

<<打造品牌>>

图书基本信息

书名：<<打造品牌>>

13位ISBN编号：9787506427968

10位ISBN编号：7506427966

出版时间：2004-01-01

出版时间：中国纺织出版社

作者：蒲楠

页数：339

字数：277000

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>

<<打造品牌>>

内容概要

在现代市场竞争中，品牌是一个巨大的杠杆，它能使企业腾飞，所谓有品牌者得市场，但是，中国还存在着做不大，做不强，走不远的问題，这必将增加中国企业在风外夹击环境中生存的难度，本书正是立足于中国品牌经营现状，从品牌经营者的角度来思考其深层次的原因，以探索其品牌塑、创建、发展管理和增值之路，而且有大量具有实践意义的案例是一本不可多得的品牌打造之书。

<<打造品牌>>

书籍目录

第一章 品牌挑战中国企业 品牌效应,魅力无穷 品牌潜力,风光无限 中国品牌的发展与竞争力分析 中国品牌与世界品牌的差距第二章 品牌概述 品牌的含义 品牌的类别 品牌的特征 品牌的价值 品牌的功用第三章 品牌定位 品牌定位的意义 品牌定位的前提 品牌定位点的挖掘 品牌定位流程 品牌定位经典案例解析第四章 品牌识别与设计第五章 品牌命名第六章 打造品牌形象第七章 品牌标志识别与包装第八章 打造品牌的个性第九章 品牌质量第十章 打造品牌忠诚度第十一章 品牌营销与管理第十二章 品牌策略第十三章 品牌的联想、延伸和扩张第十四章 品牌资产评估与价值提升第十五章 品牌创新与网络营销第十六章 品牌传播整合与维护第十七章 打造中国企业品牌方略第十八章 中国品牌国际化之路参考文献

<<打造品牌>>

编辑推荐

从计划经济走向市场经济的中国企业，虽然品牌从无到有，产生了像海尔、联想、康佳、长虹、春兰、红塔山、美的、TCL等一批知名品牌，然而除了这一些知名品牌之外，中国众多稍有知名度的品牌在国际强势品牌的竞争冲击下，不是被抢注商标，就是被挤垮，而更多的是被收购，蚕食。

如果以数量衡量，中国有不少的产品名列前茅，格兰仕微波炉可以说是名副其实的世界产量第一，以质量衡量，中国产品也并非十分落后，很多名不见经传的中国企业在LG、松下、三星、通用、宝洁等做的产品，之下，缘何中国企业品牌的壮大呢？

《打造品牌》是立足于中国品牌经营现状，从品牌经营者的角度来思考其深层次的原因，以探索其品牌塑造、创建、发挥，发展、管理、增值之路，而且引入中外大量具有实践意义的案例，是一本不可多得的品牌打造之书。

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>