

# 升级



[升级\\_下载链接1](#)

著者:朱星海

出版者:

出版时间:2009-6

装帧:

isbn:9787501791385

《升级:成长品牌的突围之路》是写给成长型企业的，他们最需要的是方法，而不是理论。来自西方的权威著作无法帮助他们，因为适合跨国公司的方法未必适合成长型企业；大学教授们的理论也无法帮助他们，因为理论到实践之间有一条很宽的鸿沟。《升级:成长品牌的突围之路》将强化品牌的可行性方法予以终结，并结合成长品牌的本土化经验，是一本“实战”型的品牌著作开始于2008年的全球经济危机，把升级的问题摆在了成长型企业面前。

出口型代工企业将目光投向国内消费市场，主动转型是其应对危机的必由之路；成长型企业只有更加市场化，才能在日益激烈的商战中胜出，品牌成为赢得战争的重要武器。然而，如何告别过去，走上卓越品牌之路？他们需要基于中国市场的方法和经验，《升级:成长品牌的突围之路》则给出了答案。

“高不成、低不就”是中国品牌的瓶颈。

中国少有成熟型品牌，“联想”、“海尔”们需要思考的问题是如何不出问题。中国不缺新品牌，但90%的新品牌都活不过一年。大多数品牌处在中间区域，即本书提到的“成长品牌”，它们比成熟品牌更有活力，比新品牌更有竞争力，它们在度过了生存期之后，思考更多的是如何成为强势品牌，而现实的问题是后续乏力，过去的经验无法指导明天的竞争，资源、资金、管理方面又无法与成熟品牌看齐。它们常常是学习型的组织，目光长远，却需要像爬山一样，一步一台阶，而本书则是帮助它们向上攀登的那根“拐杖”。

作者介绍:

目录:

[升级\\_下载链接1](#)

## 标签

营销

商业

品牌

OK

## 评论

需要全方位升级，不只是品牌

---

[升级\\_下载链接1](#)

## 书评

---

[升级\\_下载链接1](#)