

农村电商赋能民族地区乡村振兴的数字包容性研究

苏 阳

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年3月9日; 录用日期: 2026年3月23日; 发布日期: 2026年5月28日

摘 要

民族地区是乡村振兴的薄弱环节, 农村电商作为数字化手段, 能否实现包容性发展关乎社会公平。本文基于数字包容理论, 分析农村电商在民族地区的适配性、参与度与效益共享性。研究发现, 电商通过本土文化赋能、多语言平台、社区共建等机制, 缓解了地理隔阂与数字鸿沟, 但受制于网络覆盖不足、民族文化产品标准化难、人才流失等挑战。本文提出“基础设施-文化赋能-治理协同”三维路径, 为民族地区通过电商实现包容性振兴提供方案。

关键词

农村电商, 民族地区, 数字包容, 乡村振兴, 文化赋能

Research on Digital Inclusiveness of Rural E-Commerce Empowering Rural Revitalization in Minority Areas

Yang Su

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: March 9, 2026; accepted: March 23, 2026; published: May 28, 2026

Abstract

Ethnic areas are the weak link in rural revitalization. Rural e-commerce, as a digital means, whether it can achieve inclusive development is crucial for social equity. Based on the theory of digital inclusion, this paper analyzes the adaptability, participation degree and benefit sharing of rural e-commerce in ethnic areas. The research finds that e-commerce, through mechanisms such as local

cultural empowerment, multi-language platforms, and community collaboration, has alleviated geographical isolation and digital divide. However, it is constrained by challenges such as insufficient network coverage, difficulty in standardizing ethnic cultural products, and brain drain. This paper proposes a three-dimensional path of “infrastructure - cultural empowerment - governance collaboration” to provide solutions for ethnic areas to achieve inclusive revitalization through e-commerce.

Keywords

Rural E-Commerce, Minority Areas, Digital Inclusiveness, Rural Revitalization, Cultural Empowerment

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

民族地区作为我国实施乡村振兴战略过程中的特殊区域类型，其发展状况直接关系到国家现代化建设全局与区域协调发展战略目标的实现[1]。这些地区大多位于国家边境地带，自然环境复杂多样，基础设施建设相对滞后，经济社会发展水平与中东部地区存在显著差距。2024年，全国农村网络零售额已达到2.56万亿元，展现了乡村数字经济的巨大活力¹。然而，作为民族地区代表的西藏自治区，其同期农村网络零售额为42.4亿元²，在全国大盘中仍有巨大发展空间。这一鲜明对比，充分反映出民族地区在接入全国统一大市场进程中所面临的挑战。在当前数字经济蓬勃发展的时代背景下，如何通过数字技术手段推动民族地区实现跨越式发展，成为一个具有重要理论价值与现实意义的课题。

数字包容理论强调所有社会成员都应平等参与数字经济活动并共享发展成果，这一理论为研究民族地区乡村振兴问题提供了新的分析视角[2]。农村电商作为数字经济在乡村领域的重要实践形式，不仅具有促进农产品销售、增加农民收入的经济功能，还承载着缩小数字鸿沟、促进社会公平的重要使命[3]。然而，现有研究多集中于农村电商的经济效益分析[4]-[7]，对其在文化遗产、社会整合等方面的综合影响关注不足，特别是针对民族地区特殊性的深入研究更为缺乏。

本文以民族地区为研究对象，系统探讨农村电商在推动这些地区乡村振兴过程中所发挥的数字包容作用。研究重点关注三个核心问题：一是农村电商如何适应民族地区的特殊环境，实现技术与本土文化的有效融合；二是各类社会主体如何通过电商平台参与经济发展，并在此过程中获得能力提升；三是电商发展带来的经济效益和社会效益如何在不同群体间实现合理分配。通过对这些问题的深入分析，本研究旨在为促进民族地区实现更加包容、可持续的乡村振兴提供理论参考和实践路径。

2. 农村电商赋能民族地区的理论机制

农村电商作为数字技术与乡村经济深度融合的产物[8]，在民族地区展现出独特的赋能潜力。其理论机制的核心在于数字包容性，这一概念超越了单纯的技术接入，体现为一个多层次的演进过程，涵盖了从物理基础设施的接入包容，到应用界面适配的使用包容，最终实现经济社会文化价值共创的效益包容。

¹ 《我国县域消费市场活力涌动》，中国政府网。https://www.gov.cn/yaowen/shipin/202503/content_7015216.htm, 2025-03-23.

² 《从“等靠要”到“主动创”西藏电商发展迅猛农产品畅销国内外》，西藏自治区人民政府。https://www.xizang.gov.cn/xwzx_406/bmkx/202501/t20250103_455443.html, 2025-01-03.

这一过程深刻重塑了民族地区的资源分配逻辑、市场参与模式与发展动能，为其融入统一大市场、增强内生发展能力提供了系统性支撑。

2.1. 接入包容机制

接入包容是数字包容性的物质基础，其关注点在于确保民族地区居民能够以可承受的成本接入互联网世界，从而突破地理隔阂对信息流动的制约[9]。这一层次的核心在于通信网络基础设施，特别是宽带网络和移动通信基站的广泛覆盖与质量提升。近年来，通过实施“信号升格”等专项工程，民族地区的网络基础设施得到显著改善。这种泛在可及的数字接入环境，犹如为偏远地区架设了信息高速公路，使得过去因地理位置闭塞而难以与外界连接的少数民族群众，能够低成本、低门槛地接入全国乃至全球市场，为电商活动的开展奠定了不可或缺的物理基础。网络接入的普及不仅意味着技术上的连通，更意味着发展机会的接入。它使得民族地区的特色产品与服务得以摆脱地域空间的束缚，进入更广阔消费者的视野。正如理论所指，基础设施的完善是激活民族特色经济新动能的第一步，它将传统的小农经济置于数字化的平台之上，为后续的价值创造提供了可能性。

2.2. 使用包容机制

在保障接入的基础上，使用包容关注的是如何通过技术手段和设计优化，降低数字平台的操作复杂性，使其更符合不同文化背景、语言习惯和认知模式的用户的使用需求[10]，从而实现真正的用得起和用得好的。从平台经济学视角看，电商平台作为典型的“双边市场”，其通过降低用户的接入与使用门槛，旨在激发跨边网络效应，最终使整个平台生态受益。对于民族地区而言，使用包容的一个关键切入点是解决语言障碍。开发支持少数民族语言的电商平台界面、操作指南和客户服务系统，能够显著降低非汉语母语用户的使用门槛，使他们能够平等地获取商品信息、进行交易决策并享受售后服务。这种多语言适配不仅仅是简单的文字翻译，更涉及对当地文化习俗、消费心理的深入理解和尊重，是平台本地化运营的重要组成部分。此外，使用包容还体现在对用户数字素养的提升上。民族地区通过实施“新农人培育计划”、建立“村播学院”，针对返乡青年、留守农民、非遗传承人等不同群体开展定制化的电商技能培训，内容涵盖直播运营、短视频制作、网店管理等。这种赋能型培训旨在帮助少数民族群众掌握利用数字工具开展商业活动的实际能力，将他们从被动的技术使用者转变为主动的价值创造者。通过提升使用包容性，电商平台不再是高深莫测的高科技产品，而是变成了少数民族群众能够熟练操作、用以展示和销售其特色产品、传播其民族文化的高效工具。

2.3. 效益包容机制

效益包容是数字包容性的最终目标，它衡量的是电商发展成果是否能够被公平地分配，是否真正惠及包括弱势群体在内的所有参与者，并促进经济、社会、文化等多维度的协同发展[11]。在经济维度，电商通过缩短流通链条、减少中间环节，帮助少数民族群众直接对接终端消费者，从而获得更多的价值分配。手工艺品电商化、特色农产品线上销售等模式，不仅直接提高了生产者的收入水平，例如使非遗传承人收入得以提升，更重要的是重塑了利益分配机制，让创造价值的群体能够更多分享价值。在社会维度，农村电商的发展有助于吸引外出务工人员返乡创业就业，缓解农村人口空心化问题，为乡村社会注入新的活力。这种人才的回归与稳定，对于民族地区的社区凝聚与社会稳定具有积极意义。在文化维度，电商平台为少数民族优秀传统文化，特别是非物质文化遗产，提供了前所未有的展示窗口和传播渠道。具有民族特色的手工艺品、服饰、食品等通过电商平台走向全国乃至世界，其背后所承载的文化故事、制作工艺、审美价值也随之得到传播和认可。这种文化赋能与经济反馈的良性循环，不仅增强了少数民

族群众的文化自信，也激发了年轻一代传承和创新本民族文化的内生动力。电商在此过程中，超越了单纯的经济交易平台角色，成为促进各民族交往交流交融，构筑中华民族共同体网上精神家园的载体。

3. 民族地区农村电商发展现状与挑战

民族地区作为国家疆域的重要组成部分，其经济社会发展水平直接关系到民族团结、民族稳定与区域协调发展战略的实现^[12]。近年来，随着数字技术的普及和基础设施的持续投入，农村电商在民族地区呈现出快速发展的态势，成为激活地方经济、促进民族交往交流交融的重要载体。然而，受地理环境、历史基础、文化差异等多重因素制约，其发展仍面临结构性挑战。本文基于宏观数据与典型案例，对民族地区农村电商的发展现状与核心问题展开分析。

3.1. 现状分析

第一，基础设施与政策支持双轮驱动，电商生态初步形成。在“宽带中国”“数字乡村”等国家战略推动下，民族地区网络覆盖率和物流通达性显著提升。截至 2025 年，西藏自治区公路通车里程达 12.49 万公里³，乡镇通畅率达 97.99%⁴，铁路运营里程 1359 公里⁵，覆盖 5 个地市⁶；新疆乌恰县通过“邮快合作”模式实现全县 35 个建制村邮政服务全覆盖，邮件进村业务量较此前增长近 10 倍⁷。这些基础设施的完善为电商发展奠定了物理基础。同时，各级政府通过政策倾斜与资源整合积极培育电商主体。例如，阿克苏市在杭州援疆机制支持下，网络零售额从 2014 年的 4 亿元跃升至 2024 年的 40.04 亿元⁸，电商企业数量从 500 家增至 9500 家⁹，物流成本从每公斤 7 元降至 0.7 元¹⁰。此类案例表明，外部支援与内生动力结合能有效激发市场活力。

第二，商业模式创新与区域特色产业深度融合。直播带货、社区团购等新业态在民族地区迅速落地，并与地方资源禀赋紧密结合。云南耿马县通过“五化联动”模式，打造“黄佤小米辣”“班卖贡米”等 16 款电商农特品牌，2024 年网络零售额达 1.1 亿元¹¹；新疆尉犁县达西村构建“5+50+N”电商直播矩阵，2023 年直播收入突破 1.75 亿元¹²。此外，传统产业通过电商实现价值链升级：西藏牦牛绒制品通过跨境电商渠道出口额突破亿元¹³，云南普洱茶销量借助直播带货实现了显著增长。这些实践显示，电商不仅拓宽销售渠道，还通过品牌化与标准化推动特色产业从原料供应向精深加工转型。

第三，经济与社会效益初步显现，但区域差距仍存。电商发展直接带动边民增收。西藏边境县农村

³ 《西藏全区公路通车总里程达 12.49 万公里》，西藏自治区人民政府。

https://www.xizang.gov.cn/xwzx_406/bmkx/202501/t20250109_456325.html, 2025-01-09.

⁴ 《2025 年全区交通运输工作会议召开》，西藏自治区交通运输厅。

https://jt.xizang.gov.cn/xwzx/xzjtyw/202501/t20250113_456893.html, 2025-01-06.

⁵ 《有速度，更有温度！雪域高原迈出高质量发展新步伐》，央视网。

<https://news.cctv.com/2024/07/05/ARTIlgDabYU7HDJWkah03d43E240705.shtml>, 2024-07-05.

⁶ 《雪域欢歌 70 载·西藏启航新时代 | 在西藏，沿着铁路崛起多条产业带》，央视网。

<https://news.cctv.com/2021/08/07/ARTIdy0bDI00Q2x3kBq2pE9M210807.shtml>, 2021-08-07.

⁷ 《新疆乌恰邮政打通“最后一公里” “雪山孤岛”成电商热土》，人民网。

<http://xj.people.com.cn/n2/2025/0710/c186332-41286929.html>, 2025-07-10.

⁸ 《杭州援疆助力下，阿克苏市网络销售额 10 年增至 10 倍》，杭州市人民政府。

https://www.hangzhou.gov.cn/art/2025/3/13/art_812262_59110300.html, 2025-03-13.

⁹ 《杭州电商援疆十年：天山南麓崛起一片电商热土》，央视网。

<https://city.news.cctv.com/2025/03/14/ARTIm8nLKxxQr0z7dNYEyMs8250314.shtml>, 2025-03-14.

¹⁰ 同 8。

¹¹ 《云南耿马县：给大山里的农特产品插上电商“翅膀”》，中国农网。

<https://www.farmer.com.cn/2025/03/12/99980919.html>, 2025-03-12.

¹² 《行走乡村·感受 70 年 | 达西村的“逆袭”密码》，中国新闻网。

<https://www.xj.chinanews.com.cn/dizhou/2024-05-31/detail-ihcavshw611995.shtml>, 2024-05-31.

¹³ 《让牦牛绒走向世界—走进西藏圣信工贸有限公司》，西藏头条。

https://toutiao.xzdw.gov.cn/ms/202406/t20240606_476432.html, 2024-06-06.

居民人均可支配收入从 2012 年至 2022 年年均增长 8.48%¹⁴，2022 年达到 13,573 元；阿克苏市电商产业促进当地农民年人均增收超 2000 元¹⁵。虽然新疆、西藏等民族地区在电商覆盖率方面取得显著成效，但在市场规模、基础设施质量、物流成本、人才储备、产业链完善度等方面，与东部发达地区仍存在明显差距。这种差距反映出民族地区在市场辐射力、产业链完整性等方面存在短板，需通过差异化策略弥补。

3.2. 主要挑战

第一，数字鸿沟从接入层向使用能力层深化。尽管网络覆盖水平提升，但数字技能的群体差异成为新瓶颈。民族地广人稀，通信网络覆盖不足、信号盲区多，数据采集与传输成本高，同时部分年长者和妇女，对数字技术的认知、接受和应用能力存在局限，这些使得老年牧民、少数民族妇女等群体智能手机使用率偏低，语言障碍及操作复杂性使其难以有效参与电商活动。楚雄市调研指出，农村地区电商专业人才匮乏，现有队伍知识结构难以满足发展需求。这种使用排斥导致部分群体被边缘化为“数字弃民”，削弱了电商的包容性。这印证了“知沟假说”的担忧，即数字技术的普及若没有配套的能力提升措施，可能加剧而非弥合既有不平等。

第二，非标产品标准化与品牌化难度高。手工艺品、民族服饰等文化产品因工艺独特性难以批量生产，退换货率较高。例如，楚雄市电商销售仍以核桃、红糖等初级农产品为主，本地产品缺乏统一标准，导致质量参差不齐，品牌影响力有限。深层次矛盾在于传统文化保护与市场化需求之间的张力：既要保持非遗产品的本真性，又需通过标准化降低交易成本，这对供应链管理提出极高要求。

第三，人才外流与本土化运营能力不足。青年劳动力外向迁移导致电商运营依赖外部团队，可持续性面临挑战。楚雄市指出，电商人才向上流动频繁，本地化服务能力薄弱；白山市通过“全链条 3456 创联电商”模式培育返乡青年，但仍面临“引人难、留人更难”困境。外部团队虽能短期注入资源，但缺乏对民族文化、地域习俗的深刻理解，难以构建长期信任关系。例如，新疆电商企业需通过“订单式合作”与农户建立利益联结，才能实现精准产销对接。

第四，物流成本与供应链韧性制约规模化发展。民族地区地理分散、人口密度低，物流配送成本显著高于内陆。楚雄市农村物流基础设施不完善，缺乏大型仓储、冷链设施，导致农产品上行“最初一公里”梗阻；克州虽尝试“快递 + 冷链 + 溯源”模式，但牦牛肉等生鲜产品保鲜期仍受限。此外，跨境电商面临口岸通关效率、政策波动等不确定性，如广西东兴的互市加工园区需通过制度创新提升稳定性。

4. 数字包容性视角下的优化路径

在数字包容性框架下，民族地区农村电商的可持续发展需从基础设施、文化资源与治理体系三个维度协同推进。针对当前存在的数字鸿沟、文化产品标准化困境及人才短缺等结构性挑战，优化路径需兼顾技术可达性、文化适应性与制度协同性，通过多层次干预实现从接入包容向效益包容的深化转化。

4.1. 基础设施下沉：打通“最后一公里”

基础设施的可及性是数字包容性的物质基础，其建设需突破传统“点状投入”模式，转向网络化、智能化与普惠性并重的系统性工程。在民族地区，地理阻隔与人口分散导致传统光纤网络建设成本高昂，需通过技术创新与模式优化突破“最后一公里”瓶颈。一方面，应优先推广低成本卫星互联网技术，例如低轨通信卫星网络与地面 5G 基站的混合组网模式，实现偏远地区的广域覆盖。此类技术具有部署灵活、不受地形限制的优势，能够为牧民聚居区、边境村落提供稳定网络接入，避免因地理隔离沦为“数

¹⁴ 《产业兴边 贸通天下——对话罗静、王飞、廖世兵》，中国农网。

<https://www.farmer.com.cn/2025/11/01/991003815.html>, 2025-11-01.

¹⁵ 《“阿克苏城市空间”萧山店开业，阿克苏甜蜜跨山越海来敲门！》，新华网。
<https://xj.news.cn/20251104/2f6ba397554445f8b56755a4bdb77ac5/c.html>, 2025-11-04.

字孤岛”。另一方面，需强化村级电商服务站的枢纽功能，将其打造为集网络接入、技术培训、物流中转与金融服务的多功能节点。针对老年牧民、少数民族妇女等数字技能弱势群体，服务站应提供代操作服务，如协助上传产品信息、代管线上店铺、统一包装发货等，降低其参与电商的门槛。此外，需完善县乡村三级物流体系，通过整合邮政、快递企业资源，开设共同配送线路，降低单件物流成本，使生鲜农产品与手工艺品能够以合理价格进入全国市场。基础设施下沉的本质在于构建普惠性数字生态，通过技术适配与服务创新，将“接入权”转化为“发展权”，为后续文化赋能与治理协同提供底层支撑。

4.2. 文化赋能：激活本土资源

数字包容性的核心在于尊重并转化文化多样性为发展动能，其过程需克服文化资源与市场逻辑的张力，实现从“文化符号”到“经济资产”的跃升。民族地区拥有丰富的非物质文化遗产与特色物产，但其价值实现需通过创造性转化与现代市场对接。首先，应推动“非遗 + 电商”的深度融合，开发具有民族特色的文化 IP。区域公共品牌的构建需遵循“文化基因提取 - 标准化生产 - 品牌化营销”路径，通过统一质量认证与溯源体系，解决手工艺品非标导致的退换货率高等问题。品牌建设不仅需凸显民族文化的独特性，还需契合现代消费者的审美与功能需求，从而在保持文化本真性的同时实现市场溢价。建议地方政府或行业协会，为具有强烈地域和民族特色的产品申请地理标志证明商标。同时注册集体商标供符合条件的社区成员共同使用。最后为每一件产品配备二维码溯源标签，记录制作人、工艺、文化故事等信息，实现“一品一码”，既防伪又提升文化附加值。其次，需培育本土化数字人才，鼓励少数民族主播使用本族语言进行直播。双语直播不仅能够增强文化亲和力，还能触达更广泛的民族消费群体，形成情感连接与信任基础。培训内容应涵盖数字素养、平台运营与市场分析，并通过“传帮带”机制实现知识的代际转移与本地化沉淀。此外，需构建文化产品与消费场景的联动机制，例如将民族节庆、传统技艺与电商活动结合，打造线上线下联动的文化消费场景，实现文化传播与经济收益的良性循环。文化赋能的终极目标是通过数字技术激活民族文化的内生价值，使其在现代化进程中不仅得以存续，更成为促进民族团结与经济发展的纽带。

4.3. 治理协同：构建多元主体共建机制

数字包容性的可持续性依赖于多元主体的协同治理，需打破政府、市场与社会组织的行动壁垒，形成资源互补、责任共担的网络化治理格局。政府应扮演规则制定者与资源协调者角色，通过政策倾斜与制度创新，为电商发展提供稳定可预期的制度环境。例如，可通过财税优惠、用地支持等政策引导企业投资民族电商基础设施，同时建立“电商 + 合作社 + 农户”的利益联结机制，明确各方在品牌使用、收益分配、风险承担中的权责关系。在企业层面，应鼓励平台企业承担社会责任，开发适应当地语言与文化习惯的交互界面，并提供技术培训与流量支持，降低少数民族群体的使用门槛。社会组织则可发挥其灵活性优势，提供微贷款、技术辅导等柔性支持，帮助小农户与手工艺人突破资金与能力限制。治理协同的关键在于构建“横向联动、纵向贯通”的机制：横向需实现政府、企业、合作社、农户等主体的目标对齐与资源整合；纵向需打通从县到村的政策执行通道，确保措施精准落地。此外，需建立动态评估与反馈机制，通过量化包容性指标持续优化治理策略。最终，治理协同应导向“授人以渔”的赋能模式，使少数民族群众从被动受益者转变为发展主导者，实现数字红利的普惠分配与内生性发展。

5. 结论与建议

5.1. 研究结论

本文的研究结论如下：第一，农村电商通过数字包容性机制有效赋能民族地区发展。电商不仅是一

种经济工具，更是实现数字包容的重要载体。其赋能机制体现在三个层次：接入包容、使用包容和效益包容。这三者形成闭环，逐步推动民族地区从技术接入走向全面发展。第二，当前电商发展仍面临结构性挑战。数字鸿沟深化：网络覆盖虽提升，但老年牧民、少数民族妇女等群体因语言、技能障碍成为“数字弃民”；文化产品市场化难题：手工艺品等非标产品标准化程度低，退换货率高，品牌化进程缓慢；人才与供应链短板：青年劳动力外流导致本土运营能力不足，物流成本高企制约规模化发展。第三，民族地区电商需差异化路径。相比全国平均水平，民族地区电商增速滞后，需通过文化赋能和治理协同弥补基础设施与市场环境的不足，而非简单复制东部模式。

5.2. 政策建议

根据以上结论，提出如下政策建议：第一，强化普惠性数字基础设施建设。设立民族电商发展专项基金，优先支持卫星互联网、移动基站与村级服务站的建设和运营，重点解决网络覆盖“最后一公里”问题。建立整合县域邮政、快递资源的公共物流体系，发展共同配送，系统性降低农产品上行物流成本。第二，实施文化资源数字化赋能工程。推动“非遗 + 电商”深度融合，建立手工艺品等非标产品的区域性质量分级与溯源标准，培育具有文化内涵的区域公共品牌。系统化培育双语直播人才和本土电商运营团队，支持使用民族语言进行内容创作与商业推广。第三，构建多元协同与利益共享的治理机制。推广“政府引导、平台支持、合作社组织、农户参与”的联动模式，通过契约明确各方在品牌、数据、收益中的权责。鼓励社会企业与金融机构提供小额信贷、技能培训等嵌入式服务，提升社区内生发展能力。第四，建立以包容性为核心的发展评估体系。制定并监测涵盖接入水平、使用能力、经济效益、文化传承等多维度的评价指标，尤其关注弱势群体的参与度与获益情况。依据评估结果动态优化政策工具，确保发展红利广泛共享。农村电商是民族地区跨越式发展的杠杆。需以包容性设计为核心，避免技术排斥。建议设立民族地区电商专项基金，强化本土人才培养，推动从“输血”到“造血”的转型。

参考文献

- [1] 黄小军. 边疆民族地区基层治理体系和治理能力现代化建设的目标、境遇、问题与旨向[J]. 云南社会科学, 2022(4): 68-78.
- [2] 曾亿武, 宋逸香, 林夏珍, 等. 中国数字乡村建设若干问题刍议[J]. 中国农村经济, 2021(4): 21-35.
- [3] 李周, 温铁军, 魏后凯, 等. 加快推进农业农村现代化: “三农”专家深度解读中共中央一号文件精神[J]. 中国农村经济, 2021(4): 2-20.
- [4] 曹友斌, 郭峰, 熊云军, 等. 农村电子商务赋能乡村振兴——兼论农村内部的数字鸿沟[J]. 经济科学, 2025(5): 185-205.
- [5] 汤龙, 唐跃桓, 杨其静. 农村电子商务、数字普惠金融与城乡共同富裕[J]. 经济社会体制比较, 2024(4): 95-110.
- [6] 周云波, 王浩泽. 外出务工与农村家庭电商创业——基于中国农村电子商务调查数据的实证研究[J]. 江西社会科学, 2023, 43(8): 40-51+207.
- [7] 岳娅, 王国贤. 云南农村电子商务扶贫的对策建议[J]. 宏观经济管理, 2018(7): 73-78.
- [8] 连宏萍, 韩文静. 数字经济赋能乡村产业融合发展的实证研究[J]. 中国特色社会主义研究, 2025(1): 55-66.
- [9] 田逸飘, 刘明月, 廖望科. 数字接入能否降低边疆民族地区农户的贫困脆弱性[J]. 贵州财经大学学报, 2024(6): 100-109.
- [10] 原光. 数智赋能中华文化国际传播的技术路径、作用机理与优化策略[J]. 北京工业大学学报(社会科学版), 2024, 24(6): 96-107.
- [11] 李陈华, 刘怡嘉. 电商示范城市试点政策赋能包容性增长: 理论机制与实证检验[J]. 贵州财经大学学报, 2025(1): 90-99.
- [12] 丁忠毅. 对口支援边疆民族地区政策属性界定: 反思与新探[J]. 湖北民族大学学报(哲学社会科学版), 2021, 39(1): 76-86.