

《产业集群与区域品牌-古镇灯饰集群研尽

图书基本信息

书名：《产业集群与区域品牌-古镇灯饰集群研究》

13位ISBN编号：9787218066394

10位ISBN编号：7218066399

出版时间：2010-4

出版社：广东人民

作者：杨宇帆

页数：209

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

《产业集群与区域品牌-古镇灯饰集群研尽

内容概要

《产业集群与区域品牌:古镇灯饰集群研究》希望通过回顾古镇30年的发展历程，介绍古镇灯饰区域品牌的发展过程。古镇区域品牌的建设经历了以下四个阶段：代表古镇整体形象的“中国灯饰之都”的整体地域品牌；代表古镇灯饰产业整体水平的“古镇灯饰”产品品牌；中国(古镇)国际灯饰博览会的国际会展品牌；古镇灯饰企业的自主品牌。

《产业集群与区域品牌-古镇灯饰集群研尽

作者简介

杨宇帆，女，1963年生，2002年毕业于日本近畿大学商学院，商学博士。现在中山大学管理学院市场学系执教，硕士生导师。主要从事“营销管理、消费者行为、渠道管理、零售管理与商业集聚”等方面的教学和研究工作。最近研究成果：《营销学——日本视角》(科学出版社2010年版)，《商业集聚印象对消费者惠顾意向的影响研究》(《管理评论》2009年第5期)，《中国の広東商人における家族従業員経営に関する予備考察》(日本神戸学院大学经营学论集2008年3月)。

书籍目录

引子第一章 古镇社会的历史变迁 一、古镇社会的地理行政变迁 (一)地理变迁和行政区划 (二)社会形成与居民来源 (三)方言渊源 (四)人口变化 二、古镇的经济发展 (一)农业的发展 (二)工商业的发展 三、古镇人生活的巨大变化 (一)居民收入与消费 (二)福利体制的建立 (三)城市化建设第二章 古镇灯饰产业的萌芽 一、乡镇企业的出现 (一)农村经济改革政策。乡镇企业的发展 (二)第一代企业家的成长 二、灯饰产业的萌芽 (一)我国家电业的发展 (二)消费意识的变化与市场需求 三、小结：改革开放是古镇工业发展的原动力第三章 灯饰专业镇的形成 一、私营企业与古镇灯饰产业发展 (一)私营企业的发展 (二)古镇政府对私营企业的扶持 二、外来灯饰企业的进入 (一)温州的信誉危机与其灯饰产业的南迁 (二)香港、台湾灯饰业的影响 三、古镇灯饰产业集群的形成 (一)灯饰产业的特色 (二)优越的区位优势 (三)政府的扶持 (四)古镇的传统文化 (五)古镇的媒体行业很发达 四、小结：产业集群向心力的形成 (一)市场机会 (二)信任和协作 (三)创新环境 (四)收益递增第四章 灯饰配件业的发展 一、灯饰配件市场的现状与特点 (一)古一村水晶配件市场 (二)古二村玻璃和LED配件市场 (三)七坊村螺丝和水晶配件市场 (四)曹兴路节能灯毛管配件和玻璃灯罩配件市场 二、灯饰配件市场的问题 (一)原料价格上涨与利润空间的缩小 (二)收款难 (三)采购员与老板们的博弈：回扣的利弊 (四)神秘莫测的报价 (五)偷梁换柱 (六)虚设的服务 (七)质量以次充好 (八)灯具配件短斤少两 (九)小结 三、灯饰配件生产企业 (一)本土配件业：五金配件 (二)浙江人的水晶配件 (三)灯饰配件生产企业的主要问题 四、供应链管理与品牌价值的建立 (一)供应链管理的重要性 (二)品牌对企业的意义与价值第五章 “中国灯饰之都”品牌的确立 一、消费市场的变化 (一)消费者收入的变化 (二)中国住房的市场化改革 (三)会展经济的影响 (四)古镇镇政府的支持 二、灯博会开创了古镇灯饰产业的新纪元 (一)第一届灯博会：让世界认识古镇 (二)第二届灯博会：让古镇灯饰走向世界 (三)第三届灯博会：开拓市场 (四)第四届灯博会：建立品牌优势 (五)第五届灯博会：国际化的特点 (六)第六届灯博会：市场化特点 三、“中国灯饰之都”确立了古镇灯饰专业镇的品牌 (一)建立“中国灯饰之都”区域名牌——古镇整体形象 (二)打造“中国(古镇)国际灯饰博览会”的国际会展品牌 (三)创建“古镇灯饰”品牌，提升古镇灯饰产业的整体水平 (四)形成古镇灯饰企业创名牌集群 四、小结：品牌的力量 (一)品牌的属性 (二)专业镇集群品牌的主要作用和功能第六章 引进营销新理念 一、华艺集团的成长历程 (一)引言 (二)公司发展历程 (三)品牌建设与产品多元化经营 二、开元灯饰集团的渠道创新 三、广东欧普照明有限公司的品牌之路第七章 古镇产业集群的特征 一、古镇灯饰产业集群的产品特点 二、空间特征 三、产业特征 四、组织特征 五、经济特征 (一)规模经济 (二)外部经济 六、发展特征 七、环境特征 (一)基础设施建设向灯饰业倾斜 (二)规范市场经营环境 (三)提升企业科技水平第八章 灯饰产业集群的可持续发展展望 一、重新认识地方政府在产业集群发展中的作用 二、地方政府如何重新定位区域品牌的价值 三、构建古镇灯饰区域品牌的发展战略 (一)加强对产业集群的管理和服务 (二)加强以市场为导向、龙头企业为主的区域品牌建设后记

章节摘录

插图：1.改造旧企业，引进新工厂。改革开放前，镇办企业都是一些支农型、就地取材型、就地销售型，设备落后，产品“老土”，质量差、产值低、利润少，甚至长期亏蚀的小企业。1979年，镇办企业15间，职工人数1395人，总产值仅.543万元，人均产值3892元；利润27.9万元，人均利润200元。而亏损企业有4间，亏损金额10万元。自从贯彻落实党中央改革开放的伟大战略决策后，在改造旧企业中，镇党委、镇政府和企业干部职工，破除传统观念，打破旧格局，打破“铁饭碗”，积极开拓新市场，取得较好的经济效益，如原来生产铁器农具的古镇铁农具厂一厂。自县政府取消统购包销和差价补贴政策，加上老工人退休，农村实行家庭承包责任制家具耗用量减少后，造成生产萎缩，企业濒临破产。1980年镇政府决定将该厂一分为二，成立古镇家用电器厂和古镇机电厂，各自发挥所长，开拓经营。家用电器厂按照市场需求，初时生产电热梳、电热杯等，后来生产高级电饭煲，产品不断推陈出新，产值由原来的200多万元，1991年增至.502万元。古镇机电厂原来生产2.5千瓦至7.5千瓦的电动机和发电机，一度行销全国。后因全国机械行业大整顿，乡镇机械企业大受冲击，1981年7月该厂转行生产各种规格的轮胎模具（包括大小汽车、自行车、手推车、畜力车胎模具），兼橡胶模型配件，改名为古镇机械模具厂，员工144人，年产量达280套 / 240吨。由于产品质量好，受到全国各地厂家的欢迎，1991年年产值由原来的96万元跃增为211万元。原来只生产红砖瓦片的古镇机砖一厂，在改革开放的潮流中，干部职工大胆创新，先后制成制砖机械设备、饲料粉碎机、人工降雨机等产品，畅销全国各地。同时还兼搞拆船、轧钢业，使生产不断跃上新台阶，最高年产值（1988）达294万元。在此期间，还新建起一批设备先进的工厂。1980年，古镇根据各种商品改进包装的需要，新办起印刷厂，开展彩色印刷业务，产值由1984年的90万元，1991年增至303万元，8年翻了三番。

后记

从1978年到2008年我国经济领域经历了30年的改革开放历程，在这一发展过程中我国各行各业发生了天翻地覆的变化。本案例通过广东省中山市古镇灯饰产业集群的发展探讨古镇镇政府在灯饰产业集群的发展过程中构建区域品牌的过程。在本案例的调研过程中我们得到中山市宣传部、古镇镇宣传办公室、古镇镇党政办公室、古镇镇地方志办公室、古镇镇经贸办公室、古镇镇商会等政府相关部门的大力支持和帮助。在企业个案调研中我们也得到华艺灯饰集团的欧炳文先生、开元灯饰有限公司的林永信先生、欧普照明有限公司市场部经理郑祖潘先生的大力支持。此外，我们还得到了一些个人的支持和协作，他们是退休干部蓝学钧、古镇镇党委委员徐双斌、古镇镇宣传主任袁新强等先生的帮助。他们不但在资源上给予我们很大的帮助，还在智慧上给予我们好的启发。在本案例的资料收集和整理过程中，我们要感谢中山大学管理学院工商管理专业研究生吉洁洁，市场学系05级本科生何嘉静、陈恺瑜、黄宗源、李曼等同学的帮助。特别吉洁洁同学利用节假日帮助查找资料，在酷热的天气里与我们一起走访企业进行调研，没有他们的帮助和支持我们不可能完成本次案例的研究任务。在本次案例写作过程中，要感谢梁绮教授的悉心指导，特别是在她生病期间仍不辞辛劳指导我们顺利完成任务。

《产业集群与区域品牌-古镇灯饰集群研尽

编辑推荐

《产业集群与区域品牌:古镇灯饰集群研究》是改革开放30年广东专业镇发展案例研究丛书。

《产业集群与区域品牌-古镇灯饰集群研尽

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