

2010年初级经济师工商管理预习辅导市场营销与品牌建设(9)  
经济师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文  
[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/647/2021\\_2022\\_2010\\_E5\\_B9\\_B4\\_E5\\_88\\_9D\\_c49\\_647127.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/647/2021_2022_2010_E5_B9_B4_E5_88_9D_c49_647127.htm) 品牌与品牌战略概述 品牌内涵  
1.概念---企业所提供的商品或服务的综合标识。有六层含义：  
属性、利益、价值、文化、个性、使用者。品牌的建立取决于品质、形象、服务。 2.特征 (1)识别性 (2)象征性 (3)排他性 (4)风险性 (5)工具性 (6)价值性 例题：属于品牌的含义有()  
A.属性 B.利益 C.价值 D.文化 E.个性 答案：ABCDE 3.分类 (1)辐射区域----区域、国际、国内品牌 (2)市场地位----领导型、挑战型、追随型、补缺型品牌 (3)生命周期----新品牌、上升品牌、成熟品牌、衰退品牌 (4)价值指向----功能价值、精神价值品牌 (5)使用主题----制造商和中间商品品牌 (6)用途----生产资料和生活资料品牌 (7)价格定位----普通(大众)、高档、奢侈品牌 (8)属性----产品、企业、组织品牌 (9)知名度----驰名、著名、名牌、优质、合格、不合格产品 (10)行业品牌 例题：制造商和中间商品品牌是按()进行分类 A.辐射区域 B.市场地位 C.生命周期 D.使用主题 答案：D 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)