

数字化背景下乡村旅游高质量发展路径分析

——基于扎根理论分析

郝亚婷

扬州大学商学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2024年4月30日; 录用日期: 2024年5月28日; 发布日期: 2024年7月9日

摘要

乡村旅游在助力乡村振兴和促进乡村地区经济发展方面发挥着重要的作用, 对于乡村发展的经济、文化和环境方面都具有重要意义。在数字化背景下, 数字技术的应用为乡村旅游的发展注入新的动能。采用扎根编码的研究方法, 在实地调研的基础上进行编码, 总结出乡村旅游高质量发展的影响因素, 分别为基础设施、利益主体、品牌建设和脆弱性背景, 构建了乡村旅游高质量发展的影响因素理论模型。基于此分析数字化背景下乡村旅游发展过程中在这四个方面存在的问题, 接着从政府、企业、村民和游客四个相关的利益主体进行原因分析, 最后提出推动数字化基础设施建设、加强人才引进和培训和提高村民素养等数字化背景下乡村旅游高质量发展的路径。

关键词

乡村旅游, 数字化背景, 高质量发展, 扎根理论

Analysis of the High Quality Development Path of Rural Tourism under the Background of Digitalization

—Based on Grounded Theory Analysis

Yating Hao

School of Business, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Apr. 30th, 2024; accepted: May 28th, 2024; published: Jul. 9th, 2024

Abstract

Rural tourism plays an important role in assisting rural revitalization and promoting economic development in rural areas, and is of great significance to the economic, cultural, and environmental aspects of rural development. In the context of digitalization, the application of digital technology injects new momentum into the development of rural tourism. Using the research method of grounded coding, based on field research, the influencing factors of high-quality development of rural tourism were summarized, including infrastructure, stakeholders, brand building, and vulnerability background. A theoretical model of the influencing factors of high-quality development of rural tourism was constructed. Based on this analysis, the problems existing in these four aspects of rural tourism development under the digital background are analyzed. Then, the reasons are analyzed from the four relevant stakeholders of government, enterprises, villagers, and tourists. Finally, the path to high-quality development of rural tourism under the digital background is proposed, including promoting digital infrastructure construction, strengthening talent introduction and training, and improving village literacy.

Keywords

Rural Tourism, Digital Background, High Quality Development, Grounded Theory

Copyright © 2024 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

在乡村振兴的大背景下，旅游业作为乡村产业发展过程的重要路径，在助力乡村振兴和促进乡村地区发展方面发挥着重要的作用，对于乡村发展的经济、文化和环境方面都具有重要意义。通过引入旅游业可以为当地的居民提供更多的就业机会，在提高当地居民的收入水平，带动乡村地区经济活力的同时，可以推动其他相关产业发展，增加地方财政收入，实现经济多元化[1]。同时乡村旅游业通过创新的商业化将传统文化融入乡村的现代发展中，有助于保护和传承当地的文化遗产和传统，此外乡村旅游有助于推动生态环境保护和可持续发展，地方建设乡村旅游度假区同时也保护了当地的生态环境。但是乡村旅游发展依旧存在一些问题，随着数字技术的发展，乡村旅游的发展也面临新的挑战 and 机遇[2]。早在 2021 年，我国文化和旅游部先后发布了《“十四五”文化和旅游发展规划》和《“十四五”文化和旅游科技创新规划》，提出了“实施文化产业数字化战略”和“积极发展智慧旅游”的发展战略部署，并对如何实施文化产业与旅游业数字化创新发展作出了详细规划，指出数字化是促进各个产业发展的新的选择路径方向，因此旅游产业实现数字化升级将是未来发展的一个必然趋势。本研究采用扎根编码的方法，选择 Y 市的乡村旅游地区作为调研地点，调研目前乡村旅游发展中存在的问题，并对此进行原因分析，从而探索数字化背景下乡村旅游高质量发展路径选择。

2. 研究设计

2.1. 研究方法

本文选择了扎根理论的研究方法，扎根理论是经典的质性研究的方法之一，过程主要包括开放性编

码、选择性编码和理论性编码，其核心是强调在不断比较过程中把原始资料进行概念化、范畴化和理论具体化的工作[3]。

2.2. 资料收集和分析

本研究选择了 Y 市某地乡村旅游景区作为调查地点，对当地的村民、来游玩的游客以及相关的工作人员进行一对一的深度访谈，这些访谈的进行是在去年的暑假社会实践期间。共与 10 名当地村民，11 名来游玩的游客、5 名相关工作者以及 2 名旅游公司管理人进行深度访谈，访谈对象情况见表 1。主要针对当地的村民和游客来进行深入访谈，在被访谈者知情并允许的情况下使用录音笔记录。最后将整理出的文字材料运用扎根理论方法进行编码，并预留 3 份访谈资料用于饱和度检验。

Table 1. Interviewee information

表 1. 访谈对象情况表

访谈对象情况		
访谈对象	人数	占比
当地的村民	10	35.7%
游客	11	39.3%
工作人员	5	17.9%
旅游公司管理人	2	7.1%

3. 基于扎根理论的编码分析

3.1. 开放式编码

扎根编码的第一阶段就是开放式编码，通过对收集到的访谈记录不断进行解读，一步一步的分析提炼，然后把原始资料概念化、范畴化，本文总结出 46 个初始概念，接着对初始概念进一步范畴化[4]，得到服务智能化、基础设施建设、人才的引进和培训、政策的支持等 13 个基本范畴，限于篇幅，仅展示部分编码，见表 2。

3.2. 主轴编码

在经过开放性编码之后，通过聚类每次只对一个类属进行分析，并寻找其中的相应关系，从而发现和建立范畴之间的潜在的逻辑联系，最终确定主范畴。对上述的开放性编码得到的 13 个范畴进行主轴式编码，最后总结出四个主范畴，分别为基础设施、利益主体、品牌建设和脆弱性背景。各主范畴及其相对应的范畴内涵如表 3 所示。

3.3. 选择性编码

选择性编码是对主轴编码进行进一步的提炼分析，总结出核心范畴为乡村旅游高质量发展的影响因素，受到产业内部因素和产业外部因素两方面的影响，产业内部因素主要是品牌建设和脆弱性背景，产业外部因素主要有利益主体和基础设施。基于此，构建了乡村旅游高质量发展的影响因素理论模型，如图 1。

3.4. 饱和度检验

为确保上述结果的正确和有效，同时为了避免信息的缺失和遗漏，本文预留了 3 篇访谈记录进行了

Table 2. Open coding process
表 2. 开放式编码过程

开放式编码过程			
访谈资料	初步概念化	概念化	范畴化
a1: 来这边很惊喜的是这边的景点有二维码, 扫一扫就可以了解每一个景点的位置、游客中心的位置, 没想到在乡下也有这么方便的体验	a1: 景区智能化建设给游客较大的惊喜	A1: 景区数字化建设	B1: 乡村旅游服务智能化
a2: 来这边整体上还好, 但是感觉基础设施还不完善, 公交车只到原来景区的大门, 不到新的东晋水城景区那边	a2: 交通方面的基础设施不完善	A2: 交通基础设施不完善	B2: 交通不便利
a3: 其实景区的关于智能化设施的操作人员还是比较少的, 有时候还需要附近村庄的大学生志愿者帮忙	a3: 景区的工作人员的水平还有待提高, 缺乏专业人才	A3: 人员的工作水平	B3: 人才的引进和培训
a4: 另一方面愿意来我们这种在乡下的景区的也也比较少, 很多培训好了, 结果没多久就离开了	a4: 乡村人才流失较为明显, 待遇留不住人	A4: 人才流失	B4: 政策的支持
a5: 虽然景区的建成, 我们村里有些人也进去工作了, 但也只做做扫扫垃圾这样的工作, 也做不了其他的工作	a5: 乡村村民的受教育水平较低, 在旅游产业发挥的作用较小	A5: 乡村村民的作用	B5: 农民的综合素质
a6: 原来一家人来这边还很期待有什么有特色的东西, 但这里面和其他景区也相差不大, 全是差不多的小吃, 还有旅游周边, 没什么好玩的, 下次不来了	a6: 乡村旅游的内容存在同质化	A6: 乡村旅游景区内容同质化	B6: 景区内容同质化
.....	a7: 政府提供了硬件软件支持	A7: 政府的支持	B7: 宣传渠道
(共 258 条原始访谈语句)	a8: 乡村青壮年劳动力流失	A8: 青壮年劳动力流失
	a9: 发展初期客流量尚可	A9: 游客数量	
	a10: 品牌建设缺乏特色	A10: 品牌建设	
	a11: 政府的扶持力度大		
		

Table 3. Main category and corresponding category
表 3. 主范畴及所对应范畴

开放式编码过程	
主范畴	对应范畴
基础设施	信息基础设施薄弱 交通不便利 乡村旅游服务智能化
利益主体	政府支持 农民的综合素质 人才的引进和培训 游客个体心理因素
品牌建设	景区内容同质化 宣传渠道 本地特色文化资源 定制化营销创意不足
脆弱性背景	旅游行业脆弱性 传统生计脆弱性

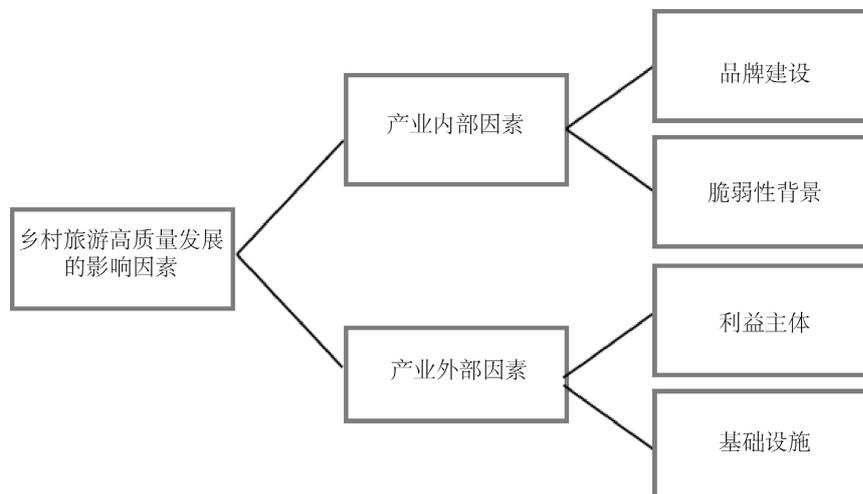


Figure 1. Theoretical model of factors influencing the high quality development of rural tourism

图 1. 乡村旅游高质量发展的影响因素理论模型

饱和度检验，对“春节来的时候路太堵，根本找不到地方停车”，“没有看出景区或者仿古建筑与东晋水城有什么关系，和其他地方的古镇差不多，没有什么意思”，“找不到游客中心，问保安说不知道，景区路标不清晰，问保安还是不知道，完全没有服务游客的意识”等等原始语句重复了上述的扎根操作流程，所提取的范畴依旧是交通基础设施不行、景区缺乏特色、工作人员服务意识不行等，可以包含在基础设施、利益主体、品牌建设和脆弱性背景四个主范畴中，没有新的概念和范畴产生，符合上述的理论模型。因此当前结果趋于饱和，真实性和有效性得到了验证。

4. 数字化背景下乡村旅游发展的问题

4.1. 基础设施方面的问题

通过上述的研究发现，乡村旅游景点配套的数字化基础设施仍需要完善。首先，许多乡村旅游的目的地的数字化基础设施建设滞后，出现网络覆盖不全面、网速较慢、数字化旅游平台建设相对薄弱等问题，甚至有些乡村地区没有网络，导致游客难以及时获得所需的信息，游玩体验感极差[5]。其次乡村旅游景区的智慧交通系统和智慧化景区建设较为薄弱，一方面大部分的乡村旅游地区目前都没有构建智慧化交通设施平台，在旅游高峰期节假日，容易导致交通拥挤、停车难的问题。如调研的Y市大纵湖旅游度假区的车位仅有200个，在春节旅游高峰期景区的车位严重不足，占用道路两侧，造成严重的交通堵塞。另一方面乡村旅游景区存在智能设施后期存在维护不到位的情况，在初建时投资巨大，设施完备齐全，但后期经营效果不行，缺乏相应资金对其保养维护，会出现智能设施闲置的情况。

4.2. 利益主体方面的问题

从利益主体的角度来看，乡村旅游的利益主体有政府、游客、乡村居民以及景区工作人员等。经过调研和扎根发现，乡村旅游一方面缺少高质量的数字化综合人才，目前数字技术已经应用在了乡村旅游的很多方面，但目前乡村旅游在招收培训的人才时还是会局限在旅游业相关的专业人才，容易忽视数字化所需的综合人才的引进和培训[6]。因此会出现乡村旅游景区空有智慧化的设施，却没有相关的人才去操作，给游客带来更好的服务。另一方面，乡村旅游目的地村民的数字素养还需要提高。部分景区的工作人员由附近的村民担任，但具有较高文化水平和数字素养的人才选择主动回乡很少，更多的会留在发

展更好的大城市就业。乡村的绝大部分人是由老人、妇女、孩子构成，他们的数字化意识和素养不高[7]。因此尽管大部分的乡村村民现在都拥有电子设备，但他们不懂得如何去运用这些数字技术，只会简单使用微信和支付宝的收款功能，从而难以跟上数字旅游业的发展，不利于乡村旅游的长期发展。

4.3. 品牌建设方面的问题

从品牌建设角度来看，正如上述的扎根编码的结果，首先在当今数字化背景下，乡村旅游可以借助互联网的传播信息快而广的优势进行宣传，但能够成功吸引游客的停留的却少之又少，其根本原因是内容同质化[8]，各个景区大同小异的义乌“特产”和连锁的小吃店缺乏独一无二的个性，因此在当今数字化背景下，借助互联网来推广乡村旅游没有一个独特的品牌形象是走不通的。其次利用数字化宣传效果不显著，随着互联网的发展，宣传的方式更加多元化，但大部分乡村旅游景区没有建设相关的网站，缺乏数字营销的相关经验，没有充分挖掘数字化的优势[9]。主流媒体平台的账号粉丝较少，曝光度较低，其特色的传统文化、美食、景色没有办法让潜在的游客知晓，影响了其客流量与知名度运营。

4.4. 脆弱性背景方面的问题

乡村旅游的可持续发展受到旅游业本身的脆弱性背景的影响。通过实地调研和扎根编码，发现前三年长期的疫情给旅游业尤其是乡村旅游业造成巨大的冲击，旅游业的脆弱性也随之暴露。在数字化背景下，数字技术被应用于乡村旅游的发展过程中，随之乡村旅游的信息安全问题日益凸显，主要体现在个人信息泄露风险支付安全风险、网络欺诈风险等等。如乡村旅游涉及到游客的个人信息，如姓名、联系方式、身份证号等。如果这些信息没有得到妥善保护，就可能被不法分子利用，导致游客的隐私泄露和财产损失，这也是数字化背景下乡村旅游发展的脆弱性[10]。此外，乡村旅游业跟旅游业一样受到高度依赖外部环境、政策支持以及市场的性质的影响，在市场需求以及为游客提供服务体验方面比较容易受突发公共事件和社会经济变化的影响。

5. 原因分析

在数字化背景下，乡村旅游在发展过程存在问题的原因可以从政府、乡村旅游相关企业、游客和乡村村民这四个不同的主体去进行分析。

5.1. 政府主体

从政府层面来看，首先是政府对于乡村旅游数字化转型升级方面的政策支持和引导上还比较欠缺。尽管目前我国政府能够认识到数字化技术在乡村旅游中的广泛应用和对乡村旅游高质量发展的重要性，但是由于受传统思维限制，部分乡村旅游地区的政府依然缺乏明确的数字化发展规划，相关的乡村旅游数字化的法规和标准还不够完善，以及相关的优惠政策较少等等。其次是政府对于乡村旅游的数字资源整合和利用的力度不足，缺乏统一的乡村旅游数字化服务平台，导致乡村旅游的数据资源分散，共享程度低，各地区难以协同发展[11]。同时，随着在数字化背景下乡村旅游的发展，市场监管和服务体系不完善的问题也日益凸显，如监管手段相对弱后、提供的数字化服务的水平参差不齐等等。此外受限乡镇地方政府的财政收入，对于信息化基础设施、数字化综合人才的引进和培训和税收优惠等等投入有限。

5.2. 企业主体

从企业这一主体分析，首先是数字技术应用的力度还不足，大多数乡村旅游的企业基本上都只是中小企业，甚至是合作社等微企业。虽然发现了数字技术对于乡村旅游的积极作用和潜能，但对数字技术的了解还局限在网站运营和简单的微信公众号宣传层面，缺乏更深层次的应用，如电子商务、大数据分

析等[12]。同时乡村旅游企业大多着眼于短期的利益汇报以及资金有限，因此其不愿意进行数字化进一步的升级投资，从而未能充分利用数字化技术来改进和提升服务，不能利用数字技术为游客提供个性化的定制服务，导致产品和服务缺乏特色。使得游客体验不够便捷，也限制了企业的运营效率和市场拓展能力。

5.3. 村民主体

从村民主体角度分析，首先是部分村民对于数字化乡村旅游的概念、意义和价值缺乏足够的认识，对于乡村旅游的观念还停留在传统的经营模式上，观念较为落后，满足于现状，缺乏创新和变革的动力。其次由于人口老龄化和农村人口空心化，大部分的乡村的构成是老人、小孩和妇女，受到教育程度和知识水平的限制，一方面许多村民可能缺乏数字化技能，比如线上销售、网络营销、在线预定等等，使得村民很难运用数字化技术去宣传乡村旅游的特色和产品，从而难以提高其知名度[13]。另一方面一些乡村干部和村民不愿意或者没有能力在数字技术上投入足够的资金来推动乡村旅游的发展。此外为了自身的利益最大化，一些村民之间、村民与其他利益相关者之间合作不足，从而可能导致数字化乡村旅游发展过程中产生问题。

5.4. 游客主体

在数字化背景下，从游客这一主体分析，乡村旅游发展过程中存在问题的原因主要有以下几点，首先是游客对乡村旅游目的地信息获取和传递存在一定的难度，由于传统的乡村旅游营销手段主要是线下推广和传统媒体广告，这在数字化时代显得单一且效果有限。乡村旅游在数字化营销的方面较为滞后，游客在乡村旅游过程中，往往难以获取到真实、准确、及时的旅游信息。这可能导致他们在选择旅游目的地、了解旅游项目、安排行程等方面遇到困难[14]。同时，由于信息传递不畅，游客的需求和反馈也难以被乡村旅游从业者及时获取，这影响了服务质量的提升。此外从游客的角度看，游客在乡村旅游过程中，可能会遇到个人信息泄露、网络安全威胁等问题。

6. 数字化背景下乡村旅游高质量发展的路径分析

6.1. 加强数字化基础设施建设，推出数字旅游新业态

数字化赋能乡村旅游，首先应用物联网、大数据等技术加快推动乡村旅游各类基础设施数字化，如无线网络覆盖、电子支付等，构建“乡村 + 旅游 + 互联网”的数字旅游新业态，提升乡村旅游的便捷性和舒适性[15]。其次针对实践调研过程发现乡村旅游中交通不便捷和最后一公里停车难等问题，一方面可以利用大数据、“互联网”等数字化技术建设智慧交通平台。借助智慧化交通平台，游客可以合理规划出行安排，在预测出现拥堵路段时及时安排交警进行指挥疏通，让游客一路畅通，顺利到达。其次在解决乡村旅游停车难的问题时，一方面可以推进停车管理信息化和智慧化，运用物联网技术进行大数据分析，实时分析整个区域的剩余车位的数量、分布以及车位周转率并及时将数据公布在智慧交通平台上，提升车位的流转率。

6.2. 引进和培训数字化人才，提高村民数字素养

数字化背景下推动乡村旅游高质量发展需要引进和培训旅游业和数字化人才，提高村民的数字素养。在实地调研过程中，发现缺少专业的人才制约乡村旅游高质量发展的重要因素[15]。针对这个问题，首先乡村政府可以出台相关的数字化和旅游人才引进政策，从住房、养老等方面入手，给与政策保障来解决人才留下的后顾之忧。其次乡村旅游景区可以与高校和数字化企业建立起合作机制，一方面景区可以

为高校学生提供就业的机会,另一方面高校通过建立相关的培训课程和项目,提高旅游专业学生的数字化技能和应用能力,而景区和数字化企业之间可以建立数字化技术人才交流平台进行信息共享和技术创新,吸引更多企业为乡村旅游业提供数字化技术支持[16]。此外很多乡村旅游景区的部分工作人员都是由当地的村民担任,因此还需要提高当地村民的数字素养,通过让村民切身感受到数字技术的功能和作用,然后开展培训班、开办讲座等方式来加强村民的网络意识和技能,提高村民的数字素养,从而推动乡村旅游高质量发展。

6.3. 促进乡村旅游与数字化融合, 加强特色品牌建设

促进乡村旅游与数字化融合,加强特色品牌建设,是推动数字化背景下乡村旅游高质量发展的重要举措。首先可以提升乡村旅游的数字化水平。这包括建设乡村旅游网站、移动应用等数字化平台,提供在线预订、导览、解说等服务,方便游客获取旅游信息并进行行程规划。其次可以借助数字化手段推广乡村旅游,利用社交媒体、短视频等数字化手段,通过发布精美的图片、短视频等内容,展示乡村的自然风光、民俗文化等特色资源,或者与旅游达人、网红等合作,开展乡村旅游直播、分享等活动,吸引更多游客关注和参与,增加乡村旅游的曝光度和影响力[17]。还可以深入挖掘乡村特色资源,结合乡村旅游资源和游客需求,运用数字化技术根据当地的特色建设独特的乡村文化品牌,如将乡村旅游与中医结合,建设“康养游”的乡村文化旅游品牌,将乡村旅游与戏剧结合,建设“农耕戏剧文化”的乡村文化旅游品牌等等。

6.4. 利用数字化建立旅游市场信任关系, 减少旅游业脆弱性

三年持续的疫情暴露了传统旅游业的脆弱性,而数字技术的发展为乡村旅游的高质量发展的路径提供了一个方向,因此可以利用数字化建立旅游市场信任关系,减少旅游业的脆弱性。首先针对游客的需求,让乡村旅游产业的上下游和企业的内外部以及相关的每个市场主体通过利用数字技术在供给侧进行创新,发挥数字生产力的作用,建立起各方更坚韧的信任关系,共享数字经济的价值。其次可以建立乡村旅游各方面的数字化共享平台,整合产业资源,相关的企业可以在数字化平台上进行深度合作,中小企业通过平台可以借鉴行业“领头人”成功的探索经验,促进乡村旅游资源数据的数字化采集与存储。然后,还需要在数字化背景下加强乡村旅游业各方的合作,例如乡镇政府可以为数字化下乡村旅游的发展提供一些政策保障,政府和企业之间可以合作联合举办一些类似美食节和风筝节等等大型活动,形成多方合作共赢的局面。此外,加强数字技术的安全性,保护数字化平台数据的安全和用户的隐私,也是利用数字化建立旅游市场信任关系不容忽视的一环。

基金项目

本论文是扬州大学科创基金项目(项目编号:XCX20230926)。

参考文献

- [1] 兀婷. 数字化背景下乡村旅游业发展的机遇、挑战与实现路径[J]. 农业经济, 2022(2): 133-135.
- [2] 谢珈, 马晋文, 朱莉. 乡村振兴背景下我国乡村文化旅游高质量发展的思考[J]. 企业经济, 2019, 38(11): 88-92. <https://doi.org/10.13529/j.cnki.enterprise.economy.2019.11.011>
- [3] Glaser, B. and Strauss, A. (1967) *The Discovery of Grounded Theory: Strategy of Qualitative Research*. Aldine Publishing Company, 377-380.
- [4] 陈向明. 扎根理论的思路和方法[J]. 教育研究与实验, 1999(4): 58-63, 73.
- [5] 杨志萍. 数字赋能乡村产业振兴的内在逻辑与现实选择[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2022, 19(3): 32-36.

-
- [6] 袁璐. 数字经济助推乡村旅游高质量发展的路径探究[J]. 商展经济, 2024(4): 44-47.
- [7] 郭磊. 基于数字化视角下的乡村旅游产业问题 and 对策研究——以苏州西部生态旅游度假区(镇湖街道)为例[J]. 全国流通经济, 2022(2): 124-127.
- [8] 袁媛, 范建华. 数字化助推乡村文化产业高质量发展的内在逻辑与路径探索[J]. 理论月刊, 2023(8): 83-92.
- [9] 王宁. 数字化背景下乡村旅游消费者满意度测评模型构建[J]. 商业经济研究, 2021(8): 57-60.
- [10] 王安逸, 潘江鹏, 向永胜. 数字经济背景下乡村旅游高质量发展思考[J]. 时代经贸, 2022, 19(5): 158-160.
- [11] 罗志慧, 王宁. 国内外乡村旅游产业数字化发展现状与发展对策[J]. 农村经济与科技, 2020, 31(23): 111-113.
- [12] 汪惠萍, 潘健. “互联网+”背景下乡村旅游转型升级研究[J]. 哈尔滨学院学报, 2018, 39(12): 53-56.
- [13] 李鹏翔, 李岩. 体验经济情境下吉林省乡村智慧旅游发展路径研究[J]. 中国市场, 2021(36): 49-50, 71.
- [14] 李红云, 刘前梅. 数字化时代乡村旅游文化创新性开发与保护[J]. 大众文艺, 2020(7): 253-254.
- [15] 高玲. 我国乡村旅游数字化转型发展的路径探究[J]. 西部旅游, 2022(7): 1-3.
- [16] 任以胜, 查志敏, 程玥涵, 等. 游客视角下婺源县乡村旅游数字化发展满意度研究[J]. 科技和产业, 2021, 21(10): 161-168.
- [17] 陈月娜. 江苏数字乡村建设与乡村旅游协同发展路径研究[J]. 扬州教育学院学报, 2022, 40(4): 60-63.
<https://doi.org/10.15977/j.cnki.cn32-1555/g4.2022.04.008>