

<<品牌胜典>>

图书基本信息

书名：<<品牌胜典>>

13位ISBN编号：9787801096005

10位ISBN编号：7801096002

出版时间：2003-1

出版时间：中央编译出版社

作者：秋水

页数：322

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>

## <<品牌胜典>>

### 内容概要

本书是一位从事企业管理十数年的企业人对品牌的感悟。不但道出了中国企业品牌营销的缺陷，而且指出了如何创建品牌、发展品牌的问题。无论对于品牌研究者，还是对于企业经理人，本书都值得一读，甚至数读。

## <<品牌胜典>>

### 作者简介

秋水，本名韦桂华。

1964年7月生于江苏盐城。

1995年中央党校函授学院经济管理本科毕业，现任江苏森达集团新闻发言人。

作者已从事企业管理工作10多年，曾在人民日报、经理日报、突破杂志等众多报刊杂志开设品牌专栏，发表各类文章400多篇，近200万字。

1994年创立并推行的“3351”现场管理法曾获“全国管理成就奖”，1998年创作的《最后的商战》荣获江苏省第六届哲学社会科学成果三等奖。

《品牌胜典》是作者第二部点评品牌竞争热点问题的著作。

全书采用了散文化写作风格，结合作者丰富的企业实践、敏锐的新闻视觉和冷静的哲学思考，使本书许多篇目在撰写中即受到社会各界的广泛关注。

## <<品牌胜典>>

### 书籍目录

序 言 另一个角度第一篇 品牌战略与游戏规则 按规则游戏 企业家的最初一课与哲学家的最后一课 感受“零距离”不创新，就灭亡 人·狼·羊 做学习型品牌 回归核心竞争力竞争 企业品牌的层次 谁是真正的“狼”？

第二篇 品牌的精神 名牌的内涵 史玉柱还债 用枪瞄准自己 “MADE IN CHINA”卖什么？

技术是最好的卖点 让世界“注意”名牌：让时间见证 辩证看待空调业“价格战” 让灵性出壳第三篇 品牌的竞争与合作 拥有自己的文化 竞合：共做新“奶酪” 拽住顾客的手 提升发现市场的眼力 让营销注入知识的魅力 老顾客是最好的广告 按价值定价 谁是“名牌”最权威评判者？

“顾客价值”至上第四篇 打造成功品牌第五篇 走出品牌的局限第六篇 品牌之累第七篇 品牌承诺第八篇 品牌追问后 记参考书目

编辑推荐

在经济全球化、知识化的今天，我们还不清楚谁是真正的“狼”，还不懂得用WTO这张网将“狼”套住，还不敢用WTO这杆枪将“狼”消灭，那我们的未来只有一个：坐以待毙！  
如果你拥有一县的眼光，那你可以做一县的生意；如果你拥有一省的眼光，那你可以做一省的生意，如果你拥有天下的眼光，那你可以做天下的生意。  
在当前这个时代，一个企业如果不能拥有响亮的品牌，那我实在不知道，这个企业还会有什么？  
它还有什么真正的未来

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>