

<<中国工业消费品流通渠道建设研>>

图书基本信息

书名：<<中国工业消费品流通渠道建设研究>>

13位ISBN编号：9787510307119

10位ISBN编号：7510307112

出版时间：2012-7

出版时间：关利欣、路红艳 中国商务出版社 (2012-07出版)

作者：关利欣，路红艳 著

页数：257

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>

<<中国工业消费品流通渠道建设研>>

内容概要

《青年商务研究报告丛书·中国工业消费品流通渠道建设研究：基于制造业转型与消费升级的视角》将理论与实践相结合，运用渠道理论、市场营销学原理等，从纵向和横向两个维度对我国工业消费品流通渠道发展的制度环境、关键问题和政策措施等进行了深入、系统的分析。全书共分三篇。

<<中国工业消费品流通渠道建设研>>

书籍目录

第一部分 发展战略篇 一、流通渠道及其相关理论 (一) 流通渠道概念界定 (二) 流通渠道理论综述 二、我国工业消费品流通渠道发展历程及现状分析 (一) 我国工业消费品流通渠道发展历程 (二) 我国工业消费品流通渠道中的主体 (三) 我国工业消费品流通渠道中的结构 (四) 我国工业消费品流通渠道中的行为 (五) 我国工业消费品流通渠道中的效率 三、我国工业消费品流通渠道存在的主要矛盾和问题 (一) 流通渠道连接生产与消费的功能薄弱 (二) 批发渠道建设滞后与“去批发化”矛盾突出 (三) 流通渠道效率低、成本高、秩序差 (四) 外贸流通渠道短缺且与国内渠道分割严重 四、国外工业消费品流通渠道发展经验及启示 (一) 美国工业消费品流通渠道发展经验 (二) 日本工业消费品流通渠道发展经验 (三) 工业消费品流通渠道发展规律对我国的启示 五、我国工业消费品流通渠道建设的思路及建议 (一) 完善工业消费品流通渠道的原则 (二) 完善工业消费品流通渠道建设的思路 (三) 加快工业消费品流通渠道建设的政策建议 第二部分 行业分析篇 一、我国家电流通渠道发展研究 (一) 我国家电流通渠道的发展背景 (二) 我国家电流通渠道演变历程与发展现状 (三) 我国家电零售终端发展格局及趋势 (四) 当前家电流通渠道发展面临的问题 (五) 促进我国家电流通渠道建设的对策建议 二、我国汽车流通渠道发展研究 (一) 我国汽车流通渠道的发展历程和现状 (二) 汽车流通渠道形成原因分析 (三) 当前汽车流通渠道存在的问题 (四) 国外汽车主要流通模式的分析和启示 (五) 我国汽车流通渠道发展的趋势和建议 三、我国服装流通渠道发展研究 (一) 我国服装流通渠道演进历程 (二) 服装流通渠道的六种主流模式 (三) 我国服装流通渠道发展趋势 (四) 我国服装流通渠道发展存在问题 (五) 促进我国服装流通渠道建设的对策建议 四、我国玩具流通渠道发展研究 (一) 我国玩具流通渠道的发展背景 (二) 我国玩具流通渠道的发展历程 (三) 我国内外销玩具流通渠道的现状分析 (四) 我国玩具流通渠道中存在的问题及原因 (五) 促进我国玩具流通渠道建设的对策建议 五、我国电子消费品流通渠道发展研究 (一) 我国电子消费品流通渠道发展脉络 (二) 当前电子消费品流通渠道发展现状及问题 (三) 传统电子消费品流通渠道面临的挑战 (四) 我国电子消费品流通渠道发展趋势 (五) 未来促进电子消费品流通渠道发展的建议 六、我国家居建材流通渠道发展研究 (一) 我国家居建材流通渠道演进与发展 (二) 我国家居建材流通渠道发展现状与问题 (三) 我国家居建材流通渠道竞争格局与发展趋势 (四) 国外家居建材市场的主流形式 (五) 我国家居建材流通渠道发展定位和建议 第三部分 专题篇 一、批发制度建设与发展探索 (一) 批发制度的相关概念 (二) 我国批发制度的演变历程 (三) 西方国家批发制度变迁 (四) 我国批发制度的新发展和新挑战 (五) 推进批发制度建设的对策建议 二、“市场+会展”渠道模式创新 (一) “市场+会展”渠道模式的形成 (二) “市场+会展”渠道模式的发展前景 (三) 案例分析：义乌小商品市场“市场+会展”的升级 三、品牌直销购物中心业态创新 (一) 品牌直销购物中心的概述 (二) 国外品牌直销购物中心的发展趋势及特点 (三) 我国品牌直销购物中心的发展现状及问题 (四) 促进我国品牌直销购物中心发展的政策建议 四、拓展海外流通渠道的方式探索 (一) 商贸企业“走出去”拓展海外流通渠道 (二) 我国商贸企业“走出去”的现状 (三) 商贸企业“走出去”面临的问题 (四) 集群式“走出去”助力商贸企业拓展海外渠道 (五) 促进商贸企业集群式“走出去”的政策建议 参考文献

<<中国工业消费品流通渠道建设研>>

编辑推荐

关利欣、路红艳主编的《中国工业消费品流通渠道建设研究——基于制造业转型与消费升级的视角》将理论与实践相结合，运用渠道理论、市场营销学原理等，从纵向和横向两个维度对我国工业消费品流通渠道发展的制度环境、关键问题和政策措施等进行了深入、系统的分析。全书共分三篇。

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>