

京津冀电商人才需求

刘星宇

北京物资学院商学院, 北京

收稿日期: 2024年2月23日; 录用日期: 2024年4月12日; 发布日期: 2024年4月24日

摘要

随着互联网技术的飞速发展和普及, 电子商务在全球范围内得到了广泛的应用。作为中国的重要经济区域, 京津冀地区在电商领域的发展也取得了显著的成就。本文主要对京津冀地区电商行业的发展现状、人才需求状况、人才供给情况进行分析, 探讨了电商行业对人才的需求特点及未来发展趋势。研究调查发现, 京津冀地区电商行业快速发展, 对电商人才的需求持续增长, 但人才供给存在一定缺口。在电商人才的供给侧和需求侧之间, 存在着一定的匹配程度问题。与此同时, 电商行业对人才的素质和能力要求也在不断变化, 需要更多具备创新思维、实践能力和跨界整合能力的人才。未来, 电商行业将继续保持快速发展趋势, 对人才的需求将更加多元化和专业化。

关键词

电商人才, 京津冀地区, 供给, 需求, 发展趋势

Beijing-Tianjin-Hebei Electricity Traders Demand

Xingyu Liu

Faculty of Business, Beijing Wuzi University, Beijing

Received: Feb. 23rd, 2024; accepted: Apr. 12th, 2024; published: Apr. 24th, 2024

Abstract

With the rapid development and popularization of Internet technology, e-commerce has been widely used in the world. As an important economic region in China, the Beijing-Tianjin-Hebei region has also made remarkable achievements in the development of e-commerce. This paper mainly analyzes the development status, talent demand and talent supply of the e-commerce industry in the Beijing-Tianjin-Hebei region, and discusses the characteristics and future development trend of the demand for talents in the e-commerce industry. The research and survey found

that the Beijing-Tianjin-Hebei region e-commerce industry is developing rapidly, the demand for e-commerce talent continues to grow, but there is a certain gap in talent supply. There is a certain degree of matching between the supply side and the demand side of e-commerce talent. At the same time, the quality and ability requirements for talents in the e-commerce industry are also changing, and more talents with innovative thinking, practical ability and cross-border integration ability are needed. In the future, the e-commerce industry will continue to maintain a rapid development trend, and the demand for talents will be more diversified and specialized.

Keywords

E-Commerce Talent, Beijing-Tianjin-Hebei Region, Supply, Needs, Development Trend

Copyright © 2024 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. 绪论

1.1. 研究背景

1.1.1. 京津冀地区的地理经济特点

2015年,党中央审核通过了《京津冀协同发展规划纲要》,京津冀地区的发展迎来了新的机遇。京津冀地区定位是以北京为核心的世界城市群、区域整体协同发展的改革引领区。充分利用电子商务的跨越时空性,发挥京解决各自的优势,为京津冀地区传统产业转型提供一条新路径,打造和谐健康持续发展的京津冀区域经济。[1]京津冀地区作为中国经济发展的重要引擎,其独特的地理位置使其成为国家战略的重中之重。位于华北地区的这片区域,自古以来就承载着我国政治、经济、文化等多方面的重要使命。如今,随着国家对于区域发展战略的持续推进,京津冀地区的发展前景备受瞩目。

1.1.2. 电商行业在区域经济中的地位

电子商务作为当今数字经济的重要组成部分,不仅在全国范围内蓬勃发展,也在京津冀地区表现出色。数字经济作为一种崭新的经济形态具备高规模、高附加值、高参与度、高便捷性的优势,不仅能够促进经济高质量发展[2] [3] [4],而且表现出一定的生态环境效应。近年来,随着消费习惯的变化,线上购物逐渐成为人们日常生活的一部分,电商行业已经成为京津冀地区经济增长的新引擎,对于促进就业、推动消费升级等方面发挥着积极作用。

1.2. 研究目的及意义

京津冀地区的电商市场规模逐年扩大,已成为全国重要的电商交易中心和电商人才集聚地。京津冀地区拥有众多大型电商企业,如京东等。随着企业规模的扩大和业务的拓展,这些企业对于电商人才的需求也在不断增加。除了大型企业外,京津冀地区还拥有大量的中小企业电商团队,这些团队对于电商人才的需求也十分旺盛。然而,当前电商行业人才的供需矛盾较为突出,一方面,许多企业缺乏高素质的电商人才,另一方面,许多有潜力的电商人才缺乏实践经验和专业技能,难以胜任相关工作。因此,为了满足电商行业人才的需求,提高京津冀地区电商人才队伍的整体素质和水平,相关部门和企业纷纷加强了电商人才培养和引进工作,同时开展各类电商人才交流和推荐活动,以促进京津冀电商行业的发展。根据调查,京津冀地区的电商企业主要招聘的岗位包括:电商运营、电商推广、网络营销、电商客

服、仓储物流等。对于这些岗位，企业对于人才的技能和经验要求各不相同。例如，电商运营岗位需要具备平台运营、活动策划、数据分析等技能；电商推广岗位则需要掌握搜索引擎优化(SEO)、社交媒体营销等技能。其中，搜索引擎优化，是一种通过了解搜索引擎的排名机制和工作特点，进而对网站进行内部和外部整合优化，使得网站被搜索引擎更加青睐，以此提高网站在搜索引擎内关键词自然排名。^[5]社交媒体是基于互联网的应用程序，其允许用户创建、交换或仅仅消费用户生成的内容，即个人创建、开发和共享的内容。^[6]京津冀地区的电商人才供给相对充足，但与需求相比仍存在一定的差距。一方面，高校和企业对于电商人才的培养力度不够，难以满足企业的需求；另一方面，由于电商行业发展迅速，新的技术和模式不断涌现，现有的人才队伍也需要不断更新知识和技能。因此，如何提高人才培养的质量和效率，缩小人才供给与需求的差距，是当前需要解决的重要问题。京津冀电商人才需求项目目的是明确电商人才所需要的技能需要掌握什么样的技术，以致于京津冀地区电商行业的快速发展。

1.3. 主要研究内容

京津冀电商人才需求项目目的是明确电商人才所需要的技能需要掌握什么样的技术京津冀地区电商人才需要掌握的技能：最主要的是调研、产品定位、管理分类、开发规划、运营策划、产品管控、数据分析、分析执行及跟进等主要技能。大学生在校要认真学习经济学和管理学的基本理论和知识，具有市场分析、经营决策和物流管理方面的较强的信息技术应用方面的发展潜力。大学生应将接受计算机、通信和网络安全方面的基本训练，具备运用网络技术开展商务活动以及进行电子商务系统的设计、开发和运营管理能力。分析了解国外发展电商的经验：第一，国外电商平台注重用户体验。电商平台的成功与否，很大程度上取决于用户的购物体验。因此，国外电商平台在构建平台时，始终以用户为中心，注重用户的需求，设计出简单易懂、操作便捷的界面，提供多样化的支付方式和物流服务，以及优秀的客户服务体系，让用户感受到无微不至的关怀。这样不仅能够吸引更多的用户，还能够提高用户的忠诚度，促进平台的长期稳定发展。第二，国外电商平台重视品牌建设。品牌是电商平台的生命线，良好的品牌形象不仅能够提高平台的知名度，还能够增强用户的信任感和购买欲望。因此，国外电商平台注重品牌建设，通过广告、营销等手段不断提高品牌曝光率和美誉度，建立起稳定的品牌形象。同时，国外电商平台也十分重视产品质量和售后服务，保证用户的购物体验，提高品牌的口碑。第三，国外电商平台注重数据分析。数据是电商平台运营的重要依据，通过对用户数据、产品数据、销售数据等的分析，可以发现用户需求、产品热销情况、市场趋势等信息，为平台的优化和发展提供有力的支持。国外电商平台在数据分析方面经验丰富，通过建立完善的数据分析系统，不断优化平台的产品、服务和运营策略，提高平台的竞争力和市场份额。最后，国外电商平台注重创新和合作。电商平台所处的市场竞争环境日趋激烈，只有不断创新和寻求合作，才能够市场中立于不败之地。国外电商平台在这方面经验颇丰，他们积极引进新技术、新模式，不断改进平台的业务流程和管理方式，同时也积极开展与其他企业的合作，实现资源共享、优势互补，提高市场竞争力。

目前，京津冀地区的电商人才供给相对充足，但与需求相比仍存在一定的差距。一方面，高校和企业对于电商人才的培养力度不够，难以满足企业的需求；另一方面，由于电商行业发展迅速，新的技术和模式不断涌现，现有的人才队伍也需要不断更新知识和技能。因此，如何提高人才培养的质量和效率，缩小人才供给与需求的差距，是当前需要解决的重要问题。

1.4. 创新点及不足

在全球化的背景下，各国电商的发展都带有各自的特点，也有许多可以相互借鉴的地方。首先，从美国、英国和日本等电商发达国家的培养计划中，我们可以看到他们非常注重学生的技术能力和创新思

维。他们鼓励学生通过实践去理解和掌握电子商务的知识和技能，同时也注重培养学生的创新思维和解决问题的能力。这些国家的培养计划中，往往会有许多课程涉及到创新思维和问题解决能力的培养，这也是我国电商人才培养计划中需要加强的地方。另外，从德国的电商人才培养计划中，我们可以看到他们非常注重学生的实践能力和专业知识。德国在电商人才培养方面，更加强调专业知识的深度和广度，他们的培养计划中涉及到的课程更多的是关于技术方面的知识，而且他们鼓励学生通过实践去深入理解和掌握这些知识。这也是我国电商人才培养计划中需要借鉴的地方，因为只有具备了足够的专业知识和实践能力，才能更好地适应社会的发展和变化。随着互联网的迅猛发展，电商行业也在不断变化和发展。因此，我们需要引入新的培养模式来培养出更加符合市场需求的人才。首先，我们需要更加注重实践能力的培养。在电商人才培养过程中，应该多增加一些实践性的课程，让学生通过实践去理解和掌握电商的知识和技能。另外，我们还需要更加注重创新创业能力的培养。在电商人才培养过程中，应该多增加一些关于创新创业的课程，鼓励学生去尝试和创新，培养他们的创新意识和创业能力。此外，我们还可以通过开展各种形式的实践活动和竞赛来提高学生的实践能力和创新创业能力。例如，可以组织学生参加电商大赛、创业大赛、全国大学生电子商务三创赛等活动，让他们在实践中学习和提高自己的能力。京津冀地区是我国经济发展最为活跃的地区之一，也是电商行业发展的重要区域。因此，在电商人才培养方面，也需要结合该地区的地区特点来发展相对应的人才。首先，该地区具有较为完善的电子商务基础设施和生态系统，因此在电商人才培养过程中，应该更加注重培养学生的实践能力和创新创业能力。其次，该地区拥有丰富的资源和文化底蕴，因此在电商人才培养过程中，也应该更加注重学生的文化素养和综合素质的培养。此外，该地区也拥有较为完善的产业链和供应链系统，因此在电商人才培养过程中，也应该更加注重培养学生的供应链管理能力和产业链协同能力。最后，该地区也拥有较为完善的人才培养体系和政策支持体系，因此在电商人才培养过程中，也应该更加注重与政府、企业等各方面的合作和协同发展。

2. 相关概念

2.1. 电子商务

对于电子商务[7]的概念，现今学术界根据其具体研究内容，可概括为两种：广义的电子商务与狭义的电子商务。广义的电子商务指的是一切依赖于电子手段进行交易的商务活动，即商品销售企业将产品或信息，依托于电子科技手段进行展示，相关消费者通过电子科技手段进行交易，从而完成产品或信息流通的商务活动。这种商务活动打破了传统商务活动时间以及空间的限制，提高了商品流通效率，提高了企业利润，增加了企业市场竞争优势。同时也帮助消费者更加全面的了解产品相关信息，提高交易效率。对于狭义的电子商务，是指人们通过各种电子工具完成交易的商务活动。所进行的商务活动主体主要包括商品生产者，中间商及消费者等传统贸易活动意义上的市场参与者。通过对电子商务广义与狭义概念的描述，可以发现电子商务概念主要包括两点：一是仍然是以商品交易为目的的商务活动；二是交易手段主要依托于电子产品与互联网络。电子商务发展至今，已然成为人们生活中不可或缺的商品交易方式。其交易模式主要可分为以下类型：

1) B2B，主要交易主体是企业，也就是一个企业提供一个平台，很多企业上去寻找和发布自己需求的东西，或者是寻求合作，典型的企业有：阿里巴巴，慧聪网。

2) B2C，主要交易主体是企业与消费者，B是企业，拥有自己的电子商务平台，典型的企业有：京东、天猫商城。

3) C2C，主要交易主体是个人，个人通过网络交易平台展示自己的商品，消费者在网络交易平台中进行商品购买，最典型的企业有：淘宝网、闲鱼。

4) O2O, 是指将线下企业与互联网平台结合的商品流通方式, 线下企业通过互联网交易平台展示自己商品, 吸引消费者。

除此之外, 电子商务这种依托于电子产品及网络平台进行交易的商务活动根据生产者与消费者的不同需求还可衍生出其他各种模式, 如 B2M、ABC 等模式。

2.2. 人才需求

人才需求[8]是指社会在一定时期和一定范围内的人才需要能力。对人才市场而言, 人才需求是指人才价格与有支付能力的需求量之间的关系, 对企业而言, 人才需求是指企业在一定时期内招聘到的人才数量或员工的工作时间, 本研究主要针对企业而言。从人才需求的行业分类看, 人才需求主要取决于行业的发展。其人才需求相关指标包括人才需求规模、人才需求年龄结构、人才需求的专业结构、学历结构及人才需求的工作能力结构。这也为本研究电商产业人才需求特征的实证分析提供了思路, 从招聘量、岗位量、技能需求特征结构等挖掘我国电子商务产业的人才需求特征。

3. 电商人才供给需求侧、供需匹配程度分析

3.1. 京津冀地区电商人才供给侧现状分析

3.1.1. 高校培养的电商人才数量和质量不足

目前, 京津冀地区的高校对于电商人才的培养存在一定的问题。首先, 高校对于电商专业的开设和发展相对滞后, 无法满足企业的需求, 其次, 高校在电商人才的培养过程中, 往往注重理论教学而忽视实践操作能力的培养, 导致学生缺乏实际操作经验。此外, 部分高校对于电商行业的发展趋势和市场需求缺乏深入的了解, 培养出的电商人才无法满足企业的实际需求。

3.1.2. 社会培训机构培养的电商人才质量参差不齐

除了高校外, 社会培训机构也是电商人才培养的重要力量。然而, 目前社会培训机构的质量和水平存在较大的差异。一些培训机构注重实践操作能力的培养, 但缺乏理论知识的传授; 而另一些培训机构则过于注重理论教学, 缺乏实践操作能力的培养。此外, 部分培训机构的教学质量和师资力量也存在一定的问题, 无法满足学员的实际需求。

3.2. 京津冀地区电商人才需求侧现状分析

3.2.1. 电商企业对于人才的需求多样化

京津冀地区的电商企业对于人才的需求呈现出多样化的发展趋势。除传统的电商运营、推广、客服等岗位外, 对于数据分析、用户体验设计、产品策划等新岗位的需求也在不断增加。由于这些新兴岗位的专业性和技术性较强, 企业往往难以找到合适的人才。

3.2.2. 电商企业对于人才的综合素质要求较高

除了具备相应的专业技能外, 电商企业对于人才的综合素质也提出了更高的要求。例如, 良好的沟通能力、团队合作精神、创新能力、学习能力等都是电商企业所需要的。然而, 目前部分高校和社会培训机构在培养电商人才的过程中, 往往只注重专业技能的培养而忽视综合素质的培养。这导致部分电商人才缺乏相应的综合素质, 无法满足企业的需求。

3.3. 京津冀地区电商人才供需匹配程度分析

3.3.1. 电商人才供需现状概述

随着京津冀地区电商行业的持续发展, 电商人才的需求呈现出不断增长的趋势。然而, 当前电商人

才的供给与需求之间存在一定的不匹配现象。一方面，部分电商企业难以招聘到具备合适技能和经验的电商人才；另一方面，部分电商人才在寻找合适的工作机会时也面临一定的困难。

3.3.2. 电商人才供需匹配程度分析

电商人才供给结构与需求结构的差异。目前，京津冀地区的电商人才培养体系相对完善，涵盖了高等教育、职业教育、社会培训等多个层面。然而，由于电商行业的快速发展和变化，电商人才培养的步伐在一定程度上滞后于行业发展的速度。这导致了电商人才供给结构与需求结构之间的差异。

电商人才素质与岗位需求的匹配度。在电商行业中，不同的岗位对于电商人才的技能、经验和素质要求存在一定的差异。在当前的电商人才市场中，一方面，部分电商人才的技能和素质难以满足企业对于高端岗位的需求；另一方面，部分电商人才在低端岗位上存在一定的过剩现象。

区域经济发展不平衡对电商人才供需的影响。京津冀地区在经济发展方面存在一定的不平衡现象，这在一定程度上影响了电商人才的供需匹配。一方面，部分地区的电商行业发展相对滞后，对于电商人才的需求相对较少；另一方面，部分地区的电商行业发展迅速，对于电商人才的需求较大。

3.3.3. 对策建议

优化电商人才培养体系。为了提高电商人才的供给质量，应进一步优化电商人才培养体系。一方面，高等教育机构应加强与电商企业的合作，及时了解行业发展趋势和岗位需求，调整课程设置和教学内容；另一方面，社会培训机构应提高培训内容的针对性和实用性，帮助求职者提升电商运营等技能。此外，政府可加大对电商人才培养的投入，鼓励各类机构开展电商培训项目，提升电商人才的供给数量和质量。

加强区域间人才流动与合作。针对京津冀地区电商行业发展不平衡的问题，应加强区域间的人才流动与合作。一方面，鼓励电商人才向发展迅速的地区流动；另一方面，加强欠发达地区与发达地区的交流合作，共享资源，促进共同发展。此外，政府可出台相关政策，鼓励和支持跨区域的人才培养项目，促进区域间的均衡发展。

提升电商人才素质与岗位需求的匹配度。为了提高电商人才素质与岗位需求的匹配度，企业应加强对求职者的综合素质考察，包括专业技能、沟通能力、团队协作能力等。同时，政府应引导企业调整招聘策略，关注人才的综合素质和发展潜力，而非单纯追求高学历或工作经验。此外，求职者自身也应注重提升综合素质，以满足企业对于高端岗位的需求。

建设产学研体化模式。产学研一体化是指将生产企业、科研机构、高等学校结合成一个整体，集科学研究与科技开发、人才培养及培训、技术推广及开发应用、生产与销售为一体，充分发挥各自的优势、推动科技与经济的结合，发展生产、发展科技的过程产学研一体化合作是高校服务地方经济建设和促进社会进步的有效而重要的途径，也是地方政府和企业促进高校提高人才培养质量、提高创新能力与办学水平的有效而重要的手段。^[9]通过建设产学研体化模式，高校、研究机构和企业可以加强合作，共同培养优秀的电商人才。这种模式下，高校和研究机构负责提供理论知识和基础知识教育，企业则提供实践机会和岗位培训，从而使学生能够更好地适应行业发展和企业需求。同时也有助于解决高校毕业生就业难的问题和企业招聘合适人才的困境。此外产学研体化模式还有助于促进技术转化和创新，为推动京津冀地区电商行业的健康发展这种模式应该得到鼓励和支持，加强企业自身建设，提高员工留任率除了优化外部的招聘策略外，企业还应加强自身建设提高员工的留任率。首先，企业应建立完善的薪酬福利制度，提高员工的福利待遇使其能够安心工作。其次，企业应关注员工的职业发展，为员工提供良好的晋升通道和发展空间。再次，企业应建立良好的企业文化，通过营造积极向上的工作氛围增强员工的归属感和忠诚度。最后，企业还应关注员工的工作压力和生活需求，通过提供舒适的工作环境和必要的支持帮助员工更好地平衡工作和生活。综上，京津冀地区电商人才的供需匹配是一个复杂的问题，需要政府、

企业、高校等各方共同努力通过优化人才培养体系、加强区域间人才流动与合作，提升人才素质与岗位需求的匹配度、建设产学研一体化模式、加强企业自身建设等方式，可以逐步解决供需不匹配的问题，促进京津冀地区电商行业的健康发展为区域经济增长注入新的动力。

4. 总结及应用前景评价

4.1. 总结

通过对京津冀地区电商人才需求的调查和分析，我们可以得出以下结论：目前京津冀地区电商人才的供需还存在一定的不匹配现象。一方面，高校培养和社会培训在电商人才的培养方面还存在一定的问题，难以满足企业的实际需求。另一方面，企业在招聘和培养电商人才方面也需要付出更多的努力。未来对于智能化、数据化、跨境电商和用户体验等方面的人才需求将不断增加。其中，跨境电商是指分属不同关境的交易主体，通过电商平台达成交易进行电子支付结算，并通过跨境电商物流及异地仓储送达商品、完成交易的一种国际性商业活动。[10]为了改善这种状况，建议采取以下措施：

高校应该加强电商专业的课程建设和师资队伍建设，与社会需求紧密结合，提高教学质量和学生的实践能力。同时，加强与企业的合作，为学生提供更多的实践机会和就业渠道。让学生并不是简单的学习课本上的理论知识，更加注重实践时所遇到的问题用电商专业处理的过程。

社会培训机构应该提高培训质量，与企业需求紧密结合，提供更加实用和符合需求的培训课程。企业应该加强与高校和社会培训机构的合作，共同培养符合企业需求的电商人才。

政府应该加强对电商人才培养的扶持力度，提供更多的政策和资金支持，促进电商行业的发展和人才的供需平衡。

4.2. 应用前景评价

京津冀地区作为中国北方经济的重要核心区，电子商务的发展前景日益广阔。在此背景下，针对该地区电商人才需求的研究与应用显得尤为重要。

4.2.1. 行业发展的必然要求

随着京津冀地区电商行业的快速发展，对于专业化、高素质的电商人才需求日益旺盛。通过对该地区电商人才需求的研究，可以明确当前电商行业对人才的特定要求，为人才培养机构提供参考，从而更好地满足行业发展的需求。同时，通过对电商人才需求的深度挖掘，可以为政府制定相关政策提供依据，以促进电商行业的健康发展。

4.2.2. 创新人才培养模式

通过对京津冀地区电商人才需求的研究，可以深入了解行业发展的最新动态和趋势，为创新人才培养模式提供思路。例如，针对当前电商行业对于数据分析、用户体验设计等专业技能的需求，可以在人才培养中引入相关课程和实践项目，以提高学生的综合素质和就业竞争力。此外，通过研究电商人才需求与创新创业之间的关系，可以探索将创新创业教育融入电商人才培养的新模式，为行业发展提供更多动力。

4.2.3. 优化人才资源配置

通过对京津冀地区电商人才需求的研究，可以掌握该地区电商人才的供给和需求状况，为优化人才资源配置提供依据。例如，针对当前电商行业中高级人才紧缺的问题，可以通过加强与高校、科研机构的合作，共同培养高素质的电商人才。同时，通过研究电商人才的流动趋势和分布情况，可以为政府制定人才引进政策提供参考，以引导更多优秀人才投身电商行业。

4.2.4. 促进产学研一体化

通过对京津冀地区电商人才需求的研究，可以加强高校、企业、科研机构之间的合作与交流，促进产学研一体化发展。例如，高校可以针对电商企业的需求，设立针对性的课程和实践项目；企业可以为高校提供实习和就业机会；科研机构则可以将最新的研究成果应用于电商实践中。这种产学研一体化的模式将有利于提高电商人才的培养质量，推动电商行业的快速发展。

4.2.5. 推动区域经济发展

京津冀地区的电商发展对于推动区域经济发展具有重要意义。通过对该地区电商人才需求的研究，可以制定出更加符合区域经济发展需求的电商人才培养策略，从而为区域经济的一体化转型升级提供支持。其中，区域经济一体化是指在一个区域范围内，不同地区的经济相互关联、相互依赖，形成一个统一的经济整体，共同发展和共享资源。区域经济一体化的核心理念是通过加强区域间经济合作和整合资源，实现多地区间的协同发展。^[11]同时，通过培养更多的优秀电商人才，可以提升京津冀地区的整体竞争力，进一步推动区域经济的发展。

综上所述，对京津冀地区电商人才需求的研究具有重要的应用价值和发展前景。通过对该地区电商人才需求的研究和应用，可以为行业、企业、政府和高校提供决策依据和支持，促进电商行业的健康发展，优化人才资源配置，推动区域经济的转型升级。未来，随着电商行业的不断发展，对于电商人才的需求也将持续增长。因此，应进一步加强对于电商人才需求的研究与应用，以适应行业发展的新趋势和新要求。

参考文献

- [1] 曹怀虎. 电子商务促进京津冀地区传统产业升级转型的实践路径研究[J]. 电子商务, 2018(5): 6-7.
- [2] 陈毅辉, 洪碧云. 数字经济对农业高质量发展的影响研究[J]. 技术经济与管理研究, 2022(2): 105-109.
- [3] 焦勇. 中国数字经济高质量发展的地区差异及动态演进[J]. 经济体制改革, 2021(6): 34-40.
- [4] 王翠翠, 夏春萍, 蔡轶. 农业电商扶贫可以提升农户的可持续生计吗?——基于农产品上行视角[J]. 浙江农业学报, 2022, 34(3): 636-651.
- [5] 施峰, 张瑾. 搜索引擎优化技术在高校网站的应用[J]. 数字技术与应用, 2023, 41(10): 109-111.
- [6] 高方方, 周海宁. 社交媒体时代小红书女性博主的情感营销传播策略探析[J]. 视听, 2023(12): 109-112.
- [7] 刘万立. 京津冀区域物流与电子商务协同发展研究[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北经贸大学, 2019(8): 10-11.
- [8] 陈谣. 基于大数据的我国电子商务产业人才需求特征研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆工商大学, 2020(1): 12.
- [9] 孙保友. 积极推进产学研一体化相结合促进地方高校创新发展[J]. 中国产业, 2010(8): 73-74.
- [10] 段雨欣, 林志刚, 张帆. 我国跨境电商发展现状、问题与对策探析[J]. 物流研究, 2024(1): 65-68.
- [11] 刘思辰. 区域经济一体化背景下东北地区冰雪体育旅游协同发展研究[J]. 文体用品与科技, 2024(5): 84-87.