

<<民企成长与品牌战略>>

图书基本信息

书名：<<民企成长与品牌战略>>

13位ISBN编号：9787542621061

10位ISBN编号：7542621068

出版时间：2005-7

出版时间：上海三联书店

作者：丁轩

页数：250

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>

## <<民企成长与品牌战略>>

### 内容概要

民营企业是市场经济的主体。

伴随着中国改革与发展的历史进程，中国民营企业的成长必须依次突破三个层面的结束：即制度约束、管理约束与技术约束。

到目前为止，中国民营企业已经大举突破了属于初始层面的制度约束，在较大的程度上解决了“能做什么”的基本问题，而开始整体遭遇了管理的约束。

管理的约束已成为限制中国民营企业进一步吸纳制度资源、启动技术发展引擎，以增强自己的核心能力、提升市场竞争力的主要约束因素，它要解决的核心问题是：为了实现民营企业的成长，企业该“怎么做”。

如何突破管理的约束，成为当下中国民营企业界、管理学界及至政府和社会各界普遍关注的重要命题。

品牌是一个企业实力通过管理集约成的对外形象展示。

它以企业自身的产品质量、服务水平和管理能力作为支撑，是企业核心能力的集中体现，是其市场竞争力的主要依托。

中国民营企业传统的发展定位，只满足于做产品、卖产品的初等定位，在国际化的大背景之下，常常显得竞争力无力。

中国民营企业的发展与管理提升，迫切需要它定位到品牌战略上来。

全书分为两个部分，第一部分是理论篇，包括七章。

第二部分是案例篇，第一部分包括共七个章节，第一章：民营企业概况及其

## <<民企成长与品牌战略>>

### 作者简介

男，1978年1月出生，湖南岳阳人，上海财经大学管理学博士生，湘潭大学商学院讲师，多家公司顾问。

曾主持和参与多项国家和省市级课题的研究，如“城市核心价值视角的城市核心竞争力重构问题研究”、“中部崛起的战略与政策研究”、“我国经济发展不平衡条件下重点小城镇核心竞争力研究”、“湘潭市城市建设投资经营有限公司公司制改制”等项目，出版专著2部，在《上海企业》、《中外管理》、《企业研究》等国家和省部级权威刊物发表论文近30篇。

研究方向为市场营销与企业理论。

## &lt;&lt;民企成长与品牌战略&gt;&gt;

## 书籍目录

序丁栋虹(1) 第一章 民营企业概况及其新的发展机遇与挑战(1) 第一节 民营企业概况(1) 第二节 民营企业发展的新机遇(12) 第二章 民营企业发展的历史回顾与反省(26) 第一节 民营企业的发展之路(26) 第二节 民营企业的创业之路(31) 第三节 民营企业该反省什么(38) 第三章 名牌概况及名牌战略与民营企业成长关系(53) 第一节 名牌的含义、特征与类型(53) 第二节 名牌战略与民营企业成长的关系(60) 第三节 中国名牌发展的历史沿革(71) 第四节 名牌战略与企业成长的关系(74) 第四章 实施名牌兴企强企战略(77) 第一节 实施名牌战略的必要性和重要性(77) 第二节 企业名牌战略实施情况(79) 第三节 实施名牌战略的措施(85) 第四节 实施名牌战略应注意的问题(92) 第五章 做好名牌战略中的品牌维护与延伸工作(98) 第一节 品牌的维护(98) 第二节 民营企业品牌的延伸(115) 第六章 营造良好的名牌战略实施环境(135) 第一节 企业内部环境对民营企业实施名牌战略的影响(135) 第二节 企业外部环境对民营企业实施名牌战略的影响(149) 第七章 民营企业实施名牌战略的经验总结与展望(164) 第一节 成功经验(164) 第二节 失败教训篇(177) 第三节 民营企业的名牌未来(187) 案例一 四川新希望, 中国新希望(191) 一 希望集团概况(191) 二 希望集团的成长与名牌战略(195) 案例二 格力集团的成长与名牌战略(208) 一 格力集团的成长及其成长经验(208) 二 格力集团的名牌战略分析(214) 三 对格力品牌之争的思考(218) 案例三 娃哈哈的成长与名牌之路(223) 一 公司简介(223) 二 娃哈哈的公司成长战略(228) 三 娃哈哈的名牌战略分析(235) 参考文献(247) 后记(249)

## <<民企成长与品牌战略>>

### 编辑推荐

品牌是一个企业实力通过管理集约的对外形象展示。  
品牌的竞争不但是企业的战略问题，也是关系到国家与民族的战略问题，还是推动人类经济不断发展的需要，是加速我国工业化发展的需要，是加入世贸组织的需要，是全面提高产业企业整体素质的需要。  
本就民营企业的品牌战略展开论述。

<<民企成长与品牌战略>>

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>