第一图书网, tushu007.com

<<丝绸之路与中国制造>>

图书基本信息

书名：<<丝绸之路与中国制造>>

13位ISBN编号：9787801621290

10位ISBN编号：7801621298

出版时间：2001-5

出版时间：经济管理出版社

作者：黄敬泽

页数：368

字数：290000

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

内容概要

一千多年以前的“丝绸之路”将中国的丝绸、陶瓷带到了世界各地，想当时只要是来自丝绸之路的商品就是世界上最好的商品，而一千年以后“中国制造”仿佛成了粗制滥造成的代名词，本书从多方面入手，对中国产品的复兴，再造新的“丝绸之路”作出了深入全面的探讨，并以当今世界知名品牌为例，提出了复兴的方案及战略，该书以其独特的视角及独到的见解可供工商界人士之必读。

作者简介

黄敬译，1988年毕业于清华大学建筑系，从1992年开始从事广告工作。

书籍目录

千年等一回1 中国本土品牌训入“ 无形区 ”2 品牌资本思维方式3 品牌更像姓氏4 品牌不仅是时髦5 品牌不仅是商标6 品牌是一个符号系统7 品牌能够通过满足需求创造价值8 品牌承诺系统9 品牌资本存在于传播10 品牌负资本11 品牌垃圾和品牌真空12 原生品牌、衍生品牌和品牌系统13 物尽其用14 有生命的倒金字塔15 品牌资源与品牌资本16 品牌定位优化度17 品牌知识含金量18 品牌环境19 品牌资本与知识资本20 价格是怎样构成的21 年度品牌资本价值量22 周期模式23 微软的未来24 品牌商品价值资本构成25 品牌的品牌26 春秋战国27 品牌的管理28 品牌的决策人29 INTEL INSIDE30 品牌营销通路31 品牌营销战略32 盗版战略33 英雄战略34 仙女战略35 德国杰作36 丝绸之路与中国制造后记

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