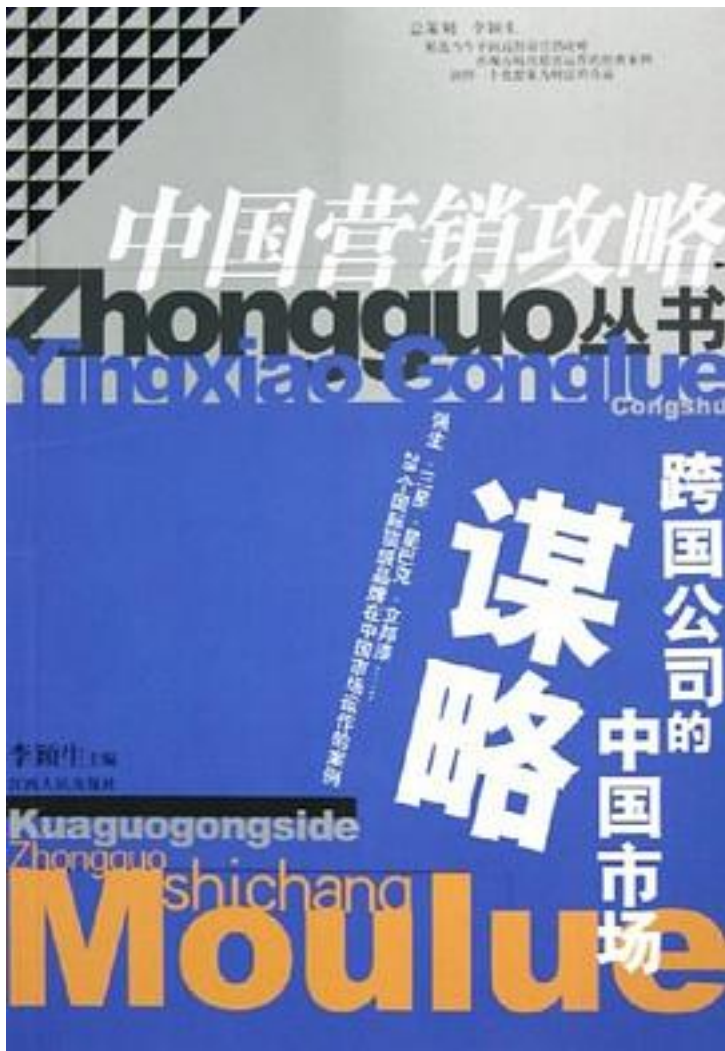


跨国公司的中国市场谋略



[跨国公司的中国市场谋略_下载链接1](#)

著者:李颖生

出版者:江西人民出版社

出版时间:2005-5

装帧:平装(无盘)

isbn:9787210030829

江西人民出版社以《中国营销攻略》丛书，以不同的主题将这些中国市场新近发生的营销案例整合成册，揭示市场化运作及把产品变成财富的真实与真谛，对市场经济的中国有积极的意义。丛书涉及市场营销的各个主题，其鲜明的特色是中国市场的最新案例，与时俱进，贴近实际，传播真实与真谛，总结借鉴，实战性强。

本书系《中国营销攻略丛书》之一。共选编了28个世界著名跨国公司在中国的营销策略，涉及领域较广，对中国各个行业的营销都有一定的启示、借鉴作用。

作者介绍:

目录: 1 安利（中国）：变革与成功利器
2 爱立信：中国市场的“七宗错”
3 奥迪：环环相扣 升华品牌
4 百事可乐：新一代的选择
5 宏?：让品牌战略支持企业战略
6 马自达：精品战略 魅力飞扬
7 宝洁：战略新思维
8 本田：追梦品牌的巅峰
9 芬必得：自由自在的无痛世界
10 肯德基：解读扩张之道
.....
· · · · · (收起)

[跨国公司的中国市场谋略_下载链接1](#)

标签

经济

商业市场营销李颖生

评论

[跨国公司的中国市场谋略_下载链接1](#)

[跨国公司的中国市场谋略_下载链接1](#)