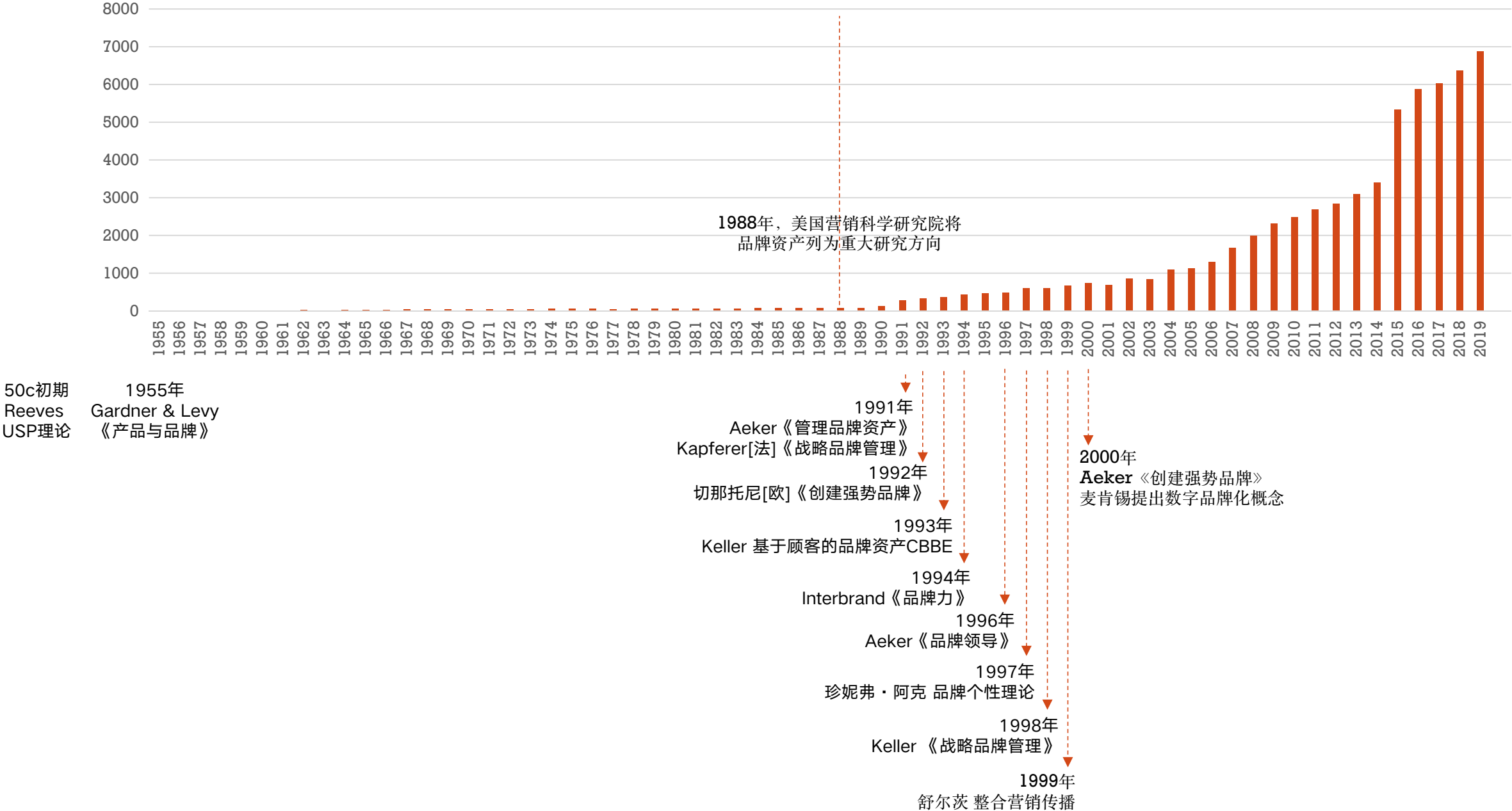
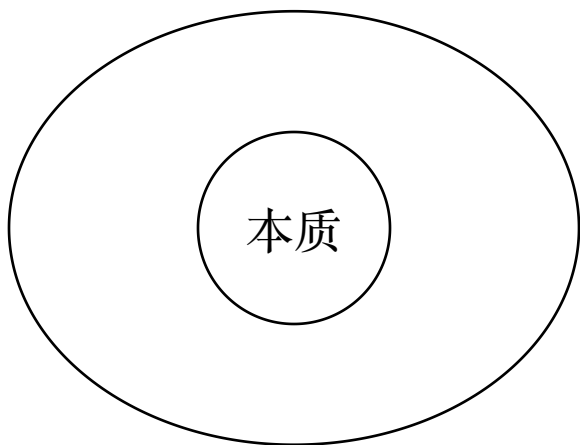


国外"品牌"相关研究文献数量/年
(来源: Web of Science核心期刊数据库)





品牌即信誉主体与信任主体的关系符号。
信誉主体，
信任主体，
关系，信誉主体的意识形态与信任主体的认知形态的辩证统一
符号，精神内容的载体



