

品牌是最珍贵的资产 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/288/2021\\_2022\\_\\_E5\\_93\\_81\\_E7\\_89\\_8C\\_E6\\_98\\_AF\\_E6\\_c123\\_288557.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E5_93_81_E7_89_8C_E6_98_AF_E6_c123_288557.htm) 在福建泉州有近3000家运动鞋企业，产品同质化日趋严重，对此，泉州寰球鞋服有限公司总经理陈永培认为，品牌是最珍贵的资产，如果仅凭低廉价格和低端产品打市场，就不会有出路。从1999年开始，泉州不少鞋业企业开展了轰轰烈烈的“造牌运动”，陈永培说，制鞋企业的“造牌运动”是一种进步，它反映了泉州人善于把握历史机遇的商业智慧和“爱拼才会赢”的性格。他认为，目前泉州鞋业尽快走出低端是当务之急，与其说国外企业在卖产品，不如说在卖品牌、卖内涵，泉州鞋要向高端产品迈进。陈永培说，企业有必要在产品研发、品牌推广和营运、品牌保护以及渠道建设的管理上加大投入，脚踏实地做品牌，品牌战略要玩得高明。未来的营销是品牌的竞争，要认清品牌是公司最珍贵的资产至关重要。拥有市场远重要于拥有工厂，而拥有市场的唯一途径是先拥有具有市场优势的品牌。2008年北京奥运会是一个机遇。不专业的体育厂商很容易被淘汰，这将对对中国本土厂商的最大考验，企业要善于借助奥运会打造自己的品牌。陈永培认为，在品牌建设方面，打造自有品牌是一次进步，打造有价值的品牌更是摆在国内运动鞋厂商面前的一个关键问题。要成为国际化品牌，必须选择符合品牌个性的明星代言人，要考虑到明星与企业之间的内在关联性，明星与产品特性的关联性，只有这样，才能打造出国际型的品牌。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)