

萧灼基认为中国树立品牌应在四方面苦下工夫MBA考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E8_90_A7_E7_81_BC_E5_9F_BA_E8_c70_645016.htm 中国有些品牌在一定时期内在国内外市场有了一定的名气，但是由于缺乏持久性，在世界市场上不能长期稳定的发展，这是目前中国品牌管理方面比较突出的问题。中国著名经济学家萧灼基日前在一个经济论坛上说，中国改革开放二十年来已经出现一批明星企业，在国际上有一定知名度，但是实际上具有国际竞争力的国际知名品牌还很少；有些企业增长速度很快，每年在百分之三十以上，但是在世界市场上的占有率还很低；虽然有不少企业在技术上有所进步，但是具有自主知识产权的产品还较少；许多产品虽然是中国制造，但是核心技术还是从国外引进。萧灼基认为，中国树立品牌应在四方面下工夫，首先树立品牌要有长期积累的准备。品牌不是在短时间所能够形成的，树立一个国际名牌需要经过十、二十年甚至一两百年的时间，因此，应该重在长期知识积累、经济积累、能力积累、社会资源积累。来源：www.examda.com 其次，树立国际名牌要处理好企业的利润最大化和信誉最大化的关系。要树立品牌就必须要坚持诚信最大化，要在社会公众中树立诚信形象。第三，要形成国际名牌必须要充分利用多种资源，特别是国际资源，包括国际上的市场资源、资金资源、自然资源等，而利用国际人力资源亦不可或缺。第四，创立国际品牌必须要引进现代的管理经验。在引进国外管理经验的时候，应该考虑到它的实用性和可持续性、可移植性。萧灼基说，有些经验可以移植到中国来，有些经验不一定能够移植

到中国来。工程技术和自然科学没有国界，但是管理科学不仅有共性还有它的特殊性，要与社会制度、社会情况相结合。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