

电商视角下汾阳市谷子产业发展的SWOT分析与对策研究

王文慧, 谈存峰

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年12月23日; 录用日期: 2025年12月31日; 发布日期: 2026年1月27日

摘要

谷子是干旱区, 半干旱区重要的粮食作物之一, 也是长久以来粮食安全领域中重要的一个部分。近年来, 我国颁发了一系列的农业政策文件推进“互联网 + 农业”模式的发展。在这种积极向好的农业发展趋势下, 汾阳市作为“小米之乡”, 具备良好的农业电子商务发展优势和区位条件, 但在实际发展过程中仍面临电子商务产业化不足, 营销能力较为薄弱, 品牌建设有限等问题。基于此, 本文以汾阳市谷子产业为主要研究对象, 运用SWOT分析方法分析当前汾阳市谷子产业电商化存在的问题并最后提出相对应的建议与对策。旨在为汾阳市谷子产业的电商化和长远发展提供一定的具有参考意义的建议。

关键词

谷子产业, SWOT分析方法, 互联网助力三农发展, 农村电商

SWOT Analysis and Countermeasure Research on the Development of Millet Industry in Fenyang City from the Perspective of E-Commerce

Wenhui Wang, Cunfeng Tan

College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: December 23, 2025; accepted: December 31, 2025; published: January 27, 2026

Abstract

Millet is one of the important food crops in arid and semi-arid regions and has long been an im-

文章引用: 王文慧, 谈存峰. 电商视角下汾阳市谷子产业发展的 SWOT 分析与对策研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(1): 487-495. DOI: 10.12677/ec.2026.151061

portant part of food security. In recent years, China has issued a series of agricultural policy documents to promote the development of the "Internet + Agriculture" model. Under this positive and favorable trend of agricultural development, Fenyang City, as the "hometown of Millet", enjoys favorable advantages and geographical conditions for the development of agricultural e-commerce. However, in the actual development process, it still faces problems such as insufficient industrialization of e-commerce, relatively weak marketing capabilities, and limited brand building. Based on this, this paper takes the millet industry in Fenyang City as the main research object, uses the SWOT analysis method to analyze the existing problems in the e-commerce of the millet industry in Fenyang City at present, and finally puts forward corresponding suggestions and countermeasures. It aims to provide certain referential suggestions for the e-commerce and long-term development of the millet industry in Fenyang City.

Keywords

Millet Industry, SWOT Analysis Method, The Internet Contributes to the Development of Agriculture, Rural Areas and Farmers, Rural E-Commerce

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

中国是世界农业大国之一, 农作物发展是促进农业长期稳定发展, 保障国家粮食安全的根本, 始终处于国家战略性、基础性的位置。2022 年中国农村发展趋势报告[1]中的内容显示, 我国的农业经济的收益与发展呈现平稳向上的发展趋势, 粮食产量也创造了历史的新高度。2021 年, 农业以及农业的相关产业产值与 2020 年同期相比, 增加了 7.1%, 占国民生产总值的 7.26%。国家相继颁发了《中国的粮食安全》白皮书, 2022 年中央一号文件等保障农业的长期稳定发展, 以期获得更多的经济利益与社会效益。

山西省汾阳市地处山西省中部偏西, 吕梁山东部, 汾河之西。气候类型为温带大陆气候, 四季分明, 光照充足, 被誉为全国“小米之乡”以及优质谷子品种生产研发基地。近年来汾阳市依托政策的扶持以及自身现有的资源优势, 农业发展取得实质性进展。汾阳市出台粮食作物帮扶补贴政策和技术扶持政策推动产业发展。如增加农业保险补贴的种类, 由龙头企业负责收购散户所种植的粮食作物产品以保障农户的利益获得。但是汾阳市谷子的发展仍存在潜在的不稳定因素的影响, 如疫情发生的不确定性, 自然灾害等方面因素对粮食作物以及行业发展都会造成不可预先估计的损失。更好地促进粮食作物的发展和长远的利益获得已经成为当地政府的一个重要的研究方向和攻克重点, 而客观分析其发展所面临的威胁, 自身的不足之处, 所拥有的且可得的机遇, 自身的发展优势, 并依据分析结果提出相应的解决措施, 是实现这些目标的关键所在。因此, 了解汾阳市谷子电子商务生产的现状, 从而找出汾阳市谷子生产存在的问题, 对于稳定汾阳市粮食生产、保障粮食安全供给具有重要的意义。

2. SWOT 分析方法

SWOT 分析方法又称为道斯矩阵, 是从发展的, 自身内部现有的优势, 劣势, 外部发展所面临的威胁, 外部有利于企业长期发展的, 可获得的机遇四方面进行对发展环境进行分析, 并由此得出相应的 SO 增长型对策, ST 多种经营型对策, WO 扭转型对策, WT 防御型对策, 以此明晰并确定自身发展的方向, 发展要实现的目标, 为长远发展提供坚实的理论依托和根据。通过 SWOT 分析可以较为明确和全面的得

出企业在当前发展过程中的综合情况,并及时制定适合企业发展的经营战略导向,保证企业能够保持强大的竞争力,实现稳定的发展。

文献研究表明,SWOT 分析的应用具有很强的普适性,这也促使该方法成为跨领域研究的通用工具。例如,吴英等(2019)通过 SWOT 分析,验证了六安市冷链物流发展中的关键内部能力短板与外部机遇威胁[2]。Dewi Andriany 等(2016)的研究利用 SWOT 框架,基于优势与机遇整合的营销模型对于开发中小企业潜力的有效性[3]。赵坤等(2021)运用 SWOT 方法系统验证了我国蔬菜类农产品地理标志发展所依赖的独特优势与资源条件,明确分析了其在市场竞争与监管中面临的主要约束[4]。用于剖析我国蔬菜类农产品地理标志的发展条件与挑战;张伟华(2015)通过 SWOT 分析,证明了 SWOT 分析方法在更大区域生鲜农产品物流体系研究方面的适用性[5]。许尧、张国庆(2021)运用 SWOT 方法,验证了在乡村振兴背景下,地方特色农产品(如临安山核桃)品牌建设必须系统协调内部资源与外部产业环境,实现产业发展的可持续性[6]。丁天明、罗春喜(2020)通过用该方法对敦煌李广杏的发展分析,论证了地理标志产品的品牌发展需高度依赖于对其独特产地优势的挖掘与规避市场同质化威胁[7]。薛雷(2020)采用 SWOT 分析方法,以河南省为案例说明论证了“互联网+”背景下区域农产品电商的发展成效受多种外部因素的综合影响,如基础设施、物流成本等内部条件与平台竞争、政策红利等[8]。孟宪文等(2010)通过分析论述了山西省特色农业的发展需基于其资源禀赋与产业分散,并紧密结合市场需求变化与竞争压力来制定相对应的政策路径[9]。刘德禄(2019)等的研究进一步验证了农产品实施生态营销战略的可行性,且需通过 SWOT 框架对其市场需求、成本压力及政策环境进行针对性的详实分析[10]。张丽俊等(2010)直接展望汾阳市谷子产业化开发前景[11];任文青(2018)在其研究中明确指出了该产业在电商化进程中存在的具体问题[12]。

3. 汾阳市谷子产业发展的 SWOT 分析

3.1. 汾阳市谷子产业发展的优势分析

1. 物流网络对电子商务发展的积极作用

汾阳市处于太原经济圈关键节点,是山西省中部的重要交通运输枢纽,市管辖范围内有 G20 青银高速,国道 307 线路,东吕高速公路等公路资源,也有大型客运与货运结合火车站点—汾阳火车站,这也是山西铁路布局网中重要的集装运输站点[6]。

汾阳市布局农产品运输物流,制造业运输物流,商业贸易物流等多种物流业务形态,是山西省西部地区重要的物流网络支撑节点。汾阳市管辖范围内,物流网络已经形成了市级中转配送,县级仓储配送,末端送货上门的完备的物流装配运送网络。除此之外,汾阳市依托杏花汾酒集团,计划建立大型物流园区,这也推动了汾阳市的物流发展。以铁路与公路主要架构,形成互补型的运输网络结构和综合型的交通体系结构以及便利的物流的条件为谷子的外销奠定了坚实的基础。

2. 产业发展基础优势

山西省汾阳市是农业重镇,谷子种植历史悠久,是山西省重要的谷物生产种植基地,小米种植生产已经初步具有一定规模,近几年来汾州香小米产量波动增长,除个别年份因自然灾害等原因造成产量下降,整体趋势向好[13]。

在技术力量方面,汾州香小米由山西省农业科学研究院研究的优质品种“晋谷一号”为原料加工而产生的,并且依托山西省农科院经济作物所下属的种业公司提供的技术支撑,不断对已有品种进行优化和改进。汾阳市现有各类专业技术人员百余人,政府组织专业人员对小米种植人员进行种植技能培训,同时推进绿色种植技术,并到田间实际示范操作,解决了实际种植生产过程中因技术缺乏或技能落后造成的对产前以及产中过程造成的不利影响。农业种植历史悠久,一定的技术力量储备这些农业产业基础为汾阳市谷子产业的发展奠定了基础。

3.2. 汾阳市谷子产业发展的劣势分析

1. 产业产成品加工程度低, 且未形成完整的产业链

截至 2020 年, 汾阳市仅有四家加工企业进行谷子的原材料加工和产成品制作, 而全市谷子种植面积达到 2380 公顷, 产量 4971 万吨。形成了加工企业数量有限而产量大这一不平衡局面, 不利于谷子的产成品制作和市场份额占比的扩大。

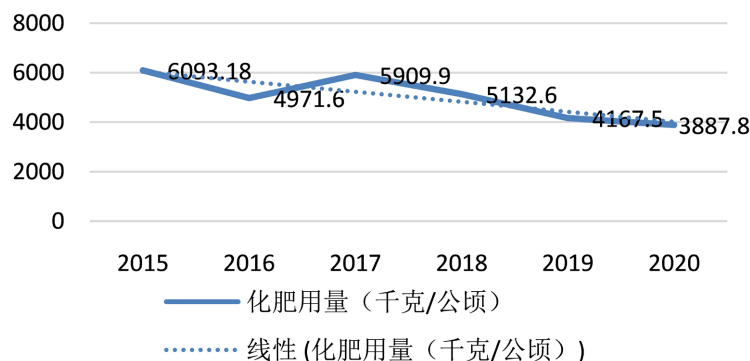
根据线上电子销售渠道以及线下大型商超销售品展示, 汾阳市谷子现阶段销售主要以原材料为主, 即农产品本身, 加工程度较低, 加工后产品少, 在销售市场中依托价格获得竞争优势, 但粮食作物销售利润空间低, 不利于该产业的长远发展以及利润的获得。

汾阳市种植谷子历史悠久, 但主要以农作物种植为主。汾阳市政府以及农业农村局于 2021 年的《关于对汾阳市 2020 年发展农业特色产业实施方案》政策解读会议中提出, 计划要建立以杏花永安, 北廓为重点的高效经济作物产业带, 并带动周边乡镇种植谷子以及谷子加工产业的发展。但现阶段, 产业带尚未建立, 也未形成完整的产业发展链条。产前, 产中, 产后各环节衔接搭配也存在着问题智慧化程度也较低。造成初级农产品数量过剩但高端加工产成品数量稀缺的现象, 不利于产业发展以及利润的获得。

2. 自然灾害以及农药等生产品的随意使用

汾阳市素有“十年九春旱”之说, 春季伏旱, 倒春寒现象严重, 土壤含水率不足 10%。而 2020 年国庆期间, 汾阳市全市范围内降雨量大, 2021 年间, 汾阳市先后遭受沙尘暴, 极端低温, 长时间的持续的降雨, 冰雹, 大风等天气的影响, 而谷子生长适宜比较干燥的环境, 湿润的环境不利于谷子的生长。且针对复杂又多变的自然天气情况, 农户没有办法及时和有效的采取相对应的措施, 自然灾害的处置应对能力弱。白发病和黑穗病的一般感染病菌的概率为 6%~17%, 严重可达到 30%~52%, 造成小米大量减产。

为了抵御病虫害的影响, 实现小米产量的提高, 当地小米种植农户仍然存在化肥, 农药等化学用品的不合理施用, 过度投放等问题, 不利于汾阳市谷子的产品质量的提高。近年来, 汾阳市谷子种植化肥用量呈现波动下降的趋势, 如图 1 所示, 从 2015 年 6093.18 千克/公顷下降到 2020 年 3887.5 千克/公顷, 但化肥使用量基数仍较大, 对谷子自身的生长存在较大的负面影响, 大量施用会导致谷子种苗的生长发育受到影响, 甚至停止生长以至幼苗萎缩, 农民收益收到损害。同时农药等产品的施用对当地土地, 水资源带来污染, 破坏了谷子生长所需的良好自然资源条件和生态平衡, 不利于产业良好社会声誉的建立。



注: 数据来源为山西省统计年鉴, 汾阳市统计年鉴。

Figure 1. Fertiliser application rates for millet cultivation

图 1. 谷子种植化肥用量

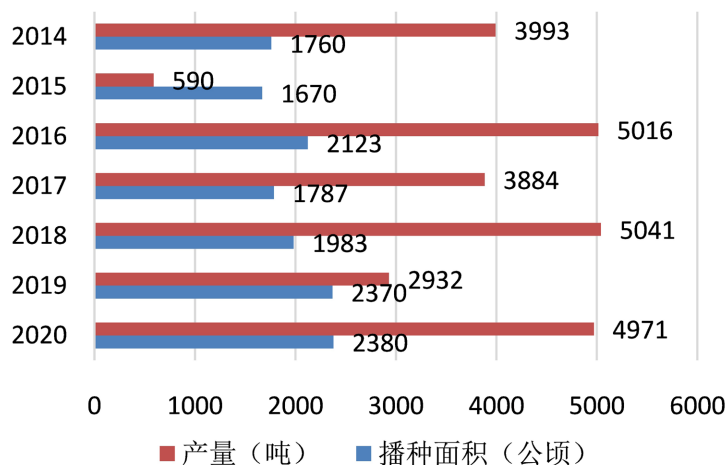
3. 电商营销能力不足

汾阳市谷子产业电商领域发展存在营销能力方面的短板,具体表现为:线上运营多处于粗放状态,从事相关领域的专业团队数量较少,在店铺形象设计、引流转化及客户维系效率方面有着明显的不足;品牌在搭建线上店铺空间时缺乏清晰的产品定位,文化定义背景与产品特色缺乏对消费者的吸引力;销售过度依赖传统电商平台,对社交电商、直播等内容驱动的新模式运用生疏,线下销售营业额占主要份额[14];同时,营销决策严重依赖经验,缺乏大数据背景下的用户画像描写与市场反应机制。薄弱环节使得优质产品难以在线上实现品牌溢价与可持续增长,陷入“酒香也怕巷子深”的真实困境,从根本上制约了产业通过电商突破地域限制、实现价值升级的路径。

3.3. 汾阳市谷子产业发展的机遇分析

1. 社会发展机遇,“互联网+”趋势下农村电子商务的发展

汾阳市谷子产业作为当地第一产业中的支柱产业,从2017年开始,汾阳市每年设立两万亩种植基地以及相对应的种植补贴[15][16]。2020年,汾阳市人民政府颁发《关于对汾阳市2020年发展农业特色产业实施方案》,文中提到了要重点推广晋谷21号品种种植,由政府提供种肥并给予种植户每亩170元的现金补贴。文件提出要建立2万余亩种植规模300亩以上的优质种田示范基地以此带动其他乡镇谷子种植,从而带动全市谷子种植产量均衡增长。汾阳市近年来谷子播种面积和产量如图2所示,谷子播种面积由2014年的1760公顷波动增长至2020年的2380公顷,产量由3993吨波动增长至4971吨。



注:数据来源为山西省统计年鉴。

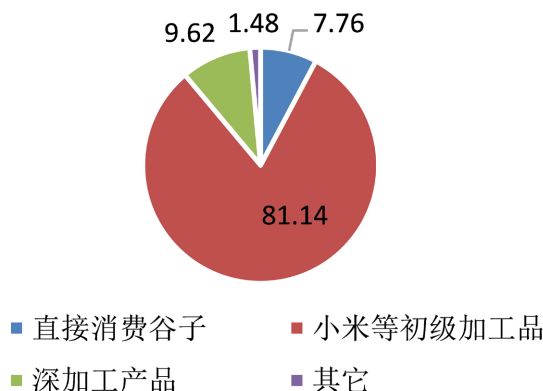
Figure 2. Millet production and sown area in Fenyang city

图2. 汾阳市谷子产量及播种面积

汾阳市政府大力支持当地农村电子商务发展,通过多方资源整合和政府政策支持引导,形成多层次电商支持体系。现阶段已形成三种农村电子商务模式,一是线下站点流转交通服务,依托镇村服务点,提供代购代销、物流集散、信息咨询等服务,打通农产品下乡的“最后一公里”,实现实体流通与数字交易的初步对接。二是电子商务交易平台与本地农业企业进行对接,如小米生产企业与京东等平台合作,通过平台流量加持与品牌建设,将汾阳小米等特色农产品纳入标准化、规模化、体系化的线上销售渠道,提升产品市场露出。三是委托第三方网络销售平台进行农产品销售,开展带货直播,三方店铺代运营等业务以缓解自身营销能力不足。截至2018年,汾阳市依托电子商务平台,农产品销售额达到了0.8亿元,实现了农民收入的增加和生活水平的提高。

2. 产业发展市场前景较为广阔

随着居民收入水平的提高, 消费意识由原先的吃饱饭转变为现今的健康, 营养元素全面的消费意识, 加上小米既可药用, 又可食用的广泛用途功能, 小米的市场需求量和消费量呈现稳定上升的趋势。根据相关的数据显示, 2018 年谷子的国内消费量为 232 万吨, 与 2017 年相比, 增加了 57 万吨。如图 3 所示, 谷子产业产成品消费量构成中, 初级加工品和深加工产品消费占比高达 90.76%, 汾州香小米的前景市场开阔, 更有利于其发展[17]。



注: 数据来源汾阳市小米产业发展规划报告, 山西省农科院。

Figure 3. Composition (%) of consumption of processed products in the millet industry

图 3. 谷子产业产成品消费量构成(%)

3.4. 汾阳市谷子发展的威胁分析

1. 电商发展竞争力弱, 产品同质化程度高

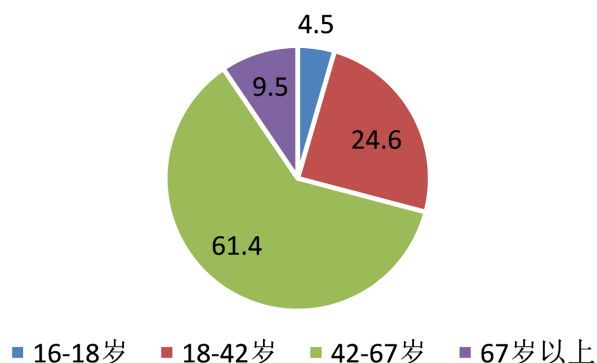
近年来, 汾阳市谷子产业发展向好, 谷子种植面积和产量均呈增长趋势。根据《中国地理标志保护产品发展报告》[18]显示, 截至 2021 年 3 月, 国内有 49 个谷子全国地理标志保护产品, 其中敖汉, 沁州黄, 龙山等头部品牌谷子产业具有明显的产业先发优势和持续深入的品牌建设, 在市场认知度和消费者关系方面存在明显优势。其中敖汉地区的谷子产品的品牌影响力指数达到了 72.39, 发展具有明显的品牌价值驱动性。汾阳市谷子产业产量上升但在消费者群体中尚未形成有效的品牌认知和产品辨识度, 缺乏特色。在电商渠道上难以有足够的品牌溢价空间, 市场准入门槛提高。这些竞争力强, 品质优良的谷子产业, 直接导致汾阳市谷子产业产成品在市场竞争中处于被动的位置, 不利于其市场占有率的提高, 增加了开拓市场的难度。

2. 产业发展外部环境不确定性的增强

一是作为传统杂粮, 谷子及其加工品并非消费者认知内传统的主食消费品类, 市场需求的上升有限甚至出现需求下降的情况, 这种市场变化传导至生产端, 引致种植户因预期收益下降而主动减少种植面积, 或转向种植高经济附加值的粮经作物, 影响谷子原料供应的稳定性与规模, 对产业链的持续运作形成干扰。二是全球农产品贸易规则与市场准入条件日趋严格, 增加了该产业向外拓展的难度。近年来, 主要进口市场持续提升质量安全标准、认证要求及可追溯性规定, 技术性贸易壁垒日益形成并深化。国际物流成本的不稳定性、汇率变化及地缘政治关系等因素, 也使得出口环境更加复杂。在这种内外环境双重影响下, 汾阳市谷子产业不仅需要持续投入技术、资源等以符合各类标准, 还需应对市场价格波动带来的内部竞争压力。这些因素共同削弱了产业的盈利与市场布局的稳定性, 提升了实现产业发展的复杂度。

3. 产业发展新型技术应用风险

技术应用风险主要来源于谷子种植农户, 主要体现在以下两个方面。一是如图 4 所示, 农户种植者平均年龄为 42~67 岁, 在种植方式的选择多倾向于传统的种植生产方式, 对相关人员培训教学的新型的种植方式和管理方式方法接受度低, 农业技术培训与知识推广受到明显阻碍。二是农业新技术的应用会带来资金等方面投入的增多, 农民筹措资金渠道有限, 且不愿承担使用新型种植生产技术的费用, 压缩产品的利润空间和降低自身利润的获取。



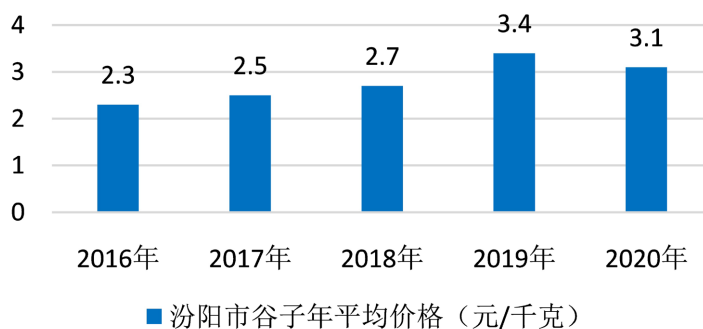
注: 数据来源为调查年鉴, 汾阳市统计年鉴整理。

Figure 4. Age distribution (%) of millet-growing households

图 4. 谷子种植农户年龄分布(%)

4. 市场价格波动的不稳定性

初级农产品的价格水平与其他行业产成品相比, 更容易受到市场供需关系的影响导致价格浮动变化。如图 5 所示, 2019 年春旱等极端天气的发生导致农作物产量下降, 谷子价格受到一定的影响与波动, 由 2018 年的 2.7 元上涨至 2019 年的 3.4 元。而农民种植农产品主要以市场价格作为行情导向, 2019 年谷子市场价格上涨, 农民会扩大生产种植规模以期获得利润的增加, 但引发了市场上供大于求的供需状况进而导致农产品价格的下跌, 也就是谷贱伤农现象的发生。



注: 数据来源为汾阳市农业农村局官网整理。

Figure 5. Annual average price of millet in Fenyang City (yuan per kilogram)

图 5. 汾阳市谷子年平均价格(元/千克)

4. 汾阳市谷子产业发展的对策

通过上述对汾阳市谷子产业发展的 SWOT 分析, 可以了解到该产业现阶段处于较为复杂的多种因素共存的发展阶段。根据经济学家李嘉图的比较利益理论。应该并充分发挥其自身所具有的发展优势, 把握外部利于发展的机会, 努力克服自身不利于长远发展的因素, 实现品牌化发展; 通过实践探析找出不

利于产业发展的因素，减轻已有威胁或者潜在因素对其的发展带来的不利影响。通过巩固发展优势和尽可能规避风险打造新的竞争壁垒，从而扩大市场占有率并提高竞争能力。根据上述对汾州香小米当前所面临的优势、劣势、机遇和挑战分析，本文从增长型、扭转型、多种经营，以及防御型四种战略角度提出汾阳市谷子产业的发展对策，具体内容如表 1 所示。

Table 1. SWOT analysis of millet industry development in Fenyang City
表 1. 汾阳市谷子产业发展 SWOT 分析

| 项目 | 内容 | 战略选择 | 发展对策 |
|------|---|-------------------|------------------|
| 优势 S | 区位优势 农业产业发展基础优势 | SO 战略 (增长型战略) | 科学布局，建立绿色特色品牌 |
| 劣势 W | 产品加工程度低，且未形成完整的产业链 自然灾害以及农药等生产品的随意使用 | WO 战略 (扭转型战略) | 推进产业化经营，扶持多元经营主体 |
| 机遇 O | 社会发展机遇，“互联网+” 趋势下农村电子商务的发展 市场前景较为广阔 | ST 战略 (多种经营战略) | 增加产成品种类，延长产业链 |
| 威胁 T | 市场上同质性产品数量多 外部环境不确定性的增强 产业发展新技术应用风险 | WT 战略 (防御性战略) | 增强风险抵御能力 |

4.1. 科学布局，建立绿色特色品牌

积极开展汾阳市谷子产业品牌化营销渠道的开拓与推广，加强渠道选择和渠道培育能力。据相关数据显示，2020 年汾阳市农产品电子商务平台销售额已经突破亿元关口。网上销售渠道的开拓将为汾阳市谷子产业销售额的增加灌注新的且强劲的增长动力，因此相关企业应紧抓汾阳市政府发展电子商务农业的政策，加强与网络电子商务平台的合作，拓宽销售渠道。同时建立完善的谷子质量检测体制和标准体系，种植生产更规范化和高质量的农产品，推动绿色品牌宣传。

4.2. 推进产业化经营，扶持多元经营主体

在市场配置资源和乡村振兴的社会发展大环境的前提下，汾阳市政府应鼓励社会多方力量参与产业化经营主体的培育和建设，加快构建“联合社 + 专业合作社 + 基层经营集体”的立体经营管理模式，充分发挥各类生产与经营主体在不同环节的重要作用，实施规范化，科学化的种植模式，形成多个主体合作共赢，良性竞争的发展局面。要解决农户生产与市场供需方面联动机制缺乏和信息不对称的问题，做到产业经营主体明确，产业种植生产布局适度，生产各个环节有效配合，规范化管理产业经营主体，收益分配合理，从而推进汾阳市谷子产业有序以及长远发展。

4.3. 增加产成品种类，延长产业链

汾阳市谷子产业发展环节涉及产前产中产后等多部门多环节的复杂系统，各部分组织衔接程度较差，农户作为产业链下游部门，在农产品市场竞争的环境下提高产生了较高的市场交易成本，利润获得空间大幅压缩。因此需不断延伸和拓展产业链，推进谷子的深加工并不断增加产品种类，扩展产业链上的各个环节深度从而提升价值链。同时要不断创新产业链发展和融合机制，保障商流，资金流的协调与畅通从而降低市场交易成本，为产业链的延伸发展注入新的活力。根据变化的顾客需求进行针对性的产品生产，增加产品种类。从而为其长远发展奠定良好的产业基础。

4.4. 增强风险抵御能力

针对新冠疫情的不稳定性, 相关部门应制定相关的政策措施努力打通农产品绿色物流运输以及配送的“最后一公里”, 培育稳定的销售渠道以及顾客来源以保障疫情期间的销售和利润的获得。同时进一步实现现有的平台资源优化, 鼓励第三方平台、物流公司、农业经济合作社利用技术优势和资源优势积极助力种植户与生产户的谷子外销。同时加强农业灾害预警系统的建设, 对影响农作物生产的虫害, 自然灾害等, 做到提前预报和警示, 以提前采取措施, 一定程度上减少自然灾害等对农作物产前环节产生的不利后果, 从而增强产业发展的自然风险抵御能力和社会营销风险的抵御能力。

参考文献

- [1] 经济日报社, 中国经济趋势研究院, 中国农业大学国家农业农村发展研究院. 保障农业农村优先发展[N]. 经济日报, 2022-01-21(011).
- [2] 吴英, 甘霖, 刘猛. 六安市农产品冷链物流发展 SWOT 分析[J]. 现代商贸工业, 2019, 40(23): 30-31.
- [3] Andriany, D., Hasibuan, L.S. and Rahayu, S.E. (2016) Marketing Model in Developing the Potential SMEs Based on Swot Analysis. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 7, No. 22.
- [4] 赵坤, 宫凤影, 孙志永, 张延国, 沈光宏, 徐东辉. 我国蔬菜类农产品地理标志发展 SWOT 分析及对策建议[J]. 中国蔬菜, 2021(2): 1-6.
- [5] 张伟华. 中国生鲜农产品物流发展 SWOT 分析及政策建议[J]. 世界农业, 2015(6): 199-201.
- [6] 许尧, 张国庆. 乡村振兴背景下农产品品牌建设策略研究: 基于临安山核桃的 SWOT 实证分析[J]. 农技服务, 2021, 38(6): 138-139.
- [7] 丁天明, 罗春喜. 基于 SWOT 分析法的国家地理标志农产品品牌建设研究——以国家地理标志农产品敦煌李广杏为例[J]. 农村经济与科技, 2020, 31(3): 18-20.
- [8] 薛雷. “互联网+”背景下河南农产品电商发展现状的 SWOT 分析[J]. 漯河职业技术学院学报, 2020, 19(5): 80-82.
- [9] 孟宪文, 张丽珍, 薛占金, 秦作栋. 基于 SWOT 分析的山西省特色农产品发展研究[J]. 山西师范大学学报(自然科学版), 2010, 24(2): 96-99.
- [10] 刘德禄. 农产品生态营销 SWOT 分析及发展策略[J]. 农业经济, 2019(1): 137-138.
- [11] 张丽俊, 王文娟, 郝瑞庆. 汾阳市优质谷子产业化开发前景[J]. 农业技术与装备, 2010(9): 15-16.
- [12] 任文青. 汾阳市农产品电商发展存在问题及对策研究[J]. 种子科技, 2018, 36(4): 18, 21.
- [13] 韩敏娟. 汾阳市推进谷子基地建设的探讨[J]. 农业技术与装备, 2013(8): 56-57, 60.
- [14] 朱向梅, 赵公民. 山西省特色农产品市场营销现状调查分析[J]. 生产力研究, 2006(12): 35-36.
- [15] 孙葆春, 李嘉晓. 山东省地理标志农产品基于产业发展的 SWOT 分析[J]. 农业经济, 2015(4): 59-61.
- [16] 刘润平, 程力, 关颖, 吴昊, 韩葆颖, 张兴宇, 杨利. 第五届山西特色农产品品牌发展论坛暨汾都香小米品牌战略研讨会举行[J]. 农产品加工, 2020(9): 121.
- [17] 周伟, 王建成, 张国勇, 金梅. 汾阳市晋谷 21 号谷子生产现状与持续发展对策[J]. 农业技术与装备, 2011(8): 37-38.
- [18] 国家知识产权局. 2021 年度地理标志保护发展报告[R]. 2021.