

<<最后一公里营销>>

图书基本信息

书名：<<最后一公里营销>>

13位ISBN编号：9787551700313

10位ISBN编号：7551700315

出版时间：2011-9

出版时间：东北大学出版社

作者：李保均

页数：214

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>

<<最后一公里营销>>

内容概要

《最后一公里营销——商业流通革命》从一个全新的视角审视了商品交换的历史、现状与发展趋势，并发展了传统的流通理论，论述严密、案例鲜明、数据翔实、眼光独到，非常值得商业流通价值链上所有企业尤其是主导流通的生产企业的从业者一读。

<<最后一公里营销>>

书籍目录

绪论 从物物交换到商业流通

第一章 源起：商业流通的发展

第一节 中国商品交换简史

- 一、五帝时代：物物交换已是社会常态
- 二、夏商时代：中国进入初级商品流通阶段
- 三、西周：工商食官——政府主导的商品流通
- 四、春秋战国：大私商主导商品流通的短暂春天
- 五、秦汉时代：大一统下的全国与国际商品流通
- 六、隋唐时代：“银行”“汇票”与日用品全国性流通
- 七、宋元时代：纸币进入商品流通领域
- 八、明清时代：商帮兴起与海外贸易的没落
- 九、民国时期：交通的发展与现代商业机构的出现
- 十、1949年以后：计划经济与改革开放

第二节 商品交换的基本规律

- 一、物物交换
- 二、初级商品流通
- 三、高级商品流通
- 四、商业流通

第三节 商业流通的未来趋势

- 一、流通规模趋大，主导企业趋少
- 二、流通环节扁平化，分工专业化
- 三、市场需求趋细，产品生命周期趋短
- 四、终端变化持续频繁
- 五、经营管理信息化

第二章 沦陷：外资的流通大战

第三章 觉醒：市场调研的兴起

第四章 反思：解密流通的密码

第五章 变革：商业数据的真谛

第六章 升华：最后一公里营销

后记

参考文献

<<最后一公里营销>>

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>