

科技进步理论与管理

论品牌营销中的风险控制

陈建新, 姜海

华南理工大学工商管理学院, 华南理工大学工商管理学院 广东广州510640

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 介绍了品牌风险和品牌风险控制的概念, 分析了品牌风险的主要来源, 阐述了品牌营销中风险控制的3个基本策略。

关键词 [品牌](#) [营销](#) [风险](#) [风险控制](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2004-11-030](#)

通讯作者:

陈建新

作者个人主页: [陈建新](#); [姜海](#)

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(189KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(OKB\)](#)
- ▶ [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
 - [陈建新](#)
 - [姜海](#)

