

<<中国市场促销报告>>

图书基本信息

书名：<<中国市场促销报告>>

13位ISBN编号：9787801970947

10位ISBN编号：7801970942

出版时间：2004-8-1

出版时间：企业管理出版社

作者：李颖生,林三卓

页数：232

字数：192000

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>

<<中国市场促销报告>>

内容概要

不同的行业有着不同的市场需求，购买行为，竞争状态和营销环境，从同企业应采用不同的促销策略和方式。

本书选取了11个“高市场化、高度竞争，高频促销”的行业，不仅研究其各种促销技巧和方式，更从较高的层次探讨和分析了每个行业促销的得失、观念和发展，以期各位读者提供一点有益的灵感和启示。

<<中国市场促销报告>>

书籍目录

前言一、白色家电二、黑色家电三、手机四、电信五、汽车六、房地产七、服饰八、饮料九、乳制品十、保健品十一、日化

<<中国市场促销报告>>

章节摘录

四、电信 在激烈的电信市场竞争中，运营企业的不规范行为显得日趋突出，尤其是此起彼伏的不规范的价格战已成为市场运行中最突出的问题。

各家运营企业竞相使出招术，陷入无力自拔的不规范价格战的恶性循环中。

电信行业促销报告 经济全球化，使得各个国家的经济相互渗透、相互依存，各国经济与世界经济之间的联系具有不可分割性，世界经济正在从工业经济时代走向全球化的知识经济时代。

经济全球化使中国电信产业面临着更大的竞争压力和挑战。

中国加入WTO，而任何国家在WTO基础电信协议上签字后，电信行业就必须以“合理、透明、客观、公正”的原则开放本国电务网。

这样，电信就由过去一直被认为是垄断的产业跃变为竞争行业，电信业务保证预定业务的所有供应者都能公平接入和利用公共电信网。

政府管制逐渐放宽，竞争机制得以引入。

竞争的全球化意味着中国电信要承受外国竞争的压力，要参与外国跨国公司竞争。

中国作为一个拥有13亿多人口的发展中国家，自改革开放以来，随着人民生活水平的不断提高，通信产品的需求急剧增加，通信市场潜力巨大，无疑成为国外众多在资金、技术、管理、人才方面有较大优势的通信企业竞争的重点。

经济全球化带来的生产和商品国际化，进一步促进市场全球化和顾客全球化。

随着市场的全球化，世界各国消费者的需求日益趋同，通信产业市场和消费更加明显。

随着国内通信市场的国际化，我国通信企业必须加入国际通信的总体大循环，经受国际跨国通信巨头的挑战。

所以，我国通信业特别是电信业要放眼全球，强化市场营销创新战略，才能在未来的全球市场竞争中取得一席之地。

<<中国市场促销报告>>

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>