

Annual Development

辽宁美术出版社
Liaoning Fine Arts Press

Report on Chinese Brand 2012—2013

主编 凌继尧

Annual Development

Report on Chinese Brand 2012—2013

执行主编 张晓刚

2012—2013

年度发展报告

中国品牌

Annual Development

Report on Chinese Brand 2012—2013

Annual Development

Report on Chinese Brand 2012—2013

2012—2013 中国品牌年度 发展报告

主 编 凌继尧

执行主编 张晓刚

辽宁美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

2012—2013中国品牌年度发展报告 / 凌继尧主编
— 沈阳 : 辽宁美术出版社, 2013. 6
ISBN 978-7-5314-5503-5

I. ①2… II. ①凌… III. ①企业管理—品牌战略—
研究报告—中国—2012—2013 IV. ①F279. 23

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第128361号

出 版 者: 辽宁美术出版社
地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001
发 行 者: 辽宁美术出版社
印 刷 者: 沈阳海世达印务有限公司
开 本: 787mm×1092mm 1/16
印 张: 22.5
字 数: 500千字
出版时间: 2013年6月第1版
印刷时间: 2013年6月第1次印刷
责任编辑: 范文南 光 辉
技术编辑: 鲁 浪
责任校对: 李 昂
ISBN 978-7-5314-5503-5
定 价: 69.00元

邮购部电话: 024-83833008
E-mail: lnmscbs@163.com
<http://www.lnmscbs.com>
图书如有印装质量问题请与出版部联系调换
出版部电话: 024-23835227

目 录

第一章 2012—2013 中国品牌年度发展总报告.....	017
一、2012 年度中国品牌发展概况	017
1. “中国梦”开启国家品牌建设新征程.....	017
2. 区域品牌打造推出新举措	022
3. 品牌活动力推转型	025
4. 民族品牌初露峥嵘	027
5. 文化品牌强势崛起	029
6. 新兴网络平台发展喜忧参半.....	032
二、2012 年度中国品牌发展存在的主要问题	036
1. 国家品牌形象推广遭遇反制力.....	036
2. 品牌国际化仍有相当阻力	038
3. 品牌危机向纵深分化	039
4. 品牌恶性竞争致进退失据	042
5. 品牌认知存在盲区	043
三、2013 年度中国品牌发展面临的机遇和挑战	045
1. 2013 年度中国品牌发展面临的四点机遇	046
2. 2013 年度中国品牌发展存在的四大挑战	051
四、2013 年度中国品牌发展趋势预测	054
1. 国家品牌叙事启用新策略	054
2. “中国制造”在艰难中转型.....	056
3. “国退民进”是大趋势.....	059
4. 区域品牌有望集群化发展	061
5. 文化品牌更注重内涵建设	062
6. 电商品牌进入密集整合期	065
第二章 2012—2013 中国传媒娱乐行业品牌年度发展报告.....	071

一、2012—2013 中国传媒娱乐产业品牌生态	071
1. 经济与社会环境	072
2. 政策与文化环境	072
二、2012—2013 中国传媒娱乐产业重点细分领域品牌发展现状	073
1. 2012—2013 中国电影娱乐产业品牌发展现状分析	073
2. 2012—2013 中国电视娱乐品牌发展现状分析	082
3. 2012—2013 新媒体娱乐品牌发展现状分析	095
三、2013 年中国传媒娱乐品牌发展前景预测	104
1. 网络时代, 电视应何为?	105
2. 转型之年, 娱乐新媒体的发展路径	106
第三章 2012—2013 中国服装行业品牌年度发展报告	123
一、2012 年度中国服装行业概况	123
二、2012 年度中国服装品牌发展的主要特点	124
1. 服装网络零售爆炸式增长, 线下品牌商店受到线上的严重冲击	124
2. 服装电商品牌化与服装品牌电商化	124
3. 各主要服装品牌打破传统市场, 相互进入各自领域	125
4. 中国品牌服装多数依然处于价值链的低端, 产业链亟待升级	125
三、2012 年度中国服装行业细分品牌分析	126
1. 女装品牌分析	126
2. 男装品牌分析	129
3. 童装品牌分析	130
4. 运动服装品牌分析	132
四、2013 年度中国服装品牌发展预测	133
1. 清理库存将成为各品牌服装的首要工作	133
2. 服装行业将进入发展转型期, 品牌价值观重新定位	134
3. 运营模式将会继续进行深度变革	134
4. 服装品牌升级是必由之路	135
第四章 2012—2013 中国汽车行业品牌年度发展报告	137
一、中国汽车产业总体概况	137
1. 汽车产销量双超 1900 万辆, 产销量世界第一	137
2. 乘用车自主品牌市场份额持续下滑	139
3. 各车型市场表现不一, SUV 继续领跑乘用车市场	140
4. 节能与新能源汽车产业发展政策体系进一步完善	141
5. 经济效益实现较快增长	142

6. 产业集中度进一步提高	142
7. 汽车出口市场快速发展	142
二、中国汽车市场品牌结构分析.....	143
1. 2012 年度中国汽车市场品牌关注格局	143
2. 2012 年度中国汽车产品关注格局	144
3. 2012 年度我国汽车产品价格结构	146
4. 产品参数结构.....	146
三、中国汽车企业品牌结构分析.....	151
1. 2012 年度汽车企业品牌关注格局	151
2. 细分汽车企业品牌关注格局.....	152
四、重要政策解读.....	156
1. 《专用校车生产企业及产品准入管理规则》	156
2. 《节能与新能源汽车产业发展规划》	156
3. 《2012 年度党政机关公务用车选用车型目录》	157
4. 《新能源汽车产业技术创新财政奖励资金管理暂行办法》	157
五、2012 年度我国汽车品牌热点解析	158
1. 领跑汽车自主品牌的长城汽车	158
2. 合作之路：技术还是品牌？	159
3. 日系汽车与欧美车系的争战	160
六、2013 年度中国汽车行业品牌发展趋势与展望	161
第五章 2012—2013 中国房地产及相关行业品牌年度发展报告 ..	165
一、中国房地产及相关行业品牌概况与研究意义.....	166
1. 中国房地产及相关行业宏观环境分析	166
2. 中国房地产及相关行业品牌的概念和特性	169
3. 中国房地产及相关行业品牌的研究意义	171
二、2012 年度中国房地产及相关行业品牌发展现状分析	172
1. 优秀房地产品牌的三个必备条件	172
2. 2012 年度中国房地产及相关行业品牌测评的方法和分析体系	172
3. 2012 年度中国房地产及相关行业品牌排行榜及现状分析	173
三、2012 年度中国住宅行业优秀品牌个案分析	185
1. 万科地产	185
2. 恒大地产	189
3. 合肥三洋——创意文化营销缔造品牌个性	192
四、2013 年度中国房地产及相关行业品牌发展前景预测	196

第六章 2012—2013 中国品牌组织机构及其活动研究报告	199
一、我国品牌社团组织机构的成立背景	199
二、我国不同层次品牌组织机构的功能分析	200
1. 政府管理机构在品牌建设中的引领和带动作用	200
2. 部属中国企业品牌研究中心的协同配合	206
3. 行业协会上传下达的桥梁作用	208
4. 品牌社团组织的积极推动	210
三、我国部分品牌组织研究机构及其 2012 年活动简述	213
1. 中国社科院品牌管理专业委员会	213
2. 浙江大学中国农业品牌研究中心	215
3. 山东省品牌与传播研究基地和山东大学品牌与传播研究所	217
4. 江苏省品牌学会	218
5. 重庆市品牌学会	220
四、媒体组织对品牌活动的推广和传播——以 CCTV 中国品牌年度发布为例	220
五、我国经济转型时期的品牌组织发展任重道远	222
第七章 2012 年度中国品牌研究热点综述	227
一、品牌关系研究	228
1. 品牌个性研究	228
2. 品牌忠诚研究	229
3. 品牌关系研究	232
二、中国自主品牌与本土品牌研究	233
1. 自主品牌发展战略研究	234
2. 本土品牌发展策略研究	235
三、基于新媒体平台的品牌传播与营销研究	236
1. 基于新媒体平台的品牌传播研究	236
2. 利用微博进行品牌营销的研究	238
3. 搜索引擎广告传播研究	241
四、品牌延伸研究	243
1. 品牌延伸的策略研究	244
2. 品牌延伸评价的影响因素研究	245
第八章 2012 年度国外品牌研究热点综述	253
一、品牌关系研究	254
1. 品牌的拟人化理论	254

2. 对具体品牌关系的探讨	255
3. 可持续发展理念与品牌化	256
二、品牌的感官影响因素及其跨学科研究	258
1. 品牌的感官影响因素研究	258
2. 品牌感官影响因素的跨科学研究	260
三、品牌的媒介与文化研究	261
1. 品牌的媒介研究	261
2. 品牌的文化研究	264
四、B2B 背景下的品牌化及相关研究	265
1. B2B 背景下的品牌化研究	265
2. 旅游目的地品牌化、地方品牌化和国家品牌化	266
3. 不同行业的品牌化实践与经验	268
第九章 2012—2013 中国品牌典型案例分析	279
一、加多宝：“变”与“不变”的品牌转换策略	279
1. 品牌核心价值的转移	279
2. 品牌形象的维护与品牌推广	282
3. 品牌营销方式的转变与品牌传播	285
二、小米：e 时代的品牌新势力	288
1. 以互联网启动品牌研发	289
2. 网络营销营造品牌“饥饿”	291
3. 虚拟社区中的品牌管理	294
三、贵阳：生态优先的城市品牌战略	297
1. 精准的城市品牌定位	297
2. 以旅游产业提升城市品牌资产	299
3. 以“生态文明建设”不断充实城市品牌精神	303
四、宝时得：从 OEM 到 OBM 的品牌升级路径	305
1. 宝时得的 OEM 之路及其现实语境解读	306
2. 从 OEM 到 OBM 的品牌升级路径探析	309
3. 启示：民营企业品牌如何国际化？	311
五、西安外事学院：品牌的国家形象与品牌精神	314
1. 品牌与国家形象	314
2. 品牌国家化中的品牌个性	318
3. 以品牌精神塑造世界瞩目的中国品牌形象	321
第十章 2012—2013 中国品牌年度人物聚焦	325

一、宗庆后和他的饮料王国	325
1. 强势的行业“舵手”	326
2. “愚公移山式的坚持”	329
3. 掘得第一桶金	330
4. “小鱼”吃掉“大鱼”	331
5. 光荣与梦想	332
二、中国企业界“教父”：柳传志	333
1. 企业家精神 + 政治家谋略	334
2. 四十“下海”	334
3. “拐弯儿”造电脑	335
4. 资本大联想	336
5. 复盘做活	336
6. 先手妙招	338
三、中国最富有的教师——新东方总裁俞敏洪	339
1. 北大情结：北大踹了我一脚	339
2. 成功的秘诀	340
3. 笑看起落	341
4. 痞子悖论	344
5. 上市真是救赎？	345
四、高德康：三十年打拼演绎波司登神话	346
1. 一辆自行车与 8 台缝纫机的故事——创业始于最艰苦的磨炼	347
2. 4 年“报废”6 辆摩托车——“为人做嫁衣”却发现巨大商机	348
3. 1994 年的冬天特别寒冷——在失败之中找到转机	349
4. “面包服”变成俏佳人——波司登掀起羽绒服的“三次革命”	350
5. 从企业家到慈善家	351
五、马化腾的“企鹅帝国”	352
1. 难得的兄弟创业故事	353
2. “全民公敌”	354
3. 谁能阻挡马化腾	356

Annual Development

Report on Chinese Brand 2012—2013

Annual Development

Report on Chinese Brand 2012—2013

2012—2013

中国品牌

年度发展报告

辽宁美术出版社

Liaoning Fine Arts Press

主编 凌继尧

执行主编 张晓刚

2012—2013 中国 品牌 年度

发展报告

Annual Development

Report on Chinese Brand 2012—2013

Annual Development

Report on Chinese Brand 2012—2013

主编 凌继尧 执行主编 张晓刚

ISBN 978-7-5314-5503-5



9 787531 455035 >

定价: 69.00元

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

江苏省高校哲学社会科学重点研究基地重大招标项目
目“中国品牌研究”（2010jdxm001）成果之一
教育部哲学社会科学发展报告培育项目
中央高校基本科研业务费专项资金资助

Annual Development

Report on Chinese Brand 2012—2013

Annual Development

Report on Chinese Brand 2012—2013

2012—2013 中国品牌年度 发展报告

主 编 凌继尧
执行主编 张晓刚

辽宁美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

2012—2013中国品牌年度发展报告 / 凌继尧主编
— 沈阳 : 辽宁美术出版社, 2013. 6
ISBN 978-7-5314-5503-5

I. ①2… II. ①凌… III. ①企业管理—品牌战略—
研究报告—中国—2012—2013 IV. ①F279.23

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第128361号

出 版 者: 辽宁美术出版社
地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001
发 行 者: 辽宁美术出版社
印 刷 者: 沈阳海世达印务有限公司
开 本: 787mm×1092mm 1/16
印 张: 22.5
字 数: 500千字
出版时间: 2013年6月第1版
印刷时间: 2013年6月第1次印刷
责任编辑: 范文南 光 辉
技术编辑: 鲁 浪
责任校对: 李 昂
ISBN 978-7-5314-5503-5
定 价: 69.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

《2012—2013 中国品牌年度发展报告》编委会

主 编

凌继尧

执行主编

张晓刚

执行副主编

王伟 张爱红

编写人员（按姓氏笔画为序）

王 伟 王 念 田 倩 张晓刚

张爱红 李义娜 李 丹 余 雷

罗晓欢 胡 敏 桂俊荣

