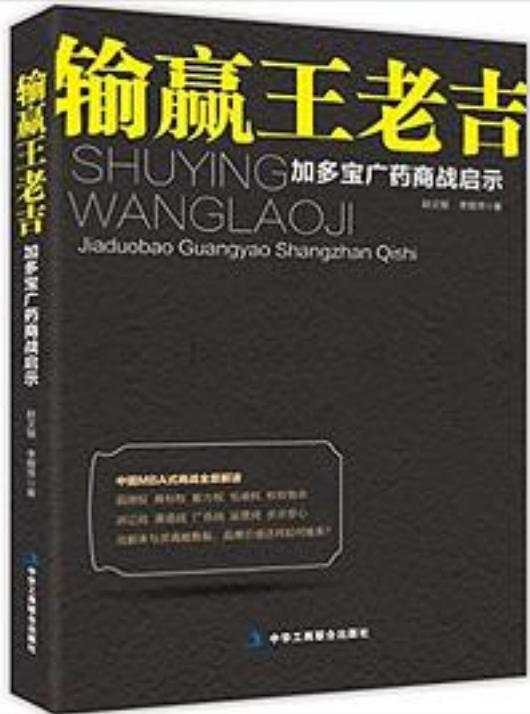


输赢王老吉



[输赢王老吉 下载链接1](#)

著者:赵文锴

出版者:中华工商联合出版社

出版时间:2016-11-1

装帧:平装

isbn:9787515815589

《输赢王老吉》主要从王老吉和加多宝之间的商战入手，深入分析了这场旷日持久的诉讼战产生的原因、过程、后果、影响以及背后的深层原因，解读了中国企业在品牌保护和战略经营上存在的诸多危机和问题，挖掘出了隐藏在中国式商战背后的内幕及深远影响，让大家对中国企业治理，规范化经营以及诸多企业发展问题有更深入全面的思考。

作者介绍:

赵文锴

知名财经作家，曾任世纪鸿蒙管理顾问有限公司总裁，《经济日报》等财经媒体记者、编辑等职。曾为多家企事业单位做过管理咨询和培训。著有《三星：第一主义》《用心才能优秀》等多部畅销书。其许多财经作品已成为企事业单位争相团购的培训读本。

目录: 目录

PART 1 一场远未结束的中国式商战

第一章 商标之争：一场“揪心”的商标诉讼

租赁品牌，为他人做嫁衣

加多宝的司法硬伤

“神秘协议”引发司法大战

“凉茶改名风波”

王老吉商标许可模式分析

管理实战链接：“协议”有效性之争

第二章 包装之争：谁才是真正的红罐拥有者

加快“去王老吉化”步伐

“慢半拍”给商战带来危局

“正面加多宝，背面王老吉”，到底为哪般？

从“潜伏”、“扫荡”到“武斗”，恶性竞争致“劫难”

“红罐”包装权法律诉讼战

红罐包装专利权之争

管理实战链接：商品推广离不开包装

第三章 配方之争：谁才是正宗的王老吉？

配方之争烽烟起

争取王氏传人的公开支持

“秘密配方”背后的真相

管理实战链接：可口可乐改变配方铸成大错

PART 2 广告战：重拳出击，发动全方位品牌传播攻势

第一章 电视媒体、平面广告针锋相对

全方位、地毯式的电视广告轰炸

加多宝入驻《中国好声音》

户外广告争夺战

管理实战链接：电视广告，产品销量的推动力量

第二章 加多宝广告推广六大策略

策略一：精准定位，先定位而后求胜

策略二：借船出海，“嫁接”广告而渔利

策略三：精准投放，赌的就是眼光

策略四：密集投放，让广告遍地开花

策略五：隐性推广，释放“虚拟价值”

策略六：加大投入，高投入产生高收益

管理实战链接：苹果公司的广告定位

PART 3 渠道战：攻坚与守城

第一章 凉茶生命线上的交火

加多宝：以渠道对抗品牌

加多宝的渠道绞杀：“定点清除”

广药的跟随战术：你有的，我也得有

广药全国铺货：凉茶生命线上的交火

加多宝的终端促销：洞开市场的金钥匙

加多宝的分销渠道：跑出了火箭的速度

管理实战链接：渠道结构

第二章 渠道成就领导品牌

管理好经销商：实现互惠互利

建立好渠道：为市场安装跳板

掌控渠道：稳住老地方，开辟新天地

扩展渠道：不放过任何一个机会

加强凝聚力：实现合力最大化

管理实战链接：与分销商建立伙伴关系

PART 4 公关战：媒体通道决定公关成败

第一章 唇枪舌剑的舆论大战

“网络水军”涌现

“文化遗产”的败笔

王老吉“延寿”反遭“折寿”

加多宝还是加多宝，王老吉不是“王老吉”

管理实战链接：“网络水军”的发展

第二章 企业公关为企业发展护航

加多宝配方危机的公关

加多宝的17年公益路

悲情公关：“对不起”VS“没关系”

管理实战链接：恒源祥商标侵权风波

第三章 加多宝公关的六大技巧

技巧一：“多管齐下”，选择合适的公关活动模式

技巧二：相机而动，选择合适的时机发布新闻

技巧三：分秒必争，利用网络迅速扩大影响力

技巧四：精诚所至，利用社会公益打造良好形象

技巧五：坚持自我，公关文化是无形资产

技巧六：迎难而上，在危机中为企业发展扫清障碍

管理实战链接：危机公关的原则

PART 5 王老吉品牌成长的那些事儿

第一章 王老吉阵营内的各大势力

王老吉凉茶的前世今生

王老吉凉茶成功申遗

中兴功臣加多宝

王氏传人的“统一”梦

战略投资者——同兴药业

管理实战链接：色彩也是看得见的营销力

第二章 千亿品牌是怎样炼成的

最值得投资的是品牌

从文化遗产到商业新势力

王老吉的品牌定位

掀起红色营销风暴

斗法可口可乐，做凉茶行业的“百事”

加多宝的“定位”故事

管理实战链接：品牌重新定位，让它们重获新生

第三章 “加多宝快车”上的乘客

巧搭顺风车：“王老吉还有盒装”

雄心万丈的“大健康战略”

“品牌延伸”：伸向广药集团的绊脚索

广药的豪言壮语：5年内做到300亿

得到了商标，丧失了品牌？

管理实战链接：搭便车效应

PART 6 商战的真相：赢得比对手更多的客户

第一章 商战的基本思想

定位：了解你的优势、地位

战略服从战术

战术的制订原则

管理实战链接：品牌延伸定律

第二章 加多宝与广药之战的深度分析

谁应该是进攻者，谁应该是防御者

加多宝与广药的优势对比分析

加多宝如何保持其地位

广药如何发挥品牌优势

结局的猜想：不争即大赢

管理实战链接：王老吉商标“土气”的艺术

PART 7 教训与启示

第一章 为中国企业敲响的警钟

品牌代理命运多舛

是国有资产流失还是体制外盘活

做好怕被“剥夺”，做坏怕成罪人

零和博弈难成气候

管理实战链接：自主品牌才是利器

第二章 我们拿什么与外企竞争

新时代商战模式的发展演变

解决商标纠纷的根本之道

王老吉商标之争的启示

只有民族的，才是世界的

管理实战链接：商标诉讼对商标价值的影响

附录

参考书目

· · · · · (收起)

[输赢王老吉 下载链接1](#)

标签

成功案例

商业

高效

工作

mba

商战

创业

企业读书

评论

学习里面的案例，分析原因，王老吉品牌的起伏跌宕！

回看大企业的发展和商业战争。

一个品牌的打造何其不易，保护品牌利用品牌经济消息何其重要。这都是小钱钱啊。

通过王老吉和加多宝的案例，引申出管理的方法，挺适合企业人士看的。挺不错的一本书。

品牌商标竞争的经典案例，值得看。

每一个企业在经营时都有自己策略，王老吉为什么能活这么多年，背后的原因让人深思。这本书告诉了我答案

里面的案例很精彩 多学习一下有益处

[输赢王老吉 下载链接1](#)

书评

[输赢王老吉 下载链接1](#)