

# 个人IP助力大湾区乡村经济高质量发展的实施路径研究

林在山<sup>1</sup>, 杨呈<sup>2</sup>, 李燕杏<sup>1</sup>, 李雄鹰<sup>1</sup>

<sup>1</sup>广东财经大学经济学院, 广东 广州

<sup>2</sup>广东财经大学金融学院, 广东 广州

收稿日期: 2023年4月23日; 录用日期: 2023年5月24日; 发布日期: 2023年5月31日

## 摘要

本研究以早日实现共同富裕为目的, 探讨大湾区乡村经济和个人IP之间互动的可能性。历史和现状分析与横向对比相结合, 发现打造个人IP能促进乡村经济发展, 乡村可以用作个人IP孵化的温床。在此基础上, 本研究鼓励网络流量通过“互联网+”流向农村, 发挥流量红利助力乡村经济; 同时鼓励乡村从业者依托乡村产业打造个人IP, 推动乡村经济形成循环。基于大湾区城乡发展的现状, 提出具体建议: 一是加快建设大湾区乡村新基建, 夯实个人IP孵化基础; 二是加强乡村素人主播专业培训, 助力培育乡村个人IP; 三是鼓励IP联动实现跨界合作, 吸纳网络受众广泛参与; 四是线上线下联合营销形成呼应, 多维共进拓展传播方式。

## 关键词

个人IP, 大湾区经济, 乡村经济, 高质量发展, 互联网

# Research on the Implementation Path of Personal IP to Help the High Quality Development of Rural Economy in the Greater Ba Area

Zaishan Lin<sup>1</sup>, Cheng Yang<sup>2</sup>, Yanxing Li<sup>1</sup>, Xiongying Li<sup>1</sup>

<sup>1</sup>School of Economics, Guangdong University of Finance and Economics, Guangzhou Guangdong

<sup>2</sup>School of Finance, Guangdong University of Finance and Economics, Guangzhou Guangdong

Received: Apr. 23<sup>rd</sup>, 2023; accepted: May 24<sup>th</sup>, 2023; published: May 31<sup>st</sup>, 2023

## Abstract

This study aims to achieve common prosperity as soon as possible by exploring the interaction between the rural economy and personal IP in the Greater Bay Area. Through a combination of historical and current situation analysis and horizontal comparison, it was found that creating personal IP can promote rural economic development and that rural areas can serve as incubators for personal IP. To this end, this study encourages the flow of network traffic to rural areas through “Internet +” to leverage the traffic dividend to support the rural economy. At the same time, it encourages rural practitioners to create personal IP based on rural industries and promote a cycle of rural economic development. Based on the current situation of urban and rural development in the Greater Bay Area, this study proposes specific suggestions: first, to accelerate the construction of new infrastructure in rural areas of the Greater Bay Area to lay a solid foundation for personal IP incubation; second, to strengthen professional training for rural amateur live broadcasters to help cultivate rural personal IP; third, to encourage IP linkage for cross-border cooperation and attract a wide range of online audiences; fourth, to establish a connection between online and offline joint marketing and expand communication in multiple dimensions.

## Keywords

Personal IP, Greater Bay Area Economy, Rural Economy, High Quality Development, Internet

Copyright © 2023 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. 绪论

### 1.1. 研究背景

改革开放以来我国经济高速增长，国内生产总值从 1978 年的 3679 亿元，到 2021 年突破 110 万亿，取得了质的飞跃，但与此同时经济快速发展带来的问题也不容忽视，国家统计局数据显示，2021 年城镇居民人均可支配收入 47,412 元，而同期农村居民人均可支配收入仅为 18,931 元，城乡贫富差距问题十分突出[1]。二十大召开后，党中央在把握中国社会现阶段发展的系列新变化的基础上，把逐步实现全体人民共同富裕摆在更加重要的位置上，采取了一系列坚定有力的措施推动区域协调发展，保障和改善民生[2]。步入新时代以来，个人 IP 等全新的经济要素表现亮眼，在此现实背景下，本研究考虑融合个人 IP 这一新要素，助力大湾区乡村经济高质量发展，缩小城乡差距，奔向共同富裕。

### 1.2. 研究意义

本研究旨在通过历史和现状分析与横向对比相结合的方式，论证大湾区乡村经济与个人 IP 之间互动的实践可行性，鼓励网络流量通过“互联网+”的方式流向农村，发挥流量红利助力乡村经济的发展，同时鼓励乡村从业者依托乡村产业打造个人 IP，推动乡村经济形成良性循环，最终基于城乡发展的现状，深化探索个人 IP 助力大湾区乡村经济高质量发展的实施路径，进而推动乡村经济发展，缩小城乡贫富差距。

### 1.3. 研究方法与技术路线

本课题研究大湾区乡村经济发展的历史与现状，分析农业发展的优势和不足；梳理个人 IP 与乡村经

济互动的成功案例，分析个人 IP 助力乡村经济的经验和挑战；收集潜在客户对于个人 IP 助力乡村经济的态度和看法，并进行分析统计；在此基础上，统筹进行背景分析、统计分析和对比研究，得出释放个人 IP 与乡村经济互动红利，促进乡村经济振兴的对策性建议。如图 1 所示。

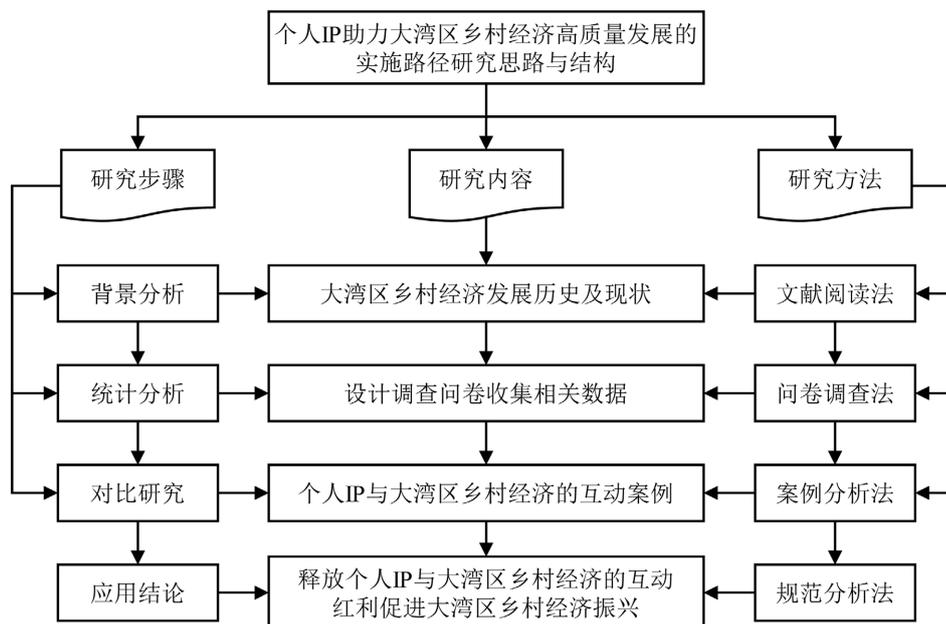


Table 1. Technology roadmap

图 1. 技术路线图

## 1.4. 创新点

本研究探讨个人 IP 与乡村经济高质量发展的相互作用关系，填补了国内这一领域的学术空白。本文整合“个人 IP”、“乡村振兴”和乡村经济高质量发展一般均衡理论，从微观层面阐释“个人 IP”与“乡村振兴”融合推进的作用机制，为理解两者相融合发展经济效应的微观传导路径提供制度解释。本文以粤港澳区域乡村经济网络为视角，从短期到长期、从局部到整体、从静态到动态、从微观到宏观进行多层次、多维度拓展研究，提出了个人 IP 推动粤港澳大湾区乡村经济高质量发展的动力机制框架。本研究基于粤港澳大湾区的现实背景，对地区、城市等级、城市规模进行异质性分析，将异质性城市规模、劳动力作为承载区域乡村经济结构平衡性发展的微观关键力量，并有效发挥异质性城市规模、劳动力的匹配机制，深刻解析区域乡村经济高质量发展与个人 IP 间的内部结构和演化机理，为粤港澳大湾区乡村经济未来发展寻找合理的路径选择。

## 1.5. 概念辨析

### 1.5.1. 个人 IP

IP 最初指个人对一份成果的所有权，在互联网时代意义延深扩展，现在通常指一个符号、一个共同特征的群体、一种价值观等。IP 概念的走红与近年来兴起的“网红”群体关系密切。网红群体中相对持续地生产出以“人”为标识的有影响力的内容产品，拥有相对稳定、持久和一定规模粉丝的名人及其自带的品牌效应，即为“个人 IP” [3]。

### 1.5.2. 乡村经济

乡村经济是农村的集体经济、家庭经济、合作经济等的统称。家庭经济是以家庭为单位，使用国家

或集体提供和农民自己所有的生产资料自主地从事生产经营和劳动服务的一种经济形式[4]；合作经济指的是自愿联合在一起，通过组成联合所有的企业来满足他们的经济、社会与文化的需求与抱负的人们的自治联合体，合作经济成员按企业所需公平出资，公正地分担风险，分享利益，并积极参与企业民主管理[5]；集体经济是一种公有制经济，一部分劳动者共同拥有生产资料。

### 1.5.3. 高质量发展

从宏观的层面来理解，高质量发展包含有稳定的经济发展，区域城乡发展均衡，以创新为动力，实现绿色发展，让经济发展成果更多更公平惠及全体人民等丰富内涵[6]；从微观层面理解，高质量发展又包含了产业布局优化、结构合理，不断实现转型升级，显著提升产业发展的效益，建设一批具有一流竞争力、持续创新，拥有广泛的品牌影响力的优质企业等深刻内涵[7]。

## 2. 个人 IP 与大湾区乡村经济的互动关系研究

个人 IP 经济作为一种新兴模式，与传统的乡村经济的相互成就、相互促进的新格局具有启示性，本研究将在着眼“大力水手”、“丁真”、“睡觉村”等个人 IP 概念对于当地乡村经济的带动作用的同时，关注“沂蒙小调”、“徐闻菠萝”以及“鲁迅外婆家”等地方产业对于个人 IP 的孵化作用，从而挖掘和构建出个人 IP 与乡村经济的良性互动关系。

### 2.1. 个人 IP 助力乡村产业发展的案例

#### 2.1.1. “大力水手” IP 助力马耳他 Sweethaven 小镇完成蜕变

地处地中海中部马耳他本岛西北端的 Sweethaven 小镇，因资源匮乏、交通不便等先天禀赋的原因长期与世隔绝，直到 1980 年，杰出漫画家吉勒摩·莫迪洛(Guillermo Mordillo)笔下的大力水手“卜派”形象受到好莱坞的追捧，风景与原著契合度较高的 Sweethaven 村被导演组相中，电影搭建的场景在拍摄结束后被当地居民共同维护和保存下来后，自此 Sweethaven 小镇就依托 1:1 还原的电影布局，将小镇内的锯木场、理发店、鱼店、面包店、鞋匠店等 19 间木制建筑及其摇摇欲坠的效果成功植入“大力水手”这一 IP，并增设了游戏屋、博物馆、电影院等娱乐设施，将当地居民的生活常态融入游客的互动体验中，甚至拥有了自己的菠菜罐头品牌，目前 Sweethaven 小镇的年营收，“大力水手”IP 的赋能对于 Sweethaven 小镇经济带动作用显著。

#### 2.1.2. “丁真” IP 凭借网红效应带动理塘旅游业蓬勃发展

2020 年 11 月，一段展现藏族康巴少年纯真笑容的视频在抖音上迅速走红，视频的主人公丁真也因此得到了全民关注。一时间，“现在就出发去四川看丁真”的说法风靡全网，丁真的“网红效应”也极大地带动了理塘的旅游业的发展。丁真走红后，签约国企，成为理塘的旅游大使，随着《丁真的世界》的播出，“丁真效应”又一次深度发酵，也让全国人民见识了理塘的美丽，理塘的旅游业、农业、餐饮也得到迅猛发展，理塘民宿甚至一度“洛阳纸贵”，民宿收入从曾经的几千块上升至十几万，仅 2021 年双十一期间，理塘接待游客共计 137.96 万人次，旅游总收入超 1.5 亿元。可以说，“丁真”这一个人 IP 的走红实现了当地政府与丁真个人的双赢，丁真所带来的流量红利的溢出在实质上推动了当地的经济的发展。

#### 2.1.3. “睡觉村” IP 引领五台县上王全村走上致富之路[8]

山西省五台县上王全村第一书记付晓马在当地考察过程中，敏锐地发现当地居民睡眠质量很高，遂产生了打造“睡眠文化”的巧思，一举将曾经毫无生气的“懒汉村”打造成了火爆全网的“睡觉村”，并以此为突破口，拍摄制作“睡觉村”招商引资专题片，成功扶植起了“睡觉村”枕头品牌，并运用网络直播销售平台，组织村民参与网络带货。目前，上王全村的梦之宝有限公司凭借旗下的 3 个抖音号、2

个快手号，营业额已经突破 1100 万元。可以看到，“互联网+”这一新兴模式为上王全村的乡村振兴之路插上了翅膀，“睡觉村”IP 在互联网上的流量红利为上王全村创造了商业价值，提高了上王全村的收入，是个人 IP 助力乡村经济腾飞的典型案例。

## 2.2. 乡村产业链孵化个人 IP 的案例

### 2.2.1. “沂蒙小调”：乡村红色文化产业链助力个人 IP 的孵化

沂蒙山白屋石村景区以“沂蒙山小调诞生的地方”为核心 IP，恢复了自 1940 年抗大一分校文工团在此生活时期的村落场景，建成了沂蒙山小调活态博物馆，打造了“沂蒙人家”“沂蒙物产”等八个沂蒙主题院落。景区入口处的红飘带主题雕塑以鲜明的红色给游客强烈的视觉冲击，景区沿街设置了游乐景点、茶座等，为游客提供提供食、住、娱、购等服务，以旅游业为核心带动餐饮业、手工业等其他产业的发展，整个景区就像是一个生态仓，围绕核心 IP “沂蒙小调”孵化了众多个人 IP，不少导游、商家纷纷入驻了互联网平台，当起了“小网红”，导游在线讲解“沂蒙小调”历史与商家在线推出各项新奇的“小玩意”带来的网络流量提升了自身收入的同时，又再一次反哺景区，形成了良性循环。

### 2.2.2. “徐闻菠萝”：乡村特色农业培育当地特色文化 IP

广东省湛江市徐闻县是中国最大的菠萝生产基地，被誉为“中国菠萝之乡”，其菠萝种植面积约占广东菠萝种植总面积的 43%，菠萝产量约占国内总产量的三分之一[9]。2020 年疫情期间，徐闻县与拼多多合作开展“抗疫助农”直播带货，县长亲自带头走进直播间，当地的许多农户随之纷纷进驻，为徐闻菠萝带货，短短 24 小时内达成了 67 万斤菠萝的销量，一举解决了当地农产品滞销问题，“徐闻模式”的成功打响了“徐闻菠萝”在全国范围内的知名度；此外，徐闻县政府为帮助农产品产销对接，还会同有关部门打造了“徐闻菠萝”高铁专列，举办了广东菠萝“线下 + 线上”精准产销对接会等推介会，创作并推广歌曲《菠萝的海》，发起了“菠萝英雄向前冲”抖音挑战赛等多项活动。可以说“徐闻菠萝”IP 的建设历程，也是徐闻县“菠萝文化”的发展历程，高质量、有特色的农产品与“徐闻菠萝”IP 是相辅相成、相互成就的。

### 2.2.3. “鲁迅外婆家”：乡村风貌与文学作品联合打造特色 IP

浙江绍兴的安桥头村是鲁迅笔下的平桥村，鲁迅的外婆家，童年时期的鲁迅曾在这里钓虾、摇船、看社戏、偷采罗汉豆。2021 年 11 月底，鲁迅文化体验中心正式落成，中心以鲁迅的《社戏》为参考，以“鲁迅的童年”为主题，极力还原小说里的场景，经营“鲁迅外婆家”这一核心 IP。安桥头村在祝福广场西侧的 45 亩土地上，以田为布，以禾为色，通过测量定位和精确种植，让“少年闰土刺猹”这幅 3D 画卷跃然田间，以艺术化手段再现了鲁迅笔下经典文学场景；当地政府还对“鲁迅外婆家”故居“朝北台门”进行了数字化改造，对鲁迅笔下的看社戏、放牛钓虾、凫鸟摸螺蛳等场景进行了交互式“活化”；村里还经营有“菜园咖啡馆”，咖啡馆周围又辟出“迅哥儿菜园”，菜园边将建起特色木望楼，登高可以望见少年闰土刺猹的彩色水稻画。安桥头村响应乡村振兴政策，抓住鲁迅文学进行切入，将村庄进行改造，将小说的场景实际化、氛围化，打造出属于自己的乡村 IP “鲁迅外婆家”，这一 IP 又进一步刺激了后续旅游业的发展，给“鲁迅外婆家”IP 以不竭的生命力。

## 3. 结论与建议

### 3.1. 研究结论

#### 3.1.1. 打造个人 IP 对于促进乡村经济发展有正向作用

无论是像“大力水手”这样相对成熟的漫画作品 IP，还是像“丁真”这样偶然间走红的素人网红 IP，

亦或是像“睡觉村”这样经营塑造出来的养生产业 IP，不难发现，个人 IP 的影响力对乡村经济、乡村产业的促进效用是显著的，当地的经济都在个人 IP 的引流下，真切地享受到了互联网流量红利。在运作手段上，可以采用的具体方式主要有引进和挖掘两种，引进成熟的 IP 的好处可以利用 IP 自带的流量快速引流，但引进成本相对较高；挖掘的成本相对较低，但需要敏锐地把握网络受众需求，采用音像、图书等方式对个人 IP 进行加工，增强其故事性和形象特色，使个人 IP 具有持续生命力和影响力。一旦将个人 IP 与乡村的风貌、产业、文化相结合，开发后期再紧随时代元素和消费者的消费需求，持续融入新的娱乐活动、互动体验、地方特色产品等，将产生源源不断的商业价值。

### 3.1.2. 乡村的产业、风貌和文化是个人 IP 孵化的温床

沂蒙山白屋石村以“沂蒙山小调诞生的地方”这一红色文化为种子，广东省湛江市徐闻县以当地的菠萝种植产业为种子，浙江绍兴的安桥头村以鲁迅的文学作品为种子，均培育和孵化出了当地极具代表性的个人 IP，带动了当地旅游业的兴旺以及相关产业的发展。更进一步的，当地也涌现出了一批商家、导游、手工业者入驻直播平台，成为了“小网红”，一方面提升了个人收入，增强了当地文化凝聚力、认可度和归属感，另一方面众多“百姓网红”的崛起也为各大短视频平台提供了源源不断的内容创作服务，给当地的 IP 以流量反哺，进一步提升了当地 IP 在互联网的热度，形成了良性循环。经孵化的众多与当地乡村经济进行了深度捆绑的个人 IP，改变了传统营销传播的方式，极大地扩展了消费市场，为乡村经济的发展提供了一条具有可行性的实施路径，这对缩小城乡差距，实现乡村振兴具有重大意义。

### 3.1.3. 通过个人 IP 赋能促进乡村产业的高效高能发展

将样本按照乡村劳动人口规模进行分类，分别考察不同地区个人 IP 对不同乡村劳动人口规模、乡村产业振兴的影响。异质性结果表明，乡村劳动人口规模较小的地区打造个人 IP 显著促进乡村产业振兴，乡村劳动人口规模大的地区个人 IP 建设对乡村产业的振兴作用不显著。其原因可能是在乡村劳动人口规模较大的区域传统农业较为发达，个人 IP 建设过程受到一定的阻碍，进而导致个人 IP 和乡村产业的融合水平还不高，所以个人 IP 对乡村产业的促进作用较为不明显；而在乡村劳动人口规模较小的地区，因利用个人 IP 销售特色农产品、提高村民们的收入水平，促进乡村农业发展等原因，在个人 IP 直播销售强有力的驱动下，乡村生产力水平等得到了进一步的提升，为乡村产业的高效高能发展提供了新动力。

## 3.2. 对策建议

### 3.2.1. 加快建设大湾区乡村新基建，夯实个人 IP 孵化基础

硬件基础设施方面，增加粤港澳乡村地区数字化基础设施部署，推动“双千兆”网络协同发展电信基础设施共建共享[10]；增加适应乡村地区收入水平的数字化终端设备供给；降低乡村地区网络服务资费，加大农村网络基础设施建设、电子支付系统建设、物流配送体系建设等方面的资金和技术投入，建设覆盖面更广、速度更快、安全性更高的网络通信系统，扩大农村宽带网的接入范围和比重，降低开通互联网的花费和资金维护标准，提高农村互联网的普及率，让更多农民拥有上网的机会，尽力让互联网的成果惠及到每一个村民，为个人 IP 建设在乡村地区的推广奠定基础，促进乡村个人 IP 良好运行，建设多层次、广覆盖的乡村个人 IP 建设体系[11]。

软件基础设施方面，定期举办个人 IP 建设主题宣传活动，加强粤港澳乡村地区居民更全面地认识互联网以及个人 IP 知识，使“数字鸿沟”不再是阻碍个人 IP 建设在乡村地区发展的重要因素。派出专业技术人员到农村做培训，为农民打下网络使用基础，满足农民对网络的需求。推动城乡均衡发展，加强基础设施、公共服务的互联互通，充分发挥城镇对乡村的带动作用，增强城乡间经济发展的互补性，提高城乡发展所需要素的匹配度，使优质的个人 IP 建设服务在更广的范围内具有适用性。因地制宜选择个

人 IP 重点建设方向，为个人 IP 在乡村地区的推广建设提供着力点，提升个人 IP 促进粤港澳乡村产业发展的针对性。

### 3.2.2. 加强乡村素人主播专业培训，助力培育乡村个人 IP

加强本土化个人 IP 培育力度，让农民当主播，孵化“个人 IP”产业基地。主播带货要明确责任，以消费者利益为出发点，抵制伪劣、三无产品，把好选品关，坚持诚信带货。政府主动推出个人知识产权建设课程，整合教育和培训资源，开设适合当地农业发展的专业课程。这些课程将线下的理论培训与线上的现场实践培训相结合。这种方式可以迅速培养了村民对直播带的入门知识的掌握。政府和平台应制定人才等相关政策，鼓励人才回乡创业。这将有利于打造“智慧农村”，吸引各类人才回乡，从而激活农村发展的新动力。同时，针对“学有所成”但缺少创业资金的农民，政府可以联合当地农信社开展无抵押信用贷款，激发高校毕业生、创业待业人员、种养大户、返乡农民工加入直播带货的热情，以新农人为核心，发展专业化团队，培育更多具有特色的乡村个人 IP。

### 3.2.3. 鼓励 IP 联动实现跨界合作，吸纳网络受众广泛参与

整合传播的过程中要求最大化的对资源进行整合配置[12]。媒介不同，信息的交流传达形式和内容也有不同，需要根据实际情况进行选择。大湾区农产品直播可以通过整合资源，与其他平台和 IP 的联动，扩大农产品品牌的影响力。这是一种利用跨界联动制造话题，提高曝光率的营销策略。这种方式不仅可以降低宣传成本，以最快的速度接触到更多的潜在客户，提升农产品的知名度，还可以增加直播对观众的吸引力，从而避免直播的单一无趣。

具体而言，大湾区农产品直播带货可以与已成熟的品牌绑定营销，或者利用“明星效应”，选择具有一定流量的明星入驻直播间，利用粉丝经济带来收益。此外，直播还可以与联系当地特色节日，在节日期间进行现场销售，吸引参加节庆活动的观众观看现场表演和购买产品，从而形成农产品的文化符号[13]。

### 3.2.4. 线上线下联合营销形成呼应，多维共进拓展传播方式

随着智能时代的到来，农产品可以结合个人 IP 进行直播带货，通过整合营销打开销路。整合营销传播将线上和线下结合起来，推出体验式营销、饥饿营销、口碑营销等多种营销方式，进一步提升消费者对大湾区农产品品牌的认知度和满意度，提高销量与市场占有率[14]。大湾区农产品的个人 IP 直播不仅是一种网络营销方式，也是了解未来农业的一个窗口。通过为受众提供便捷的信息获取途径，利用媒体平台与直播同步，并通过网络平台补充直播中无法展示的农产品信息，展示当地农产品的多样性和品质。此外，还可以还采用了前沿的“可视化农业”技术，依托物联网技术，将牲畜或农作物的生产环境和生长过程远程呈现在公众面前。通过这项技术，可以激发公众的好奇心和保障消费者的食品安全，从而推动消费。

为了让消费者体验和感受农产品，应大力发展体验式营销。线下营销可以为消费者提供现场品尝农产品的机会，促进商家与消费者的沟通和售后，提高消费者对产品的信任度。政府应多组织区域性的农产品品牌推广活动，搭建交流平台，邀请农业企业参与线下推广活动。这样可以延续个人 IP 直播带货的后续影响力，提升产品的公信力。

## 4. 结语

本研究在分析个人 IP 与大湾区乡村经济的互动关系中得出其两者具有相互成就、相互促进的新格局。同时，根据目前个人 IP 助于大湾区乡村经济所面临的挑战和难点所在，在文献阅读、问卷调查、规范分析等多维度调查下，得出促进大湾区乡村经济振兴的对策性建议，以期助力大湾区农业实现高质量发展，缩小城乡差距，奔向共同富裕。

## 基金项目

国家社科基金社科学术社团主题学术活动资助项目(21STA016)阶段性研究成果。

## 参考文献

- [1] 居民收入水平较快增长 生活质量取得显著提高——党的十八大以来经济社会发展成就系列报告之十九[R]. 北京: 国家统计局, 2022.
- [2] 张丽君, 巩蓉蓉. 夯实推动各民族共同富裕的经济基础[N]. 光明日报, 2021-11-10(6).
- [3] 熊忠辉, 冯雪. 个人 IP 对媒体建设的作用及转化路径[J]. 视听界, 2022(1): 11-14.
- [4] 何盛明. 财经大辞典[M]. 北京: 中国财政经济出版社, 1990.
- [5] International Cooperative Alliance (1995) Cooperative Identity, Values & Principles. <https://ica.coop/en/whats-co-op/co-operative-identity-values-principles>
- [6] 高文田, 崔学军. 标准化战略引领物业服务高质量发展[C]//中国标准化协会. 第十七届中国标准化论坛论文集. 北京: 《中国学术期刊(光盘版)》电子杂志社有限公司, 2020: 143-157.
- [7] 史丹, 赵剑波, 邓洲. 从三个层面理解高质量发展的内涵[N]. 经济日报, 2019-09-09(14).
- [8] 五台县上王全村: “三步曲”闯出致富路[EB/OL]. 忻州新闻网. <http://www.xzrbw.cn/info/2569/307182.htm>, 2022-08-27.
- [9] 徐闻菠萝闯入热搜成功“破圈” [EB/OL]. 南方新闻网. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1693266096810524132&wfr=spider&for=pc>, 2021-03-04.
- [10] “双千兆”网络协同发展行动计划(2021-2023 年) [J]. 中国信息化, 2021(4): 18-22.
- [11] 宋雨惠. 农产品直播带货的整合传播策略研究[D]: [硕士学位论文]. 保定: 河北大学, 2021.
- [12] 王学聪. 青岛啤酒品牌深度传播策略探究[D]: [硕士学位论文]. 青岛: 中国海洋大学, 2014.
- [13] 张倩. 故宫 IP 产品的整合营销传播研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东师范大学, 2020.
- [14] 陆亚幸, 陈怡霏. “互联网+”背景下常州一号农场整合营销模式研究[J]. 中国市场, 2020(13): 132-134.