依赖线上交易流水、用户评价、社交信用等新型数据的电商主体信用状况，导致不敢贷、不愿贷。同时，传统信贷手续繁琐、审批周期长，无法满足电商经营小额、高频、紧急的资金需求特点。其次，针对性的金融产品创新滞后。市场上缺乏专门为电商订单融资、应收账款质押、库存动产质押、平台信用贷款等场景设计的金融产品。农业保险在产品设计上也未能充分覆盖价格波动、物流损耗、平台规则变更等电商化农业特有的风险，保障功能不足。再次，数字金融服务的普惠深度与广度有待拓展。虽然移动支付已广泛普及，但基于大数据的供应链金融、纯信用贷款、股权众筹等更深入的创新金融模式在农村地区的渗透率仍然较低，数据作为新型生产要素的金融价值尚未得到充分挖掘和转化。

(五) 信任机制与监管能力遭遇挑战

在农村电商快速扩张期，市场秩序失范与监管能力滞后的问题日益凸显。一是产品质量与食品安全风险突出。部分经营者存在以次充好、虚假宣传等行为，特别是生鲜农产品由于标准化程度低，品质不稳定，易引发消费纠纷，严重损害消费者信任和区域品牌形象。二是数据安全与隐私泄露隐患。电商平台积累了海量的农户生产数据、消费者个人信息和交易行为数据，如何确保这些数据的安全，防止数据滥用和垄断，是当前法律和监管亟待规范的灰色地带。三是不正当竞争扰乱市场生态。刷单炒信、流量造假、平台强制二选一、头部主播与平台垄断流量等行为，扭曲了正常的市场信号，挤压了中小卖家及特色农产品的生存空间，破坏了健康、公平的产业生态。四是监管能力与手段面临本领恐慌。面对直播带货、社区团购、社交电商等去中心化、跨界融合的新业态、新模式，传统的属地监管、分段监管模式难以有效适应，存在监管空白、标准不一、执法困难等问题。同时，电商平台的主体责任有待进一步压实，事前、事中、事后全链条的协同监管体系尚未健全。

4. 构建“五位一体”的农村电商高质量发展协同体系

(一) 推动基础设施迈向数字化跃迁新阶段

实施物流体系强基工程与智能化升级，统筹规划并建设县、乡、村三级物流网络体系，整合邮政、电商、快递、供销等多方资源，重点建设县级物流枢纽、乡镇配送中心、村级综合服务站点。大力推广

“交通运输 + 快递”、“邮政 + 快递”、“客货同网”等集约化共同配送模式，通过优化线路、整合资源，显著降低末端配送成本。将产地冷链物流设施建设纳入乡村振兴重点支持范畴，支持在农产品产地建设预冷、储藏等设施，发展“产地冷链集配中心 + 干线冷链运输 + 销地冷链仓储配送”的一体化服务模式[14]。同时，积极应用物联网、大数据等技术推动物流体系的智能化改造，实现全程可视化监控、可追溯查询与智能调度。

推动网络广覆盖向高质量双重升级，在实现高速宽带和 5G 网络“村村通”的基础上，进一步推动 5G、物联网、北斗导航等新一代信息通信技术向重点农业产区、电商园区、物流节点等区域深度覆盖。支持研发和推广适合农民使用、成本低廉、操作简便的智慧农业应用程序、电商运营工具、短视频制作软件等。由政府牵头，联合电商平台企业、科研机构等力量，共同建设覆盖全域、标准统一的农产品质量安全追溯平台和农业产业大数据中心，打通生产、加工、流通、消费各环节数据壁垒，为精准农业生产、智能营销推广、市场风险预警等提供数据支撑。

(二) 开展“政 - 校 - 企”合作的人才培育工程

精准引进与培育领军头雁，实施专项的“农村电商领军人才计划”，为有志于返乡创业的大学生、退役军人、外出务工经商成功人士等提供“项目孵化 + 资金支持 + 导师指导 + 资源对接”的一揽子扶持政策，将其培育成为能够带动一方产业发展的“领头雁”。

推动职业院校、应用型本科高校与知名电商平台、行业龙头企业开展深度合作，共建产业学院、实习实训基地，构建“基础普及 + 技能提升 + 创业孵化”一体化的培养体系。课程设置应从开店、直播等基础技能，逐步延伸到品牌管理、供应链金融、跨境电商、大数据分析、知识产权保护等中高阶内容。建立“新农人”数字成长档案，提供持续的跟踪指导与终身学习服务。面向普通农户、合作社成员广泛开展数字技能普及性培训，重点提升其智能手机应用、移动支付、防范网络诈骗等能力，努力缩小“数字技能鸿沟”[15]。鼓励“头雁”与“群雁”通过订单农业、股份合作、生产托管、服务带动等多种形式建立紧密的利益联结机制，实现先富带后富，最终形成“头雁引领、强雁支撑、群雁齐飞”的生动发展局面。

(三) 提升产业生态价值

在政府引导下，充分发挥行业协会、龙头企业、科研机构的作用，加快制定覆盖农产品全产业链的分级、加工、包装、储运、检测等团体标准或地方标准。实施“区域公用品牌 + 企业自主品牌 + 产品品牌”协同发展的品牌战略。对区域公用品牌实行严格的授权使用、质量监管和违规退出机制，维护品牌声誉。对积极创建自主品牌、获得绿色食品、有机农产品、地理标志农产品、农产品地理标志认证的企业给予相应奖励。设立农产品精深加工与科技研发专项基金，鼓励开发即食食品、功能性食品、生物提取物、医药中间体等高附加值产品。推动农村电商与休闲农业、乡村旅游、健康养老、文化创意等产业深度融合，发展“电商 + 观光 + 体验 + 研学”等新业态、新模式，实现农村一二三产业的融合增值[16]。支持在农产品主产区建设集商品化处理、检验检测、分级包装、统一仓储配送于一体的产地集配中心(云仓)。培育和引进一批扎根县域的电商综合服务商，为中小卖家提供店铺代运营、视觉设计、营销推广、数据分析、法律咨询、财务代理等一站式、专业化服务，降低电商创业与运营的门槛及成本。

(四) 创新“普惠 - 精准”的金融服务模式

深化“银电合作”，创新基于大数据的信贷产品，鼓励商业银行与主流电商平台、支付机构深化合作，基于真实的交易流水、信用评分、物流信息、用户评价等多维度数据，构建专属的风控模型，开发“电商流水贷”、“平台信用贷”、“订单质押贷”、“存货融资”等纯线上、无抵押或弱抵押的普惠金融产品。发展特色化、指数化的农业保险产品，推动保险机构创新开发能够覆盖农产品价格波动、自然灾害、物流损耗、电商平台履约风险等特定场景的保险产品。积极探索“保险 + 期货”模式，为农户提

供价格风险保障[17]。研究开发基于天气指数、产量指数等的保险产品，简化理赔流程，提高理赔效率。发挥政策性金融的引导与增信作用：政府性融资担保机构要降低对农村电商经营主体的反担保要求，扩大担保服务的覆盖面，并适当降低担保费率。鼓励设立由政府引导、社会资本共同参与的农村电商产业发展基金，以股权投资等方式，支持成长性好、创新性强的电商项目及供应链企业。

(五) 构建监管治理新格局

创新监管机制，压实平台主体责任，建立健全市场监管、农业农村、网信、公安、税务等多部门协同监管机制，实现信息共享与执法联动。推行监管沙盒等包容审慎的监管模式，为直播带货等新业态设置风险可控的安全空间进行测试。强化电商平台的主体责任，督促其完善商家资质审核、商品质量抽查、广告内容审查、交易纠纷处理、消费者权益保护等内部治理规则。

强化以信用为基础的新型监管体系，建立覆盖政府部门、电商平台、平台内经营者、消费者的农村电商信用评价体系，推行信用分级分类监管。对信用良好的经营者减少检查频次，实施“无事不扰”；对失信经营者加大监管力度，实现“一处失信、处处受限”。鼓励电商平台依法依规公示商家的信用信息。提升智慧监管能力，推广技术赋能治理：积极利用大数据、人工智能等技术手段加强网络交易监测，精准识别和打击刷单炒信、虚假宣传、价格欺诈等违法违规行为。大力推广“区块链+溯源”技术在农产品领域的应用，实现农产品从田间到餐桌的全程不可篡改、透明可追溯，以技术手段重建消费信任，倒逼生产端提升产品质量。

5. 结语

农村电商是数字经济时代推动乡村全面振兴不可替代的战略支点。本文研究表明，其价值已超越单纯的经济范畴，全面、深度地渗透至乡村的产业、人才、文化、生态、组织各个层面，发挥着系统性、重构性的赋能作用。然而，在迈向高质量发展的道路上，基础设施、人才、产业、金融、治理等领域存在的深层次、结构性矛盾构成了现实梗阻。破解这些难题，不能采取头痛医头、脚痛医脚的碎片化方式，必须坚持系统观念，进行顶层设计与整体推进，构建起“新型基础设施-新型职业农民-新质产业体系-新型金融服务-新型治理模式”五位一体、协同发力的高质量发展支撑体系。

推动农村电商高质量发展，本质上是一场涉及基础设施、生产要素、产业结构、生产关系与治理模式的深刻乡村变革。唯有通过系统性的政策供给、市场化的机制创新、社会化的多元参与，有效破除发展梗阻、充分激发内生活力，才能使其真正成为驱动农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足的强劲引擎，在广袤的乡土中国大地上，共同绘就数字时代中国式农业农村现代化的壮丽新画卷。

参考文献

- [1] 白丹. 农村电商发展对城乡统一大市场建设的影响机制研究[J]. 商业经济研究, 2025(24): 24-27.
- [2] 李泓博, 李耀波, 纪诗诺. 农村电商生态系统赋能小农户对接电商市场的机制研究[J]. 商业经济研究, 2025(22): 94-99.
- [3] 都帅帅, 赵雨晴. 农村电商经济与乡村振兴: 来自淘宝村的证据[J]. 晋阳学刊, 2025(6): 62-71.
- [4] 张娅琳, 胡艳英, 张成义. 农村电商发展运营中“数字鸿沟”的形成机制与弥合之道——以泰来县为例[J]. 商场现代化, 2025(22): 48-50.
- [5] 蒋奕珂. 贵州农村电商发展策略探究[J]. 广东蚕业, 2025, 59(11): 108-110.
- [6] 杨兰燕. 农村电商物流企业成本控制与绩效评价研究——以贵州为例[J]. 会计之友, 2025(S1): 71-75.
- [7] 马喜利. 乡村振兴背景下孟津区农村电商发展现状及对策[J]. 河南农业, 2025(23): 8-9.
- [8] 王铭. 农村电商促进乡村振兴的管理路径优化: 基于战略执行与组织能力视角[J]. 山西农经, 2025(23): 55-57, 61.
- [9] 潘思媚. 校地企协同模式下农村电商运营人才培育实践研究[J]. 农业开发与装备, 2025(12): 56-58.

-
- [10] 时亚琳. 内循环背景下创新要素流动对城乡商贸流通一体化的影响[J]. 商业经济研究, 2025(24): 10-14.
 - [11] 王萍, 赵静, 续秀梅. 基于大数据的农村电商物流信息平台构建[J]. 商业经济研究, 2025(24): 92-96.
 - [12] 孙海哨. 数字产业赋能乡村振兴的内在逻辑、现实困境与突破路径[J]. 商业经济研究, 2025(24): 120-123.
 - [13] 赖嘉欣. 互联网背景下农村金融产品与服务创新研究[J]. 智慧农业导刊, 2025, 5(23): 104-109.
 - [14] 朱丙莲. 数字经济时代乡村产业振兴机制分析[J]. 江西农业, 2025(22): 143-145.
 - [15] 张应青, 邹梦阳, 许薇. 社会资本参与乡村振兴的“集群式”协同创新模式、利益联结机制与激励机制[J]. 乡村科技, 2025, 16(22): 56-61.
 - [16] 韩贞. 城乡融合发展视角下农业经济发展优化分析[J]. 中外食品工业, 2025(16): 118-120.
 - [17] 王恩. 农业保险赋能农业新质生产力的作用机制、现实困境与优化路径[J]. 当代农村财经, 2025(12): 57-60.