

<<分销地图·透视正在发生的革命>>

图书基本信息

书名：<<分销地图·透视正在发生的革命>>

13位ISBN编号：9787535740434

10位ISBN编号：753574043X

出版时间：2004-11-1

出版时间：湖南科学技术出版社

作者：杨谦

页数：486

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>

<<分销地图·透视正在发生的革命>>

内容概要

分销市场是近几年中国市场变化最大的市场，也是企业最关注的市场。随着加入WTO的进程逐步深入，中国面临着一场轰轰烈烈的分销革命。作者打破以往此类著作的窠臼，从全新的角度分析分销市场的环境、解析企业竞争中的分销思维、透露不同竞争格局中企业的分销对策及其成效，堪称企业家进入市场的分销地图，具有极强的实践指导意义。

作者简介

杨谦，《成功营销》杂志社社长，北京商业管理干部学院副院长，教授，享受政府特殊津贴。多年来从事分销领域的研究与实践，为数家大型企业做过全程营销策划与操作指导，尤其对分销新动向有深厚研究，是我国公认的无店铺销售领域的权威。

<<分销地图·透视正在发生的革命>>

书籍目录

透视正在发生的革命第1章 分销：市场竞争的主题词 / 71.1 分销的战火处处烧 / 41.2 分销：从生产领域到终端 / 81.2.1 分销是一种系统的组织活动 / 81.2.2 分销是营销策略的重要组成部分 / 81.2.3 分销是企业发展的重要环节 / 91.3 分销渠道的基本模式 / 771.3.1 分销渠道的模式 / 771.4 中国流通渠道的状况 / 761.4.1 传统通路体系已经瓦解，计划经济留下的流通体系基本上解体 / 761.4.2 销售行为不规范 / 761.4.3 分销效率低下 / 781.4.4 流通渠道规模小、专业化程度低 / 791.4.5 终端争夺白热化 / 201.4.6 渠道管理水平低 / 211.4.7 地区分割对渠道管理的挑战 / 221.5 中国加入WTO对中国市场渠道的冲击 / 241.5.1 中国政府承诺开放分销的内容 / 271.5.2 开放对零售的影响 / 411.5.3 开放对批发的影响 / 491.6 2003年中国分销渠道主旋律 / 491.6.1 扁平化潮流 / 491.6.2 终端建设为中心 / 491.6.3 交易渠道转为关系渠道 / 501.6.4 渠道中心向地、县下沉 / 501.6.5 让经销商赚钱转为让经销商掌握赚钱方法 / 571.6.6 制造商参与度提高 / 57第2章 现代分销变革的趋势 / 532.1 分销越来越被企业所倚重 / 1552.1.1 分销仍然是企业的薄弱环节 / 1552.1.2 分销：成了企业制胜的利器 / 1602.2 新经济对分销带来的影响 / 1652.2.1 新媒体的冲击 / 652.2.2 网络化的影响 / 692.3 技术变革的冲击 / 742.3.1 通讯技术 / 752.3.2 信息技术 / 1762.3.3 物流技术 / 782.4 资本界限的模糊 / 832.4.1 多种资本的融合 / 842.5 分工的重新组合 / 892.6 分销变革的趋势 / 972.6.1 扁平 / 972.6.2 直接 / 1022.6.3 价值链整合 / 1082.6.4 快速 / 1182.6.5 深度 / 1272.6.6 专业市场 / 125第3章 传统垄断行业的分销变革 / 1273.1 医药业 / 1293.2 烟草业 / 1383.3 银行业 / 1443.4 邮政业 / 1483.5 石化业 / 1533.6 电信业 / 1593.7 书报业 / 1643.8 农资业 / 168第4章 制造商：长驱直入 / 1734.1 渠道整合——制造商分销变革的主题词 / 1764.1.1 手机渠道整合上演动作大片 / 1764.1.2 IT渠道整合：扁平+服务 / 18124.1.3 家电渠道：老兵新传 / 1854.2 优化渠道模式——制造商面临痛苦抉择 / 1904.3 从策略到战略——渠道合作渐成趋势 / 2054.4 渠道整合升级版——热拼服务 / 2744.5 与经销商共赢：制造商渠道管理旧瓶装新酒 / 220第5章 经销商：绝地反击 / 2375.1 中国经销商转型：路在何方 / 2405.2 自有品牌——零售商为自己做嫁衣 / 2575.3 经销商选美——“三信”效应魅力四射 / 265第6章 新分销家族大演进 / 2776.1 新分销变革 / 2796.2 SARS引发新分销革命风暴 / 2976.3 尴尬的互联网：何时成为有效的分销渠道 / 2976.4 有待开发的会议营销 / 3096.5 红红火火展销会 / 3426.6 待整顿的邮购营销 / 3206.7 重整旗鼓的电视购物 / 324.....第7章 连锁与特许：高歌猛进欲霸主流第8章 分销法治盲点扫描第9章 中国分销发展的趋势后记

章节摘录

隐私权制度发展的一个重要态势是，对隐私权的保护呈现出国际统一化的趋势。1966年联合国大会通过的《公民权利和政治权利公约》延续了1948年《世界人权公约》中关于对个人的隐私、家庭、住宅和通讯不得加以任意和非法干涉的规定，1973年联合国秘书长在题为“尊重个人隐私”的报告中详细列举了现代生活对个人隐私所带来的冲击，强调对隐私权加以保护的重要性，联合国将其作为一项基本人权，数次纳入国际公约条款。

美国《联邦隐私法案》对个人数据的保护有以下几个方面： 1.个人数据资料的搜集 联邦政府或法律执行机关不得随意接触或使用个人资料，除非出于合法、正当的目的并经过正当法律的授权。

如果上列机构违犯法律规定，当事人可以请求法院判决其承担相应的法律责任，并对当事人所遭受到的损失予以赔偿。

法律执行机关在执行法律或在对刑事犯罪分子侦查的过程中，在获取资料时必须表明：收集人是根据何种权（利）力来搜集资料的，资料的提供是出于相关人员的自愿还是法律执行机构采取了强制性的措施后获得的，所搜集到的资料如何使用，个人不提供资料将要承担的后果等。

金融机构、财政部门对其在经营金融业务的过程中所接触到的、所使用和所保存的私人方面的资料负有为材料的相对人保密的义务，在未经本人同意或授权的情况下，这些机构无权对外公布、泄露，更不得用于谋取商业或其他方面的利益。

<<分销地图·透视正在发生的革命>>

媒体关注与评论

这是一份内容扎实、信息丰富的中国分销报告，它涉及到医药、出版、银行、邮政、石化、烟草、电信、农资等行业，作者通过最新中国分销领域的十大事件、十大人物和十大特点中的典型案例，全景式地解读发生在我们身边的这场分销变革，甚至对于我国传统行业涉足直销也有很多见解。

——《销售与市场》《成功营销》杂志社

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>