

汪生金, 谢少安.基于2004~2014年WBL统计数据的中国纺织服装 品牌的研究[J].服饰导刊,2015,4(2):4-10

基于2004~2014年WBL统计数据的中国纺织服装 品牌的研究

DOI:

中文关键词: 中国; 纺织服装; 品牌价值

英文关键词:

基金项目:教育部人文社科规划项目(13YJA630108)

作者

单位

汪生金, 谢少安

武汉纺织大学外经贸学院

摘要点击次数: 187

全文下载次数: 205

中文摘要:

注重品牌建设、培育世界品牌是提升企业竞争力的重要途径。中国作为纺织服装生产、出口和消费大国,正面临从传统向创新转型的关键时期。由粗放式的劳动密集型产业向细分、高附加值的品牌化转型是产业发展的必经之路。文章基于世界品牌实验室提供的2004~2014年品牌评估数据,基于中国500个最具价值品牌的占比、品牌平均价值、排名、价值和地区分布的五个维度,从成绩和问题两个层面,对中国纺织服装上榜品牌进行比较分析,认为中国纺织服装品牌需要政府、行业和企业三方面共同努力,打造中国纺织服装品牌走向世界的环境和条件,培养出中国的世界级服装设计师、品牌大师,才可以实现中国纺织服装品牌的强国之梦。

英文摘要:

[查看全文](#) [查看/发表评论](#) [下载PDF阅读器](#)

关闭

您是第194640位访问者

鄂ICP备15000386号-2

版权所有:《服饰导刊》编辑部 技术支持:北京勤云科技发展有限公司