

农业信息化

区域品牌建设与农产品竞争力

瞿艳平[1,2] 徐建文[2]

[1]西北农林科技大学经济管理学院,陕西杨凌712100 [2]湖南商学院,湖南长沙410205

摘要:

区域品牌是指一个区域内一群生产经营者所用的公共品牌标志;农业生产的区域性特征,决定了区域品牌在农产品生产、经营过程中的重要地位。阐述了区域品牌的基本特征,区域品牌对区域农产品竞争力的作用,并分析了目前区域品牌存在的问题,提出创建区域品牌策略的新思路。

关键词: 区域品牌 特征 农产品竞争力 问题 对策

Regional Brand Construction and Competitive Ability of Agricultural Products

QU Yan-ping, XU Jian-wen

1. College of Economy and Management, Northwest Sci-Tech University of Agriculture and Forestry, Yangling, Shanxi 712100, China|2. Hunan Business College, Changsha, Hunan 410205, China

Abstract:

The regional brand refers to the public brand sign which a group of managers use in an area; Regional characteristic of agricultural production determine the status of regional brand during agricultural product's production and management. This paper has explained the essential features of the regional brand, and functions of competitive ability of regional agricultural products, and analysed the existing problems of regional brand, offered a new thinking of constructing regional brand tactics.

Keywords: regional brand characteristics competitive ability of agricultural products problems countermeasures

收稿日期 2005-04-06 修回日期 2005-06-13 网络版发布日期

DOI:

基金项目:

通讯作者:

作者简介: 瞿艳平|男|1969年生|博士生; 研究方向: 品牌竞争力。

作者Email:

参考文献:

本刊中的类似文章

文章评论

反馈人	<input type="text"/>	邮箱地址	<input type="text"/>
反馈标题	<input type="text"/>	验证码	<input type="text" value="4297"/>

扩展功能

本文信息

Supporting info

PDF(226KB)

[HTML全文]

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

本文关键词相关文章

区域品牌 特征 农产品竞争力 问题 对策

本文作者相关文章

PubMed