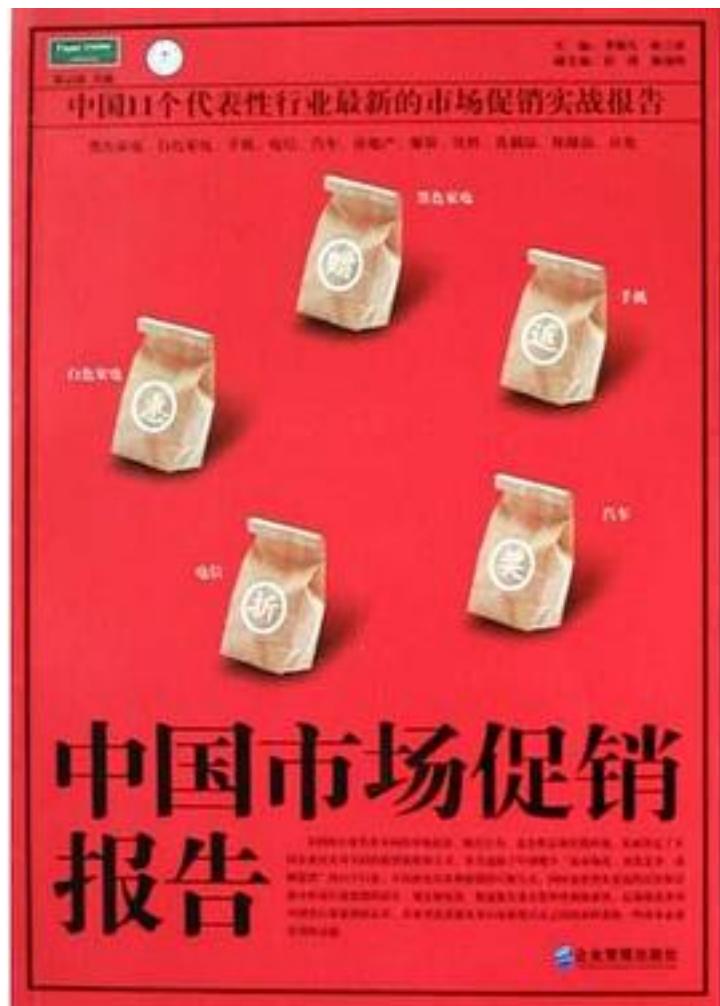


中国市场促销报告



[中国市场促销报告 下载链接1](#)

著者:李颖生

出版者:企业管理出版社

出版时间:2004-8-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787801970947

不同的行业有着不同的市场需求、购买行为、竞争状态和营销环境，从

而决定了不同企业应采用不同的促销策略和方式。本书选取了中国现今“高市场化、高度竞争、高频促销”的11个行业，不仅研究其各种促销技巧和方式，同时也希望从更高的层次探讨和分析该行业促销的得失、观念和发展。

整篇报告重在资料性和探索性，以加深读者对中国各行业促销的认识，并希望读者能从各行业促销方式之间的异同获取一些对本企业有用的灵感。

作者介绍：

目录: 前言
一 白色家电
二 黑色家电
三 手机
四 电信
五 汽车
六 房地产
七 服饰
八 饮料
九 乳制品
十 保健品
十一 日化
· · · · · (收起)

[中国市场促销报告 下载链接1](#)

标签

商业市场营销李颖生

MBA-营销管理

评论

[中国市场促销报告 下载链接1](#)

书评

[中国市场促销报告 下载链接1](#)