

<<中国品牌年鉴2002>>

图书基本信息

书名：<<中国品牌年鉴2002>>

13位ISBN编号：9787501759255

10位ISBN编号：7501759251

出版时间：2003-4

出版时间：中国经济

作者：《中国品牌年鉴》编委会 编

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国品牌年鉴2002>>

内容概要

《中国品牌年鉴2002》内容主要包括：发展中的中国品牌、中国名牌发展战略十年、2001-2002年度中国城市品牌评估报告、中国城市品牌化的道路、2001-2002年中国品牌价值评估报告、品牌实践（一）——品牌与地域等等。

书籍目录

第一章 发展中的中国品牌

专栏：中国名牌发展战略十年

第二章 2001-2002年度中国城市品牌评估报告

第一部分研究缘起

第二部分理论思考

第三部分评估体系

第四部分结论综述

专栏：中国城市品牌化的道路

第三章 2001-2002年中国品牌价值评估报告

第四章 品牌实践(一)——品牌与地域

北京离“国际城市”有多远

天津市纺织业推出八大品牌

六大支柱产业打造天津名牌工程

实施名牌战略振兴河北经济

上海再出十个世界名牌

上海转向创新型城市

上海品牌的新攀升

实施名牌战略争取质的跨越

中小品牌：浙江经济活力的源头

湖南名牌施实的成绩、问题及对策思路

21世纪江西名牌战略

质量奖牵引名企列车

创优势特色江西食品工业

海南省品牌发展综述

四川品牌综述

重庆市品牌综述

西藏自治区品牌综述

云南省品牌综述

新疆维吾尔自治区品牌综述

青海品牌综述

甘肃品牌综述

宁夏回族自治区品牌综述

贵州品牌综述

内蒙古自治区品牌综述

广西自治区品牌综述

香港：知名品牌

百年香港，谁主品牌沉浮？

树立北海城市建设新形象

城市品牌和品牌城市

青岛大力发展品牌经济

广州反对广州

广州驰名商标不及顺德

温州名牌军团

品味温州模式

温州鞋生态圈

<<中国品牌年鉴2002>>

即墨打造品牌

寿光包装蔬菜品牌

城市资产与企业资产

深圳：中国地产品牌的摇篮

中山借力“中国名牌”

专栏：

北京市政府欲整顿扶植老字号

上海为何只剩两个半中国名牌

中国品牌马拉松

皖企离“中国名牌”有多远？

苏州：“2500岁”再焕青春

走出营销城市的误区

晋江：“品牌之都”

测评市长

湖南：酒香还怕巷子深

山西醋里有“醋”意

博鳌论坛：精神铸品牌

石家庄：“中国药都”

西部品牌综述

关注西部名牌事业

品牌是城市的灵魂

投资品牌城市北京

大连：最男性化的城市

.....

第五章 品牌实践（二）——品牌与行业

第六章 品牌实践（三）——品牌与企业

第七章 品牌论坛

第八章 国际品牌欣赏

附录

章节摘录

版权页：插图：杭州——世界休闲之都作为中国六大古都之一的杭州，不仅拥有丰富的的人文资源，自然资源也相当丰富，两个国家级风景名胜区。

五个国家级森林公园，两个国家级自然保护区，一个国家级旅游度假区，都足以使杭州成为中国最适合休闲的城市之一。

与此同时，杭州的经济发展成就显著，无论是从GDP总量还是从人均GDP看，杭州都具备了成为商业旅游性的消费城市。

经济竞争力、环境竞争力、基础竞争力、品牌竞争力都位居前10位，有力的佐证了杭州完全具备了成为21世纪世界休闲之都的先决条件。

南京——传统与现代完美结合的经济城市作为长江中下游经济带的特大型城市，南京不仅具有令人心怡的自然景观，深厚底蕴的历史文化，还富于浓烈的现代气息。

近几年来，其经济实力也一直在全国各城市中的第10名左右徘徊。

从4方面的综合排序看，南京均位居前列（只有环境竞争列第11位）。

南京的城市竞争力恰恰体现在她的综合性，南京的品牌魅力也恰恰体现在传统与现代的结合。

大连——东北亚地区的现代商都大连是滨海城市，“中国人居环境奖”的殊荣已说明了大连的魅力；大连是工业基地，东北地区经济带振兴的龙头；大连是开放前沿，基础设施完善，投资环境良好；大连恰到好处的地理位置使它成为中国港口城市的北方代表；大连还是中国的足球城、服装城和著名的体育之城。

大连是近几年来，知名度和影响力上升最快的城市。

经济竞争力、品牌竞争力和环境竞争力都挤进前10位，充分表明城市总体实力迅速提升。

青岛——品牌化国际名城青岛不仅是一个美丽的港口城市，还是一个构筑名牌企业的城市。

海尔、海信、澳柯玛、青岛啤酒、双星的知名度几乎超过了青岛这个城市。

2001年，青岛海尔在所有1100多家上市公司中业绩排名位居第一。

青岛的发展向世人昭示：用品牌创城市。

武汉——中国中部经济发展中心武汉有着比较独特的地理区位，在华中地区没有任何可竞争的城市对手，基本形成长江中游广阔区域的寡头城市地位。

城市竞争力排在第8位就是很好的说明。

武汉在商业和金融领域的竞争优势也十分明显。

麦金利·康韦曾预期武汉将成为21世纪世界十大巨型城市之一。

武汉已具备了扮演长江中游地区人才中心、金融中心、信息中心、科教中心、商贸中心、交通枢纽等的角色。

<<中国品牌年鉴2002>>

编辑推荐

《中国品牌年鉴2002》：传奇品质，百年张裕。

<<中国品牌年鉴2002>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>