

# 中国式营销



[中国式营销 下载链接1](#)

著者:刘春雄

出版者:企业管理出版社

出版时间:2009-6

装帧:

isbn:9787802551770

《中国式营销》为读者深入解读了中国式营销存在的合理性、中国式营销的智慧，以及

中国式营销的战略和战术，从而全面展示了中国式营销的历程和底蕴，并开创性地提出了中国式营销的演进图谱。为读者展现了中国式营销的发展空间。作为一个拥有巨量人口的大国，一个连续30年经济增速达9.9%的巨大经济体，一个GDP世界排名第三的经济体，一个有着丛林化的市场环境，一个有着传承数千年与西方差异巨大的文化传统的东方大国，中国催生出了自成一体的营销体系——中国式营销。这一营销体系的出现受到了很多专家的质疑。然而，就是在一片质疑声中，中国企业凭借中国式营销的智慧和独特蓬勃发展，创造出了属于自己的一片天空。

可以说，在捍卫中国市场和征战国际市场这场没有硝烟的“营销战争”中。正是由于中国式营销的存在，中国经济的奇迹才得以出现，中国企业才得以立足世界。

中国式营销必将成为新兴国家企业征战全球市场的典范！

作者介绍：

目录: 第Ⅰ篇 中国式营销的活力

第一章 中国式营销命题

第二章 中国式营销的智慧

第三章 中国式营销的战略与战术

第Ⅱ篇 中国式营销的历程

第四章 中国式营销论战

第五章 中国式营销的轨迹

第六章 中国式营销的历程

第七章 中国式营销的成果与成因

第八章 破解强大品牌

第Ⅲ篇 中国式营销的底蕴

第九章 中国式营销的核心元素

第十章 中国式营销价值观

第Ⅳ篇 中国式营销的演进图谱

第十一章 中国式产品演进图谱

第十二章 中国式品牌演进图谱

第十三章 中国式产业竞争图谱

第十四章 中国式营销模式演进图谱

第十五章 中国式营销组织演进图谱

第十六章 中国式销售力量管理演进图谱

第Ⅴ篇 中国式营销批判

第十七章 中国式营销批判

第Ⅵ篇 中国式营销的空间

第十八章 中国式营销的战略空间

第十九章 中国式营销的国际市场空间

第二十章 “新农村”创造巨大的战略空间

第二十一章 中国式营销如何突破“天花板”

第二十二章 中国式营销呼唤国家战略

· · · · · (收起)

[中国式营销\\_下载链接1](#)

标签

营销

市场营销

中国

销售

市场营销学

经济学

商业———

评论

啧啧

---

[中国式营销 下载链接1](#)

书评

---

[中国式营销 下载链接1](#)