

乡村振兴背景下电子商务赋能农旅融合发展的现状研究

张渝桢

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年9月23日; 录用日期: 2024年10月28日; 发布日期: 2025年1月2日

摘要

在新时代的背景下, 电子商务是实现传统农业现代化转型, 解决三农问题的重要外部刺激因素, 更是乡村全面振兴前所未有的时代机遇。基于乡村振兴的时代背景, 从内在机理、现实困境和路径优化三个维度审视电子商务赋能农旅产业融合发展, 既有可取之处, 但仍有不足之处。推进我国电子商务赋能农旅产业深度融合, 在宏观层面应做好顶层设计, 完善政策体系; 在中观层面应壮大市场主体, 形成品牌效应; 在微观层面应优化人才结构、加强资源整合。期望能以此为乡村振兴战略背景下如何利用电子商务推进农旅产业深度融合发展提出了切实可行的方法。

关键词

乡村振兴, 电子商务, 农旅融合, 现状研究

Research on the Current Status of E-Commerce Enabling the Integrated Development of Agriculture and Tourism under the Background of Rural Revitalization

Yuzhen Zhang

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Sep. 23rd, 2024; accepted: Oct. 28th, 2024; published: Jan. 2nd, 2025

Abstract

In the context of the new era, e-commerce has emerged as a crucial external stimulus for the modernization and transformation of traditional agriculture, addressing the issues relating to agriculture, rural areas, and farmers. It also presents an unprecedented opportunity for the comprehensive revitalization of rural areas. Based on the backdrop of rural revitalization, examining the integration of e-commerce into the development of agriculture and tourism from the perspectives of internal mechanisms, practical challenges, and pathway optimization reveals both merits and shortcomings. To advance the deep integration of e-commerce into the agriculture and tourism industries in China, top-level design and policy system improvement should be prioritized at the macro level; market entities should be strengthened to create a brand effect at the meso level; and talent structure optimization and resource integration should be enhanced at the micro level. It is hoped that this will propose practical methods for leveraging e-commerce to promote the deep integration of agriculture and tourism industries against the backdrop of the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural Revitalization, E-Commerce, Integration of Agriculture and Tourism, Current Situation Study

Copyright © 2025 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

党在十九大着眼于解决我国发展不平衡不充分问题、满足人民日益增长的美好生活需要的问题，首次提出了乡村振兴战略，其中“产业兴旺”作为乡村振兴蓝图的五大要求之首。随着脱贫攻坚历史任务的完成，以及农业强国新战略目标的提出，二十大对乡村振兴作出新的部署，强调坚持农业农村优先发展，加快建设农业强国，扎实推动乡村全面振兴。产业振兴是乡村振兴重中之重的时代课题，而积极借助数字经济时代下的积极成果——电子商务，赋能农业和旅游业深度融合发展，正是实现产业转型升级，实现乡村振兴战略的重要突破口。然而反观现有实践，不难发现现存产业中，仍遵循“政策搭台，农业唱戏”的逻辑。因此，本文基于乡村振兴的视阈考察电子商务赋能农旅融合的理论机制及其发展现状，并以电子商务特有的时代机遇对农旅产业融合发展的核心要素提出相应的赋能策略。

2. 电子商务赋能农旅融合发展的内在机理

马克思指出批判的武器不能代替武器的批判，“但是理论一经掌握群众，也会变成物质力量”[1]。要发挥批判的武器的物质力量，基础工作就是先厘清电子商务、农旅产业与产业融合三个基础性概念，这不仅是明辨其内涵与外延来得以研究工作开展，更是要明确其价值预设来得以发挥批判的武器的现实价值。

2.1. 电子商务的内涵

所谓的电子商务，一般是指在世界范围内的各种商业贸易活动中，在互联网开放的网络环境下，依托高速发展的数字技术，使买方和卖方从传统的面对面的方式转变为买卖双方不谋面地进行综合商业服务活动的一种新型经济运营模式。在新时代乡村振兴的背景下，电子商务的主体主要指农村电子商务，

即以农村居民为经营主体,依托现代交通体系和数字化大数据平台,通过网络化管理、市场化运作、进行跨区域跨行业联合,构筑紧凑而有序的商业联合体,来实现乡土特色产品、城市工业消费品或专业化服务跨时空、跨城乡双向电子交易和管理的过程[2]。

2.2. 农旅产业的内涵

农旅产业是指依托农村的生产功能和人文自然资源,对标市场需求,植入如餐饮住宿、交通运输、文化娱乐、商业贸易等旅游产业新业态,形成“以农促旅、以旅兴农”的新型经济发展模式。由此可见,农旅产业就是政策刺激、科技发展和市场需求的三重驱动下,农业产业和旅游产业形成互补共赢关系,共享产业发展的生产要素,将传统农业和旅游业和现代化需求完美结合的一种全新的经济模式。在这样的产业模式下,农田不再是单一的生产地,而成为了游客体验农耕文化、享受乡村风光的新乐园;农村也不再是简单的居住地,而成为了连接自然与城市、传承历史与创造未来的新窗口。

2.3. 产业融合的内涵

产业融合是以技术互补性融合、产品结合性融合为基础,逐渐打破原有产业边界,进行资源融合和产品渗透,为产业的良性互动创造机会[3]。微观层面上产业融合将改变产业间的敌对竞争关系,通过资源共享、技术协同等方式实现合作共赢;中观层面上产业融合能够提升产业多样性,满足消费者对多样化产品和服务的需求,为企业提供发展空间;宏观层面上能够促进传统产业与新兴技术的结合,促使产业转型升级,推动经济形态变革。

农业和旅游业的融合,一方面是基于时代的变迁,追求产量最大化的传统农业发展方式与现阶段物质水平提高和科学技术发展引起的农产品多样化需求相矛盾,加之农产品流通困难等问题,农业发展变革是历史之所趋。另一方面,在基础设施日益完善和生活水平不断提高的现状下,消费者受到生产力革新带来的影响,传统旅游方式已难以满足消费者多样化和个性化需求,同时在快节奏的城市化进程下,人们渴望逃离尘世喧嚣,追求返璞归真的愿望更加强烈,主客观因素的变化促使新的旅游产品应运而生。因此,农业和旅游业的融合发展迫在眉睫[4]。

2.4. 电子商务赋能农旅融合发展的内在机制

电子商务赋能农旅产业融合发展是数字经济时代产业融合催生的新业态,本质是以农村产业功能和资源优势为依托,利用信息技术的先进生产力优化重构农旅产业生产流通的诸多要素,激发数字经济时代下农旅产业转型升级与农旅经济高质量发展。这并不是将三个单要素机械叠加达到 $1 + 1 + 1 = 3$ 的结果,而是要充分利用先进生产力的有效成果——电子商务,以现阶段大数据平台为载体,依托特色农业和现代交通方式,将各个旅游产品所在地区的农产品融入到电商平台中,编织旅游产品与区域特色农产品之间互相关联的网络,最终实现 $1 \times 2 \times 3 = 6$ 。

产业赋能是指在时间上先后产生、结构上处于不同层次的不同类型在同一个产业链中实现优劣资源相互渗透、相互包含、相互发展的经济增长方式,电子商务和农旅产业具有天然互通之处。传统农业经济的显著特点是回报期长,投资收益率低,农户和顾客们只能在线下农贸市场、超市等进行实体交易。另外农产品本身具有保质期短,储存条件苛刻等特点,使得顾客对农产品的质量和安全具有很高要求,导致农户们销售困难、客户购买不便利等问题[5]。传统旅游经济则是以报纸、电视等传统传播媒介为宣传手段,知名度和时效性低,加之选取大众化旅游路线,难以满足个性化需求,真正优质旅游产品却因身处山林而不为人知。电子商务的跨时空、低成本、高速度、透明化优势为传统农旅产业的劣势指明出路,其以互联网为工具,从农村资源优势出发,指向农产品的供需问题和旅游产品的宣传问题,实现线

上线下双向联动，盘活农村资源，降低农产品成本，提升产品知名度，实现乡村振兴。

从经济层面来看，科学技术作为撬动历史发展的伟大杠杆，“不仅仅是使与单独个人的劳动不同的社会劳动的生产力发挥作用，而且把单纯的自然力——如水、风、蒸汽、电等——变成社会劳动的力量”[6]。电子商务的发展增强了人类对改造客观物质世界的广度深度，农村从传统以种植业为主的单一产业链到多元产业链的相互交融，农村产业转型升级，农民经济收入增加，推动乡村振兴战略的实施。一方面，通过农旅电商平台，打破传统农产品销售壁垒，缩短市场和产品之间距离，促进农业的现代化转型，更好巩固以农为本的基础功能。同时，利用电商平台高效率、低成本和透明化的优势，旅游业也找到了可以依托的资源优势和发展空间，为传统农村旅游管理不规范，部分小众旅游产品不为人知等问题提供新思路，为乡村旅游提供了更加宽广的发展空间。

从社会层面来看，利用农业资源向旅游资源的转换来重塑传统单一的产业结构，延长两者产业链，而且还实现了城乡之间供给优势和需求优势的有效互补。通过这种方式，城市资源优势向农村倾斜，推动农村地区先天不足之处的不断完善，逐步缩小城乡之间的差距，推动农村地区的发展，从而激发乡村活力，促进乡村振兴的伟大事业。

从文化层面来看，中国的农村地区不仅是农业生产的核心区域，更是中华民族五千年农耕文明的深厚底蕴所在。这些文化元素，如同古老的诗篇，承载着历史的重量，见证了社会的变迁。通过这一全新业态，不同区域、不同民族、不同文化传统的人群之间进行交流和接触，古老的优秀传统文化得以为世人所知代代相传。同时竞争者想在大数据平台价格围墙的激烈竞争下抢占市场先机，挖掘乡村地区特有的文化、民俗使其在千篇一律的商业运行模式中脱颖而出是必要之举。

从生态层面来看，农村产业的信息化转型需要农村环境资源、农业资源特色及农民经营意识等条件的支撑，而农村环境的不断净化，农业的绿色发展、农民的环保意识等又是产业转型升级的重要基础[7]。开发农村自然资源并不意味着凌驾于自然之上肆意妄为，相反，它是一种尊重和顺应自然规律的行为。通过还原自然的原始面貌，人们在感受现代化带来的便捷之时，也能回归到内心深处的简朴生活状态，使“绿水青山就是金山银山”的口号落到实处。

3. 电子商务赋能农旅融合发展的现实困境

在党中央大力支撑乡村振兴战略的时代背景下，利用电子商务推进农旅融合发展作为顺应时代需求而生的崭新产业，成为解决“三农”问题的有力抓手。在时代背景下，如何实现以农促旅、以旅兴农既是时代机遇，也是现实挑战。目前我国电子商务赋能农旅融合虽在黄金上升时期，但仍然存在虚假赋能融合，缺乏行之有效的制度和标准，基础设施不完善、信息孤岛等问题，发展环境仍有待优化。

3.1. 市场分配不均，缺乏顶层设计

借助电子商务推进农旅融合的深入发展既有机遇也有挑战。随着产业红利的日益显现和农村技术的先天不足，势必会有实力雄厚的企业、资本进入乡村市场，为乡村农旅产业发展注入活力。这些企业和投资者往往会着眼于如何最大限度地优化配置乡村农业和旅游资源，将其转化为经济效益，从而实现市场份额快速抢占。然而农旅电商旨在以农村居民为主体，通过积极主动参与产业发展，实现产业振兴，外来资本的涌入必然导致当地村民在分配利益时处于较为被动的位置，从乡村资源的主导者沦为了红利控制下的被动者，产业融合的红利没法切实惠及当地乡村反而成为部分人群的囊中之物。例如，一些企业利用其品牌影响力和营销策略，抢占市场份额，获得高额利润。这种情况下，村民们可能因为缺乏足够的市场营销经验和专业知识，而难以从电商农旅中获得应有的份额。

同时，村民之间也可能由于自身能力不同而出现收入差距。部分具备敏锐的商业洞察力和市场感知

力的村民，他们能够洞察到农旅产业的发展潜力并把握机遇，通过积极投身于这一领域而迅速积累了财富。相反，一些村民由于缺乏足够的经济资本、技术储备使其未能及时把握住商机。这些村民只能简单地参与到现有产业链中，从事那些机械化程度高、附加值低的工作，如种植、收割等，他们的收入因此受到了较大影响。这种个体间的能力差异导致了收入的不平等现象，加剧了乡村内部的贫富分化。因此，在电子商务促进农旅融合发展的同时，如何能够使村民公平地分享旅游发展带来的红利，成为了一个亟待解决的问题。

同时借助电子商务深刻改变农业和旅游业的传统面貌这一过程的实现绝非轻而易举之事，需要多方力量协同合作，共同推进政策制定、技术创新和服务提升。但目前各地管理主体不同，旅游发展水平也有差异，存在各自为政、多头管理、条块分割等现象，这些问题一定程度上制约了农旅电商的进一步深化，难以形成整体效益。其次，固有思维定式限制产业深入推进。通过区域间的沟通与协作，可以相互借鉴具有独特自然条件和文化差异的不同地区各自发展经验，协同开发特色产品。反观当下，一些地方政府往往拘泥于固有思维定式，一概认为各地存在差异，应自己独立探索闭门造车。或是走向另一个极端——照搬照抄模板，而不懂创新造新版，一味“麦当劳式”移植模板。

3.2. 资金链条短缺，产品形式单一

资金和技术的支持是保障农旅电商产业持续发展的基础。目前，数字市场的投资处于缺位状态，市场投资机构和旅游公司等投资者对于此类项目的投资意愿不足，数字经济的市场化作用并未被充分发挥到农旅融合的项目开发和数字化技术的运用上，目前该行业的从业主体是农村个体户，然而从农旅产品的前端开发和电子商务平台的运用和产品后期的售后服务无疑都需要大量人力物力投入，这显然是个体力量难以支撑的。

品牌效应在市场竞争中扮演着至关重要的角色。它不仅是一个产品质量和服务水平的体现，更是顾客忠诚度与品牌信誉的基石。通过有效地运用这一效应，企业能够将自己从激烈的市场竞争中脱颖而出。然而现阶段的电商农旅产业却被如出一辙的同质产业充斥，久居城市的游客期待通过宁静又有生机的田园生活、日出耕作日落而息的乡村体验实现自我疗愈，但却被千篇一律的商业化农家乐餐馆、大众化旅拍店等所取代，游客大多只是走马观花式地打卡拍照，却并未触及产业开发的核心要义，而大部分特色乡村产品也存在同样问题，特色产品的高度还不够，固守原本的舒适圈，同质化程度严重，缺乏内生动力。各地的产业的宣传和推广也未能充分发挥大数据精准推送、短视频引人入胜等优势，正如古人所说：“酒好也怕无人识”，这种局面导致了产业品牌难以在激烈的市场竞争中脱颖而出，建立起持久的吸引力与竞争力。面对这一挑战，我们需要重新审视和调整宣传策略，以充分挖掘现代科技手段带来的潜力，将产业的独特魅力和价值传递给更广泛的消费者群体。

3.3. 赋能程度不足，缺乏人才支持

目前农村数字化建设仍处于起步阶段，互联网普及率低，硬件设备短缺，不能适应电商的发展需求对信息技术进行高效应用，因此农村电子商务赋能农旅产业的发展存在先天不足，无法有效助力乡村振兴。究其原因，一方面是农村基础设施滞后。在信息化时代，借助互联网能实现跨区域信息共享，资源互通，但现阶段互联网价值也难以涉及人口老龄化、交通闭塞的偏远地区。根据《中国互联网发展报告》的数据，中国城镇地区与农村地区的互联网普及率分别为 85.1%、60.5%；中国非网民规模为 3.33 亿人，其中农村地区非网民占近六成[8]。在当今这个信息化高速发展的时代，农村信息化水平的滞后无疑成为了一个不可忽视的短板。这种落后不仅限制了农村地区与现代社会信息交流的速度和广度，而且也在很大程度上影响了它们把握时代机遇的能力。即便是掌握了数字技术但水平仍有待提升，大部分地区在农

业旅游宣传方面仍以第三方宣传为主。即使有少数乡村旅游景区，通过建立官方网站和开设微信公众号开展宣传，但由于缺乏专业运营人员和运营经验，而且没有流量支持，浏览量不高，宣传效果不佳[9]。

与此同时，高素质人才的流失更是加剧了这一问题。城市与生俱来的“吸虹效应”，导致年轻高质量人才不断向城市转移，结果是，农村地区的人力资源日益减少，留下的往往是那些年纪较长、体力和知识都相对有限的老弱妇孺。然而无论是前端的运行设计、中端的产品宣传、后端的技术维修都离不开高素质人才的支撑。

4. 电子商务赋能农旅融合发展的路径优化

科技赋能农旅，数字焕发新生已经成为激发乡村发展活力、振兴乡村经济的主旋律。实现乡村全面振兴，责任无比重大，使命无比光荣，面对现阶段存在技术、人才、资金等方面的问题，应从宏观、中观、微观三个层面探索实践路径。

4.1. 宏观层面：做好顶层设计，完善政策体系

政府应遵循产业发展的内在规律和敏锐洞察到发展趋势，积极利用行政力量从大局层面上有效地引导市场各方主体自发地进行融合与互动，促进有为政府和高效市场的结合，营造良好的外部环境。

一是在当前的经济发展背景下，各级部门必须深刻认识到电子商务对于推动农业和旅游业融合发展的关键作用。强化顶层设计，制定全面而周密的规划方案，确保农业、旅游等相关领域能够与当地的财政、科技等相关部门形成有效的统筹协调机制，促进信息共享，实现资源的高效利用。二是深化政策支持，积极构建有利于农旅产业与电子商务深度融合的发展环境。通过深入研究和分析现有国家、省、市层面关于农旅产业发展的相关政策与意见，将结合本地实际情况，制定出针对性更强、操作性更高的专项规划。这不仅涉及财政、税收等传统领域，还包括人才培养、投融资等关键环节，通过全方位的政策支持和服务保障，期望能够为农旅产业与电子商务的深度融合提供坚实的要素支撑，进而实现产业升级和经济增长的双重目标。三是要加快农村新型基础设施建设。面对农村基础设施薄弱，人们数字化意识不强的现状，应加快完善相关基础设施建设，组织农村居民进行数字技术和电商技能培训，使其更能够在数字化浪潮中抓住机遇，从而推动农村经济结构转型升级，最终实现农业现代化和乡村振兴的宏伟目标。四是优化产业融合的营商环境。在农旅电商发展的过程中，必然会出现各主体在资源、规则、利益等方面的冲突和矛盾，因此，积极利用数字化治理手段，将原有的垂直金字塔、条块分割的监管机制转为以产业融合为基础的网络化、扁平化监管框架，从而达到共赢[10]。

4.2. 中观层面：壮大市场主体，形成品牌效应

乡村振兴背景下，调动各类市场主体积极参与到电子商务的建设之中，利用城市资源优势拉动乡村电商农旅发展是乡村振兴的关键所在。通过调动市场各类主体的参与，盘活数字经济中的经济要素，可以为农旅融合发展提供资金支持和技术支持，推动农旅电商高质量发展。因此政府的角色不再仅仅是投资者，而是要通过政策引导和服务支持，创造一个公平竞争的环境，鼓励各方参与者积极发挥自身优势，共同参与到这场电商革命中来，带动企业、行业等其他组织形成一种通力合作的局面。资金链断节是当前农旅电商发展瓶颈的问题之一，应摆脱依赖政府单一投资渠道的传统思维，引入市场机制，鼓励各市场主体公平竞争。

做优做强品牌是提高产品竞争力、实施乡村振兴的必然选择。企业在这一机遇下应充分发挥自身的独特优势，巧妙地搭建起乡村地区与广阔市场的沟通桥梁，从而实现对产业资源与旅游资源的有效对接和高效转换，创造出多样化、高质量的农旅产品。同时，深入挖掘那些尚未被开发的旅游资源，积极开

发与之相关的旅游项目，致力于打造一个综合性的农旅电商品牌[11]。酒香也怕巷子深，品牌规范性形象打造完毕下，应当积极利用传媒产业来加大对品牌宣传的投入力度，传媒产业作为政府与企业，市场与经济，科技与产业联结的重要通路平台，其上承中央与省地政策的宣传普及，下接民情民意的显现传递，充分利用传媒产业使得品牌能够在众多竞争者中直击民心。陕西省程家川村正是做优做强的典范，紧紧抓住市场需求和时代机遇以农旅融合为切入点，做精乡村旅游，充分发挥乡村绿色生态、红色文化等资源优势，让黄土高原变成了塞外的世外桃源。

4.3. 微观层面：优化人才结构，加强资源整合

农旅电商模式建设所需了解农业、旅游领域的基础知识，还要精通信息技术和市场营销等多方面知识的交叉式学科人才。由此可见，高素质人才是实现乡村振兴的制胜之计。因此需从“自我孵化”和“助力引才”下手，形成一个既有外力驱动、又有内力支撑的双赢局面，共同促进乡村的全面振兴。

一是利用桥接效应引进人才。政府通过贷款优惠、就业补贴、社会保障福利等措施，吸引大学毕业生、数字型人才等群体不断返乡就业及创业，搭建发展平台，提供就业机会，助力产业发展。二是要建立电子商务人才培养机制。农户作为农旅电商的目标主体，既是乡村振兴号角的时代主角，又是产业融合的直接受益人。当前，我国部分地区农民由于地理位置的天然劣势仍然保留较强小农意识，致使知识储备难以满足信息化需求，对电子商务如何促进农旅融合发展的效应感到困惑，难以把握其价值预设。对此，我们必须采取有效措施，通过悉心的宣传引导和深入的教育培训来增强农民的主人翁意识，促进其转变故步自封的传统观念，争当有技能、会经营，能创业的新型职业农民，这样的农民将不再局限于传统农业生产，而是能够利用自己的知识和技能，参与到更多元化的农业产业链中，实现由产业获益边缘地位向乡村经济主体地位的转变，成为推动乡村振兴的重要力量。通过这些努力，可以逐步实现从单纯依靠农业收入向多元化经营转变的目标，农民生活水平提高，进而为乡村全面振兴添砖加瓦[12]。同时对已有的从业人员开展定期培训，重点扶持地方特色明显、发展潜力足、带头示范作用显著的农村电商经营者，加强如何运用直播带货这种新型的营销手段吸引消费者，以及如何通过网络数据分析来优化销售策略等实用技能的培训。三，与高校合作实施“订单式”农旅电商人才培养模式。高等院校需要紧密结合农旅电商综合性和时效性等特点，对固有的单一专业设置进行多元化改革，开发更加符合市场需求的专业课程体系。课程教学方面，则应该采用多样化的教学方法，以提高学生的实际操作能力和解决问题的能力为目的[13]。

参考文献

- [1] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第1卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2012: 9.
- [2] 田野, 夏杰长. 农村电商、农村居民就业与共同富裕[J]. 中国流通经济, 2024, 38(6): 66-76.
- [3] 蔡尚伟, 丁锦箫. 产业融合视阈下文旅产业与数字经济融合发展现状与对策——基于对成都的考察[J]. 广西社会科学, 2021(1): 118-123.
- [4] 杨阿莉. 从产业融合视角认识乡村旅游的优化升级[J]. 旅游学刊, 2011, 26(4): 9-11.
- [5] 钟凤英, 那鑫, 王雨微. “互联网+”农业发展模式的创新研究[J]. 商业经济, 2021(7): 119-122.
- [6] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第8卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2012: 280.
- [7] 李旭, 秦耀辰. 农旅融合驱动乡村振兴战略的作用机理与实证研究[J]. 河南大学学报(自然科学版), 2024, 54(5): 519-530.
- [8] 喻晓社, 游琪. 数字文旅推进乡村振兴的逻辑与进路[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版), 2024, 55(3): 99-108.
- [9] 程馨漫. 数字乡村背景下黑龙江省农旅融合发展路径研究[J]. 现代化农业, 2024(1): 59-61.
- [10] 张莞. 乡村振兴战略下民族地区农旅融合提升发展研究[J]. 农业经济, 2019(4): 44-46.

-
- [11] 黄毅英, 王永琦. 广西农旅电商一站式模式研究[J]. 中国农业资源与区划, 2016, 37(7): 211-214.
 - [12] 张莞. 做好“农旅融合”这篇新文章[J]. 人民论坛, 2018(32): 88-89.
 - [13] 钟华美. 乡村振兴背景下辽宁省“农旅 + 电商”的产业融合研究[J]. 旅游纵览, 2021(21): 101-104.