

营销宣传策划



[营销宣传策划_下载链接1](#)

著者:郭羽

出版者:江西人民

出版时间:2005-5

装帧:

isbn:9787210030843

本书系《中国营销攻略》丛书之一。本书作者经过多年的潜心研究，把中国市场近10年

来发生的商业事件从营销的视角加以解析，可谓是集目前中国市场上营销新闻宣传的大成。它对企业如何巧妙地运用媒体宣传自己的品牌极有参考价值。

凡天下强国，非秦而楚，非楚而秦。横成则秦帝，纵成即楚王。在烽烟起，七雄争霸的战国后期，出现了以苏秦张仪为代表的合纵连横的战略思想。它调整了弱国之间和弱国与强国间的关系，在某种程度上实现了势力的均衡。环顾当下商战之中国，无不如群雄逐鹿中原。初是跨国公司如宝洁、联合利华进军中国市场发动兼并，欧莱雅收购著名品牌小护士等形成合纵之势。而后是我国各汽车企业开始大规模的整合，第一汽车集团和天津汽车集团重组，一汽控股天汽的优良资产——夏利股份公司，随后又控股了四川旅行车厂；东风与日产签署全面合作协议；上汽、通用和柳州五菱三方投资成立上汽通用五菱汽车股份有限公司等。一番惊心动魄的重组大战后，中国汽车产业新的格局已经初步实现连横战略。交通银行、中信实业银行、光大银行、兴业银行都已提交上市申请，引资收购、兼并中小金融机构，加速低成本扩张之道，其目的也是实现连横策略以期与外资银行的大举进入抗争。

秦扫六国靠的是称霸天下的雄心谋略和战无不胜的铁骑箭雨，正如电影《英雄》中飞蝗如雨的箭流一样，每到一处所向披靡，攻无不克。而当今之商战，靠什么如秦扫六国的铁骑箭雨一样，开疆拓土称雄市场呢？——营销。

作者介绍:

目录:

[营销宣传策划_下载链接1](#)

标签

营销策划

广告学

媒介营销

互联网

与专业有关的书~

论文材料

创业

评论

原来记者和媒体都是用来利用的````

[营销宣传策划_下载链接1](#)

书评

[营销宣传策划_下载链接1](#)