

区域科学发展

政府视角下以区域联想为核心的区域品牌伞构建研究

马向阳, 辛荣

天津大学 管理与经济学部, 天津 300000

收稿日期 2012-11-2 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 为了应对区域品牌建设中出现的一系列问题, 区域管理者们不得不采取新的策略来发展区域经济。某些地区已经尝试将品牌伞策略应用于区域品牌的建设, 构建区域品牌伞。探讨了以区域联想为核心的区域品牌伞的基本架构, 并提出了影响作为区域品牌伞核心价值的区域联想可转移性维度。在国内外相关研究基础上, 通过定性分析, 提出区域品牌伞就是将区域品牌撑开成为伞状品牌, 直接和产品相结合, 作为其品牌或品牌一部分, 构建一个以区域品牌为上层品牌, 涵盖区域内一系列产品或品牌的区域品牌层级结构; 影响区域联想可转移性的维度包括: 强度、独特性、相关性、相似性、偏好性及抽象性。

关键词 [品牌伞](#) [区域品牌伞](#) [区域联想](#) [可转移性](#)

分类号 [F274](#)

DOI: [10.6049/kjbydc.2012080464](#)

引用本文: 马向阳, 辛荣. 政府视角下以区域联想为核心的区域品牌伞构建研究[J]. 科技进步与对策, 2013, 30(15): 46-51.

对应的英文版文章: [2013-15-009](#)

通讯作者:

马向阳

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(1080KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(OKB\)](#)
- ▶ [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](#)

相关信息

- ▶ [本刊中包含“品牌伞”的相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
 - [马向阳](#)
 - [辛荣](#)