

澳 门 大 学
社会及人文科学学院
公共行政硕士论文

论公共企业的品牌战略与政府关系

——以上海航空股份有限公司为个案分析

论文撰写人：周 斌

学 号：M-A2-6947-1

论文导师：孙关宏 教授

完成日期：2004 年 8 月

目录

图次	ix
表次	x
第一章 绪论	1
第一节 研究目的和意义	1
第二节 论文理论依据、研究方法与内容结构	3
第二章 公共企业与政府关系的一般理论	6
第一节 公共企业的含义	6
第二节 公共企业与政府关系的历史演变	7
第三节 公共企业与政府的关系	8
一、公共企业与政府的基本关系	8
二、政府对公共企业的管理行为	9
第三章 品牌战略的基本概念及理论	12
第一节 品牌概述	12
一、品牌的定义	12
二、品牌的特征与作用	12
三、品牌的产生与发展	13
第二节 品牌战略与公共企业	14
一、品牌战略的定义	14

二、品牌战略在公共企业中的作用·····	15
第四章 公共企业品牌战略与政府关系的发展历程·····	17
第一节 走向市场 求得生存发展·····	17
第二节 转换机制 建立品牌基础·····	19
第三节 谋求战略联盟 品牌战略实施·····	23
第五章 政府推动与公共企业品牌战略的实施·····	26
第一节 政府政策支持 开拓企业创新概念·····	26
一、企业创新的基本理论·····	26
二、企业品牌创新·····	28
第二节 市场完善 严格质量管理·····	32
一、企业质量管理的基本理论·····	32
二、建立企业与社会综合监督、评价体系·····	34
第三节 政府宏观调控 拓展品牌市场·····	35
一、国际化发展目标·····	35
二、形成有效企业品牌体系·····	39
三、加强企业文化建设·····	41
第六章 品牌战略的提升与政府职能转型·····	44
第一节 企业发展 提升品牌战略·····	44
一、整合整体资源 构建品牌优势·····	44

二、调整管理模式 创造品牌国际化·····	45
第二节 加快改革 转变政府职能·····	47
一、政府职能转变的实质·····	47
二、转变观念 转变职能·····	48
结论 构建新型的政府与公共企业关系模式·····	51
一、构建新型政企关系理论意义·····	51
二、构建新型政企关系模式·····	52
参考文献·····	56