

《品牌经营》

图书基本信息

书名：《品牌经营》

13位ISBN编号：9787807402893

10位ISBN编号：780740289X

出版时间：2008-5

出版社：上海文化

作者：梁勤俭

页数：338

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

《品牌经营》

内容概要

《品牌经营:报业领军人物的品牌策略与实战》主要内容：学会对媒体品牌进行市场运营，尽管只是近年来才发生的事，但由于许多媒体在这方面尝到的甜头和获得的成功，使品牌市场化运营在媒体经营者中很快形成了共识，其步子也在大大加快。《品牌经营:报业领军人物的品牌策略与实战》里，收录到了40多位全国知名报业媒体负责人的呕心沥血之作，他们从不同的角度阐释了对品牌经营的深刻认识、真切感受以及对品牌营销的深层次解读，不敢说是篇篇高屋建瓴，字字珠玑，但仁者见仁，智者见智，字里行间充满了媒体老总们的真知灼见。品牌营销中一个个精彩的片断，一件件跌宕起伏的实战故事，更是让人茅塞顿开，联想多多。原来品牌是如此的可爱；原来品牌竟可以这般经营；原来品牌竟还能带来意想不到的巨大效益；原来品牌背后还有那么多妙不可言又有声有色的精彩故事；原来拥有了品牌并运作经营好了，一切都有可能改变。在《品牌经营:报业领军人物的品牌策略与实战》里，相信读者诸君能很快找到许多颇具说服力的范例和苦苦找寻的一些答案，能发现一些规律和依据。相信这本汇聚了一代传媒人心血智慧结晶、为我们在应对市场的挑战中出谋划策的集子，在我国传媒产业的市场化、国际化进程中将产生深远的影响。

作者简介

梁勤俭，现任中国广告协会常务理事、中广协报刊委员会主任、中国广告专业技术资格评定工作委员会委员、中南大学文学院兼职教授。

原任中华新闻报总编辑、中国报业协会广告委员会主任、中国新闻奖评委、全国报纸广告优秀作品奖评委主任等职务。

曾获2006年度中国广告年度人物奖、新闻出版署全国报业优秀经营管理者、中华全国总工会机关十佳青年等荣誉。

书籍目录

前言 决策篇 报业集团尹明华 传媒的跨度经营陈夷茁 打造重报集团品牌努力提升文化软实力陈强 创新激发活力程颖刚 品牌战略是报业市场营销理念的升级徐建宏 用我们的激情，成就品牌的梦想 报社王贵海 打造报纸品牌提升报社核心竞争力杨大鸣 “党”“晚”结合：1+1大于2的品牌杨国昕 把品牌经营作为第一经营 ——泉州晚报社“双轮驱动”打造强势媒体刘文洪 影响力铸就品牌江海波 品牌经营促成“新安”媒体先锋地位崔捷 品牌内涵的提升决定品牌价值空间刘剑 品牌是这样炼成的唐林 创新提升报纸品牌姚志明 强化内容生产铸造良好品牌 ——《宁波晚报》的品牌化发展之路高恩 地方报纸品牌战略的初步思考与实践陈寅 用非常理念打造新锐阳光媒体 ——《晶报》的品牌经营策略与实践杨山青 以建设性求品牌度以影响力求竞争力马振霖 打造“台海”特色 ——《海峡导报》品牌建设实践浅谈冯彦 品牌立业推动传媒经营产业化孟磊 成长类都市报的品牌经营于小龙 创新中求发展竞争中树品牌毛登峰 《桂林日报》品牌创新之路 实战篇 报业集团朱长元 报业品牌的价值在于经营鲍国之 抓宣传主业促广告经营 ——“双轮”驱动“今晚”品牌持续发展 报社裘正义 在挑战中创新，在创新中发展 ——传统媒体品牌走可持续发展之路梁洪文 《齐鲁晚报》的品牌之路刘冰 坚定不移地张扬品牌的力量支英珉 现代传媒的品牌运营 区域主流报媒的竞争策略及发展空间 ——对《半岛都市报》应对新一轮传媒竞争的思考宋革 创新，报业经营的永恒主题 ——《深圳特区报》品牌经营浅析焦书晖 以差异化经营确保品牌发展壮大邓效锋 《每日新报》：用“新”走好品牌路罗春晓 《京华时报》的品牌经营之道冯立恒 运用差异化营销策略锻造品牌化广告经营模式周志伟等 品牌推动报业前行 ——《广州日报》品牌推广案例赏析李宇西 影响创造价值 ——《华西都市报》的品牌化经营之路魏东 品牌营销创造未来毛家明 践行经营理念提升报纸品牌 ——兼析“为客户创造价值”理念的内涵段静涛 媒体品牌建设的实战策略 ——简析《环球时报》品牌发展之路熊激文 塑造品牌经营品牌 ——《江南都市报》品牌经营之道董绍青 打造服务品牌实现媒体优势向媒体财富转变李伟 《山西日报·经济时讯》的品牌飞行之道熊资佐 老字号的新问题 ——谈谈《大连日报》的品牌建设之路徐永生 报纸品牌的塑造和扩张巢建新 纸质媒体品牌竞争力提升与品牌整合的构建要素 分析吕荣玉 履信尚义兴商润民 ——《山东商报》品牌崛起之路黎和生 《电脑报》如何创造“重庆奇迹”

章节摘录

决策篇 报业集团 尹明华 传媒的跨度经营 传媒资源的跨界配置 党报集团在被自身优势限定的位置上，怎样通过不同的相关资源的跨界配置，推进整体发展和合理布局？解放集团的做法是，认真参考国际资本市场中“组合管理”的理念，选择相互依存度较低的不同投资品种，形成多元的投资组合，提高整体抗击市场风险的能力，并通过不同层次的资本市场实现资源的跨界优化配置，最终改变目前集团报业结构单一、利润结构单一、地区结构单一的局面。

1. 可开可关：报业结构的互补配置 过去几年，解放日报报业集团稳定而快速的成长，得益于下属报刊合理的定位组合。我们有权威、深度的党报《解放日报》；有面对都市主流人群的都市类报纸《新闻晨报》；有生活时尚类周报《申江服务导报》；有突出“新市井新闻”特色的都市类晚报《新闻晚报》；有通过地铁渠道发行的免费报纸《I时代报》；还有《人才市场报》、《上海学生英文报》等针对细分市场的报纸。我们既有依靠广告盈利的报纸，也有依靠发行盈利的报纸，如《报刊文摘》。上述报品在定位、受众、广告客户乃至盈利模式等方面形成互补，合理的组合增强了抗击市场风险的整体能力。当2005年报业市场遭遇“拐点”，时，解放集团仍然逆市而上，实现两位数利润增长。目前有4张报纸利润超千万，有4张报纸跻身全国综合竞争力20强和10强。报品结构的跨界调整是根据市场的变化需求。我们发现财经类日报的市场经营风险时，果断作出收回投资决策，止住出血点。我们停办了因内容对冲造成亏损的杂志，拿出刊号资源新办了一份高档时尚杂志。在优化报刊结构中，也优化了集团的广告结构，增加了高档奢侈品广告的吸附力。……

《品牌经营》

编辑推荐

在品牌竞争时代，企业如何根据不断变化的市场形势，调整自己的策略？如何比竞争者进行更有效的传播与推广？《品牌经营：报业领军人物的品牌策略与实战》还详细披露了40多位全国知名报业媒体负责人的竞争策略和致胜之道，对中国传媒企业有较大的借鉴和启示作用。

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