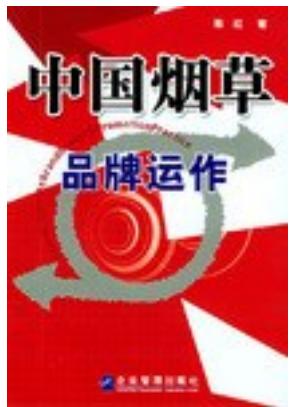


中国烟草品牌运作



[中国烟草品牌运作 下载链接1](#)

著者:陈红

出版者:企业管理出版社

出版时间:2005-1

装帧:

isbn:9787801971791

烟草行业是一个特殊的行业。一方面，由于其产品对人体健康的影响，世界各国都对它采取控制举措；另一方面它所带来的高利润、高税收，又使得政府对它难以完全割舍。其间的微妙使得烟草品牌的发展也处于一个特殊的环境中。随着WTO的加入，外烟将大举涌入中国，这必然使得原本就战事正酣的中国烟草市场竞争更加激烈。

本书所涉及的内容是在开展与实施其品牌战略整合传播系统设计与运作相关课题过程中形成的成果，我们希望通过努

作者介绍:

目录: 第一篇 中国烟草大市场 第一章 中国烟草行业概况 第二章
中国烟草市场面临的挑战 第三章 大品牌战略，谋求中国烟草大发展 第二篇
烟草品牌创建 第四章 整合的品牌动作思想
第五章 烟草品牌运作模式探析 第三篇 烟草品牌运作操作工具 第六章 烟草品牌目标定位
第七章 烟草品牌

· · · · · (收起)

[中国烟草品牌运作 下载链接1](#)

标签

评论

[中国烟草品牌运作 下载链接1](#)

书评

[中国烟草品牌运作 下载链接1](#)