

科技进步管理

小品牌困境及对策

青平

华中农业大学文法学院 湖北 武汉 430070

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 作为市场中弱势品牌的小品牌很容易遭遇困境。产品品质、市场选择、市场进入时间、早期营销策略和消费习惯等诸因素都能引起小品牌困境。摆脱小品牌困境应充分照顾不同产品、不同市场的特点,基本对策包括实行差异战略、寻求新的目标市场、采用价格渗透战略和开展富有特点的营销活动。

关键词 [小品牌困境](#) [目标市场](#) [差异战略](#) [营销](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2003-01-033](#)

通讯作者:

青平

作者个人主页: [青平](#)

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(121KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [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“小品牌困境”的 相关文章](#)
- ▶ [本文作者相关文章](#)
- ▶ [青平](#)

