

农村电商赋能生态农业发展研究 ——以潍坊市为例

王 辉, 吴恒玉

大连海洋大学经济管理学院, 辽宁 大连

收稿日期: 2026年7月17日; 录用日期: 2026年8月20日; 发布日期: 2026年8月31日

摘 要

在乡村振兴战略与数字乡村建设深度融合背景下, 农村电商是激活乡村产业发展, 推动传统农业向生态绿色农业转型的核心抓手。本文以潍坊市农村电商与生态农业融合发展为研究对象, 梳理农村电商赋能生态农业的生产、流通、价值、产业四大维度作用机制, 分析存在的基础设施不均衡、生态标准化体系缺失、专业人才匮乏、生态农产品品牌建设薄弱等问题, 提出了完善基础设施、推进标准化建设、加强人才培养以及强化品牌建设等策略, 以期为潍坊市生态农业借助农村电商实现高质量发展提供有益参考。

关键词

农村电商, 生态农业, 乡村振兴

Research on Rural E-Commerce Empowering the Development of Ecological Agriculture —A Case Study of Weifang City

Hui Wang, Hengyu Wu

School of Economics and Management, Dalian Ocean University, Dalian Liaoning

Received: July 17, 2026; accepted: August 20, 2026; published: August 31, 2026

Abstract

Against the backdrop of deep integration between the rural revitalization strategy and digital countryside development, rural e-commerce serves as a key driver for revitalizing rural industries and transforming traditional agriculture into eco-friendly green agriculture. This study focuses on the integrated development of rural e-commerce and ecological agriculture in Weifang City, examining

how rural e-commerce enhances ecological agriculture across four dimensions: production, distribution, value creation, and industrial development. It identifies challenges such as uneven infrastructure distribution, lack of standardized ecological systems, shortage of specialized talent, and weak brand building for ecological agricultural products, and proposes strategies including improving infrastructure, advancing standardization, strengthening talent cultivation, and enhancing brand development, aiming to provide actionable recommendations for achieving high-quality growth of ecological agriculture in Weifang through rural e-commerce.

Keywords

Rural E-Commerce, Eco-Agriculture, Rural Revitalization

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

1.1. 研究背景

农村电商作为数字经济与农业深度融合的新兴模式,为农产品销售、农民增收及农村建设提供了新动能[1]。与此同时,生态农业以其绿色环保、可持续发展的特点,逐渐成为现代农业发展的主流方向。潍坊市作为山东省重要的农业大市,是全国重要蔬菜、果品、粮油生产基地,绿色有机农产品规模稳居山东省前列。其生态农业发展具有显著的地域特色和产业优势,尤其在种植业和养殖业领域形成了较为成熟的模式[2]。例如,潍坊市域形成三类差异化生态农业载体:寿光设施循环蔬菜、青州绿色花卉、临朐山地林下种养,具备典型的区域比较研究价值。然而,随着市场竞争的加剧和消费者需求的变化,传统农业发展模式已难以满足新常态化经济的要求,电商流量红利未能充分转化为生态农业长期发展动能。在此背景下,探索农村电商如何赋能潍坊市生态农业发展,不仅是对乡村振兴战略的具体实践,也是实现农业高质量发展的必然选择。

1.2. 研究意义

理论意义:现有研究多聚焦电商增收单一维度,对电商赋能生态农业绿色生产、循环发展、产业融合等多维机制分析不足。本文以潍坊市为研究对象,构建“生产-流通-价值-产业”四维赋能分析框架,对比寿光、青州、临朐三种乡村电商发展模式,理清农村电商带动生态农业发展的完整逻辑,弥补了现有研究只看增收、缺少地方案例对比的短板,为北方农业城市搞数字化绿色农业提供新的研究思路。

实践意义:本文旨在深入剖析农村电商对潍坊市生态农业的赋能作用机制,针对城乡数字基础设施不均、生态农业标准化体系建设滞后、电商专业人才供需缺口大以及生态农产品品牌建设薄弱等问题,提出切实可行的解决策略[3]。通过系统分析与实践探索,以期为潍坊市生态农业的高质量发展提供理论支持与实践参考,助力乡村振兴战略的全面实施。

1.3. 国内外研究现状

国内外学者对农村电商赋能生态农业的研究已取得一定成果,尤其是在不同地区的实践模式与效果分析方面。

国外研究较早关注数字平台对有机农业、生态农产品流通的优化作用, 重点围绕如何发挥农村电商对农村经济赋能的效果开展研究。Shrivastava 认为数字平台能够降低交易成本和扩大销售, 能很好地解决农产品流通中信息不对称的问题[4]; 国外有关农产品电商供应链优化、冷链物流技术应用等方面的成果都比较完善, 国外农村电商的发展制度环境和城乡发展差异相比中国都较为特殊, 因此, 国外的经验成果需要依据中国国情加以借鉴使用[5]。

国内研究主要聚焦于电商如何通过技术创新与市场拓展助力农业现代化转型。例如, 山东省通过构建农村电商体系, 显著推动了农产品品牌化建设与市场竞争力提升[5]。然而, 也有研究指出, 尽管农村电商在部分地区取得了初步成效, 但仍面临物流基础设施薄弱、专业人才匮乏以及农产品同质化竞争等问题[6]。总体来看, 国内外研究在理论与实践层面均积累了丰富经验, 但仍需进一步深化对特定区域生态农业特色的研究。

2. 核心概念

2.1. 农村电商

农村电商是以县域、乡村为空间载体, 依托互联网平台实现农产品上行、工业品下乡的数字化商业模式, 涵盖产地直播、产地仓冷链、客货邮融合配送、农产品溯源等业态, 是数字乡村建设、生态农业价值变现的核心载体[7]。潍坊市形成“县级电商公共服务中心-乡镇服务站点-村级便民网点”三级网络, 为生态农产品线上流通提供硬件支撑。

2.2. 数字包容理论

数字包容理论脱胎于数字鸿沟理论, 依托知识沟、社会排斥理论形成完整分析逻辑, 2000 年美国国家电信与信息管理局发布《Falling Through the Net: Toward Digital Inclusion》报告正式界定该概念, 核心是消解城乡、代际、经营主体间的数字排斥, 实现全民公平共享数字化红利[8][9]; 国内学界结合乡村电商场景将其拓展为接入包容、能力包容、收益包容三层分析框架: 接入包容强调网络、冷链、仓储等数字基础设施均等供给, 能力包容指向农户数字操作、溯源系统使用等数字技能普及, 收益包容关注电商溢价、产业增值收益在大小农户间均衡分配, 该三维框架可系统解释潍坊农村电商发展中山区基建滞后、中老年农户数字素养不足、生态农产品溢价向龙头企业集中等现实矛盾, 为识别数字资源分配失衡、分层设计均衡发展对策提供统一理论工具[8]。

2.3. 数字乡村理论

数字乡村理论是数字技术与乡村发展深度融合的综合性理论体系, 核心是通过数字化手段重构乡村生产、生活、治理与生态系统, 破解传统乡村发展中的资源约束、效率低下、治理滞后等难题, 最终服务于乡村全面振兴目标。数字乡村建设的推进是推动乡村振兴的新引擎, 是乡村振兴战略下增强产业活力、提高农业生产竞争力的基石, 为构筑乡村繁荣的物质基础提供了必要支撑, 也是促进农业农村经济结构优化的关键举措[10]。

2.4. 平台经济理论

电商平台具备网络效应、资源聚合、跨界链接三大特征, 作为市场中介整合生产、物流、文旅资源, 打破一二三产边界。平台通过流量分配、订单匹配、数字化工具下沉, 赋能小农户对接全国大市场; 同时依托平台私域流量实现“线上卖货+线下农事体验”融合业态, 延伸生态农业产业链价值。青州花卉直播产业园、寿光电商孵化基地均依托平台经济逻辑实现产业集聚发展。

3. 潍坊市生态农业发展现状

3.1. 生态农业发展模式

潍坊依托地貌、土壤、水源差异形成五大差异化生态农业片区, 各县区产业模式、电商载体、发展痛点具备显著区分度。寿光设施绿色蔬菜产业集群, 主打无土栽培、水肥一体化循环种植; 青州花卉生态产业园, 发展绿色盆栽、有机观赏作物。建成全国盆花大数据平台、花卉直播电商示范基地; 临朐南部山区发展板栗、苹果、樱桃等林下循环经济。依托山地生态资源发展采摘文旅, 柿饼、樱桃线上溢价较高, 县域实现农产品当日揽收、次日送达; 昌乐火山土壤培育甜瓜特色生态果品; 峡山依托水库资源发展富硒种养循环农业。全市正在建设标准化生态种植基地, 绿色、有机认证农产品数量稳居山东省前列。

3.2. 农村电商载体体系逐步完善

潍坊全域搭建“县-镇-村”三级电商服务网络: 建成多处市级大型直播电商基地、县级产地冷链仓储中心, 改造乡村小型冷藏保鲜设施百余处, 推行客货邮融合配送模式; 供销系统打造“潍供e家”本地线上平台, 联动抖音、拼多多、京东全年举办产销对接活动, 入驻农业经营主体。

潍坊市不同县域载体存在差异, 寿光市投资建成快递电商产业园, 实现多个行政村快递驿站全覆盖, 构建“1+15+N”城乡物流体系; 青州培育花卉电商企业临朐依托山区客货邮专线解决林果短途保鲜难题

3.3. 生态农产品特色与优势

潍坊市生态农产品以其独特的品质和丰富的品种在全国范围内具有较高的市场竞争力。从品质角度来看, 潍坊市通过推行绿色标准化生产, 严格控制化肥、农药的使用量, 确保了农产品的高品质与安全性。其出产的蔬菜、水果等产品深受消费者青睐。此外, 潍坊市还积极推动农产品品牌建设, 通过打造“潍坊农业”母品牌, 提升了区域农产品在国内外市场的知名度和美誉度^[11]。

在品种方面, 潍坊市依托其优越的自然条件和先进的农业技术, 培育了多个特色农产品品种。例如, 寿光蔬菜、青州花卉以及昌乐西瓜等产品形成特色农产品品牌。这些特色农产品不仅满足了国内市场对高品质农产品的需求, 还通过电商平台远销海外, 为潍坊市农业经济发展注入了新的活力。与此同时, 潍坊市还注重挖掘农产品的文化价值, 通过举办各类农业展会和文化节庆活动, 进一步增强了农产品的品牌影响力与市场竞争力^[11]。

4. 农村电商对潍坊市生态农业的赋能作用机制效应

基于数字包容理论能力包容、接入包容逻辑, 电商平台消费者对生态、安全农产品需求倒逼经营主体搭建全程数字溯源, 重构农业生产价值链起点。

4.1. 生产维度: 数字溯源倒逼绿色标准化生产

电商平台消费者对农产品安全、生态关注度持续提升, 倒逼潍坊各类农业经营主体搭建完善的农产品全程溯源体系。农村电商通过数字技术手段, 将果蔬种植、花卉培育、畜禽养殖全过程可视化呈现给线上消费者, 推动了潍坊市生态农业生产的绿色化与标准化进程。为维护线上口碑、提升产品认可度, 寿光、青州等多地种植主体主动摒弃传统粗放种植模式, 减少化肥、农药、兽药等化学农资投入, 全面推广有机肥施用、生物病虫害防治、水肥一体化等生态种植技术。龙头企业接入区块链溯源, 记录播种、施肥、采收全流程; 寿光农户线上生产数据入库, 农产品质量抽检合格率较稳定。中小农户因资金、技术限制难以接入溯源平台, 形成数字能力排斥, 是数字包容短板^[8]。

同时, 在传统农业生产模式中, 信息不对称和市场需求不透明导致农户难以精准把握生产标准, 而电

商平台的介入使得农产品生产逐步向绿色、可持续方向转变。通过大数据分析,电商平台能够为农户提供消费者偏好的实时反馈,从而引导其调整种植和养殖方式,以符合市场需求[6]。例如,部分电商平台已开始推行农产品溯源系统,要求生产者记录并上传种植、施肥、用药等全过程信息,这不仅提升了农产品的质量可控性,也强化了消费者对生态农产品的信任度[12]。此外,电商还促进了农业生产技术的标准化推广,通过线上培训课程与专家指导,帮助农户掌握科学的种植技术,进一步筑牢了生态农业的发展根基。

4.2. 流通维度: 短链流通降低损耗成本

传统多层批发流通模式存在生鲜损耗,农资、土地资源浪费违背生态农业循环节约核心目标。电商重构流通价值链,删减中间商,构建从产地直达消费者的短链。

依托潍坊完善的县级冷链仓储、乡镇保鲜设施及客货邮融合物流体系,大幅缩短流通时长、降低生鲜损耗。以寿光生态果蔬为例,依托顺丰冷链物流体系,实现当日采摘、次日发货,生鲜损耗减少。同时,电商以销定产的订单式经营模式,有效规避盲目种植、盲目投产带来的农产品滞销、腐烂废弃问题,极大提升土地、农资、劳动力等农业资源利用效率,实现经济效益与生态效益双向统一,契合生态农业可持续发展核心要求。经过电商模式优化,潍坊生态农产品流通环节压缩,果蔬损耗降低,资源利用效率显著提升。

4.3. 价值维度: 线上流量破解溢价难题, 释放生态产业价值

潍坊生态农业采用绿色种养、精细化管理模式,前期农资、人工、管护成本远高于常规农业,但传统线下交易场景中,普通消费者难以分辨生态农产品与普通农产品的品质差异,长期存在“优质不优价”的发展困境,严重制约农户发展生态农业的积极性。

农村短视频、直播电商依托田间实景直播、产地短视频种草等形式,直观展示潍坊富硒土壤、火山地貌、山地原生态、循环种养的独特种植环境,可视化呈现绿色生产、无添加、原生态的产品优势,有效消解农产品信息不对称问题,搭建消费者信任体系,让生态农产品的绿色价值、品质价值可感知、可变现,实现优质优价。例如峡山富硒香椿,线上依托“天然富硒、生态种植”的核心卖点,生态溢价显著。整体来看,潍坊地理标志、绿色有机类生态农产品线上溢价普遍较高,全市农村电商带动生态农产品线上销售额增长,带动农户人均增收,生态产业价值得到充分释放。

4.4. 产业维度: 三产融合延伸产业链, 拓宽生态发展空间

农村电商打破了潍坊生态农业单一农产品销售的发展局限,以线上流量为纽带,打通农业生产、农产品加工、乡村文旅三大产业边界,催生多元新业态、新模式,推动生态农业从单一生产功能向生产、体验、服务、文创多元功能延伸。

在产业融合实践中,临朐依托山地林果、直播售卖原生态农产品,同时引流线下农事观光、乡村采摘;诸城依托电商跨境、线上零售渠道,推动休闲食品精深加工转型;青州以花卉生态种植为核心,打造“电商直播 + 花卉销售 + 花海文旅”融合模式,实现产品销售与文旅增收双向赋能。目前潍坊已涌现电商诸多新业态,生态农业收入结构持续优化,从传统单一种植养殖收入,转变为农业 + 电商 + 文旅多元收益模式,这种多产业融合的模式不仅丰富了生态农业的内涵,还为农村经济发展开辟了新的增长点,进一步巩固了生态农业在乡村振兴战略中的重要地位。

5. 农村电商赋能潍坊市生态农业发展面临的问题

5.1. 城乡数字与冷链基础设施不均衡, 农村配套短板突出

农村电商的发展依赖于完善的数字基础设施和冷链物流体系,然而,潍坊市城乡之间的数字基建水

平存在显著分化。一是城市地区已基本实现高速网络全覆盖,并逐步向 5G 时代迈进,而部分偏远农村地区的网络覆盖率仍然较低,且网络速度无法满足大规模电商交易的需求。二是冷链物流体系覆盖不均,县级大型仓储配套完善,但乡镇、村级小型冷藏保鲜设施缺口大,山地林果、时令生鲜短途保鲜能力不足;三是物流成本偏高,山区单件农产品快递费用高于平原区域,压缩生态农产品线上利润空间。客货邮融合站点运营资金不足,配送车辆、仓储设备更新缓慢。

5.2. 生态农业标准化与线上溯源体系建设滞后

生态农业的核心在于绿色化、标准化生产,而线上溯源体系的建设则是提升消费者信任的重要手段。然而,潍坊市生态农业的标准化建设仍存在诸多不足。首先,生产标准的制定缺乏系统性和统一性,各地执行的标准往往碎片化,难以形成具有广泛适用性的规范体系。其次,线上溯源体系的覆盖范围有限,尽管部分龙头企业已经开始尝试通过区块链技术实现农产品全流程可追溯,但大多数中小农户由于资金和技术限制,尚未接入相关系统,导致溯源信息的真实性和完整性难以保证。此外,绿色电商包装的配套措施同样缺失。随着消费者对环保的关注度不断提高,采用可降解、可循环利用的包装材料已成为行业趋势。然而,目前潍坊市生态农产品的包装设计普遍缺乏环保意识,不仅影响了产品的品牌形象,也可能对环境造成二次污染。

5.3. 农村电商专业人才供需缺口大,数字素养分层明显

农村电商的发展离不开专业人才的支撑,然而在潍坊市,农村地区电商专业人才的供需矛盾尤为突出。一方面,复合型电商人才的稀缺已成为制约农村电商发展的关键瓶颈。目前潍坊市农村地区的电商从业人员大多缺乏系统的培训,专业技能较为单一,仅能完成基础打包、发货,不会短视频内容创作、大数据选品[6],难以胜任复杂的电商运营工作[8]。另一方面,农户的数字素养分层现象严重。年轻一代对互联网技术的接受度较高,但年龄偏大的农户群体则普遍存在“数字鸿沟”,对电商操作流程感到陌生甚至排斥[8]。此外,人才留存困难也是不容忽视的问题。由于农村地区的生活条件和职业发展空间相对有限,许多接受过专业培训的年轻人选择前往城市谋求发展,导致农村电商人才队伍长期处于不稳定状态。

5.4. 生态农产品品牌建设薄弱,同质化竞争严重

品牌建设是提升生态农产品市场竞争力的重要途径,但是目前潍坊市在这一领域仍面临诸多挑战。首先,区域公用品牌的运营能力不足、品牌推广、维护和管理方面仍显乏力,未能充分发挥品牌的集聚效应和溢价能力。如“潍坊农业”母品牌推广、维护机制不完善,各县区子品牌各自为战,未形成集聚效应;其次,产品同质化竞争问题突出。许多生态农产品在功能、包装和营销策略上趋于雷同,难以在激烈的市场竞争中脱颖而出。此外,产业链附加值较低也是制约品牌发展的关键因素。目前,潍坊市生态农产品的加工转化率仍然偏低,导致整体经济效益受限。不仅压缩了农户的利润空间,也限制了品牌的长远发展潜力。

6. 农村电商赋能潍坊市生态农业发展的策略

6.1. 加强城乡数字与冷链基础设施建设

为应对城乡数字与冷链基础设施不均衡的问题,应加快推进农村地区网络数字化基础设施的全面覆盖。加大对农村宽带网络、5G 基站等通信设施的投资力度,优化网络服务质量。此外,冷链物流体系的完善是保障生态农产品流通的关键环节。通过政策引导与资金支持,推动冷链物流企业在农村地区布局

仓储和配送中心,从而减少农产品损耗并降低物流成本。最后,整合社会资源,提高冷链设施的利用率,进一步缓解农村地区冷链物流覆盖不足的问题。

6.2. 推进生态农业标准化与线上溯源体系建设

制定统一的生态农业生产标准,并推动其落地实施。相关部门应联合科研机构与龙头企业,共同制定标准化操作规范,以确保农产品品质的一致性。其次,构建完善的线上溯源体系,实现农产品从田间到餐桌的全流程信息可追溯。这不仅能够增强消费者对生态农产品的信任度,还能为品牌建设提供有力支撑。此外,还需加强绿色电商包装的研发与推广,减少包装废弃物对环境的影响,践行生态循环理念。

6.3. 培养与引进农村电商专业人才

为针对农村电商专业人才供需缺口大的问题,应采取多层次的人才培养与引进策略。一方面,可通过开展职业技能培训,提升本地农户的数字素养与电商运营能力。其次,出台优惠政策吸引外部优秀人才流入,如提供住房补贴、创业扶持等激励措施,以缓解农村地区人才流失问题。

6.4. 强化生态农产品品牌建设与市场竞争力

为破解生态农产品品牌建设薄弱及同质化竞争的问题,需从区域公用品牌与产品差异化两个层面入手。首先,应加强对潍坊市生态农产品区域公用品牌的打造与运营,提升品牌的知名度与美誉度[13]。其次,鼓励企业开发具有地方特色的高附加值产品,避免同质化竞争。同时,通过线上线下相结合的营销模式,扩大品牌影响力,进一步提升生态农产品的市场竞争力。此外,还需完善产业链各环节的利益联结机制,确保农户能够分享品牌溢价带来的收益,从而激发其参与品牌建设的积极性。

7. 结论与展望

7.1. 研究结论

农村电商作为推动农业现代化和乡村振兴的重要抓手,对潍坊市生态农业的发展起到了显著的赋能作用。本研究从生产、流通、价值及产业四个维度系统分析了农村电商对生态农业的促进作用机制,揭示了其在倒逼绿色标准化生产、优化流通链条、提升产品附加值以及推动一二三产业融合等方面的积极效应[14]。然而,在实践过程中,农村电商赋能潍坊市生态农业发展仍面临诸多挑战,包括城乡数字基础设施与冷链物流体系的不均衡、生态农业标准化和溯源体系建设滞后、农村电商专业人才供需缺口较大,以及生态农产品品牌建设薄弱等问题。针对上述问题,本研究提出了多项解决策略,为潍坊市生态农业的高质量发展提供了理论参考与实践指导。

总体而言,本研究通过文献分析与案例探讨,明确了农村电商在赋能潍坊市生态农业发展中的核心作用及其面临的现实瓶颈,并提出了针对性的优化路径。这些研究成果不仅丰富了农村电商与生态农业交叉领域的研究内容,也为其他地区提供了可借鉴的经验模式。

7.2. 未来展望

农村电商在持续赋能潍坊市生态农业发展方面具有广阔的前景与潜力。首先,随着5G、大数据等新一代信息技术的普及应用,农村电商将能够更高效地服务于生态农业全产业链的数字化转型。其次,政府在推动农村电商发展中的引导与支持作用将愈发重要。最后,农村电商的可持续发展离不开多方主体的协同合作。地方政府、电商平台企业、科研机构以及农户等利益相关方应加强沟通与协作,共同探索

适合潍坊市生态农业特点的电商赋能模式。在此基础上, 农村电商将能够更好地服务于潍坊市生态农业的高质量发展, 为乡村振兴注入源源不断的动力。

参考文献

- [1] 孙媛, 张波, 商丽翠, 邱新泉. 乡村振兴视角下潍坊市农村电商发展探究[J]. 山东纺织经济, 2021(6): 14-16.
- [2] 刘蓉. 新发展格局背景下农村电子商务赋能乡村振兴研究[J]. 现代农业研究, 2022, 28(11): 30-34.
- [3] 刁洁玮, 郭燕茹, 陈东杰. 乡村振兴背景下山东省农村电商发展问题研究[J]. 青岛农业大学学报(社会科学版), 2021, 33(4): 47-51.
- [4] Shrivastava, B., Verma, M. and Dave, S. (2024) Digital Entrepreneurship and E-Commerce. In: *Advances in Business Strategy and Competitive Advantage*, IGI Global, 16-42. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-0798-4.ch002>
- [5] 崔丽娟. 新质生产力赋能农村电商模式发展研究——以潍坊市为例[J]. 全国流通经济, 2026(4): 63-66.
- [6] 刘迪迪, 邱新泉, 许明. 潍坊市农村电子商务的发展问题及对策研究[J]. 鹿城学刊, 2022(2): 94-96.
- [7] 李怡娴. 农村电商助力乡村振兴: 内在机理、现实堵点及纾解之策[J]. 农业经济, 2024(7): 135-138.
- [8] 周梦桔. 从“数字鸿沟”到“数字融入”: 乡村电商参与路径与帮扶[J]. 电子商务评论, 2025, 14(6): 1472-1478.
- [9] National Telecommunications and Information Administration (2000) Falling through the Net: Toward Digital Inclusion: A Report on Americans' Access to Technology Tools. <https://www.ntia.gov/files/ntia/publications/fttn00.pdf>
- [10] 周兵, 李艺, 张弓. 数字乡村建设赋能乡村振兴的影响机制与空间效应[J]. 中国流通经济, 2023, 37(7): 3-16.
- [11] 孟祥志, 刘小林, 孟娜. 潍坊市农产品品牌建设现状及对策研究[J]. 潍坊学院学报, 2021, 21(1): 4-7.
- [12] 李子超. 互联网时代农产品电子商务销售策略研究——以潍坊市为例[J]. 前卫, 2020(31): 170-172.
- [13] 邱新泉. 乡村振兴背景下农村电商兴农模式研究[J]. 湖北农机化, 2020(10): 38-39.
- [14] 袁云. 乡村振兴背景下农业绿色发展的现实困境与路径选择——基于“安丘模式”的调查研究[J]. 西南金融, 2023(5): 32-44.