第一图书网, tushu007.com

# <<争夺亚洲消费者>>

## 图书基本信息

书名：<<争夺亚洲消费者>>

13位ISBN编号：9787505888807

10位ISBN编号：7505888803

出版时间：2009-12

出版时间：徐浩洵、 欧高敦 经济科学出版社 (2009-12出版)

作者：欧高敦 编

页数：100

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

第一图书网, tushu007.com



## 内容概要

世界正目睹传统的全球金融模式的深刻变革，一些国家（如中国和日本）已经证明了自己非凡的恢复能力。
经济在增长，对经济复苏的信心十足，这或许是表明“亚洲世纪”即将到来的信号。
但是，美国私人消费的衰落已经迫使亚洲各经济体开始考虑扩大彼此间的贸易往来和激活自己国内市场消费的新途径。
为了保持增长动力，这些经济体必须鼓励本国消费者增加消费支出。
在这动荡的多事之秋迅速形成的经济新秩序下，在亚洲地区的成功将成为企业继续保持竞争力的关键。
这对亚洲本地企业和全球企业，都是如此。
亚洲的消费者正准备从过度消费的发达国家消费者手中夺过接力棒。
但是，麦肯锡的经验表明，即便是那些最精明老道的跨国公司，对充分利用亚洲的增长潜力也准备不足。
亚洲地区的市场可以分为多种类型，其消费者的品位和爱好也在不断演变。
此外，即使是那些经验丰富的企业高管，也可能对亚洲消费品市场变化的速度和规模感到始料不及。
消费品企业要迎接这种挑战，就必须彻底改变在亚洲地区的战略、运营、组织和营销的思维方式。

# <<争夺亚洲消费者>>

## 书籍目录

争夺亚洲消费者导读：亚洲时代到来了吗？
地区性试图，本地化行动：——争夺亚洲消费者的四项措施日本在中国的挫折解读中国的富裕消费群体中国需要一个向消费者倾斜的展模式圆桌研讨：中国的消费挑战准备迎接亚洲的未来——摩根士丹利亚洲区主席Stephen Roach专访迅速发展的中国消费金融市场聚焦特写时艰更看领导力专访名人录麦肯锡全球调查：危机中的领导者专题研究评估社会责任计划的价值可持续发展>“绿色”专访麦肯锡对话全球企业领袖——思科公司约翰?钱伯斯麦肯锡全球调查：企业如何从Web 2.0中获益中美为什么应在清洁能源领域建立伙伴关系三种清洁能源技术中的机会制定全球气候议程——李侃如专访聚集特写俄罗斯如何才能提高生产率其他栏目

## 编辑推荐

《争夺亚洲消费者》：更多麦肯锡：中美清洁能源合作，评估可持续发展，专访思科公司钱伯斯，时艰更看领导力。

第一图书网, tushu007.com



## 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