

电商生态赋能新乡市乡村振兴的实践探索与优化路径研究

魏芳, 李军利, 谭秀芳, 刘翼成, 陈曦

新乡市农业科学院, 河南 新乡

收稿日期: 2026年3月31日; 录用日期: 2026年4月26日; 发布日期: 2026年5月28日

摘要

农村电商是推动乡村振兴的重要力量, 本文梳理我国农村电商发展历程, 以河南省新乡市为实践研究对象, 深入分析其发展现状、成效与现实瓶颈。研究发现, 新乡市在农村电商方面取得阶段性成效, 但仍面临基础保障薄弱、技术赋能不足、品牌建设滞后、市场体系不完善等问题。据此, 本文从夯实基础保障、强化技术赋能、深耕市场运营、规范市场秩序四个方面提出优化路径, 旨在推动农村电商向品牌化、标准化发展, 为农村电商赋能乡村振兴提供实践参考。

关键词

乡村振兴, 农村电商, 高质量发展, 电商生态

A Study on the Practice and Optimization Path of E-Commerce Ecosystem Empowering Rural Revitalization in Xinxiang City

Fang Wei, Junli Li, Xiufang Tan, Yicheng Liu, Xi Chen

Xinxiang Academy of Agricultural Sciences, Xinxiang Henan

Received: March 31, 2026; accepted: April 26, 2026; published: May 28, 2026

Abstract

Rural e-commerce is an important force in promoting rural revitalization. This paper reviews the development history of rural e-commerce in my country and takes Xinxiang City, Henan Province as the research object, deeply analyzing its current development status, achievements, and practical bottlenecks. The study finds that Xinxiang City has achieved phased results in rural e-commerce,

but still faces problems such as weak basic support, insufficient technological empowerment, lagging brand building, and an imperfect market system. Based on this, this paper proposes optimization paths from four aspects: strengthening basic support, enhancing technological empowerment, cultivating market operations, and standardizing market order. The aim is to promote the branding and standardization of rural e-commerce and provide practical reference for rural e-commerce to empower rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Rural E-Commerce, High-Quality Development, E-Commerce Ecosystem

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

近些年来,伴随着数字经济的飞速发展,电子商务早已深入到乡村振兴战略之中,依靠电商技术推动产业结构优化和精准帮扶的目标愈加明显,逐渐成为政策扶持的重点方向。依靠数字化手段冲破传统农村经济发展瓶颈,电子商务在扩展农产品流通途径方面起着不可或缺的作用。在新模式的推动下,诸多地方特色农产品冲破了地理上的束缚,顺利走向国内市场和国际市场,加快了农业产业化发展的速度,大幅提高了农民的收入水平,给区域的高质量发展添砖加瓦。本文以农村电商发展为研究视角,系统梳理发展历程与现实问题,为河南省新乡市扎实推进乡村振兴建设提供可行的优化路径与实践支撑。

2. 中国农村电商发展历程

中国电子商务起步时间是在 20 世纪 90 年代,在互联网技术由城市向乡村延伸的时候,农村电商萌芽慢慢形成[1]。三十多年发展,它已从最初的为农户提供信息的工具转变成参与产业链各环节的支撑,成为推动乡村振兴发展、破解“三农”问题的重要动力源泉。按照发展的历程,农村电商大致可分为初创培育阶段、快速扩张阶段、有序规范阶段、提质升级阶段(见表 1)。

2.1. 初创培育阶段

最初,我国农村电商处于初步发展阶段,受基础设施相对滞后的制约,服务功能以基础信息供给为主。此阶段的重要突破,从单一信息发布,向线上交易转变。中国农业信息网、农业科技信息网等专业网站相继建成,有效缓解了市场信息不对称问题,助力农民及时把握市场动态、提升农业生产效率。受限于薄弱的物流体系与技术支撑,早期农产品电商多呈现区域性、个体化特征。随着阿里、京东等主流平台加速下沉,依托技术创新整合资源,农村电商服务体系持续完善,行业规模稳步扩大,加快向发展相对滞后地区延伸。

2.2. 快速扩张阶段

在政策引导与支持下,农村电商由前期无序探索逐步转向规范化经营。2014 年,国务院启动“电子商务进农村综合示范项目”,明确了农村电商发展定位与方向,推动行业迈入标准化、规模化发展阶段。此后,中央一号文件持续聚焦农村电商,逐步构建起完善的顶层设计框架。2015 年,电商被正式纳入现

代农业服务体系；2019年，《数字乡村发展战略纲要》印发，¹同步推进“互联网+”农产品出村进城；2020年，政策重心进一步向县域电商生态构建、冷链物流设施补齐等领域倾斜。政府投入从基础设施建设、市场主体培育、线上线下融合，逐步向智能化技术应用延伸。截至2020年底，全国超2,000个县级行政区设立电商物流服务点，村级服务网点达13.7万个，实现乡镇快递服务全覆盖，有效打通农产品上行流通瓶颈[2]。电商扶贫作为精准扶贫重要模式在全国推广，惠及数百万群众。与此同时，拼多多等平台快速崛起，社交电商、拼团模式等新业态不断涌现，推动农村电商走向多元化发展。

2.3. 有序规范阶段

2021年以来，我国经济步入高质量发展阶段，农村电商以农业产业链融合为核心，持续推动产业链整合与协同升级。2022年，“数商兴农”工程被写入中央一号文件，政策重心由基础设施建设转向全产业链系统布局与生态构建，进一步强化科技创新的支撑引领作用[3]。此阶段，农村电商呈现业态深度融合特征，“互联网+现代农业”等模式不断创新。直播带货、短视频营销、产地直供等新模式快速普及，有效激活县域经济发展活力。相关数据显示，2024年底，全国主流电商平台累计开展助农直播超400万场，带动农产品销售额突破百亿元，单日订单量最高超2,000万件，显著提升了农产品供应链效率与市场辐射范围[4]。此外，线上线下销售加速融合，农村电商在串联农业生产与体验消费、延伸高附加值环节的同时，通过整合乡土资源与文化符号，实现了经济效益与社会效益协同提升。

2.4. 提质升级阶段

现如今，农村电商已深度融入乡村振兴全过程，在政策扶持与技术创新的双重驱动下，发展成效显著。

从区域实践来看，农村电商有效拓宽了农产品销售渠道，显著提高农民经营性收入，推动县域特色产业提质增效。例如：江西万载县借助电商平台，大蒜收购价由每斤1.6元提升至2.8元，带动农户人均增收3至5万元；山东蒙阴县通过电商销售蜜桃，每斤溢价0.5元，年订单量突破百万单。湖南南县依托完善的电商体系，构建起集种苗繁育、生态养殖、冷链物流及预制菜深加工于一体的稻虾全产业链价值链。目前，全国县级物流配送网点实现全覆盖，产地预冷、仓储冷链等设施建设稳步推进，农产品加工服务中心逐步形成规模效应。针对农村电商人才短缺问题，各地陆续开展专项技能培训，积极引导高校毕业生、青年返乡创业就业，初步构建起专业化人才支撑体系。

Table 1. Development history of rural e-commerce in my country

表 1. 我国农村电子商务的发展历程

发展阶段	时间范围	核心特征	关键亮点
初创培育阶段	1994~2015年	信息传递转向线上交易业态零散化	农业信息平台开通，龙头布局下沉
快速扩张阶段	2014~2020年	政策赋能，规范提质	农村示范，物流完善，新业态兴起
有序规范阶段	2021~2024年	数商兴农，产业融合	直播电商模式普及，数字技术赋能
提质升级阶段	2025年到至今	全链条提质增效，城乡协同发展	市场主体壮大，特色产业价值提升

中国农村电子商务作为数字经济同乡村振兴战略融合的一种典型范本，已逐渐成为全方位助力的服务型体系。发展的过程由最初的单向信息传递服务逐渐变成全方位综合支持系统，从最初的零散化、非正规化，向大规模、规范化的、标准化方向发展[5]。

¹https://www.gov.cn/gongbao/content/2019/content_5395476.htm.

3. 新乡市农村电商生态发展现状

河南省新乡市立足本地丰富的农业资源禀赋与县域发展实际,在积极承接国家乡村振兴、数字乡村建设等战略部署、稳步推进农村电商生态发展的过程中,依托优质农特产品优势、便利的区位交通条件,走出了一条具有中部农业地区特色的电商生态发展之路。2023年,新乡市电商交易额242.5亿元,同比增长6.1%,在河南省电商版图中占据重要地位。2025年,全市乡村限额以上单位消费品零售额增速超10%,县域消费活力持续释放(来源:新乡市国民经济和社会发展统计公报)。封丘县、长垣市等县域电商发展成效显著,封丘县电子商务公共服务中心入选全国县域直播电商中心典型案例,2025年,中国(新乡)跨境电子商务综合试验区成功获批,成为打造内陆开放型经济高地的重要支撑。长垣市创新“统仓共配”模式,建成367家村级站点、46条直送线路,实现县村快递当日送达,获评全国县域商业“领跑县”新乡市商务局。截至目前,新乡市8县已实现县级电子商务运营中心全覆盖,均具备线下展示与线上推广双重功能;在此基础上,建成60余个乡级电商服务站、2,000余个村级电商服务点。产业发展过程中,涌现出河南良润食品有限公司、封丘县恒社农副产品销售有限公司等一批标杆电商企业,更培育出“石磨富硒小米”、“金银花茶”、“封丘贡芹”、“辉县山楂”、“延津胡萝卜”等本土特色农产品品牌。此外,新乡市还先后举办2022年全国(河南)农产品产销对接助力乡村振兴活动、2023年豫兔迎新春年货节、2024年“游购乡村·欢乐大集”系列活动等多场盛会,为“农产品进城、工业品下乡”构建起多元化的流通平台。2025年,新乡农村电商产业加速迈向“品牌化深耕+集群化发展”新阶段,形成特色鲜明的产业生态:以“新乡小麦”为核心纽带,延伸出面粉、挂面等精深加工产品电商产业链,其中后寺村石磨面粉的线上销量占比已达70%(来源:2024年12月3日《新乡日报》)。依托黄河故道优质花生产业的基础,推进油料精深加工与副产品循环利用,电商渠道销售额占比持续攀升;黄河滩区及卫辉、获嘉等县区的奶牛养殖基地不断优化产品结构,高端乳制品通过电商直播实现精准触达消费群体[6]。

4. 新乡市农村电商生态存在问题

新乡市在农村电商方面取得一些发展,但受区域经济发展水平、产业基础、人才储备等多重因素制约,也暴露出一些问题,这些问题相互交织、相互影响,制约了农村电商提质增效和可持续发展。

4.1. 基础保障薄弱

4.1.1. 物流配送效能不足

新乡市农村电商物流体系存在短板,直接制约农产品上行与工业品下行的顺畅流通。如偏远乡村物流通道未完全打通,“县-乡-村”三级全覆盖的物流配送体系还需完善;村级服务站点功能单一,缺乏代买代卖、产品展示、物流中转等多元化服务;生鲜农产品冷链基础设施匮乏,区域性冷链仓储中心、预冷站点数量不足,分级包装、保鲜处理设施配套滞后,导致生鲜农产品损耗率偏高。

4.1.2. 缺乏标准化生产体系

新乡市优质农特产品资源丰富,但标准化生产水平偏低,缺乏完善的全流程标准体系。如针对各类农产品的生产、加工、分级、包装等环节,地方标准和行业标准不健全,产品质量要求、规格参数不明确,导致农产品仍以初级形态销售;此外,农产品认证标识管理不规范,消费者难以快速识别优质标准化产品,产品认可度偏低。

4.1.3. 资金支撑不足

新乡市农村电商市场主体面临资金短缺,融资渠道单一且门槛较高的困境。政府财政对农村电商发展专项基金扶持力度不足,对电商龙头企业、示范合作社的培育以及冷链物流、标准化生产等基础设施

的支持还需加强。针对农村电商主体的信用贷款、抵押贷款等产品覆盖面有限，社会资本参与度低，电商平台、龙头企业与本地电商主体的合作不够深入，资金来源渠道狭窄，难以支撑市场主体发展壮大。

4.1.4. 人才匮乏

新乡市农村电商发展面临人才匮乏的困境，尤其是运营管理、直播带货、供应链管理、数据分析等领域的复合型人才，从而制约了农村电商高质量发展，难以满足电商产业规模化、精细化发展的实际需求。另外，人才引进政策不完善，缺乏针对性的激励措施，难以吸引城市电商专业人才、返乡大学生、创业青年投身本地农村电商领域。

4.2. 技术赋能不足

4.2.1. 数据安全保障薄弱

新乡市农村电商缺乏统一的数据共享平台，农产品生产、销售、物流、消费等各类数据分散，未能实现互联互通，难以为电商主体提供精准的市场需求分析、产品定位、库存管理等数据支撑，导致电商主体难以精准对接市场。数据安全管理体系不健全，数据分级分类管理、安全风险防控机制缺失，数据收集、存储、使用流程不规范，存在数据泄露、滥用等安全隐患。另外，技术防护能力不足，缺乏先进的数据加密、安全监测等技术，数据安全隐患排查不及时，难以保障全市农村电商交易安全和数据安全。

4.2.2. 智能转型步伐缓慢

新乡市农村电商在智能化应用上发展缓慢，智能技术应用滞后，运营模式相对粗放。多数农村电商主体未引入人工智能、大数据、物联网等先进技术，农产品生产、仓储、销售等环节仍以传统模式为主，规模化、精准化种植与智能化仓储应用不足，生产效率与销售转化水平有待进一步提升。当前直播业态以常规网红带货为主，智能直播、虚拟主播等新型模式应用尚不充分，直播运营成本偏高；大数据分析应用深度不足，对用户消费偏好的洞察不够精准，难以有效匹配消费者个性化、多样化的消费需求。

4.3. 市场发展后劲不足

4.3.1. 销售渠道单一

新乡市农村电商销售渠道仍较单一，当前主要依托传统电商与直播带货开展运营，渠道结构有待优化。尽管在跨境电商、社区团购等方面实现初步布局，但渠道拓展的深度与广度仍显不足，海外市场及多元消费场景的渗透率有待提升，尚未形成规模效应与稳定的运营体系。“电商 + 产地”“电商 + 合作社”“电商 + 龙头企业”等融合模式尚处于初步探索阶段，产地直供平台建设相对滞后，流通链条中间环节偏多。此外，线上线下一体化、多渠道协同联动的销售体系仍需持续完善；与头部电商平台、大型商超等核心主体的战略合作有待深化，建立长期稳定的产销对接机制，提升整体的市场拓展力。

4.3.2. 品牌建设滞后

品牌建设相对薄弱，难以形成差异化竞争优势与市场影响力，产业整体附加值与可持续发展能力受到明显制约。缺乏具有鲜明地域特色、市场影响力强的区域公共品牌，导致区域内农产品整体知名度不高，难以形成集群效应。多数电商主体品牌意识淡薄，缺乏品牌培育与打造的主动性，产品同质化现象较为严重，市场辨识度偏低。此外，品牌宣传推广力度不足，宣传渠道较为单一，未能充分利用多元化传播载体讲好新乡农村电商品牌故事，市场传播效果不佳。

4.3.3. 服务质量有待提升

随着新乡市农村电商的持续发展，现有服务质量已难以适配消费者与市场主体的多元化、高品质需

求,成为制约产业健康发展的重要因素。具体来看,电商主体服务行为缺乏规范引导,尚未建立完善的服务标准体系,售前咨询不专业、售中配送不及时、售后服务不到位等问题较为突出,整体服务规范化水平偏低。同时,电商从业者的服务意识与专业服务能力不足,面对消费者的咨询、诉求未能及时响应,导致消费者在购物过程中遇到的问题难以得到高效解决。此外,售后服务体系存在明显短板,退换货机制、售后维权机制不健全,维权流程繁琐复杂,售后响应速度与问题处理效率偏低,严重影响消费者购物体验与消费信心。

4.3.4. 消费信任不足

新乡市农村电商市场秩序需进一步规范,信用体系和质量溯源体系的不完善,严重影响消费信任。农村电商信用评价体系不健全,未建立完善电商主体信用档案,信用约束机制缺失,部分电商主体存在假货、虚假宣传、哄抬物价等违法违规行为。消费维权渠道不畅,消费者合法权益难以得到有效保障,进一步降低消费者消费意愿。农产品质量溯源体系不完善,未能实现农产品从产地到餐桌的全程溯源,消费者无法清晰了解产品生产、加工、配送等全过程,对产品质量缺乏信任。

5. 新乡市农村电商生态发展的解决对策

针对新乡市农村电商发展过程中存在的基础保障薄弱、服务质量不足、品牌建设滞后等突出问题,结合发展实际、地域特色,制定系统性、可落地的解决对策,破解发展瓶颈,推动新乡市农村电商从规模扩张向高质量发展转型,为乡村振兴战略实施提供有力支撑。

5.1. 夯实基础保障

5.1.1. 完善基础设施体系

针对新乡市农村地区地域分散、基础设施不均衡的情况,应重点创建市县-乡镇-村级三级物流网络体系,实现全域覆盖。一是引导快递、商贸龙头企业下沉基层,在乡镇设立标准化综合服务站,解决物流“最后一公里”通达问题。针对偏远乡村,采取“定时定点”配送、合作代运等模式,彻底打通偏远乡村物流通道;二是引导村级服务站点从单一收发向代买代卖、产品展示、物流中转、电商代办等多元化功能转型,强化市场化运营能力;三是升级冷链基础设施,降低流通损耗聚焦生鲜农产品流通痛点,加大冷链设施专项投入。

5.1.2. 健全标准化生产体系

针对新乡市农村电商标准化生产缺失、标准体系不健全、生产不规范等问题,结合本地优质农特产品资源优势,以“完善标准、规范生产、强化监管、提升认可度”为核心,构建适配电商发展的标准化、集约化生产运营体系,推动农特产品从初级生产向精细化、标准化转型,助力特色农特产品适配线上消费需求、拓宽电商销售渠道。一是结合农特产品品类特点,制定覆盖生产、加工、分级、包装全流程标准,明确各类产品的质量要求、规格参数、包装规范,填补地方标准和行业标准空白,让生产、加工、销售各环节有标可依;二是建立完善的质量监管体系,依托各级质检机构,提供专业的第三方检测服务,加强对农产品生产、加工全过程的质量管控,督促农户、合作社、电商企业严格按照标准规范生产,提升产品质量稳定性;三是强化技术指导与宣传培训,面向农户、合作社开展标准化生产技术培训,提升其标准化生产意识和实操能力,引导传统农产品加工型企业、中小微电商企业实现规范化转型,提高产品质量可靠性,适配高品质电商平台入驻要求;四是规范农产品认证标识管理,完善认证体系,推广标准化产品专属标识,明确标识使用规范,帮助消费者快速识别优质标准化产品,提升新乡农特产品的市场认可度和品牌公信力,助力农产品走出河南、走向更广的市场。

5.1.3. 多措并举拓宽融资渠道

一是创建社会资本引入机制，拓宽新乡市农村电商融资渠道。搭建政府与企业合作的平台，采用产业基金、市场化招商等方式，吸引龙头企业、风险投资机构、行业联盟等各方面力量，加入到新乡市农村电商基础设施建设、产业链延伸和品牌培育当中。鼓励民间资本以合资、联合经营等方式，深度参与产业发展，激发市场活力；二是发挥财政政策激励作用，强化杠杆效应。扩大新乡市农村电商专项财政资金规模，对本地农村电商示范项目、重点企业和特色产业集群，实行贷款贴息、资金补助和税收减免等综合性扶持政策，激活市场主体活力；三是发掘新乡市区域潜在金融资源，夯实农村电商可持续发展根基。依托村级集体经济组织，整合区域内闲置资产资源，创建农村电商专项产业发展基金，为本地中小电商企业注入资金支持，释放农村电商内生增长动力。

5.1.4. 破解人才匮乏困境

围绕“引育并举，协同发展”的理念，构建覆盖新乡市农村电商创新型人才培育和吸纳机制。对本土人才实行精准培养，提升其内生驱动力。一是依托新乡市职业院校、科研院所、及龙头企业，推行产学研一体化改革，针对返乡青年、村域精英、农村女性等重点群体，制定差异化教学计划，通过实践技能锻炼，实现个人能力提升，打造扎根基层的专业型人才梯队。二是建立完善的制度保障与政策扶持体系，补齐技术短板。设计人才引进计划，在安居保障、薪资激励、子女教育等方面给予专项支撑，吸引应届毕业生、学术领军人物和创新创业团队。三是建立绩效考核与荣誉表彰相结合的综合激励体系，加大对优秀电商人才的支持力度，完善职务晋升渠道，增强人才归属感和职业发展预期，助力专业人才扎根新乡，长期投身农村电商发展。

5.2. 强化技术赋能

5.2.1. 推进数据整合与安全保障

构建“统一平台、分级防护、规范管理”的电商技术保障体系，破解现阶段数据安全薄弱、数据无法互联互通的困境[7]。一是搭建统一数据共享平台，整合新乡农村电商全领域数据(涵盖农产品生产、物流运输、消费需求、市场交易等)，实现消费需求、供应链运转、市场价值评判等关键要素的精准匹配与快速流动；二是健全数据安全防护机制，针对中小电商商户开展专项网络安全培训，普及数据加密、风险动态监测、隐私保护等技术，制定标准化的数据治理流程，保障用户信息和商业数据安全，筑牢农村电商数据安全防线。

5.2.2. 加快电商智能化升级步伐

加快新乡农村电商在智能技术方面的应用，一是应聚焦智能技术落地，重点推动人工智能、大数据在农产品生产、仓储、销售等全环节的应用，拓展智能推荐算法、虚拟客服、自动化物流方案的覆盖范围，破解智能技术应用不足、运营效率偏低的难题；二是指导电商平台搭建智能服务体系，通过智能客服系统提升用户交互体验，减少人工成本，解决服务响应不及时的问题；三是针对新型直播模式需求，引入虚拟主播、智能直播辅助工具，丰富推广形式，提升直播转化效率；四是支持区域仓储中心、物流网络开展现代化升级，重点推广自动分拣设备、无人配送车、智能调度系统等；五是强化技术落地保障，搭建“技术 + 实操”的课程体系，针对电商主体开展培训，引导其熟练运用智能工具，推动运营模式从“粗放式”向“精细化”转型，切实发挥技术赋能实效。

5.3. 深耕市场运营

5.3.1. 深化销售渠道拓展创新

针对新乡市农村电商渠道同质化严重、市场覆盖率低的问题，构建多维立体的营销网络。依托主流

电商平台的全国性、区域性运营优势,整合新乡市线下实体店、社交网络社群、乡村服务体系等各类资源,推进线上线下深度融合、协同发展,打造全方位、多层次的全渠道服务体系。重点发展直播电商、社交零售等新兴业态,培育新乡市本土直播团队,强化本地电商品牌官方账号带货能力,创新虚拟现实等互动体验形式,丰富产品推广方式,提高终端消费者购买转化率,拓宽本地农特产品销售渠道。

5.3.2. 强化品牌建设 with 差异化竞争

结合地域资源和文化特色,打造具有鲜明新乡标识的电商品牌群。建立涵盖标识设计、质量把控、包装标准等内容的品牌标准体系,引导电商主体重视品牌形象塑造,推动产品差异化提升,顺应消费升级趋势,重点培育个性化定制和服务类商品,破解行业同质化困境,丰富农产品价值内涵,提升新乡市农村电商产品的市场竞争力[8]。

5.3.3. 提升电商服务质量

构建标准化的新乡市农村电子商务服务体系,制定统一的电商运营标准,系统设计售前咨询、交易执行、售后保障三大环节的具体操作规范,以规范化流程提升整体服务质量。定期组织培训,加强电商从业者专业能力与服务素质培养,将客户服务意识、沟通能力、纠纷解决能力等内容纳入培育课程,推动从业者由技术型向服务型职业形态转变。完善售后支持体系,加快农村电商投诉处理平台搭建,简化退换货手续、提高处理效率,实行先行赔付制度,保障消费者合法权益,减少消费潜在风险,营造安全放心的消费环境。

5.3.4. 规范市场秩序与构建消费信任

立足新乡市发展实际,以优化农村电商领域营商环境、筑牢市场消费信任为目标,加快构建覆盖全面、科学规范的电商信用评价体系。整合企业经营状况、平台用户评价、市场监管执法、农业农村部门核验等多维度数据,运用大数据分析开展差异化信用分级评定,实现精准监管、分类施策。聚焦农产品电商领域,严厉打击制售假冒伪劣农产品、虚假宣传、以次充好等违法违规行为,完善市县乡三级消费维权联动机制,简化消费纠纷处理流程,高效化解电商交易矛盾,增强消费者对新乡农村电商产品的信任度与消费信心。

6. 结语

农村电子商务是数字经济与乡村振兴深度融合的重要载体,是激活新乡市农业资源、畅通城乡经济循环、推动农业现代化的关键路径[9]。立足新乡——农业大市的特色产业优势,以健全基础保障、强化技术赋能、深耕市场运营、规范市场秩序为抓手,推动农村电商从粗放增长向品牌化、标准化、智能化、高质量发展转型,是破解当前发展瓶颈的现实选择,也是服务乡村振兴大局的长远之计,必将为新乡市全面推进乡村振兴注入强劲、持久的数字动能。

基金项目

新乡市政府决策研究招标课题

参考文献

- [1] 江荣. 乡村振兴战略背景下农村电商发展策略探究[J]. 广东蚕业, 2022, 56(12): 95-97.
- [2] 滕孟利. 乡村振兴视角下农村电商高质量发展路径探究——以资中县为例[J]. 山西农经, 2023(3): 118-120.
- [3] 周伟, 杨丽莎. 乡村振兴背景下农村电商物流发展策略研究[J]. 物流科技, 2023, 46(1): 71-73.
- [4] 朱长明. 基于共享经济理念的农村电商发展模式探讨[J]. 商业经济研究, 2022(8): 150-152.

-
- [5] 盛虎宜, 刘长石, 鲁若愚. 基于共同配送策略的农村电商集送货一体化车辆路径问题[J]. 系统工程, 2019, 37(3): 98-104.
- [6] 魏晓蓓, 王淼. “互联网+”背景下全产业链模式助推农业产业升级[J]. 山东社会科学, 2018(10): 167-172.
- [7] 陈维民. 乡村振兴视阈下农村电子商务发展策略探析[J]. 中国商论, 2023(21): 37-39.
- [8] 谢华钦, 孙兴旭. 农村电商赋能农民增收的乡村振兴策略[J]. 数字农业与智能农机, 2023(2): 10-12.
- [9] 史杰, 高跃. 农村电商、城乡协调发展与共同富裕[J]. 商业经济研究, 2023(21): 118-121.