
艾格女装品牌策略研究

摘 要

随着国际服装市场进入中国，中国的服装消费已经走向一个新的台阶。国内服装品牌面临着巨大的挑战，国内的服装品牌运营经验不足，品质良莠不齐，抄袭现象严重，品牌缺乏创新精神及理念，以及营销渠道的管理混乱。本文以艾格女装为研究对象，运用统计分析法，理论实际结合。首先，会对艾格多年来市场营销现状及营销管理品牌管理进行分析。其次，针对艾格服饰品牌管理的问题给与挖掘，品牌定位模糊、品牌营销渠道单一、个性化设计不足、创新不足等。再次，结合市场发展情况定义自身品牌管理的目标和策略，品牌定位策略和品牌延伸策略以及品牌质量策略展开论证。通过论文论证给与艾格女装品牌管理合理品牌策略。

关键词：市场营销；品牌管理；问题；策略

Abstract

With the entry of the international clothing market into China, China's clothing consumption has gone to a new level. Domestic clothing brands are facing great challenges, such as lack of operation experience, uneven quality, serious plagiarism, lack of innovative spirit and concept of brand, and management confusion of marketing channels. This paper takes egger women's clothing as the research object, uses statistical analysis method and combines theory with practice. First of all, it will analyze the marketing status and marketing management brand management of egger over the years. Secondly, aiming at the problems of egger clothing brand management, such as vague brand positioning, single brand marketing channel, insufficient personalized design and insufficient innovation, etc. Thirdly, combined with the market development, it defines the goal and strategy of brand management, brand positioning strategy, brand extension strategy and brand quality strategy. Through the argumentation of the paper, the reasonable brand strategy is given to egger women's wear brand management.

Key words: marketing; brand management; problem; strategy

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究意义	1
1.3 研究思路方法	2
2 品牌文化营销相关理论概述	3
2.1 品牌文化	3
2.1.1 品牌	3
2.1.2 品牌文化	3
2.1.3 品牌文化营销	3
2.2 品牌文化的功能	4
2.3 服装品牌营销条件特征	4
3 艾格女装品牌管理现状	6
3.1 艾格女装介绍	6
3.2 艾格女装品牌营销现状	6
3.2.1 国内女装品牌情况	6
3.2.2 艾格市场营销情况分析	7
3.3 艾格女装品牌营销管理 SWTO 分析	8
4 艾格女装品牌管理问题	9
4.1 品牌定位模糊	9
4.2 品牌营销渠道单一	9
4.3 个性化设计不足	10
4.4 产品及渠道创新不足	10
5 艾格女装品牌营销策略	12
5.1 品牌定位策略	12
5.1.1 明细品牌定位	12
5.1.2 树立品牌营销理念	12
5.2 品牌延伸策略	13

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/755004020211011224>