

企业管理创新

在华跨国公司品牌的本土化战略选择

曹艳爱,

广东金融学院工商管理系;

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 跨国公司品牌在我国近20年的本土化进程中,一些跨国公司通过品质认同、人力资源本土化和文化融入等品牌战略执行的成功,抓住机会形成了优势;一些跨国公司则因合作选择、理念目的水土不服等品牌战略执行的失误,面临威胁处在了劣势。在总结这些跨国公司品牌本土化过程成功经验和失败原因的基础上,提出了跨国公司本土化战略的具体实施路径。

关键词 [跨国公司品牌](#) [本土化战略](#) [文化融入](#) [利益均衡](#) [风险防范](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2009-10-019](#)

通讯作者:

曹艳爱

作者个人主页: [曹艳爱](#);

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(103KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [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“跨国公司品牌”的相关文章](#)
- ▶ [本文作者相关文章](#)
- [曹艳爱](#)
-

