

<<中国消费者行为报告>>

图书基本信息

书名：<<中国消费者行为报告>>

13位ISBN编号：9787500447306

10位ISBN编号：7500447302

出版时间：2005-2-1

出版时间：中国社会科学出版社

作者：卢泰宏

页数：440

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>

<<中国消费者行为报告>>

内容概要

中国经济的强劲，使21世纪中国市场成为全球焦点，争夺中国市场而必然导致对中国消费者行为研究的需求，这一基本空白的学术新领域研究也因而变得更迫切。

《中国消费者行为报告》一书的出版是为了引起更多人的关注，推动这个新领域的成长。

<<中国消费者行为报告>>

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。

飞利浦·科特勒（Philip Kotler）国际营销理论贡献奖（KOLerMarketing Award-Theory）中国首位获奖者（2001）。

享受国务院颁突出贡献政府津贴。

中国市场总监和销售经理培训认证首席专家（2003）；历届中国营销人“金鼎奖”评委。

被评选为“影响中国营销进程的25位风云人物”（2004）：“中国广告20年20人”（中国广告，2001）；评选为“2001中国营销最具影响力的10大风云人物”（成功营销，2002）。

曾为摩托罗拉（中国）公司、TOM cOM有限公司、太古油漆（ICI）、（香港）招商局集团、香港贸易发展局、（香港）凯撒皮衣、海尔集团、TCL集团、美的集团、春兰集团、青岛啤酒、乐百氏集团、科龙集团、创维集团、广东移动、平安保险、保利地产、华侨城地产、广州城建集团、新华联集团（金六福）、新天国际、双汇集团、南方航空、中央电视台、广州日报、羊城晚报等几十家著名企业（机构）咨询或培训。

主要著作《解读中国营销》、《中国消费者行为报告》、《跨国公司行销中国》（中国大陆地区简体版：中国香港地区繁体版）、《行销中国03报告》、《行销中国02报告》（中国大陆地区简体版：中国香港地区繁体版）、《营销中国2001》、《行销大中国》（中国台湾地区）。

<<中国消费者行为报告>>

书籍目录

前言中国消费者行为之差异性中国消费者行为研究的架构中国消费者行为的主要差异点中国消费者行为差异的原因第一部分 背景研究7. 中国消费革命一 中国人均GDP地图二 购买力的飞跃三 家庭消费结构的变化四 典型消费的变化2.中国消费基础结构的演变一 吃的环境变化二 酒店业的变化三 穿的环境变化四 购物环境的变化五 行的环境变化六 休闲娱乐环境的变化七 沟通环境的发展八 健康安全环境的发展九 教育环境的发展3. 中国消费者行为实证研究综述一 中国消费者行为实证研究的发展二 中国消费者行为实证研究方法的进步三 中国消费者行为实证研究的特点四 讨论：中国消费者行为研究的创新第二部分 实证研究4. 中国消费者心理原型实证研究导读一 前言二 学术回顾三 研究设计与方法论四 消费者气质--行为系统的功能结构五 消费者气质--行为五行细分模型六 营销决策与细分模型选择5. 中国女性消费角色5F模型实证研究导读一 前言二 女性消费者行为理论回顾三 女性消费者自我概念理论推理四 实证方法与发现五 如何向女性营销.....第三部分 应用与个案研究附录 CMC有关中国消费者行为的主要研究全书参考文献后记

<<中国消费者行为报告>>

编辑推荐

中国营销研究中心首次系统发布 全新数据支持、科学实证研究、典型案例分析 破译本土
消费者心理与行为密码 全面提升企业营销战略

<<中国消费者行为报告>>

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>