

<<品牌中国>>

图书基本信息

书名：<<品牌中国>>

13位ISBN编号：9787543636767

10位ISBN编号：754363676X

出版时间：2006-9

出版时间：青岛出版社

作者：杜鹏飞

页数：409

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>

<<品牌中国>>

内容概要

这是一本极富心灵智慧的书，它以谋划全球市场的视野为中国企业的国际化指明路径。阅读本书，您将深受启迪，有所领悟。

中国虽然已经跨越WTO这道门槛，企业也已经开始在“走出去”的战略指引下，昂然踏上从OEM到创造国际品牌的道路，但是目前，品牌依然是个稀缺品，尤其是国际知名品牌更是凤毛麟角。

因此在全球经济一体化的浪潮中，如何创造国际名牌，借助虚拟经济实现市场份额的既定增长目标，便成为摆在企业乃至国家政府经济部门面前的新课题。

“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”，创造国际品牌新贵的中国企业任重道远。

如果说品牌就像一面镜子，折射出品牌管理者的心态，那么，国际化是国内多数企业的心态，走向品牌“神坛”又是多数人的梦想，而创造巨额财富又是多数人的祈求。

作者背负这些考虑，行进在世界品牌的丛林中，发现了鲜为人知的品牌“秘匙”，它曾经实现了梦想，缔造了财富；它可以拨开笼罩在国际品牌身上的层层迷雾，使您领略不一样的品牌构建思路。

本书正是从走向国际品牌“神坛”观点出发，详尽剖析了享誉世界的国内外品牌成功之道，观点新颖深刻：提出通过“时尚中国”与“和谐品牌”两大创意主张，并采取有效的品牌财富增长手段，真正实现中国企业比肩国际品牌的愿景。

书籍目录

序第一部分 走向国际品牌“神坛” 第一章 激战品牌之巅 第一节 问鼎神坛魔力四射 第二节 魔力消磁败走麦城 第三节 项庄舞剑意在沛公 第四节 以彼之道还彼之身 第二章 探寻国际品牌之魅 第一节 家电巨匠——品牌“铁汉柔情”之魅 第二节 年轻的IPOD——品牌“月光宝盒”之力 第三节 奔腾的“芯”——品牌“不老传说”之惑 第三章 通往神坛的“钥匙” 第一节 帅位的血统 第二节 文化之力 第三节 “铁肩担道义” 第二部分 中国式问题：品牌三重门 第四章 棋局陷阱鸿沟 第一节 一帅之力下出大棋局 第二节 文化之力深陷创新陷阱 第三节 道义缺失的危险鸿沟 第三部分 时尚中国：创造国际品牌新形象 第五章 形象法门 第一节 品牌形象vs国家印象 第二节 历史溯源 第三节 创新见证 第六章 技“竞”于形 第一节 网络经济的品牌“G后赛” 第二节 理解“靠边站”更深内涵 第七章 “时尚中国”品牌战略 第一节 制造国际化精神领袖： 第二节 塑造和谐品牌管理文化 第三节 坚守“中国式品牌道义” 第四部分 和谐品牌：与国际同步 第八章 和谐之道 第一节 和谐经典 第二节 和谐启示 第三节 和谐的建立 第九章 国际化企业领袖的管理艺术 第一节 优化品牌创建路径 第二节 控制品牌形象成本 第三节 管理内容及流程 第十章 创新制胜 第一节 以国际文化为先导 第二节 树立创新品牌形象 第三节 开展创意性的营销沟通方式 第十一章 实物资源 第一节 定义及组成 第二节 资源与价值的关联度 第三节 资源与资本的“嫁接” 第十二章 渠道关系 第一节 分享与渗透 第二节 合作的原则 第十三章 中国式品牌道义 第一节 道义基本方程式 第二节 品牌道义与中国文化 第三节 道义与企业战略 第五部分 创造财富：以国际品牌的名义 第十四章 资本运作：促进财富增长的“无形的手” 第一节 常见品牌资本运作方式 第二节 品牌资产重组与上市运作 第十五章 品牌营销：永不停息的财富“接力棒” 第一节 别让连锁安静地走开 第二节 “借道”媒体 第三节 事件与公关 第十六章 品牌越位：与财富同行 第一节 越位的缘起 第二节 内部模拟“越位” 第三节 越位的评估与检讨 第六部分 行业探索：谁具备国际品牌相

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>