

# 中国企业品牌竞争力提升策略研究

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国企业品牌竞争力提升策略研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析

。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2974829748.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：5800元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

**重要结论** 品牌竞争力是核心竞争力的外在表现。核心竞争力的强弱决定着企业的生存与发展。由于充分和完全的市场竞争，企业核心竞争力的优势不可能维持长久及独占，只有将企业的核心竞争力转化为品牌竞争力，才可以保证企业的长治久安。在产品同质化的今天，品牌竞争力包含了企业在资源、能力、技术、管理、营销、人力资源等方面的综合优势，是形成并实现企业可持续发展的动力源泉，是企业核心竞争力的外在表现。 中国企业成功提升品牌竞争力的模式可以概括为四种：合资合作模式、股权转让模式、兼并收购模式与链接强势供应商模式。 中国企业品牌竞争力提升策略：内部品牌开发为品牌注入持久动力；实现低成本创建强势品牌；品牌组合延续品牌生命力。

目

录一、品牌竞争力是核心竞争力的外在表现	4	(一) 什么是品牌竞争力	4	1、品牌竞争力	4
2、三种层次的品牌竞争力	4	(二) 为什么研究品牌竞争力	5	1、企业不得不面对的几个转变	5
2、品牌的力量	5	3、中国企业品牌竞争力诊断	7	(三) 品牌竞争力是核心竞争力的外在表现	9
录二、品牌竞争力评价	10	(一) 品牌资产与品牌竞争力	10	1、品牌资产	10
2、品牌资产与品牌竞争力	11	(二) 品牌竞争力评价指标体系	12	(三)	
具体指标的含义及确定方法	13	1、品牌领导力	13	2、品牌市场力	13
3、品牌忠诚力	14	4、品牌创新力	14	5、品牌生命力	14
(四) 十一个行业品牌竞争力排名与特点	15	1、汽车	15	2、手机	15
3、台式PC	15	4、笔记本电脑	15	5、数码相机	16
6、平板电视	16	7、管理软件	16	8、互联网搜索	16
9、银行卡	17	10、财产保险	17	11、人寿保险	17
录三、中国企业品牌竞争力提升模式总结	18	1、海尔模式(合资合作模式)	18	2、奇瑞模式(股权转让模式)	18
3、联想模式(兼并收购模式)	19	4、吉利模式(链接强势供应商模式)	19	录四、中国企业品牌竞争力提升策略	21
(一) 低成本创建强势品牌	21	1、以品牌核心价值统帅企业的营销传播活动	21	2、进行理性品牌延伸，充分利用品牌资源获取更大利润	22
(二) 内部品牌开发为品牌注入持久动力	22	1、为什么要注重内部品牌开发	22	2、内部品牌开发的作用	23
3、内部品牌开发的步骤	23	4、内部品牌开发的措施	24	(三) 品牌组合战略延续品牌生命力	25
1、为什么要实施品牌组合战略	25	2、品牌管控的组织	27	3、品牌组合战略的原则与内容	28

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2974829748.html>