

<<美国企业中国市场攻略>>

图书基本信息

书名：<<美国企业中国市场攻略>>

13位ISBN编号：9787502362706

10位ISBN编号：7502362703

出版时间：2009-2

出版时间：科学技术文献出版社

作者：张艳，安丽娜著

页数：317

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>

<<美国企业中国市场攻略>>

内容概要

《美国企业中国市场攻略》对改革开放后美国企业在中国市场的投资与扩张战略进行了研究分析和阐述。

全书包括综合攻略篇、企业攻略篇及展望与借鉴篇共3篇13章内容。

《美国企业中国市场攻略》对我国企业深入了解美国企业在中国市场扩张的战略推进与战略特征，更好地采取应对策略；以及学习和借鉴美国企业的市场谋略与智慧，提高企业的经营、决策水平有重要参考价值。

《美国企业中国市场攻略》适合从事企业经营的中高层管理者和有关业务人员、高校经济管理类专业的研究生、本科生及关注美国企业经营与发展问题的相关人士阅读。

<<美国企业中国市场攻略>>

书籍目录

综合攻略篇第一章 美国企业在中国市场的扩张战略第一节 美国企业在中国市场扩张的历程和规模
第二节 美国企业进入中国市场的目标和动机第三节 美国企业进入中国市场的投资形态第四节 美国企业在中国市场扩张的地区和行业布局第五节 美国企业在中国市场的投资与其他地区的比较
企业攻略篇第二章 可口可乐公司的中国市场策略第一节 中国市场扩张历程与战略布局第二节 品牌策略
第三节 广告策略第四节 渠道策略第五节 三大营销实践第六节 体育营销第七节 社会公益活动
第三章 宝洁公司的中国市场策略第一节 中国市场扩张历程与战略布局第二节 品牌与市场开发策略
第三节 研究开发策略第四节 网络营销策略第五节 渠道策略第六节 社会公益活动第四章 麦当劳公司的中国市场策略第一节 中国市场扩张历程与战略布局第二节 品牌形象战略第三节 更新品牌形象策略
第四节 原材料生产及采购管理第五节 体育营销策略第六节 社会公益活动第五章 沃尔玛公司的中国市场策略第一节 中国市场扩张历程与战略布局第二节 低成本经营策略
第三节 顾客服务策略第四节 绿色营销第五节 社会公益活动第六章 微软公司的中国市场策略第一节 中国市场扩张历程与战略布局第二节 产品策略
第三节 销售模式第四节 渠道策略第五节 社会公益活动第七章 戴尔公司的中国市场策略第一节 中国市场扩张历程与战略布局第二节 直销模式
第三节 直销策略第四节 产品策略第五节 合作营销.....展望与借鉴篇参考文献

章节摘录

第一章 美国企业在中国市场的扩张战略 早在新中国成立以前，美国企业就开始了在中国的经营活动。

伴随着1979年中国的改革开放和中美两国的正式建交，美国企业真正开始进入中国市场开展投资经营活动。

根据中国商务部的统计，截止2005年末，美国在华累计设立美资企业50230家，合同外资金额1195.41亿美元，实际投入外资金额543.85亿美元。

排名世界500强的美国企业大多已经在中国设立了投资企业，这些企业经营范围广泛、管理水平高、经济效益好、规模不断扩大，而且有的已从沿海地区开始转向中西部地区。

美国企业在中国市场的投资与扩张，在进入历程与规模、进入动机、投资形态、进入的地区与行业、投资收益及与其他在华投资的国家 and 地区的相比，都有其独特之处。

如今，美国作为当今中国最大的外国投资国之一，其在中国企业已经成为推动和维系两国经贸关系健康发展的重要力量和积极因素。

第一节 美国企业在中国市场扩张的历程和规模 一、美国企业对中国市场投资的三个发展阶段 改革开放以后，美国企业真正开始进入中国。

在近30年的投资和扩张历程中，美国企业在中国的发展经历了以下三个阶段。

第一个阶段是从20世纪70年代末期的改革开放开始到1992年以前这段时期 此阶段美国企业在中国的投资处于试探性阶段。

20世纪70年代末，一批美国企业开始对华进行规模较小的直接投资，投资项目数量不多，项目规模也不大。

<<美国企业中国市场攻略>>

编辑推荐

《美国企业中国市场攻略》适合从事企业经营的中高层管理者和有关业务人员、高校经济管理类专业的研究生、本科生及关注美国企业经营与发展问题的相关人士阅读。

<<美国企业中国市场攻略>>

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>