

农村电商直播助力乡村振兴的探索与研究

郭锦辉

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年5月8日; 录用日期: 2026年5月19日; 发布日期: 2026年10月27日

摘要

在数字经济与乡村振兴战略深度融合的背景下, 农村电商直播已成为推动乡村产业重构、民生改善与治理创新的重要引擎。作为数字乡村建设的关键载体, 当前农村电商直播呈现政策环境持续优化、市场规模快速扩张、消费需求持续释放的良好态势, 然而, 该领域在助力乡村振兴过程中仍面临基础设施滞后、农产品标准化缺失、直播内容同质化、专业人才短缺等现实困境。为推动农村电商直播高质量发展, 文章从补齐物流与数字基建短板、推进农产品标准化及品牌化建设、创新直播内容与运营模式、健全乡村电商人才引育体系四个方面, 提出针对性优化路径。未来, 农村电商直播将持续释放数字赋能效能, 为全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化注入持久动力、提供坚实支撑。

关键词

电商直播, 乡村振兴, 农产品标准化

Exploration and Research on Rural E-Commerce Live Streaming Empowering Rural Revitalization

Jinhui Guo

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 8, 2026; accepted: May 19, 2026; published: October 27, 2026

Abstract

Against the backdrop of the in-depth integration of the digital economy and the rural revitalization strategy, rural e-commerce live streaming has become an important engine for promoting rural industrial restructuring, livelihood improvement, and governance innovation. As a key carrier for the construction of the digital countryside, rural e-commerce live streaming currently enjoys a sound

development momentum with a continuously optimized policy environment, rapidly expanding market scale, and steadily releasing consumer demand. However, it still faces practical dilemmas in empowering rural revitalization, such as backward infrastructure, a lack of standardization of agricultural products, homogenization of live streaming content, and a shortage of professional talents. To boost the high-quality development of rural e-commerce live streaming, this paper puts forward targeted optimization paths from four aspects: making up for the shortcomings of logistics and digital infrastructure, advancing the standardization and branding construction of agricultural products, innovating live streaming content and operation modes, and perfecting the talent introduction and training system for rural e-commerce. In the future, rural e-commerce live streaming will continuously unleash the efficiency of digital empowerment, injecting lasting impetus and providing solid support for comprehensively promoting rural revitalization and accelerating agricultural and rural modernization.

Keywords

E-Commerce Live Streaming, Rural Revitalization, Agricultural Product Standardization

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

“农业农村现代化关系中国式现代化全局和成色。坚持农业农村优先发展，坚持城乡融合发展，锚定农业农村现代化，以推进乡村全面振兴为总抓手”¹。近年来，随着数字技术的快速迭代与移动互联网的广泛普及，直播电商这一新兴业态迅速崛起，成为连接城乡消费市场、激活农村经济活力的重要力量。手机成为“新农具”、直播成为“新农活”、流量成为“新农资”，田间地头直播间、乡村院落带货场景遍地开花，农村电商直播已从单一农产品销售渠道，升级为融合产业发展、人才集聚、文化传播、基层治理于一体的乡村经济生态载体。

近年来，国家层面持续出台扶持政策，为农村电商直播发展提供坚实保障。2026 年中央文件明确提出“实施农村电商高质量发展工程”，并提出“规范农产品直播带货”²，标志着农村电商直播进入高质量、规范化发展新阶段。《商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见》明确提出“打造县域直播电商基地”、“提高农村物流设施现代化水平”、“培育农村电商带头人”³等重点任务，进一步强化政策支撑。据商务大数据监测，2025 年农村网络零售额首次突破 3 万亿元、农产品网络零售额达 7833.1 亿元，同比分别增长 6.7% 和 9.9%；头部电商平台全年开展助农直播超 400 万场，农特产品销量突破百亿单，日均发货超 2000 万单⁴。各项统计数据充分印证，农村电商直播已然告别以往碎片化的公益助农模式，逐步迈入规范化、体系化的产业发展新阶段。该业态有效打通农产品产销流通壁垒，助力农业产业结构优化升级，同时拓宽农户就业增收途径，为新时代农业农村现代化建设积蓄了充沛发展势能。

农村电商直播是根植于中国乡村振兴战略与数字乡村建设实践的重要议题，其政策语境、产业形态及社会效应均具有鲜明的中国特色。当前，尽管国际学界对电商助农、数字农业等话题有所关注，但专

¹https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202602/content_7056934.htm

²https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202602/content_7056929.htm

³https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content_6939283.htm

⁴https://www.gov.cn/lianbo/202602/content_7057158.htm

门针对农村电商直播助力乡村振兴的系统性研究仍相对有限，且多聚焦于技术应用或消费行为等局部层面，缺乏对中国政策体系、乡土社会结构及产业链协同等复杂语境的深度嵌入。相较之下，国内学术界围绕该主题已形成较为丰富的研究积累，涵盖发展机理、现实困境、优化路径等多个维度，能够更直接、更全面地反映本研究的核心问题与现实关怀。国内关于农村电商直播和乡村振兴的研究集中在农村电商直播发展的影响因素，主要有以下几种观点：直播产品质量残次不齐和宣实不符会严重损害消费者权益，也不利于农村电商直播市场的公平竞争，进而影响乡村振兴进程与产业发展[1] (周春华，2026)。电商直播降低了农民就业创业致富门槛，但仍面临着农村创业氛围差、专业技能匮乏和政策支持力度不够等问题[2] (李波和赵巍，2026)。蒋杨鸽(2023)基于我国市县级面板数据，实证检验了农村电商发展对于农村居民消费升级的正向影响，而流通专业化能够正向调节二者之间的关系[3]。当前，农村电商直播在巩固拓展脱贫攻坚成果、拓宽农产品销路、吸纳农村劳动力就业、激活乡村内生发展动力等方面发挥了不可替代的作用。但同时，行业快速扩张过程中积累的基础设施、人才、品牌、监管等深层次问题逐步凸显，制约了其赋能乡村振兴的效能释放。基于此，系统探究农村电商直播与乡村振兴的耦合逻辑、现实痛点及优化路径，具有重要的理论价值与现实指导意义。

2. 农村电商直播发展现状

2.1. 政策环境持续优化

国家层面高度重视农村电商直播发展，密集出台专项政策强化顶层设计、系统引导扶持。2025 年 7 月，农业农村部等十部门联合印发《促进农产品消费实施方案》⁵，明确指导电商平台公益帮扶特色产业、培育本土农民主播，常态化开展乡村主题直播并给予流量倾斜支持。同年 9 月，《商务部等 8 部门关于大力发展数字消费共创数字时代美好生活的指导意见》⁶界定数字消费内涵，实施“数商兴农”、“互联网+”农产品出村进城工程，鼓励电商平台加大对产品定制生产，支持垂直产业电商发展，拓展专业领域消费渠道。

2026 年政策扶持力度进一步加码，《商务部等 6 部门关于更好服务实体经济 推进电子商务高质量发展的指导意见》⁷部署“实施农村电商高质量发展工程，拓展农村电商应用场景，推广电商直采、定制生产等模式，提高农村电商产业化发展水平”、“推进‘互联网+’农产品出村进城工程，支持电商企业下沉供应链，发展‘村播’‘田播’等特色直播。推动县域商业提质增效，完善农村寄递物流网络，加快农村商业网点数字化改造，打造农村电商发展新动能。”地方层面同步跟进落地配套举措，山东出台农村电商与直播电商专项三年行动计划，设立省级财政专项资金、推出“齐鲁电商贷”，为中小电商主体提供低息贷款超 70 亿元⁸；江西布局县域直播电商基地、培育农产品电商品牌，加强对农村直播团队孵化，推出系列金融政策支持，不断优化农村电商发展环境⁹。国家与地方政策从基建投入、平台赋能、人才培养、品牌打造多维度协同发力，为农村电商直播稳健发展构筑了完善的制度保障环境。

2.2. 市场规模快速扩张

我国农村电商直播行业体量持续扩容，下沉市场成为行业核心增长极。截至 2025 年底，农村网络零售额首次突破 3 万亿元，同比增长 6.7%；农产品网络零售额达 7833.1 亿元，同比增长 9.9%¹⁰。2026 年

⁵https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202507/content_7034022.htm

⁶https://dzsws.mofcom.gov.cn/gztz/art/2025/art_6ae5681604854331b3b513f9213fca07.html

⁷https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202604/content_7064729.htm

⁸<https://www.sd.chinanews.com.cn/2/2025/0822/95872.html>

⁹https://swt.jiangxi.gov.cn/jxswt/col/col35203/content/content_1965964279345397760.html

¹⁰同脚注 4。

一季度延续良好增长态势，农村网络零售额同比增长 11.0%，农产品网络零售额同比增长 14.7%¹¹。经营主体队伍持续壮大，据人民网报道，第三方大数据监测显示，截至 2025 年底，全国农村网商达 2007.4 万家，同比增长 4.6%；其中“直播 + 社交”类农村网商 747.7 万家，同比增长 5.1%，直播已成为农村网商主流经营形态¹²。

物流基础设施配套同步提质增效，全国县级物流配送中心实现 100%全覆盖。依托县域商业建设行动，2025 年全国共支持建设县级物流配送中心 348 个、乡镇快递物流站点 562 个¹³，农产品分拣、预冷、仓储、初加工配套能力显著增强，有效破解生鲜农产品流通损耗大、配送成本高的痛点，为直播电商规模化上行筑牢硬件支撑。

2.3. 消费需求持续释放

城乡居民收入提升与消费理念升级，倒逼农产品消费向品质化、特色化、绿色化转型，为农村电商直播开辟广阔增量空间。消费者对原生态地理标志农产品、绿色有机农特产品、乡土非遗手作的购买意愿显著提升，直播真实场景、溯源可视化、产地直发的模式高度契合当下消费偏好。

从市场数据来看，农村消费市场活力全面迸发，2025 年县域家电以旧换新、手机换新补贴带动销量 4823 万台、销售额 1586 亿元；县域服务市场销售额达 9.1 万亿元，同比增长 5.9%¹⁴。县域及农村居民消费升级态势明显，多元化、个性化、体验式消费需求不断释放，既为农产品直播带货提供稳定客源基础，也倒逼农业生产标准化、品牌化、精品化转型，形成消费拉动直播、直播倒逼产业升级的良性循环格局。

3. 农村电商直播助力乡村振兴的内在机理

农村电商直播之所以能有效赋能乡村振兴，核心在于数字技术与乡村经济社会系统的深度耦合，依托成熟的基础理论，从产业、民生、治理三个维度重塑乡村发展逻辑，形成可解释、可复制的赋能路径。

3.1. 产业层面：重塑乡村产业体系，夯实振兴经济根基

产业融合理论认为，不同产业通过技术渗透、资源共享打破边界，形成新业态、新价值。数字赋能理论则强调数字技术能够激活传统产业的潜在价值，推动生产、流通、销售全链条升级。农村电商直播正是两类理论在农业领域的具体实践，从渠道、业态、价值三方面重构乡村产业格局。一是打破时空销售壁垒，重构流通链路。直播依托数字技术打通农产品产地直达消费终端的通道，减少中间环节，有效解决丰产滞销、优质不优价难题^[4]；二是倒逼农业标准化、规模化发展，提升产业附加值。直播的规模化订单需求，反向推动分散小农向标准化生产转型，促进分级、包装、初加工升级，拉长产业链条；三是推动“农业 + 文旅”融合发展，拓展产业边界。直播实景展示田园风光与民俗文化，带动乡村旅游、民宿、非遗文创联动发展，形成多元产业生态，为乡村产业振兴注入持续动力。

3.2. 民生层面：拓宽增收就业渠道，集聚乡村人才活力

包容性增长理论主张发展成果应惠及全体群体，尤其关注弱势群体增收与就业机会均等；人力资本理论指出，人才是乡村发展的核心资源，吸引并培育本土人才是破解乡村发展困境的关键。农村电商直播契合两类理论的核心逻辑，成为普惠民生、集聚人才的重要载体。一方面，低门槛、灵活化的直播业态，为农户、留守妇女、闲置劳动力提供就近就业与增收渠道，缓解农村空心化，实现发展成果普惠共

¹¹https://www.mofcom.gov.cn/xwfb/sjzrzb/art/2026/art_8e6e6757acf04712b221dcd69816e884.html

¹²<http://finance.people.com.cn/n1/2026/0206/c1004-40660806.html>

¹³同脚注 4。

¹⁴同脚注 4。

享；另一方面，直播产业的发展潜力吸引返乡大学生、创业青年回流，通过实训培育新农人、本土主播，壮大乡村人才队伍，破解人才流失困境，为乡村长远发展提供人力支撑[5]。同时，直播传播农耕文化与乡土民俗，强化城乡文化联结，涵养文明乡风，丰富村民精神文化生活。

3.3. 治理层面：赋能基层组织建设，引领乡村生态向好

基层治理数字化理论认为，数字技术可优化治理流程、提升基层治理精细化水平；生态经济理论强调生态保护与经济发展协同共生，绿色发展可转化为经济价值。农村电商直播融合两类理论，推动乡村组织、治理、生态协同发展。在组织建设上，村集体依托直播整合本地资源，组建直播合作社，壮大集体经济，增强基层组织凝聚力；在基层治理上，直播间成为政策宣讲、民意沟通的数字化阵地，推动治理模式从线下管理向线上互动转变，提升治理效能；在生态发展上，市场对绿色有机农产品的偏好形成生态溢价，倒逼农户采用绿色种植、生态养殖模式，减少化肥农药使用，构建“绿色生产-直播溢价-生态增收”的良性循环，实现产业、生态与经济协同发展。

4. 农村电商直播助力乡村振兴的现实困境

4.1. 基础设施配套滞后，物流冷链短板凸显

基础设施是农村电商直播发展的前提保障，当前乡村数字与物流基础设施不完善的问题，已成为制约行业提质增效的首要瓶颈[6]。在数字基础设施方面，部分偏远乡村 5G 网络覆盖不全面、宽带速率不足，难以支撑高清直播、多场景直播的常态化开展，导致直播画面卡顿、体验不佳，影响流量转化；部分乡村缺乏标准化直播间、实训场地等配套设施，农户直播多处于“零散化、低成本”状态，难以形成规模化、专业化运营。

在物流冷链方面，短板更为突出。农村仓储冷链设施覆盖率偏低，多数地区缺乏专业的预冷、保鲜、分拣设施，生鲜农产品采摘后损耗率居高不下，大幅压缩农户利润空间；乡村末端物流配送体系不完善，村级快递服务站点布局不均衡，小件快递进村成本高、时效慢，部分偏远乡村甚至无法实现次日达，不仅影响消费者购物体验，也限制了生鲜、易腐农产品的直播带货范围，制约农村电商直播的规模化发展。

4.2. 农产品标准化缺失，品牌引领作用不足

农产品作为直播带货的核心载体，其标准化水平与品牌建设程度，直接决定直播电商的可持续发展能力，也是当前行业面临的核心供给问题。一方面，农村农产品生产多以散户为主，缺乏统一的生产标准、分级标准、质量检测标准，产品大小、品质、口感参差不齐，出现“同品不同质”的现象，消费者购物体验不佳，易产生信任纠纷，也难以满足直播电商规模化、标准化供货需求。

另一方面，乡村农产品品牌培育滞后，缺乏有效的品牌引领。多数农户仍停留在“卖产品”的层面，忽视品牌包装、价值挖掘与宣传推广，缺乏区域公共品牌与特色产品自主品牌；部分农产品即便具备地域特色，也因缺乏品牌溢价能力，只能以低价竞争抢占市场，难以形成核心竞争力；同时，农产品质量溯源体系不完善，多数产品无法实现“从田间到餐桌”的全程溯源，进一步影响品牌公信力，制约农产品附加值提升[7]。

4.3. 直播内容同质化严重，创新赋能能力薄弱

直播运营的创新性是吸引流量、提升转化的关键。当前，农村电商直播普遍陷入“同质化内卷”困境，创新能力不足，难以形成差异化竞争优势。从直播内容来看，多数主播仍采用“田间叫卖”的单一模

式，直播场景局限于田间地头，话术套路雷同，多围绕“便宜、新鲜”展开，缺乏对农产品文化内涵、农耕故事、非遗技艺的挖掘，内容枯燥乏味，难以吸引并留住粉丝。

从运营模式来看，模仿跟风现象突出，多数直播缺乏精准定位与特色打造，无论是选品结构(多集中在生鲜果蔬、杂粮等初级农产品)，还是直播形式(单一带货、无互动设计)，都高度同质化；部分主播为争夺流量，陷入低价内卷，压缩合理利润空间，甚至出现以次充好、虚假宣传等行为，不仅消耗消费者信任，也不利于行业的长期健康发展；此外，直播与乡村文旅、非遗传承等业态的融合度不足，创新赋能效应未充分释放。

4.4. 专业人才供给不足，直播运营效能偏低

人才是农村电商直播高质量发展的核心支撑。当前农村电商直播专业人才短缺、运营能力不足的问题，已成为制约行业效能释放的关键短板。从人才结构来看，农村留守人口以中老年人为主，文化水平、互联网操作能力普遍偏低，多数本土主播仅能完成简单的叫卖式带货，缺乏直播脚本创作、内容策划、流量运营、粉丝维护、数据分析等专业能力，直播转化效率偏低。

从人才供给来看，青年人才外流严重，懂农业、懂网络、懂运营的复合型电商人才引不进、留不住；同时，系统化、针对性的直播培训覆盖面较窄，培训内容多偏向基础操作，缺乏对直播运营、品牌营销、合规经营等深层次内容的指导，难以持续培养出适配行业高质量发展的高素质电商人才队伍。此外，部分乡村缺乏专业的运营团队，无法为主播提供选品、包装、售后等配套服务，进一步制约了直播效果与行业规模化发展。

5. 农村电商直播助力乡村振兴的发展路径

5.1. 补齐基础设施短板，完善物流冷链体系

乡村电商直播的长效发展，离不开完备的数字基建与物流冷链作为底层支撑。遵循政府引导、市场主导、多方协同的发展原则，全面夯实农村电商直播硬件发展根基。一是升级数字基础设施，加大偏远乡村 5G 网络、高速宽带投入力度，实现县域、乡镇、村三级网络全覆盖，同步建设标准化直播间、直播实训场地，配套直播设备、网络调试等公共服务，推动农户直播从“零散化”向“专业化”转型。二是完善冷链物流体系，统筹推进县、乡、村三级仓储冷链设施建设，重点布局县域冷链仓储中心、乡镇分拣站点，配套预冷、保鲜、分拣设备，降低生鲜农产品流通损耗；引入专业物流企业下沉乡村，优化村级快递服务站点布局，推行“快递 + 合作社”、“快递 + 村集体”模式，降低末端配送成本，提升配送时效，实现生鲜农产品“当日采、当日发”。三是依托县域商业建设行动，整合各类资源，完善打包、仓储、发货一体化公共服务，为农村电商直播提供全流程硬件支撑。

5.2. 推进农产品标准化，强化品牌引领作用

标准化生产与品牌化运营，是提高农产品市场竞争力、破解低端竞争的核心抓手。以规范生产为基础、品牌塑造为引领，全方位提升农产品附加值与市场话语权。一是健全农产品标准化体系，结合区域特色，制定农产品生产、分级、包装、质量检测地方标准，引导农户、合作社按照标准规范生产，推动散户种植、养殖向规模化、标准化转型，解决“同品不同质”问题，满足直播电商规模化供货需求。二是加强品牌培育，聚焦县域特色优势农产品，培育区域公共品牌与企业自主品牌，统一品牌包装、宣传推广，挖掘农产品地域文化内涵与农耕故事，提升品牌辨识度与附加值；推进绿色有机认证、地理标志产品认证，强化品牌公信力。三是完善质量溯源体系，为农产品配备溯源编码，实现“从田间到餐桌”全程可查、可追溯，让消费者放心购买，进一步提升品牌口碑，摆脱低价竞争困境。

5.3. 创新直播内容形式，破解同质化内卷困境

内容同质化、模式单一化已制约农村直播带货提质增效，亟需以差异化定位、多元化创新重塑发展优势，全面提升直播间吸引力与流量转化效能[8]。一是丰富直播内容，引导主播跳出“田间叫卖”的单一模式，深度挖掘农产品背后的农耕文化、民俗风情、非遗技艺，将产品介绍与乡土故事、生产过程、体验场景相结合，打造有温度、有特色的直播内容，增强粉丝粘性。二是创新直播运营模式，避免盲目模仿跟风，结合区域资源特色，推行“直播 + 农文旅”、“直播 + 非遗”、“直播 + 定制生产”等融合模式，拓展直播场景；精准定位目标受众，针对不同消费群体设计个性化直播内容与选品方案，打造专属直播 IP，形成差异化竞争优势。三是规范直播行为，引导主播诚信经营，杜绝虚假宣传、以次充好等行为，摒弃低价内卷模式，聚焦产品品质与服务提升，推动行业良性发展。

5.4. 强化人才引育，提升直播运营效能

专业人才培养建设是农村电商直播行稳致远的智力基石。需构建引育并举、留用结合的系统化人才培养机制，为行业可持续发展筑牢人才支撑。一是加大人才引进力度，出台返乡创业扶持政策，从场地、流量、创业补贴、贷款贴息等方面，吸引返乡大学生、电商专业人才、外出务工青年扎根乡村，投身电商直播行业。二是开展本土化人才培养[9]，建立“政府 + 高校 + 平台 + 合作社”联合培训机制，开设直播脚本创作、内容策划、流量运营、粉丝维护、数据分析等定制化课程，常态化开展主播技能培训，重点培育本土农户、村干部、种养大户成为专业主播，提升直播运营能力。三是搭建人才发展平台，组建专业运营团队，为主播提供选品、包装、售后、数据分析等配套服务；建立人才激励机制，对表现优秀的主播、运营人才给予表彰奖励，解决人才引不进、留不住的问题，全面提升直播转化效率与行业专业化水平。

6. 结语

农村电商直播作为数字技术赋能乡村振兴的重要载体，已从单一的农产品销售渠道，演进为融合产业升级、人才集聚、文化传播与治理优化的乡村数字经济新生态。在政策持续加码、市场规模快速扩张、消费需求不断释放的多重驱动下，其在畅通农产品上行、拓宽农民增收渠道、激活乡村内生动力等方面成效显著，为农村经济发展注入了强劲动能。

不可忽视的是，在行业快速发展过程中，基础设施配套滞后、农产品标准化与品牌化不足、直播内容同质化、专业人才短缺等深层次问题日益凸显，制约了农村电商直播赋能乡村振兴的效能释放。破解这些困境，需坚持系统思维，以基础设施升级为基础、农产品标准化品牌化为核心、直播内容创新为关键、人才引育为支撑，构建政府引导、市场主导、多方参与的协同发展格局，推动农村电商直播从“流量驱动”向“质量驱动”转型，从“零散发展”向“生态化、规范化、高质量发展”迈进。

展望未来，在数字乡村建设不断落地、农村商业配套日趋完善的背景下，农村电商直播将深度融入乡村产业、文化、文旅及基层治理全过程，成为驱动农业农村现代化、畅通城乡经济循环的重要载体。坚持补短板、强优势、促创新的发展路径，可充分释放直播电商赋能价值，助力实现乡村产业兴旺、农民增收致富的长远发展目标。

参考文献

- [1] 周春华, 吴霞云. 农村电商直播的消费者权益保护困境与破解[J]. 农业经济, 2026(3): 149-151.
- [2] 李波, 赵巍. 共同富裕视角下农村电商直播的现实困境与路径探索[J]. 农业经济, 2026(4): 152-153.
- [3] 蒋杨鸽. 乡村振兴背景下农村电商发展对农村居民消费升级的影响——基于流通专业化的调节效应[J]. 商业经

济研究, 2023(15): 99-102.

- [4] 万文峰, 易文彬. 农产品电商直播助力乡村产业振兴优势、存在问题与解决路径研究[J]. 山西农经, 2024(9): 7-11.
- [5] 秦芳, 王剑程, 胥芹. 数字经济如何促进农户增收?——来自农村电商发展的证据[J]. 经济学(季刊), 2022, 22(2): 591-612.
- [6] 刘敏, 周彦. 乡村振兴背景下阜阳市农村电商直播发展策略[J]. 农村经济与科技, 2025, 36(4): 227-230.
- [7] 张端民, 刘宏达. 数字经济时代农村电商助力乡村振兴策略研究[J]. 投资与创业, 2025, 36(6): 194-196.
- [8] 袁宇阳. 短视频平台新农人助力乡村振兴的实践探索、现实困境与推进路径[J]. 电子政务, 2023(10): 71-83.
- [9] 查道中, 朱晓宇. 农产品电商直播助力乡村产业振兴策略探析[J]. 廊坊师范学院学报(社会科学版), 2023, 39(1): 123-128.