

网络赋能乡村，共富路上“钱”景无限

——杭州电商直播助力经济腾飞案例剖析

刘雅雯

贵州民族大学，贵阳

摘要 | 在互联网浪潮的席卷下，电商直播犹如一颗冉冉升起的新星，在农村经济发展的浩瀚星河中熠熠生辉。本研究以杭州为观察窗口，深入剖析了电商直播在乡村大地生根发芽、茁壮成长的过程，以及其为当地农产品销售、就业机会拓展和居民收入提升所注入的强劲动力。通过对一系列鲜活案例的挖掘与分析，本研究旨在提炼出可复制、可推广的经验模式，为其他地区农村电商直播的蓬勃发展提供有益借鉴与启示。

关键词 | 电商直播；乡村振兴；产业融合；政策扶持；农产品销售

Copyright © 2025 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



自2016年起，电商直播在中国大地上风起云涌，恰似一股强劲东风，吹散了传统商业模式的沉闷阴霾，为经济增长注入全新活力。互联网技术的突飞猛进与消费者购物习惯的悄然转变，共同催生了这一新兴业态。电商直播凭借其独特的实时互动优势，让消费者得以全方位、零距离地了解产品信息，购物体验焕然一新，购买欲望被充分激发。商家也借此契机，将产品迅速推向广阔市场，销售效率与市场竞争力实现质的飞跃。杭州，凭借其在互联网产业的深厚积淀与创新氛围，一马当先，将电商直播与地方特色经济巧妙融合，打造出众多极具影响力的直播品牌与活动，为当地经济腾飞插上强劲翅膀。

电商直播与农村经济发展深度融合在杭州成果斐然。它如同一把神奇钥匙，为农村地区打开了通往全国

乃至全球市场的大门，让农产品、手工艺品等特色产品得以突破地域局限，走进千家万户。与此同时，直播带货的热潮也带动了包装设计、物流配送等相关产业在农村地区的蓬勃发展。

本文将通过对杭州电商直播的案例研究，细致拆解其在农村经济发展中的多重作用与深远影响，从打破地理限制、拓展市场空间，到带动就业创业热潮，全方位剖析电商直播如何为农村经济注入源源不断的活力。

1 杭州电商直播的发展现状

电商直播行业在杭州的萌芽可追溯到2008年，那时淘宝平台涌现出一批“淘女郎”，她们堪称电商直播的先驱，在淘宝生态中破土而出，为杭州电商产业的繁荣埋下火种。历经多年发展，到了2016年，直播电商犹

作者简介：刘雅雯，贵州民族大学硕士研究生，研究方向：公共政策与政府治理。

文章引用：刘雅雯. 网络赋能乡村，共富路上“钱”景无限——杭州电商直播助力经济腾飞案例剖析 [J]. 社会科学进展, 2025, 7 (3): 243-248.

<https://doi.org/10.35534/pss.0703042>

如破茧而出的蝴蝶，翩跹飞向经济领域的中心地带，其行业生态日益完善，产业链上中下游资源的整合步伐不断加快。涵获公司凭借阿里巴巴3亿元的融资，在行业内崭露头角；张大奕、雪梨的淘宝女装店铺销售额轻松突破亿元大关，同时，众多明星主播如雨后春笋般纷纷涌现。淘宝双十一活动更是如同一把火，将直播带货概念烧得炽热，直播电商一跃成为炙手可热的风口行业。2018年，涵获成功在美国纳斯达克上市，为杭州电商直播的发展历程书写了浓重的一笔。抖音、快手等平台也迅速跟进，纷纷加大对直播电商业务的投入，使得杭州电商直播的格局不断拓展。

杭州，作为中国电商版图上的重要一极，坐拥阿里巴巴等众多大型电商平台，为电商直播的茁壮成长提供了肥沃土壤。在《2024年杭州市政府工作报告》中，“直播经济”被纳入新型消费发展规划，杭州致力于打造成为国际新型消费中心城市，明确社会消费品零售总额要实现超过5%的增长，网络销售额需实现7%的增长目标。

2 电商直播助力乡村振兴的效能

2.1 助力农产品销售腾飞

电商直播为农村产品开辟了前所未有的销售通路，让农产品、手工艺品等能够直面全国乃至全球消费者，彻底摆脱传统销售渠道的地域枷锁。在杭州，农村地区的特色农产品借助直播电商的东风，销售额与知名度实现火箭式蹿升。以杭州农产品为例，其通过直播平台的销售额在过去几年呈井喷式增长，部分特色农产品的销售额甚至翻了几番。西湖龙井茶便是其中佼佼者，直播电商的推广让其在国内市场声名鹊起，还成功赢得国际消费者青睐，市场份额不断扩张。

直播带货的魅力在于其极强的互动性与沉浸感。消费者可实时观看农产品的采摘、加工过程，全方位了解产品品质与特点，甚至能与主播实时互动，答疑解惑。在杭州的一些农村地区，农民将直播间搬进田间地头、果园菜园，直播展示有机蔬菜、水果的生长环境与种植技术，让消费者亲眼见证产品的天然与健康，从而大幅提升购买意愿与产品信任度。

电商直播也为农村的品牌打造和形象塑造提供了强大助力。直播时，主播们除了销售商品，还积极分享品牌背后的故事，传递品牌文化内涵，使品牌深入人心。杭州农村地区的农产品品牌如“杭州山珍”“杭州果园”等，在直播电商的助力下，逐渐打响名号，提升市场竞争力，为农村经济的长远发展奠定坚实品牌基石。

2.2 激发就业创业热潮

杭州电商直播行业的快速增长为当地农村带来了大量就业机会，激发了农村经济的活力。该市拥有32家顶级直播平台、近5万名主播，以及超过5000家与直

播相关的企业，带动了超过100万人就业。这一庞大的就业数据彰显了电商直播在杭州农村就业市场中的强劲动力。

直播带货岗位直接吸纳大量农村劳动力。从主播、助播到直播现场的布景、灯光、音效等技术人员，再到后期的视频剪辑、直播运营人员，电商直播构建起一条完整的就业链条。同时，电商直播还带动了物流、包装、客服等相关产业的蓬勃发展。农产品销售量激增，催生出对物流配送的海量需求，杭州农村地区纷纷建立物流配送中心，为农产品快速配送保驾护航，这些中心不仅提供大量就业岗位，还推动物流产业的升级与革新。包装产业也迎来春天，企业加大研发投入，开发新型包装材料与设计，满足消费者对产品包装的多元化需求，为农村产品销售提供有力支撑。

电商直播还催生了农村创业新浪潮。许多农村青年怀揣创业梦想，投身电商直播领域，利用自身专业知识与技能，开展农产品销售、品牌推广、直播策划等业务。他们成立电商公司，借助直播平台将家乡特色农产品推向市场，实现自身创业梦想的同时，带动周边农户增收致富。杭州西湖区的“红领直播间”项目，更是为农民提供直播带货机会，并与高校合作培养具备直播技能的农村主播，这些主播既能销售自家产品，也助力周边农户销售农产品，实现共同增收。

2.3 助推农村居民收入跃升

电商直播让杭州农村居民得以深度参与产品销售环节，收入水涨船高。农民通过直播销售自家农产品，不仅提升产品附加值，还直接获取更多收益。在杭州淳安县，农民借助直播销售茶叶、水果等特色农产品，经济效益大幅提升。淳安县浪川乡的“猪妈妈”张会，凭借直播销售自家农产品，吸引了众多粉丝，产品知名度与个人收入均实现飞跃。

电商直播拓宽了农村居民的就业与创业渠道。除了直接参与直播带货，农村居民还可投身物流、包装、客服等相关产业，或在电商直播的带动下，发展相关配套产业，例如农产品的深加工和乡村旅游等，通过多种途径增加收入。同时，电商直播帮助农民更准确地了解市场需求和消费者喜好，促进农村产业结构的优化和升级。农民根据直播反馈调整生产结构与产品策略，如转向有机种植、开发特色农产品等，进一步提升产品附加值与市场竞争力，实现收入的可持续增长。

3 杭州电商直播的成功案例及其运营模式分析

(1) 案例一：淳安县威坪镇黄金村高山茶直播带货资源整合与平台利用。杭州日报品牌栏目《谁不说我乡村美》精心策划“富村山居图”活动，免费为黄金村村民打造“村民直播间”，邀请方红雨等村民参与直

播带货。该活动借助媒体强大的影响力与专业能力，为村民提供全方位的直播平台支持与技术指导，同时利用杭州日报的宣传渠道，使直播活动声名远扬，吸引了众多消费者关注。

产品展示与文化挖掘。方红雨等主播在茶园现场直播，向观众全方位展示茶叶从采摘到制成干茶的全过程，让消费者直观感受茶叶品质与生产技艺。主播深入挖掘高山茶背后丰富的文化内涵，如当地独特的茶文化、茶农朴实的生活等，为产品增添独特魅力与文化价值，从而激发消费者的购买热情，增强产品的附加值及市场竞争力。

公益助农与品牌塑造。该直播带货活动秉持公益助农理念，致力于解决当地茶农茶叶滞销难题，彰显社会责任与担当。在帮助茶农增收的同时，成功塑造“富村山居图”这一公益助农品牌形象，增强消费者对产品的信任度与忠诚度，为后续的销售拓展与品牌推广筑牢坚实基础，实现经济效益与社会效益的双赢。

(2) 案例二：“江南舅舅”团队助农直播带货

团队组建与人才培养。何江南精心挑选并组建“江南舅舅”团队，从日常接触的阿姨中发掘出七位表达能力出众的阿姨，打造“乡村七仙女”直播团队。通过系统的培训与实战演练，不断提升团队成员的直播技能与带货能力，使其成为一支专业且富有特色的助农直播团队。

多渠道推广与合作拓展。团队不局限于自身直播间，积极拓展外部合作渠道。一方面，受邀前往江西赣南等地，助力当地果农销售脐橙等农产品，实现跨区域的助农合作，扩大直播带货的地域影响力；另一方面，与“舅在农村”等互联网企业达成战略合作，通过跨界联动，实现互联网资源与农业产业的深度融合，进一步拓展销售渠道与市场空间，提升农产品的知名度与市场占有率。

品牌打造与产业带动。凭借持续的直播带货活动与专业团队的精心运营，“江南舅舅”逐渐成长为知名的助农品牌。品牌效应的凸显，不仅让当地农产品的知名度与市场占有率大幅提升，还有效带动了相关产业的发展。仓储、物流、包装等产业在农产品销售的推动下，呈现出蓬勃发展的态势，为当地农村经济的整体提升注入强劲动力，实现产业联动与经济腾飞。

(3) 案例三：余杭区紫荆村竹笛直播带货

产业融合与共富工坊建设。紫荆村充分利用其竹笛产业的优势，创建了电商直播的“共富工坊”。他们将一所废弃的小学校舍改造成设备完善的直播间，并引入专业的第三方MCN机构，为新一代的“笛二代”农民提供全面的直播培训和运营支持。产业与电商的深度融合，为村民搭建起一站式直播带货平台，助力村民增收致富，推动竹笛产业的转型升级与创新发展。

专业培训与人才孵化。与专业MCN机构深度合作，

为村民量身定制系统的直播培训课程，涵盖直播技巧、产品展示、互动沟通等关键内容。通过专业培训，村民得以快速掌握直播技能，培养出一批具备专业带货能力的“新农人”，为竹笛产业的线上销售提供坚实的人才保障。

流量引入与品牌提升。借助余杭区丰富的直播电商资源与平台优势，紫荆村竹笛产品成功打入更广阔的市场，吸引了众多消费者的目光与关注。直播带货活动的开展，不仅让竹笛产品销量大增，还显著提升了紫荆村竹笛的品牌知名度与美誉度，增强产品在市场中的竞争力，为竹笛产业的可持续发展奠定坚实基础，让这一传统手工艺品在新时代焕发出新的生机与活力。

4 现存问题与挑战

(1) 收入分配不均现象凸显。直播带货行业的收入分配呈现出明显的两极分化趋势。从统计数据来看，95.2%的主播月收入不足5000元，而月收入超10万元的主播仅占0.4%。这种巨大的收入差距，反映出直播带货行业的成功机会并非均等分布，绝大多数主播难以获得丰厚的经济回报。在此背景下，中小主播逐渐崭露头角，成为电商领域不可忽视的力量。统计发现，在年销售额为50万至500万的主播群体里，30%的人粉丝数不到1万。这些小主播凭借对特定兴趣的深入理解和精准推荐，成功链接需求用户，获得更多的商业机会，彰显出在细分市场的巨大潜力，预示着未来可能涌现更多通过直播带货实现经济独立的“小人物”。

(2) 中小主播的成长之路充满挑战。他们必须不断创新，在选品、内容创作、社交互动等方面寻找独特的定位与优势。例如，一些小主播通过精准的市场定位与个性化的直播风格，成功吸引特定群体的关注，建立起稳定的观众基础，从而在细分领域中占据一席之地。

(3) 市场上还存在一些不规范行为，如黑中介等，给直播带货行业带来诸多挑战。部分主播为谋取私利，为提高产品销量和曝光度，不择手段，如虚假宣传、恶性竞争等，这种行为不仅严重损害了消费者的合法权益，还对整个行业的声誉和可持续发展产生了不良影响。因此，电商直播带货行业的规范化发展极为迫切且重要，迫切需要强化行业监管和自律，营造公平、诚信的市场环境，让直播带货行业的红利真正惠及广大从业者与消费者。

5 对策与展望

(1) 强化政府政策支持

为促进农村网络发展，政府需不断加强在农村网络基础设施建设方面的资金与资源投入，努力提升网络覆盖范围及信号品质，为电商直播提供坚实的技术支撑。网络基础设施是电商直播顺利开展的基石，只有网络覆盖广泛、信号稳定、网速快捷，才能确保直播过程的流

畅性与稳定性。然而, 当前部分农村地区的网络基础设施仍存在诸多短板, 网络覆盖不全面、信号不稳定、网速较慢等问题, 成了电商直播的发展难题。在一些偏远山区的农村, 复杂的地形、交通不便等因素导致网络信号难以覆盖, 使当地农民无法借助直播平台销售产品, 错失了电商直播带来的发展机遇。

为破解这一难题, 政府可采取一系列措施。首先, 增加财政预算, 专门用于农村网络基础设施建设, 为运营商提供充足的资金支持, 鼓励其在农村地区加快网络建设步伐, 迅速扩大网络覆盖范围。例如, 给予参与农村网络建设的企业一定的税收优惠、补贴等政策扶持, 降低企业投资成本与风险, 激发其投资热情与积极性。

其次, 政府应加强农村网络基础设施的规划与布局, 统筹协调各方资源, 精心制定网络建设方案。在规划过程中, 充分考虑农村地区的地理环境、人口分布、经济发展水平等因素, 合理确定网络建设的重点区域与优先顺序, 确保网络基础设施建设能够精准满足农村电商直播的实际需求。例如, 在农产品种植集中、旅游资源丰富的农村地区, 优先加强网络基础设施建设, 为当地农民开展电商直播提供有力支持, 助力农产品销售与乡村旅游发展。

此外, 政府还需注重提升农村网络基础设施的质量与技术水平, 积极推动网络技术的创新与应用。随着电商直播业务的不断拓展, 对网络带宽、传输速度、稳定性等方面的要求也在持续提高。政府可支持运营商加大对农村网络技术的研发投入, 引进与应用先进的网络技术和设备, 提高网络的传输效率与稳定性, 满足电商直播对高质量网络的迫切需求。例如, 大力推广5G网络在农村地区的应用, 充分发挥5G网络高速率、低延迟、大连接等优势, 为电商直播提供更加优质的技术支持, 使农民能够借助高清直播、虚拟现实等前沿技术手段, 全方位、生动地展示产品, 吸引更多消费者关注与购买。

通过全方位、多层次的政策扶持, 政府将为电商直播在农村的发展创造更加优越的网络环境, 借助电商直播平台, 为农民开辟增收致富的新途径, 推动农村特色产品迈向更宽广的市场天地。

(2) 夯实专业人才根基

电商直播专业人才是推动农村电商直播发展的关键支点。政府与相关机构应携手合作, 大力加强对农村电商直播人才的培养。组织形式多样的培训课程与教育项目, 全面提升农民的直播技能与运营能力。培训内容应全面覆盖直播平台的操作方法、直播内容的策划与制作、产品展示技巧、互动沟通能力, 以及电商法规与市场分析等关键知识领域。例如, 邀请经验丰富的直播主播与电商专家深入农村, 为农民开展面对面的指导与教学, 分享实战经验与技巧; 同时, 充分利用线上教育平台, 打造远程培训课程, 使农民能够灵活安排时间, 随时随地学习与提升自己的直播技能。

培训过程中, 要特别注重实践与理论的紧密结合, 鼓励农民在实际的直播操作中积累经验、磨砺技能。可通过模拟直播、案例分析等方式, 让农民在模拟的直播场景中学习如何应对各种突发状况与问题, 提高他们的应变能力与实战经验。除此之外, 搭建直播实践基地, 配备真实的直播场景和相关设备, 使农民能够在专业人员的精心辅导下开展实操练习, 进一步提升直播技能与运营能力, 为农村电商直播行业的发展储备一批实战型人才。

除了对农民的培训, 还应积极鼓励更多的专业人才投身农村电商直播事业。政府可制定一系列优惠政策与创业支持措施, 吸引电商领域专业的人才植根于广大的农村地区。例如, 为到农村开展电商直播的专业人才和企业提供税收减免等优惠政策、资金补贴、住房优惠等政策扶持, 降低他们的创业成本与风险, 激发他们的创业热情与活力。同时, 建立农村电商人才引进机制, 与高校、培训机构等开展深度合作, 定向培养与引进适合农村电商发展的专业人才, 为农村电商直播注入新鲜血液与创新动力。

此外, 搭建农村电商直播人才交流平台, 促进专业人才与农村地区的有效对接与合作。平台可及时发布农村电商直播的相关信息与人才需求, 为专业人才提供展示自身才能的舞台, 同时也为农村地区提供寻找合适人才的便捷渠道。通过人才交流平台, 专业人才能够深入了解农村电商的发展现状与未来前景, 精准定位适合自己的创业项目与发展路径; 而农村地区则能吸引更多优秀人才扎根乡村, 为电商直播的发展注入持续不断的活力与创新动力, 推动农村经济实现跨越式发展。

(3) 深化产业融合创新

推动电商直播与当地特色产业的深度融合, 是促进地方经济发展与产业升级的关键路径。将电商直播的实时互动优势与特色产业的独特魅力相结合, 能够更有效地将地方特色产品的文化内涵与品质特点传递给消费者。例如, 杭州丝绸产业历史悠久, 文化底蕴丰富, 通过电商直播, 可以生动地向观众展示丝绸的精湛制作工艺、丰富的文化故事以及多样的产品用途, 让消费者在购买丝绸产品的同时, 也能深刻感受到杭州丝绸的独特魅力与文化价值, 进而提高产品的附加值与竞争力。

打造富有地域风情的直播品牌, 堪称提升产品价值及竞争力的核心策略。此类成功的直播品牌, 既能吸引消费者的目光与信赖, 又能为产品注入更多品牌价值及文化底蕴。以杭州的“西湖龙井”茶叶为例, 通过精心打造专业的直播品牌, 邀请知名茶艺师与茶叶专家参与直播, 向消费者深入讲解西湖龙井的品质特点、品饮方法与茶文化知识, 成功提升了品牌的知名度与美誉度, 使西湖龙井茶叶在激烈的市场竞争中脱颖而出, 成为消费者心目中的优质茶叶代表。

要促进电商直播和特色产业的深度结合, 需政府、企业、行业协会等各方共同努力。政府可出台相关政策

与扶持措施，鼓励电商企业与直播平台与当地特色产业开展深度合作，提供资金支持、税收优惠、人才培养等多方面的帮助，为产业融合创造良好的外部环境。同时，加强与行业协会、商会等组织的合作，推动特色产业的标准化与品牌化建设，为电商直播提供高质量的产品与服务基础。电商企业与直播平台则需深入挖掘当地特色产业的潜力与特色，创新直播内容与形式，提高直播的专业性与吸引力，为消费者打造优质的购物体验与产品服务，实现产业融合的良好互动与协同发展。

此外，还需加快地方特色产业的数字化转型与升级步伐，提高产品的质量和创新能力，以更好地适应电商直播的发展需求。加强产品的研发和设计，推出更多满足市场需求和消费者偏好的独特产品；提升生产流程的数字化和智能化程度，确保产品的质量和稳定性。加大品牌建设和营销推广力度，提升产品的品牌价值与市场竞争力，为电商直播与特色产业的深度融合奠定坚实基础。

6 结论

电商直播作为一种新兴的商业模式，凭借其独特的实时互动优势与广泛传播力，在农村经济发展中扮演着至关重要的角色。它不仅为农村优质产品搭建起通往全国乃至全球市场的桥梁，还为农民提供了展示产品、提升品牌与增加收入的绝佳平台。杭州的成功经验充分证明，通过政策扶持、基础设施建设、人才培养与产业融合等多方面的努力，电商直播能够有效促进农村产品的销售、带动就业机会的增加以及居民收入的提升。

未来，随着技术的不断创新与市场的持续拓展，电商直播在农村经济发展中的潜力将进一步释放。5G、人工智能、虚拟现实等前沿技术的广泛应用，将为电商直播带来更清晰的画质、更便捷的互动与更丰富的内容。同时，消费者对农产品、手工艺品等农村特色产品的需求也将不断增长，农村地区特色产业的发展也将为电商直播提供更广阔的空间与更多元的机遇。

电商直播还可以与乡村旅游、文化创意等产业深度融合。例如，通过直播展示农村的自然风光、民俗文化与传统民俗，吸引游客前来旅游观光及体验，促进乡村旅游产业的繁荣；并且将农村的传统文化与创意设计相融合，打造出具有地域特色的文化创意产品。借助电商直播平台推向市场，为农村经济发展注入新的活力与动力。

电商直播的强劲东风将在农村经济发展的广阔天地中持续吹拂，为农村地区的繁荣与振兴带来无限可能与强劲动力，助力农村实现产业兴旺、农民富裕与乡村振兴的美好愿景。

参考文献

[1] 段心怡, 温韬. 电商直播营销策略研究——以杭州扬趣为例[J]. 商场现代化, 2025(1):

66-68.

- [2] 杭州市经济信息中心课题组. 杭州电商产业助力共同富裕的经验研究[J]. 浙江经济, 2024(11): 62-63.
- [3] 张博令. 杭州“直播电商第一区”: 大流量汇聚正能量[N]. 新华每日电讯, 2024-09-25(5).
- [4] 陈美琴. 杭州直播电商领域党建引领机制探析[J]. 杭州, 2024(16): 42-44.
- [5] 杭州市经济信息中心课题组. 杭州电商产业助力共同富裕的经验研究[J]. 浙江经济, 2024(11): 62-63.
- [6] 李檬, 周艳, 于越洋, 等. 直播促杭经济再飞跃引导直播电商产业推动杭州实体经济加速转型升级的对策研究[J]. 信息化建设, 2024(6): 56-58.
- [7] 潮声, 谢丹颖, 胡宗昊, 等. 电商主播的进与退[N]. 浙江日报, 2024-03-28(4).
- [8] 范海霞. 推进杭州直播电商产业高质量发展的观察与思考[J]. 杭州, 2023(10): 36-39.
- [9] 周旭霞. 社交电商平台赋能新制造的探索与实践——以杭州贝贝集团为例[J]. 杭州科技, 2022, 53(3): 42-45.
- [10] 余海晏. 电商产业发展中的政府治理研究[D]. 中共浙江省委党校, 2021.
- [11] 焦丽. 杭州市电商企业营商环境优化研究[D]. 西北师范大学, 2021.
- [12] 张淑贤, 李明珠. 杭州何以成为直播电商鼻祖城市[N]. 证券时报, 2021-09-09(A05).
- [13] 林洁, 胡雷芳. 基于校企精准对接的跨境电商“微专业”人才培养的实践和思考——以杭州师范大学钱江学院为例[J]. 商场现代化, 2021(9): 28-30.
- [14] 《关于加快杭州市直播电商经济发展的若干意见》解读[J]. 杭州市人民政府公报, 2020(9): 48-49.
- [15] 明文彪, 吕森, 严文律. 从“电商之都”走向“网红之都”——杭州网红经济发展洞察报告[J]. 浙江经济, 2020(6): 32-34.
- [16] 金典. “我就是流量”——杭州电商网红生存实录[D]. 浙江大学, 2019.
- [17] 赵一获. 杭州电商网红行业实况调查与思考[D]. 浙江大学, 2019.
- [18] 吴雪. 杭州电商之都[J]. 新民周刊, 2018(40): 16-19.
- [19] 陆丽芳. 互联网背景下杭州电商设计跨界复合型人才培养策略研究[J]. 计算机时代, 2018(5): 89-91, 94.
- [20] 张贺飞. 杭州的电商生态[J]. 现代企业文化

- (上旬), 2017(9): 72-73.
- [21] 李娜, 王红兵. 杭州钱塘智慧城互联网+电商产业的发展特色[J]. 杭州科技, 2017(4): 59-60.
- [22] 廖子金, 谢晶. 中小旅游电商企业商业模式比较分析——以杭州游侠客与合肥奔色为例[J]. 现代商业, 2017(11): 9-10.
- [23] 滕玲. 2016年杭州农村电商销售额达75亿元[J]. 杭州(周刊), 2017(2): 59.
- [24] 方刚军. 杭州A服装公司KOL电商直播营销策略研究[D]. 浙江工商大学, 2023.
- [25] 陈前虎, 叶雨繁, 陈静. 杭州主城区直播电商企业区位特征及影响机制[J]. 经济地理, 2023, 43(5): 97-107, 179.
- [26] 唐林飞. 基于杭州文化元素的高职跨境电商英语人才培养[J]. 学园, 2023, 16(14): 69-71.
- [27] 张若诗. 杭州远晟文化传媒有限公司营销策略研究[D]. 兰州理工大学, 2023.
- [28] 高彩云. RCEP框架下杭州跨境电商企业发展对策研究[J]. 中国物流与采购, 2023(7): 106-107.
- [29] 李婧婧. 安心备货放心下单[N]. 中国国门时报, 2022-11-11(2).
- [30] 李婧婧, 周雨亮, 周敏伟. 提高通关时效减少物流成本[N]. 中国国门时报, 2022-10-13(2).
- [31] 周旭霞. 社交电商平台赋能新制造的探索与实践——以杭州贝贝集团为例[J]. 杭州科技, 2022, 53(3): 42-45.
- [32] 金艳飞. 社交电商信息内容对消费者感知风险的影响研究[D]. 杭州师范大学, 2022.
- [33] 苏成之. 我国跨境电商综合试验区税收政策对企业的影响研究[D]. 云南财经大学, 2021.
- [34] 吕宏芬, 张淑英. 杭州开拓东南亚电商市场的问题与对策[J]. 北方经贸, 2021(4): 27-29.
- [35] 林芳兰. “杭州经验”对海南发展跨境电商的启示[J]. 新东方, 2021(1): 7-11.
- [36] 朱林婷. “一带一路”引领跨境电商协同创新发展路径研究——以杭州为例[J]. 特区经济, 2021(1): 62-64.
- [37] 郭玮. 跨境电商人才建设“杭州模式”分析[J]. 现代商业, 2020(18): 23-24.
- [38] 奚永. “一带一路”背景下杭州跨境电商发展探析[J]. 经济研究导刊, 2020(18): 158-159, 181.
- [39] 倪伟清. 杭州与深圳B2C跨境出口电商发展对比分析[J]. 山西农经, 2020(7): 41-42.
- [40] 刘娇. 杭州服贸代表作: 跨境电商服务助“中国制造”连接全球[J]. 服务外包, 2019(7): 44-47.

Empowering Rural Areas through the Internet: Unlimited “Money” Prospects on the Path to Common Prosperity —A Case Study of E-commerce Live Streaming Boosting Economic Takeoff in Hangzhou

Liu Yawen

Guizhou Minzu University, Guiyang

Abstract: Under the sweeping tide of the Internet, e-commerce live streaming has emerged as a rising star, shining brightly in the vast galaxy of rural economic development. This study takes Hangzhou as an observation window to deeply analyze the process of e-commerce live streaming taking root and thriving in rural areas, as well as the strong impetus it has injected into local agricultural product sales, job expansion, and income growth for residents. By unearthing and analyzing a series of vivid cases, this study aims to distill replicable and promotable experience models to provide beneficial references and insights for the vigorous development of rural e-commerce live streaming in other regions.

Key words: E-commerce live streaming; Rural revitalization; Industrial integration; Policy support; Agricultural product sales