

2011年外销员考试《国际营销》复习资料（十四）PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/646/2021\\_2022\\_2011\\_E5\\_B9\\_B4\\_E5\\_A4\\_96\\_c28\\_646185.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/646/2021_2022_2011_E5_B9_B4_E5_A4_96_c28_646185.htm)

导读：本篇主要讲述国际产品品牌策略、品牌的含义、品牌的构成等内容国际产品品牌策略一、品牌的含义品牌(Brand)它是指用来识别一个（或一群）卖主的产品或服务的某一名词、符号、象征、设计或它的组合。它的基本功能是把不同的企业之间的同类产品区别开来，使竞争者之间的产品不致发生混淆。二、品牌的构成1. 品牌名称(Brand name):是指品牌中可以用语言表达的部分。

品牌标志(Brand mark):是指品牌中可以被认出，但是难于用语言表达清楚的部分。 商标(Trade mark):是经向政府有关部门注册登记后的品牌名称或品牌标志三、品牌特征中国最有价值的品牌四、中国名牌产品评价管理办法必须符合以下10个条件：1、产品符合国家有关法律法规和产业政策规定；2、产品质量在同类产品中处于国内领先水平，市场占有率、出口创汇率、品牌知名度居国内产品前列；3、年销售额、工业成本费用利润率、总资产贡献率居本行业前列；中国名牌产品评价管理办法4、企业具有先进可靠的生产技术条件和技术装备，技术创新、产品开发能力居行业前列；5、产品按照国际先进水平的标准组织生产；相关推荐：#0000ff>2011年外销员考试《国际营销》复习资料（十三）#0000ff>2011年外销员考试各科目复习大纲汇总#0000ff>2011年外销员考试国际营销学概述资料汇总#0000ff>2011年外销员考试《外贸综合业务》章节习题18套 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)