

探索与争鸣

品牌忠诚度——利润模型与品牌策略矩阵分析

赵定涛,陈世吉

中国科学技术大学 商学院,中国科学技术大学 商学院 安徽 合肥 230052

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 从不同类型消费者品牌忠诚度的角度对品牌延伸策略和多品牌策略进行研究,建立了品牌忠诚度--利润模型和
品牌策略选择矩阵。

关键词 [多品牌](#) [品牌延伸](#) [品牌忠诚度](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2004-08-065](#)

通讯作者:

赵定涛

作者个人主页: [赵定涛,陈世吉](#)

扩展功能

本文信息

▶ [Supporting info](#)

▶ [\[PDF全文\]](#)(140KB)

▶ [\[HTML\]](#)(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“多品牌”的 相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

· [赵定涛](#)

· [陈世吉](#)

