

# 热产品



[热产品\\_下载链接1](#)

著者:石章强

出版者:

出版时间:2009-9

装帧:

isbn:9787501793471

《热产品:让产品畅销长销高利销》由娃哈哈集团董事长宗庆后、格兰仕集团副总裁俞尧昌、复旦大学管理学院院长陆雄文隆重作序。如家酒店集团首席执行官孙坚、上海交大校长助理安泰经济管理学院执行院长徐飞、《销售与市场》杂志社社长总编辑李颖生倾情推荐。

作者介绍:

目录:

[热产品\\_下载链接1](#)

标签

营销

市场营销

评论

第一次读老师推荐的书，没想到居然基本了解，一些居然在营销策划中有用到。应该不是自己有营销天赋，那便是以为很坑爹的双学位还是让我学到了一些东西吧。

-----  
作者深入浅出地分析了当下经济形势，直观地讲述了关于如何将自己的产品打造成热产品，以便畅销、长销、高价销、高利销。

-----  
[热产品\\_下载链接1](#)

书评

产品如何才能够热 ■ 文/崔剑（中兴通讯市场总监）  
产品是为满足消费者某种需求所提供的有价值的物品，对于企业，产品便是其发展基础，是经营的核心，甚至有人把产品比喻成企业的“孩子”，企业所培养的“孩子”是能否被社会所接受，关键是看企业培养的是人才还是庸才；也有...

-----  
金融危机下更需要热产品 ■ 文/俞雷（著名营销专家）  
在金融危机下，有的企业负增长，而有的企业却逆市增长；有的企业濒临破产，而有的

企业稳中前行；有的企业轰然倒下，而有的企业巍然屹立，这些表面现象的背后终究隐藏着什么样的力量使得这些企业有着这么大的千差万别。 我们...

-----  
做品牌更需要热产品 ——从立顿红茶看企业热产品的打造 ■

文/李颖生（销售与市场杂志社社长）

一直在关注我国的传统行业——茶业，中国作为茶的故乡，在世界茶业发展史上曾经一度创造了茶叶的辉煌，茶作为我国土生土长的健康饮品，曾经跨海越洋传遍了亚洲，打入了欧美的市场...

-----  
热产品的品牌效应 ■ 文/朱新建（九阳小家电市场部总经理）

产品与品牌内在的统一关系，决定了一个品牌如果没有好的、热的产品做后盾，其品牌的营销推广终将遭遇“滑铁卢”，品牌的生存之道也将越走越窄，最终将毫无悬念地成为“一般过去时”；反之，如果品牌少人问津，品牌效...

-----  
热产品：从红海到蓝海 ■ 文/程伟雄（美特斯邦威副总经理）

当今世界，红海竞争无处不在且无时不在，众多企业在激烈的红海中竞相厮杀，使红海更加趋于同质化和低利润，一些企业或观望，或跟随，或者被击沉水中，销声匿迹……如何从红海的风口浪尖上全身而退，并且从波涛澎湃的...

-----  
[热产品\\_下载链接1](#)