

品牌延伸战略研究



[品牌延伸战略研究_下载链接1](#)

著者:邵一明

出版者:经济管理

出版时间:2008-1

装帧:

isbn:9787509601280

《品牌延伸战略研究:基于企业多元化视角》全面分析了国内外十年来品牌延伸的研究现状，对企业多元化战略、品牌、品牌资产、品牌延伸、品牌延伸绩效的内涵进行了界定。在此基础上，作者具体分析了影响品牌延伸的五个因素：品牌竞争力、延伸产品与母品牌的相似度、消费者因素、外部市场环境、品牌管理能力。同时，作者制定了适合中国企业自身发展的一系列延伸策略，从实践的意义提出了企业在实施品牌延伸策略时具体应注意的事项，为提高延伸成功率奠定了更加坚实的基础。

作者介绍:

目录:

[品牌延伸战略研究_下载链接1](#)

标签

战略管理

品牌

评论

作为博士论文的创新性在哪？难道是对品牌延伸效果评估的那块？为写论文才看的。

[品牌延伸战略研究_下载链接1](#)

书评

[品牌延伸战略研究_下载链接1](#)