

提升我国生鲜猪肉供应企业品牌竞争力的战略思考

Strategic thinking on raising the brand competitive ability of fresh pork supplier in China

投稿时间: 2006-3-31 最后修改时间: 2006-11-5

稿件编号: 20061407

中文关键词: 生鲜猪肉; 品牌竞争力

英文关键词: fresh pork; brand competitive ability

基金项目:

作者	单位
卢凤君	男, 教授, 博士生导师。主要研究方向: 涉农产业链。中国农业大学经济管理学院, 100083。Email: fj_lu@263.net
刘莉	中国农业大学经济管理学院, 北京 100083
张琳	中国农业大学经济管理学院, 北京 100083

摘要点击次数: 5

全文下载次数: 3

中文摘要:

品牌竞争力是企业竞争力的重要组成部分, 提升我国生鲜猪肉供应企业的品牌竞争力有利于增强企业竞争力、促进产业发展升级。该文在文献查阅和实地调研的基础上, 归纳总结了生鲜猪肉的产品特征和市场特征, 在此基础上, 提出并论述了生鲜猪肉品牌竞争力形成需要以质量稳定可靠、数量动态均衡和规模化供给作为基本前提条件, 提出了促进生鲜猪肉供应企业形成这三个条件的策略建议, 为生鲜猪肉供应企业提升品牌竞争力提供了一定的参考和借鉴。

英文摘要:

Competitive ability of brand is a vital part of competitive ability of enterprise, and raising the brand competitive ability is propitious to raising enterprise competence and accelerating industry upgrade. This paper concluded and summarized the product characteristic and market characteristic of fresh pork, and based on these, the three necessary conditions of the formation of brand competitive ability of fresh pork are indicated and discussed. They are the stability and credibility of quality, the dynamic equilibrium of quantity, and certain scale supply, and finally, some strategy suggestions to fresh pork suppliers of how to content these three conditions are given.

[查看全文](#)

[关闭](#)

[下载PDF阅读器](#)

您是第606958位访问者

主办单位: 中国农业工程学会 单位地址: 北京朝阳区麦子店街41号

服务热线: 010-65929451 传真: 010-65929451 邮编: 100026 Email: tcsae@tcsae.org

本系统由北京勤云科技发展有限公司设计