

创新与产业化

提炼品牌核心价值:品牌延伸有效性的重要途径

黄静,彭华东

武汉大学商学院,武汉大学商学院 湖北 武汉 430072

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 有效进行品牌延伸的重要途径是提炼产品品牌核心价值。品牌核心价值能有效缓解品牌延伸引起的消费者心理冲突。品牌核心价值的形成建立在具体的产品和服务的基础上,是对它们的特征进行高度概括和抽象的结果。企业需不断提升品牌的核心价值以提高品牌延伸的有效性。

关键词 [品牌](#) [核心价值](#) [品牌延伸](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2003-09-029](#)

通讯作者:

黄静

作者个人主页: [黄静;彭华东](#)

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(191KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)
- ▶ [文章反馈](#)
- ▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“品牌”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
 - [黄静](#)
 - [彭华东](#)

