

<<中国啤酒营销战>>

图书基本信息

书名：<<中国啤酒营销战>>

13位ISBN编号：9787500444619

10位ISBN编号：7500444613

出版时间：2005-5

出版时间：中国社会科学出版社

作者：卢泰宏/刘超编

页数：432

字数：490000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国啤酒营销战>>

内容概要

全球酒业竞逐中国市场的真实个案 世界啤酒巨头跨世纪角力，引动行业大震荡 第一手资料提供行业最新权威数据 前瞻行业危机与挑战，预览未来营销趋势 全新的文学化写法凸现啤酒业风云涌动的纵横大势 援引真实案例、权威数据全面展现中国啤酒业竞争战略与创新营销。完全摒弃了传统营销著作呆板的写作方式，运用文学的手法将新武侠小说的形式与最权威的数据、最严谨的研究论证结合起来，以恢宏的气势高屋建瓴地展示了中国啤酒行业的市场现状，预测了啤酒业将要面临的危机与挑战，以及这一行业未来的营销趋势及策略。此书的出版必将引起啤酒行业的大震荡，进而引发学界、商界对特色行业营销战略的深入探讨。作为一次全面的案例分析，它为所有营销人提供了一份极具参考价值的生动教程。

<<中国啤酒营销战>>

作者简介

卢泰宏：

- 中国中山大学国际营销学教授(1992)、博士生导师(1996), 中国营销研究中心(CMC)主任。

- 菲利浦.科特勒(Philip Kotler) 国际营销理论贡献奖(Kotler Marketing Award-Theory)中国首位获奖者(2001)；

- 享受国务院颁突出贡献政府津贴。

中国市场

<<中国啤酒营销战>>

书籍目录

序幕 世纪曙光 【观点】点道：中国啤酒业竞争战略与创新营销 【链接】关键词感悟新世纪中国啤酒业 第一部 英雄 第一幕 天下 【链接】煮酒：“04’中国啤酒营销创新高层论坛”侧记 第一集 前传：激情燃烧的岁月 【链接】啤酒的历史 【链接】世界啤酒大纪事 【案例1】蓝带中国沉浮录 第二集 诸侯割据 【链接】三大啤酒品牌混战布局 【案例2】三国演义“八闽”版 上篇：三国演义“八闽”版 下篇：一地鸡毛 第二幕 英雄榜 序：啤酒也疯狂 第一集 射雕英雄之东邪——青岛啤酒集团 【案例3】品牌魔方：青啤品牌运作模式大起底 上篇：青啤的“品牌魔方” 下篇：启示录 【链接】青啤百年大事记 第二集 射雕英雄之北丐——燕京啤酒集团 【案例4】京华烟云：燕京啤酒的“创业之旅” 第三集 射雕英雄之西毒——华润啤酒集团 【链接】香港华润集团的公司架构 【案例5】华润——用资本演绎规模扩张的神话 第四集 射雕英雄之南帝——珠江啤酒集团 【案例6】珠啤上市一波三折 第五集 射雕英雄之“老玩童”——哈尔滨啤酒集团 【案例7】哈啤：投资者的资本筹码 第三幕 华山论剑 【链接】全国及地方啤酒品牌前三位 【案例】上海滩，思想初现的啤酒战斗第二部 十面埋伏 第一幕 淘金中国：世界啤酒品牌的中国攻略 第一集 西洋和尚念错经 【观点】中国：洋啤酒的滑铁卢 【案例9】狮王历险记 【链接】日本麒麟啤酒集团 第二集 虎！
虎！
！
虎！
！
！
：洋啤酒再战中国 上篇：龙虎联姻，资本为媒 【案例10】安海斯-布希联姻青啤 【链接】美国安海斯-布希公司（Anheuser-Busch，简称“AB公司”） 下篇：双赢，还是引狼入室？
【案例11】十八年修得同船渡：英特布鲁以资本借珠啤登陆 第二幕 虎口夺食：啤酒——中国酒业的弄潮儿 第一集 把脉：中国酒业望、闻、切、问 【链接】国家相关产业政策及税收政策 【链接】啤酒销售与气象要素的关系及预测 【案例12】狐假虎威：贵州茅台卖啤酒 第二集 占卦：中国酒业路在何方？
【链接】葡萄酒趣事 【链接】葡萄酒的消费者特征 第三幕 粮道：啤酒商们的命门 【案例13】非典型性断粮：中国啤酒业的软肋——啤麦 【链接】话说啤麦（maltingbarley） 【链接】世界麦芽市场的需求与供给 【锦囊】跨国供应链：中国啤酒商应有的战略思维 第四幕 客官难伺候：挑剔的消费者 【观点】啤酒营销成为细活：消费者研究是头等大事 第一集 啤酒消费者脉象全接触 【案例14】啤酒业：卖口味还是卖形象？
【案例15】谁的纯生？
——透视消费者的“心路之旅” 第二集 攻心为上 【案例16】生力清啤：有点野哦！ 【链接】另类“喷尿”广告招惹民愤 【案例17】重庆不相信眼泪：燕京啤酒失意山城 【链接】消费者对于啤酒所期待的品牌意义……

<<中国啤酒营销战>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>