

社会工作实践构建农文旅电子商务平台的路径分析

——以贵州省凯里市为例

金祖婉

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月11日; 录用日期: 2025年10月28日; 发布日期: 2025年11月27日

摘要

在国家大力推进乡村振兴与东西部协作的战略背景下, 凯里市作为少数民族聚居区、旅游资源较丰富的典型山地民族地区, 在实现精准脱贫后, 正面临着从脱贫攻坚向乡村振兴的转型挑战。受喀斯特地貌制约, 当地工业发展受限, 传统农业面临生产成本低、外销困难等问题, 且农文旅产业存在融合模式单一、同质化严重、公共服务能力薄弱等痛点, 亟待通过创新模式激活资源价值。本文以贵州省凯里市为研究对象, 针对其农文旅产业面临的产业分散、基础设施不完善、营销内容同质化等现实困境, 探讨社会工作实践介入当地农文旅电子商务平台的有效路径。研究得出, 社会工作以其“助人自助”、“优势视角”等理论, 通过赋能居民、协调利益、活化文化及融合数字与现实社区等手段, 可以有效地发挥当地特色, 建立可持续发展的农文旅电子商务平台。

关键词

社会工作, 电子商务, 农文旅

Analysis of Pathways for Social Work Practice to Build an Agri-Cultural-Tourism E-Commerce Platform

—A Case Study of Kaili City, Guizhou Province

Zuwan Jin

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 11, 2025; accepted: October 28, 2025; published: November 27, 2025

文章引用: 金祖婉. 社会工作实践构建农文旅电子商务平台的路径分析[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 2549-2556.
DOI: 10.12677/ecl.2025.14113720

Abstract

Against the strategic backdrop of national efforts to promote rural revitalization and East-West collaboration, Kaili City, as a typical mountainous ethnic region with a significant minority population and relatively abundant tourism resources, faces the challenge of transitioning from poverty alleviation to rural revitalization after achieving targeted poverty reduction. Constrained by its karst topography, local industrial development is limited, and traditional agriculture grapples with issues such as high production costs and difficulties in external sales. Additionally, the agri-cultural-tourism industry suffers from monotonous integration models, severe homogenization, and weak public service capabilities, urgently requiring innovative approaches to unlock the value of local resources. This study takes Kaili City, Guizhou Province, as its research subject and addresses practical challenges such as industrial fragmentation, inadequate infrastructure, and homogenized marketing content in its agri-cultural-tourism sector. It explores effective pathways for social work practice to intervene in the development of a local agri-cultural-tourism e-commerce platform. The research concludes that social work, grounded in theories such as “helping people help themselves” and the “strengths perspective,” can effectively leverage local characteristics and establish a sustainable agri-cultural-tourism e-commerce platform by empowering residents, coordinating interests, revitalizing culture, and integrating digital and physical communities.

Keywords

Social Work, E-Commerce, Agri-Cultural-Tourism Integration

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

目前，我国正处于全面推进乡村振兴与数字中国建设的历史交汇期。党的十九大首次提出实施乡村振兴战略，强调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。电子商务作为数字经济活跃且集中的表现形式之一，不仅仅是一种单纯的商业工具，更是组合要素资源、改变竞争格局的重要力量。农业农村电子商务的蓬勃发展，可以有效缓解农产品销售渠道少、单一等问题，成为连接小农户与大市场的重要桥梁。在这样的背景下，“农文旅融合”作为一种新兴形态的乡村产业融合发展模式，将农业产业、乡村文化与旅游休闲体验有机结合起来，能够有效提升乡村产业的附加值和文化内涵，而电子商务平台则是实现其市场价值、扩大其影响力的核心渠道。

贵州省作为我国西南部多民族聚居的省份，拥有得天独厚的生态资源和绚丽多彩的民族文化。全省致力于将民族文化与旅游产业深度融合，打造“多彩贵州”品牌，推动旅游业井喷式增长。凯里市作为黔东南苗族侗族自治州的首府，是贵州乃至全国苗族侗族文化保存最完整、最集中的核心区域，素有“苗侗明珠”之美誉。这里拥有苗绣、银饰锻制、芦笙制作、苗族飞歌等上百项非物质文化遗产，以及“百节之乡”的丰富民俗活动。

本文紧密结合了“乡村振兴”、“数字中国”等国家宏观战略与特定地域的微观实践，为少数民族地区如何利用数字工具实现文化传承与经济融合的融合提供了有价值的思路。在宏观的国家战略下，各个

地区应该根据自身特点以及发展情况对宏观战略做出具体诠释。本文通过引入社会工作的“赋权增能”与“优势视角”等理论,论证了数字工具若想成功应用,必须超越单纯的技术层面,触及社会关系重组与社区能力建设的内核。这为理解宏观战略如何在复杂的民族文化语境中落地,提供了一个可供参考的理论分析模型。在实践层面,本文为民族地区的发展困境提供了一套可参考的解决方案。许多少数民族地区与凯里面临着相似的困境:一方面拥有极具市场潜力的非物质文化遗产与生态农产品,另一方面却因组织化程度低、市场对接不畅而陷入“资源富饶的贫困”。本文所勾勒的社会工作介入路径,详细阐释了如何通过“文化赋能+数字赋能”的双轮驱动模式,将分散的农户与手工艺人组织起来,将他们从被动的资源提供者转变为主动的市场参与者。

2. 文献综述

2.1. 农村电商发展

在当前城乡融合与乡村振兴战略深入推进的背景下,农村电商作为连接城乡、激活乡村经济的重要载体,日益成为学术界和政策实践关注的焦点。赵斐斐(2025) [1]指出,农村电商通过缩短流通链条、降低交易成本,促进了城乡流通一体化,并借助直播电商等新模式激发了农村创业活力。瞿书克等(2025) [2]进一步强调,农村电商不仅是农产品流通的新途径,更是推动乡村产业振兴和人才回流的关键抓手。数据显示,农村网络零售额和农产品网络零售额均呈现快速增长态势,反映出农村电商强大的市场潜力和社会效益。然而,农村电商在发展过程中仍面临多重挑战。和亚星等(2025) [3]从数字乡村视角出发,强调农民数字素养不足、制度保障不健全和品牌化程度低是当前农村电商经济发展的主要制约因素。

2.2. 农文旅融合发展

在乡村振兴与农业农村现代化的战略背景下,农文旅融合作为推动乡村产业升级、文化传承与生态保护的重要路径,亦受到了广泛的关注。刘民坤等(2025) [4]指出,农文旅深度融合不仅体现为产业边界的打破与资源整合,更强调通过文化赋能、技术嵌入与生态协同,实现经济、社会与文化效益的统一。其特征包括产业链跨界融合、价值链共创共享、供应链智慧协同等,推动乡村从单一产业功能向“农业为基、文化为魂、旅游为形”的综合发展模式转型。在实践机制方面,农文旅融合通过多元路径赋能乡村振兴。刘愿理等(2025) [5]基于西南民族地区的实证研究表明,农文旅融合可通过资源依赖型、政府主导型与市场驱动型等不同路径实现,其效果受资源禀赋、设施保障、政策支持与市场营销等多重因素影响。陆铭宁(2025) [6]通过案例分析进一步指出,民族地区农文旅融合的成功关键在于文化内涵的挖掘与社区主体的有效参与,二者共同构成融合发展的内生动力。

2.3. 社会工作在社区发展中的作用

在社区服务方面,社会工作通过个性化服务、矛盾调解、资源整合与社区动员等方式,有效提升了居民生活质量与社区凝聚力。王素月(2025) [7]指出,社会工作者不仅关注个体需求,更注重社区整体发展,通过个案管理、小组工作和社区活动增强居民参与感与归属感,推动社区从“管理”向“治理”转型。李航(2024) [8]进一步强调,社会工作的核心在于“助人自助”与“权利为本”,通过赋能社区居民,激发其内生动力,形成可持续的自我发展能力。在旅游与非遗传领域,社会工作的介入为文化保护与社区发展提供了新路径。邱倩(2025) [9]通过国内外案例表明,社会工作者在旅游规划中推动社区参与、文化敏感性管理和利益协调,促进旅游业在经济效益与社会公平之间取得平衡。刘作丹(2025) [10]以贵州非遗保护为例,指出社会工作通过社区动员、资源链接与参与式保护,增强了居民对本土文化的认同与传承意愿,实现了文化保护与社区发展的双赢。

数字社会工作作为社会工作在数字时代的重要演进，正日益深刻地融入并重塑社区发展的路径与模式。芦恒(2025)[11]从“生活性”理论视角出发，深刻阐释了数字社会工作对于夯实社区生活基础的核心价值。他指出，数字技术的应用需与社区固有的“现实性、稳定性、大众性”相融合，通过搭建生活情境、整合智治空间、优化数字时间体验，来应对数字化可能带来的生活空间抽离与历史生成性缺失等困境，最终目标是赋能社区智治体系创新，提升居民的生活质量。这意味着，数字社会工作的社区实践，本质上是一个在技术变革中坚守并活化社区生活本底的过程。汪鸿波(2025)[12]的研究揭示了数字技术如何通过“虚实互融”催生社区空间的再生产。基于数字平台、虚拟现实等技术，社会工作服务打破了传统物理空间的限制，构建了现实与虚拟相结合的复合性社区空间。这使得服务可以跨越城乡界限，将分散的、有共同需求或议题的居民“组织”起来，形成新的互动与支持网络，从而极大地增强了社区的连接性与包容性。

总结来说，现有文献中并没有关于社会工作通过助力社区电商平台介入农文旅发展的研究。农村电商的深入发展面临资源协调问题，社会工作的赋能与能力建设可以对其有一定成效的帮助。文献指出，尽管农村电商在缩短流通链条、激发创业活力方面潜力巨大，但农民数字素养不足、品牌化程度低等是其核心制约因素。这意味着，单纯的技术和平台引入无法解决社区主体能力缺失这一根本问题。社会工作以其独特的专业理论，能够通过系统的个案管理、小组工作和社区培训，开展数字技能、产品叙事、市场对接等能力建设，赋能社区居民，使其从被动的受益者转变为积极的参与者和创业者，从而为电商发展提供可持续的人力资本和社会资本。

3. 凯里市农文旅发展现状及问题

3.1. 凯里市农文旅发展现状

3.1.1. 资源丰富，农文旅发展基础坚实

贵州省凯里市作为中国苗族人口最集中的城市之一，凯里被誉为“苗侗明珠”。这里拥有苗绣、银饰锻制、芦笙制作、苗族织锦等多项国家级非物质文化遗产，民族节庆丰富多彩，如“百节之乡”的美誉，苗年、姊妹节、芦笙节等活动具有极高的观赏性和参与性。为打造特色旅游路线提供了坚实基础。同时，凯里市围绕“凯里酸汤”这一核心 IP，形成了辣椒、西红柿、生姜等原料的种植基地，同时还有蓝莓、稻花鱼等特色生态农产品，为文旅体验提供了丰富的素材和消费产品。凯里市的人文资源类型多样。有独具特色的苗侗风情园、下司古镇以及周边众多的原生态苗侗村寨；自然方面有清水江、巴拉河等水系风光，构成了“山水田园 + 民族文化”的独特画卷。根据凯里市委改革办，截至目前，凯里市打造“旅居 + 田园”模式，已清理腾退闲置土地 200 余亩，打造“微果园”“微菜园”“微景观”等 180 余处。同时，凯里市打造的“旅居 + 非遗”模式也获得了显著成效，凯里市成功培育南花苗寨、情郎苗寨、香炉山中华医学文化园等文化旅居特色项目，接待游客达 150 万人次。

3.1.2. 政府扶持力度大，农文旅发展空间大

凯里市的农文旅发展紧密契合贵州省“大生态、大旅游、大健康”的战略方向，享受了国家乡村振兴、西部大开发、少数民族地区发展等多重政策红利。凯里市政府举办了“中国凯里原生态民族文化旅游节”等大型活动，持续扩大“苗侗明珠·山水凯里”的品牌影响力，并在基础设施、品牌宣传、企业招商等方面提供了有力支持。根据凯里市农业农村局，为了维护古村落，促进凯里市农文旅融合发展。2025 年以来，凯里市以农文旅融合为切入点，围绕“两清两改两治理”目标，创新整治模式，全力推进和美乡村建设。目前，全市已开展“刺绣课堂”、“非遗研学活动”等特色宣传培训活动 100 余场，累计培训群众达 3000 人次。全市累计开展专项宣传 2000 余次，召开群众坝坝会、院坝会等 1000 余场，张贴倡议

书 15000 余份, 签订“门前三包”责任书 10000 余份, 形成了人人参与环境整治的良好氛围。

3.1.3. 农文旅产业融合初具雏形

黔东南州委州政府和《中国国家地理》杂志社联合推出的中国乡村旅游 1 号公路, 全长 488 公里, 包含了以肇兴侗寨为核心的侗乡传统村落旅游精品环线和以西江苗寨为核心的苗岭传统村落旅游精品射线及西江肇兴连线, 其中, 侗乡传统村落精品旅游环线 135 km, 苗岭传统村落精品旅游射线 125 km, 西江肇兴连线 228 km。中国乡村旅游 1 号公路把黎平、从江、榕江、雷山、台江、凯里等六个县市的 42 个传统村落民族村寨串珠成链, 汇聚了黔东南州所有的特色。这里有中国最大、数量最多的苗族侗族古村落集群。其中就有国家级乡村旅游重点村 6 个, 中国传统村落 49 个, 中国少数民族特色村寨 61 个, 既是少数民族特色村寨又是中国传统村落 38 个。

3.2. 凯里市农文旅发展存在的问题

3.2.1. 产业分散, 品牌效应不足

凯里市农文旅资源开发主体多为农户、小型合作社或中小企业, 经营分散, 实力有限。产品和服务同质化现象严重, 缺乏统一的质量标准和有影响力的领军品牌。凯里市作为一个地域品牌的知名度要远远大于其单个产品或者体验的子品牌知名度, 这样并不利于其优质资源实现高附加值。且当前的融合多停留在“农业观光 + 民族表演 + 特产销售”的浅层模式。游客的参与感和体验度不足, 缺乏能够深度沉浸、互动性强的高品质文旅项目。由于黔东南州各民族间的文化差异, 比如苗族的银饰, 侗族的侗族大歌; 以及各民族的特色节日, 如苗年、侗年、吃新节等各民族的文化特色并没有形成统一的产品链, 这使得文化资源难以被有效转化为具有吸引力的旅游产品。

3.2.2. 基础设施与服务质量存在短板

凯里市部分旅游村寨的交通便利性和内部设施仍具备很大的提升空间。旅游接待服务的专业化、标准化水平不高, 高端人才匮乏, 管理运营能力有待加强, 这些都会影响游客的整体体验和口碑。随着游客涌入, 商业化不可避免地对原生态民族文化造成冲击。一些民俗活动为迎合游客而变得形式化、舞台化, 却失去了原有的文化内涵。如何在不破坏民族文化和生态环境本真性的前提下进行可持续开发, 是实现长期发展的核心难题。比如榕江县的“村超”在近年来取得了前所未有的成功, 但政府更侧重于活动的宣传, 对农文旅配套的长期投入不足, 基础设施和农文旅配套设施建设仍不完善。

3.2.3. 数字赋能不足, 营销创新滞后

凯里市拥有着丰富的资源和“村超”顶级 IP, 但在利用新媒体、电子商务平台进行创新营销和销售方面仍显滞后。线上的热情与线下的体验未能有效转化, 丰富的农产品、手工艺品未能通过电商渠道有效“出圈”, 农民和手工艺人直接获益的比例有待提高。同时, 现有的主流电商平台更多服务于标准化、规模化的工业品, 其算法和流量规则对于小而美、重体验、讲故事的农文旅产品并不算友好。同时, 传统模式多以外部资本驱动为主, 容易导致利润外流, 社区和居民作为文化主体的参与度和受益度有限, 可能引发新的社会不公。

4. 社会工作构建农文旅电商平台的实践路径分析

4.1. 电商平台对于凯里市农文旅发展的重要性

在农文旅融合与乡村振兴的研究中, 电商平台作为数字化手段的重要组成部分, 正逐渐成为推动农业、文化、旅游深度融合与乡村发展的重要力量。电子商务平台作为数字经济的核心载体, 对于推动农文旅深度融合发展具有不可替代的重要意义。电商平台不仅仅是简单的销售渠道, 它更是资源整合、产

业赋能和连接市场与文化的关键枢纽。凯里市的农产品、手工艺品和文化体验长期受制于销售渠道短缺、单一的困境。传统线下销售模式市场有限，消费群体单一。电商平台凭借其无限的虚拟货架和强大的网络效应，能够将凯里的特色资源展现在更多的消费者面前，有效破解销售渠道难题，将地域劣势转化为特色优势。同时，电商平台不仅是交易场所，更是品牌叙事和价值传递的平台。通过图文、视频、直播等形式，可以将农产品背后的生态种植理念、手工艺品背后的非遗技艺、旅游体验独特的民族文化故事生动地传递给消费者，这种故事营销能够有效提升产品的附加值。

电商平台还能够有效促进农文旅深度结合。例如，通过预售旅游线路、销售“民宿 + 体验 + 特产”套餐等形式，将线上流量转化为线下的旅游消费，再用特色农产品和文创产品将线下体验延伸至线上复购，形成“线上引流、线下体验、线上复购”的闭环。这种模式极大地促进了农文旅深度结合，推动其有效发展。

4.2. 社会工作介入的必要性与独特性

在凯里市构建一个有效的农文旅电子商务平台，搭建平台的技术本身并不难，难的是如何有效组织分散的社区主体、如何赋能弱势群体跨越数字鸿沟、如何让当地居民和手工艺人实现最大程度的利益转化、以及如何在市场化过程中保护和发展民族文化。

社会工作独特的理论可以为构建农文旅电商平台提供有效参考。传统电商模式往往由外部资本主导，本地个体及企业易沦为被动的原料提供者或劳动力，难以共享核心利润。社会工作的“赋权增能”理论强调“助人自助”，其目标不是代替个体行动，而是通过系统的技能培训、组织建设和资源链接，提升农户、手工艺者等弱势群体的自主发展能力。这确保了平台构建过程是“赋能”而不是“剥夺”，是培养社区的“造血功能”而非简单“输血”，从而为平台的长期可持续发展奠定坚实的基础。商业策划常着眼于弥补缺陷或追赶市场热点，易导致同质化竞争。社会工作则主张从内部寻求优势挖掘自身潜能，即挖掘其固有的文化、生态和人力资本优势。在构建电商平台时，不能简单地模仿主流电商卖通货，而是发掘自身独一无二的非遗技艺、传统智慧和民族文化故事，将其转化为产品的核心卖点与文化附加值。这能够有效避免同质化，打造出具有强大生命力和市场辨识度的文化品牌。最后，社会工作的“生态系统理论”为构建电商平台提供了系统方法论。平台的成功依赖于多元主体：农户、企业、政府、消费者的复杂互动。社会工作强调将问题置于其所在的宏观、中观、微观多重系统环境中来看待。因此，平台构建不能只关注交易功能本身，必须同步协调政策环境、社区关系、文化保护、利益分配机制等系统。社会工作者可承担“协调者”和“倡导者”的关键角色，搭建对话平台，平衡各方利益，倡导建立公平的交易规则。

4.3. 社会工作构建农文旅电商平台的实践路径分析

4.3.1. 前期阶段：社区评估与关系建立

社会工作者应该作为资源统筹、协调各方主体的关键一环。社会工作者应该是各方主体的同行者而不是指导者的身份，社工应该通过驻村、参与社区活动、入户走访等形式，与关键利益相关方进行深入交流。运用个案工作和小组工作或者社区工作的方法，倾听各方主体的诉求、困惑与发展意愿，让他们感受到被尊重和理解，从而建立起牢固的专业信任关系。

社会工作者应避免自上而下地调查模式，而是要组织开展参与式农村评估。通过召开社区会议、绘制资源图、进行 SWOT 分析等引导式方法，引导各方主体共同发现和分析问题。这一过程的关键在于运用优势视角，不仅要看到主体本身存在的劣势，更要共同挖掘和确认社区内在的、未被充分利用的优势，如独特的刺绣纹样、古老的稻鱼鸭系统、丰富的节庆文化等。

基于评估结果，社会工作者需要协助社区将零散的个人意愿凝聚成共同的集体目标。引导居民共同描绘构建电商平台最大的需求是什么，是增加收入还是提升品牌知名度。这个过程旨在唤醒社区居民的主体意识，让他们认识到平台是居民自己的平台，而非外来项目，从而为后续的集体行动奠定坚实的心理基础。

4.3.2. 中期阶段：能力建设与平台搭建

在基本达成共识的基础上，需要通过组织化、技术培训和资源整合将居民共同的想法转化为实际行动，构建平台的核心能力。分散的个体难以应对市场风险，社会工作者作为协调者，需协助各方主体成立或强化已有的专业合作团队或社区组织。这包括协助选举负责人、制定章程、建立财务管理制度、明确权益分配机制等。一个运作良好的社区组织是承接平台运营、代表社区进行市场谈判、维护集体利益的法人实体和核心骨架，是实现赋权的关键一步。

针对部分群体存在的“数字鸿沟”，社会工作者需扮演资源链接者，组织或引入专业力量开展针对性、持续性的能力建设培训。培训内容不仅仅停留在技术层面，还应包括农产品质量把控、包装设计、文化故事挖掘与讲述；摄影美工、文案写作、短视频拍摄、直播技巧；后台管理、订单处理、客户服务、物流对接。培训需手把手教学，确保参与者真正掌握，从而实现授人以鱼不如授人以渔。

在实体平台开发过程中，社会工作者应扮演多重角色。第一，协调者。协调村民、合作社、技术开发公司、政府部门的各方诉求与工作节奏，确保平台功能设计符合社区实际需求。第二，倡导者。倡导平台设计符合公平贸易原则，确保定价机制能够反哺生产者；倡导建立社区文化保护公约，防止过度商业化。第三，资源链接者。为平台引入关键资源，如对接物流公司谈成优惠协议、链接高校设计团队为产品包装赋能、申请政府相关项目资金支持等。

4.3.3. 后期阶段：运营维护与可持续发展

建立了线上的平台并不是等于最后的终点，社会工作在此阶段的目标是逐步退出，推动社区实现自我管理运营，确保平台的可持续性。社工的工作重心从协调者转向陪伴者和支持者。协助社区组织建立平台运营小组，制定日常运营、客服、发货的值班制度，并让社区成员在实践中逐步接管全部运营工作。社工的角色退后为顾问，仅在遇到重大问题时提供咨询和建议。社会工作者应该协助社区建立用户评价收集、产品售后反馈以及内部运营复盘机制。引导社区根据市场反馈不断迭代产品、优化服务、调整策略，使平台具备自我学习和持续改进的能力，灵活应对市场变化。

在这整个过程中社会工作者都应该坚持持续引导社区在营销中坚守文化本真性，鼓励将部分平台收益反哺于社区文化事业。这使平台超越纯粹的经济工具，成为促进文化传承与社区凝聚力的社会企业，实现社会资本的增值，这才是农文旅电商平台区别于纯商业平台的根本价值所在。

5. 总结

本文以贵州省凯里市为例，探讨了社会工作实践在构建农文旅电子商务平台中的路径与作用。在国家乡村振兴与数字中国战略背景下，凯里市作为少数民族聚居区，拥有丰富的农业、文化和旅游资源，但在农文旅融合发展过程中仍面临产业分散、品牌效应不足、基础设施薄弱、数字赋能滞后等问题。社会工作的“赋权增能”“优势视角”等理论，通过社区评估、能力建设、资源整合等方式，推动居民从被动受益者转变为主动参与者，构建具有文化特色和可持续性的农文旅电商平台。社会工作在协调多方主体、提升居民数字素养、保护民族文化本真性等方面具有独特优势，能够有效弥补传统电商模式在社区参与和利益分配方面的不足。

本文仍存在一定局限。首先，尽管提出了社会工作介入的理论路径，但缺乏具体的实证数据与案例

验证,实践效果尚未经过系统评估。其次,研究侧重于社区内部能力建设,对政府、企业等外部主体协同机制的分析尚显薄弱,尤其在政策落地与资源对接方面的操作性建议不足。此外,电商平台的技术架构、运营模式及长期可持续性的具体保障措施仍有待深入探讨。

未来研究可开展实地调研与行动研究,验证社会工作介入路径的实际成效;探索政府、企业、社区与社会工作多方协同的治理模式,构建更具操作性的合作框架;关注数字技术如何更深度地融入民族文化表达与旅游体验设计,推动农文旅电商平台向沉浸式、互动式方向发展。

参考文献

- [1] 赵斐斐. 城乡融合发展背景下政府推进农村电商发展研究[J]. 中国管理信息化, 2025, 28(18): 121-123.
- [2] 瞿书克, 郭玲, 王艳威. 乡村振兴战略下农村电商发展的路径研究[J]. 山西农经, 2025(16): 17-19+89.
- [3] 和亚星, 刘莉. 数字乡村背景下农村电商经济发展探析[J]. 热带农业工程, 2025, 49(4): 87-90.
- [4] 刘民坤, 刘晓怡. 农文旅深度融合赋能乡村振兴的内在逻辑与实践路径[J]. 四川旅游学院学报, 2025(6): 1-9.
- [5] 刘愿理, 许亚茜, 路锋镐. 西南民族地区农文旅融合水平测度及影响因素研究——以贵州省黔东南苗族侗族自治州为例[J/OL]. 中国农业资源与区划, 1-17. <https://link.cnki.net/urlid/11.3513.S.20250908.1605.033>, 2025-10-09.
- [6] 陆铭宁, 刘翔宇. 民族地区农文旅发展与实施乡村文化振兴融合推进的实证分析[J]. 农业产业化, 2025(8): 7-9+13.
- [7] 王素月, 柴瑜. 社会工作在社区服务中的作用与未来发展[J]. 大陆桥视野, 2025(5): 59-61.
- [8] 李航, 张琼月, 苏彦青. 基于社会工作视角的乡村产业发展与社区参与研究[J]. 中国市场, 2024(17): 13-16.
- [9] 邱倩. 社会工作与旅游的融合: 促进社区发展与文化遗产的策略研究[J]. 中外文化交流, 2024(7): 137-139.
- [10] 刘作丹. 社会工作助力非物质文化遗产传承发展的实践路径[N]. 贵州民族报, 2025-08-19(B03).
- [11] 芦恒. 数字社会工作的生活性基础: 理论与实践的反思[J]. 中州学刊, 2025(4): 84-92.
- [12] 汪鸿波. 以数为用, 以专为本: 数字社会中数字社会工作的实践机理[J]. 学习与实践, 2025(2): 53-63.