

<<市场和谐与和谐营销>>

图书基本信息

书名：<<市场和谐与和谐营销>>

13位ISBN编号：9787509203880

10位ISBN编号：7509203880

出版时间：2008-9

出版时间：中国市场出版社

作者：柳思维，李陈华 主编

页数：357

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>

## 前言

胡锦涛同志在党的十七大报告中明确指出：“深入贯彻落实科学发展观，要求我们积极构建社会主义和谐社会。

”构建社会主义和谐社会，既是贯穿中国特色社会主义事业全过程的长期历史任务，也是体现在经济社会各个领域的一项系统工程。

党中央号召各个部门、各个行业、各条战线无一例外地按照民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处的总要求。

解决人民最关心、最直接、最现实的利益问题，形成全体人民各尽所能、各得其所而又和谐相处的局面。

## <<市场和谐与和谐营销>>

### 内容概要

市场和谐涉及经济、社会和政治领域诸多深层次问题，如何正确认识和解决这些问题，迫切需要从理论上给予全面深刻的诠释和解说，而这是促进和谐营销的根本途径。

本书分为和谐市场、和谐营销两篇，收录了基于资产专用性的工商企业和谐合作关系探讨、构建和谐和谐的零供关系、对构建物流营销和谐体系的思考、关系营销的和谐价值探析等25篇论文。

## <<市场和谐与和谐营销>>

### 作者简介

柳思维，教授，博士生导师，1947年出生，1992年晋升教授，1993年起享受国务院特殊津贴，系湖南商学院经济与贸易发展研究院院长，湖南商学院学术委员会主任，国家特色专业市场营销专业及国家精品课程“贸易经济学”负责人。

兼任全国哲学社会科学规划应用经济学科组评委、湖南省人民政府参事、全国高等院校商业经济教学研究会副会长、湖南省现代流通理论研究基地首席专家、湖南省市场学会会长等多种学术职务。

20世纪70年代末以来，一直致力于市场、流通及经济管理方面的研究，先后主持完成2项国家社科基金项目，1项省社科重大项目及18项省级科研项目，在《光明日报》、《经济学动态》、《财贸经济》、《经济科学》等刊物公开发表论文近300篇。

先后获全国优秀教师、全国师德先进个人、湖南省优秀社科专家、湖南省优秀教师、湖南省优秀理论工作者、徐特立教育奖、湖南省先进工作者、湖南省高校首届教学名师等荣誉称号。

## <<市场和谐与和谐营销>>

### 书籍目录

导论 “全国市场和谐与和谐营销论坛”观点综述上篇 和谐市场 基于资产专用性的工商企业和谐合作关系探讨 努力缩小居民收入分配差距促进和谐社会建设 构建和谐的零供关系 关于促进我国电信产业市场和谐的探讨 构建城乡顺畅流通网络体系促城乡和谐社会发展 关于城乡二元商品市场格局及城乡商品市场和谐发展的探讨 对构建我国和谐商业的思考 游客消费惰性及和谐旅游市场构筑 初探构建杭州市公共物流信息服务平台的思路 基于和谐消费的经济思考 从分化到和谐：城乡市场协调互动发展实证研究 商业贿赂对市场和谐的影响及治理对策浅析 西部地区农产品市场体系建设研究 论和谐社会的企业诚信评价模型系统 构建和谐社会 加快经济发展下篇 和谐营销 品牌同一性：和谐品牌的内核 对构建物流营销和谐体系的思考 关系营销的和谐价值探析 渠道冲突管理的新模式：一个关系营销的视角 实施网络营销创新 构建房地产企业与消费者的和谐新关系 和谐营销——关系营销的本质 基于信息修正条件下和谐营销的构建和发展 连锁经营在构建新农村和谐消费中的作用与途径 和谐营销“CHINESE”策略模型构建 和谐营销体系构建的综述

## <<市场和谐与和谐营销>>

### 章节摘录

第三，越是重要领域，缺少监督、排斥市场的不和谐状况就越突出。

在一些重要领域和关系到国家命脉的关键行业，超经济垄断潜移默化、千姿百态，包裹缠绕着政企不分、权钱交易等问题，而它凭借对最宝贵、最稀缺资源的垄断、独占。

也凭借最少透明和监督的“背景”和“来头”，足以击败市场上的任何对手，攫取巨额的行政性垄断利润。

基于以上分析，宋则认为，构建和谐社会的关键是要打造和谐市场这一可靠底盘：团结、推动全社会共同参与，形成共识与合力，加快建立市场体系；产业结构调整从政府主导型转变为市场主导型，形成真正意义上的宏观调控；在新时期建立竞争性、高效率的财富涌流机制，为共同创造、共同富裕、共享成果的和谐社会提供最可靠的制度保证和最雄厚的物质基础；针对中国根深蒂固的官本位情结和机构改革严重滞后的状况，在所有具体举措中最要紧的是规范公权力。

宋则对其“市场变异”理论的总结是：和谐被破坏缘自市场被破坏，而绝不是被市场破坏。

三、企业行为与和谐营销 在论坛的自由研讨中，企业行为与和谐营销成为另一个热点。

全国政协委员、中国人民大学中国市场营销研究中心主任、博士生导师郭国庆教授作为三位主题报告人之一，就市场营销在打造和谐市场、构建和谐社会中的重要作用进行简短阐释，认为此次论坛所提出的“和谐营销”不仅迎合了当前中央政府构建和谐社会的时代主题，而且从营销哲学历史演进的角度看也是一个重要创新；不仅是一个新的概念，而且意味着企业营销的一个新的方向。

湖南师范大学刘茂松教授认为，偏离完全竞争不一定就不和谐、非效率，教科书上的“ $P=Mc$ ”完全竞争模型只是纯理论的和谐，而不是现实的和谐。

<<市场和谐与和谐营销>>

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>