

乡村振兴背景下乡村咖啡可持续发展对策研究

李新辉, 沈妍斐, 陈 诺, 汪小钰

浙江越秀外国语学院数字贸易学院, 浙江 绍兴

收稿日期: 2026年2月12日; 录用日期: 2026年3月11日; 发布日期: 2026年3月20日

摘 要

随着乡村振兴的深入实施, 乡村旅游异军突起, 作为新业态的乡村咖啡以其经济、文化和社会方面的多种价值备受关注。然而, 乡村咖啡的发展也面临许多困境。本研究以绍兴市乡村咖啡为例, 从多方面分析其面临的问题, 并提出具有建设性的发展对策建议, 为乡村咖啡可持续发展提供新的可行思路 and 理论参考。

关键词

乡村振兴, 乡村咖啡, 可持续发展

Research on Sustainable Development Strategies for Rural Coffee Shops in the Context of Rural Revitalization

Xinhui Li, Yanfei Shen, Nuo Chen, Xiaoyu Wang

School of Digital Commerce, Zhejiang Yuexiu University, Shaoxing Zhejiang

Received: February 12, 2026; accepted: March 11, 2026; published: March 20, 2026

Abstract

With the deepening implementation of rural revitalization, rural tourism has emerged as a powerful new force. As a novel format within this trend, rural coffee shops have garnered significant attention due to their multifaceted economic, cultural, and social value. However, there are numerous challenges for the development of rural coffee shops. Taking rural coffee shops in Shaoxing as a case study, this research analyzes the problems they encounter from multiple perspectives and proposes constructive development strategies. It aims to provide new feasible approaches and theoretical references for the sustainable development of rural coffee shops.

Keywords

Rural Revitalization, Rural Coffee Shops, Sustainable Development

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

在乡村振兴的深入实施下，乡村旅游蓬勃发展，已成为促进农村经济转型和社会结构优化的重要力量。作为乡村旅游的一种新业态，乡村咖啡因其因地制宜的本土性和与时俱进的消费性日益受到人们关注。乡村咖啡顾名思义就是经营者依托乡村地区的资源，以咖啡为载体开办的新型商业场所。它不仅是城市生活方式向乡村延伸的显性标志，更被视为推动文旅融合、激活乡村经济、重塑乡土美学的重要触媒。然而，在乡村咖啡潮兴起的同时，其发展正面临着一系列深刻的内在矛盾与结构性挑战，甚至许多店铺选择了闭店退场。因此，系统性地剖析乡村咖啡馆当前发展的多维特征与现实困境，探索其转型升级的可持续发展路径，具有重要的理论与实践意义。

2. 乡村咖啡研究综述

2.1. 乡村咖啡与乡村振兴的互动逻辑研究

乡村振兴战略强调产业、文化、生态、组织、人才五大振兴，为乡村咖啡发展创造了良好的政策环境与资源条件，而乡村咖啡的健康发展也成为乡村振兴目标实现的重要窗口。乡村咖啡通过将第三产业的消费场景植入乡村，有效响应了产业兴旺的要求，成为激活闲置资源、带动村民增收的切口[1]。同时，其作为乡村客厅式的文化空间，通过非遗技艺与体验设计，能够承载地方文化展示与再生产的职能，助力乡风文明与文化振兴[2]。相关研究显示，窑洞咖啡通过深度挖掘在地文化，成功将咖啡空间转化为展现乡村美学、形成情感连接的载体[3]。部分乡村咖啡项目依托乡村生态资源打造消费场景，如浙江安吉的深蓝计划咖啡馆盘活废弃矿坑资源，实现了生态保护与经济的双赢[4]。学者普遍认为，乡村咖啡与乡村振兴的深度融合，本质上是乡村资源价值的重构过程，能够有效激活乡村内生发展动力，推动乡村从传统农业向多元产业协同发展转型。

2.2. 乡村咖啡可持续发展的影响因素研究

乡村咖啡的发展是衔接乡村振兴目标与实践成效的核心环节，学者们从不同视角展开研究，在探索实现经济、社会、生态、文化四大效益的协同统一上取得一定成果。现有研究聚焦于乡村咖啡产业的全链条优化，提出通过精深加工、品牌化运营提升产业竞争力。云南保山新寨村构建的多元层级市场体系，以及普洱市咖啡一体化农旅融合模式，均为产业长效发展提供了有益借鉴[5][6]。乡村咖啡的发展为乡村建设提供支持，通过完善带农富农共享机制，让村民深度参与产业利益分配，助力乡村经济长效发展以促进共同富裕[7]。乡村咖啡的发展需坚守绿色底线，通过推广污水治理、节能减排、绿色消费等方式，避免过度商业化对乡村生态环境的破坏，实现产业发展与生态保护的协同推进[1]。深入挖掘地域文化内涵，将品牌叙事、研学活动等元素融入咖啡消费场景与产品设计中，打造具有独特标识的乡村咖啡形象[2]。这些成果为进一步研究乡村咖啡可持续发展提供了多元思路。

综上所述，当前研究已经认识到乡村咖啡的多维价值并试图提出可以推动产业长效发展的策略，但

尚存在局限性：一是大多采用静态视角，对乡村咖啡从起步到成熟不同阶段的适配策略探讨不足；二是风险防控研究薄弱，未意识到产业的健康发展需要内外兼修；三是缺少新兴要素融合的研究，忽略数字技术等要素在乡村新兴产业发展中的应用。因此，如何将创新思路融入乡村咖啡馆规划全过程，何以解决好乡村咖啡的安全风险问题，以及使用何种方式让数字技术赋能乡村咖啡产业，仍需进一步探索。

3. 乡村咖啡的发展现状

本研究团队采用案例分析与问卷调查的方式，通过实地考察与主理人、消费者、村民建立访谈，并从多角度展开分析，深入探究其在乡村咖啡产业中的角色特征。据调查，绍兴市近三成的乡村咖啡店开门营业不足一年，门店数量也位居浙江省末端。选取绍兴乡村咖啡产业进行研究对实现该地该产业的可持续发展具有重要意义，其后期成效也可为相近情况的地区或产业提供可行借鉴。

3.1. 选址特色

浙江省乡村咖啡馆数量持续增长，报道数据显示在 2024 年 10 月，浙江村咖的 2622 家中绍兴市占有 125 家[8]，截至 2025 年 10 月绍兴市共有 956 家[9]，近一年新增占比 86.9%。与标准化倾向明显的城市商业选址不同，乡村咖啡馆的店铺选址具有因地制宜的特性。通过对浙江省绍兴市域内多家乡村咖啡馆的实地考察不难看出，其选址的决策多依赖于对当地资源独特性的挖掘与转化。选址高度重视场地的景观可视性与美学价值，优先选择具有开阔视野、色彩层次丰富或自然风景优美的地点。同时，选址侧重于构建舒适、愉悦的整体休闲体验，而非仅仅依赖室内装潢。例如，将场所邻近潺潺小溪或金色稻田，使自然环境的声、光、味等多元感官要素融入消费过程。绍兴地区村咖充分利用具有地方特色、可改造性强的现存建筑，如废弃的旧水厂、传统石屋或砖木结构民居，具有难以复制的空间叙事基础。进一步分析发现，客流量较大的乡村咖啡馆选址往往综合实现了怀旧氛围营造、自然环境融入和拍照体验友好的多重目标。

3.2. 客流特征

乡村咖啡馆作为新兴的消费空间，其客流结构呈现出区别于传统城市咖啡馆的鲜明特征。客流的波动与农业景观周期及自然环境变化高度重合。许多乡村咖啡馆依托田园、花海、山野等资源而建，其吸引力在很大程度上是一种景观消费，消费者更愿意选择设施条件良好的乡村咖啡馆。在客源结构上，游客高度以城市居民为主体，是乡村咖啡馆的核心消费力量。分析实地访问数据，客流的消费动机呈现多元复合的特征，主要可归纳为三类，如图 1 所示。放松型消费，将乡村咖啡馆视为精神疗愈与社交的空

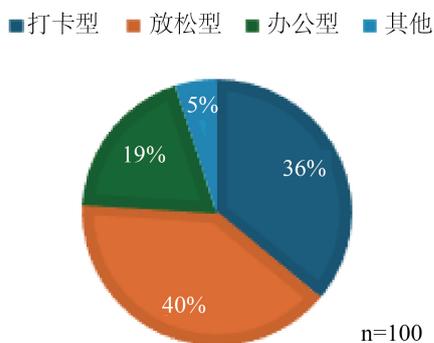


Figure 1. Distribution of consumer motivation types by proportion

图 1. 消费动机类型占比

间；办公型消费，借助乡村相对静谧的环境进行远程办公或会议；打卡型消费，注重获取可传播的影像素材与新奇体验。同时，基于目前乡村咖啡的消费模式，消费群体以年轻人为主，朋友、亲子为主要人际纽带。

3.3. 营收状况

乡村咖啡馆的营业收入表现出的显著波动与客流量高度同步。如前所述，客流受农业景观周期与节假日安排支配，这直接导致了营收的起伏。在稻田青绿或节假日期间，日均营业额可迅速攀升至峰值；而在景观空窗期与普通工作日，营收则随之滑入低谷。实地调研数据显示，乡村咖啡馆前期投入集中在30至50万元，部分店铺在旺季的日均营业额可达人民币20,000至30,000元。然而，一旦进入淡季，日均营收可能骤降至旺季的十分之一甚至更低。店内饮品的单价主要分布于25至40元，配套餐食价格区间为25至100元，受访消费者单人单次消费价格以35至75元为主力区间。部分营收结构较为单一的乡村咖啡馆收入高度依赖于核心咖啡饮品的销售，贡献率常占总收入的70%乃至更高，抗风险水平较弱，缺少创新的经营模式导致多元化营收低下。

3.4. 主理人画像

乡村咖啡的实体空间与独特体验在很大程度上由主理人定义。区别于连锁品牌的标准店长，乡村咖啡主理人通常集投资者、创意者、运营者与联络人于一身。鲜明的人物特征为理解行业走向提供支撑。团队访谈得知，绍兴市乡村咖啡主理人多为本地人，拥有城市教育或工作经历后返回乡村，兼具乡土情结与现代视野。他们将审美、营销和资源导入乡村，擅长打造高流量空间与品牌叙事。大多数主理人具有城乡双栖经历，能够翻译城市消费需求并在一定程度上创造性运用乡村资源。许多主理人的初衷包含对规避过度竞争、回归自然、探寻乡愁等生活价值的追求，力图以售卖生活的方式建立与本地社区的良性关系并从中获益，其如何处理乡村咖啡馆的社会关系对经营项目的可持续发展具有直接关系。

4. 乡村咖啡可持续发展面临的问题及分析

4.1. 消费模式同质

乡村咖啡的模式一定要和城市休闲活动区别开，核心体验内容的趋同与特色活动的缺失是成为制约其差异化发展与长期竞争力的关键瓶颈。具体而言，目前绍兴市绝大多数乡村咖啡馆提供的消费体验可归纳为“景观 + 咖啡”“标准化亲子活动”两类高度雷同的模式。静态观赏模式的体验本质上是被动接收型的视觉消费；引入的手工、绘画等常见于城市商业体的通用亲子活动是浅层互动模式。此类活动内容往往与咖啡馆所处的具体乡村环境、地方文化缺乏内在有机联系，是可复制的活动，导致不同乡村咖啡馆的消费体验在本质上具有极强的可替代性，未能形成基于地方性的独特价值主张。

这种同质化现象的产生，根源在于对乡村体验理解的表层化与运营思维的路径依赖。许多经营者将乡村咖啡馆简单理解为城市咖啡馆的乡村空间位移，或将乡村特色狭隘地等同于可见的自然景观，从而忽略了乡村可供深度开发的资源。其运营逻辑倾向于选择风险较低、已被验证的通用方案，而非投入成本进行在地化的原创性体验设计。当各店铺提供的核心价值相似时，竞争焦点便容易以价格战或对稀缺观景位的争夺为导向，限制其对乡村经济更广泛的带动潜力。

4.2. 本地文化缺位

经营者在文化叙事与产品开发上，普遍采用通行的行业模板或泛化的田园风格，导致其文化表达浮于表面，难以形成不可替代的品牌身份与体验深度。许多咖啡馆的内部装饰、品牌故事与营销话术，往

往依赖复古家具、工业风设计或全球流行的咖啡文化符号，构建的是一种去地域化且标准化的精致生活方式或简约美学。其所传达的价值与情感，与咖啡馆所在的具体村庄的集体记忆或是生产传统几乎无关。尽管身处特色物产丰富的乡村，但饮品单与食品仍以经典类咖啡和标准化西点为主，未能将本地特有的农产品或传统饮食技艺进行创造性转化开发出具有在地风味的独家产品，自然也尚未进入风味融合与文化象征的深层创新。

究其根源，研究团队认为这一现象是多重因素的叠加。城乡之间在生活方式、消费观念、审美标准等方面存在显著差异，这可能导致乡村咖啡在发展过程中面临文化冲突^[10]。许多投资者与主理人来自城市，其审美体系与商业经验本质是城市消费主义的延伸，对本地文化的认知容易停留于风景表象，缺乏对地方知识深层结构的理解与尊重。商业逻辑上直接复制成熟的城市商业模式或网络热点元素，被认为是一种风险更低、见效更快的选择，而深入挖掘本地文化并进行创造性产品研发，则需要更高的时间成本、知识成本和试错风险。将无形的文化资源，比如传说、技艺、节庆，转化为可体验、可消费、可传播的现代产品或叙事，需要更专业的设计思维与跨界整合能力。

4.3. 废弃资源忽视

在乡村咖啡馆的规划与运营中，普遍存在一种显著的资源错配现象，即对所处环境中丰富且可再生的在地废弃资源的系统性忽视与利用不足。所谓的在地废弃资源，在此语境下主要指三类：一是物质性废弃资源，如闲置或破败的传统民居附属建筑、生产性废弃设施、以及农作物收割后的残余物；二是空间与景观废弃资源，如村庄边缘的荒地、淤塞的池塘、杂乱的边坡，这些空间往往未被纳入景观审美体系；三是社会与文化性闲置资源，如未被商业化的传统手工艺技能、趋于沉寂的节庆习俗、老年人所承载的未被记录的口述历史等。经营者更倾向于投入资金购买建材、装饰品与标准化物料，宁愿增加碳足迹与乡村自然环境底色相悖，也要将身边具有独特质地和历史痕迹的旧物料视为无价值的废墟急于清理，较少有创造性利用。即便注意到某些资源，也往往仅限于基础性的空间占用，缺乏对其历史记忆进行深度解构与转译使之成为体验核心的设计能力。

这一忽视现象的根源在于工业化与城市中心主义的思维定式。主理人多习惯于依赖成熟、可控的供应链和装修方案，将改造等同于覆盖与替换，而非对话与再生。其成本核算体系也未能计入创意转化所带来的长期品牌价值与体验独特性，导致短期的改旧如新成本显得比长期的化旧为宝创作过程更为经济。

4.4. 复古打造存患

部分乡村咖啡馆热衷于营造复古氛围，为追求原真性或节约成本，直接大量采用未经过专业加固与维护的旧木制桌椅、老物件作为营业设施。这些物品在大客流、高频次的长期使用下，普遍出现结构大幅松动的状况，严重影响消费体验，更构成跌落、碰撞等直接人身伤害风险。有的咖啡馆通道被装饰物阻塞，采光与通风不足。这些问题会造成卫生死角，且旺季时人流密集，一旦发生突发事件极易因恐慌和引导缺失而导致秩序混乱，酿成严重后果。

审美绝对化的运营思维致使乡村咖啡馆缺乏对旧物进行安全化改造与定期维护的专业意识和标准流程。乡村非标建筑改造和特色经营场所目前常处于城市商业监管的模糊地带，缺乏针对性的安全规范与有效监督。许多主理人具备审美和营销特长，却缺乏工程管理和危机处理意识。

4.5. 数字建设不足

乡村咖啡的线上曝光高度依赖于店主自发或顾客自发在抖音、小红书等即时社交媒体平台发布的实地体验内容，缺乏系统的品牌内容规划和线上社区运营以及数据反馈分析，使得线上流量无法有效沉淀

为可识别、可互动的忠实客群。而且即便在占地面积较大且客流量可观的店铺，顾客也需在柜台前排队人工点单，服务员凭记忆或手写单据传餐。高峰期入口拥堵、点餐效率低下以及送错餐品等问题时有发生。根据对主理人的访谈，这种情况被模糊地解释为维持复古体验。实则更多暴露出经营者对数字化工具提升管理效率、优化顾客体验价值的认知不足与投入犹豫。

许多主理人将数字化简单等同于做社交媒体账号，未能理解其作为底层运营基础设施对优化流程、降低损耗、积累数据的关键作用。部分主理人认为部署电子点餐系统、库存管理软件等需要较高资金与技术投入，而自身缺乏评估与实施能力。更深层的原因在于体验的悖论，他们担忧引入数字化设备会破坏其着力营造的复古质朴氛围。

5. 乡村咖啡可持续发展的对策

5.1. 创新消费模式

乡村咖啡的经营与发展既要顾及到店铺的收入，也要慎重考虑未来的存亡问题。从根本上超越看风景喝咖啡的同质模式显得尤为重要。乡村咖啡主理人可以对店铺所在地进行系统性勘探，识别出可供转化的核心资源，然后将这些资源规划成具有叙事性与参与性的体验模块，拒绝仅作一个简单餐饮服务的提供者。具体而言，可联手咖啡师和当地农人开展深入农村环境的在地体验，运用当地农产品调制专属特饮[11]；设计周边调查项目，引导消费者进行自然创作，成果可在店内展示并优惠兑换本地农产品，促进形成联农带农的产业增长点[12]。将消费过程转化为融合多方面体验的过程，促使消费者从被动转为主动。此类消费活动有助于提升店铺客单价与顾客在店时间，同时又建立了竞争对手难以模仿的壁垒，有助于将单次地标通过性访问游客转化为认同店铺理念的忠实参与者。

5.2. 深耕本土文化

习近平强调：“中国式现代化离不开优秀传统文化的继承和弘扬”[13]。本土文化是中华优秀传统文化的重要组成部分，是中华文明的基础。克服乡村咖啡本土文化的缺位，需要摒弃将文化作为表面装饰的思维，转向将地域优秀文化作为驱动店铺发展的内生基因。众所周知，绍兴是著名的水乡、酒乡、书法之乡，其黄酒、纺织等产业更是位于全国前列。乡村咖啡的主理人可以将具有绍兴特色的元素融入在自己的产品中。基于我们的实地考察，绍兴具有特色的梅干菜、臭豆腐可以融入比萨等咖啡馆衍生产品中，绍兴的黄酒、新昌的圆柿、诸暨的年糕也可作为特调融入产品，这些本地产品的融入均取得良好成效。社区是作为促进文化保护的一种重要力量，文化是推动社区建设发展的关键资源。建立与社区的文化共生关系，乡村咖啡主理人可用社区思维来平衡咖啡与文化的关系，将咖啡作为文化在社区的一种载体，产生更多创造性的社区项目形成产业良性互补，从内部推动乡村咖啡的可持续发展。

5.3. 盘活废弃资源

将在地废弃资源纳入店铺全过程规划的核心战略视野，是乡村咖啡馆实现差异化与深度在地化的重要可持续路径。从废弃资源普查，再到资源价值再发现，设计师或主理人需要充分尊重物料本身的历史痕迹与物质特性，最大限度保留原有建筑结构，进行必要的最小干预。这就要求将运营功能前置，在规划设计阶段充分考虑资源的利用，避免建成后不符合实际使用需求而返工改造，同时通过空间的多功能使用提高利用率，摊薄改造成本。鼓励村民或村集体以闲置房屋免租或低租形式提供改造空间换取长期运营收益分成，降低主理人前期场地获取成本。此外，利用废弃空间打造具有特定功能的体验场景，能极大提升空间的故事性与探索乐趣。将废弃资源视为宝贵的美学资本，创造出既有经济韧性又有深厚情感联结的独特价值，在提升店铺循环经济成效的同时，也将废弃资源创造性转化的绿色理念推向公

众视野。

5.4. 规范复古安全

推动乡村咖啡的可持续发展，必须将安全与审美并重提升为核心原则，任何美学表达都不能以牺牲安全标准为代价。在实践上，建立从设计、施工到运营的全流程安全管控与常态化安全管理机制。旧物利用必须经过结构安全评估与加固；旧建筑改造需聘请专业机构进行结构安全与消防设计；建议配置消防设施、设置清晰应急标识并定期组织突发演练，设置留言板使消费者可随时对安全问题提出建议。在行业生态上，呼吁行业协会与相关部门协作，制定适用于乡村非标商业空间的柔性但明确的安全指引与检查机制。在符合村庄风貌管控要求的前提下，简易改造项目鼓励使用政府提供的通用设计方案，在减少设计成本的有利条件下，安全有保障、合规审查更快。将系统性安全内化为乡村咖啡馆美学价值的一部分，其营造的复古与乡愁才能真正成为令人安心且可长久驻留的美好体验，从而实现商业价值与社会责任的统一。

5.5. 搭建数字体系

推动乡村咖啡的数字化体系建设，倡导通过轻量无感的数字工具提升店铺运营效率。在前端顾客体验上，采用简洁优雅的扫码点餐小程序，设计界面契合地方乡村美学与店铺个性元素，菜单清晰展示融入本地故事的产品信息，不仅加深消费印象，又可有效分流高峰期点餐人流并减少等待与错单；目前餐饮空间在促进社交互动、推动体验经济等方面发挥着重要作用，使用混合现实技术[14]，在特定旧物或建筑节点设置二维码，加强互动叙事的用餐体验。在后台管理层面，部署较低运营成本的轻量化 SaaS 应用，整合单点收银、订单管理、会员维护、数据统计等系列功能；从地方营造理论视角来看，私域流量运营能够将来自短视频社交平台与线下到店的客流沉淀至社群、会员小程序等自有渠道，通过社群互动、体验推送、会员服务等方式持续产生打破主理人、村民与消费者互动壁垒的复合体验场景，使乡村咖啡馆向乡村公共客厅性质升级。整个数字化建设过程应采用渐进式路径，从点餐痛点入手，逐步扩展，确保数字工具使用自然流畅并不破坏乡村质朴感。

6. 结语

乡村咖啡的可持续发展对促进乡村文旅消费增长，实现乡村振兴具有重要意义。其在经济、文化与社会等方面的影响是促成这一新业态的重要推手，也是当代城乡互动与消费升级下的一道独特景观。在探索乡村咖啡可持续发展的过程中，政府、从业者、消费者都应明白这不是田园牧歌式的线性成长，而是交织审美追求与现实挑战的复杂实践。因此，乡村咖啡的可持续发展应当回归对地方文化的尊重理解，回归商业运营的安全、效率与人性化，超越对城市模式的简单复制，超越对乡村资源的肤浅消费，从而推动乡村振兴。

基金项目

2025 年浙江越秀外国语学院省级大学生创新创业训练计划项目“一杯乡村咖啡的可持续发展之旅”（项目编号：S202512792011）。

参考文献

- [1] 王睿郁. 乡村振兴背景下“乡村+咖啡”业态发展对策[J]. 乡村科技, 2025, 16(21): 77-81.
- [2] 施昕彤. 农文旅融合背景下乡村咖啡产业运营模式的创新路径研究——以北海市曲湾村为例[J]. 中原文化与旅游, 2025(17): 58-60.

-
- [3] 陈昕. 一杯咖啡里的乡村振兴新范式[N]. 定西日报, 2025-09-08(001).
- [4] 楼丽君, 威罗燕, 崔吉丽, 等. 浙江“村咖”: 一杯咖啡里的乡村振兴密码[J]. 浙江画报, 2025(5): 42-49.
- [5] 田宇, 郑宇. 咖啡产业乡村在地化实践中的市场层级构建——以云南保山新寨村为例[J]. 北方民族大学学报, 2025(1): 79-91.
- [6] 王建国. 普洱市咖啡产业农旅融合发展研究[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 云南农业大学, 2024.
- [7] 吴超, 周观琪, 张嘉悦, 等. 乡村振兴背景下保山咖啡产业高质量发展探讨[J]. 南方农业, 2023, 17(11): 206-209.
- [8] 周晨昀, 杨洋. 国庆假期热度排名全国首位“浙”里的“村咖”为何如此火爆? [EB/OL]. <https://tidenews.com.cn/news.html?id=2921008&source=1>, 2024-10-09.
- [9] 马冰雪. 开业即巅峰?“村咖”何以香飘更久? [N]. 绍兴晚报, 2025-10-16(A02).
- [10] 胡馨, 徐煜辉, 贺欣. 城乡融合视角下“村咖+”新业态提升路径研究——以南京市江宁区余村为例[C]//中国城市规划学会, 沈阳市人民政府. 迈向中国式现代化: 规划的价值与作为——2025 中国城市规划年会论文集(11 城乡治理与政策研究). 2025: 1184-1192.
- [11] 汪文羽, 赵璐洁, 童小珍, 等. 跟着“大咖”学做“村咖” [N]. 浙江日报, 2025-06-17(008).
- [12] 芦晓春. “乡村+咖啡”值得来一杯[N]. 农民日报, 2024-01-19(003).
- [13] 新华社. 习近平春节前夕赴天津看望慰问基层干部群众 向全国各族人民致以美好的新春祝福 祝各族人民幸福安康 祝伟大祖国繁荣昌盛[EB/OL]. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202402/content_6929771.htm, 2024-02-02.
- [14] 于洪涛, 苏贝勒, 薛璇烨, 邱宁. 基于 MR 技术的沉浸式餐饮空间设计——以济南柳茗居为例[J]. 设计进展, 2024, 9(6): 966-975.