

MBA经典案例研讨：娃哈哈创牌“六真经” 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_MBA_E7_BB_8F_E5_85_B8_E6_c70_646137.htm 品牌是一个地方经济实力的象征。娃哈哈创业23年来，把一个1987年靠三个人借款14万元、为人代销棒冰和汽水起家的校办企业，发展成为中国饮料行业龙头企业，打造了“娃哈哈”这一国内知名、有一定国际影响力的品牌。娃哈哈品牌位列“2009中国品牌榜”第16位、饮料行业第一位，品牌价值高达150亿元。娃哈哈的品牌营销战略可以用“人人买得起，处处看得见，真正有价值，件件有保证，桩桩讲信用，时时尽责任”六句话来概括。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