

价值共创视角下乡村产业发展的内在逻辑与实践路径研究

——以安徽省先进村为例

章心怡

贵州民族大学政治与经济管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年2月9日; 录用日期: 2025年2月25日; 发布日期: 2025年3月17日

摘 要

产业振兴作为乡村振兴战略的核心驱动力,其成功实施关键在于构建乡村产业发展的多元主体协同机制。本文依托价值共创理论框架,深刻剖析了农民、政府与企业三大主体在乡村产业发展进程中的互动关系,揭示了它们在相互作用中展现出的“观念共识-过程共生-结果共赢”的动态演进路径。在此基础上,本文创新性地构建了乡村产业发展价值共创的DIB模型,旨在促进多元主体间的价值共创。并以安徽省先进村为案例,对该模型的实现机制和实践表达进行应用分析。据此,通过对多元主体价值取向和互动方式的耦合性分析后,总结价值共创视角下乡村产业发展的内在逻辑,并进一步提出拓展乡村产业发展的实践路径。文章以理论和实践结合的范式阐释乡村产业发展运行的逻辑,以期产业兴农和全面实施乡村振兴提供有益借鉴。

关键词

价值共创, 乡村产业发展, 耦合逻辑, 实践路径

Research on the Intrinsic Logic and Practical Path of Rural Industrial Development from the Perspective of Value Co-Creation

—A Case Study of Xianjing Villages in Anhui Province

Xinyi Zhang

School of Politics and Economic Management, Guizhou Minzu University, Guiyang Guizhou

Received: Feb. 9th, 2025; accepted: Feb. 25th, 2025; published: Mar. 17th, 2025

Abstract

As the core driving force of the rural revitalization strategy, the successful implementation of industrial revitalization hinges on the establishment of a multi-subject collaborative mechanism for rural industrial development. Based on the theoretical framework of value co-creation, this paper deeply analyzes the interactive relationship among farmers, the government, and enterprises in the process of rural industrial development, revealing the dynamic evolution path of “conceptual consensus—process symbiosis—result win-win” demonstrated by their mutual interaction. On this basis, this paper innovatively constructs a DIB model for value co-creation in rural industrial development, aiming to promote value co-creation among multiple subjects. Taking Xianjing village in Anhui Province as a case, the paper conducts an application analysis of the realization mechanism and practical expression of this model. Based on this, through the coupling analysis of the value orientation and interaction mode of multiple subjects, the paper summarizes the internal logic of rural industrial development from the perspective of value co-creation and further proposes practical paths for expanding rural industrial development. The article explains the logic of rural industrial development operation through a theoretical and practical combination paradigm, with the aim of providing useful references for industrial revitalization and the comprehensive implementation of rural revitalization.

Keywords

Value Co-Creation, Rural Industrial Development, Coupling Logic, Practical Path

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

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革推进中国式现代化的决定》中提到：“要完善强农惠农富农支持制度，坚持农业农村优先发展，培育乡村新产业新业态”[1]。从理论意义上来说，该决定进一步明确了乡村产业在现代化进程中的角色和功能定位，是推动实现乡村全面振兴的重要抓手；从现实层面上来说，乡村产业的发展有助于促进城乡之间的经济、文化、社会等方面的交流与融合，推动城乡一体化发展，从而实现城乡共同繁荣。这表明在全面实施乡村振兴的大背景下，产业发展作为其核心驱动力，其重要性不言而喻。

乡村振兴的发展离不开乡村产业的发展，从新中国成立以来，我国乡村产业发展经历了好几个不同的探索阶段，产业结构演化呈现旁侧效应显著、乡村产业结构也日趋合理[2]。乡村振兴战略实施以来，产业发展一直是重中之重，乡村要实现振兴、农村实现改变，首先需要相关产业带动[3]。乡村产业的发展模式丰富多样，而乡村旅游就是其中典型产业代表之一[4]。近代随着电子商务在中国农村地区的迅速发展，涌现了一批农村新型产业，其中以乡村特色农产品为主[5]。在当今信息化社会背景下，数字经济与乡村产业融合发展能有效地整合二者多样性，发挥助力乡村产业发展的功能和供给侧结构性改革[6]，通过实证计算发现，数字经济对于农业从业人数少的地区起到了明显的促进作用[7]。要想持续推动乡村产业的健康和繁荣发展，有效的治理方式是必不可少的。而引领式嵌入治理可以推动乡村产业新内源式发展，有效提振其发展效率与效益[8]。综合来看，目前大多数研究主要集中在政策支持、数字技术和治

理手段等方面，关于乡村产业发展涉及到不同主体间的研究尚少。现阶段，我国农村产业发展已取得显著成效，接下来如何继续扩大产业发展成果，助力乡村全面振兴是实现农业农村现代化的应有之义。而正确地认识产业发展中多元主体间的互动逻辑和耦合关联性，以及遵循客观事实导向来共同创造产业发展的价值，推动乡村农业强国建设的重要命题。

2. 乡村产业发展价值共创 DIB 模型的提出

2.1. 理论基础

随着“三农”工作的持续推进，越来越多的学者深入研究有关产业发展方面的内容。在理论和实证方面，大部分学者选择开展田野调查的方式，搜集数据并进行分析。常用的理论有扎根理论、产业发展理论、产业结构理论等。模型有嵌入式模型、波特五力模型、S-C-P 模型等。这些研究通常从产业这一主体出发，探索如何将产业的发展提高更深维度，为乡村振兴的发展助力。然而，在产业发展的过程当中，多元主体的共同参与尤为重要，“人”是构成事物的主体，在产业发展的过程当中，“农民”、“政府”、“企业”这三者之间是一个价值共创的互动过程。现阶段乡村产业的发展应当遵循“价值共创”理论，即各个不同主体发挥优势，互补劣势，发展过程当中互述需求，在沟通交流的基础上形成良性互动，实现公共价值和产业健康发展。因此，将价值共创理论引入政府部门、企业和农民等多个协同共建主体之中，通过对三者之间的行为逻辑研究发现，在利益表达和需求上呈现出“观念共识—过程共生—结果共赢”的耦合逻辑。本研究从农民、政府、企业这三个主体出发，深入剖析三者在产业发展中的互动逻辑，从供给方和需求方的逻辑视角出发，农民的需求是产业良性互动的起点，企业获益是产业发展中价值共创的核心，政府作为介入角色，推动其产业健康发展是价值共创的关键点。

价值共创(Value Co-creation)强调企业与消费者、供应商、合作伙伴等利益相关者共同创造价值的过程。价值共创的理论基础主要包括服务主导逻辑和消费者参与理论。服务主导逻辑认为，价值共创通过消费者、企业之间的互动、协作与创新共同创造价值的过程[9]。消费者参与理论则强调消费者在价值共创过程中发挥的积极作用[10]。在市场营销中，价值共创为顾客关系管理和品牌建设带来新思路[11]。企业与顾客价值共创可提升顾客满意度与忠诚度。在供应链管理中，价值共创促使企业与供应商深度合作[12]。在服务管理范畴，价值共创助力服务设计与创新[13]。在价值共创模型研究方面，Prahalad 和 Ramaswamy 提出的价值共创 DART 模型在很多领域得到了综合应用。他们认为对话(Dialogue)、获取(Access)、风险评估(Risk assessment)和透明性(Transparency)是价值共创的关键点。这种模型广泛应用于企业与顾客之间的交流。价值共创理论的模型多用于企业发展的研究，在面对不确定性环境和资源约束，创新型企业通过合作来深化利益联结机制进行价值共创来提高组织韧性[14]，多数以 DART 模型为主，该模型的建立从过程中涉及到的因素出发来探讨不同主体之间的内在联系。因此，本人试图结合前人的研究成果，尝试构建关于产业发展的价值共创模型，同样以利益共赢为结果导向，从多元主体协同合作，以及各主体之间发挥不同的功能作用来进行回答。

2.2. 模型构建

通过前面的分析可以看出，现阶段乡村产业的发展应当遵循“价值共创”理论。即各个不同主体发挥优势，互补劣势，发展过程当中互述需求，在沟通交流的基础上形成良性互动，实现公共价值和产业健康发展。本研究从农民、政府、企业这三个主体出发，深入剖析三者在产业发展中的互动逻辑。从农民视角出发，产业本质上可以提供给他们经济收入，解决务工问题，改善生活条件。但现实中我们会发现，二三线城市的农村出现产业供需不匹配的现象，导致产业参与者范围变窄，当然对产业不熟悉是一

方面,更多的农民不愿意参与进来的原因还包括参与成本高、产业成熟周期过长、不能掌握产业相关技术、风险高等。从企业的视角出发,“获益”是其根本诉求,包括谋求社会效益和经济效益。但真正愿意投入资金到乡村产业的企业不多,从某种程度上说,企业家发现产业准入门槛过高、办理流程过于繁杂、资金融入难、政府过度干预等,甚至有的地方还会出现政府失信的现象,种种原因都会导致企业家望而却步。综合以上情况,政府在其中应当扮演好自己的角色。政府是政策的顶层设计者,政策的设计应当从现实出发,基于农民与企业的共同需求,用政策来激发其内生动力。在产业发展的过程中,政府承担“调节器”的作用,以“价值共创”为核心观念,推动双方在兼顾对方利益诉求的情况下将自身利益实现最大化。可以看到,三个主体最终的目的就是实现结果共赢。农民获得就业岗位,提高经济收入;企业获得经济收益和社会效益;政府提高治理绩效,完成乡村振兴的目标任务。基于此,本研究从供给方和需求方的逻辑视角出发,农民的需求是产业良性互动的起点,企业获益是产业发展中价值共创的核心,政府作为介入角色,推动其产业健康发展是价值共创的关键点。因此,本文借鉴 Prahalad 等提出的价值共创 DART 模型,经过不断地吸收、改进和反馈,并结合本文实际逻辑,尝试提出有助于推动农村产业发展的 DIB 模型。如图 1 所示。

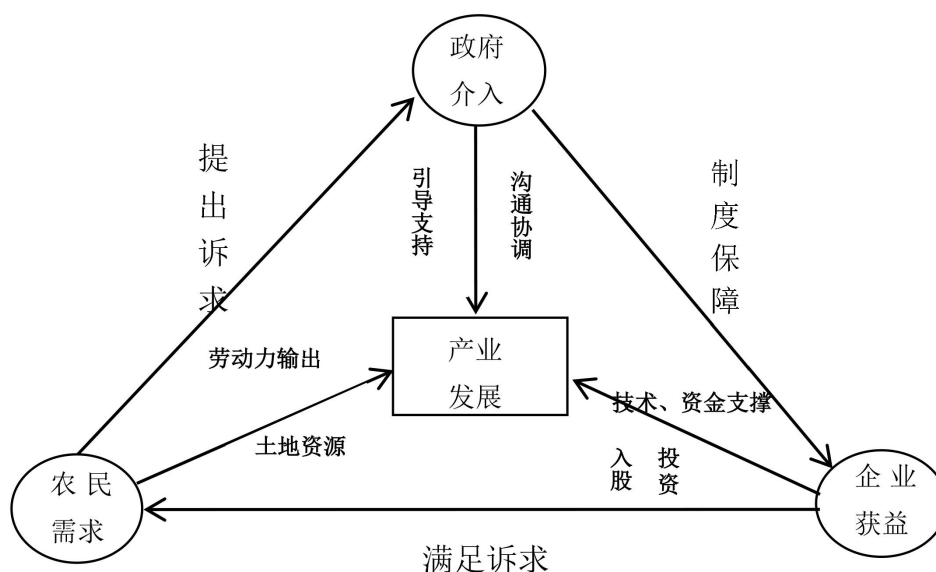


Figure 1. DIB model for value co-creation in rural industry development

图 1. 乡村产业发展价值共创 DIB 模型

需求(Demand): 即农民需求。农民作为农村产业发展的主要参与者和获益者,是价值共创的逻辑起点。其需求主要包括农业科技支持:政府在农业科技研发、推广和应用上提供更多的支持和帮助,包括提供先进的种植技术、养殖技术以及农业机械设备等,以提高农业生产效率和质量。农业保险和信贷支持:政府的保险和信贷支持来降低农业生产风险,提高经济安全感。并提供更多的农业保险政策和优惠的农业贷款。农产品市场拓展:提供更多的市场拓展机会,帮助他们打开更广阔的销售渠道,提高农产品的市场竞争力。

介入(Involvement): 即政府介入。政府在农村产业发展中起着至关重要的作用,通过政策介入来整合农村资源,推动农村产业的健康发展,是价值共创过程中的“粘合器”。一方面,政府通过制定和实施相关政策,鼓励和支持农村产业的发展,从而为农民提供更多的就业选择,帮助农民增加收入,提高生活水平。同时,通过提供技术培训、推广先进技术等手段,帮助农民提高技术技能,提升生产效率,增强市

市场竞争力。另一方面，通过制定科学务实的规划，明确农村产业的发展方向和目标，引导企业按照规划有序发展。同时，政府还通过实施税收优惠、财政补贴等政策措施，降低企业的经营成本，提高企业的市场竞争力。以搭建平台、提供信息、协调资源等方式，帮助企业寻找合作伙伴，拓展市场渠道，实现共赢发展。

获益(Benefit): 即企业获益。首先，企业基于自身可整合的资源，可以开发名优农产品，提高农产品的附加值，并提升农产品的品牌影响力。通过产业发展可以带动乡村实现自我造血，从而在产业链中挖掘出更多的商机和发展空间。这种“造血”式的发展模式有助于企业实现长期稳定的收益。其次，企业下乡投资乡村振兴项目时，可以从全域乡村基础设施建设、县域的综合服务能力提升、全产业链打造、产业人才培育等多方面找到新商机。通过县域层面的操作和布局，企业可以站在更高的视角进行投资规划，实现资源的优化配置和风险的有效控制。另外，对于中小企业而言，特别是那些需要迫切转型的企业，参与乡村振兴成为了最佳转型和跨界的投资圣地。这不仅可以为企业带来新的增长点，还有助于企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。

3. “先进”样板：价值共创 DIB 模型的实践表达

安徽省铜陵市枞阳县先进村，地处枞阳县汤沟镇中心西南，紧邻镇区，占地面积 2700 亩，其中耕地 2400 亩，水面 300 亩。全村总人口 4755 人，下辖 22 个村民组，1320 户¹。先进村是桐城派“三祖”之一刘大魁故里，基于深厚的文化底蕴和周边特色旅游产业，先进村培育了一批特色养殖产业。此前，先进村的产业发展活力不足，村民参与性不高，导致先进村这块沃土没有发挥其生命价值。根据调研资料显示，2023 年先进村集体经济组织经营性收入 50.66 万元，比 2020 年同比增长 846.9%²，短短 3 年多时间，先进村从一个后进村变成名副其实的先进村。

3.1. 观念共识：以村民迫切需求(Demand)为导向，共同擘画产业发展美好蓝图

自脱贫攻坚战取得全面胜利后，先进村产业初步形成了完整的产业链条，为当地村民提供了就业岗位和收入来源。因此，在全面推进实施乡村振兴的过程中，村民迫切希望扩大产业规模、拓宽产品销路。基于此，政府以“村民需求”为中心，与龙头企业安徽省徽徽黔红农业发展有限公司签订辣椒产业合作协议，另外成立“鲜净农购”电商平台，组织专业团队开展电商直播售卖产品。在此过程中，村民的“自我觉醒”和政府的“积极作为”是构成价值共创的起点。地方政府以完成乡村振兴使命为目标，利用上级政策红利和当地产业优势，积极回应村民合理诉求。此过程有效达成了观念共识，成功地向价值共创迈出第一步。

3.2. 过程共生：以政府及时介入(Involvement)为基准，协同发力构建“长效共生”机制

随着先进村的快速发展，越来越多的社会资本开始关注该村农村产业发展。当地政府积极吸引社会资本参与产业开发，通过合作共建、投资入股等方式，实现资源共享、互利共赢。通过引进“农村淘宝”“和沐生活”“邮乐农品网”等大型电商平台，为农产品的售卖提供发展平台。还借助中国电信安徽分公司的技术力量，启动了信息化赋能乡村建设，开发了“鲜净农购”APP，成立了“村兴农产品经营公司”。以“党建引领 + 村集体 + 公司 + 农户”的模式因地制宜推进产业发展，集体经济实力大增。政府在此过程中起着“主心骨”的作用，串联起企业和农民的共同需求。在乡村振兴有关政策和当地政府的引领下，多元主体在产业发展过程中互利互惠，构建了彼此协调、密切合作的共同体，实现了公共价值的全面提升。

¹数据来源于枞阳县汤沟镇先进村先锋网。

²数据来源于政府内部资料。

3.3. 结果共赢：以企业获益(Benefit)、农民增收为成果，价值共创行动落地生花

先进村以实施特色种养业扶贫“万千工程”为抓手，引导农民聚焦发展，吸引龙头企业投资，实现双方增收致富。安徽徽黔红农业发展有限公司通过与政府签订合约，龙头企业包收购、包技术、包生产资料、包底价。通过订单农业模式，确保农产品销售渠道的畅通，同时降低采购成本，提高经济效益。与此同时，在政府的宣传和当地村民的认可下，极大提升了龙头公司的“社会信誉”。在龙头企业的带动引领下，先进村村民实现产业增收。一是“圈舍养羊”发展畜牧业，实现销售收入 100 多万元，新增村集体纯收入 20 多万元。二是“规模养鸡”发展家禽业。每年为村集体增加收入 22 万元，带动 60 户农民务工。三是“辣椒联盟”发展种植业。2023 年种植规模共 210 亩，亩产达 3000 斤，亩均增收 2200 元，增加农民收入 15 万元以上³。先进村以多元主体需求和公共价值为导向，促进各主体之间的协调互动，实现价值共创的利益最大化。在价值共创的视角下，呈现出一种多维度的、主客体互动的内在逻辑。农民、企业、政府作为产业发展的三大主体，通过各自的贡献与协作，共同推动乡村产业的繁荣，实现“共赢”的未来。

4. 价值共创视角下乡村产业发展的内在逻辑

4.1. 共享“信息”为前提

资源共享是价值主体间资源交换与行动交互的过程，决定着主体间的合作程度与行动能力[15]。在产业发展的过程当中，农民是乡村产业发展的基础和主体，拥有丰富的乡土知识和实践经验，对于乡村产业的发展具有独特的见解和贡献。在价值共创的过程中，农民通过提供农产品、参与农业技术培训、传承乡土文化等方式，将自身的优势转化为乡村产业发展的动力。同时，企业可以为乡村产业提供技术支持和市场拓展，通过与农民的合作，获取优质的农产品原料和劳动力资源，也可以将自身的品牌、渠道等优势与乡村产业相结合，推动乡村产业的品牌化和市场化。政府在信息沟通中发挥着引导和推动作用。通过制定相关政策、提供资金支持、建设基础设施等方式，为乡村产业的发展提供有力保障。而政府通过了解农民和企业需求，共同制定乡村产业发展规划和实施方案，推动乡村产业的转型升级和提质增效。通过加强市场监管、优化营商环境等方式，为乡村产业的发展创造良好的外部环境和条件。

4.2. 共通“交流”之途径

在政府的这一媒介作用下，打破了农民与企业之间的壁垒，农民和企业之间不仅是利益上的往来，更多的是在互动的基础上通过交流的方式实现价值最大化。价值共创的核心基础就是主体间的交流与往来，以交流为主要途径，更深入地了解供需方的要求。政府作为沟通交流的桥梁，在了解实际情况后可以制定有利于乡村发展的政策和措施，提供符合市场需求的产品和服务。政府、企业和农民以“交流”为途径构建互信的合作平台，促进信息共享和资源整合，基于此，三方共同探索新的合作机会和发展路径。

4.3. 共推“合作”之发展

在推动乡村产业发展的过程中，应打好“行政 + 组织”的双向动员组合拳[16]。一方面，乡村有着自身天然优势，绿水青山、土地肥沃、传统风俗和文化，彰显出其特有的活力与生机，其良好的生态环境为产业发展打下坚实基础；另一方面，企业在挖掘市场资源时，乡村这块肥沃的土地最受青睐，企业自身拥有资金、技术和管理经验等优势资源，可以为乡村产业提供有力的支持。正如前文中提到，价值共创视角下最重要的主体是人，多元主体的协作共同推进产业良性发展。政府通过政策引导、资金支持、

³同 2。

组织协调等方式，为农民和企业提供良好的发展环境。而农民拥有土地和劳动力资源，企业通过投资兴产，推动乡村产业的规模化、标准化和品牌化发展，引入先进的农业技术和管理模式，提高农业生产的效率和质量。

4.4. 共契“共赢”之未来

“共赢”作为价值共创的结果，其实本质上是各主体之间通过互动交流后得到了相应的价值回报。通过主客体的互动和协作，乡村产业得以实现资源的优化配置和高效利用，推动乡村经济的持续发展和农民的持续增收。企业在政府部门政策的支持和引导下，获得了经济效益和社会效应。产业兴旺发展带来了生态环境的改善和社会文化的繁荣，为乡村的全面发展奠定了坚实基础。这对于政府而言，不仅是完成乡村振兴的使命，更是增强了自身的公信力。三者在互惠共赢的基础上将各自优势最大化，实现了满足各方利益的“价值共创”闭环逻辑。

5. 价值共创视角下乡村产业发展的实践路径

5.1. 集聚“共识”，多利益主体共同营造“共建共治共享”氛围

价值共识是价值共创的基础，人的发展与互动是乡村产业发展落实的根本关切，是实现价值共创的耦合性关键基础。在产业发展和价值共创协同发展的逻辑基础上，应激发农民主观能动性，发挥人民群众的主体地位，以自身的“造血”功能保障切实需求的满足。同时，与产业发展相关的利益承担者，包括企业与政府在内的外驱主体，应积极主动聚焦服务对象，打造一个持续发展、健康循环的价值共创良好发展环境。各主体之间形成共融模式，在“共建共治共享”的氛围中构成命运共同体。

共建：一方面，通过整合乡村内的自然资源、人力资源、文化资源等，形成产业发展所需的合力；另一方面，制定符合乡村实际的产业发展规划，明确发展方向和重点，引导各方共同参与。建立多利益主体参与的合作平台与机制，促进各方之间的交流与合作，实现资源共享和优势互补。共治：建立多利益主体参与的治理体系，明确各方在产业发展中的责任与义务。制定产业发展政策和规范，保障各方权益，维护市场秩序。同时，加强监督与管理，确保产业发展符合规划和政策要求。共享：建立合理的利益分配机制，确保各方在产业发展中能够获得相应回报。让乡村居民、企业、政府等多元主体共享产业发展的成果，提升乡村整体发展水平。引导企业等社会力量履行社会责任，关注乡村环境保护、文化传承等方面的发展。

5.2. 集力“帮扶”，多方面制度保障乡村地区产业深度融合

自打响脱贫攻坚战以来，国家出台了一系列有关产业帮扶的措施和政策，惠及广大乡村百姓。政策的制定与发展，从顶层设计到各省市的实施都会因地制宜地做好定点文章。在此过程中，考虑到各主体之间的耦合关系，在相互促进、协调发展中共同推进产业发展与繁荣。多方面制度的保障是实现事物发展的内部助推力，是各主体之间实现耦合的内因和根本力量。

要深入推进农村一二三产业融合发展，依托农村特色资源，挖掘多元价值效益。强龙头、补链条、兴产业、树品牌，多方并举共同推动产业链条升级，增强市场竞争力。在制度建立方面，通过完善法律法规、强化监管机制、优化服务体系等措施为乡村产业发展提供有力保障。同时，要鼓励乡村产业在融合过程中进行技术创新、模式创新等，提高产业附加值和市场竞争力。另外，要重视乡村产业人才培养，提高农民素质和技能水平，为乡村产业发展提供人才支撑。在合作层面上，通过推动乡村产业与高校、科研机构等建立紧密合作关系，深化合作机制，共同开展技术研发、成果转化等活动。并加强与其他地区的合作与交流，学习借鉴先进经验和技术成果，为乡村产业发展注入新动力。

5.3. 集合“利益”，多维度放大乡村产业发展价值

健全利益联结机制，促进利益合理分配^[17]。聚合多元主体之间的优势，促进产业兴旺、共同富裕和可持续发展实现三者之间有效互动衔接。“共赢”和“利益”是价值共创的结果导向，各方主体在发展产业过程中形成耦合关系，在多方资源转换与共享中构建利益共同体。各利益主体协同共进，其利益惠及社会各个层面，实现全体人民共同富裕。

随着时代的发展，我们要重新审视乡村价值。产业发展所形成的利益是农业层面，而新时代乡村旨在打造有生态涵养、休闲观光和文化体验功能的地方。因此，要集合产业发展所形成的利益共同体，从多个维度放大并充分利用。首先，通过深入调研乡村的自然资源、文化资源、人力资源等，挖掘其独特价值。并结合市场需求和消费者偏好，将乡村特色资源转化为具有市场竞争力的产品或服务。其次，要坚持绿色发展理念，加强生态环境保护，实现乡村产业的可持续发展；推动绿色生产方式和生活方式，减少污染排放和资源浪费。再者，加强农村基础设施建设，提高交通、通讯、水电等公共服务水平，建设乡村旅游配套设施；提升乡村旅游的服务质量和游客体验。充分利用产业发展成果的辐射效应，使乡村的文化价值、生态价值、社会价值日益凸显。

6. 结语

本研究从实际出发，结合管理学相关理论创建应用模型，并引用典型案例进行实际表达，再分析内在逻辑，从而提出乡村产业发展路径。但本研究存在一些不足之处：其一，研究中虽然用到了典型案例，但全国各乡村实际情况不统一，可能会导致所创建的价值共创 DIB 模型不能得到充分表达。其二，本文在价值共创的基础上提出乡村产业发展的实践路径是从宏观角度出发，其建议是建立在政府、农民和企业协调发展的基础上提出的。但有些地区会出现政府失灵、农民积极性不高、企业带动力不强等各方面问题。因此，在产业发展的过程中，各地区还要充分考虑自身情况，解决实际产生的问题和矛盾冲突后，再因地制宜地制定科学发展方案。

基金项目

2024 年国家社科基金一般项目“生态共同体视角下赤水河流域传统村落集中连片保护利用研究”(24BMZ054)；2023 年度贵州省哲学社会科学规划重点课题“贵州传统村落多元一体格局的演变机理与共同发展模式研究”(23GZZD22)。

参考文献

- [1] 中国共产党第二十届中央委员会. 中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/202407/content_6963772.htm, 2024-07-21.
- [2] 郭芸芸, 杨久栋, 曹斌. 新中国成立以来我国乡村产业结构演进历程、特点、问题与对策[J]. 农业经济问题, 2019(10): 24-35.
- [3] 蒋和平. 实施乡村振兴战略及可借鉴发展模式[J]. 农业经济与管理, 2017(6): 17-24.
- [4] 蔡克信, 杨红, 马作珍莫. 乡村旅游: 实现乡村振兴战略的一种路径选择[J]. 农村经济, 2018(9): 22-27.
- [5] 梅燕, 蒋雨清. 乡村振兴背景下农村电商产业集聚与区域经济协同发展机制——基于产业集群生命周期理论的多案例研究[J]. 中国农村经济, 2020(6): 56-74.
- [6] 陈一明. 数字经济与乡村产业融合发展的机制创新[J]. 农业经济问题, 2021(12): 81-91.
- [7] 田野, 叶依婷, 黄进, 刘勤. 数字经济驱动乡村产业振兴的内在机理及实证检验——基于城乡融合发展的中介效应[J]. 农业经济问题, 2022(10): 84-96.
- [8] 章熙春, 陈泽, 李胜会. 引领式嵌入治理: 科技特派员何以助推乡村产业新内源式发展——基于对广东省平远县梅片树产业的考察[J]. 中国农村观察, 2024(1): 65-84.

-
- [9] Vargo, S.L. and Lusch, R.F. (2004) The Four Service Marketing Myths: Remnants of a Goods-Based, Manufacturing Model. *Journal of Service Research*, **6**, 324-335. <https://doi.org/10.1177/1094670503262946>
- [10] Prahalad, C.K. and Ramaswamy, V. (2004) Co-Creation Experiences: The Next Practice in Value Creation. *Journal of Interactive Marketing*, **18**, 5-14. <https://doi.org/10.1002/dir.20015>
- [11] Kumar, N. and Reinartz, W. (2010) The Global Customer Centricity Imperative. *Harvard Business Review*, **88**, 104-112.
- [12] Edvardsson, B., Tronvoll, B. and Gruber, T. (2011) Service Innovation and New Service Development: A Service Logic Approach. *Journal of Service Management*, **22**, 44-67.
- [13] Christopher, M. and Lowson, R. (2004) Supply Chain Management: Strategies for Reducing Cost and Improving Service. Financial Times Prentice Hall.
- [14] 王琳, 陈志军. 价值共创如何影响创新型企业的即兴能力?——基于资源依赖理论的案例研究[J]. 管理世界, 2020, 36(11): 96-110, 131.
- [15] 潘炜. 价值共创视域下乡村社群参与乡村文化振兴的行动逻辑——对腾冲市下绮罗村的个案考察[J]. 同济大学学报(社会科学版), 2024, 35(5): 52-64, 75.
- [16] 张德海, 傅敬芳, 陈超. 现代农业价值共创: 社会动员与资源编排——基于新会陈皮产业的案例观察[J]. 中国农村经济, 2020(8): 13-26.
- [17] 王欣, 宋燕平, 王艳荣. 联合体内部互动对家庭农场价值共创意愿的影响研究——基于安徽省农业产业化联合体的实证分析[J]. 中国农业资源与区划, 2023, 44(3): 143-154.