第一图书网, tushu007.com

<<Call of the Mall 大卖场>>

图书基本信息

书名：<<Call of the Mall 大卖场>>

13位ISBN编号：9787801703590

10位ISBN编号：7801703596

出版时间：2005-1

出版时间：当代中国

作者：昂德希尔

页数：206

译者：崔晓燕

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

内容概要

继百货商场、超市之后，摩尔（大型购物中心）正在掀起我国零售业新一轮的业态革命。摩尔（Mall），起源于美国，伴随着汽车家庭化和住宅郊区化应运而生，是现代工业文明和商业文明相融合的杰出产物，是最能够代表当今消费风尚的复合型商业形态。

美国著名消费行为学家家帕科·昂德希尔因其全球畅销书Why We Buy而享誉世界，这次，他将目光聚焦摩尔，以普通消费者和研究专家的双重身份，遍访世界各地的摩尔，对它进行了一次生动、专业而全面的体验和考察——　　他亲身感受了在巨大的停车场里找车的焦急与无奈，他耐心细致地与店员们交谈，他陪同年轻女孩购买适合她的牛仔裤，他帮助中年男士为妻子选购结婚纪念礼物，他和一群活泼时尚的少女兴致勃勃地同游摩尔，他的身影出现在摩尔的餐厅、电影院、卫生间、娱乐场，他的目光遍及每个品牌店的橱窗、货架、聚光灯、试衣镜……　　让我们跟随昂德希尔开始这别开生面的摩尔之旅吧，你一定会被他幽默潇洒的叙述风格所吸引，被他锐利准确的商业眼光所折服。

作者简介

帕科·昂德希尔，全球著名消费行为学家，《华尔街日报》和《纽约时报》撰稿人，全球性研究与咨询公司Envirosell公司的创建者和CEO，曾为盖普、沃尔玛、星巴克、麦当劳、雅诗兰黛、花旗银行等世界知名公司进行咨询。
昂德希尔被《旧金山纪事》盛赞为“零售业的福尔摩斯”，《纽约客》和《财富》杂志都曾对他进行专访。
近年来他致力于摩尔的专门研究，经常在世界各地以摩尔消费为主题进行演讲。

<<Call of the Mall 大卖场>>

书籍目录

摩尔之歌序篇上篇 前往摩尔第1章 购物在美国第2章 摩尔就在这里第3章 一面大墙+一个老鼠洞第4章 我把该把车停在哪儿？
中篇 走进摩尔第5章 摩尔VS自由第6章 摩尔里行走的上帝第7章 女人们走进摩尔第8章 男人们走进摩尔第9章 少年们走进摩尔第10章 摩尔里人人享乐趣第11章 销售性感的摩尔第12章 洗手间里的机会和利润第13章 牛仔裤后兜&形象焦虑第14章 解放双手轻松购物第15章 生意兴旺的零售花车第16章 摩尔内难觅佳肴第17章 卡地亚珠宝为何牛宠第18章 走向末路的唱片店第19章 摩尔设计关键词第20章 摩尔竞争力分析下篇 迎接摩尔第21章 后摩尔时代第22章 世界各地的摩尔跋“ 羽化 ”中的中国摩尔

编辑推荐

一座无所不包商机无限的消费之城，一本呈现摩尔全景与购物文化的奠基之作。
——沃尔玛首席财务官 约翰·门泽　　凡是从事摩尔事业的人都应阅读《摩尔——摩尔改变生活》，这是一本介绍和研究摩尔的权威性著作。
该书在中国的出版，为中国的摩尔开发商、管理商、零售商、消费者揭开了引发中国新一轮零售业革命而又备受争议的摩尔的层层迷雾；同时，使人们全景式地了解摩尔这一革命性业态将如何改变他们的生活和消费文化，如何改变中国的商贸流通业。
——CMALL铜锣湾广场连锁集团董事长 陈智　　摩尔给我们生活带来的变化才刚刚开始，我们有很多的期待，更有很多的想像 。
——中华广场总经理 欧小卫　　在全球视野范围内，现在还难以找到任何一种商业形态会像MALL一样，能够如此之深地改变人们的生活方式，改变供应链和产业链系统，融合商业、地产、金融等多个领域。
甚至可以说，只要你能想到的，几乎都能从MALL中发现。
MALL既是时代的产物，也是时代的象征。
——中国购物中心产业资讯中心主任、中国商业联合会商业广场专业委员会秘书长 郭增利　　帕科·昂德希尔被称为市场营销领域的领袖，而该书进一步奠定了他作为重量级社会评论员的地位。
读完《摩尔》后我惊讶地发现，对于MALL这一美国经济和文化的重要载体，之前我几乎一无所知。
——管理大师《重新想像》作者汤姆·彼得斯

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