

从“地方性知识”到“网络性商品”：电商驱动下贵州民族地区油茶产业的转型与发展

谢 巧

贵州大学历史与民族文化学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年12月25日；录用日期：2026年1月4日；发布日期：2026年1月28日

摘 要

本文立足于乡村振兴与数字经济的国家战略背景，旨在探讨电商驱动下贵州民族地区特色油茶产业的转型路径与发展模式。电商在引发文化商品化与社区重构的同时，也为产业突破与技艺“生产性保护”提供了关键契机。本研究引入人类学与民族学的研究视角，结合“地方性知识”理论，系统剖析“油茶产业”与“电商模式”的互动机制，为推动民族地区特色产业的可持续发展提供有效性理论参考与实践策略。

关键词

乡村振兴，电子商务，贵州油茶产业，产业转型，地方性知识

From Local Knowledge to Network Commodity: The Transformation and Development of Oil-Tea Camellia Industry in Guizhou Ethnic Areas Driven by E-Commerce

Qiao Xie

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

Received: December 25, 2025; accepted: January 4, 2026; published: January 28, 2026

Abstract

Based on the national strategic background of rural revitalization and digital economy, this paper

文章引用：谢巧. 从“地方性知识”到“网络性商品”：电商驱动下贵州民族地区油茶产业的转型与发展[J]. 电子商务评论, 2026, 15(1): 733-740. DOI: 10.12677/ec.2026.151089

aims to explore the transformation path and development mode of characteristic oil-tea camellia industry in Guizhou ethnic areas driven by e-commerce. While triggering cultural commercialization and community reconstruction, e-commerce also provides a key opportunity for industrial breakthroughs and productive protection of skills. This study introduces the research perspective of anthropology and ethnology, combines the theory of local knowledge, systematically analyzes the interaction mechanism between oil-tea camellia industry and e-commerce model, and provides effective theoretical reference and practical strategies for promoting the sustainable development of characteristic industries in ethnic areas.

Keywords

Rural Revitalization, E-Commerce, Guizhou Oil-Tea Camellia Industry, Industrial Transformation, Local Knowledge

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

当前,我国正处于全面推进乡村振兴、数字经济与实体经济深度融合的关键阶段。党的二十大报告强调:“坚持农业农村优先发展……加快农业农村现代化步伐,促进农业高质增效”[1]。习近平总书记考察贵州时亦强调,需坚持以高质量发展统揽全局,“贵州要下定决心、勇于探索,坚持以实体经济为根基……加快传统产业转型升级,积极发展战略性新兴产业,做强做优数字经济、新能源等产业”[2]。在此战略背景指引下,电子商务已经成为推动农村产业升级、实现增收致富的重要抓手。贵州油茶作为民族地区特色产业的典型代表,不仅是重要的山地经济作物,更承载了深厚的民族记忆和地方智慧。其传统的生态知识、制作技艺与饮食文化共同构成了独特的“地方性知识”体系,对维系乡村社区结构和社会生计具有重要作用。随着数字基础设施的建设与完善,电子商务为油茶等特色农产品突破地域阻隔、拓展销售市场提供了全新渠道。在此过程中,油茶产业实现了从“地方性知识”向“网络性商品”的价值跨越,凸显了其作为区域特色产业的发展潜力。

因此,本文基于乡村振兴与数字经济战略背景,结合地方性知识的理论研究,阐释传统知识在数字平台上的再生产与社会价值的再创造,旨在为促进民族地区农产品可持续发展提供实践参考,对增强民族地区经济活力、推动乡村全面振兴具有重要的理论价值和现实意义。

2. 相关概念界定与文献综述

2.1. 概念界定

地方性知识[3] (Local Knowledge)这一概念由美国人类学家克利福德·吉尔兹提出,在社会科学领域产生了广泛影响。随着对其解读不断深化,学者们认为其是在特定地域、文化或社会群体内部形成并世代传承的知识体系,具有地域性、情境性与文化性的显著特征。该知识源于当地居民长期的生产生活实践,涵盖对自然环境的认知、技术技艺、社会规范与历史记忆等多方面内容。在学术视野下,地方性知识被视为一种兼具经验性、情境性、与文化性的知识形态,强调其与特定时空背景和文化脉络的深度交织。其主要特征分别为地域性、经验性与文化性,具体为知识根植于特定的自然与社会环境,因长期实践积累而成,往往难以完全形式化与标准化,与当地的观念、风俗信仰、语言符号等紧密

相关。

2.2. 文献综述

近年来,地方性知识、电子商务与乡村产业发展、贵州油茶产业分别成为学术界关注的热点。相关研究可分为以下三个方面:

一是关于地方性知识的研究。阐释人类学家吉尔兹指出,“‘地方性知识’不是指特定的、具有地方特征的知识,而是一种新型的知识观念,包括由特定历史条件所形成的文化与亚文化群体的价值观,由特定的利益关系所决定的立场和视域等等”[4]。作为一种与社会科学所追求的普遍性知识相区别的知识形态,地方性知识强调“所有知识都是在特定的情景中由特定的主体来感受和据以行动的”[5]。换言之,“地方性知识被视为当地文化中固有的、自然产生的文化现象,而非可以用机械因果模式解释的物理事实”[6]。美国哲学家约瑟夫·罗斯进一步论证了“科学知识本身具有地方性特征……知识本身总是与具体的情境、目的、需要联系在一起的”[7]。吉尔兹与罗斯在此形成重要共识:“地方性知识”是在特定的生活实践中能被识别的实例,人们通过学习模仿能够把握其知识体系。由此可见,地方性知识的生成深深植根于特定地域的自然环境和人文环境,是特定文化群体在认识与改造世界过程中形成的认知方式、价值体系与实践准则的集中体现。**二是关于电子商务与乡村产业发展的研究。**该领域研究已形成从模式探讨到机制剖析的多元视角。庞爱玲[8]与刘婉莹[9]通过具体案例,论证了电子商务经营模式在食用菌、皮革等特色产业发展中的重要性。在此基础上,徐超静[10]进一步聚焦该模式在实际推广中的发展现状与运营问题。随着研究的深化,学者们开始构建更为系统的理论分析框架,如连宏萍、韩文静[11]深入剖析农村电子商务赋能乡村产业融合的内在理论机制;程好、孙伟[12]则从消费和生产的双重角度,探究了农村电子商务发展与农村产业升级之间的动态关系;魏晴[13]以及孙尧、王玉海[14]结合实证数据,深入探究了电子商务对产业链延伸的具体作用机制及其促进产业链和创新链的融合发展。现有研究充分表明,电子商务已成为驱动乡村产业转型升级与经济价值提升的关键力量。**三是关于贵州油茶产业的研究。**学者对此领域的关注已久,且研究视角不断拓展。如谭方友等[15]已勾勒出贵州油茶产业“生产经营销售状况良好但经济效益低下”的基本图景。随后,学者们从多种维度寻求解决方案,杨秀益等[16]从大健康产业视角论证其作为国家特色资源的独特性和重要性,肖明静等[17]进一步探讨了黔东南州油茶产业发展现状,并提出问题与对策。近年来的研究更趋于精细与多元化,王悦等[18]剖析了贵州油茶产业的农旅融合发展路径,范丽美等[19]强调了油茶产业在推动农村经济发展、促农增收、改善生态环境方面的综合价值,秦芳娇[20]与杜黔峰[21]则分别从高质量发展对策和金融支持角度提供了应对策略。此外,苏嘉华等[22]在乡村振兴背景下,系统剖析了贵油茶产业面临的核心困境,并提出相应对策,以推动产业提质增效、实现经济、社会与生态效益的协同发展。李世师[23]与陈艳[24]等学者则结合册亨县、玉屏县等具体案例,分别从农旅耦合协调度、农户与龙头企业利益联结机制的角度深化了相关研究。特别值得关注的是,吴雪[25]结合SWOT与PEST分析法,系统研究了黔东南油茶产业发展的内外部环境,王悦[26]则引入文化人类学视角,通过对侗族传统“地方性知识”的个案研究,揭示了其在现代化进程中面临的文化传承困境,为产业研究开辟了新的维度。

综上所述,现有研究已分别在“数字经济赋能乡村展业”与“贵州油茶产业发展”两个领域积累了丰厚成果。然而,二者存在明显的交叉研究空白;一方面,专门探讨电子商务如何赋能贵州油茶产业发展的研究较少,另一方面,尽管已有研究触及“地方性知识”,但尚未系统性地揭示其是如何通过电商等现代渠道转化为“网络性商品”的内在逻辑与实践过程,本研究基于此基础,弥补现有研究的不足。

3. 贵州民族地区油茶及其产业现状

3.1. 贵州民族地区油茶的种植、传统技艺及其文化价值

3.1.1. 种植概况

贵州是我国油茶的重要产区之一，其民族地区的油茶种植历史悠久、地域特色鲜明。油茶种植区域主要分布于黔东南州、铜仁市、黔南以及黔西南等民族聚居地区，其中黔东南州是主要核心产区，黎平、天柱、锦屏、从江、榕江等县尤为集中。这些区域气候湿润多雨、山势起伏，为油茶树的生长提供了优越的自然条件。当地多种植适应性强的本地原生品种，展现出良好的抗逆性。经过长期的自然选择和人工培育，适应了当地的自然环境，因而具有抗寒、抗旱、抗病虫害能力强的特点。油茶林多与杉木、松树等构成混交生态系统，体现了少数民族“靠山吃山、养山护山”的生态智慧。

3.1.2. 传统压榨技艺

油茶压榨技艺是源自油茶树果实以获取食用油脂的传统工艺。在贵州民族地区，这一技艺不仅形成了完整而复杂的传统知识体系，更与侗族、苗族的特色饮食“打油茶”深度交融，成为地域文化的重要载体。该工艺流程复杂，涵盖茶籽采摘、晒籽、碾粉与蒸制、包饼、手工压榨、熬制与精炼等传统环节。茶籽的采收与处理通常在寒露至霜降期间，依赖人工采摘与自然晾晒，为后续加工作准备。随后进行碾粉与蒸制，将干燥茶籽碾磨成细粉，再以木甑蒸制，此过程兼具杀菌、促进油脂析出和风味提香的作用。包饼与压榨作为整个工艺的核心环节，技术性与经验性要求极高：将蒸熟茶籽粉以稻草包裹并踩压成圆形饼状，置于传统木榨机中，通过人工操控撞槌进行反复撞击，借助物理压力实现油脂的分离。此过程虽出油率有限且耗费体力，却能最大程度保留油茶的天然活性成分，其操作本身亦具有强烈的仪式感，成为民族劳动智慧的视觉象征。压榨所得毛油经初步过滤后进入油茶熬制与精炼阶段，通过小火慢熬、持续搅拌与沉淀过滤，最终形成清澈金黄的高品质茶油。部分侗族地区在熬油前会将压榨出的原油与适量的茶籽共同熬制，制成兼具食用与药用功能的茶油糊。

油茶的传统压榨技艺作为一套完整的传承体系，从原料采摘至精炼成品，精炼，每一环节均强调了“自然”与“手工”的核心原则，在最大程度上保留油茶特有的营养成分和风味特征。该技艺多依托家族内部口传心授、代际传承，形成特定的技术壁垒，具有显著的工艺价值和深厚的历史文化价值。如今，它已作为非物质文化遗产，生动诠释了侗族人民在长期生产实践中所积累的生态智慧与生活哲学。

3.1.3. 油茶的文化价值

1) 油茶的社会身份：从生计作物到文化符号的多元建构

在贵州民族地区，油茶的社会身份呈现多维度的文化建构特征。作为生计作物，油茶林构成少数民族家庭重要的资产性资源。茶油除满足家庭消费需求外，已成为用于市场交换的商品化农产品以及农村家庭收入的重要来源。历史上，油茶作为山地经济作物满足油脂与营养需求；在“杉改油”等生态改造政策推动下，油茶从传统的山地林业经济作物转型升级为促进农户增收的核心产业，助力年均人均增收超千元。随着良种推广与科学种植技术科学化，油茶产业实现了由自给型农业向市场化、规模化生产的转型。

作为文化符号，油茶林承载着丰富的象征意义。它不仅是民族村寨自然景观的有机组成，其种植、管护和采收过程更与集体活动、乡规民约紧密相连，成为社区集体记忆和文化遗产的物质载体。在侗族、土家族等民族的社会礼仪中，油茶作为“首道菜”出现在婚礼、节庆与祭祀等重要场合，象征热情好客，体现了“三遍不见外”的待客礼仪，并在苗族、侗族、瑶族等民族日常饮食、节庆礼仪和人际交往中亦占据核心地位，构建了独特的饮食文化。油茶的独特风味与制作工艺已成为民族身份认同的重要标志。游

客通过品尝油茶，得以体验贵州民族文化的“味觉记忆”。通过媒体与旅游推广，“舌尖上的贵州风情”这一文化意象进一步强化了油茶的品牌价值。在产业化进程中，企业通过开发油茶护肤品等高附加值产品，推动油茶从传统食材向蕴含文化内涵的区域品牌转型，实现了文化资本向经济资本的转化。

2) 油茶的交换体系：传统与现代的互嵌融合

油茶的交换体系呈现传统网络与现代市场相互嵌入的特征。在传统交换维度，油茶作为物物交换的媒介，在社区内部与粮食、蔬菜、手工织品等进行互换，形成了稳定的交换网络，这种交换模式不仅调节了季节性供需平衡，更强化了社区内部的互助机制与社会联结。莫斯认为“礼物不是简单的物质交换，而是宗教、道德、法律、经济等多重社会维度的交织体”[27]，礼物的流通维系着社会的整体结构。作为礼物的油茶在节庆、婚嫁与访亲问友等仪式场合流动，履行着“礼尚往来”的社会功能，特别是在侗族的“三遍不见外”的待客礼俗中，油茶成为表达尊重与接纳的象征性物品。

在现代市场维度，油茶的流通方式趋向组织化与市场化。“合作社 + 农户 + 基地”模式通过组织化整合，实现了从分散生产到集约化、品牌化经营的转型。合作社负责统一收购、加工与销售，农户则专注于种植与初级加工，形成上下游协同发展的产业格局。近年来，电商渠道的拓展与旅游产业的融合，进一步开拓了油茶的交换空间。油茶产品借助电商渠道进入全国市场，部分企业则将油茶体验项目嵌入旅游线路，使游客在景区现场品尝并购买油茶制品，构建起“产 - 旅 - 销”一体化的现代流通体系。

值得关注的是，传统与现代交换形式并非简单替代，而是形成了有机互嵌，农户将自产油茶作为礼物赠送给合作社负责人或客商，以维系商业合作关系，合作社则通过技术服务支持与优惠采购回馈，这种互惠机制促进了社会资本的再生产。

3) 作为活态文化遗产的油茶文化体系

油茶文化是一个完整的活态文化遗产体系。在生态知识层面，它体现了少数民族适应山地环境的生存智慧与生活哲学；在技艺传承层面，传统工艺作为物理压榨的活态遗存，展现了民间科学知识的独特价值；在饮食文化层面，“打油茶”已成为民族身份认同的文化标识与实践活动，是其社会生活和情感联结的文化纽带。在社会交换层面，油茶在不同交换场域中同时履行着经济功能与社会功能，持续推动着地方社会结构的塑造与人际关系的维系。这一文化体系的核心在于其活态性，即油茶文化并非博物馆中的静态展品，而是持续演进的社会实践。在现代化市场发展的过程中，油茶文化通过创新性转化，既保持了优秀传统文化的精髓，又获得了新的发展形态，成为推动乡村振兴的文化资源。

3.2. 贵州民族地区油茶产业现状

3.2.1. 重点县域产能与产业布局

截止 2025 年，贵州省油茶产业已形成相当规模，全省种植面积约 392.4 万亩，其中黔东南、黔南、铜仁等 16 个县(区)被列为国家油茶重点生产县。2023 年数据显示，全省茶籽产量 14.82 万吨，油茶产业综合总产值攀升至 73.53 亿元，从业人员约 16.2 万人，整体呈现出持续扩张的产业态势。产业资源向重点县域集中，形成特色鲜明的区域布局。黔东南州作为核心产区，其天柱县种植面积达 43 万亩，投产 30 万亩，产业链产值 5.48 亿元，覆盖 4.6 万户，促进季节性就业 2.16 万人，实现人均增收 5400 元¹。黎平县将油茶定位为“一县一业”主导产业，种植面积 46 万亩，产业链产值高达 12 亿元，产业“含金量”显著提升²；铜仁玉屏县则致力于种苗研发与产业链延伸，已建设 100 亩油茶培育基地，年育苗能力达

¹数据来源：人民网，贵州天柱：绿色家园绘新景。<http://gz.people.com.cn/n2/2025/0801/c194849-41310469.html>

²数据来源：黔东南州林业局，贵州黎平多措并举提升油茶“含金量”。
https://lyj.guizhou.gov.cn/xwzx/szdt/202506/t20250619_88162030.html

500 万株，初步形成产学研一体化发展格局³。此外，从江、锦屏、黄平等县在 2023 年已集聚了 34 家加工企业，其中包括 18 家省级龙头企业，共同构成区域性的加工集群⁴。黔南、铜仁等其他重点县通过建设“油茶产业园区”，推动标准化种植与深加工环节的集聚发展⁵。

3.2.2. 政策支持与产业生态构建

中央和地方政府共同构建了多层次的政策扶持体系。国家层面出台《加快油茶产业发展三年行动方案(2023~2025)》等纲领性文件，明确了扩大种植面积、提升茶油产能的战略目标。在此基础上，贵州省林业局制定了《贵州省油茶产业发展三年行动实施方案(2023~2025)》，着眼于统一品牌建设、原产地认证与知识产权保护，并设立专项资金以推动产业升级。地方政府则通过建设油茶加工园区、完善基础设施，积极引导并强化从种植、加工包装到物流、营销的全产业链条，为产业生态的优化提供制度保障。

3.2.3. 电商赋能与品牌化发展

数字营销已成为推动油茶产业现代化转型的关键力量。众多油茶企业积极与主流电商平台合作，通过开设专属销售专区，开展直播与短视频营销等方式，有力拓展了市场。尤其在黔东南的天柱、黎平等民族地区，线上专区建设与线上线下融合销售模式的实践，有力推动油茶产品从“地方性知识”向“网络性商品”的价值转化。电商平台不仅提升了品牌知名度，也直接促进了销售增长。以此同时，品牌建设成效显著，全省已培育出“黔金山茶油”“黔金油”等超 80 个油茶品牌，部分品牌已荣得国家级荣誉，产品溢价能力与市场竞争力得到同步提升。

4. 电商赋能贵州民族地区油茶产业的发展理念与实施路径

4.1. 从“产业扶贫”到“文化赋能”的理念转变

在产业扶贫阶段，其发展重点集中于扩大油茶的种植面积、提高单位产量，依托国家政策扶持，通过财政优惠补贴、科学技术推广与组织化整合，有效推动规模化生产与经营，从而促进农民增收，切实获得经济效益。该阶段强调数量增长与产值提升，具有明显的经济导向特征。

进入文化赋能阶段，逐步推进油茶产业与贵州少数民族文化资源发展理念的深度融合。通过在包装设计、营销策略及直播内容中系统融入民族文化元素，形成产品品牌化与差异化竞争优势。借助电商平台的内容营销机制，使消费者在购买油茶的同时，能够感知并认同其民族文化内涵，从而实现“文化价值 + 产品价值 + 电商渠道”三位一体的综合价值提升。该阶段实现了从单一产量导向，向“文化内涵 + 品牌建设 + 消费体验”多维度发展模式转型，不仅提升了油茶产品的附加值，也促进了民族文化的现代化传承与传播。

4.2. 民族地区特色油茶产业发展的实施路径

4.2.1. 产业层面

推动产业技术创新，促进产学研协同发展。通过组建省级油茶产业技术研究院，系统开展高附加值油茶深加工产品研发，促进科技成果转化。设立技术创新示范基地，对智能化加工设备应用提供补贴，提升产业技术装备水平。

推进全产业链标准化，实现组织化整合。实施统一的种植、采收与加工标准体系，建立覆盖全省的

³数据来源：中国经济网，贵州油茶产业提面积强链条 拓展市场“难点”待解。

http://district.ce.cn/newarea/roll/202304/04/t20230404_38479599.shtml

⁴数据来源：中国食品报，政策保障组织保障资金保障 强力支撑贵州油茶增产增收。

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1798542883051930664&wfr=spider&for=pc>

⁵数据来源：贵州省人民政府网，贵州全面推进油茶产业扩面提质增效。

https://www.guizhou.gov.cn/ztl/sdnyxdh/zxdt/202302/t20230222_78272288.html

质量安全追溯系统。推广高产优质油茶品种，引入机械化种植与数字化管理手段，运用物联网技术监测茶园生态环境，并构建大数据分析平台，实现产量与品质的精准预测，提升供应链管理效率。强化原产地认证与知识产权保护，打造具有统一品牌标识与包装规范的区域公共品牌，完善产品信息可追溯机制。依托省级冷链物流枢纽，优化物流路径，有效降低油茶产品运输损耗与成本，最终实现从“产地 - 品种 - 加工 - 包装 - 营销 - 物流”全链条的可视化与可控化。

4.2.2. 人才层面

强化本土人才培养体系。与高等院校、职业院校合作共建“油茶电商”相关专业方向，开设电商运营、直播策划、跨境物流等实用课程。设立校企合作实训基地，组织学生在油茶企业及合作社开展实践教学，提升人才培养与产业需求的契合度。实施“油茶出海”专项计划，联合培养具备跨境电商运营能力的复合型人才。培育兼具电商技能与文化素养的“新乡贤”与“本土经纪人”，发挥其在乡村产业振兴中的桥梁与引领作用。

加大政策支持力度，积极引进外部高端人才。设立“油茶电商发展基金”，对年销售额达到一定规模的企业给予物流、营销等补贴；通过住房补贴等激励政策，吸引电商运营、品牌策划、跨境贸易等领域的专业人才落户，构建产业可持续发展的人才支撑体系。

4.2.3. 文化层面

实施文化包装策略。将苗族蜡染、侗族大歌等非物质文化遗产元素融入油茶包装设计，构建具有民族特色的视觉识别系统，实现民族文化在品牌传播中的“文化背书”功能。

开展文化内容营销。运用数字技术呈现产品溯源信息与文化叙事，制作“油茶文化故事”系列短视频，邀请非遗传承人参与讲解油茶采摘与制作工艺，增强产品真实性与消费者情感共鸣，结合侗族大歌、民族舞蹈等表演形式，打造“非遗展演 + 油茶品鉴”系列直播活动，实现产品透明化营销与消费者的沉浸式文化体验。

推动农文旅融合，培育体验经济。开发“油茶主题农家乐”“油茶文化体验园”等文旅项目，开展采摘制作等互动活动，结合 VR/AR 技术提供线上线下沉浸式参观体验，促进“生产 - 加工 - 体验 - 文化”全链条协同发展。定期举办“贵州油茶文化节”、邀请媒体参与报道，形成品牌季节性宣传效应，进一步推动农业、文化旅游产业的深度融合。

5. 结语

贵州民族地区的油茶产业已实现从传统“地方性知识”向现代“网络性商品”转型跨越，初步构建起“种植 - 加工 - 品牌 - 电商”四位一体的完整产业链。通过产业协同、人才培养、文化赋能等多维度举措，该产业正逐步实现从“数量扶贫”向“文化价值”的结构性升级。电商平台在其中已超越传统销售渠道的功能，演变为文化传播与品牌塑造的重要载体，有效助力油茶产品在国内外市场形成差异化竞争优势，进而推动农民增收、促进民族文化传播、实现区域经济的可持续发展。

在政策扶持、技术创新与电商直播等数字营销手段的共同驱动下，产业呈现出良好的发展态势。展望未来，随着产业规模持续扩大、技术能力不断提升以及与电商模式的深度融合，油茶产业有望在提高农民收入、服务乡村振兴战略、打造贵州特色的区域公共品牌等方面发挥更为重要的作用。

参考文献

- [1] 本书编写组. 2022 党的二十大报告关键词[M]. 北京: 党建读物出版社, 2022: 10-11.
- [2] 新华网. 习近平在贵州考察时强调坚持以高质量发展统揽全局在中国式现代化进程中展现贵州新风采[EB/OL]. <https://www.xinhuanet.com/politics/leaders/20250318/c2d4ecc3a84649ffb35ec9dfdb2d9646/c.html>, 2026-01-27.

-
- [3] 克利福德·吉尔兹·美. 地方性知识阐释人类学论文集[M]. 北京: 中央编译出版社, 2000.
- [4] 汪民安. 文化研究关键词[M]. 南京: 江苏人民出版社, 2019.
- [5] 吴洪涛. 社会科学“学术自主”论题研究[M]. 上海: 上海大学出版社, 2023.
- [6] 王庆卫. 共同性视域下的地方研究: 从地方感到地方性知识[J]. 厦门大学学报(哲学社会科学版), 2025, 75(3): 157-165.
- [7] Rouse, J. (1987) *Knowledge and Power: Toward a Political Philosophy of Science*. Cornell University Press, 92 p.
- [8] 庞爱玲. 电子商务经营模式下食用菌产业发展[J]. 中国食用菌, 2020, 39(6): 175-177.
- [9] 刘婉莹. “乡村振兴”背景下电子商务助力皮革产业发展的模式探究[J]. 中国皮革, 2021, 50(10): 33-35, 39.
- [10] 徐超群. 电子商务助推食用菌产业转型发展[J]. 中国食用菌, 2020, 39(2): 183-186.
- [11] 连宏萍, 韩文静. 数字经济赋能乡村产业融合发展的实证研究[J]. 中国特色社会主义研究, 2025(1): 55-66
- [12] 程好, 孙伟. 农村电子商务发展与农村产业升级——基于生产和消费角度[J]. 商业经济研究, 2024(24): 100-104.
- [13] 魏晴. 电子商务发展对农业产业链延伸的作用机制[J]. 商业经济研究, 2025(15): 114-117.
- [14] 孙尧, 王玉海等. 电子商务何以促进农业产业链和创新链融合发展? [J]. 改革, 2025(8): 121-135.
- [15] 谭方友, 吴德辉等. 贵州省油茶产业现状与发展对策[J]. 中南林业科技大学学报, 2011, 31(10): 74-77.
- [16] 杨秀益, 邹高元. 大健康产业视野下黔东南油茶产业发展战略建议[J]. 凯里学院学报, 2016, 34(4): 114-118.
- [17] 肖明静, 杨秀钟等. 黔东南州油茶产业发展现状、问题及对策分析[J]. 贵州林业科技, 2021, 49(1): 47-51.
- [18] 王悦, 王珊. 贵州油茶产业农旅融合发展问题及对策研究[J]. 西部旅游, 2022(23): 26-28.
- [19] 范丽美, 侯黔灵. 贵州省油茶加工业现状、存在问题及发展对策[J]. 中国油料作物学报, 2024, 46(2): 260-266.
- [20] 秦芳娇. 贵州省油茶产业现状及高质量发展对策研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州大学, 2023.
- [21] 杜黔峰, 赖庆奎. 贵州油茶产业发展的金融支持对策研究[J]. 贵州林业科技, 2024, 52(1): 84-88.
- [22] 苏嘉华, 刘峻颖, 等. 乡村振兴乡村振兴背景下贵州省油茶产业发展研究[J]. 贵州农机化, 2025(3): 18-22.
- [23] 李世师. 册亨县油茶产业与旅游业耦合协调度研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州师范大学, 2022.
- [24] 陈艳. 贵州省玉屏县油茶产业农户与龙头企业利益联结机制研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州大学, 2024.
- [25] 吴雪. 黔东南州油茶产业发展的 SWOT 与 PEST 分析[J]. 西部林业科学, 2020, 49(3): 154-158.
- [26] 王悦. 侗族传统油茶产业的本土知识及其价值研究[D]: [硕士学位论文]. 吉首: 吉首大学, 2022.
- [27] 马塞尔·莫斯, 著. 礼物[M]. 李立丰, 译. 北京: 北京大学出版社, 2022.