

<<品牌蓝皮书>>

图书基本信息

书名：<<品牌蓝皮书>>

13位ISBN编号：9787509204306

10位ISBN编号：7509204305

出版时间：2008-11

出版时间：中国市场出版社

作者：刘立宾，张树庭 主编

页数：493

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>

<<品牌蓝皮书>>

内容概要

在本次大调查的基础上，BBI商务品牌战略研究所推出了《品牌蓝皮书2008--2009》，遵循以消费者为主导的科学品牌价值观，聚焦家庭消费者与潜力消费者两类典型消费群体，以行业和区域为维度，通过探寻品牌在消费者中的心理格局，勾勒出我国品牌竞争的现状，探讨其未来发展趋势。

全书共分为4个部分。

其中第三部分是本书的核心部分，依托“2008中国消费者理想品牌大调查”所获得的基础数据，对12个行业57个消费品类的品牌竞争格局、品牌发展策略、市场热点趋势，以及媒体、城市、人物三类人文品牌的消费者认知-9偏好，进行了多角度、全方位的解析。

翔实的调查数据、多维度的格局分析、鲜活的实战案例是本书的几大特色。

希望本书能够有助于协助各级政府及有关部门了解各行业、各区域的品牌发展现状，加大对产品质量的监管和对自主品牌的扶持力度；协助企业厘清品牌所处的竞争格局，加强质量意识、竞争意识、市场意识，力争在广大消费者心中塑造理想的品牌形象；为品牌相关从业人员了解行业竞争态势提供参考。

<<品牌蓝皮书>>

作者简介

刘立宾，中国广告协会常务副会长兼秘书长、国际广告杂志社社长兼总编辑、《IAI中国广告作品年鉴》主编、商务部“品牌万里行”专家委员会专家、“中国消费者理想品牌大调查”组委会常务副主任。
主要研究领域为企业品牌战略与发展、广告创作与执行。

<<品牌蓝皮书>>

书籍目录

第一部分 2007品牌营销环境概述 第一章 2007年经济、文化与传播环境概述 第一节 2007年经济环境概况 第二节 2007年文化与传播环境概况 第二章 2007年中国营销事件盘点 第一节 营销主题盘点 第二节 营销问题盘点 第三节 营销趋势盘点 第二部分 消费者品牌认知现状与趋势分析 第一章 2008中国消费者常用、预购、理想第一品牌 第二章 消费者品牌细分 指标深度分析 第一节 品牌领先指标 第二节 品牌市场潜力指标 第三节 品牌理想晋级指标 第四节 常用品牌前三强消费者维系度指标 第五节 品牌跨地域影响力指标 第六节 品牌消费者集中度指标 第七节 各品类消费者品牌宽度指标 第八节 各品类消费者品牌感知度指标 第三章 潜力消费者品牌消费行为与态度特殊性分析 第一节 潜力消费者群体的界定与考察价值 第二节 潜力消费者群体的消费特征 第三节 产生消费行为差异的原因 第三部分 消费与人文品牌生态分析 第一章 日化行业 行业综述 第一节 牙膏 第二节 洗发水 第三节 沐浴露 第四节 洗面奶/润肤露 第五节 卫生巾 第六节 洗衣粉/液 第二章 饮料行业 行业综述 第一节 瓶装水 第二节 碳酸饮料 第三节 非碳酸饮料 第四节 液态奶、酸奶及含乳饮料 第三章 烟酒行业 行业综述 第一节 啤酒 第二节 白酒 第三节 葡萄酒 第四节 黄酒 第五节 香烟 第四章 食品行业 行业综述 第一节 休闲食品 第二节 方便面 第三节 八宝粥 第四节 速冻食品 第五节 熟食 第六节 米、面 第七节 食用油 第八节 调味品 第五章 服装服饰类 行业综述 第一节 男士西服 第二节 皮鞋 第三节 运动休闲服饰 第四节 羽绒服 第五节 毛纺织品 第六节 内衣 第六章 制药行业 第七章 IT、数码及相关产品行业 行业概述 第一节 个人电脑 第二节 数码相机 第三节 MP3 第四节 电池... 第四部分 部分省市品牌发展状况

<<品牌蓝皮书>>

编辑推荐

12家全国性协会、商会联合支持，36所高校倾力合作展现全国36个中心城市6000多名消费者的品牌消费形态解析十二大行业57个消费品类7000多个品牌的竞争态势。

<<品牌蓝皮书>>

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>