

学校编码: 10384

分类号: _____ 密级: _____

学 号: 200215173

UDC _____

厦 门 大 学
硕 士 学 位 论 文

味 丹 调 味 品 品 牌 建 设 策 略

The Brand Building Strategy of Vedan Condiment

张 继 周

指导教师姓名: 林志扬 教授

专 业 名 称: 工商管理 (MBA)

论文提交日期: 2005 年 2 月

论文答辩日期: 2005 年 3 月

学位授予日期: 2005 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2005 年 3 月

味丹调味品品牌建设策略

张继周

指导教师：林志扬
教授

厦门大学

厦门大学学位论文原创性声明

学位论文 人 导师指导
人 论文 人
文 人 论
文

人 :
年 月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

论文摘要

会 品牌 品牌
品牌建设
年 调味品 味丹
90年 大 味丹调味品
味丹 调
品牌建设 导
文 品牌 分 味丹调味品品牌 品
牌 品牌 位 品牌 品牌建设策略 品牌策略
文 分 :
品牌 论 品牌 品牌 品牌
品牌 分 分 调味品 味丹
主 味 味丹
品牌 分
品牌策略 品牌 品牌 位 品牌
味丹调味品品牌策略
品牌策略 品牌 品牌 味丹
调味品品牌策略
: 调味品 品牌建设

Abstract

Along with the development of social economy, market competition has stepped into brand competition era. Brand has been the necessary edge tool for enterprises to win market competition, while brand building is the best safeguard for them to maintain sustainable development.

Condiment industry has been developing rapidly during recent years, while the market competition has been increasingly fierce. Taiwan Vedan group entered the mainland of China in 1990's. During its early stage, Vedan condiments grew rapidly. But when the market environment changed, Vedan company couldn't duly adjust its operation accordingly, especially in brand-building field. Therefore the company has encountered its development bottleneck.

This article starts from brand scanning, analyzing the status of Vedan condiment brand, based on which the article analyzes and determines the brand-building strategy, including brand structure, brand positioning, and brand identity. At last, the article concludes with the implementation of brand strategy.

This article is divided into four chapters:

Chapter one is about theories of brand, explaining the cause of brand competition, brand conception and the typical brand operation practices.

Chapter two scans Vedan brand. We analyze condiment industry and MSG industry, as well as the status of Vedan company and the Vedan condiment brand capital.

Chapter three develops Vedan brand-building strategy, elaborating brand structure, brand positioning, and brand identity.

Chapter four explains how to implement the brand-building strategy, from the points of brand communication and brand management.

Key words: Condiment Brand Building.

目 录

前 言.....	1
第一章 品牌理论与实践.....	3
第一节 品牌概述.....	3
第二节 品牌经营实践.....	7
第二章 味丹调味品品牌建设现状分析.....	10
第一节 调味品行业分析.....	10
第二节 味精行业分析.....	13
第三节 味丹调味品品牌状况.....	20
第三章 味丹调味品品牌策略.....	33
第一节 品牌结构设计.....	33
第二节 品牌定位.....	39
第三节 品牌识别规划.....	47
第四章 味丹调味品品牌策略实施.....	51
第一节 品牌传播.....	51
第二节 品牌管理.....	59
参 考 文 献.....	63
后 记.....	65

厦门大学博硕士学位论文摘要库

前 言

年 会 会
品牌
品 大 品牌
品 品牌 级 品牌
品牌 会主席 指 ； 位 品牌
味丹 调味品 主 品 味
年 味丹 大 建
味丹味 品
年 大 味
味丹 味 人
丹味 调味品 继
大 大
味丹 品牌建设 调味品
品牌 味丹调味品
品牌建设 文 味丹调味品品牌 分

品牌策略
品牌建设

品牌策略
建

分

味丹调味品

厦门大学博硕士论文摘要库

第一章 品牌理论与实践

第一节 品牌概述

一、品牌竞争是时代发展的要求

BRAND 品牌

品牌

品

品牌

品牌

品牌

大

大

品牌

大 :

品

学

类 品

品

品

分

品

品

会

分

人

:

品

分

品

略

味

品牌

品
2

品 分

人

人 年

人

品
品

品

品牌

品

品牌

品

品

3

位

大

品

大

大

张

大

大大

位

大

大

品

品牌

品牌

品牌

大

品牌

年

品牌

大

品牌

品牌

文

大

大

品牌

品牌

大 品牌号

张

5 品 周

品 周

品大

品

品

人

周

月

品

品牌

略

品

品牌

品牌

品

二、品牌概念及其发展

品牌

品牌

品牌

品牌

大

品牌

品牌

志

品牌

分

指

会

0年

学

品牌

:

品

号 设

品

学

大

人

品牌

品牌 志 志
 品牌 主 号 品类
 品类 品 指
 牌

2 品牌 号 大 品
 品 品 品
 号 品 品 品牌
 号 评 品
 2 品牌
 品牌 志
 品 品牌 会
 品 品
 品牌

品牌 论 人大 品牌
 : 品牌 品
 论 3 年

人
 品牌 论 品 品牌
 品牌 品牌
 品牌 品牌
 指 建 品牌

3 品牌
 人 学 品牌 年

教授 品牌 人 品牌
品牌 教授 论 品牌 品
分 调 品牌
品牌
品牌 指 品牌 品 品牌 品
品牌 品
主 品 品 品 人
评 人 论 品牌 号
品牌 品 品牌

第二节 品牌经营实践

品牌 论 人 品牌 品牌
品牌 策 大
品牌 品牌 大
品牌

一、奥美的“品牌管家”

继 品牌 2
 年 品牌
 人 品牌 味
 品牌 品牌
 主 品牌 分 : 建 品牌
 品牌 品牌 品牌
 品牌 品牌 分 :
 品牌 品牌 品牌 品牌 品牌 品牌
 建 品牌
 品牌 品牌
 员 人员 品牌 品牌

二、达彼斯的“品牌精髓”

品牌 品牌 20
 0 年 50 年 调 继
 品 品牌 品牌
 味 品牌 主张
 品牌
 分 品牌 品牌
 品牌 分 品牌
 策

三、精信的“品牌性格”

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库