

贵阳“村村APP”赋能乡村电商发展的实践探析

申臣军

贵州大学公共管理学院，贵州 贵阳

收稿日期：2026年7月10日；录用日期：2026年7月23日；发布日期：2026年9月4日

摘要

贵阳“村村APP”作为贵阳市推动数字乡村建设的重要载体，最初以宅基地信息整合为核心功能，逐步拓展至乡村电商服务领域。本文以该平台为研究对象，分析其赋能乡村电商的平台定位与作用机制，梳理信息对接、交易撮合、物流协同、技能培训四条实践路径，评估实践成效与制约因素，并提出优化建议。研究发现，该平台在拓宽农产品上行渠道和提升村级电商服务覆盖率方面取得初步成效，但面临平台功能完整性不足、乡村电商主体能力薄弱、跨部门协同不畅等制约。建议从技术层面完善平台功能，从能力层面培育电商主体，从政策层面强化公共管理协同，以推动平台更好赋能乡村电商发展。

关键词

贵阳“村村APP”，乡村电商，数字乡村，宅基地，公共管理

An Exploratory Study on the Practice of Guiyang “Village APP” Empowering Rural E-Commerce Development

Chenjun Shen

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: July 10, 2026; accepted: July 23, 2026; published: September 4, 2026

Abstract

The Guiyang “Village APP”, as an important platform for promoting digital rural development in Guiyang City, initially focused on integrating homestead information and gradually expanded into

文章引用：申臣军. 贵阳“村村APP”赋能乡村电商发展的实践探析[J]. 电子商务评论, 2026, 15(9): 128-135.

DOI: 10.12677/ecl.2026.159978

the field of rural e-commerce services. This article takes the platform as the research subject, analysing its positioning and functional mechanism in empowering rural e-commerce, outlining four practical paths of information matching, transaction facilitation, logistics coordination, and skills training, evaluating practical effectiveness and limiting factors, and providing optimisation suggestions. Research has found that the platform has achieved preliminary results in expanding the channels for agricultural products and improving the coverage of village-level e-commerce services, but it faces constraints, such as insufficient platform functionality, weak capabilities of rural e-commerce entities, and poor inter-departmental coordination. It is recommended to improve platform functions from a technical perspective, cultivate e-commerce entities from a capability perspective, and strengthen public management coordination from an institutional perspective to better enable the development of rural e-commerce through the platform.

Keywords

Guiyang “Village APP”, Rural E-Commerce, Digital Countryside, Homestead, Public Administration

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

数字乡村建设是乡村振兴战略的重要组成,也是推动农业农村现代化发展的关键路径[1][2]。近年来,国家层面陆续出台一系列政策文件,明确要求加快农村信息基础设施建设,推动数字技术与乡村生产生活深度融合[3]。各地政府积极开发面向农村的综合信息服务平台,旨在缩小城乡数字鸿沟,提升乡村治理效能与公共服务供给水平[4]-[7]。贵阳“村村 APP”作为贵州省贵阳市推动数字乡村建设的重要载体,经历了功能逐步演进的发展过程。该平台最初以宅基地信息整合、村务公开、便民服务为核心功能,随后逐步拓展至农业生产指导、乡村旅游推介、农村电商服务等领域。这一功能演变既反映了农村信息化需求的动态变化,也体现了数字平台从政务工具向综合服务枢纽转型的普遍趋势。

乡村电商在促进农产品上行、增加农民收入、激活农村市场活力方面展现出显著潜力[8]。然而,农村地区普遍面临信息不对称、物流成本高企、电商技能缺乏等制约因素,导致优质农产品难以顺畅对接消费市场,农民在产业链中的议价能力相对薄弱[9][10]。单纯依靠市场化电商平台,难以完全解决分散小农户的接入门槛问题[11]。在此情境下,如何借助本地化、政府背书的综合信息平台实现资源整合与服务下沉,成为值得深入探讨的现实议题。

贵阳“村村 APP”凭借其覆盖县域乡村的组织网络与用户基础,具备赋能乡村电商发展的天然优势。平台积累的农户数据、村级服务站点网络以及政府公信力,构成了区别于纯市场化电商的核心竞争力。然而,该平台在电商赋能方面的实践路径、实际成效及面临的制约因素,尚未得到系统性的学术梳理与分析。本文以贵阳“村村 APP”为研究对象,分析其赋能乡村电商的平台定位与作用机制,梳理实践路径,评估成效与制约因素,并提出针对性优化建议,以期同类地区数字乡村建设与电商融合发展提供参考。

2. 贵阳“村村 APP”的平台定位与电商赋能逻辑

2.1. 平台功能架构与服务对象

贵阳“村村 APP”是由贵州水东乡舍旅游发展有限公司自主研发、贵阳市农业农村主管部门引导推

广，面向农村居民的综合信息服务移动终端。平台功能架构涵盖三大核心模块，兼顾政务服务、公共服务与便民商务，逐步构建起乡村综合服务体系。

政务信息模块是平台建设的起点，核心功能包括宅基地信息查询、土地流转公示、惠农政策发布、村务公开等。宅基地信息整合功能尤为关键。按照国家宅基地改革试点要求，贵阳市部分区县开展了宅基地基础信息调查与信息化管理平台建设。“村村 APP”作为这一工作的前端工具，承担了宅基地位置、面积、权属、使用状况、审批进度等数据的采集与查询功能。农户可以通过 APP 查看自家宅基地登记信息，了解审批流程，反馈问题。基层干部通过后台系统进行信息核实与动态更新。这一功能提升了宅基地管理的透明度，减少了农户往返办事的时间成本。

公共服务模块聚焦农民日常生产生活中的信息需求，包括农技指导、气象预警、就业招聘、医疗教育信息等。农技指导栏目定期发布作物种植技术、病虫害防治知识等内容，部分区县还邀请农技专家在线解答农户提问。气象预警功能对接气象部门数据，及时推送暴雨、冰雹、霜冻等极端天气信息，帮助农户提前采取防范措施。

便民商务模块是平台后期拓展的重点，包括农产品供需发布、农资团购、乡村旅游推介、二手交易等功能。农产品供需发布功能允许农户以文字、图片、短视频形式发布产品信息，涵盖品种、数量、价格、产地、上市时间等要素。农资团购功能联合供销社和农资企业，以集中采购方式降低农户购买种子、化肥、农药的成本。这一模块为后续电商功能的深化奠定了基础。

平台的服务对象主要包括三类主体。第一类是普通农户，他们是平台最主要的使用群体，通过 APP 获取生产生活信息、发布农产品供应信息、查询宅基地和惠农政策。第二类是农村合作社与家庭农场等新型农业经营主体，他们利用 APP 进行产品展示与初步对接，部分规模较大的合作社还承担了村级服务站的运营职能。第三类是乡镇基层干部与村级信息员，他们承担平台推广、信息审核、使用指导等职责，是连接平台与农户的桥梁。从服务对象看，平台具备连接农产品生产端与潜在消费端的功能属性，为赋能乡村电商提供了用户基础与组织网络。

2.2. 赋能乡村电商的作用机制

贵阳“村村 APP”赋能乡村电商的作用机制可以从信息、交易、信任三个层面加以理解。

信息层面，平台通过整合分散的农产品供应信息，降低了供需双方的信息搜寻成本。传统模式下，农户依赖集市、经纪人或者零散的口碑传播销售产品，信息覆盖面窄、时效性差。“村村 APP”将农产品品种、数量、价格、产地、上市时间等信息集中发布，采购商和消费者可以远程获取，从而扩大了农产品市场半径。同时，平台积累的宅基地与农户信息，使得农产品来源可追溯，增强了信息真实性。

交易层面，平台提供了轻量化的交易撮合功能。尽管“村村 APP”并非专业的电商交易系统，但其内置的留言、电话直连、在线议价等功能，可以促成买卖双方的初步接洽。部分区县在 APP 中嵌入了微信支付或农村信用社支付接口，实现了小额交易的线上闭环。平台对接的村级服务站，可以承担线下验货、代收代发等辅助职能，形成线上线下联动的交易网络。

信任层面，平台的政府背景为交易双方提供了信用背书。普通电商平台中，消费者对陌生农户的产品质量与售后服务常存疑虑。“村村 APP”作为政府主导的平台，其信息发布主体经过村级信息员审核，产品来源相对可靠。这种准官方信任机制降低了交易摩擦，尤其适合生鲜农产品等质量不确定性较高的品类。

上述三个机制相互支撑。信息机制扩大了市场范围，交易机制降低了对接成本，信任机制减少了信息不对称。三者共同构成了“村村 APP”赋能乡村电商的基础逻辑。

3. 贵阳“村村 APP”赋能乡村电商的实践路径

3.1. 信息对接与供需匹配

信息对接是“村村 APP”赋能乡村电商的首要路径。平台通过设置农产品供求专栏，允许农户以文字、图片、短视频形式发布产品信息，内容包括产品名称、产地、数量、价格、采摘或上市时间、联系方式等。村级信息员负责核实信息的真实性，避免虚假或过期信息占用资源。

在供需匹配方面，平台依托行政区划层级实现分级管理。村级平台发布的信息自动汇总至乡镇级页面，乡镇级信息再汇总至区县级页面。采购商可以根据需求选择查看特定区域或特定品类的农产品信息。以贵阳市某区县为例，蔬菜合作社通过平台发布每日上市量，多家超市采购商同时获取信息，通过比价后联系合作社，实现批量对接。

平台还探索了反向信息发布机制。采购商可以在平台发布采购需求，包括品种、数量、质量标准、期望价格、收货地点等。系统根据需求自动匹配符合条件的农户，通过短信或 APP 推送通知。这种双向信息流动显著提高了供需匹配效率。

3.2. 交易撮合与渠道拓展

在信息对接基础上，“村村 APP”进一步推动交易撮合与销售渠道拓展。平台初期以信息发布为主，后期逐步引入交易功能。交易撮合体现在三个层面。

第一是线上预约线下交易。农户与采购商通过平台达成意向后，约定时间地点进行现场看货与现金交易。这种方式适用于批量较大或质量争议风险较高的农产品，如活禽、生鲜蔬菜等。第二是线上支付线下配送。平台与第三方支付机构合作，在 APP 内嵌入支付功能。消费者下单并支付后，农户或村级服务站负责包装配送，依托邮政、供销社体系以及社会化快递等农村物流网络。目前贵阳市农村地区基本实现了行政村快递服务覆盖，为线上交易提供了物流支撑。第三是社区团购模式。平台利用村级服务站作为自提点组织城市社区团购。平台发布团购商品信息，城市社区居民通过 APP 下单并支付，平台汇总订单后通知农户备货，货物配送至指定村级服务站或城市社区提货点。这一模式缩短了流通环节，降低了物流成本，也增加了农户的议价空间。

渠道拓展方面，“村村 APP”帮助农户对接更广泛的销售渠道。除传统批发市场和零售终端外，平台还与本地超市、机关食堂、学校、企业工会等建立了直供关系。通过平台的集单功能，分散的小农户可以形成批量供应能力，满足大宗采购需求。

3.3. 物流协同与配送优化

物流是乡村电商发展的关键瓶颈。贵阳“村村 APP”在物流协同方面进行了有益探索。平台整合了县域内的物流资源，包括邮政快递、客运班车、供销社配送车辆以及社会物流企业。村级服务站作为物流节点，承担货物集散、临时仓储、面单打印等功能。

具体运作方式如下。农户通过 APP 产生订单后，可以选择就近的村级服务站进行交货。服务站对货物进行初步分拣、打包、贴单，然后由每日固定班次的物流车辆运至乡镇或县级物流中心。县级物流中心进行二次分拣后，发往城市分拨中心或直接配送至消费者。这一统仓共配模式有效降低了单个包裹的物流成本。针对生鲜农产品易腐烂的特点，平台还推动冷链物流的协同。部分区县利用乡村振兴衔接资金，在村级服务站配置了小型冷藏设备，用于暂存肉类、水果、蔬菜等。平台与冷链物流企业合作，对需要冷链运输的产品优先安排，并在系统中标注冷链要求，确保全程温度可控。物流配送优化的成效体现在成本与时效两方面。据相关报道，贵阳市部分区县通过“村村 APP”物流协同，农产品上行快递首重

价格从每单十元左右降至五元以下,配送时效从三至五天缩短至一至两天。这为农产品电商化创造了条件。

3.4. 技能培训与主体孵化

乡村电商发展离不开人才支撑。贵阳“村村 APP”不仅是一个交易工具,也是电商技能培训与主体孵化的载体。平台设置了培训专栏,提供视频教程、操作指南、常见问题解答等内容,涵盖 APP 使用、农产品拍摄、商品描述撰写、包装技巧、客服沟通等基础知识。

线下层面,平台运营方联合农业农村局、商务局、妇联、团委等部门定期组织集中培训。培训对象包括村级信息员、合作社负责人、返乡创业青年、留守妇女等。培训内容从基础操作逐步进阶到营销推广、客户管理、数据分析等。部分优秀学员被选拔为村级电商带头人,负责指导本村其他农户使用平台。平台还举办了电商直播带货比赛、农产品创意营销大赛等活动,以赛代训,激发农户参与热情。获奖者获得流量扶持、设备奖励或现金奖励,逐步成长为本地电商骨干。这种以点带面的孵化模式有助于形成可持续的人才梯队。

通过上述四条路径,贵阳“村村 APP”将信息平台转化为电商赋能工具,实现了从信息流到物流、从技能到交易的多层次协同。

4. 实践成效与制约因素

4.1. 实践成效分析

贵阳“村村 APP”赋能乡村电商的实践取得了一定成效。农产品上行渠道得到拓展,村级电商服务覆盖率有所提升。

在平台运营层面,贵阳“村村 APP”作为贵阳贵安闲置农房盘活平台,在盘活农村闲置资源方面取得了实质性成效。据贵阳市农业农村局公开数据,该平台引入社会资金 5800 万元,助农增收 138.88 万元¹。这一数据表明平台在促进城乡要素双向流动方面具有实际效能,为后续电商功能深化奠定了用户基础与信任基础。

在村级电商服务网络建设方面,贵阳市各涉农区县正在加快推进农村电商服务站点布局。以花溪区为例,该区完成村级站点改造提升 20 家,建制村综合投递打卡率达到 100%。花溪区还获得县域商业体系建设专项资金 90 万元,总投资 309 万元建设县级共配中心及乡镇分拨中心²。清镇市 2024 年在九个乡镇基础条件较好的村新建村级供销社试点 25 个³。这些服务站点和物流体系建设,为平台赋能乡村电商提供了线下服务网络支撑⁴。

在农产品上行方面,花溪区高坡乡街上村的实践是一个典型案例。该村入选全国红色美丽村庄建设试点后,村集体公司牵头盘活闲置农房打造电商直播基地,动员村民将红米、手工面条等农特产品通过线上渠道销售。2024 年 9 月至今,红米已销售一万五千多元,对于一个偏远山村的电商起步阶段具有示范意义⁵。

从宏观层面看,贵州省农村电商整体呈现快速增长态势。2024 年上半年,贵州网络零售交易额 549.9 亿元,同比增长 64.2%。2024 年贵州全省网络零售额攀升至 1205 亿元⁶。在人才培养方面,贵州省直播主体约 25 万个,2023 年直播销售额约 30 亿元,从业人员约 30 万人⁷。这一宏观背景为平台赋能乡村电商提供了良好的外部环境。

¹<https://gzstv.com/a/f81c88290f7d477cb33281c1b29f08d6>

²https://huaxi.gov.cn/zwgk/gb/zfxgk/5804875/fdzdgknr/5804878/qtdxx/5804939/jyta/5804941/202410/t20241030_86000909.html

³https://gxs.guizhou.gov.cn/xwzx/dfdt/202411/t20241128_86144569.html

⁴http://www.xifeng.gov.cn/zjxf/tsxf/202408/t20240808_85348300.html

⁵https://www.huaxi.gov.cn/xwzx/xzdt/202603/t20260318_89882327.html

⁶<https://d.drcnet.com.cn/?chnid=6104&leafid=24302&docid=8079212>

⁷https://www.ddcpc.cn/wap/views/detail.html?sourceurl=https://www.ddcpc.cn/detail/d_jingji/11515116568286.html

4.2. 制约因素分析

贵阳“村村 APP”赋能乡村电商仍面临多重制约，主要包括平台功能完整性与使用率不足、乡村电商主体能力薄弱、跨部门协同与政策衔接不畅三个方面。

平台功能完整性与使用率不足是首要制约。贵阳“村村 APP”的核心功能目前仍集中于闲置农房盘活和乡村旅游推介，电商交易功能较为基础。根据公开资料，该平台的功能架构主要包括投资端、农户端和游客端，游客端侧重于发现功能、社区互动和活动参与，缺乏专业的电商交易模块。与专业电商平台相比，平台缺乏购物车、评价系统、个性化推荐等功能，支付方式和物流信息追踪功能亦不完善。使用率不足更为突出，农户多停留在信息发布层面，主动使用交易功能的占比较低。

乡村电商主体能力薄弱也是重要制约。贵州省农村电商发展面临的一个突出问题是电商基础薄弱、专业队伍人才缺乏、品牌效应低、供应链体系不完善。多数农户缺乏产品标准化意识，同一批次农产品未经分级筛选，包装不规范导致运输损耗率高。售后服务能力几乎为零。直播带货等新型营销方式持续运营能力不足。以花溪区高坡乡街上村为例，该村电商直播基地起步阶段曾面临投入和运营成本高但成交量上不去的困境，这一案例折射出乡村电商主体在起步阶段普遍面临的能力短板。

跨部门协同与政策衔接不畅是政策层面的制约。“村村 APP”的运营涉及农业农村、商务、大数据、供销社、邮政等多个部门，协同机制不畅，出现重复投入或责任推诿。政策扶持碎片化，物流补贴、设备购置、培训等政策缺乏统一申请入口和简易流程。农户反映知晓政策但不知如何申请，材料繁琐，获得感不强。贵州省虽已构建县乡村三级物流体系并覆盖 80%以上行政村，但部分地区村级服务站点仍存在建得起却立不住的困境。政策门槛偏高，未能充分考虑小农户需求，影响政策效能。

5. 优化建议

5.1. 技术层面的平台功能完善

在电商交易模块优化方面，应在不增加平台复杂度的前提下嵌入轻量化功能。增加购物车功能，允许消费者统一结算多个农户的产品。增加订单管理系统，为农户提供订单跟踪、发货提醒、售后处理等功能。增加简单的评价体系，设置产品质量、包装、物流等维度，通过用户反馈倒逼品质提升。支付环节应接入微信支付、支付宝及黔农云，满足不同用户偏好。界面设计应突出电商入口，在首页设置醒目位置，并根据用户浏览习惯进行智能推荐。为高频农户设置快捷发布模板，界面字体可调大小，增加语音输入功能方便老年用户。增加消息推送功能，及时通知农户接单或咨询。设置常见问题解答和在线客服，解决操作疑问。可考虑增设农户信用积分功能，对交易记录良好、评价高的农户给予流量倾斜，激励其提升服务质量。

在物流信息对接方面，建议将“村村 APP”与县域物流信息平台对接，实现物流轨迹实时查询。村级服务站揽收扫描后，物流信息自动同步至订单页面，消费者可查看全程状态。平台应向农户推送物流异常提醒，如滞留、破损、延误等。对接可采用 API 接口方式，由县级相关部门统一协调。探索基于大数据的物流路径优化，整合各村订单数据动态调整车辆路线，减少空驶率。对于偏远村，可与客运班车合作利用行李舱带货。推动冷链物流信息对接，对冷藏冷冻产品标注温度要求并显示温度数据。平台应与物流企业谈判争取阶梯式优惠价格，并将部分节省成本让利给农户。建立物流服务商评价机制，定期考核时效与服务质量，优胜劣汰。

5.2. 能力层面的电商主体培育

在分层分类培训体系构建方面，应针对不同群体实施差异化培训。基础操作培训面向普通农户特别是老年人和留守妇女，内容涵盖 APP 注册、拍照上传、接单发货、收款提现等，采用小班化实操，地点

设在村级服务站。进阶营销培训面向合作社负责人和电商积极分子，内容涵盖产品详情页优化、促销设计、客户沟通、简单数据分析等，采用案例教学加实操演练。直播电商培训面向农村青年和返乡大学生，内容涵盖短视频剪辑、直播话术、粉丝运营等，采取集中授课加导师制，持续跟踪三个月。培训经费整合人社和商务部门资金，避免重复投入。培训后设置考核与跟踪回访，建立学员档案。每半年组织一次培训效果评估，根据学员反馈调整课程内容，确保培训与需求匹配。

在带头人激励机制建设方面，应建立多层次激励措施。对月度成交额排名靠前的带头人给予现金奖励，并在平台首页展示；对季度增长最快的给予流量扶持；对年度优秀者授予荣誉证书并优先推荐省级培训；对培育出成功学员的给予额外奖励。建立经验分享机制，定期组织交流活动。平台设置带头人专区，发挥示范效应。优秀带头人可吸纳为村级服务站站长或乡镇电商辅导员，给予岗位补贴。建立退出机制，对长期无交易或有效投诉过多的带头人取消资格。设立新人进步奖，鼓励刚起步的带头人持续努力，扩大激励覆盖面。

5.3. 政策层面的公共管理协同

在跨部门联动机制构建方面，建议由县级政府分管领导牵头成立数字乡村建设领导小组，将农业农村、商务、大数据、供销社、邮政、市场监管等部门纳入成员单位。每季度召开联席会议，协调解决数据共享、物流整合、培训统筹等问题。明确各部门职责边界：农业农村负责内容审核，商务负责培训与市场对接，大数据负责技术运维，供销社和邮政负责物流，市场监管负责交易秩序。将平台活跃度、交易额等共同指标纳入各部门绩效考核。设立专职协调岗位，抽调业务骨干集中办公，提高响应效率。建立信息通报制度，各部门每月报送工作进展，领导小组汇总后向全县通报，形成透明化监督。

在政策精准推送与反馈渠道完善方面，建议在 APP 中设置政策专栏，分类展示电商相关的补贴、贷款、保险、培训、用地等政策，每项政策附有申请条件、办理流程、负责部门及联系方式。政策发布后，系统根据农户的经营品类、销售额、地理位置等信息，通过短信或 APP 推送通知目标农户，实现精准触达。设置意见反馈入口，农户可反映政策执行中的问题，反馈信息自动流转至责任部门并设定办结时限，一般问题三个工作日回复。农户可对办理结果进行满意度评价，评价结果纳入部门年度考核。定期开展线上政策宣讲直播，邀请负责人解读政策并答疑。对于普遍反映的问题，汇总分析推动政策修订完善，形成从政策制定到执行再到反馈优化的闭环。

6. 结论

贵阳“村村 APP”从宅基地信息整合起步，逐步拓展至乡村电商赋能领域，是数字乡村建设中平台功能演化的典型案例。本文分析了该平台的定位与赋能逻辑，梳理了信息对接、交易撮合、物流协同、技能培训四条实践路径，评估了其在拓宽农产品上行渠道、提升村级电商服务覆盖率方面的成效，同时也指出了平台功能完整性不足、乡村电商主体能力薄弱、跨部门协同不畅等制约因素。

针对上述问题，本文从技术、能力、政策三个层面提出了优化建议。技术层面，建议嵌入轻量化电商交易模块并对接县域物流信息平台。能力层面，建议分层分类开展数字技能培训并建立村级电商带头人激励机制。政策层面，建议构建跨部门常态化联动机制并完善政策精准推送与双向反馈渠道。

贵阳“村村 APP”赋能乡村电商的实践表明，政府主导的农村信息平台可以通过功能迭代与机制创新，在乡村电商发展中发挥积极作用。其核心经验是以信息整合为基础，以信任机制为纽带，以村级服务网络为支撑，实现公共服务与市场功能的有机融合。这一模式对中西部地区推进数字乡村建设、破解农产品上行难题具有参考价值。未来研究可进一步关注平台的可持续运营机制、用户行为数据驱动决策以及平台与市场化电商的竞合关系。

参考文献

- [1] 赵星宇, 王贵斌, 杨鹏. 乡村振兴战略背景下的数字乡村建设[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2022, 22(6): 52-58.
- [2] 徐龙顺, 于佳苇, 王丹. “人工智能+”赋能农业农村现代化的逻辑基础、现实梗阻与纾解路径[J]. 农林经济管理学报, 2026, 25(2): 169-177.
- [3] 徐欣鹏, 尹琴, 张帆, 等. 面向“十五五”时期的农业农村现代化与乡村全面振兴: 核心议题与实施路径[J]. 农林经济管理学报, 2025, 24(6): 840-848.
- [4] 李俊清, 毋世扬. 数字赋能乡村治理现代化的优化路径[J]. 中国行政管理, 2026, 42(3): 150-152.
- [5] 杨果, 胡晓燕, 万凌霄. 宜居宜业和美乡村建设: 现实困境及推进策略[J]. 农村经济, 2025(4): 61-69.
- [6] 沈费伟, 马瑗. 释放数字红利: 实现数字乡村治理价值的理论阐释[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2026, 26(1): 127-141.
- [7] 徐龙顺, 宋娜娜. “赋能-联动”: 数字嵌入乡村治理的逻辑理路与实践进路[J]. 中国公共政策评论, 2025, 28(2): 118-137.
- [8] 张赛男, 李珂, 李雪. 乡村振兴战略下吉林省农村电商高质量发展研究[J]. 税务与经济, 2026(2): 105-108.
- [9] 沙垚, 杨文根. 乡村数字自主性及其生成机制——以一个电商平台的经营实践为例[J]. 社会学研究, 2026, 41(1): 77-103+282.
- [10] 董筱丹, 周彦邦, 傅雷, 等. 数字电商下乡如何变革生鲜供应链?——宏观背景分析与两种路径比较[J]. 中国农业大学学报(社会科学版), 2025, 42(6): 26-44.
- [11] 陈怀宇, 张瑾钰, 吴玲. “投资于人”驱动叙事重构: 农业农村现代化下小农户数字化转型研究[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2026, 26(5): 60-69.