第一图书网, tushu007.com

<<锻造江湖威名>>

图书基本信息

书名：<<锻造江湖威名>>

13位ISBN编号：9787308071970

10位ISBN编号：7308071979

出版时间：2009-11

出版时间：浙江大学出版社

作者：周耀烈，姚光辉 主编

页数：161

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

前言

“任何企业都不能幸免于此次金融危机！”这是微软CEO史蒂夫·鲍尔默在2008年底的断言。

当众人沉浸于世界经济的烈火烹油、鲜花着锦之时，一轮“百年未遇”的金融风暴不期而至，消费低迷、出口受阻、银行惜贷等“次生灾害”随之连锁反应，这让此前还沉醉于一场狂欢的盛筵中的企业家们，深刻体悟了“有欢乐就有痛苦、有兴盛就有危机”的市场机制所带来的当头棒喝。

有专家甚至将当前的经济环境比喻为“白垩纪晚期”，全球企业都在骤然恶化的生存环境下经受严峻考验。

业界的共识是：只有将长期的市场气候变化纳入监控和管理范畴，不断调整资源与结构，发展出与众不同的差异化能力，让自己进化成为适应未来环境的“新物种”，企业才不会沦为“恐龙大灭绝”时代的牺牲品。

令人欣慰的是，在这轮寒流袭击下，宁波企业表现出了强大的抗风险能力，从中涌现出许多“抗台风堡垒”。

当危机发生时，由于这些企业“家底”殷实、各怀“绝技”，因此，在紧急发动之下，迅速应变、及时调整，遂比别人更早地拥有了相对安全的御寒空间。

甬商令人称羡的生存能力，源自于他们在以往“进化”历程中形成的核心竞争力。

正是凭借独特的竞争利器，“宁波帮”不仅在过去数百年里“世间崛起，绵绵不绝”，而且势将继续在“进化”中积累更强的生存本领，成为企业界一支生命力顽强的“超级物种”。

本丛书以独特的视角，选取了分属不同行业、呈现不同特色的宁波企业，深入挖掘其“独门绝技”和“压箱底功夫”，以使读者从中管窥甬商的成功之道，并学到经营管理的知识。

为避免成为一本内容枯燥、形式呆板的学究类书籍，本丛书的作者可谓匠心独运。

每章选取一家宁波籍企业作为研究样本，以“自然法则”为主线，研究并生动地反映了甬商智慧，读来令人印象深刻；同时，通过大量鲜活、精彩的一手案例和故事，增加了文章的可读性，使我们能在轻松快乐的阅读中不断发现有趣而发人深省的亮点。

内容概要

本书从国内外餐饮业、服装纺织业、轻工文体、机械电子、家电等行业选择了9个宁波企业、3个国际和3个国内共计15个国内外知名企业，通过再现品牌发展历程，对不同类型企业品牌建设的创造性成果和品牌的核心进行了深入剖析，探寻了国内外知名企业在品牌管理理念、品牌策略以及品牌管理途径和方法等方面的经验。

本研究的内容主要包括三大部分：9个宁波市自主品牌成长之路的案例研究，3个国际和3个国内著名品牌成功案例研究，宁波市企业品牌现状调查与策略分析。

<<锻造江湖威名>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 研究背景　一、品牌成为现代企业最具价值资产　二、解析企业品牌竞争中的误区 第二节 本书的研究内容第二章 宁波市企业品牌建设现状调查 第一节 调研概述 第二节 宁波市品牌管理现状及问题　一、部分调研数据分析　二、宁波市品牌发展总体现状　三、宁波市企业品牌管理问题分析第三章 宁波市知名品牌经典故事 案例一 宁波方太——十年筑就国内厨房市场品牌标杆　一、企业简介　二、品牌缔造者的故事　三、案例介绍：方太“厨房专业化”品牌战略　四、案例点评 案例二 波导：“手机中的战斗机”　一、企业简介　二、品牌国际化策略　三、案例介绍：波导，品牌跳跃的中国之道　四、案例点评 案例三 奥克斯空调：奥克斯“非奥运营销”战略　一、企业简介　二、品牌发展概况　三、案例介绍：“奥奥联盟赢在2008”成就奥克斯非奥运营销　四、案例点评 案例四 广博文具“广阔天地，博大情怀”　一、企业简介　二、品牌发展概述　三、案例介绍：广博品牌的“文化行销”　四、案例点评 案例五 贝发电子：中国制笔打造国际品牌　一、企业简介　二、案例介绍：贝发的品牌国际化之路　三、案例点评 案例六 杉杉“多品牌、国际化”之路　一、企业发展简介　二、品牌发展概述　三、案例介绍：杉杉国际品牌，本土控股　四、案例点评 案例七 雅戈尔“创国际品牌，铸百年企业”　一、企业简介　二、雅戈尔与杉杉品牌发展模式的比较　三、案例介绍：雅戈尔的渠道营销策略　四、案例点评 案例八 博洋“打造品牌商业”经营新模式　一、企业简介　二、品牌发展概述　三、案例介绍：博洋，中国家纺第一品牌的创新之道　四、案例点评 案例九 凯地婚纱摄影：“追求卓越，永远领先”　一、企业简介　二、案例介绍：凯地婚纱“永远领先同行一步”　三、案例点评第四章 国内知名品牌营销案例 案例一 金六福：演绎酒业传奇　一、企业简介　二、案例介绍：金六福“福文化”深入人心　三、案例点评 案例二 海尔的服务营销策略　一、企业简介　二、品牌发展简介　三、案例介绍：“海尔服务，真诚到永远”　四、案例点评 案例三 娃哈哈的品牌延伸策略　一、企业发展简介　二、品牌成功之道　三、案例介绍：娃哈哈的品牌延伸之路　四、案例点评第五章 国际品牌做强做大之路 案例一 耐克首创品牌虚拟经营　一、公司发展简介　二、耐克LOGO设计的演变　三、耐克的品牌国际化之路　四、案例介绍：耐克的广告变法　五、案例点评 案例二 麦当劳：品牌特许经营的典范　一、企业简介　二、麦当劳的品牌国际化之路　三、案例介绍：麦当劳的特许经营制胜全球　四、案例点评 案例三 宝洁公司：多品牌战略的楷模　一、企业发展简介　二、宝洁的多品牌管理体系　三、案例介绍：宝洁的跨文化广告策略　四、案例点评第六章 品牌创建与管理经验总结 第一节 品牌成长及其战略选择　一、品牌成长阶段特征分析　二、品牌初创阶段的品牌管理要点　三、品牌强势化阶段的品牌管理要点　四、品牌组合化阶段的品牌管理要点　五、国际化阶段的品牌战略及运营 第二节 品牌建设的选择模式与管理流程　一、品牌建设的四种模式　二、品牌建设的基本流程 第三节 对宁波市企业品牌发展的启示与建议参考文献附录1 宁波市“中国名牌产品”名录附录2 宁波市品牌企业现状调查问卷附录3 部分调研企业名录后记

章节摘录

第二节 《甬商新鉴：锻造江湖威名·宁波企业品牌发展策略》的研究内容 《甬商新鉴：锻造江湖威名·宁波企业品牌发展策略》从国内外餐饮业、服装纺织业、轻工文体、机械电子、家电等行业选择了9个宁波企业、3个国际和3个国内共计15个国内外知名企业，通过再现品牌发展历程，对不同类型企业品牌建设的创造性成果和品牌的核心进行了深入剖析，探寻了国内外知名企业在品牌管理理念、品牌策略以及品牌管理途径和方法等方面的经验。
本研究的内容主要包括三大部分。
（1）9个宁波市自主品牌成长之路的案例研究。
《甬商新鉴：锻造江湖威名·宁波企业品牌发展策略》从宁波针织服装、轻工文体、电子电器等行业选择了9个具有代表性企业，对其品牌的创建、传播与管理过程进行了典型案例分析，以期对宁波广大的正在塑造自有品牌的道路上摸索的中小企业有所启示和帮助。
（2）3个国际和3个国内著名品牌成功案例研究。
通过对3个国际知名品牌、3个国内知名品牌的案例研究，总结不同企业在品牌策略选择、品牌营销与管理等方面的成功经验，为宁波市大中型企业创建和管理品牌提供参考。
在全球化竞争日益激烈的今天，任何品牌的成功都没有捷径可走。
一个真正富有竞争力、敢与国际巨头同台竞争的品牌，一定是在市场实践洗礼中、在和高手过招的过程中、在不断的创新与超越中摔打出来的。
研究国内外著名品牌，正是为了走向全国，甚至全世界的宁波品牌企业少走弯路，因为他们的今天，可能就是我们的明天。
（3）宁波市企业品牌现状调查与策略分析。
通过对宁波18家行业典型企业发放问卷和访谈，分析宁波市企业自主品牌发展现状和存在的主要问题，再结合对国内外成功品牌案例研究，针对宁波市企业如何创建品牌和宁波市政府如何发展品牌经济，提出相应的对策及建议。
愈演愈烈的市场竞争的残酷现实正使得众多宁波企业意识到了走自有品牌之路的重要性和紧迫性。
那么，宁波企业应该如何来塑造品牌？
又如何来完成从产品到品牌，从品牌到强势品牌，从单一品牌发展到组合品牌，再到全球品牌的蜕变呢？
《甬商新鉴：锻造江湖威名·宁波企业品牌发展策略》对国内外的成功品牌案例进行了整理和总结，希望通过《甬商新鉴：锻造江湖威名·宁波企业品牌发展策略》能够帮助宁波的企业学习国内外先进企业如何以“长跑”方式来驾驭品牌的能力。
或许你的企业还无名无牌，但却不甘平庸；或许你的企业已经小有名气，但还在努力做到行业里面数一数二的标杆企业；或许你的企业已经是业内的大品牌，但却仍在规划着成就百年品牌的宏伟战略。
无论你的企业处于品牌成长的哪一个阶段，都希望你能从《甬商新鉴：锻造江湖威名·宁波企业品牌发展策略》所述领先企业的品牌营销实战中，找到适合自己的品牌谋略加以借鉴。

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