

题 目：江中集团品牌推广与管理研究

目 录

摘 要	1
1. 绪论	2
1.1 研究背景及意义	2
1.2 文献综述	2
1.3 研究内容及方法	3
2. 概念评定和相关理论综述	4
2.1 品牌	4
2.2 品牌的推广和管理	4

2.3 品牌定位理论	5
3. 江中集团品牌概况与品牌管理现状	6
3.1 江中集团品牌概述	6
3.2 新时期原有品牌的巩固与管理	6
3.2.1 精准定位，构建“家中常备”全新概念	6
3.2.2 分症诉求、品类细分，抢占市场先机	7
3.3 推陈出新，高效建立原创品牌	9
3.3.1 基于市场调查的新品牌建立	9
3.3.2 基于广泛记忆度的品牌命名	9
3.3.3 多样化的品牌传播	10
4. 江中集团品牌推广与管理存在的不足	12
4.1 品牌定位不准确	12
4.2 品牌缺乏核心价值	12
4.3 品牌缺乏有效传播	12
4.4 企业盲目跟从走多品牌路线	13
5. 江中集团品牌推广与管理完善建议	14
5.1 进行准确的品牌定位	14
5.2 确定品牌核心价值，赋予品牌个性	14
5.3 注重品牌的有效传播	14
6. 结语	16
参考文献	17

摘 要

“产品是一个企业生产的结晶，它不但代表了企业的性质，更代表了这个企业信誉、生产能力、管理能力等性质，是企业发展的基石。但是在信息如此发达的今天，产品并非决定公司是否能够长远发展的唯一因素，很多时候，品牌效益才是决定一个企业能够走多远的关键点”。也就是说，在各行各业竞争如此激烈的今天，如果企业想要获得自己发展的一席之地，那么必须学会树立自己的品牌效应，拥有自己的企业文化，让自己的公司品牌能够深入人心，从而促进公司的进一步发展。但是，不同的企业，所要树立的品牌印象各不相同，而且产品的品牌也要随着社会的发展不断做相应的调整，要与时俱进。当今时代，由于网络的高速发展及相关产业的进步，大众消费者的消费观念和消费习惯产生了不同以前的变化，原有的品牌内容形式等已经无法满足现在消费者的消费思维了。通过品牌的重要性论述和当前现状来看，这些总结性的品牌推广和运营理论对江中集团等企业的品牌产略实施计划有很强的借鉴意义。

关键词：江中集团；品牌推广；品牌管理；品牌战略

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/278103076053006142>