

<<中国市场十种盈利模式>>

图书基本信息

书名：<<中国市场十种盈利模式>>

13位ISBN编号：9787302119630

10位ISBN编号：7302119635

出版时间：2005-10

出版时间：清华大学出版社

作者：郭金龙

页数：172

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>

## <<中国市场十种盈利模式>>

### 前言

企业选择与使用盈利模式和以往营销模式的最大区别在于思维式上的巨大差异。营销模式是为了把产品卖出去，而盈利模式是为了把钱赚回来可以说，盈利模式的选择与使用并不难，就像教育孩子一样，也许落到实践上的事情还是那么几件。

但是，对事情起阻挠作用的恰恰就是我们内心深处深刻的性格烙印——或者上演悲剧或者上演传奇，对此，我们却并没有觉察。

一个经营者总是愿意把自己的企业比作亲手拉扯的孩子，望子成龙，希望孩子什么都是最好的。孩子的成绩(盈利)好不好，不但关乎父母的面子，更关乎父母的生命质量。

但是我们的处理方式往往是这样的：如果你再不听话，我揍你了啊!而不是：孩子，你看，你的做法已..

## <<中国市场十种盈利模式>>

### 内容概要

《中国市场十种盈利模式》总结了中国市场上正在被使用并获取高额利润的十种盈利模式，精选了三十一家有代表性的大企业的盈利案例，目的在于从盈利模式的角度全面透悉中国企业差异化的生存现实，回答盈利到底是什么，在中国高利润的经营经验是怎样的。从本源的角度出发来梳理一些困扰目前行业的行销无效性的问题，深入浅出地分析和回答每种盈利模式产生利润的条件性和原因，让读者从利润规律角度看到盈利模式的本质。

## <<中国市场十种盈利模式>>

### 作者简介

郭金龙：盈利模式设计与管理专家 曾经担任国内著名咨询公司总经理、上海交通大学安泰管理学院“企业盈利模式设计”项目主任、《销售与市场》杂志“招商专刊”主编等职。现为上海英昂管理咨询公司合伙人、高级咨询顾问。

主张低成本起步，10万元找到利润增长点，用盈利模式解决利润难题。集中解决“只见销量不见利润？”、“只有老板关心利润”等等这些让老板头痛的事情。专门为企业设计新的盈利模式及执行方案：盈利目标设计、盈利体系设计、新体系下的业务方案、销售方案、市场传播方案、人员考核管理方案等。

专业和学术背景支持。英昂咨询公司是国内第一家专门研究和提供企业盈利能力提升服务的专业咨询公司。经过五年的潜心研究和大量实践，形成了具有独立知识产权的“盈利知识库”和“盈利工具箱”如“品牌盈利模式”、“产品盈利模式”、“规模盈利模式”、“渠道盈利模式”及“5V价值协同模式”等。

## &lt;&lt;中国市场十种盈利模式&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部 分关于盈利模式第一章盈利模式的十个观点/2企业不关心盈利，衰败甚至死亡只是时间问题/2产品同化可怕，营销同化可怕，盈利模式同化更可怕/2品牌是工具，营销是过程，盈利才是根本/3在经营活动中，无法在“三分钟内”说明其与盈利的直接或者间接关系的行为，都可视为成本/4战略的最高境界是让执行“傻瓜化” /4在很长的时间内，中国企业面临的90%的问题是如何生存的问题/5盈利模式是一个不断优化的过程，没有所谓的先进与落后之分/6任何行业的利润都是分区的/6企业处于哪个利润区是由“价值匹配度”（协同度）决定的/7盈利模式是设计出来的，不是“策划”出来的/7第二章盈利模式的概念与解释/9盈利模式基本说明/9盈利模式分类/9盈利模式设计/10盈利模式作为战略的一些关键指标描述/12营销计划/13投资策略/13劳动生产率/14盈利模式定制与管理示意图/15传统盈利理念的两个错误/16第二部分 中国市场的十种盈利模式简介第三章产品盈利模式/20产品盈利模式的基本解释/22利润是什么/22企业特点/23新产品类型案例说明/24新产品类型案例/25技术领先类型案例说明/26技术领先类型案例/27产品结构类型案例说明/31产品结构类型案例/32产品结构类型案例课堂/34第四章规模盈利模式/37规模盈利模式的基本解释/38规模之下的利润产生方式/38规模之下的利润产生途径/39规模之下的利润产生形式/40规模盈利模式误区/41关于规模在实践层面的观点小结/42规模盈利模式分类/42行业标准类型案例说明/43行业标准类型案例/43低成本、集团化、战略联盟三大类型案例说明/48低成本类型案例/49集团化类型案例/51战略联盟类型案例/52第五章渠道盈利模式/55渠道盈利模式基本概念说明/55渠道盈利模式/55渠道盈利模式的选择要点/56渠道盈利模式的误区说明/56渠道盈利模式分类/57深度分销类型案例说明/57深度分销类型案例/58直销类型案例说明/60直销类型案例/60厂商联盟类型案例说明/63厂商联盟类型案例/64市场集中运营商类型案例说明/67市场集中运营商类型案例/68价值平台类型案例说明/70价值平台类型案例/71第六章品牌盈利模式/73品牌盈利模式的基本解释/73品牌与盈利的关系/74品牌盈利表现在三个方面/75品牌盈利模式误区/76品牌与产品名称的鉴定指标/76品牌盈利模式的五个话题/76品牌覆盖类型案例说明/78多品牌类型案例/79单品牌类型案例/81品牌授权类型案例说明/84品牌相对授权类型案例/85品牌绝对授权类型案例说明/90品牌绝对授权类型案例/91第七章产业互动盈利模式/93产业互动盈利模式的概念说明/93产业互动盈利模式/93产业互动盈利模式成立的几个条件/94产业互动盈利模式案例说明/94产业互动盈利模式案例/95第八章跟进并放大盈利模式/102跟进并放大盈利模式基本概念说明/102跟进并放大盈利模式案例说明/103跟进并放大盈利模式案例/104第九章招商盈利模式/112招商盈利模式的基本说明/112招商盈利模式的两个原因/113招商盈利模式案例说明/114招商盈利模式案例/114第十章服务盈利模式/119服务盈利模式的基本解释/119服务与盈利的关系/120服务的三个层面/121服务盈利模式案例说明/124纯服务类型案例/124解决方案(公关)案例说明/126解决方案(公关)类型案例/127第十一章边打工边创业盈利模式/137边打工边创业盈利模式说明/137边打工边创业盈利模式案例/139第十二章5V(价值协同，匹配)盈利模式/1435V(价值协同 / 匹配)盈利模式基本说明/1435V(价值协同 / 匹配)盈利模式的利润生成过程/1445V(价值协同 / 匹配)盈利模式案例说明/1455V(价值协同 / 匹配)盈利模式案例/146第三部分 如何选择与使用盈利模式第十三章盈利模式的甄选与使用/158盈利模式选择的战略准备/158你的动机/159把它想清楚/160把它写下来/161你的选择/162你可以怎么做/162你应该怎么做/163你只能怎么做/165你的资源/165使用盈利模式/167后记/169

## <<中国市场十种盈利模式>>

### 编辑推荐

《中国市场十种盈利模式》可作为创业者、企业、经销商、零售行业、娱乐行业从业者、市场或企业研究者等中高级人员的行动手册，对于财经类大专院校的专业研究人员和教学案例同样适用。

盈利到底是什么？

在中国高利润的经营经验是怎样的？

《中国市场十种盈利模式》总结了中国市场上正在被使用并获取高额利润的十种盈利模式，精选了三十一家有代表性的大企业的盈利案例，从本源的角度出发来梳理一些困扰目前行业的行销无效性的问题，深入浅出地分析和回答每种盈利模式产生利润的条件性和原因，让读者从利润规律角度看到盈利模式的本质。

<<中国市场十种盈利模式>>

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>