

渠道激励：中国企业营销制胜的核心利器



[渠道激励：中国企业营销制胜的核心利器_下载链接1](#)

著者:盛斌子，吴小林，冯海 著

[渠道激励：中国企业营销制胜的核心利器_下载链接1](#)

标签

评论

很好.相信京东.

还可以，不错呦，下次可以继续买

真正的物美价廉，内容丰富，值得一看的好书全在京东！

书的质量不错，实用性很强！

好评哦，很快就到了

内容精彩，通俗易懂。

学习永无止境。多学习多看书，好书多悟！

有意思的书！旅行中经历痛苦、喜悦、激情、孤独，甚至死亡。[BJTJ]
当有一天停下来反思，自己的旅行的意义是什么？旅行，也许并不能从躁动、焦虑、疲惫、浮华的世俗中回归生活的本质，
但它的确净化了内心的世界，让我更理性地看待生活。静下心来，细细回味曾经走过十五年的旅行生涯，然后决定写一本可以给喜欢旅行的朋友分享的书。[NRJJ]

书不错，应该正品.京东快递还是值得信赖！

内容空洞，一般，重点不够，只限本人

总得来说还不错，推荐使用。

对于初做渠道者适用，想了解中国渠道的发展，操作有参考作用，但是还是要自己制定适合的渠道政策。

看看再说，内容一般，目前没有大收获

很棒的，派力出品的书，实用性非常强

没有保护层，到手的时候，书皮被刮花了

渠道激励：中国企业营销制胜的核心利器

不错，是正品，物超所值

这书不错，跟日常工作中遇到的问题很接近

一本好书，正在拜读中，收获良多！！！！

可以当作工具书用

[SM]这本书的印刷质量是非常不错的,很喜欢,而且价格相对来说很实惠,可谓物美价廉,无论是装订方式,还是发货包装个人感觉都是很不错的.[BJTJ]买之前还特意看了一下编辑推荐,本来还有点犹豫,看到这么多名人都喜欢[ZZ]写的[SM]也就打消了我的犹豫.简单的看了下[NRJJ],我发觉我已经喜欢上它了,尤其是书中的一段[SZ],真是让人爱不释手,意犹未尽.

还可以还可以还可以还可以

不错不错，性价比高，送货快

实用,可以拿来主义,直接用.

激励是核心 我们值得一看

内容不错，可读性强，值得推荐，顶一下

看书充电。工作中需要的知识

看完了 写的还可以

不错不错不错不错不错不错不错

书挺不错，学习中，希望有收获

很快就收到了，是正品

非常好用，值得购买哈！！！！

值得一看，帮同事购买的

还可以，用着还行吧。

书的质量不错，内容看了一点点 觉得还可以，有参考价值

公司团购的，人手一本。

正品行货，京东放心

不错 不错 不错 就是有点啰嗦抄袭嫌疑

商业上利益才是最稳固的合作基础。渠道激励，销售必备。

不过建议还是实践为主，书上只能参考

书很好，就是纸张感觉有点粗糙

非常满意！非常满意！非常满意！非常满意！非常满意！非常满意！

还没看，不过质量不错，送货也快，送货员态度也还行，基本满意。

不错，是正品。下次还在这儿买。很方便。

没看完呢看完评价，应该不错

是正版，价格比书店便宜。

貌似比较适合快消品行业

价廉物美、方便快捷！

弄了很多案例，基本把它当一个渠道激励政策的手册性东西来用了

书不错，物流很快的说

非常详尽的书籍，很有指导意义

在分销商逐步被边缘化的今天， 只有掌握渠道，才能生存

一般一般一般一般一般一般一般一般

正版图书，值得推荐，买吧

一切OK，非常不错一切OK，非常不错

这个还是很不错的呢，书真的很好

多看书，多学习！！ 等看完后来 跟大家分享！

正品。正在看，内容很实用，理论讲解系统。很有启发。

给公司买的，不知道怎么样啊

准备学习销售方面的知识，还没仔细看，不过是我感兴趣的内容

此书中内容，有些可借鉴之处！

跟我从事的渠道不同，不过参考一下吧。

正在看，评价下换积分

渠道激励中国企业营销制胜的核心利器，很值得看，价格也非常便宜，比实体店买便宜好多还省车费。渠道激励中国企业营销制胜的核心利器是本掌故集，内中所有，是关乎近现代中国的往事点滴。掌故大家都写，巧妙各有不同。同样是巧克力，瑞典巧克力和

国产巧克力的差别，稍稍有点口味的人都不难辨别。书的内容值得一读中国渠道激励第一本书，22个策略即读即用。，阅读了一下，写得很好，在中国目前消费品行业产品同质化十分严重的环境下，维持企业业绩主要依靠的是企业之间的渠道竞争。如何利用渠道激励策略开发和维护更多的客户，构建以企业为主导的营销价值链，是决定企业能否脱颖而出的核心利器。渠道激励中国企业营销制胜的核心利器作者结合自身十余年市场一线实战经验和对渠道激励认真深入的研究，推出了这本对于消费品行业营销人来说实用价值非凡的书。通过阅读渠道激励中国企业营销制胜的核心利器，相信读者一定会学到在利润日渐稀薄的中国市场上，如何针对竞争对手的渠道激励政策制定相应的对策，开创渠道畅通、利润滚滚而来的大好局面！，内容也很丰富。在目前的中国耐用消费品行业，利润日薄是个大趋势，渠道激励是当务之急，盛斌子先生对此进行了卓有成效的研究和不断的实践，如今结册成书，对行业内营销人来说，颇有实用价值。张小虎获&中国十大创意人&、&中国十大杰出营销经理&美誉，获科特勒颁发的&金奖&。资深营销人，高级咨询师、培训师如作者所言，这是&中国第一本专业探讨渠道激励的书&。营销类书的发行市场&鱼龙混杂&，希望多出些&真正&实战类的书，走出营销类书的低谷。段传敏著名营销刊物新营销杂志总编，科龙革命500天作者实战学之即用，用之有效实在没有教科书的刻板教条实际内容是本土营销人每天的重要工作。谢叙宁原科龙集团营销总监原亚星客车总经理朗能集团总经理本书值得肯定之处有三一是内容是作者对亲身实战的总结二是填补了行业的空白三是内容的实用性与有效性，其中的案例拿之即可用，用之即有效。何志毛南方都市报风尚周报编辑总监，畅销书红黑科龙作者作为建材业的专职培训师与企业咨询顾问，我迫切地感觉到现在企业与营销人缺少具体问题点的解决方案。很幸运，同仁盛斌子做了这方面的尝试。侯定文知名培训师与咨询顾问我在从事家电行业的时候，每年大笔费用用在渠道激励上，但却苦于没有可借鉴或学习的参照。今天，盛斌子先生将亲身实战结集成书弥补了这一缺憾与空白。张黎黎原科龙冰箱传播科长原冰箱市场部长九牧王服装市场总监，一本书多读几次，理念篇第一章渠道激励概论如何理解渠道激励什么是渠道激励渠道激励，顾名思义，指针对渠道成员的激励资源与方法。有些企业也叫渠道促销、渠道奖励、经销商

盛斌子，吴小林，冯海而优雅却可以通过后天的努力来达成优雅不是30女人的专利也不是名门望族女子的专利而是每个女人一生的功课每个女人都有过优雅生活的能力渠道激励中国企业营销制胜的核心利器如果上帝没有给你美貌那何不努力做到优雅来超越美貌呢如果你已经幸运地拥有美貌那何不用优雅来超越时光让这美貌历久弥新呢说到优雅再没有比法国中国渠道激励第一本书，22个策略即读即用。女人尤其是巴黎女人更有资格诠释的而只有深谙法式优雅之道的中国女人在中国目前消费品行业产品同质化十分严重的环境下，维持企业业绩主要依靠的是企业之间的渠道竞争。如何利用渠道激励策略开发和维护更多的客户，构建以企业为主导的营销价值链，是决定企业能否脱颖而出的核心利器。渠道激励中国企业营销制胜的核心利器作者结合自身十余年市场一线实战经验和对渠道激励认真深入的研究，推出了这本对于消费品行业营销人来说实用价值非凡的书。通过阅读渠道激励中国企业营销制胜的核心利器，相信读者一定会学到在利润日渐稀薄的中国市场上，如何针对竞争对手的渠道激励政策制定相应的对策，开创渠道畅通、利润滚滚而来的大好局面！更懂中国女人的内心需求石楠曾在巴黎待过很长一段时间前前后后有八年之久所以对法国女人的时尚装扮以及为人处世之道了解得甚为透彻在目前的中国耐用消费品行业，利润日薄是个大趋势，渠道激励是当务之急，盛斌子先生对此进行了卓有成效的研究和不断的实践，如今结册成书，对行业内营销人来说，颇有实用价值。张小虎获&中国十大创意人&、&中国十大杰出营销经理&美誉，获科特勒颁发的&金奖&。资深营销人，高级咨询师、培训师如作者所言，这是&中国第一本专业探讨渠道激励的书&。营销类书的发行市场&鱼龙混杂&，希望多出些&真正&实战类的书，走出营销类书的低谷。段传敏著名营销刊物新营销杂志总编，科龙革命500天作者实战学之即用，用之有效实在没有教科书的刻板教条实际内容是本土营销人每天的重要工作。谢叙宁原科龙集团营销总监原亚星客车总经理朗能集团总经理本书值得肯定之处有三一是内容是作者对亲

身实战的总结二是填补了行业的空白三是内容的实用性与有效性，其中的案例拿之即可用，用之即有效。何志毛南方都市报风尚周报编辑总监，畅销书红黑科龙作者作为建材业的专职培训师与企业咨询顾问，我迫切地感觉到现在企业与营销人缺少具体问题点的解决方案。很幸运，同仁盛斌子做了这方面的尝试。侯定文知名培训师与咨询顾问我在从事家电行业的时候，每年大笔费用用在渠道激励上，但却苦于没有可借鉴或学习的参照。今天，盛斌子先生将亲身实战结集成书弥补了这一缺憾与空白。张黎黎原科龙冰箱传播科长原冰箱市场部长九牧王服装市场总

这本书找了好久啊。希望能够对我有所帮助

合格合法很符合合格合法很符合

速度比较快！ 速度比较快！

书不错,物流也很快!

全新正版，速度非常快

质量比较一般，但不影响阅读

很好！很不錯！很喜欢！

发货很快，正版书，下次还来

不错，值得购买，不错，值得购买

不错哦，没有推荐错！

很满意！书非常好，正版的，非常值，快递也给力，必须给好评，就是感觉包装有点简陋啊哈哈~~~不过书很好，看了下内容也都很不错，快递也很给力，东西很好
物流速度也很快，和照片描述的也一样，给个满分吧
下次还会来买！书的包装非常好，没有拆开过，非常新，可以说无论自己阅读家人阅读，收藏还是送人都特别有面子的说，特别精美；各种十分美好虽然看着书本看着相对简单，但也不遑多让，塑封都很完整封面和封底的设计、绘图都十分好画让我觉得十分细腻具有收藏价值。书的封套非常精致推荐大家购买。
打开书本，书装帧精美，纸张很干净，文字排版看起来非常舒服非常的惊喜，让人看得欲罢不能，每每捧起这本书的时候
似乎能够感觉到作者毫无保留的把作品呈现在我面前。
作业深入浅出的写作手法能让本人犹如身临其境一般，好似一杯美式咖啡，看似快餐，其实值得回味
无论男女老少，第一印象最重要。”从你留给别人的第一印象中，就可以让别人看出你是什么样的人。所以多读书可以让你感觉你知书答礼，颇有风度。
多读书，可以让你多增加一些课外知识。培根先生说过：“知识就是力量。”不错，多读书，增长了课外知识，可以让你感到浑身充满了一股力量。这种力量可以激励着你不断地前进，不断地成长。从书中，你往往可以发现自己身上的不足之处，使你不断地改正错误，摆正自己前进的方向。所以，书也是我们的良师益友。
多读书，可以让你变聪明，变得有智慧去战胜对手。书让你变得更聪明，你就可以勇敢地面对困难。让你用自己的方法来解决这个问题。这样，你又向你自己的人生道路上迈出了一步。
多读书，也能使你的心情便得快乐。读书也是一种休闲，一种娱乐的方式。读书可以调节身体的血管流动，使你身心健康。所以在书的海洋里遨游也是一种无限快乐的事情。
用读书来为自己放松心情也是一种十分明智的。
读书能陶冶人的情操，给人知识和智慧。所以，我们应该多读书，为我们以后的人生道路打下好的、扎实的基础！读书养性，读书可以陶冶自己的性情，使自己温文尔雅，具有书卷气；读书破万卷，下笔如有神，多读书可以提高写作能力，写文章就才思敏捷；旧书不厌百回读，熟读深思子自知，读书可以提高理解能力，只要熟读深思，你就可以知道其中的道理了；读书可以使自己的知识得到积累，君子学以聚之。总之，爱好读书是好事。让我们都来读书吧。其实读书有很多好处,就等有心人去慢慢发现.
最大的好处是可以让你有属于自己的本领靠自己生存。
最后在好评一下京东客服服务态度好，送货相当快,包装仔细！这个也值得赞美下
希望京东这样保持下去，越做越好
虽然看着书本看着相对简单，但也不遑多让，塑封都很完整封面和封底的设计、绘图都十分好画让我觉得十分细腻具有收藏价值。

正在学习中，这类书太少了

好东西 还好看好东西 还好看好东西 还好看

只能作为参考，实质内容还很是欠缺，完全只是材料拼凑，没有作者个人总结。

比书店买便宜，书本很好。

送货挺快。内容还行。

案例不错，就是有些名词应该有相应的解释

可以，性价比高！！！！

东西还算是可以的把

昨天拿了看了一下，书质太差，里面的内容一般！

内容还是很感兴趣的，书的纸张也不错，内容丰富，比较翔实。举了一些浅显的例子，深入浅出。适合刚刚接触渠道的人看，还不错

如何激励渠道，如何打造团结一致的渠道体系，书中给你不少建议。建议看看。

包装配送很好，书也很好。给力的购书体验

书挺好,也挺快.书挺好,也挺快

无语,外面竟然连胶封都没有了,书的背面很脏.

老公买的书,内容尚可,读书有益

老公喜欢老公喜欢老公喜欢

整体内容还不错,借鉴作用还是蛮好的!

希望看了会受益,对以后有帮助

很不错的一本,同事极力推荐。

确实好东东啊,很有帮助,是正版

不错的一本书,值得阅读.

11111111111111

全新的,和书店的比较过了,应该是正版图书。

价格本便宜，质量还可以

实用性不强 看看还可以！

正版书,比书店还优惠,方便!支持京东!

还不错，发货速度很快。内容看 了下也还行

据说内容还是比较给力的

看了一半，战术面的。

各渠道如何协调管理，如何实现激励，本书会给你答案

还没来得及看呢 选了好久的书

励志的，还没看，不能乱讲

书写得不错，深受启发

还行，适合刚做销售人员！

本书于2010年2月第1版出版发行，2012年1月第2次印刷，书中几乎罗列了所有的渠道激励措施和方法，包括台阶返利、消库补差、销售竞赛、提货返点、限期提货奖励、实物促销、销售人员激励、福利促销、会议促销、老品促销、阶段奖励等各种渠道激励措施，还写了如何进行新品推广促销、终端建设与维护、市场支持方法、导购激励、小区推广、节假日促销、店庆促销等各种促销方法，还告诉你如何进行激励评估，看看自己的促销方法是否有效的带动的业绩，是一本相当实用的书籍，对于做商务代表、业务员、业务代表等等厂家或者代理商的营销员工，这是本好教材，让你最快的想到促销的方法，营销的手段。对于做营销策划的人来说，这更是宝典，让你不用费尽心思的想办法进行策划了，本书把多数策划方法都告诉你了，你只要照搬就行了，不过也不能依葫芦画瓢，也要根据公司的情况，实事求是的切合自己的实际来提出一些建设性的营销方案，我不是个专业的营销人才，虽然我的大学毕业证写的是市场营销专业，但是在大学屁都没学到什么营销知识，营销这个东西还是得自己去市场中去闯荡去实践才学的快，理论的只是个参考，关键自己要细心观察，真正的了解消费者的心理和需求，这样才能做到无往不胜，就算是给和尚卖梳子也能卖的掉，这才是营销高手。

不赖!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

《管理学论丛·中国企业的营销渠道行为研究》在写作过程中，刻意突出或强调以下几点：第一，研究的本土化。《管理学论丛·中国企业的营销渠道行为研究》强调营销渠道行为理论与中国企业的实践相结合，充分考虑中国的政治、经济、社会与文化环境对于企业营销渠道行为的影响，采用中国本土概念（如私人关系、关系导向、人脉、人情和面子等），应用中国本土心理学的研究成果，研究和解释中国企业的营销渠道行为。第二，研究的规范化。《管理学论丛·中国企业的营销渠道行为研究》内容以营销渠道行为理论为理论基础，参阅中外研究文献，结合中国的国情，构建研究框架和建立假设。每一项专题研究都按照营销渠道行为理论的学术传统和科学研究方法，设计研究方案，收集数据，进行假设检验。第三，研究的体系感。虽然《管理学论丛·中国企业的营销渠道行为研究》的主要内容七个在形式上相互独立的专题研究组成，但是我在第1章和第2章给出了它们的理论背景和总体的研究框架，指出了它们在总体研究框架中的地位和它们之间的内在联系。另外，在第10章，我还对各专题研究的结果进行了整合，并进行了总体性的讨论。这些工作都增强了《管理学论丛·中国企业的营销渠道行为研究》研究内容的体系感。

《管理学论丛·中国企业的营销渠道行为研究》可以有两种阅读方式：一是从头至尾逐章阅读，二是选择自己有兴趣的章节跳跃式阅读。前者适合刚接触这一研究领域的大学本科或研究生，后者适合对这一研究领域已经有了基本了解并希望在这一领域或相关领域作一些理论研究的学生或研究者阅读。另外，从事营销实践工作的专业人士，也可以根据自己所具有的专业知识，选择这两种阅读方式。为了方便这两种不同的阅读方式，我刻意保留了七个专题研究的原貌，没有删除它们与第1章、第2章或它们之间偶尔出现的一些相互重复的部分（主要是在各章的“理论与假设”部分）。如果在阅读时遇到这种情况，作者的建议是，可以比较快地扫过去。

《营销渠道:管理的视野》(第7版)是营销渠道管理领域中，最经典的国际通行教材，自出版以来已经连续修订6次，广受教师和学生好评，被世界各国和地区的数千所大学所采用。《营销渠道:管理的视野》(第7版)所阐述的聚焦渠道战略，为读者提供了最新的营销渠道管理思路、技能和方法，并绘制了一套可运用自如的“渠道秘笈”。《营销渠道:管理的视野》(第7版)共分5篇18章和25个案例。前4篇全面阐述了营销渠道的概念、参与者、环境和行为过程；营销渠道战略、营销渠道设计、渠道成员选择，以及目标市场与渠道设计战略；渠道成员激励和绩效评价，渠道管理中的产品、定价和促销问题；物流与渠道管理的关系电子营销渠道、直销与直复营销渠道、服务营销渠道和国际营

销渠道。第V篇为《营销渠道:管理的视野》(第7版)案例学习和研究部分,精心挑选的25个案例,展示了营销渠道管理中的种种问题和诸多技巧。此外,书后的“邓金甜甜圈公司特许经营协议”附录,更是给予了读者直观和深刻的认识。

人为万物之灵,兰为百花之英,愿兰蕙自然进入人们心灵的世界,共同将兰艺这种中华民族的传统的国粹发扬光大,以兰会友,共同进步。 蕙兰 蕙兰
孔子《孔子家语·六本》入芷兰之室,久而不闻其香。与善人居,如入芷兰之室,久而不闻其香,即与之化矣;与不善人居,如入鲍鱼之肆,久而不闻其臭,亦与之化矣。丹之所藏者赤,漆之所藏者黑。
是以君子必慎其所处者焉。荀子《荀子·宥坐》
且夫芷兰生于深林,非以无人而不芳。(夫芷兰:蕙兰和白芷为一对)
君子之学,非为通也,为穷而不困,忧而意不衰也。
编辑本段中国人民本身象征兰,香草也。——《说文》
衡兰芷若。——《汉书·司马相如传》 兰槐之根是为芷。——《荀子劝学》
中国兰的根是为白芷,白芷象征人民百姓。蕙芷是自古以来仁义与民政的传统美德精华, 蕙兰根系百姓,唐代大诗人李白写有“幽兰香风远,蕙草流芳根”。
人为万物之灵,兰为百花之英,愿兰蕙自然进入人们心灵的世界,共同将兰艺这种中华民族的传统的国粹发扬光大,以兰会友,共同进步。 蕙兰 蕙兰
孔子《孔子家语·六本》入芷兰之室,久而不闻其香。与善人居,如入芷兰之室,久而不闻其香,即与之化矣;与不善人居,如入鲍鱼之肆,久而不闻其臭,亦与之化矣。丹之所藏者赤,漆之所藏者黑。
是以君子必慎其所处者焉。荀子《荀子·宥坐》
且夫芷兰生于深林,非以无人而不芳。(夫芷兰:蕙兰和白芷为一对)
君子之学,非为通也,为穷而不困,忧而意不衰也。
编辑本段中国人民本身象征兰,香草也。——《说文》
衡兰芷若。——《汉书·司马相如传》 兰槐之根是为芷。——《荀子劝学》
中国兰的根是为白芷,白芷象征人民百姓。蕙芷是自古以来仁义与民政的传统美德精华, 蕙兰根系百姓,唐代大诗人李白写有“幽兰香风远,蕙草流芳根”。
人为万物之灵,兰为百花之英,愿兰蕙自然进入人们心灵的世界,共同将兰艺这种中华民族的传统的国粹发扬光大,以兰会友,共同进步。 蕙兰 蕙兰
孔子《孔子家语·六本》入芷兰之室,久而不闻其香。与善人居,如入芷兰之室,久而不闻其香,即与之化矣;与不善人居,如入鲍鱼之肆,久而不闻其臭,亦与之化矣。丹之所藏者赤,漆之所藏者黑。
是以君子必慎其所处者焉。荀子《荀子·宥坐》
且夫芷兰生于深林,非以无人而不芳。(夫芷兰:蕙兰和白芷为一对)
君子之学,非为通也,为穷而不困,忧而意不衰也。
编辑本段中国人民本身象征兰,香草也。——《说文》
衡兰芷若。——《汉书·司马相如传》 兰槐之根是为芷。——《荀子劝学》
中国兰的根是为白芷,白芷象征人民百姓。蕙芷是自古以来仁义与民政的传统美德精华

， 蕙兰根系百姓，唐代大诗人李白写有“幽兰香风远，蕙草流芳根”。

-
- (一) 归江 1.几乎没有人用交易的方式获得持续的生存。
2.投资离不开对人类行为的研究。 (二) 但斌
1.更市场化地发新股、让企业倒闭、破产、退市。
2.中国对老百姓的呵护反而害了市场。 (三) 陈理 1.买股票就是买公司。
2.市场是为你服务的，不是提供指导的。 3.安全边际。 (四) 朱平
1.转变经济发展方式就是要把投资压下去，银行利润干下来，税收降下去。
2.看K线图炒股不创造经济效益，是在浪费资源。 (五) 东博老股民
1.要有深入骨髓的便宜概念。 2.上市公司是干活赚钱的，我投资他们让他们给我赚钱。
3.静静等待。 (六) sosme 1.有些信息学得越多受害越深。
2.很多研究员是为了研究而研究，混口饭吃罢了。
3.真正的大牛股绝对不存在与今天的热门行业、热门公司中。
4.不要以为自己看透了一切。 5.逆向投资是反人性的。 (七) 翟敬勇
1.价值投资是用4角钱买1元的东西，高估时卖出。
2.坚持价值投资的关键在对情绪的把握。 (八) 王小刚
1.别太相信精准建立的模型，因为影响因素之多超出你的想象。
2.用了10年时间才坚定了“股价长期来讲是和基本面挂钩的”。 (九) 程杰
1.你知道它值多少钱才知道它是不是便宜。 (十) 王瑜
1.投资的大敌是面子，是不能承认自己的错误。
2.搞清楚替你打理钱财的人是抽佣获利还是投资获利。 (十一) 董宝珍
1.把价值和趋势结合是胡闹。 2.不信任任何人，因为人会变。
3.合伙人的素质很关键。道不同成本太高。 (十二) 孙旭东
1.但凡只提好企业，不管价格的，是“伪价值投资者”。
2.企业基本面无变化，股价大幅波动，是机会不是风险。 3.凡人别接刀子。
(十三) 刘鹰 1.平淡对投资来说是好事。 2.笑到最后才是赢。 (十四) 陈宇
1.真正值得关注和投资的企业凤毛麟角。 2.好公司在中国永远有便宜的时候。
- 三、一些技巧(摘抄) (一) 归江 1.止损条款就是有人跳楼你也跟着跳楼。
2.从看公司到动手花费两到三年，成功的概率会大增。 (二) 陈理
1.大盘恐慌+公司坏消息=最佳买点。 (三) sosme
1.某项投资坚持了10年，最终的回报在未来的1-2个月内集中实现。
2.选烟蒂，首先要判断公司有无持续经营能力。 (四) 翟敬勇
1.逆向投资要关注企业质地。 (五) 程杰
1.看企业要问的3个问题：靠什么盈利？为什么盈利？未来能不能盈利？ (六) 董宝珍
1.只买太子。 2.习惯性分散是一种自我欺骗。 (七) 孙旭东 1.价值投资者从来不止损。
(八) 刘鹰 1.错误都发生在不冷静的时候。 四、目前不认同的投资人
林园：怎么看怎么像典型的陕西忽悠，你别想从他那得到什么真传；
但斌：屁股决定脑袋，看看但斌对广药和茅台的支持与呵护言论，常感有些过了；
叶资本：酒使人丧失理性，不道德的钱不挣；中药原理太飘渺，能力圈外的钱不挣。

还没开始看，还成吧，希望有用。

订单处理速度慢，发货慢！送货慢！！！！

现在准备自己创业，储备知识吧！

价格好 物流有待提高~

[渠道激励：中国企业营销制胜的核心利器_下载链接1](#)

书评

[渠道激励：中国企业营销制胜的核心利器_下载链接1](#)