

<<中国十大品牌战国策>>

图书基本信息

书名：<<中国十大品牌战国策>>

13位ISBN编号：9787806769881

10位ISBN编号：7806769889

出版时间：2006-4

出版时间：文汇出版社

作者：21世纪经济报道

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>

## <<中国十大品牌战国策>>

### 内容概要

本书分析的十大品牌案例，来自中国影响力最大的财经媒体《21世纪经济报道》与全球最权威的品牌顾问公司INTERBRAND公司（全球品牌价值榜即由该公司每年发布一次）联合评选的2005年度十大中国品牌建设案例，被公认为中国此年度最具公信力和影响力的品牌案例评选。

本书的价值三点：首先，筛选的品牌案例极富于代表性；其次，对品牌案例的深入分析结合了国际标准与中国国情，兼具前瞻性和现实度；第三，真实记录了中国品牌价值的成长过程。

本书还特邀最顶尖的品牌专家对十大案例进行点评，这其中有国际品牌咨询公司的首席咨询师，有一直对中国品牌发展作出重大贡献的资深品牌建设者，有长期在国际一流公司担任品牌营销副总裁的实战者，还有国际4A广告公司的总经理等。

## <<中国十大品牌战国策>>

### 书籍目录

序一 瞧，那些新闻的圣徒  
序二 品牌原力【方方案】世界在变，创新不变 世界在变，创新不变的方正品牌战略  
第一节 方正的变与不变 一、方正品牌要解决的问题 二、方正品牌战略之变与不变  
第二节 方正的新品牌战略 一、品牌梳理 二、对品牌进行诊断和评估 三、进行品牌定位 四、品牌整合，“一统”方正 五、品牌视觉的简化与统一 六、从蓝色变成红色  
第三节 方正的品牌整合传播 一、近年方正品牌整合传播运动的特点 二、360度品牌整合传播  
第四节 透视方正品牌战略 一、世界在变，企业本身也在变 二、方正：既民族化又世界化 专家点评【平安案】平安中国，中国平安 平安，印证中国发展舌勺中国品牌成长范式  
第一节 平安的发展历程 一、平安发展的三步曲 二、领先于时代的平安视野  
第二节 “平安中国，中国平安” 一、平安的品牌底蕴 二、以不同于传统保险品牌的沟通方式实现品牌区隔 三、高低兼顾的整合媒体传播 四、人文视野下的广告沟通 五、企业内功——以服务实现品牌承诺 六、“平安中国，中国平安”的成效 七、平安保险海外上市，品牌步入新里程  
第三节 国际化标准，本土化优势 一、平安的国际化 二、平安品牌的内在核心——“国际化标准，本土化优势” 三、平安的思路：在创新中将国际化标准与本土化优势融于一体  
第四节 透视平安的品牌管理 一、以中央集权进行品牌管理的模式  
.....【百度案】有问题，百度一下【蒙牛案】品牌整合营销典范【网通案】中国网宽天下【上海家化案】东方品牌之道【金地案】“科学筑家”的品牌战略【TCL电脑案】一人一个世界【招商银行案】因势而变 因您而变【博时案】投资价值发现者

<<中国十大品牌战国策>>

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>