

营销与服务

整体视角下的复合-层级品牌知识模型研究

蒋廉雄,吴水龙

1.中山大学国际商学院; 2.北京理工大学管理与经济学院

摘要: 以真实消费者为样本对整体视角的品牌知识模型进行了检验。研究发现, 品牌知识在内容上具有由品牌原型、基于产品、基于沟通体验和基于社会的品牌知识等13个维度构成的复合体系, 在结构上具有品牌水平、属性水平的层次结构, 品牌原型在知识组织中具有关键作用。研究结果为企业在营销日趋复杂化情形下开展品牌知识管理以提高营销产出提供了指引。

关键词: 品牌知识 品牌资产 品牌原型 品牌效应 品牌态度

Assessment the Sources of Brand Effects: A Model with Multi Dimensions and Hierarchical Structure from Holistic Perspective

JIANG Lianxiong,WU Shuilong

1.Sun Yat Sun University, Guangzhou, China; 2. Beijing Institute of Technology,Beijing, China

Abstract: This article examines the holistic brand knowledge model with the real consumer sample. The content of brand knowledge is a composite system classified into thirteen dimensions under typology of brand prototype, product based knowledge, communication and experience based knowledge, and society based knowledge. Its structure is organized at levels of brand and attribute, in which brand prototype has main effects. The result provides implications to how companies conduct brand knowledge management to enhance marketing productivity in the case of marketing gets increasingly complicated.

Keywords: brand knowledge brand equity brand prototype brand effect brand attitude

收稿日期 2013-06-12 修回日期 网络版发布日期

DOI:

基金项目:

国家自然科学基金资助项目(71372152, 71372017, 71272193); 广东省学科与专业建设专项资金资助项目(2013WYXM0002)

通讯作者: 蒋廉雄(1963~), 湖南邵阳人。中山大学(广州市 510275)国际商学院营销学副教授, 博士。研究方向为战略品牌管理。

作者简介:

作者Email: pusjlx@mail.sysu.edu.cn

参考文献:

本刊中的类似文章

1. 陈振东.基于CBBE视角的品牌年轻化研究: 以品牌个性和品牌忠诚为视角[J]. 管理学报, 2009,6(7): 972-
2. 柴俊武.品牌信任对品牌态度、契合感知与延伸评价关系的影响[J]. 管理学报, 2007,4(4): 425-
3. 原永丹, 董大海, 刘瑞明, 金玉芳.品牌联合的研究进展[J]. 管理学报, 2007,4(2): 243-
4. 王永贵, 沈金英, 石贵成, 张华光.品牌资产如何驱动顾客关系管理绩效——基于分解法视角的实证研究[J]. 管理学报, 2005,2(6): 706-
5. 黄韞慧, 施俊琦.并购事件对被并购品牌的内隐和外显态度影响[J]. 管理学报, 2011,8(01): 103-
6. 张峰.基于顾客的品牌资产构成研究述评与模型重构[J]. 管理学报, 2011,8(4): 552-
7. 赵红, 张莎.消费者信心对顾客资产驱动因素与顾客忠诚意向关系的调节作用研究 ——以银行业为例[J]. 管理学报, 2012,9(11): 1643-

扩展功能

本文信息

- ▶ Supporting info
- ▶ PDF(1601KB)
- ▶ [HTML全文]
- ▶ 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

本文关键词相关文章

- ▶ 品牌知识
- ▶ 品牌资产
- ▶ 品牌原型
- ▶ 品牌效应
- ▶ 品牌态度

本文作者相关文章

PubMed

反馈人	<input type="text"/>	邮箱地址	<input type="text"/>
反馈标题	<input type="text"/>	验证码	<input type="text"/> 3307