

中国品牌十大病根



[中国品牌十大病根 下载链接1](#)

著者:冯帼英

出版者:中国市场出版社

出版时间:2007-2

装帧:

isbn:9787509201428

中国是一个文化大国，各地的风土人情都具有迷人的特色，充分利用来源地或文化资源

作为自己产品的包装，可以快速地提升产品的市场地位。为什么中国的品牌建设那么艰难，总是受到中国品牌十大病根的困扰？原因很简单，企业倒进桶里的水在不断流失，品牌核心资产丝毫不因为企业的投入而提升。我们无法打造出一个个性鲜明、高知名度、高认知度、高美誉度、联想丰富、高忠诚度和信仰度的强大品牌。而这一切的背后是因为中国的大部企业对于品牌资产管理依然十分陌生，科学的品牌资产战略管理也就无从谈起。缺乏品牌资产管理，没有核心资产，品牌当然只能是一盘散沙。正是这种对品牌资产核心要素的普遍忽视与误解，才导致对企业伤害颇大的上述十大病症成了中国企业文化建设过程中的“常见症”。

作者介绍:

目录:

[中国品牌十大病根 下载链接1](#)

标签

企业战略

市场营销

商业

品牌

评论

[中国品牌十大病根 下载链接1](#)

书评

[中国品牌十大病根_下载链接1](#)