

《重构世界品牌版图》

图书基本信息

书名：《重构世界品牌版图》

13位ISBN编号：9787301216941

10位ISBN编号：7301216947

出版时间：2013-3

出版社：北京大学出版社

作者：王海忠

页数：351

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《重构世界品牌版图》

内容概要

本书是中国国内市场营销领域第一个国家重大课题攻关项目“加快中国企业国际知名品牌战略研究”的最终成果。本书首次在全球视野下定格中国企业的品牌建设，对数十个中国企业创国际知名品牌的案例加以提炼，提出中国企业创国际知名品牌的二元模式和八大战略，为中国企业后来者创国际品牌提供鲜活的经验 and 理论指引。

《重构世界品牌版图》

书籍目录

第一章国际知名品牌战略框架一、中国企业国际化3.0——创国际知名品牌二、国际知名品牌的内涵与评价指标三、挑战——中国企业创国际知名品牌的瓶颈四、希望：中国企业创国际知名品牌的优势五：中国企业创国际知名品牌的路径——自立与借力案例剖析一华为国际名牌战略——“创”与“借”

第二章自主品牌突围一、从代工到自主品牌：焦点转移二、代工中创自主品牌：策略讨论三、卓越自主品牌的八大属性案例剖析二美的“混搭”国际营销战略案例剖析三力帆——中国经验复制新兴市场案例剖析四“好孩子”——研发嗜好者的自主品牌之困

第三章国际市场切入与扩展一、国际市场的目标国家选择二、切入国际市场的模式选择三、中国经验的国际对接：复制、调整、再创案例剖析五海尔——名牌之花已开，营销之果待结

第四章国际市场利基营销战略一、何为利基营销战略二、寻找利基市场三、利基战略的主要步骤案例剖析六迈瑞——“先难后易”的全球攻略

第五章国际知名品牌的引擎——声望品牌战略一、什么是声望品牌二、声望品牌——创国际知名品牌的引擎三、声望品牌与现有品牌的关系——定位区隔，识别分离四、创声望品牌的战略要点案例剖析七佰草集梦圆巴黎案例剖析八双妹挑战奢侈

第六章国际品牌联盟战略一、品牌联盟的逻辑——弥补“战略缺口”二、品牌联盟的主要形式三、提升品牌联盟的效果案例剖析九美特斯邦威：将文化联盟进行到底案例剖析十爱国者——体育赞助提高品牌国际曝光率

第七章国际品牌并购新模式——伙伴式并购一、弄清并购初衷——弥补战略缺口二、不“般配”的婚姻三、中国企业在跨国品牌并购中的心理错位四、欧美名牌在跨国品牌并购中的心理错位五、伙伴式战略——中国企业如何有效管理被并购欧美名牌案例剖析十一万向——全球资源整合者

第八章中国品牌的未来——改写世界品牌版图一、欧美日韩的国际知名品牌历程二、世界品牌版图中的中国品牌格局三、与国际知名品牌的差距在哪里？四、中国品牌的未来景观——二元性五、中国政府的角色案例剖析十二三一重工：品质改变世界参考文献

《重构世界品牌版图》

精彩短评

1、案例丰富。脉络清晰。可读性强。

《重构世界品牌版图》

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:www.tushu000.com