
题 目： 零售企业品牌策略研究

摘 要

随着我国经济的发展以及市场竞争的加剧,利用品牌去抢占更多的市场已经成为各企业的常规手段。在市场竞争越来越激烈的今天,零售企业要想在复杂多变的市场经济中发展壮大,就要在加大对品牌的重视程度,通过优势品牌去吸引更多的消费者,提高企业的经营收入,增强企业的抗压能力。而良好的品牌策略是创建优势品牌及提高品牌竞争力的关键。零售企业作为我国经济结构的重要组成部分,加强对零售企业品牌策略的研究,有助于我国经济的快速发展。

近几年来,随着我国经济的飞速发展,我国零售业也得到了相应的发展。但是,在2004年加入WTO后,国内零售市场大门完全对外敞开,国外零售企业大量涌入我国市场,使我国零售企业受到了很大冲击。因此,研究我国零售企业品牌策略,为我国零售企业制定出有效的品牌发展策略,促进我国零售企业的发展,已经成为刻不容缓的事情。

本文在阅读国内外学者的研究成果的基础上,结合品牌相关理论,从我国零售企业品牌发展现状出发,分析研究零售企业,并为其制定出相应的品牌策略。笔者首先对我国零售企业品牌发展现状进行研究,得出我国零售企业在品牌发展过程中存在品牌定位不明确、品牌意识淡薄、品牌形象老化等问题。其次根据品牌在发展过程中存在的问题,制定出了相应的品牌策略对策,解决存在的品牌问题。最后为了营造良好的宏观环境,促进我国零售品牌快速的发展,对政府相关部门提出相应的建议。

关键词: 零售企业; 品牌; 品牌策略

以上内容仅为本文档的试下载部分,为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文,请访问:

<https://d.book118.com/118077030062007004>