

ICS 03.080
CCS A 00

T/ZJXJH

团 体 标 准

T/ZJXJH 001—2022

品牌乡村建设评价规范

Evaluation criteria of rural brand development

2022 - 07 - 20 发布

2022 - 08 - 20 实施

浙江省乡村建设促进会 发布

目 次

前 言	II
引 言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 指导思想和基本原则	1
4.1 指导思想	1
4.2 基本原则	2
5 评价工作流程	2
5.1 评价组织工作	2
5.2 申报条件	2
5.3 发布通知	2
5.4 申报受理	3
5.5 初次评审	3
5.6 审查	3
5.7 二次评审	3
5.8 公布结果	3
5.9 结果应用	3
6 评价指标	3
6.1 指标设置	3
6.2 总体框架	3
6.3 指标体系、指标及其说明	4
6.4 指标分值	5
7 评价人员	6
7.1 评价人员的产生	6
7.2 评价人员的职责和要求	6
8 评价结论	6
附 录 A 品牌乡村评分细则	7
A.1 品牌乡村评分细则	7
A.2 品牌乡村评价结论	9
参 考 文 献	10

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由浙江省乡村建设促进会提出。

本文件由浙江省乡村建设促进会归口。

本文件起草单位：浙江大学CARD中国农业品牌研究中心、浙江永续农业品牌研究院、中国计量大学、浙江省乡村建设促进会、《新农村》杂志、浙江省区域经济促进会乡村振兴委员会、浙江联众文旅集团股份有限公司、杭州临安相见酒店管理有限公司、宝库（杭州）文化发展有限公司、浙江经贸职业技术学院、科达信科技服务（海宁）有限公司、广州乡村振兴基金、吉林延边朝鲜族自治州龙井市三合镇北兴村泉水屯、河南安阳西斐村、浙江杭州余杭区余杭街道永安村。

本文件主要起草人：胡晓云 李 闯 陶 菲 杨芸芸 张西华 余学兵 潘青青 诸葛振
毛 杰 王立夫 孙 君 刘 松

引 言

当前，我国美丽乡村建设重点已经开始转移，逐步从基础设施建设转向乡村品牌化经营。在这一新的历史时期，乡村发展面临着如何通过个性化、差异化的方式，进一步激活乡村资源，向“美丽乡村”要“美丽经济”的重大挑战。中国乡村已经处于品牌消费、品牌竞争、品牌经济的3B时代，品牌乡村建设是乡村经营的必由之路，也是实现乡村振兴、共同富裕的重要战略。

为了探索乡村发展的新模式、新路径，进一步推动我国乡村进入市场，形成自我造血机制，实现可持续发展，规范提高其品牌化经营水平，必须对品牌乡村建设进行科学、系统、持续地评价，以评估其建设成效，改进其建设短板，增强其经营能力。

品牌乡村建设评价规范，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻落实《中共中央、国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》《中共中央、国务院关于实施乡村振兴战略的意见》《中办、国办数字乡村发展战略纲要》《中共中央、国务院乡村振兴战略规划（2018—2022年）》

《中共中央、国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》《农业部办公厅关于开展“美丽乡村”创建活动的意见》《浙江省乡村振兴促进条例》等政策文件，以助力乡村建设高质量发展为目标，为各地品牌乡村的运营管理和成效评价提供相关技术标准。

品牌乡村建设评价规范

1 范围

本文件规定了品牌乡村评价活动中的相关术语和定义、指导思想和原则,对品牌乡村评价工作流程、评价指标、评价人员、评价结论等进行了规范。

本文件适用于我国品牌乡村的评价工作,是其他具体品牌乡村评价细则的制定原则及总要求。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 29187—2012 品牌评价 品牌价值评价要求

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

3.2 乡村 village

城市建成区以外具有自然、社会、经济特征和生产、生活、生态、文化等多重功能的地域综合体,包括乡镇和村庄等。本规范仅评价以农业产业为基础的自然村、行政村、乡村组团。

3.3

3.4 品牌 brand

与营销相关的无形资产,包括(但不限于)名称、用语、符号、形象、标识、设计或其组合,用于区分产品、服务和(或)实体,或兼而有之,能够在利益相关方意识中形成独特印象和联想,从而产生经济利益(价值)。

[来源:GB/T 29187—2012 2.2]

3.5

3.6 品牌乡村 brand village

从品牌认知的角度而言,品牌乡村指的是人们对一个乡村区域整体、区域产业、区域产品、区域文化等方面的感知或综合评价,是对乡村组织、生态、文化、经济和社会价值总和的整体印象、认知及评价,是消费者与作为空间整体的乡村之间形成的独特的关系,是一种独特的利益载体、价值系统与诚信体系。

3.7

3.8 评价 valuation

依据规范的方法和程序,由评价机构根据评价标准,进行客观、公正、全面的评价,并做出评价结论的过程。

4 指导思想和基本原则

4.1 指导思想

品牌乡村建设评价以实现乡村区域的“美丽经济”、品牌经济为目的,以农业、农村、农民为关注对象,以乡村区域空间内独特的自然生态、历史人文、产业发展、生活方式等品牌化建设现状为评价对象,全面评价品牌乡村的创建、运营、管理与成效,提升乡村经营水平,助推乡村振兴。

4.2 基本原则

基本原则包括：

- 坚持中国共产党的领导，贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，走中国特色社会主义乡村振兴道路；
- 坚持科学、公平、公正、公开、乡村自愿申请，评价指标结构合理，简便实用，评价数据真实可信，有代表性和时效性，以实现乡村振兴和共同富裕为目标；
- 坚持因地制宜，尊重不同品牌乡村的类型，顺应乡村发展规律，充分考虑乡村历史状况、自然环境、文化习俗、发展现状、区位条件、资源禀赋、产业基础及村民文化素质等因素，体现差异性、独特性、示范性、标杆性，确保实用性和可操作性；
- 坚持农民主体地位，充分尊重农民意愿，保障农民权利和其他合法权益，调动农民的积极性、主动性、创造性，维护农民根本利益，不断提升农民的获得感、幸福感；
- 坚持“整体智治”，推动物联网、地理信息、智能设备等现代信息技术与农村生产、生活、生态的深度融合，深化数字乡村建设，实现乡村治理体系和治理能力数字化。

5 评价工作流程

5.1 评价组织工作

5.1.1 评价组织要求

评价组织可由具备以下条件的第三方评价机构承办。

- 依法在民政部门注册登记，具有独立承担民事责任能力的社会组织；
- 具有承接政府购买服务项目的经验；
- 熟悉和了解品牌乡村创建、运营和管理工作；
- 专职工作人员数量不低于3人；
- 有良好的信誉度和公信力；
- 近三年内没有因违法、违规行为被国家有关部门予以处罚的记录。

5.1.2 评价小组组建

由政府主管部门、高校科研院所、新闻媒体、社会团体、品牌乡村运营机构、乡镇基层单位中具有丰富研究和实践经验的专家组成评价小组。

5.1.3 品牌评价方案确定

评价小组应制定评价方案，评价方案满足以下要求：

- 应能全面覆盖参评乡村品牌建设内容，客观公正评价参评乡村品牌建设成果；
- 应围绕品牌基础要素、品牌强度要素、品牌贡献要素和特别贡献赋分等内容进行；
- 应采用系统性的客观量化指标；
- 应因地制宜，与评价对象的资源禀赋、现实条件、管理模式等相匹配。

5.2 申报条件

品牌乡村建设评价申报的基本条件，包括：

- 中华人民共和国境内乡村，包括自然村、行政村、乡村组团；
- 有“美丽乡村”建设基础；
- 有特色鲜明的定位和业态；
- 有品牌乡村运营主体，且运营状态正常；
- 品牌乡村的村集体及村民收入不低于当地平均水平；
- 近三年无违法违规、重大农产品质量安全等事件。

5.3 发布通知

主办单位发布评价通知，符合条件的乡村自愿申报，根据通知要求提交申报材料。

5.4 申报受理

承办单位接收本年度品牌乡村评价申报材料，对申报材料及参评资格进行审核，对不符合参评资格的单位，在收到材料后7个工作日内向申报单位出具《不予受理通知书》，并说明理由。

5.5 初次评审

承办单位组织专家进行初次评审，根据评价指标及细则对评价对象提供的申报材料逐一进行查核、评分，并根据材料和得分高低提出考察名单。评价指标及细则见A.1。

5.6 审查

承办单位组织开展审查工作，专家听取评价对象汇报、查阅材料后，进行现场评分，填写得分表，并计算初评分数。根据得分高低，提出等级名单。

- 资料审查：通过对参评乡村提交的资料汇编、实施记录等文件进行真实性审查；
- 应用审查：对参评乡村实际建成并投入使用的设施设备、品牌要素、应用程序等进行现场审查，必要时可采用数字化手段进行审查；
- 访问调查：通过随机访问或者问卷调查等方式向村民了解品牌乡村建设情况。

5.7 二次评审

承办单位组织专家进行第二轮评审，结合考察结果，对初评结果进行会审。

5.8 公布结果

主办单位对二审结果进行复核审议，宣布参评乡村最终得分，并对结果进行公示，公示期为5个工作日。公示结束后，确认品牌乡村评价结果。

5.9 结果应用

5.9.1 通过评价，全面衡量品牌乡村的建设和运营成效，提出品牌乡村未来发展建议，为提升品牌乡村影响力、经营力和经济转化能力提供科学指导，引领乡村高质量发展。

5.9.2 出具评价报告，报告内容包括最终得分及评价过程中发现的问题及建议。

5.9.3 评价结果有效期为两年。

6 评价指标

6.1 指标设置

6.1.1 品牌乡村评价指标由品牌基础要素、品牌强度要素、品牌贡献要素三个一级指标组成，并设特别贡献赋分。

6.1.2 一级指标之下，设置10个二级指标；二级指标之下，设置28个三级指标。

6.2 总体框架

品牌乡村建设评价指标总体框架如图1所示。

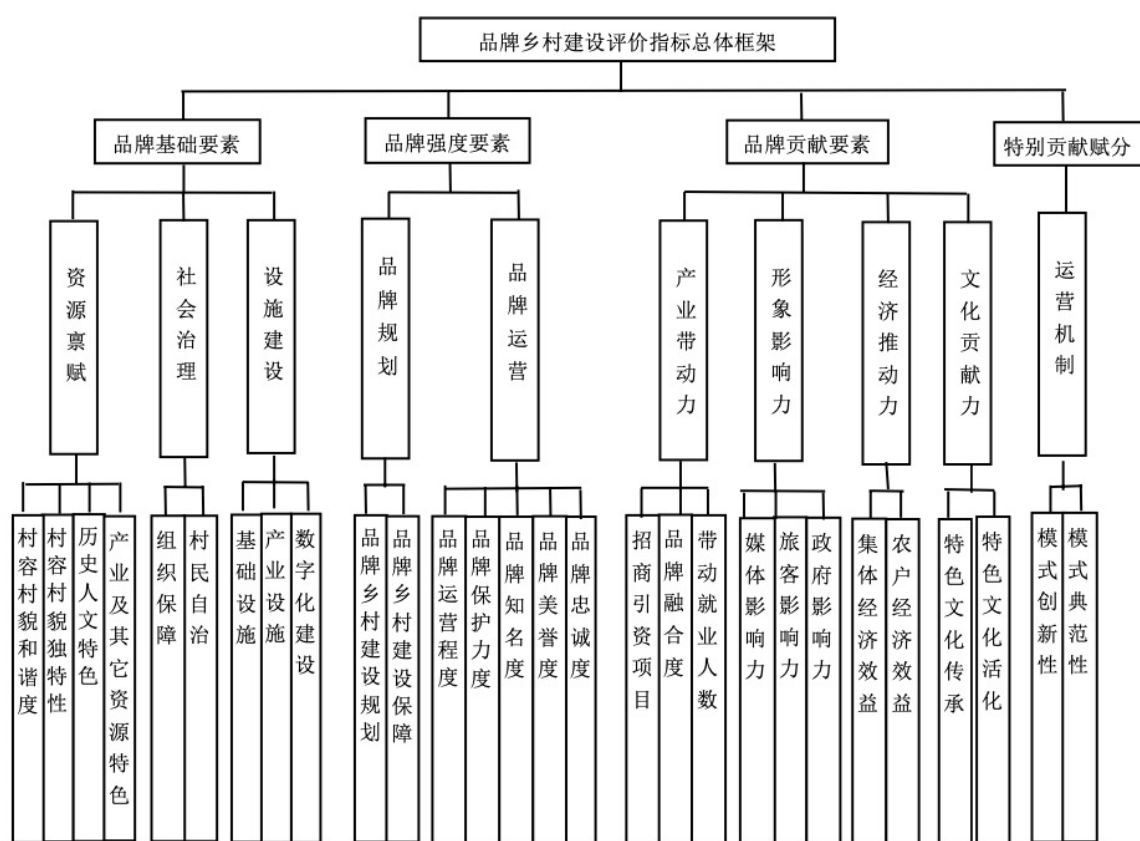


图1 品牌乡村建设评价指标总体框架

6.3 指标体系、指标及其说明

品牌乡村建设评价指标体系、指标及其说明如表1所示。

表1 品牌乡村建设评价指标体系、指标及其说明

一级指标	二级指标	三级指标	指标说明
品牌基础要素	资源禀赋	村容村貌和谐度	村容村貌规划、建筑的完整度、和谐度，呼应品牌乡村的主题要求，尊重村容村貌历史文化特征，没有明显的人为破坏。
		村容村貌独特性	村容村貌呈现自身特色与个性，有不同于其它乡村的建筑风格、自然景观、地理地貌、村落格局、人文地标等。
		历史人文特色	拥有历史遗迹、民俗节庆、非遗传承、文化名人等人文资源。
		产业及其它资源特色	水质、土壤、空气、气候宜居度、植被覆盖率、噪音干扰、特色产业等自然资源情况。
	社会治理	组织保障	有党支部，能定期开展理论学习，并在村务中发挥关键引领作用。
		村民自治	有村务公开栏，有村务议事制度，村民村务参与率，村委村民关系和谐度等。
	设施建设	基础设施	村内道路、电网、物流、通信信号、公共设施等。
		产业设施	自然景观、人文景观、民宿、餐饮及旅游配套情况。
		数字化建设	三网（宽带通信网、移动互联网、数字电视网）覆盖情况；数字大脑在乡村领域的应用情况。

表 1 品牌乡村建设评价指标体系、指标及其说明（续）

一级指标	二级指标	三级指标	指标说明
品牌强度要素	品牌规划	品牌乡村建设规划	有科学、系统、严谨的品牌乡村建设规划。
		品牌乡村建设保障	有工作机制、人员、空间、经费等建设保障。
	品牌运营	品牌运营程度	结合品牌乡村的定位开发相应的特色农产品、地理标志产品、非遗产品、旅游文创产品、民宿产品、餐饮产品、场景体验产品、民俗节庆等。
		品牌保护力度	对品牌乡村的商标注册、授权使用、品牌管理、特种资源保护、专利保护等。
		品牌知名度	品牌乡村的知名程度。
		品牌美誉度	对品牌乡村的正面评价、情感偏好。
		品牌忠诚度	对品牌乡村的信任程度。
品牌贡献要素	产业带动力	招商引资项目	乡村因品牌建设而引进的商业项目。
		品牌融合度	产业融合、产村融合、产城融合程度。
		带动就业人数	带动本地村民从事与品牌相关的或品牌产业链相关的从业人口数、吸引外来务工人员人口数。
	形象影响力	媒体影响力	媒体报道的数量及正负面评价、点赞数。
		旅客影响力	近三年旅客增长率、增长绝对值。
		政府影响力	领导批示、财政项目或其它政策支持。
	经济推动力	集体经济效益	近三年村集体收入增长率、增长（绝对）值。
		农户经济效益	近三年户均收入增长率、增长（绝对）值。
	文化贡献力	特色文化传承	非遗文化、历史文脉、民俗文化的传承。
		特色文化活化	非遗文化、历史文脉、民俗文化的活化。
	特别贡献赋分	运营机制	模式创新性
模式典范性			品牌乡村运营模式在其它乡村能被借鉴，具有典范意义。

6.4 指标分值

6.4.1 分值设置

评价总分值设为110分，其中品牌基础要素25分、品牌强度要素35分、品牌贡献要素40分，共计100分，特别贡献赋分10分；各指标类别细分考核点分值设置见A.1。

6.4.2 分值计算

评价最终得分按各考核点实际得分进行求和计算，计算公式如下：

$$P_{\text{总}} = \sum_{i=1}^n P_i \dots\dots\dots(1)$$

式中：

$P_{\text{总}}$ ——评价最终得分；

P_i ——第*i*项考核点得分。

7 评价人员

7.1 评价人员的产生

7.1.1 根据品牌乡村评价需要，建立由社会各界和行业管理等机构推荐的专家组成评价专家库。

7.1.2 根据品牌乡村评价的具体任务，从专家库中选择专家组成五人及以上评审组，并确定组长；评价工作实行组长负责制。

7.2 评价人员的职责和要求

评价人员的职责和要求包括：

——具有相关的专业知识和专业背景，能按品牌乡村的评价要求，在规定时间内完成评价任务；

——客观、公正地开展评价工作，遵守相关评审法律法规，做到公正廉洁；

——保守乡村的商业和技术秘密，保护知识产权。

8 评价结论

8.1 品牌乡村评价工作结束时，填写相关记录和《品牌乡村评价结论表》（见 A.2），评审组全体专家在评价表上签名。

8.2 评价记录应内容全面，数据完整，结论公正。

8.3 评价人员应对评价记录及结论的真实性负责。

8.4 评价结论样表见 A.2。

附录 A 品牌乡村评分细则

A.1 品牌乡村评分细则

品牌乡村评分细则见表A.1。

表A.1 品牌乡村评分细则表

一级指标	二级指标	三级指标	评分要点	分值	得分
品牌基础要素 (25)	资源禀赋 (10)	村容村貌和谐度 (2)	村容村貌规划、建筑的完整度、和谐度，呼应品牌乡村的主题要求，尊重村容村貌历史文化特征，没有明显的人为破坏。 赋分：有科学的规划，1分；尊重村貌和文化特征，1分。	2	
		村容村貌独特性 (2)	村容村貌呈现自身特色与个性，有不同于其他乡村的建筑风格、自然景观、地理地貌、村落格局、人文地标等。 赋分：挖掘、认知村容村貌独特性，1分；呈现、表达村容村貌独特性，1分。	2	
		历史人文特色 (3)	拥有历史遗迹、民俗节庆、非遗传承、文化名人等人文资源。 赋分：获得中国历史文化名村，3分；其他历史文化类的称号，按国家级、省级依次给分；没有称号的，按历史人文资源的梳理情况酌情给分，1-2分。	3	
		产业及其它资源特色 (3)	水质、土壤、空气、气候宜居度、植被覆盖率、噪音干扰、特色产业等自然资源情况。 赋分：是地理标志产品覆盖区域的，3分；没有地标，按主导性、代表性产业及相应资源条件酌情给分，1-2分。	3	
	社会治理 (6)	组织保障 (3)	有党支部，能定期开展理论学习，并在村务中发挥关键引领作用。 赋分：基层党组织获得先进典型的荣誉的，3分；没有前述称号的，有党支部且定期开展理论学习，1分；在村务中发挥关键引领作用，1分。	3	
		村民自治 (3)	有村务公开栏，有村务议事制度，村民村务参与率，村委村民关系和谐度等。 赋分：获得文明村、平安村、民主法制村、善治村等称号的，3分；没有前述称号的，按前述指标情况酌情给分，1-2分。	3	
	设施建设 (9)	基础设施 (3)	村内道路、电网、物流、通信信号、公共设施等。 赋分：列入省部级相关工程，3分；进入地市级相关工程，2分；进入县市相关工程，1分；均没有进入前述相关工程，但设施良好的，酌情给分，1-2分。	3	
		产业设施 (3)	自然或人文景观、民宿、餐饮及旅游等设施配套情况。 赋分：获得国家旅游局3A级及以上景区的，1.5分；获得省部级及以上产业示范园的，1.5分；没有前述称号的，按产业设施条件酌情给分，0.5-1分。	3	
		数字化建设 (3)	三网（宽带通信网、移动互联网、数字电视网）覆盖情况；数字大脑的应用情况。 赋分：列入数字化建设相关工程的，3分；未列入的，视前述指标建设情况酌情给分，1-2分。	3	

表 A.1 品牌乡村评分细则表（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评分要点	分值	得分
品牌强度要素 (35)	品牌规划 (10)	品牌乡村建设规划(5)	有科学、系统、严谨的品牌乡村建设规划。 赋分：有完整科学的规划，5分；有规划，但不系统，3分；无规划，0分。	5	
		品牌乡村建设保障(5)	有工作机制、人员、空间、经费等建设保障。 赋分：有团队且能正常运营，5分；无前述条件的，视运营情况酌情给分，1-3分；无运营团队，0分。	5	
	品牌运营 (25)	品牌运营程度(5)	结合品牌乡村的定位开发相应的特色农产品、地理标志产品、非遗产品、旅游文创产品、民宿产品、餐饮产品、场景体验产品、民俗节庆等。 赋分：形成特色鲜明的品牌乡村及衍生品牌，5分；形成品牌乡村及衍生品牌，但特征不突出的，3分；品牌乡村特征不显著，业态零散，1分。	5	
		品牌保护力度(5)	对品牌乡村的商标注册、授权使用、品牌管理、特种资源保护、专利保护等。 赋分：注册商标，2分；合规授权，1分；有自律制度，1分；有危机干预方案，1分；前述其他指标保护情况，酌情给分，总分不超过5分。	5	
		品牌知名度(5)	品牌乡村的知名程度。 赋分：品牌乡村信息总量及相关量排名，排名前10%的，5分；排名前11%至20%的，4分；排名前21%至50%的，3分；排名前51%至80%的，2分；有相关信息的，1分。	5	
		品牌美誉度(5)	对品牌乡村的正面评价、情感偏好。 赋分：村民和旅客正面评价信息量排名，排名前30%的，2分；媒体正面评价报道量排名，排名前30%的，2分；获得各类相关荣誉，1分。	5	
		品牌忠诚度(5)	对品牌乡村的信任程度。 赋分：村民长期居住意愿，85%以上村民愿意长期居住的，5分；75%至84%村民愿意长期居住的，3分；65%至74%村民愿意长期居住的，1分；低于65%的，0分。	5	
品牌贡献要素 (40)	产业带动力 (10)	招商引资项目(3)	乡村因品牌建设而引进的商业项目。 赋分：按引进商业项目个数，3个及以上，3分；2个，2分；1个，1分；单个项目金额巨大者，酌情给分，1-2分；总分不超过3分。	3	
		品牌融合度(4)	产业融合、产村融合、产城融合程度。 赋分：三产融合较好，4分；三产融合程度不高，关联性不强，3分；仅有一个产业的，1分。	4	
		带动就业人数(3)	带动本地村民从事与品牌相关的或品牌产业链相关的从业人口数、吸引外来务工人员人口数。 赋分：带动本村村民有3家以上从事品牌相关业态的，1分；带动本村村民从事品牌相关产业人口占半数以上的，1分；吸引外来务工从事品牌相关人数10人以上的，1分。	3	
	形象影响力 (10)	媒体影响力(3)	媒体报道的数量及正负面评价、点赞数。 赋分：媒体报道累计总量超过10条，1分；报道总量中正负面评价超过80%的，1分；受众点赞数十个以上的，1分；媒体报道中出现负面评价的，酌情减分，1-2分。	3	
		旅客影响力(4)	近三年旅客增长率、增长绝对值。 赋分：增长率超过15%的，4分；超过10%的，3分；超过5%的，2分；超过1%，1分；下降的，0分。	4	
		政府影响力(3)	领导批示、财政项目或其它政策支持。 赋分：领导批示，1分；财政项目，1分；其他政策支持，1分；三项均无，0分。	3	

表 A.1 品牌乡村评分细则表（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评分要点	分值	得分
	经济推动力（10）	集体经济效益（5）	近三年村集体收入增长率、增长（绝对）值 赋分：村集体收入增长率超过 10%，3 分；增长但未超过 10%的，2 分；无增长、负增长 0 分。 村集体收入（绝对）值分别按正数排序，前 20%，2 分；中间 40%，1 分；后 40%，0.5 分；无增长、负增长 0 分。	5	
		农户经济效益（5）	近三年农户收入增长率、增长（绝对）值 农户收入增长率超过 5%，3 分；增长但未超过 5%的，2 分；无增长、负增长 0 分。 农户收入增长（绝对）值分别按正数排序，前 20%，2 分；中间 40%，1 分；后 40%，0.5 分；无增长、负增长 0 分。	5	
	文化贡献力（10）	特色文化的传承（5）	非遗文化、历史文脉、民俗文化的传承。 赋分：入选各级非遗项目，联合国、国家级，3 分；省级，2 分；市县级，1 分。 传播非遗项目，有传播立项与实施，2 分；无传播立项与实施，0 分。	5	
		特色文化的活化（5）	非遗文化、历史文脉、民俗文化的活化。 赋分：有传承人，1 分；有活化项目立项，1 分；有文创活化产业，2 分；有知名民俗文化节，1 分；前述全无，0 分。	5	
特别贡献赋分（10）	运营机制（10）	模式创新性（5）	管理、利益分配、合作机制等方面有创新。 赋分：根据材料提供情况，由专家评议打分。	5	
		模式典范性（5）	品牌乡村运营模式在其它乡村能够被借鉴，具有典范意义。 赋分：根据材料提供情况，由专家评议打分。	5	

A.2 品牌乡村评价结论

品牌乡村评价结论见表A.2。

表A.2 品牌乡村评价结论

申报乡村名称		申报品牌名称	
审查时间			
评价意见：			
评价结论： 推荐 <input type="checkbox"/> 不推荐 <input type="checkbox"/>			
组长：			
组员：			

参 考 文 献

- [1] 中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局,《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T 17775—2003),2005年1月1日。
- [2] 中华人民共和国国家标准化管理委员会,《美丽乡村建设评价》(GB/T 37072—2018),2018年12月28日。
- [3] 国际标准化组织品牌评价技术委员会,《Brand evaluation — Principles and fundamentals》(ISO 20671—2019),2020年10月14日。
- [4] 《中华人民共和国乡村振兴促进法》(中华人民共和国主席令第77号),2021年6月1日。
- [5] 《中华人民共和国城乡规划法》(2021年修订),2021年12月1日。
- [6] 《中共中央 国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》(2022年中央一号文件),2022年2月22日。
- [7] 《中共中央 国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》(2021年中央一号文件),2021年2月21日。
- [8] 《中共中央 国务院关于实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的意见》,2022年3月22日。
- [9] 《中共中央办公厅 国务院办公厅数字乡村发展战略纲要》,2019年5月16日。
- [10] 文旅部等六部门,《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》(文旅产业发〔2022〕33号),2022年3月21日。
- [11] 农业农村部 中央网络安全和信息化委员会办公室,《数字农业农村发展规划(2019—2025年)》(农规发〔2019〕33号),2019年12月25日。
- [12] 浙江省委 省政府,《全面实施乡村振兴战略高水平推进农业农村现代化行动计划(2018—2022)》(浙委发〔2018〕41号),2018年4月12日。
- [13] 浙江省人民代表大会常务委员会,《浙江省乡村振兴促进条例》(浙江省第十三届人民代表大会常务委员会公告第51号),2021年9月21日。
- [14] 中央网络安全和信息化委员会,《“十四五”国家信息化规划》,2021年12月28日。
- [15] 中央网信办 农业农村部等十部委,《数字乡村发展行动计划(2022—2025年)》,2022年1月26日。
- [16] 中共浙江省委办公厅、浙江省人民政府办公厅,《浙江省数字乡村建设实施方案》(浙委办发〔2020〕67号),2021年1月9日。
- [17] 胡晓云、余耀锋,《“品牌新农村”的评价及其决定要素》[J],《浙江大学学报(人文社会科学版)》,2013,43(04):28-38。
-