

乡村振兴背景下社会工作助力农产品电商发展的方式

何 磊

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年8月5日; 录用日期: 2025年8月18日; 发布日期: 2025年9月9日

摘 要

电子商务等数字经济是中国经济高质量发展的新动能, 在乡村振兴的背景下, 本文从社会工作服务视角出发, 探讨农产品电商的可持续发展策略。首先, 分析了农产品电商的发展现状, 我国国家政策支持农村电商的发展, 农产品电商直播发展迅速, 农产品电商促农增收。但是农产品电商的快速发展存在农村电商人才匮乏, 物流交通体系不健全, 农产品标准化品牌化程度低等问题。最后从社会工作服务的视角分析社会工作参与农产品电商发展的可行性, 提出未来农村电商物流的可持续发展需要社工从政策倡导与资源链接、社区服务平台搭建、培育电商人才梯队、多元资源整合和社会协同网络构建等多个方面介入农产品电商可持续发展的过程中。

关键词

电子商务, 社会工作, 乡村振兴

The Ways in Which Social Work Facilitates the Development of Agricultural Product E-Commerce under the Background of Rural Revitalization

Lei He

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 5th, 2025; accepted: Aug. 18th, 2025; published: Sep. 9th, 2025

文章引用: 何磊. 乡村振兴背景下社会工作助力农产品电商发展的方式[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 846-853.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1492986

Abstract

E-commerce and other digital economies are new driving forces for China's high-quality economic development. Against the backdrop of rural revitalization, this article explores the sustainable development strategies of agricultural product e-commerce from the perspective of social work services. Firstly, the current development status of agricultural product e-commerce was analyzed. China's national policies support the development of rural e-commerce. The live-streaming of agricultural product e-commerce has developed rapidly, and agricultural product e-commerce has promoted the increase of farmers' income. However, the rapid development of agricultural product e-commerce is confronted with problems such as a shortage of rural e-commerce talents, an incomplete logistics and transportation system, and a low degree of standardization and branding of agricultural products. Finally, from the perspective of social work services, the feasibility of social work's participation in the development of agricultural product e-commerce is analyzed. It is proposed that the sustainable development of rural e-commerce logistics in the future requires social workers to intervene in the process of sustainable development of agricultural product e-commerce from multiple aspects such as policy advocacy and resource connection, community service platform construction, cultivation of e-commerce talent teams, integration of multiple resources, and construction of social collaborative networks.

Keywords

E-Commerce, Social Work, Rural Revitalization

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

在乡村振兴战略深入推进与脱贫攻坚成果巩固的背景下，农产品物流与电商发展成为激活农村经济的关键抓手。当前，我国农产品物流虽受益于基础设施升级和政策驱动，但仍存在农产品上行渠道不畅、物流技术应用滞后、专业人才匮乏、信息化程度低等结构性矛盾，制约农业产业升级与农民增收。基于脱贫致富这一重要战略部署，党和国家将继续加强对脱贫攻坚成效的积累和推广，并将其与城乡振兴高效衔接，以进一步提高城乡的经济效益，中共中央、国务院发布《关于实施乡村振兴战略的意见》以来，政府相继出台一系列促进农村电商发展政策，为解决“三农”问题提供新思路，为我国农业市场化转型起积极推动作用。本文将通过分析现阶段我国农产品物流的发展现状，探讨社会工作助力农产品物流发展的可行性策略，以间接达到社会工作助力乡村振兴的目的[1]。

2. 农产品电商发展现状

2.1. 国家政策支持农村电子商务的发展

近年来，政府对于农产品电商的发展给予了高度关注，并出台了一系列政策文件来支持。2019年2月19日，《中华人民共和国执行委员会国务院关于农牧业重要活动和做好“三农”工作的若干意见》要求进一步支持“互联网+农业”扩大物联网农业应用示范。商务部等9部门联合印发的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，以及央行等5部门发布的《关于金融支持全面推进乡村振兴加快建设农业强国的指导意见》等政策文件，鼓励社会各界积极参与支持农村电子商务发展，扩建农村仓储与物流

中心,加速农产品的配送能力,构建信息共享平台,帮助农民、农业企业、消费者及政府相关部门之间实现无缝对接,优化资源配置,打造特色鲜明的农村电商网站,为农村产品提供线上销售渠道,推广网络直播营销,进一步拓宽农产品销售渠道,提升品牌价值,为农产品电商的发展提供了有力的保障。

2.2. 农产品电商直播发展迅速

《中共中央国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》指出,深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程,鼓励发展农产品电商直采、定制生产等模式,建设农副产品直播电商基地[2]。在短视频和直播迅速发展的背景下,改变了传统的销售方式,农产品的营销方式也在转型。首先,与传统电商相比,“短视频+直播”产品信息传播更快,能够深入到大众的碎片化生活中,大幅度的增加农产品的销售额,对品牌进行推广宣传,帮助农产品更好地出村进城,为农产品销售提供发展机遇。其次,“短视频+直播”可视化更强,通过对农产品的详细讲解,消费者能够更直观的了解产品的优缺点,通过与消费者的互动,可以更快捷的为消费者解惑,获得消费者信任[3],在当前物质丰富的背景下,购物过程的精神体验尤为重要,“短视频+直播”通过专业性、知识性信息内容的传播,使得消费场景升级更好地满足消费者的需求,为购买行为作决策参考,消费者购物意愿增强。如贵州省修文县在修文猕猴桃大量上市的季节,组织群众和流量“网红”共拓猕猴桃销售“云渠道”,实现宣传和销售双丰收。

晴隆县沟通联系粤港澳大湾区优质媒体资源,建立新媒体营销联盟。打造线上线下营销渠道,通过举办党群“山海同心”工程联农助农直播带货、美食节现场直播带货等活动,实现抖音直播间累计曝光量达 439 万人次,切实将直播流量转化为“致富能量”;先后通过线上线下举办农特产品消费帮扶活动、“黔货”推介活动、“山珍海味”美食节,通过线上线下官方平台采购帮助消费帮扶黔货农副产品近 2000 万元。建设实体窗口,推动“黔货”融入市场。在大亚湾区最繁华商业地段建设集工作介绍、梦想点亮、直播带货、“黔货”创意文旅手信开发体验和展销等功能为一体的大亚湾区——晴隆县党群“山海同心”工程展示馆,提高两地群众在文化上的相互认知度,打造成为传承弘扬山海文化,“联动东西、链接内外”资源的窗口和平台。

2.3. 农产品电商促农增收

首先,农产品电商拓宽了销售渠道,电商平台如淘宝、京东、拼多多等,以及抖音、快手等短视频平台的直播带货,为农产品提供了广阔的线上市场。农民可以通过这些平台直接将产品销往全国各地,甚至海外市场,极大地拓宽了销售渠道。通过以上平台,农产品还探索出了“直播+农产品+网红”的电商模式,通过网红直播带货,不仅提升了农产品的曝光度,还增强了消费者的购买意愿和农民收入来源。其次,农产品的品牌影响力和附加值得到提升,电商平台利用自身的流量优势,通过广告、直播、短视频等多种形式对农产品进行宣传推广,提高了农产品的知名度,农产品和地方政府合作,通过打造区域公用品牌、进行产品包装设计等方式提高农产品的市场竞争力。最后,农产品电商促进产业升级,对农村就业和农民返乡创业的带动作用十分明显,农产品电商带动了相关新兴产业的发展,如农产品加工、包装设计、仓储物流等。这些产业的发展不仅为农民提供了更多的就业机会和收入来源,还促进了农村经济的多元化发展[4]。在竞争激烈的市场,农民开始更加注重产品的品质和品牌的建设。

3. 农产品电商发展存在的问题分析

3.1. 农村电商人才匮乏

农村电商发展人力资源缺乏主要表现在两个方面,一是缺乏农村电商专业人才,农业劳动力外出务

工的潮流持续增强,导致“农民工”群体规模日益扩大,大多不愿意返乡,尤为显著的是,这一趋势中年轻人的比例显著上升,掌握专业技能的新时代青年更愿意留在城市发展,他们不仅更为熟悉互联网,还普遍掌握了一定专业技能,电子商务属于新兴发展模式,需要从业人员有较高的专业水平,作为推动农产品电商发展的关键力量,这些年轻人的外流无疑给本地电商的发展带来了难以估量的损失与影响。二是农村居民缺乏运营电商的专业技能,在农村电商的发展中,农民是生产和消费的主体,是农村电商发展的主要参与者,目前的农村电商发展中,农村专业人才外流,当地的农民知识水平有限文化程度较低,导致从事农村电商的农民缺乏专业的技能,电子商务不是简单地在网上售卖产品,而是包含建网站、网站设计管理运营等多方一体的综合型销售策略,虽然当地政府会组织电子商务技能培训,但是一般政府培训的内容都局限于基本的开网店、客服话术、视频拍摄等,对更高层次的店铺运营、美工设计、品牌宣传等专业技能培训较少,无法满足所有农民的培训需求,农民对发展电商的实操能力较弱,对新兴繁杂的互联网技术应用难度较大。

3.2. 农村物流交通体系不健全

农产品物流配送在农村电商发展中发挥着重要作用,农村物流交通体系不仅能够将电商受众从大城市向小城市扩展,改变居民的消费习惯,还可以将原本偏远、难以覆盖的农村地区得以纳入电商服务范围,有助于农产品从农村地区向城市地区的流通,保持农产品的品质,减少损耗,帮助农民增收。但是我国地理环境复杂,疆域辽阔距离较远,农村地区偏远,道路狭窄增加了运输的难度,大多数农村电商市场没有储存、冷藏、冷冻和分销等后勤设施,冷链设施不完善,无法满足农产品的保鲜包装、储存和配送需求。生鲜农产品的季节性特点极易腐烂变质,对运输过程中的冷链和保鲜技术要求高,生鲜农产品的打包、运送等环节对物流的要求更加严格,传统运输体系会影响生鲜农产品的品质,许多企业仍然主要通过手工操作控制产品的储存、流通和分销[5]。农产品物流配送体系尚不完善,导致物流成本高、效率低,影响了农产品的销售范围和时效性。

晴隆县山多地少,农作物大多种在山上,受地形限制,当地农作物种植至今仍延续着“梯田式”传统模式,橙树、茶树等经济作物多依山势呈阶梯状分布,农作物采摘需要人工从山上背下来,且每次不能背太多,单次运输量少,农产品人工成本高,这种“靠天吃饭、肩挑背扛”的作业方式,使得晴隆脐橙等特色农产品的产出本就承载着远超平原地区的劳动投入。农产品从产地到消费市场的长途运输需要依赖货车等交通工具,晴隆县山区道路蜿蜒崎岖不仅增加了运输难度,到主要消费市场的运输距离较远,运输成本高。以脐橙为例,作业方式和交通条件的不同导致了晴隆脐橙市场价在8元每斤,而江西的赣南脐橙市场价在4-6元每斤,晴隆脐橙的市场远不如赣南脐橙。

3.3. 农产品标准化、品牌化程度低

随着互联网技术的进步,消费者愿意通过互联网各个平台购买商品,如今农业机械化的发展和成熟,农产品产量更高、规模更大、价格更低,吸引大量消费者在互联网平台上购买。在以顾客需求为中心的背景下,消费者对农产品有了更高的需求,除了基本的质量和数量需求,还会更加注重农产品的品牌形象。但是当前农村电商发展对农产品的标准化、品牌化认知不足。标准化程度低主要体现在农产品作为非加工产品,自然生长差异大,外形和内在口感无法人为控制统一,部分农产品对农药化肥的使用没有标准,也会造成食品安全威胁,且农产品检验制度不规范,缺乏标准化的管理与监督,对电商农产品的销售相关的管理体系尚不完善,导致不合格的农产品流入市场、滥竽充数,对农产品电商发展造成不利影响。农产品品牌化能够提升农产品竞争力、促进农民增收,让农产品在激烈的电商市场竞争中脱颖而出,但是目前农产品品牌化意识不足,首先,部分农产品由于地理特色在国内有一定知名度,却没有建

立成一个品牌，农业企业对品牌建设和维护的资金投入较少，农产品在销售中缺乏知名度，也有假冒伪劣产品在市场泛滥。其次，农产品品牌的宣传缺乏吸引力，除了对产品本身优势和特色的介绍，更需要与消费者建立情感连接，吸引消费者购买，对现有的短视频平台讲述农产品背后的故事，强调原产地文化、绿色健康理念的营销方式利用不充分。农产品品牌需要加强创新能力、明确定位、建立强大的品牌形象。例如晴隆县部分农产品，例如土鸡蛋、茶叶等，虽借电商东风打开了销路，却因农户缺乏标准化生产意识，产品常以散装或简易塑料袋包装示人，在农民手中无品牌、无认证、无包装，为了提升产品市场竞争力，销售方需要进行统一的包装和加工处理，包装材料、人工和设计成本都增加了农产品的最终售价，使得晴隆农产品在市场竞争中陷入“品质优而价格高”的尴尬境地。

4. 社会工作助力农产品电商发展的可能性

近年来，中国政府高度重视农村电商发展，持续出台政策大力扶持农村电商物流体系建设，旨在促进农村经济增长和提升农民生活水平。2023 年中央一号文件明确提出“加快完善县乡电子商务和快递物流配送体系，推动冷链物流服务网络向乡村下沉”[6]，这为打通农产品上行的“最后一公里”提供了有力支持，显著为农民带来便利并助力增收。然而，农村电商物流在发展过程中仍面临诸多挑战，如基础设施薄弱、人才短缺、信息化水平滞后等结构性短板，这些困难直接制约了服务效能，对农民享受发展红利产生了不利影响。而社会工作秉持“以人为本”的服务理念，其核心在于为弱势群体提供全面、综合且多元化的支持，促进个体与社区的共同发展。将社会工作专业方法引入乡村建设，能够有效保障农民享受服务的权利、协助其增收创收，从政策、专业性、需求进行分析，社会工作服务推进农村电商物流可持续发展具有切实的可行性。

4.1. 社会工作促进农民参与

社会工作致力于促进个人、家庭、社区的进步，凭借其独特的专业优势和丰富的实践经验，能够有效地动员农民参与和整合社区各种资源，激发农民积极性，服务农民群体的电商发展。一方面，社会工作者对社区资源分布和农民的实际需求更了解，通过对社区的场地、政策、培训、特色资源进行整合和识别，设计出符合农民能力和市场需要的电商发展方案，可以为农民参与电商活动创造条件。另一方面，社会工作者可以通过小组活动的形式，开展相关的知识讲座和培训，为农民提供一系列的电商技能培训，帮助农民掌握基本的电商知识和技能，增强参与意识和市场意识，帮助农民认识到电商发展和增收的潜力，通过小组活动激励和引导农民参与农村电商，帮助农民解决在实际操作中遇到的问题，社会工作者还可以在小组中搭建经验交流平台，促进农民在小组中互帮互助，以集体行动的形式对外交流和议价，提升农民发展电商的团队意识和话语权。社会工作在推动农村电商发展、促进农民参与中发挥着极其重要的作用，社会工作者通过整合社区资源、开展小组活动提升农民参与意识与能力等措施，有效地促进农村电商的发展，为农民增收贡献了重要的力量。

4.2. 国家鼓励社会工作参与乡村振兴

农村电商发展与乡村振兴深度融合，促进乡村产业振兴，突破农产品销售地域，促进农产品产业转型升级，在农村电商发展的过程中，也为农村吸引了更多的电商人才和返乡青年，为乡村振兴提供了人才支持，国家对农村电商发展高度重视，强调推进县域电商直播基地建设，发展乡村土特产网络销售。国家推动社会工作参与乡村振兴，实现乡村全面发展，《关于支持社会工作专业力量参与脱贫攻坚攻坚的指导意见》指出，社会工作专业人员应该发挥其积极作用，为困难群众提供心灵引导、精神关怀、问题协调、能力提升等服务，帮助他们改变思维定势，增强自信心，拓宽致富途径，提升自身的脱贫致富

能力,从而达到脱贫致富攻坚工作的目标。国家实施乡村振兴人才支持计划,引入外部师资,定期到乡村指导、教学和强化培训,推动社会组织积极参与乡村振兴[1]。社会工作在农村电商发展中发挥重要作用,开展活动提升农民的电商意识和技能,协助当地政府构建电商服务体系,为当地农民争取多方支持,有助于农村电商的快速发展和乡村振兴战略的深入实施。本文基于贵州省晴隆县经验调查发现,2025年,大亚湾惠民社工派出三个在地社工到晴隆县驻点,另有四名督导轮流到晴隆开展培训,3到4个月为一个周期轮流到晴隆督导,保持一人在当地开展实地督导,影响本地社工机构,邀请本地社工机构参加培训和交流。大亚湾社工的主要业务是运营圆梦空间场馆和完成与三宝街道协议的12个任务板块。

4.3. 社会工作独特的服务视角

社会工作的专业介入始终立足于“人在情境中”(Person-in-Environment)的系统性视角,在助力农产品电商发展时展现出不可替代性。相较于单纯的技术或资本输入,社会工作更注重农民主体性的激活与社区支持网络的编织。在贵州省的实践中,社工通过组织农户成立电商合作社,不仅解决了物流分散导致的成本高问题,更在群体互动中培育了农民的契约精神和协作能力。这种介入模式显著区别于传统扶贫项目——它并非将电商技能培训作为孤立环节,而是将其嵌入农民的社会关系网络重构过程,通过小组工作方法激发内生动力,利用社区教育手段强化风险应对意识,最终实现“助人自助”的目标。社会工作的优势更体现在对多元主体利益的协同整合上。在农产品产业链中,小农户常因信息不对称而处于弱势地位,而社工凭借其“资源链接者”的专业角色,能够有效贯通政府、市场与社会的行动逻辑。以浙江庆元县“幸福合伙人”项目为例,社工组织推动强村公司与职业经理人团队建立股权合作机制,由政府提供基础设施、企业负责市场运营、农户专注产品生产,形成“社工搭台-企业唱戏-农民受益”的共赢模式。2024年该项目仅蕨菜干等土特产销售额就突破20万元,印证了社会工作在重构公平交易语境中的枢纽价值。值得注意的是,文化敏感性与地方性知识的运用构成其另一重优势。农产品消费的本质是文化与情感的传递,而社工深谙社区文化资本转化之道。在安化县的黑茶推广中,湖南中医药大学社工团队将茶道养生智慧与中医药文化结合,通过直播镜头展示茶园生态和制茶工艺,使消费者直观感知“从枝叶到茶汤”的生命叙事。可见,社会工作的服务视角本质上是通过赋能、联结与文化赋能三维度,影响农产品电商的生态系统。

5. 社会工作助力农产品电商发展的方式

5.1. 政策倡导与资源链接：构建制度支持体系

社会工作通过系统性政策倡导破解农产品电商发展的制度性障碍。一方面,针对农村电商物流基础设施滞后问题,社会工作者可通过调研形成《农产品电商物流发展困境报告》,向政府部门反馈冷链设施不足、物流网点覆盖率低等现实问题,推动“快递进村”“冷链物流补贴”等政策落地,如协助完善“互联网+农产品出村进城”工程的配套措施,强化产销衔接机制。另一方面,针对电商人才流失困境,社工可倡导政府出台返乡创业补贴、高校毕业生就业扶持等政策,同时推动将农产品电商纳入乡村振兴人才支持计划,通过政策杠杆吸引专业人才下沉。此外,在绿色物流发展领域,社工可协助政府制定环保包装标准、新能源配送车辆补贴等政策,引导电商物流企业履行社会责任,降低农产品流通环节的环境污染。

5.2. 社区服务平台搭建：打通电商流通链路

社工站作为基层服务枢纽,通过整合资源构建“线上+线下”一体化助销体系。在农产品上行环节,可依托社工站建立农村社区电商物流服务中心,为农户提供订单处理、物流咨询、包装设计等一站式服

务,同时对接城市消费需求,开发“定制化农产品+乡村旅游”融合产品,形成城乡双向流通生态。在品牌推广层面,社工站可联合村集体经济组织打造区域公用品牌,通过组织农产品展销会、对接电商平台“助农专区”等方式提升品牌曝光度,如协助将地方特色农产品纳入电商平台重点推广目录,通过流量扶持扩大销售半径。此外,社工站可引入社区支持农业(CSA)模式,组织城市消费者参与“产地直供体验活动”,通过可视化生产过程增强产品信任度,实现从“田间”到“餐桌”的价值传递。

5.3. 能力建设与教育赋能:培育电商人才梯队

社会工作针对农户电商技能短板设计分层分类的赋能体系。在基础技能培训方面,通过“理论授课+实操演练”形式开展电商运营培训,内容涵盖短视频制作、直播带货、店铺管理等实用技能,并结合小组工作方法组织农户模拟电商运营场景,提升实操能力。在人才可持续发展层面,可链接职业院校、电商企业建立“实训基地”,为农户提供“培训-就业-创业”全链条支持,同时邀请本地电商“能人”开展经验分享会,形成“传帮带”的学习网络。此外,针对物流从业人员,除专业技能培训外,还需融入心理辅导与职业规划服务,通过情绪管理课程、压力缓解工作坊等提升从业者职业认同感,降低人才流失率。

5.4. 多元资源整合:破解资金技术瓶颈

社会工作以资源连接者角色整合政府、企业、社会组织等多方资源。在基础设施建设领域,可联络政府部门申请乡村振兴专项资金,推动农村冷链物流中心、智能仓储基地建设,同时引导物流企业投资末端配送网点,完善“县-乡-村”三级物流体系。在技术赋能方面,链接科技企业为农户提供信息化支持,如引入区块链技术建立农产品溯源系统,通过短视频平台展示种植过程,解决消费端信息不对称问题;同时推广智能物流管理系统,协助农户优化库存调度、物流追踪等环节,提升运营效率。此外,可引导公益基金会、行业协会设立“农产品电商扶持基金”,为农户提供设备采购补贴、技术升级贷款等资金支持,缓解中小农户创业初期的资金压力。

5.5. 社会协同网络构建:激活多元主体参与

社会工作通过培育社区组织与搭建协作平台,形成农产品电商发展的社会支持网络。在社区层面,引导农户成立电商互助小组、农民专业合作社等自治组织,通过集体采购物流服务、共享市场信息降低个体运营成本,同时建立“风险共担”机制,提升农户应对市场波动的能力。在社会参与层面,动员消费者、社会组织、高校科研团队等多元主体加入电商助农体系,如组织消费者开展“农产品质量监督官”活动,邀请高校设计专业为农产品提供品牌包装方案,推动形成“生产-流通-消费”全链条的社会协同。此外,可推动企业社会责任与电商助农结合,引导电商平台设立“助农公益频道”,物流企业开通农产品运输“绿色通道”,通过商业资源与社会资源的有机融合,构建农产品电商可持续发展的生态系统。

6. 总结

社会工作可以在农产品电商发展中发挥积极作用,社会工作者在社会工作服务视角下,研究分析农产品电商发展现状,根据现在农村电商存在的问题和面临的挑战,提出未来农村电商物流的可持续发展需要社工从政策倡导与资源链接、社区服务平台搭建、培育电商人才梯队、多元资源整合和社会协同网络构建等多个方面介入农产品电商可持续发展的过程中。整个过程中,社会工作者需要不断更新专业知识和技能,关注农产品电商的可持续发展和企业社会责任,并与其他领域的工作进行合作和协调,以实现更好的服务。总之,社会工作的介入可以为农产品电商提供有力支持,带来益处和发展的机会,更好地实现农产品电商行业快速健康地发展。

参考文献

- [1] 张甲艺. 浅谈社会工作助力农产品物流发展的方式[J]. 物流科技, 2023, 46(8): 79-81.
- [2] 梁瑞华. 农产品批发市场数字化策略研究[J]. 现代营销, 2023(18): 58-60.
- [3] 谢海云. 论直播电商的可持续性发展[J]. 中小企业管理与科技(中旬刊), 2020(8): 95-96.
- [4] 陈雨润, 罗丹. “一县一业”视阈下云南澄江蓝莓产业发展路径分析[J]. 红河学院学报, 2023, 21(5): 81-84.
- [5] 潘俊霖. 乡村振兴背景下社会工作助力武威市农产品物流效率提升和农产品电商发展研究[J]. 中国物流与采购, 2023(14): 36-37.
- [6] 吕中正. 构建农产品出村进城冷链物流网络[N]. 人民日报, 2023-07-19(010).