

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](#)