

中国名牌成长战略



[中国名牌成长战略_下载链接1](#)

著者:黄少英

出版者:经济科学出版社

出版时间:2007-7

装帧:

isbn:9787505864122

2005年11月6日，经中共中央宣传部批准，由《经济日报》主办，经评审委员会审定，青岛市被授予“中国品牌之都”。这是以培育打造名牌、发展品牌经济闻名全国的青岛获得的又一巨大荣誉。有不少学者曾对青岛名牌集聚现象进行了探讨，但多是从企业这一微观主体进行研究，而对整个青岛名牌集聚现象的宏观环境分析还有不足之处。本书从如下5个方面对此进行了粗浅的探讨：一、世界制造业由发达国家向发展中国家转移是青岛发展千载难逢的机遇。二、青岛市政府率先实施“名牌战略”是青岛成为“中国品牌之都”的重要环节。三、地理优势是青岛成为“中国品牌之都”的得天独厚的条件。四、齐文化和海洋文化的完美结合是青岛成为“中国品牌之都”的文化基础。五、基础好，起点高。殖民者以近代技术和理念塑造青岛，商品经济观念相对较强。

作者介绍:

目录:

[中国名牌成长战略_下载链接1](#)

标签

评论

[中国名牌成长战略_下载链接1](#)

书评

[中国名牌成长战略_下载链接1](#)