

中国式营销



[中国式营销 下载链接1](#)

著者:詹志方 薛金福

出版者:世界图书出版广东有限公司

出版时间:2011-3

装帧:

isbn:9787510031380

《中国式营销》的特点及创新之处有：1.理论性强，从象思维出发，将西方市场营销理

论与中国企业营销实践相结合，构建了具有本土特色的营销理论体系。2.实践性强，在每个理论后面都配有案例，通过案例来阐释营销理论，这能很好地启示企业发展营销的实践工作。3.内容丰富，结构体系完整。4.突出学术性的思维以及案例的操作性。

作者介绍：

詹志方

中国实战派营销学者、副教授、金海湾咨询研究员、中国教学案例网研究员、武汉大学管理学博士、香港城市大学市场营销系博士后

先后任职于湖南省省政府综合调研室、中南大学、老百姓大药房、海南航空，从事政策研究、商学教育、市场推广、营销策划和战略规划等工作；在各地作过《营销之刀》、《战略宝剑》、《创新营销》、《经营之道》、《策划之器》、《商业模式》和《公共经济学》等数百场；服务客户包括：长沙市国家公务员培训中心、海南军区MPA培训中心、广州军区MPA培训中心、江西省经贸委、江西格力销售公司等组织；曾经主持省部级课题多项，在《经济管理》、《财政研究》等杂志上发表学术论文十余篇。

薛金福

他是国内罕见的年轻的实战派企业研究者！他以企业问题为出发点，以企业实践为基础，以解决问题为目的，专注于商业模式、中国式营销、互联网商业模式和企业战略的实战性研究。

目录: 前言：中国式营销是如何炼成的

为什么研究中国式营销

中国式营销真的存在吗

中国式营销是如何炼成的

总篇中国式营销的框架

第一章中国式营销的思维——三层两向一中

第二章中国式营销的思维源泉——象思维

第三章中国式营销的核心——营销之刀

第一篇中国式营销之道

第四章中国式营销之道德

第一节中国式营销有关的几种价值观

第二节中国式价值观营销

第三节中国式营销的商道

第五章中国式营销之道理

第一节中国式营销的本质和规律

第二节中国式营销之情理法

第三节 中国式心理营销

第六章中国式营销之道路

第一节中国式营销的“高速公路”——商业模式

第二节中国式营销之“新路基”——价值网

第三节中国式营销之“康庄大道”——基于价值网的新商业模式

第二篇中国式营销之法

第七章中国式营销之法则

第一节中国式营销“磨刀”之工

第二节中国式营销“磨刀”之法

第三节中国式营销“磨刀”之战

第八章中国式营销之法度

第一节 中国式营销之“求之于势，不责于人”

第二节 中国式营销之“效法天下”
第三节 连锁经营管理
第九章 中国式营销之法宝
第一节 中国式营销之“刀法”
第二节 中国式营销之“尺度”
第三节 中国式营销之“定海神针”
第三篇 中国式营销之术
第十章 中国式营销之组合术
第一节 中国式营销“六质”组合术
第二节 品牌与中国式营销“六质”
第三节 中国式营销之生活方式营销
第十一章 中国式营销之战术
第一节 营销战术之反战术
第二节 营销战术之并战术
第三节 营销战术之善战计
第十二章 中国式营销之沟通术
第一节 中国企业的沟通问题
第二节 全身运动来沟通
第三节 中国式沟通七大要点
· · · · · (收起)

[中国式营销](#) [下载链接1](#)

标签

营销

商业

市场营销

品牌

阿方

营销48本书

學習

Marketing

评论

一次巧合的机会我看到一篇文章《中国的顾客不是上帝，是熟人》，刚开始我怀疑这篇文章是标题党，但好奇心的驱使下，我还是翻开了它。没想到越看越着迷，作者的分析过程富含逻辑，对中国国情的拿捏也很到位，既没有哗众取宠，也没有批判国情来吸引读者的眼球，只有事实的推理和个人的观察与思考，这篇文章使我产生了强烈的共鸣。因此，我断定这篇文章的作者一定不简单，于是，我就搜这篇文章作者的其他著作，果然，翻开这本书，大有干货！赞！

学习了

看书越来越快了。。。

比较接地气

[中国式营销 下载链接1](#)

书评

信息化社会，知识不断贬值，天才头脑的知识储存能力不及拇指大小的U盘。信息泛滥的社会导致两个非常严重的问题：我们该学什么？该如何学习？这是任何学习型个人和企业必须解决的两个问题。

第一个问题的答案是智慧，即理解事物、解决问题的能力。智慧如何习得？任...

[中国式营销 下载链接1](#)