# 乡镇村级三资监管工作总结

来源：网络 作者：心如止水 更新时间：2024-11-24

*摘要:近年来，我国企业实施品牌战略取得了显著成效，但是，企业在实施品牌战略上缺乏紧迫感，对实施品牌战略的理论缺乏，品牌营销空白，缺乏相应的机制等问题影响企业实施品牌战略｡解决这些问题的对策是建立和完善企业制度，树立企业的品牌战略意识，准确地...*

摘要:近年来，我国企业实施品牌战略取得了显著成效，但是，企业在实施品牌战略上缺乏紧迫感，对实施品牌战略的理论缺乏，品牌营销空白，缺乏相应的机制等问题影响企业实施品牌战略｡解决这些问题的对策是建立和完善企业制度，树立企业的品牌战略意识，准确地进行市场定位，运用资本经营和充分利用信息网等｡ 关键词:企业;品牌战略;市场 随着市场经济的深入发展，企业间的竞争已由过去的质量､价格竞争转变为质量､品种､信誉､企业形象和服务水平等综合素质的竞争，进而发展为品牌､品牌战略的竞争｡谁能创出品牌，谁就拥有了称雄市场的资本，也就能够独占鳌头｡之所以如此，是因为品牌具有不可估量的“多米诺骨牌效应——品牌效应”｡所谓品牌效应，就是质量､信誉的影响力，是产品满足社会而获得的经济效果｡本文即对我国企业实施品牌战略存在的问题及对策进行探讨｡

一、品牌战略在我国企业运作的问题 目前，我国企业在实施品牌战略上的情况是怎样的呢?从总体来说，对实施品牌战略､发展自己的品牌商品还是刚刚意识到｡这种意识一是来源于政府的引导，二是来源于市场竞争的实践｡特别是市场的实践，使许多企业在日趋激烈的市场竞争中，使尽各种竞争招数左冲右突而难以奏效，而看到一些同行另辟蹊径，发展自己的品牌商品却连连获胜｡在上海，就有三枪牌内衣､开开牌服饰､古今牌胸罩､真丝大王､爱建衣料，等等｡这些企业，由于发展了自己的品牌商品，而使企业在同样激烈的竞争中，杀出重围，转眼之间，发展成为令人惊羡的大企业｡更有春兰牌空调，已经踏上了世界的征程｡于是许多企业觉悟到，市场经济发展到今天，再走传统的道路不行了，应走现代经营之路，去实施和推进品牌战略，发展自己的品牌商品｡但是，企业意识到品牌战略是一回事，在付诸实践时又是一回事｡当前，我国企业在实践品牌战略上存在着不容忽视的一些问题｡主要是: 1.缺乏实施品牌战略的紧迫感 许多企业领导认为，实施品牌战略是一个系统工程，不是一蹴而就的，需要慢慢来｡当前最要紧的是把销售抓上去，其他的事都要放一放｡把销售抓上去诚然重要，但怎样抓上去呢?不是已采取了各种扩销､促销措施都收效不大吗?与其屡战屡败，倒不如狠下心来研究品牌战略，从这里找寻突破口，从而找准方向｡商业企业应有实施品牌战略的紧迫感｡ 2.不知从何着手 或囿于实施品牌战略的理论缺乏，或囿于企业实施品牌战略､发展自己的品牌商品的物质条件不充裕，一些企业在当前实施品牌战略时茫然无措｡其中，一个迷茫的举动是想看别人怎么做，特别是自己的同行搞什么品牌，然后去跟着学样｡其实，这是最要不得的｡因为，实施品牌战略是一个崭新的知识，并没有太多现成的东西可以照搬｡再说，创新本身就是追求一个新字，要各显神通｡万事要抱定一个宗旨，从自己的实际出发｡唯有从实际出发，才能开发出自己的具有个性的品牌商品来，那

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找