**经济学院同等学力申请硕士学位论文写作信息采集表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 资格卡号 | 81040368 | | | 姓 名 | | 张安琪 | | |
| 所在地区 | 武汉 | | | 申硕专业 | | 企业经济学 | | |
| 联系电话 | 15527745170 | | | 电子邮箱 | | 1578850215@qq.com | | |
| 本科毕业院校 | 武汉理工大学华夏学院 | | | 本科专业 | | 工业设计 | | |
| 工作单位 | 湖北培根文化股份有限公司 | | | 职 务 | | 资深设计 | | |
| 个人简介和  工作经历 | 本人从事各行业设计工作10余年，前期一直从事产品设计相关工作，至17年进入湖北培根文化股份有限公司，开始接触品牌设计。  个人觉得品牌设计其实是一个跨学科的专业，是商业、艺术、工程的结合。既包含艺术修养又凌驾于商业维度之上。从设计的角度去诠释品牌，可以理解为通过各种视觉表达方式将企业灵魂形象用图形化的符号来传达。而如何实现并把握这种诠释的准确度，就需要经济学以及产品设计的专业支持。  设计是创造生活、塑造生活的一种视觉手段，而经济学是灵魂、是源头，可以帮助更好的表达生活。 | | | | | | | |
| 科研成果 | 是否  发表 | 是 | 是否  第一作者 | | 是 | | 发表  字数 | 3733 |
| 发表文章题目 | 企业品牌联盟战略内在机制的经济分析 | | | | | | | |
| 发表文章刊物 | 《商情》国内统一刊号CN13-1370/F；国际标准刊号ISSN 1673-4041 | | | | | | | |
| 发表文章内容简介 | 作为企业发展的一个重要方向，品牌联盟战略对于企业的联合发展至关重要，之前的研究更多的从表面现象上来分析联盟战略的发展，而缺乏本质上的分析，为此作者紧密围绕着企业品牌联盟战略内在机制的经济分析开展了两方面的研究工作，首先开展了品牌联盟战略的内在驱动力研究，然后开展了品牌联盟战略的成本效益分析，研究成果对于企业的品牌联盟战略选择具有一定的指导意义。 | | | | | | | |

|  |  |
| --- | --- |
| 拟定学位论文  写作方向 | 品牌经济 |
| 拟定学位论文选题背景意义内容摘要 | 2020年春节期间中国遭遇“新冠疫情”爆发，全国按下暂停键导致国内零售业、旅游业、餐饮业等均受打击，市场蒸发过万亿元。为了刺激低糜经济，一味降低价格不仅不会促进企业增收，并且待到经济恢复，企业又会面临涨价难的现象，甚至，持续上涨的成本只会加重企业的亏损，一旦到了零界点，可能还未等到经济恢复，企业便不得不面临宣布破产的局面。面对如此困境，需要政府的大力扶持，来稳定动荡的经济格局，同时企业必须从自身出发，重视品牌势能，并快速调整产业结构，从根本上为企业增收打下坚实基础，以此来应对新市场新环境。  2017年4月24日国务院正式批复将5月10日确定为中国品牌日，明确品牌经济建设是新时代供给侧改革的一项重要工作。  2021年3月国家知识产权局出台了《2021年全国知识产权行政保护工作方案》，为进一步提升知识产权行政保护的质量、效率和水平，持续营造良好创新环境和营商环境，为贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展提供有力保障。  根据国家知识产权局公布2021年2月份知识产权主要统计数据，与2020年2月数据对比，发明专利授权量同比增长71.62%；实用新型专利授权量同比增长55.03%；外观设计专利授权量同比减少8.39%。这一数据也正体现了在政策的支持下，企业开始发展自身创新实力，避免不同企业之间相互模仿和借鉴对方成功的做法，导致市场的同质化趋势日益明显，这不仅有效抑制价格战导致的产业市值损失，也提高了企业品牌势能建设，通过创新人为制造竞争优势，用创新来刺激消费、活跃市场，为企业增收打下坚实的基础。 |
| 拟定学位论文题目 | 品牌势能对企业增收的促进作用 |
| 拟定学位论文提纲 | 摘要：  2020年春节期间中国遭遇“新冠疫情”爆发，全国按下暂停键导致国内零售业、旅游业、餐饮业等均受打击，市场蒸发过万亿元。为了刺激低糜经济，一味降低价格不仅不会促进企业增收，并且待到经济恢复，企业又会面临涨价难的现象，甚至，持续上涨的成本只会加重企业的亏损，一旦到了零界点，可能还未等到经济恢复，企业便不得不面临宣布破产的局面。面对如此困境，需要政府的大力扶持，来稳定动荡的经济格局，同时企业必须从自身出发，重视品牌势能，并快速调整产业结构，从根本上为企业增收打下坚实基础，以此来应对新市场新环境。  2017年4月24日国务院正式批复将5月10日确定为中国品牌日，明确品牌经济建设是新时代供给侧改革的一项重要工作。  2021年3月国家知识产权局出台了《2021年全国知识产权行政保护工作方案》，为进一步提升知识产权行政保护的质量、效率和水平，持续营造良好创新环境和营商环境，为贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展提供有力保障。  根据国家知识产权局公布2021年2月份知识产权主要统计数据，与2020年2月数据对比，发明专利授权量同比增长71.62%；实用新型专利授权量同比增长55.03%；外观设计专利授权量同比减少8.39%。这一数据也正体现了在政策的支持下，企业开始发展自身创新实力，避免不同企业之间相互模仿和借鉴对方成功的做法，导致市场的同质化趋势日益明显，这不仅有效抑制价格战导致的产业损失，也提高了企业品牌势能建设，通过创新人为制造竞争优势，用创新来刺激消费、活跃市场，为企业增收打下坚实的基础。  论文结构  目录   1. **绪论**   **1.1研究背景与意义**  1.1.1研究背景  疫情、同质化、经济低糜  1.1.2研究意义  研究意义  品牌是企业的无形资产，其价值高于产品价值。是企业文化的亮化，也是与消费者之间建立的一种共鸣。是企业发展的必然结果。  **1.2文献综述**  当前今后经济发展的主要驱动力是创新，品牌势能作为创新与企业价值的中介变量，关系着企业的生存与发展。  利用时间序列数据（品牌经济榜——企业营收数据）得出品牌经济对企业营收贡献，再对品牌势能进行假设，得出广告、服务、创新三个变量，利用变量数据对多元回归模型企业增收=β0+β1广告+β2服务+β3创新+U进行普通最小二乘估计，通过实证得出结论品牌势能促进企业增收。  **1.3理论基础**   1. 3.1产业发展理论   通过创新改变完全竞争市场的市场低价，进入垄断竞争市场，并收取垄断高价，进促进企业增收。  1.3.2知识产权外部性理论  专利政策——垄断高价  以及相应专利补贴、税收减免等  吸引更多消费者  促企业增收  **1.4研究思路与框架**  数据——时间序列（品牌起始、专利法起始）  计量模型——多元回归  **1.5创新点与不足**  **第二章国内企业品牌经济发展的规模、现状与发展模式**  2.1我国企业品牌经济发展规模  2.2我国企业品牌经济发展现状  大公司——根基稳固、多元化、品牌联盟、广告投资成本高  小公司——创新、人力资本、聚焦发展单一经济、灵活性强  2.3品牌经济发展模式  线上、线下——IP  **第三章品牌势能对企业增收的促进作用机制分析**  **3.1成本机制**  视觉投资（新技术）、广告（宣传）——增加成本  但独特的产品风格、高质量和设计包装增加竞争优势，价值增值，提高价格同时增加销售额。  **3.2价格机制**  价值增值  **3.3就业机制**  新服务岗位，扩大就业，吸纳资源，提供良好服务，带来良好的品牌体验，提高声誉  **3.4产业升级机制**  稳固品牌的市场地位，带领品牌不断创新，适应新形势新环境，以时机扩大市场规模，为品牌创新收。  **第四章品牌势能对企业增收的促进作用的研究假设、模型设定及数据说明**  **4.1品牌势能对企业增收的促进作用定性分析与研究假设**  4.1.1品牌势能对企业增收的促进作用定性分析  直接带动——价值增值  间接带动——吸引新群体  4.1.2品牌势能对企业增收的促进作用研究假设  **4.2品牌势能对企业增收的促进作用变量选取与模型设定**  **品牌势能三个变量**  X1：广告（视觉）与企业增收成正比  X2：服务（人才培养——文化价值）与企业增收成正比  X3：创新（产业升级——研发——专利）与企业增收成正比  多元回归模型：企业增收=β0+β1广告+β2服务+β3创新+U  **4.3数据、变量说明与描述性统计**  4.3.1数据来源与变量说明  4.3.2各变量的描述性统计  **第五章品牌势能对企业增收的促进作用实证分析**  5.1变量的相关检验  5.2模型实证结果  5.3进一步研究  5.4实证分析结论  **第六章品牌势能对企业增收的促进作用政策建议**  **6.1加强品牌建设（视觉、创新）**  **6.2重视人才培育（服务）**  **6.3促进品牌合作（产业升级）**  **6.4推动大小品牌协同发展**  大——发展稳固  小——灵活性强  **第七章结论**  7.1基本结论  7.2未来展望  **参考文献**  **致谢** |
| 论文素材、数据及参考书目 | 杨延村.品牌联盟执行战略—企业视角分析[J].科学决策，2010，02：63-71  刘婕文.品牌联盟与市场销售商的互赢战略[J].家具与室内装饰，2004，05：94-96  科特勒.市场营销原理与实践（第16版） |

**注：1、请认真填写各项信息，根据学员相关情况和拟定论文方向，由院系统一分配指导老师。**

**2、论文写作和答辩期限以成绩单里“考试日期”列中最后一个日期开始计时，一年半内必须完成，期间只能选择一个时间节点答辩，逾期视为自动放弃答辩资格，学位申请无效，无法延期。**