

# 基于CiteSpace的县域电商研究演化可视化分析

张丽红, 王小芳

上海理工大学管理学院, 上海

收稿日期: 2026年1月9日; 录用日期: 2026年1月22日; 发布日期: 2026年2月6日

---

## 摘要

本文以中国知网2015~2025年收录的县域电商相关期刊论文为样本, 运用CiteSpace软件, 从发文量、关键词共现、聚类、时间线及突现五个维度进行可视化分析。研究发现: 该领域研究经历了高位起步、回落调整、平稳巩固三个阶段; 研究主题紧密响应国家政策导向, 由早期电商扶贫逐步转向乡村振兴与数字经济的深度融合; 形成以实践策略、政策响应、技术赋能为主体的研究格局。本文对县域电商这一具有中国特色的经济现象进行了系统的文献梳理, 有助于理清政策变迁对学术研究的驱动作用, 为后续研究者提供一个宏观的知识图谱, 帮助理解该领域从“扶贫”向“数字化”转型的逻辑。

---

## 关键词

县域电商, CiteSpace, 可视化分析, 知识图谱

---

# Visual Analysis of the Evolution of County E-Commerce Research Based on CiteSpace

Lihong Zhang, Xiaofang Wang

School of Management, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: January 9, 2026; accepted: January 22, 2026; published: February 6, 2026

---

## Abstract

This study employs journal articles on county e-commerce indexed by CNKI from 2015 to 2025 as its sample. Utilizing CiteSpace software, it conducts a visualization analysis across five dimensions: publication volume, keyword co-occurrence, clustering, timeline, and emergence. Findings reveal that research in this field has progressed through three distinct phases: a high-starting-point phase, a decline and adjustment phase, and a stabilization phase. Research themes closely align with

national policy directions, shifting from early e-commerce poverty alleviation efforts toward the deep integration of rural revitalization and the digital economy. A research framework has emerged, centered on practical strategies, policy responses, and technological empowerment. This study conducts a systematic literature review of county e-commerce, a uniquely Chinese economic phenomenon. It helps clarify how policy shifts drive academic research, providing subsequent scholars with a macro-level knowledge map to understand the logic behind the sector's transition from "poverty alleviation" to "digitalization."

## Keywords

County E-Commerce, CiteSpace, Visual Analysis, Knowledge Map

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

县域作为城乡融合与乡村振兴的核心载体，其经济活力的激发与高质量发展是实现共同富裕的关键支撑[1]。在数字经济浪潮下，电子商务凭借打破地理空间约束、优化资源配置、降低交易成本的独特优势，已成为激活县域发展动能、破解传统产业困境的重要引擎[2]。国家“电子商务进农村综合示范”政策的持续推进，为县域经济转型注入了强劲动力[3]。实践层面，山东曹县、长三角等地的成功案例，也印证了电商对县域经济增长与产业升级的促进作用[4]-[6]。

既有研究主要从以下几个维度展开：在产业赋能方面，电商凭借其双边市场与网络效应，能够有效对接供需、激活县域特色资源，是推动“电商 + 农业”等跨界融合的内在动因[7]；在政策实践方面，电子商务进农村综合示范政策对县域服务业集聚的促进作用存在区域异质性[8]；在支撑保障方面，完善县乡村三级物流体系是破解电商发展硬件瓶颈的关键[9]；在数字转型方面，县域商业数字化进程仍面临基础设施滞后、网点改造不足、企业转型成本高等挑战，需从设施建设与业态创新等方面发力[10]。

然而，现有研究多聚焦于单一领域，缺乏对县域电商研究的系统梳理，难以清晰呈现该领域的知识演进脉络与热点前沿关联。为此，本文运用 CiteSpace 软件，通过关键词共现、聚类分析等功能，对 2015~2025 年间中国知网收录的县域电商相关文献进行可视化分析，旨在揭示其研究态势、知识结构与演进趋势，以期为后续研究提供参考。

## 2. 数据来源及研究方法

### 2.1. 数据来源

本研究以中国知网(CNKI)为数据源，以县域电商和县域电子商务为关键词检索 2015~2025 年县域电商相关文献，经 CiteSpace 进行数据去重、格式规范与阈值筛选后，最终纳入可视化分析的有效文献共 977 篇。

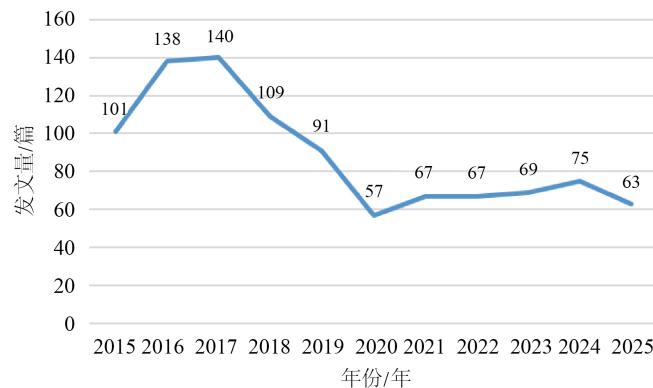
### 2.2. 研究方法

本研究的核心研究工具为 CiteSpace 可视化软件，能够通过挖掘文献元数据生成可视化成果，直观揭示研究领域的知识结构与发展趋势[11]。具体分析包括：年度发文量统计、关键词共现网络分析、聚类分析、时间线图谱分析以及关键词突现分析。

### 3. 县域电商研究演化的可视化分析

#### 3.1. 发文量分析

年度发文量变化能够直观反映某一研究领域的学术关注度与发展趋势。根据图 1 所示的 2015~2025 年县域电商相关研究年度发文量数据, 该领域研究大致可分为以下三个阶段:



**Figure 1.** Evolutionary trend of research output in county e-commerce, 2015~2025

**图 1. 2015~2025 年县域电商研究发文量演化趋势**

##### (1) 第一阶段: 高位起步与波动期(2015~2017 年)

该阶段年均发文量居于高位。2015 年发文量为 101 篇, 2016 年迅速增长至 138 篇, 2017 年达到统计周期内峰值 140 篇。这与同期国家出台的一系列重要政策密切相关: 2015 年国务院发布《关于大力发展战略电子商务加快培育经济新动力的意见》, 首次明确将电子商务定位为“经济增长新动力”; 同年, 商务部启动“电子商务进农村综合示范项目”, 推动县域电商基础设施建设; 2016 年中央“一号文件”首次明确提出“推进农村电商发展”, 并纳入精准扶贫体系。此外, 阿里、京东等平台加速布局农村市场, “农村淘宝”与“京东帮”模式开始普及, 拼多多于 2015 年上线, 以其社交拼团模式迅速下沉至县域市场, 激发了学界对新兴电商模式与县域结合的初步探讨。

##### (2) 第二阶段: 回落调整期(2018~2020 年)

2018 年发文量回落至 109 篇, 2019 年进一步降至 91 篇, 2020 年仅为 57 篇, 为该阶段最低点。这一连续下降趋势与政策效应逐步释放、研究热点阶段性饱和有关。2018 年《乡村振兴战略规划(2018~2022 年)》出台, 政策重心从“电商扶贫”转向更系统的“乡村振兴”, 学界进入政策消化与案例深化的调整期。同时, 2020 年新冠疫情对实体经济和学术活动造成冲击, 也客观上影响了研究成果的产出。值得注意的是, 在此期间, 直播电商迅速兴起(如 2019 年淘宝直播“村播计划”启动), 但相关研究尚未形成规模性发表, 存在一定的滞后性。

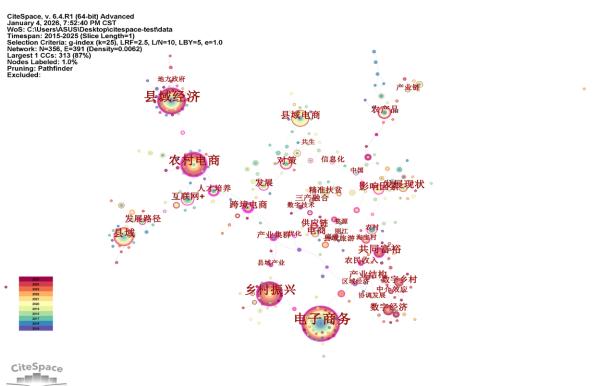
##### (3) 第三阶段: 平稳复苏与巩固期(2021~2025 年)

发文量自 2021 年起逐步稳定在 60~75 余篇区间。这一阶段与数字乡村战略深入推进、新型电商业态成熟密切相关。2021 年商务部等部门印发《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》, 系统提出县域商业数字化改造路径; 2022 年《数字乡村发展行动计划(2022~2025 年)》发布, 明确“数商兴农”工程。与此同时, 直播带货成为农产品上行的重要渠道, 抖音、快手等内容平台加大农产品电商扶持力度; 社区团购、即时零售等模式逐步渗透县域, 推动了研究议题向数字化转型、供应链协同、业态融合等方向深化, 研究趋于系统化与细分化。

总体来看，县域电商研究在十年间呈现“高位起步-回落调整-平稳巩固”的发展轨迹，整体研究热度虽未持续攀升，但始终维持一定规模，体现出该领域作为连接数字经济与县域发展的重要议题，具有持续的研究价值与学术生命力。

### 3.2. 关键词共线分析

关键词共现分析可有效识别研究领域的核心热点与知识网络结构。本文对 2015~2025 年县域电商领域的文献开展关键词共现分析，生成的关键词共现图谱共包含 356 个关键词节点和 391 条连线，网络密度为 0.0062。节点大小表示关键词出现的频率，连线粗细反映关键词之间的关联强度。0.0062 的网络密度反映出研究已形成以核心概念为支撑的基础框架，但细分主题间的交叉融合仍有待进一步深化。如图 2 所示，“县域经济”“电子商务”“农村电商”“乡村振兴”是尺寸最大的节点，其中“电子商务”作为核心主题构成研究的聚焦核心；同时，“农产品”“产业链”“人才培养”等节点也具备较高关联度，是围绕核心主题延伸出的关键研究方向，体现出领域聚焦“电商赋能县域发展”的核心逻辑。



**Figure 2.** Evolutionary map of keyword co-occurrence in county e-commerce research, 2015~2025

**图 2. 2021~2025 年县域电商研究关键词共现演化图谱**

**Table 1.** High-frequency keywords of county e-commerce research

表 1. 县域电商研究高频关键词

频次	中心性	开始年份	关键词
202	0.34	2015	电子商务
114	0.28	2015	县域经济
94	0.46	2015	农村电商
87	0.37	2017	乡村振兴
61	0.12	2015	县域
44	0.08	2015	县域电商
27	0.17	2015	农产品
22	0.31	2015	对策
21	0.26	2015	互联网 +
18	0.16	2015	农村
17	0.07	2020	数字经济

续表

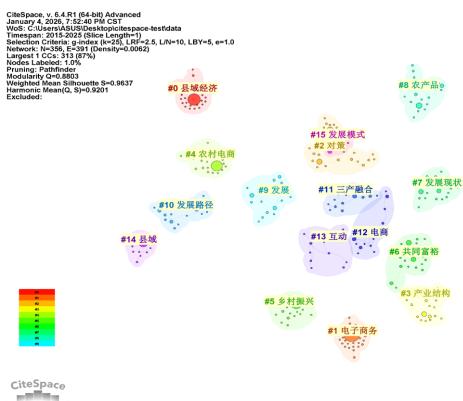
15	0.34	2015	发展
15	0.25	2015	影响因素
14	0.23	2022	共同富裕
13	0.10	2022	数字乡村
13	0.04	2015	发展模式
13	0.06	2017	精准扶贫
11	0.64	2015	人才培养
11	0.09	2015	发展现状
10	0.81	2016	跨境电商

对高频关键词的核心属性进行整理, 如表 1 所示。中心性反映节点在关键词网络中的枢纽作用, 中心性数值超过 0.1 的节点可界定为核心枢纽节点。

从统计结果来看, “电子商务”以 202 次的最高频次成为领域研究的基础核心关键词, 其 0.34 的中心性也体现出对其他主题的连接作用; “农村电商”(频次 94)的中心性达 0.46, 是串联产业实践与县域发展的关键枢纽; “乡村振兴”(频次 87)自 2017 年进入研究视野后, 以 0.37 的中心性成为政策类主题的核心节点。核心枢纽节点中, “跨境电商”(中心性 0.81)、“人才培养”(中心性 0.64)虽频次相对偏低, 但凭借高中心性成为连接不同研究主题的桥梁。“跨境电商”衔接了县域产业与外部市场的关联, “人才培养”则串联起实践落地的资源支撑类议题。

### 3.3. 关键词聚类分析

关键词聚类分析是在关键词共现分析的基础上, 通过算法将语义相近的关键词进行归类, 从而揭示研究领域内的知识结构体系。本研究运用 CiteSpace 软件对县域电商研究关键词进行聚类分析, 生成如图 3 所示的关键词聚类图谱, 并采用 LLR 算法完成聚类标签提取, 共得到 16 个核心聚类(如表 2 所示)。聚类结果的可靠性通过模块值(Q 值)与平均轮廓值(S 值)验证, 其中 Q 值大于 0.3 表明聚类网络结构具有显著区分度, S 值大于 0.7 说明聚类结果具备高可信度, 本次聚类的 Q 值为 0.8803、S 值为 0.9637, 均显著高于标准阈值, 表明聚类结构显著且可信度高。



**Figure 3.** Evolutionary map of keyword clustering in county e-commerce research, 2015~2025

**图 3.** 2015~2025 年县域电商研究关键词聚类演化图谱

**Table 2.** Keyword clustering list of county e-commerce research**表 2. 县域电商研究关键词聚类表**

标签	聚类名称	聚类大小	平均年份	聚类子簇
#0	县域经济	31	2020	县域经济; 数商兴农; 地方政府; 县域; “互联网+”
#1	电子商务	31	2018	电子商务; 县域农业; 农村电商; 县域经济; 聚类分析
#2	对策	28	2017	发展路径; 互联网+; 发展对策; 西部地区; 互动机理
#3	产业结构	24	2021	三产融合; 数字技术; 政策建议; 精准扶贫; 托克托县
#4	农村电商	22	2019	电商; 县域物流; 县域旅游; 城镇化; 电子商务
#5	乡村振兴	22	2021	互动; 优化; 信息技术; 山区; 生鲜电商
#6	共同富裕	20	2020	县域; 农业电商; 苏南; 县域经济
#7	发展现状	20	2018	发展模式; 共生; 利益关系; 主体; 信息生态系统
#8	农产品	20	2018	对策; 问题; 信息化; 县域电商; 电子商务
#9	发展	17	2018	产业结构; 数字乡村; 数字经济; 中介效应; 协调发展
#10	发展路径	17	2017	农村电商; 电子商务; 农村物流; 协同发展; 新媒体
#11	三产融合	15	2019	乡村振兴; 乡村旅游; 融媒体; 符号化; 农特产品
#12	电商	15	2017	共同富裕; 农民收入; 福建省; 农村; 淘宝村
#13	互动	13	2018	发展现状; 遂昌模式; 影响因素; 对策建议; 农产品电子商务
#14	县域	13	2018	农产品; 产业链; 产业; 阿里巴巴; 互联网
#15	发展模式	5	2017	发展; 跨境电商; 人才培养; 电商经济; 上杭县

从表 2 来看, 这些聚类规模不一, 平均年份跨度从 2017~2021 年, 覆盖了县域电商研究的不同发展阶段和侧重点。通过分析这些聚类的标签和包含的关键词, 可以归纳出县域电商研究的几个主要方向:

(1) 聚焦发展策略与路径探索。这是县域电商研究中非常突出的部分。例如, #2 “对策”、#9 “发展”、#10 “发展路径”、#15 “发展模式” 等聚类, 都直接围绕“如何发展”展开, 关注具体的发展策略、路径选择、模式总结以及问题对策, 体现了该领域强烈的实践导向和问题解决意识。孟祥磊(2018)以吉林省县域电商为研究对象, 指出其面临产业创新乏力、人才匮乏等挑战, 提出“政策引导 + 产业集聚 + 跨境拓展 + 配套保障 + 人才支撑”的系统突破路径, 为边疆省份依托外向型农业与跨境贸易实现电商经济转型提供了实践参考[12]。

(2) 紧扣国家宏观战略与政策。研究主题与国家重大战略的实施保持了高度同步。#5 “乡村振兴”、#6 “共同富裕”、#11 “三产融合” 等聚类, 明显呼应了近年来国家在乡村发展、民生改善和产业升级方面的政策导向, 研究重点探讨县域电商在落实这些战略中的作用、机制与路径。牛兴奎等(2017)基于湖南省县域电商实践, 提出将电商工作与精准扶贫深度结合, 通过“互联网 + 特色农产品”模式对接广域市场, 助力脱贫攻坚与三产融合[13]。

(3) 关注产业基础与核心要素。多个聚类聚焦于县域电商赖以生存的产业基础和关键环节。#1 “电子商务”、#4 “农村电商”、#8 “农产品”、#14 “县域” 等聚类, 分别从通用模式、特定领域、核心产品、空间载体等角度, 夯实了研究的产业基础。#0 “县域经济” 和#3 “产业结构” 则从更宏观的经济结构和产业体系视角进行研究。王滢、张瑞东(2017)选取河南光山羽绒、安徽金寨茶等传统产业集群案例, 提出产业集群不同阶段需匹配差异化电商策略, 即数量扩张阶段强固电商链条、质量提升阶段引导电商协同、研发与品牌创新阶段优化电商价值网, 构建了产业升级与电商融合的理论框架[14]。

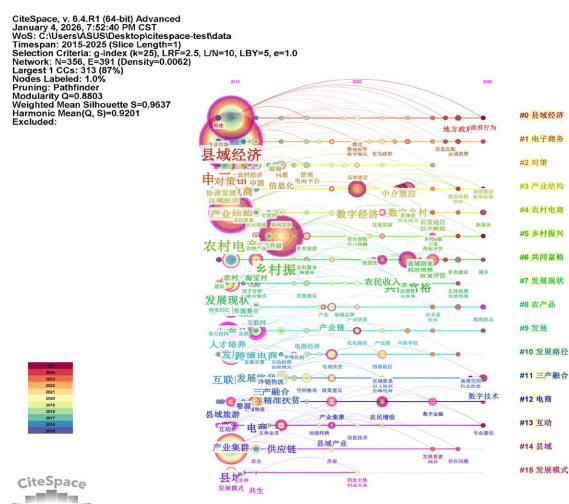
(4) 重视区域实践与案例剖析。研究体现出鲜明的实证性, 注重从具体实践中提炼经验。多个聚类中包含了如“西部地区”、“苏南”、“福建省”、“托克托县”、“上杭县”等地域标签, 以及“遂昌模式”等典型模式, 表明研究扎根于中国差异化的县域实践, 通过案例深化认识。梅燕、蒋雨清(2020)选取浙江缙云、山东曹县、山西临县等6个不同发展阶段的典型区域, 基于产业集群生命周期理论, 揭示了农村电商产业集聚在产生、成长、成熟阶段与区域经济的协同发展机制, 为不同区域电商实践提供了差异化参考[15]。赵辉(2017)以内蒙古土默特右旗为案例, 通过权重排序与专家打分法, 对市场、融资、建设、配套、营销五类风险进行量化评估, 并提出打造区域优势、推动资本多元化、加强资金管理、风险转移及人才培养等防范措施, 为县域电商风险识别与管控提供了实证参考[16]。

(5) 触及新兴趋势与支撑体系。部分聚类反映了研究前沿和支撑要素。#13“互动”、#7“发展现状”等聚类中出现的“信息技术”“数字经济”“信息生态系统”等关键词, 显示了数字技术与系统思维对研究的渗透。#15聚类中虽规模小但提及了“跨境电商”和“人才培养”, 点出了国际化拓展和人力资本这两个影响长远发展的重要议题。杨旭、李俊(2017)基于“新治理”理论, 以县域电商公共服务中心为研究对象, 提出政府应通过赋权、协同治理等方式优化资源配置, 完善物流、培训等支撑体系, 为县域电商可持续发展提供了治理层面的解决方案[17]。徐丽艳、郑艳霞(2021)构建了农村电子商务助力乡村振兴的五条路径模型, 指出政策支持、基础设施完善、要素集聚、产业升级与延伸协同是系统性推进乡村振兴的关键。其中, 信息技术赋能、人才吸引与培育、农产品品牌建设是推动产业升级的核心着力点, 而基础设施与要素供给则是实现这些目标的基础保障[18]。

总体而言, 县域电商研究已经形成了一个层次丰富、联系实际的主题结构。它以发展策略为主线, 紧密对接国家战略, 深入产业实践, 扎根区域案例, 并开始关注数字赋能和长远支撑, 构成了一个既有现实关怀又有前瞻视野的研究图景, 但不同区域的差异化研究、数字技术的具体应用等方向仍有拓展空间。

### 3.4. 时间线图分析

关键词时间线图谱可直观呈现研究热点的时序演进轨迹, 结合图4及关键词出现的时间特征, 2015~2025年县域电商研究可划分为三个核心发展阶段:



**Figure 4.** Timeline clustering map of keyword evolution in county e-commerce research, 2015~2025

**图 4. 2015~2025 年县域电商研究关键词演化时间线图谱**

**基础探索阶段(2015~2017 年):** 该阶段核心关键词集中于“县域经济”“农村电商”“发展路径”等基础概念, 对应图谱中早期出现的节点集群。研究重点聚焦县域电商的基本形态、发展现状及初步实践路径, 如“农产品”“农村物流”等关键词的出现, 体现了学术界对县域电商“连接城乡市场、解决农产品流通”核心功能的初期认知。

**政策响应阶段(2018~2020 年):** 随着精准扶贫、乡村振兴政策的推进, “乡村振兴”“共同富裕”“数商兴农”等关键词成为研究热点, 对应图谱中该时期节点的密集涌现。研究方向从基础探索转向政策落地场景, 聚焦县域电商在扶贫增收、产业升级中的实践机制, 如“三产融合”“县域旅游”等关键词的关联, 体现了电商与乡村产业的融合探索。

**数字升级阶段(2021~2025 年):** “数字经济”“数字乡村”“信息技术”等关键词在该阶段集中出现, 对应图谱中后期的节点集群。研究重心向高质量发展转型, 聚焦数字技术对县域电商的赋能作用, 如数字技术在供应链优化、生鲜电商升级中的应用, 体现了县域电商从“规模扩张”向“提质增效”的演进逻辑。

整体来看, 时间线图谱清晰展现了县域电商研究“基础认知 - 政策落地 - 数字赋能”的阶段性演进脉络, 其热点迁移与国家乡村发展战略、数字技术渗透进程高度契合, 反映了研究领域对产业实践与政策导向的持续回应。

### 3.5. 关键词突现分析

关键词突现分析通过捕捉关键词出现频次的显著变化, 识别研究领域的新兴热点与前沿趋势, 突现强度越高、持续时间越长的关键词, 越能反映领域内的核心发展方向。运用 CiteSpace 对县域电商研究的关键词进行突现分析, 生成如图 5 所示的关键词突现图谱。

Top 11 Keywords with the Strongest Citation Bursts



**Figure 5.** Evolutionary map of keyword emergence in county e-commerce research, 2015~2025

图 5. 2015~2025 年县域电商研究关键词突现演化图谱

关键词突现分析显示, 县域电商研究热点呈现清晰的阶段性演进。早期(2015~2019 年)聚焦“农村”“县域”等基础场域和“精准扶贫”政策工具; 中期(2019~2021 年)转向“县域电商”本身的系统化界定。当前(2022 年以来)最突出的前沿是以“乡村振兴”(突现强度 16.31)为核心, 连带“农村电商”“共同富

裕”“数字乡村”“数字经济”等关键词形成高强集群,表明研究已深度融合于国家乡村振兴战略,并积极探索其在数字化背景下赋能乡村发展、促进共同富裕的路径与模式,构成了当前研究的核心焦点。

## 4. 结论与展望

### 4.1. 研究结论

本文基于 CiteSpace 软件,对 2015~2025 年中国知网收录的 977 篇县域电商相关文献进行可视化分析,得出以下结论:

(1) 研究发展趋稳。发文量在经历早期波动后,近年来稳定在每年 60~75 篇左右,表明该领域已进入平稳、持续的深化研究阶段。

(2) 研究紧跟政策。热点演变清晰反映了从“精准扶贫”到“乡村振兴”再到“共同富裕”的国家战略推进过程,政策导向明显。

(3) 研究结构清晰。主要围绕三大板块展开:一是发展策略与路径,二是服务国家战略,三是数字技术赋能。

(4) 研究焦点明确。当前最核心的研究方向就是县域电商如何助力“乡村振兴”,并探索与“数字乡村”“共同富裕”结合的具体路径。

### 4.2. 研究展望

未来县域电商研究可在宏观趋势分析基础上转向更具操作性的纵深探索:一是深入剖析大数据、人工智能等数字技术重构县域电商供应链、赋能中小主体的具体机制与实效评估;二是系统比较不同资源禀赋与发展阶段地区的差异化电商演进路径,揭示关键驱动因素与本土化适配逻辑;三是拓展综合评估视角,不仅关注经济效应,更需实证检验电商发展对乡村社会治理结构、文化传承与生态可持续的多维影响;四是着力破解跨境电商融入、本土化数字人才培养等制约长远发展的关键命题,推动研究从政策解读走向精准施策,为县域电商高质量发展提供系统化、差异化的理论支撑与实践指南。

## 参考文献

- [1] 杨仁发,陈存.电子商务发展有助于缓解县域经济不平等吗?——来自电子商务进农村综合示范县政策的准自然实验[J].世界农业,2023(7): 86-97.
- [2] 黄雨婷,潘建伟.电商下乡促进了县域经济增长吗? [J].北京工商大学学报(社会科学版),2022, 37(3): 48-59.
- [3] 熊小林,鲍曙光.电子商务进农村综合示范政策对县域农业增长的影响研究[J].调研世界,2024(3): 15-25.
- [4] 郭红东,刘晔虹,龚瑶莹,等.电商发展与经济欠发达地区乡村振兴——以山东曹县为例[J].广西民族大学学报(哲学社会科学版),2019, 41(5): 49-55.
- [5] 汪凡,汪明峰,林娟,等.供应链协同水平及其对农村电商发展的影响机制分析——以长三角地区为例[J].世界地理研究,2025, 34(6): 95-107.
- [6] 徐洁,李琳.电子商务发展对县域共同富裕水平的影响——来自电子商务进农村综合示范县的证据[J].经济地理,2024, 44(5): 75-85.
- [7] 蔡跃洲,王建国,刘生龙.电子商务如何影响县域经济增长及区域协调发展——基于阿里电商发展指数的实证分析[J].学术研究,2025(1): 100-108.
- [8] 李荣华,李想,鲁玉秀.电子商务发展推动了县域服务业集聚吗?——来自电子商务进农村综合示范政策的实证检验[J].现代财经(天津财经大学学报),2024, 44(7): 75-90.
- [9] 刘程军,周建平,蒋建华,等.电子商务背景下县域物流的空间联系及其网络结构研究——以浙江省为例[J].地理科学,2019, 39(11): 1719-1728.
- [10] 依绍华,吴顺利.数字化转型视域下我国县域商业发展态势与推进策略[J].中国流通经济,2024, 38(6): 12-25.

- [11] 侯剑华, 胡志刚. CiteSpace 软件应用研究的回顾与展望[J]. 现代情报, 2013, 33(4): 99-103.
- [12] 孟祥磊. “一带一路”背景下县域电商向电商经济的战略突破研究[J]. 农业经济, 2018(2): 132-134.
- [13] 牛兴奎, 谢华平, 陈若扬, 等. 湖南市县电商发展浅析[J]. 宏观经济管理, 2017(6): 76-80.
- [14] 王滢, 张瑞东. 县域电商促进传统产业集群升级的演进路径研究[J]. 科技管理研究, 2017, 37(20): 135-140.
- [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] 赵辉. 关于县域电子商务产业发展风险研判与防范研究——以土默特右旗电商产业为例[J]. 科学管理研究, 2017, 35(4): 75-78.
- [17] 杨旭, 李竣. 县域电商公共服务资源投入与治理体系[J]. 改革, 2017(5): 95-105.
- [18] 徐丽艳, 郑艳霞. 农村电子商务助力乡村振兴的路径分析[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2021(2): 109-120.