

| | |
|--------|---|
| 【作者】 | 付振龙 |
| 【单位】 | 天津大学管理学院，天津 |
| 【卷号】 | 37 |
| 【发表年份】 | 2009 |
| 【发表刊期】 | 29 |
| 【发表页码】 | 14420-14423 |
| 【关键字】 | 化肥企业；转轨时期；品牌建设 |
| 【摘要】 | 借助品牌经济学基本原理，研究了转轨时期我国化肥企业品牌建设的机制与模式。首先提出了转轨时期我国化肥企业品牌建设的根本任务；其次围绕持续盈利这个核心，从6个要素构建了品牌建设机制模型，并依次分析了各个要素对化肥企业持续盈利的作用机理；在此基础上，提出了转轨时期我国化肥企业品牌建设的模式。 |
| 【附件】 |  PDF下载 <input type="button" value="PDF阅读器下载"/> |

关闭