第一图书网, tushu007.com

<<品牌中国>>

图书基本信息

书名：<<品牌中国>>

13位ISBN编号：9787801817433

10位ISBN编号：7801817435

出版时间：2007-8

出版时间：王永、 刘东华 中国商务出版社 (2007-08出版)

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《品牌中国(1980-2007)》内容简介：品牌中国产业联盟在各主办单位，支持、协办单位，赞助单位的共同努力下，在有关领导的亲切关怀和支持下，于2006年开展了一次声势浩大的“爱国者·品牌中国25年总评榜”活动。
100位专家参与评审，300多万人参与网络和手机短信投票，分别评出了“中国25大典范品牌企业”，“中国25大功勋品牌人物”、“中国25大典范品牌城市”、“中国25大标志品牌事件”以及“品牌中国百企榜”、“品牌中国百人榜”、“品牌中国百城榜”、“品牌中国百事榜”。
其中“品牌中国百事榜”（中国品牌大事记）还是我国在这方面所进行的首次评选。
《品牌中国(1980-2007)》就是这次活动的文字和图片形式的记录。

书籍目录

中国25大典范品牌企业(按照首字拼音排序)1．阿里巴巴网络技术有限公司2．百度在线网络技术有限公司3．波司登股份有限公司4．分众传媒控股有限公司5．国美电器集团6．海尔集团7．红塔集团8．华为技术有限公司9．吉利控股集团10．联想集团11．茅台酒股份有限公司12．蒙牛乳业集团13．青岛啤酒股份有限公司14．双汇集团15．TCL集团股份有限公司16．同仁堂集团17．万科企业股份有限公司18．万向集团19．五粮液集团20．新浪网络技术服务有限公司21．伊利实业集团22．中国国际航空股份有限公司23．中国民生银行24．中国平安保险集团25．中海地产股份有限公司中国25大功勋品牌人物(按照姓氏笔划排序)1．马云阿里巴巴总裁2．马蔚华招商银行行长3．牛根生蒙牛集团董事长4．王石万科企业股份公司董事长5．王林祥鄂尔多斯集团董事长6．王选方正集团创始人(已逝)7．王文京用友软件公司董事长8．艾丰原经济日报总编辑9．任正非华为技术有限公司总裁10．刘永行东方希望集团董事长11．张宏伟东方集团董事会主席12．张朝阳搜狐公司CEO13．张瑞敏海尔集团CEO14．李书福吉利集团董事长15．李东生TCL集团董事长16．汪海双星集团总裁17．周厚健海信集团董事长18．柳传志联想控股公司总裁19．倪润峰前长虹董事长20．徐文荣横店集团创始人21．陶建幸春兰集团总经理22．黄光裕国美电器董事长23．彭作义前青岛啤酒总经理(已逝)24．鲁冠球万向董事局主席25．谢企华宝钢集团董事长中国25大典范品牌城市(按照行政区划排序)1．北京2．天津3．上海4．重庆5．内蒙古呼和浩特……

章节摘录

版权页：插图：找到了“生财之道”，然而，搜索引擎并不是人人都能做的领域，进入的门槛比较高，原因就在于其不易攻破的技术壁垒。
其他一些搜索公司一开始发展势头都不错，但后来看到什么市场火就做什么，决定做门户网站后，公司发展就慢下来了，到后来搜索引擎也没做起来。
所以，李彦宏认为，搜索引擎是一个技术含量非常高的业务，如果不十分专注是做不好的。
“专注”最终得到了丰厚的回报：互联网调查公司Research的研究报告表明，在2003年的中文搜索市场，百度公司占据了48.2 %的市场份额，超过Google。
他们所面对的市场，是一个巨大的金矿。
根据IResearch估计，今后三年内中国搜索引擎市场将每年增长60%～70%，2004年中国搜索引擎市场可达8.4 亿元，2006年更可达23亿元。
虽然面临更剧烈的市场竞争，李彦宏认为，百度依然可以笑对这块巨大的蛋糕：理由一：多年积累是一道无法逾越的屏障百度的“竞价排名”模式很容易被众多厂商仿效。
经过长期的市场培育，竞价排名已经成为中小企业最佳推广方式和营销利器。
越来越多的中小企业也受益于百度竞价排，对竞价排名逐渐产生了依赖感。
百度在竞价排名上取得巨大成功，国际资本市场对竞价排名商业模式的普遍认可，如今，有越来越多的互联网企业认识到搜索服务的力量，开始在搜索服务市场抢食。
当自己的独创模式成为业界普遍模式的时候，百度多年的积累将成为一大优势。
理由二：引领行业向纵深发展搜索引擎行业的纵深发展，已经对其业务能力提出了更高的要求。
互联网实验室高级研究员梁春晓认为，百度能在激烈的竞争中胜出，“一切取决于百度能不能基于对搜索引擎的理解，不断地推出新的业务。
而这些新的业务与国内互联网业务能够绑到一块，形成一个生态体系。
”据悉，现在百度的口号是“有问题百度一下”，使用百度不是越来越复杂，而是越变越简单。
对于网民来说，他不关心你技术有多尖端，而关心要找的东西是否能方便地找到。
李彦宏说，百度的技术目标是：你什么都不用考虑，想找什么输入就0K了。
毕竟，让网民最认可的公司才有可能成为李彦宏梦寐以求的“最昂贵的网络公司。

编辑推荐

《品牌中国(1980-2007)》：和谐成就中国品牌，品牌让中国更受尊敬!品牌中国产业联盟（简称“品牌中国”）是中国最具影响力的品牌咨询与传播联盟。
联盟致力于为中小企业打造知名品牌服夸，勾知名企业刨建世界品牌服务，是中国品牌标；住建设的推动者、执行者和捍卫者.并将努力成为中国自主品牌的代言人。
联盟由中国知名的品牌专家、品牌企业和品牌传媒等联合发起，于2005年12月18日在北京人民大会堂成立。
，中国名牌战略推进委员会副主任、我国名牌战略最早倡导者、中国品牌理论泰斗艾丰教授出任联盟主席。
联盟现有专家300余人，协议合作媒体200余家，合作记者500余名，企业会员800余家。
联盟将进一步整合企业、媒体、学界、资本等资源，打造中国品牌界的“宣传”、“交流”、“合作”、“提升”和“资格”等五大平台。
品牌联盟（北京）咨询有限公司是联盟的运营实体，为品牌企业提供品牌咨询、传播及培训服务。
联盟策划、组织的活动有“中国品牌节”、“品牌中国高峰论坛”（含行业论坛、地区论坛）、“品牌中国总评榜”（含行业榜、地区榜）、“品牌中国年度人物”、“品牌中国月度沙龙”等。
联盟旗下的品牌中国网已经成为中国最具影响力的品牌门户网站之一。
联盟定期推出《品牌内参》（电子周刊）、《品牌中国报》（月刊）、《品牌中国》杂志（季刊），与财经时报联合主办《财经时报·品牌中国周刊》，编辑出版《品牌中国》系列丛书，并依托联盟旗下的品牌中国媒体联盟为中国品牌提供全方位、多层次的传播服务。
联盟将肩负起振兴中国民族品牌的历史使命，与社会各芥紧密携手，以“塑造品牌中国新形象，构建品牌世界新格局”为目标，把“品牌，让中国更受尊敬”的伟大梦想变为美好现实！
由品牌中国产业联盟、中国国际公共关系协会、中国民（私）营经济研究会、全国工商联宣教部、新浪网、《经济观察报》社、《中国企业家》杂志社、分众传媒、航美传媒、慧聪网等十家单位联合发起主办的“品牌中国总评榜（1980-2005）”系列评选活动，从人物、事件、企业、城市四个角度全面梳理和总结改革开放25年（1980～2005）以来中国品牌的成长历程，通过严格程序规则评选产生中国25大功勋品牌人物、中国25大标志品牌事件、中国25大典范品牌企业、中国25大典范品牌城市，宣传表彰在中国品牌建设中做出突出成绩和产生重大影响的典型，展示品牌在提升民族产业核心竞争力过程中的重要作用，全面引领中国本土品牌的发展进程。

第一图书网, tushu007.com

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