

<<中国消费区域差异特征分析>>

图书基本信息

书名：<<中国消费区域差异特征分析>>

13位ISBN编号：9787542624840

10位ISBN编号：7542624849

出版时间：2007-4

出版时间：上海三联文化（原上海

作者：刘世雄

页数：260

字数：214000

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>

<<中国消费区域差异特征分析>>

内容概要

差异化营销是未来营销理论研究和实践操作的重要方向。

无论是产品的差异化、品牌的差异化，还是渠道的差异化、促销的差异化，都需要研究消费行为的差异。

而实现区域营销活动的差异化，则需要研究区域消费行为的差异。

在学术界和企业界关注全球化和当地化的同时，还需要注意到，一国市场并不一定是同质市场，区域差异往往存在。

国外对于区域消费行为差异的研究在20世纪已经开始，国内对于区域消费差异的研究正在进行中。

希望本书可以成为中国区域消费行为差异研究领域的抛砖之作。

<<中国消费区域差异特征分析>>

作者简介

刘世雄，男，1975年出生。

中山大学管理学博士，深圳大学管理学院副教授，硕士研究生导师。

中山大学中国营销研究中心（CMC）研究员，主要研究中国营销与消费行为，品牌管理。

曾参编《行销中国》（01、02报告）、《跨国公司行销中国》，《中国消费者行为研究》，《中国营销25年》等专著。

多篇论文被ISTP、EI和CSSCI收录。

曾获深圳市第四届哲学社会科学优秀成果二等奖。

<<中国消费区域差异特征分析>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 研究背景 第二节 研究意义第二章 文献回顾与评析 第一节 源起：中国区域消费差异研究 第二节 区域消费差异的研究方法 第三节 文化价值系统与区域消费差异 第四节 文化价值观与生活方式第三章 研究设计 第一节 研究前提 第二节 研究目标和内容 第三节 研究方法 第四节 研究思路 第五节 基本概念第四章 研究工具 第一节 中国区域地理细分研究 第二节 中国消费区域差异特征量表的构建和测试 第三节 生活方式量表的构建和测试第五章 中国消费区域差异特征的实证研究 第一节 主体研究调查样本的设计 第二节 数据分析与结果 第三节 研究结论 第四节 研究结果的阐释与思考 第五节 中国新生代的区域消费差异性研究 第六节 中国区域消费差异的二维研究第六章 研究结果在营销管理上的应用第七章 讨论与展望 第一节 本研究的创新之处 第二节 本研究的不足之处 第三节 未来研究领域展望参考文献附录 附录一 主体研究调查问卷 附录二 LISREL输出的通径图后记

<<中国消费区域差异特征分析>>

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>