

# 乡村振兴背景下农产品网络营销策略研究

## ——以水城红心猕猴桃为例

杨璐璐

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年1月16日; 录用日期: 2025年2月6日; 发布日期: 2025年3月7日

### 摘要

在乡村振兴战略特别是数字乡村建设的背景下, 农产品的网络营销逐渐成为推动农村经济发展的重要力量。但是, 随着互联网技术的不断发展, 农产品网络营销在服务平台、品牌质量、物流设施等方面存在一些问题和不足。为了推动乡村经济的高质量发展, 农产品网络营销中存在的问题亟待改善和提升。水城红心猕猴桃是助力贵州省六盘水市水城区脱贫的特色农产品, 本文以水城红心猕猴桃为例, 结合理论与实际, 分析该产品的网络营销现状及其中存在的问题, 并提出针对性的改善对策建议, 以期能够优化水城红心猕猴桃产品的网络营销策略, 提高水城红心猕猴桃的市场竞争力, 促进当地经济的可持续发展, 进而探索电子商务助力乡村振兴的实践与理论经验。

### 关键词

乡村振兴, 农产品, 网络营销, 水城红心猕猴桃

# Research on the Online Marketing Strategies of Agricultural Products under the Background of Rural Revitalization

## —A Case Study of Shuicheng Red Heart Kiwifruit

Lulu Yang

College of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jan. 16<sup>th</sup>, 2025; accepted: Feb. 6<sup>th</sup>, 2025; published: Mar. 7<sup>th</sup>, 2025

### Abstract

Under the background of the rural revitalization strategy, especially the construction of digital

villages, the online marketing of agricultural products has gradually become an important force driving the economic development of rural areas. However, with the continuous development of Internet technology, there are some problems and deficiencies in the online marketing of agricultural products in terms of service platforms, brand quality, and logistics facilities. In order to promote the high-quality development of rural economy, the problems existing in the network marketing of agricultural products need to be improved and promoted. Shuicheng red heart kiwifruit is a characteristic agricultural product that helps the Shuicheng district of Liupanshui City, Guizhou province get rid of poverty, this paper takes Shuicheng red kiwifruit as an example, combines theory and practice, analyzes the current situation of network marketing of this product and the problems existing in it, and puts forward targeted improvement countermeasures and suggestions, in order to optimize the network marketing strategy of Shuicheng red kiwifruit, improve the market competitiveness of Shuicheng red kiwifruit, and promote the sustainable development of local economy. Then explore the practical and theoretical experience of e-commerce to help rural revitalization.

## Keywords

Rural Revitalization, Agricultural Products, Internet Marketing, Shuicheng Red Heart Kiwifruit

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

产业振兴是乡村全面振兴的基础和关键。在数字经济的浪潮下，农村电商作为信息技术与农村产业及农村经济深度融合的产物，已成为助推“三农”高质量发展、助力乡村振兴的强劲动力。通过电商平台，农产品得以突破地域限制，实现产销的无缝对接，极大地提高了农民的收入，丰富了农村的经济结构。因而，网络营销逐渐成为农产品销售发展的主要方向和趋势。“网络营销不仅为当地农村收入及农村经济发展带来契机，更成为乡村振兴战略中‘产业兴旺’的一种重要渠道”[1]。与此同时，农产品网络营销也面临着诸多挑战。如何优化与创新农产品网络营销模式，增强农产品的网络营销效果，推动行业的健康有序发展，以及如何通过农产品网络营销和农村电商的发展，以数字赋能产业融合发展，应用数字化手段培育乡村发展新动能，助力新农村建设与乡村振兴等都是农产品网络营销的发展方向。

关于农产品的网络营销，国内外学者都进行了深入的研究，并取得了丰硕的成果，为本文的研究奠定了理论基础。对比国内外关于农产品网络营销的研究，国外的研究起步较早，研究内容广泛，理论成果丰富。例如20世纪末美国学者罗伯特·劳特朋提出了4C理论，其中包括消费者(Consumer)、成本(Cost)、便利(Convenience)和沟通(Communication)策略。4C理论是网络营销的基础理论，其核心理念是将客户放在第一位，以客户的感受来规划营销活动[2]。国外学界关于网络营销的整合思维、品牌推广、强调客户主导以及产品差异化竞争等方面的研究对国内农产品网络营销的研究具有一定的借鉴作用。

国内，查金祥与黎东升较早对农产品网络营销体系进行了研究，分析了农产品网络营销的战略意义即有利于农产品市场信息获取、降低农产品交易成本、打造农产品品牌、拓展市场、客户关系管理五个方面。并分析了农产品网络营销存在的障碍，包括农村网络基础设施薄弱、网络信息化人才缺乏、农产品标准化程度不高、农产品物流配送困难，在此基础上构建了农产品网络营销系统，包括支撑系统、保障系统、应用系统和配套系统[3]。近年来，随着我国互联网技术的迅猛发展以及数字经济时代的到来，学界对农产品网络营销的关注度增加。特别是在乡村振兴的背景下，农产品网络营销、农村电商、数字

乡村等成为该领域的研究热点，关于农产品网络营销的研究也更深更广。但是就目前的研究而言，以理论为主，难免出现理论和实际相脱离的问题。因此本文从个案出发，着重分析贵州省六盘水市水城区的特色农产品——红心猕猴桃的网络营销情况及策略，分析其中存在的问题并提出优化建议。

## 2. 乡村振兴背景下农产品网络营销的意义

### 2.1. 拓宽农产品销售渠道

传统的农产品销售一般采用线下销售模式，通过实体店铺完成销售。传统的销售模式受各种因素的影响，农产品销量起伏大，甚至还会出现农产品滞销的情况，从而影响农民的收入和积极性。随着信息技术的不断发展，网络营销逐渐成为市场营销的主战场。网络营销的形式，可以一定程度上弥补农产品传统营销的不足，通过互联网进行宣传和推广，可以让农产品的销售突破地域的限制，大大拓宽农产品的销售渠道，提高农产品的销量。

### 2.2. 降低农产品营销成本

传统的农产品销售模式一般要经过中间商才能到达消费者手中，而中间商在收购农产品时会恶意压价，从而增加了农产品的生产成本，使生产者收益降低。对于偏远地区来说，农产品销售还会受到交通条件的限制，也增加了农产品的营销成本。采用网络营销的形式，可以让农产品依托网络营销平台，实现农产品生产者与消费者、购买者面对面的对接。“网络营销突破了传统的营销模式，使农产品的销售省去了中间商环节，使农产品生产者和消费者可以直接沟通，最终完成农产品的销售”[4]。针对地理位置偏远地区，由于交通不便利、信息不对称的情形使得农产品营销受损，通过互联网创新流通模式，可以在一定程度上降低农产品的营销成本。

### 2.3. 优化市场资源配置

农产品网络营销就是以农产品为主的网络营销活动，“是在现代化的信息技术条件以及软件工程的基础上，利用互联网平台以及移动互联网平台实现农产品交易、农业服务交易、农业信息交换等活动；网络营销为农产品打开了更加广阔的销路，突破原有的时间以及地域上的限制”[5]。农产品的网络营销模式具有成本低廉、效率高、效果好、覆盖面广等特点，能够有效解决传统农产品销售中存在的问题，帮助农民实现收入增长，加快当地农业产业的发展。因此，网络营销模式是“传统农业逐渐过渡到现代农业的重要途径”[6]。在优化市场资源配置的需求下，农产品相对于其他商品而言受众面广，有着较强的流通潜力。农产品网络营销可以突破时空因素的限制，在扩大农产品销路的同时，降低农产品的营销成本，提高农产品的市场竞争力。在这一过程中，网络营销发挥了优化市场资源配置的作用，提高了农产品市场资源的利用率，为农村经济发展创造有利条件。

### 2.4. 助推乡村经济发展

党的十九大报告提出实施乡村振兴战略，“农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题，必须始终把解决好‘三农’问题作为全党工作重中之重。要坚持农业农村优先发展，按照产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总要求，建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系，加快推进农业农村现代化”[7]。实施乡村振兴战略是建设现代化经济体系的重要基础。农业是国民经济的基础，农村经济是现代化经济体系的重要组成部分。乡村振兴，产业兴旺是重点。在数字经济时代下，农村发展的基础农业需要在互联网环境中开展创新化的营销模式。农村电商作为数字经济与农业、农村深度融合的典型应用场景，近年来呈现出蓬勃发展的态势。作为农村电商的重要组成部分，农产品电商通过数

字化平台有效缩短了农产品的交易链条,拓宽了农产品的交易范围。据商务大数据的监测,2023年全国农村网络零售额达2.5万亿元,全国农产品销售额达5870.3亿元[8]。农村电商通过农产品网络营销的方式,改变了传统农业的经营形态,构建了一种全方位、即时化的供需对接模式,从而解决了农产品为谁生产、生产什么、生产多少的根本问题。并且农产品的网络营销还对农产品质量提出了更高的要求,这倒逼农民采用更为绿色、生态、高品质的种植、养殖方式,从而推动农业生产走上专业化和标准化的发展道路。总而言之,农产品网络营销的高质量发展,正在推动着传统农业向现代农业的转型,为乡村经济的转型升级注入新的活力。

### 3. 水城红心猕猴桃网络营销现状及问题

#### 3.1. 水城红心猕猴桃的网络营销现状

水城红心猕猴桃主要分布于贵州省六盘水市水城区(原水城县)。水城红心猕猴桃具有较强的抗逆性,适应栽培范围广,其含有18种人体所需的氨基酸和多种矿物质元素,具有很高的营养价值和药用价值。水城红心猕猴桃具有增强人体机能,提高人体免疫力,促进新陈代谢和消化吸收,保健美容等功效;同时它还对消化道疾病有一定的治疗作用,特别是对长期在冶炼、采矿、石油、化工等环境条件下工作的人员身体健康极为有益。水城红心猕猴桃的果实成熟期在每年的8月15日~9月10日,每100克果肉含VC 135.77 mg。水城红心猕猴桃有很强的硬度,在八层熟以后,才开始变软,其后熟期较长,因此,它有很好的贮藏运输能力,常温条件下可储存10~30天,0℃~4℃条件下可储存5~6个月。

水城区是野生猕猴桃之乡,也是中国重要的猕猴桃种质资源库。2000年,水城区引进红心猕猴桃在猴场乡人工种植。水城猕猴桃产业园的“黔宏牌”红心猕猴桃为2008年北京奥运会指定果品、中国2010年上海世博会指定有机果品。2013年,水城区猕猴桃产业园区被打造成“现代农业高效示范园区”。2014年,国家质检总局批准对“水城猕猴桃”实施地理标志产品保护。2024年,水城区完成猕猴桃提质增效3万亩,猕猴桃采收3.61万吨,产值7.22亿元[9]。猕猴桃产业的蓬勃发展,不仅能够解决农民就业问题,在为果农带来经济收入的同时,也为当地的乡村振兴注入了强大动力。

近年来,为了促进农村产业兴旺,助力乡村振兴,六盘水各级政府都持续采取了多项帮扶措施,特别是随着电子商务的兴起,政府积极推进农村电商发展,将互联网与传统农业深度融合,加强电子商务产业基础设施建设,优化电子商务产业发展环境,培育电子商务产业新动能。首先,六盘水市政府积极运用新媒体的服务体系和平台赋能,多措并举做好惠农服务。以直播带货为切入点,深挖六盘水的特色优质农产品,主动对接客户,把直播间搬到田间大棚,畅通农产品生产者和消费者的双向流通渠道,推动电商网销优品品类不断丰富,行业规模不断提升。其次,水城区构建并不断完善县域电商服务体系,并重点打造猕猴桃产业带。2015年底,水城区成立电商工作领导小组,设立水城区电商发展服务中心。经过几年的发展,该区陆续获批2016年电子商务进农村综合示范县、2017年国家级电子商务进农村综合示范县、2020年国家级电子商务进农村综合示范县(升级版),2023年水城区还申报了六盘水市首个电商直播基地[10]。为了更好地为商户线上销售保驾护航,水城区还依托电子商务进农村综合示范项目、云仓建设项目等,构建了电商供应链服务体系。

红心猕猴桃产业是水城区电商发展的重点对象。一方面水城区高度重视猕猴桃产业的技术创新和推广,通过区级技术人员牵头,整合乡镇技术人员及企业技术骨干和种植能手等力量,组成猕猴桃技术推广团队,并以中国科学院、贵州大学、六盘水师范学院等科研院校为技术支撑,帮助解决猕猴桃生产和贮藏中出现的难题。在科技的加持下,水城红心猕猴桃的产量和品质得到大幅提升。另一方面,猕猴桃生产商还依托东西部协作、黔货出山等平台,在上海、广州、大连等城市建有水城红心猕猴桃线下

销售实体；在京东、天猫、拼多多等网络平台建立线上销售渠道，成功打开了东南亚、中东等国际市场。除了政府以外，地方企业、事业单位也在助力水城猕猴桃产业的发展。例如水城区邮政分公司与六盘水市邮政管理局联合开展了快递进村的“村级站点”建设计划，目前在水城猴场乡行政区建设了5个村级站点、29个揽收点，便于农户就近寄递，在揽收现场提供免费包装箱，并提供包装、封装、贴单、上车的一条龙服务。对于偏远地区的农户，还开通了上门取件服务。为了进一步提升寄递时效，水城邮政还不断优化网络组织和寄递流程。增设运输专线，提供高质量的运输服务。就这样水城区凭借其得天独厚的自然条件与资源优势，积极探索山地猕猴桃产业的现代化之路，将猕猴桃培育成了当地群众的“致富果”。

### 3.2. 水城红心猕猴桃网络营销存在的问题

目前水城红心猕猴桃的网络营销事业正处于上升发展阶段，我们在关注现阶段成就的同时，也不能忽略其中存在的问题。在当前水城红心猕猴桃的网络营销中主要存在以下四个问题：

第一，品牌效应不强，网络知名度较低。“产品品牌效应的强弱影响了其在消费者心目中的地位，而产品认知度的高低则决定了其在消费者心中的形象”[11]。如果在各大网络销售平台以“红心猕猴桃”为关键词进行搜索，“四川浦江红心猕猴桃”的出现频率要高于“水城红心猕猴桃”，若以“猕猴桃”为关键词进行搜索，就贵州省内的猕猴桃产品而言，“修文猕猴桃”的出现频率又要高于“水城红心猕猴桃”。对于网络消费者而言，平台推荐次数与销量会直接影响其购买行为，进而对品牌在消费者心目中的形象及品牌知名度产生影响。造成水城红心猕猴桃网络知名度较低的原因主要在于品牌建设的不足。主要体现为三个方面：一是品牌建设初期需要投入大量的人力、物力、财力，但是水城红心猕猴桃的生产经营以农户为主，具有一家一户分散经营的特点，其经济能力有限，从而使得品牌建设投入不足，品牌的影响力也难以延伸。二是龙头企业较少，目前规模较大的是六盘水凉都猕猴桃产业股份有限公司，虽然当地也培育了数种小有名气的红心猕猴桃品牌如“弥你红”等，但是水城红心猕猴桃依旧没有形成品牌效应，这就导致品牌辐射能力有限、销售带动能力不足。三是宣传意识较为薄弱，没有形成有效的宣传机制。农户和企业受传统“重生产而轻销售”的思维影响，也就是所谓的“酒香不怕巷子深”，认为猕猴桃的品质够好就足以吸引消费者购买，没有针对消费者的实际需求进行产品的设计和宣传。在网络环境下，如果不合理利用好互联网工具来增强产品的知名度，产品质量再好也难以在竞争激烈的市场中脱颖而出。

第二，网络营销渠道利用不充分。目前无论是企业还是农户都会利用社交媒体进行推广宣传，并在线上购物平台进行售卖，并且近年来还流行起“直播带货”的销售模式。但是在网络营销的过程中，大多数农产品从业者存在接受能力不足、抵触虚拟网络、网络平台选择困难、运营能力差等问题，对新兴营销方式的再接受和再学习无形中也增加了农产品生产经营者的运营负担，大部分经营者不愿意在电商平台和网络交易上花费过多的精力。这就导致水城红心猕猴桃的网络营销模式也难以形成完善的系统性设计，商家们未能充分结合新媒体平台的特点进行猕猴桃的营销，没有针对性地研究各平台渠道的引流规则、平台特色等，来打造不同渠道中水城红心猕猴桃的形象。所以即使网络营销已成为水城红心猕猴桃营销的主要形式之一，但是网络营销渠道的利用是不充分的，水城红心猕猴桃的网络营销效果也还没有充分显现出来。

第三，网络营销人才缺失。水城红心猕猴桃的网络营销主体以当地农民为主，具有年龄大、学历水平低的特点，多数营销主体也没有系统学习过营销相关知识，网络营销理念较为落后。同时由于知识能力有限，生产者与销售者没有对猕猴桃市场进行深度调研，不能准确把握不同层次、不同年龄段消费者的需求，进而不断创新营销策略。同时由于农村基础设施落后、就业机会少等客观条件的限制，当地难

以留住优秀人才，造成了农村人才空心化的问题。尽管部分经营者接受过一定程度的培训，能够掌握基本的网络营销知识，但是也仅限于使用新媒体平台展示产品的特性和功能，进行产品的简单销售。专业销售技巧、营销理论知识以及特色的网上促销手段的缺乏，在行业内卷的今天是很不利于特色农产品的推广和销售的。

第四，网络与物流配套设施不完善。“网络信息和物流平台配套是特色农产品网络营销建设的基础”[12]。目前水城农村地区的网络基础设施建设仍在发展阶段，通信基站少、网络入户率低、电脑设备不足、维护时效性差等问题依然存在。村一级物流覆盖率低，由于进村物流成本高，导致主流快递企业多是止于乡镇，不愿下乡进村，仅有邮政快递在行政村设有服务站点，而且多数只是定期配送，也不是长期驻守。冷链物流在村一级几乎处于断链状态。并且村镇物流渠道复杂、中间环节多，从而导致物流运输时间较长，不仅会降低鲜果在流通环节的新鲜度，而且一旦出现质量问题不容易找到源头从而进行问责，只能简单地归结为是卖家的责任。如果在物流环节不能提供高效的服务，也会导致农产品的生产和销售受阻。

## 4. 水城红心猕猴桃网络营销策略优化路径

### 4.1. 提高水城红心猕猴桃品牌认知度，打造品牌效应

在农产品的销售中，应结合当地的文化突出产品特色，着力打造特色品牌，形成市场竞争优势，具体地说就是要清楚地认识到产品的特质，以目标消费者的深层次需求为依据，对其进行市场定位，并制定相应的营销策略。可以通过多途径曝光关于水城红心猕猴桃的信息，提高其网络知名度。如利用网络传播渠道报道水城红心猕猴桃的相关利好新闻与行业前景等信息，达到新闻信息的扩散和触达；通过与网络粉丝的互动，产生粉丝效应进行口碑宣传；利用短视频平台发布有记忆点的短视频进行引流等。当地政府也应加大水城红心猕猴桃的品牌建设力度，打造一批科技含量高、带动能力强、市场影响力大的龙头企业，推动品牌规模效应的形成。

### 4.2. 完善网络营销渠道，推动全方位的渠道建设

首先要拓宽新媒体渠道的运用，可以分为四个方面，一是充分利用天猫、淘宝、京东、拼多多等购物平台，增强销售页面的设计与消费者的互动；二是商家可以开发微信商城的各项功能，并定期开展吸引粉丝的引流活动；三是利用抖音、快手、小红书等平台发布多样化的短视频吸引粉丝，提升视频浏览量；四是在直播售卖中，注意直播间的打造，可以与粉丝基数大的网红主播、明星主播合作，同时创新直播形式，提高消费者的购买欲望。其次是要加强网络营销渠道的管理，不仅要健全平台商品信息，为消费者提供详细、有效的参考信息，提升消费者的购买欲望，还要加强与支付平台、网络销售平台的合作，为消费者提供完善、安全的消费服务。

### 4.3. 加强网络营销人才队伍的建设

首先政府可以提供营销技术的培训和指导，提升农民的业务素养，提高他们对网络营销知识的认知技术水平，也可以为农民提供专业的技术支持团队，解决农产品经营者在网络营销中遇到的难题，“专业技术支持将使农民能够更自信地应对技术挑战，提高其在线操作的能力”[13]。其次政府要整合辖区内资源，加强乡镇基础设施的建设，加大电商人才引进力度，优化引进政策，提高人才福利待遇，畅通人才发展渠道，鼓励青年创业者及高校毕业生返乡创业、就业，通过专项基金、小额贷款、农机补贴等政策扩大电商人才队伍。最后当地可以与具有电子商务等相关专业的高校合作，同时加强与电商企业的对接，获取他们的技术支持，以此来提高营销效率，有效解决营销难题。

#### 4.4. 完善物流、信息体系

一方面政府要加强与第三方物流公司的合作，建立多层次的运输网络，提高物流效率。特别是要加快推进“快递下乡”工程，进一步提高乡镇快递网点的覆盖率。对于农村偏远地区，可以通过整合多家物流公司资源，创办或引进第三方配送公司，统一配送“四通一达”等多家快递公司的“最后一公里”快递，以便使物流服务能够真正落实到村里[14]。另一方面还要推动信息化工程，持续推进乡村网络设施建设，加强水城红心猕猴桃产品流通的信息化建设，构建具有权威性、信息量大、更新及时的全国猕猴桃信息网，实现水城红心猕猴桃产品流通数据的及时收集与传递，提高产品网络营销效率，优化网络营销效果。

#### 5. 结语

乡村振兴是现阶段国家农村工作的重点，其中产业兴旺是基础。乡村振兴要打好产业发展的“持久战”，关键要在乡村产业发展上精准发力，打好特色牌。贵州省六盘水市以水城红心猕猴桃为代表的农产品资源丰富，品质优良，具有较高的产品开发和销售优势，前景明朗。在数字经济的时代大背景下，网络营销兴起，并逐渐成为农产品营销的主流形式。当然，农产品网络营销是机遇与挑战并存。以水城红心猕猴桃为例，其具有自身的特色优势：网络营销有政府政策支持，发展有个人、企业和政府依托，技术有保障等。但同时水城红心猕猴桃在网络营销过程中也面临着诸多问题亟待改善和解决。无论是水城红心猕猴桃还是其他特色农产品的网络营销都应根据产品特点，从产品、价格、渠道、宣传促销等多角度提升网络营销策略，促进农产品网络营销的高质量发展，以推动乡村产业振兴。

#### 参考文献

- [1] 李丹. “乡村振兴”背景下农产品网络营销策略分析[J]. 经济师, 2022(2): 134-135.
- [2] 马勇, 张霄. 网络营销“4P”退休“4C”登场[J]. 商业研究, 2001(8): 19-20.
- [3] 查金祥, 黎东升. 当前农产品网络营销的系统架构研究[J]. 农业经济问题, 2006(3): 72-74, 80.
- [4] 孙义龙. 乡村振兴背景下农产品网络营销策略分析[J]. 山西农经, 2023(9): 173-175.
- [5] 洪梦娇. 乡村振兴背景下农产品网络营销研究[J]. 营销界, 2019(48): 1-2.
- [6] 余静. 乡村振兴背景下农产品网络营销策略分析[J]. 农村经济与科技, 2023, 34(6): 239-242.
- [7] 人民网. 习近平: 贯彻新发展理念, 建设现代化经济体系[EB/OL]. <http://jhsjk.people.cn/article/29635032>, 2017-11-08.
- [8] 乡村振兴网. 颜燕华: 以农村电商高质量发展助力乡村振兴[EB/OL]. [http://www.zgxczx.cn/content\\_66831.html](http://www.zgxczx.cn/content_66831.html), 2024-04-13.
- [9] 六盘水市人民政府. 水城区: 猕猴桃变“致富果” 乡村振兴有“钱”景[EB/OL]. [https://www.gzlps.gov.cn/ywdt/jrld/202411/t20241128\\_86144169.html](https://www.gzlps.gov.cn/ywdt/jrld/202411/t20241128_86144169.html), 2024-11-28.
- [10] 六盘水市人民政府. 鲁媛: 农货出山 乘“云”而上[EB/OL]. [https://www.gzlps.gov.cn/ywdt/jrld/202312/t20231226\\_83396804.html](https://www.gzlps.gov.cn/ywdt/jrld/202312/t20231226_83396804.html), 2023-12-26.
- [11] 王钰君. 河北迁西板栗网络营销策略研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 中南林业科技大学, 2022.
- [12] 李帅. L县特色农产品网络营销策略研究[D]: [硕士学位论文]. 沈阳: 沈阳大学, 2023.
- [13] 冶佳梅, 晁伟鹏. 乡村振兴背景下新疆农产品网络营销策略研究[J]. 市场周刊, 2024, 37(17): 68-71.
- [14] 王珂. A县农产品网络营销策略研究[D]: [硕士学位论文]. 洛阳: 河南科技大学, 2022.