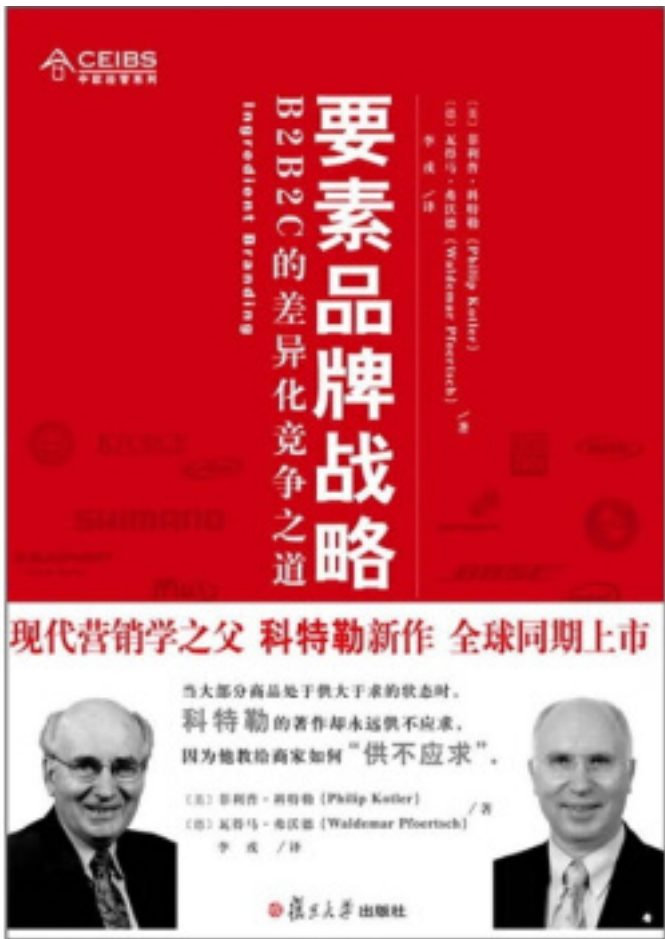


要素品牌战略：B2B2C的差异化竞争之道 [Ingredient Branding]



[要素品牌战略：B2B2C的差异化竞争之道 \[Ingredient Branding\]_下载链接1](#)

著者:[美] 科特勒，[德] 弗活德 著，李戎 译

[要素品牌战略：B2B2C的差异化竞争之道 \[Ingredient Branding\]_下载链接1](#)

标签

评论

朋友推荐的，值得看

内容不错，质量不错，喜欢……

此用户未填写评价内容

产品好用，方便，价格实惠，非常不错，不过发票还没开好好像。

相当不错，性价比高

好评，沟通方便，正版书籍，送货速度快。已经开始阅读了。

送过快。书纸张质量不错，颜色无失真。

快递准时，发票齐全，书本印刷质量上乘

经典书籍，值得一读，书本质量不错

客服特别效率 一经沟通立即拆单 保证了其他书没有被一本缺货的书而耽误发货。

好1234567890

物流配送更快 总体非常满意 还会继续购买

其他书里面推荐的，看了感觉还不错，内容比较实用

还不错，正在看，希望有所收货哦

还没来得及看，但是书的质量还可以

书不错，公司采购。

很好的书，质量没问题。

还没有看怎么写评论

书非常好，专门推进给公司，买了好多。打造学习型组织

信赖京东，好几年了，能从京东商城的都在这上边，快，方便！自营的才行！

价廉物美，方便快捷。

这本书稍微虚一点，但也值得阅读，b2b2c模式讲的不够深

值得购买，不过因人而异吧。希望大家都能买到对自己有帮助的书。

外观漂亮 密封严实，质量上乘 我很喜欢

京东（JD.COM）是中国领先的综合网络零售企业，公司旗下产业京东商城是中国电子商务领域最受消费者欢迎和最具有影响力的电子商务网站之一，拥有在线销售家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装服饰、母婴、图书、食品、在线旅游等12大类数万个品牌商品。公司秉承“客户为先”的经营理念，致力于为供应商和卖家提供一个优质的服务平台，为消费者提供丰富优质的产品、便捷的服务、实惠的价格，致力于打造一个深受广大用户信赖、喜欢的优质网购入口。2013年5月京东商城超市业务正式上线。2013年7月30日，京东首次披露金融布局，支付业务年底上线。2014年3月10日，腾讯与京东联合宣布，腾讯入股京东15%。5月22日，京东在美国纳斯达克交易所挂牌上市，交易代码为“JD”。

还不错哦 值得一看

正在看着，质量还不错

师傅服务非常好！送货快！

物流速度快，产品精美，知识实用

书不错，才看。

一本老书了，折扣不高(；`O´)o

不错，然而好评也没什么卵用，15个字

现代企业经营模式以及发展方向。可以看看

挺好的，性价比高，挺喜欢的~~~~~

不错质量灰常好，额很喜欢哈哈哈哈哈哈

晚上快十一点下订单，第二天早上八点多就到了，1500百块的书，配货还是这么迅速~
~~书的内容还没看，但心情大好~~哈哈

不错，很好，信赖京东，谢谢。

不错的书，可以读一下。

不错不错不错不错不错

认真学习下！！书质量不错

正版书，质量很好

还好的了，至少物有所值

很好，很好，很好，很好，很好，很好

准备好好看一看，认真学习

好好好好好好好好好好

学习中。。。。

做工业品的B2B，如果能够像书里面那样做，就可以变成伟大的企业。世界五百强都在做，希望中国企业也能奋起直追。

不错的B2C品牌要素战略管理方面的，在B2C方面的多点。
本书第一作者的营销管理也是很不错的经典之作。

不要动不动说道

对比材料供应商的品牌营销，还是有很多启发的，要素品牌这个概念，值得好好研究！

书还是很好的，网购也比较划算。

还没详细看，教父的书，肯定没错。

买很多次了，一直很满意！

懂了很多东西！值得推荐

经典之作，慢慢阅读。

不错的书，等待详细研读

才收到，还没看，应该不错了

书写的很不错，平时无聊时看看，主要围绕英特尔来讲的

感觉不错，物流强。田国

书的质量还不错，也实惠

学习了不少东西，不错的一本书

科特勒讲品牌战略的书 内容总体来说比较全面系统 推荐从事品牌管理的人阅读

书评，质量，内容很好

要素品牌战略：B2B2C的差异化竞争之道

要素品牌化的指导用书，比较实用

还没看，正好学习下

一直没来的及看，不知道具体内容

挺好的一本书。还没看完啊

正是我想要的书正是我想要的书

学习之路不断，现世界是品牌的世界。

书是正版的，卖家发货速度很快

帮朋友买的，没看，不好评价。

包装配送很好，书也很好。给力的购书体验

在京东买书就是很方便，正品，关键价格便宜

宝贝真不错，内容挺好的

外国实例比较多，很多都是大企业，品牌的建立很不容易。

书很好，慢慢学习！~

很不错的书，值得一读啊

科特勒的书，没话说，内容都经典。书的质量也非常不错。

拓宽视野，很好的一本书，能增进对营销的理解

这次买的书都还不错~

信息丰富，值！是品牌营销学习的佳作！

我个人认为这本书挺值得去学习研究的。

没有仔细看，但是大概看了下框架，还不错

不错，京东信的过 不错，京东信的过

帮同事买的，送货超快的，同事说服务很好！！

很不错啊很不错啊很不错啊很不错啊

不错的商品，质量很不错，送货很快！

给老公买的，他说这本还不错。

很好的一本书，值得购买啊，不容错过

对于公司的管理层，很有帮助

正版图书,非常满意,送货也很快

品牌的打造室友敲门的，好好学习此书会有意外的收获的

看书的介绍还不错 还没有看哦

不错，主管很喜欢的一本书

老师推荐的书，还不错~

值得购买 书非常的不错

比较适合从业人员学习参考

还不错还不错还不错还不错

手感不错 包装很好

市场营销秘笈市场营销秘笈

京东的包装很完好，表扬一下，外面包的塑料一点没坏

粗略看了点，需要多点时间学习啊

好书，值得一看，推荐

质量不错，内还没有看完

虽然有点枯燥，但是读了几章后，收获颇丰

送货给力，书还没有读。

不错，超值，值得购买。

快递太给力了，早上下单下午就收到货了。京东的物流速度赞一个。

购买目的是送人，确实是本好书！

我看完了，然后购买了一些送人。

还不错吧~还不错啊~~~

东西不错 强力支持京东！

不错的书，理论简单易懂，有道理。

很喜欢，送货速度快的！

看起来不错，开始学习品牌知识

不错，旧战略吧？，还没看

学科要交叉，从基础学起

批量评价~~~~觉得好才买，收藏备用的好书！！！ 批量评价~~~~觉得好才买，收藏备用的好书！！！ 批量评价~~~~觉得好才买，收藏备用的好书！！！！

暂时没发现缺点

书内容丰富

值得看的書

都不错！！！！！！！！ 1

电饭锅和电话的话的人太多

还可以吧，知识有点老，不过在要素品牌方面还挺全面的

一定要学习

没有想象中的好，不过还是有很多借鉴

经典图书， 营销必读。 还有很多东西要学习。经典案例值得学习。
适合营销，销售从业者。

好书，值得买。快递迅速。

书还可以一看，用以参照

要素品牌战略：B2B2C的差异化竞争之道 非常好的书

质量还可以，与大家供分享。出货速度还比较快。要买书的童鞋赶紧了。

还没认真看，看完再过来追加评价

品牌策略说的很详细，值得学习借鉴

包装是一如既往的好,发货也很快,给力360!

还没怎么看，印刷还行吧，装订一般般，

不错，很实用的营销书籍...

跟大师学习品牌，必备。

帮朋友买的

还可以吧

哈哈哈哈

还可以吧 里面的内容 哪怕就是一句话 也很经典的 涉及到 思想理念上 都是无形的价值 相比之前评价的 书面标价在60元的书 这本书面标价38元的 比较实惠 大师写的书 有2-3句话能给生意带来帮助 就值得了

很不错

看来两页，需要细心读

还没看

等看了再追评，快递确实给力，晚上下单，第二天09:30左右就收到了。

不错，原来是中欧经管系列的，比较适合从事营销行业的看看
书中有句话说得好：人在没有选择的情况下并不痛苦，而在可以选择的时候往往感到痛苦。选择好比是一棵树，从根处起步时，直线易行。越往前岔路越多，到后来竟会如“歧路亡羊”一般，不知道何去何从。
个人觉得这本书很适用于现今的许多企业，看看现在凡客、麦考林、V+什么的 各种B2C企业风起云涌，他们也有自己的品牌要素，无论是从符号上来说，还是消费品的内容品质上，还是客户服务上、购买体验上，想必这些都可以成为他们品牌中的成功要素。那些初创的小品牌则更需要借鉴了。想要创业的，想要拓展的，看看相信都会有所好处的吧。

内容不错，有些启发，快递挺快

书有破页的地方啊，忍了。内容很一般，不适合电子商务关于品牌打造

跟战略品牌管理一起买的，没想到这本也这么教条。科特勒的书伤不起啊

不过内容还是有点局限

好好好好! ! ! ! ! ! ! ! ! ! ! ! ! ! ! ! 1

还行

很好

不错

好书

内容太老，没有更新

几页书都没有切开，连在一起的

—

好

.....

京东商城是中国B2C市场最大的3C网购专业平台。是中国电子商务领域最受消费者欢迎和最具影响力的电子商务网站之一。京东商城秉承“以人为本的服务理念，全程为个人用户和企业用户提供人性化的“亲情360”全方位服务，努力为用户创造亲切、轻松和愉悦的购物环境；不断丰富产品结构，以期最大化地满足消费者日趋多样的购物需求。相较于同类电子商务网站，京东商城拥有更为丰富的商品种类，并凭借更具竞争力的价格和逐渐完善的物流配送体系等各项优势，赢得市场占有率多年稳居行业首位的骄人成绩。

京东商城自2004年初涉足电子商务领域以来，专注于该领域的长足发展，凭借在3C领域的深厚积淀，秉承“先人后企”的发展理念，奉行“合作、诚信、交友”的经营理念，先后组建了上海及广州全资子公司，富有战略远见地将华北、华东和华南三点连成一线，使全国大部分地区都覆盖在京东商城的物流配送网络之下；同时不断加强和充实公司的技术实力，改进并完善售后服务、物流配送及市场推广等各方面的软、硬件设施和服务条件。根据战略规划，京东商城将组建以北京、上海、广州和成都为中心的四大物流平台，以期能为全国用户提供更加快捷的配送服务，进一步深化和拓展公司的业务空间。 JD logo

作为中国B2C市场最大的3C网购专业平台，京东商城无论在访问量、点击率、销售量以及业内知名度和影响力上，都在国内3C网购平台中首屈一指。2007年京东商城销售额超过3.5亿元人民币，实现了连续三年300%的增长。而在2008年北京奥运会到来之际，京东商城的销售额有望突破12亿元人民币。

京东商城的飞速发展和良好前景赢得了国际著名风险投资基金的青睐。2007年，京东商城迎来了第一笔风险投资，这无疑为京东商城的迅猛发展注入一支强心剂。伴随着京东商城的超速发展，京东商城将为合作伙伴提供更广阔的发展平台、为广大用户提供便利可靠的高品质网购专业平台。

未来，京东商城将坚持以“产品、价格、服务”为中心的发展战略，不断增强信息系统、产品操作和物流技术三大核心竞争力，始终以服务、创新和消费者价值最大化为发展目标，不仅将京东商城打造成国内最具价值的B2C电子商务网站，更要成为中国3C电子商务领域的翘楚，引领高品质时尚生活。

自2004年初正式涉足电子商务领域以来，京东商城一直保持高速成长，连续八年增长率均超过200%。

截至2012年12月底，中国网络零售市场交易规模达13205亿元，同比增长64.7%。国内最大的两家电商公司，阿里巴巴和京东商城，阿里巴巴2012年交易额增长超100%，京东商城则接近200%。

"[SM]在书店看上了这本书一直想买可惜太贵又不打折，回家决定上京东看看，果然有折扣。毫不犹豫的买下了，京东速度果然非常快的，从配货到送货也很具体，快递非常

好，很快收到书了。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 [QY]"

读了这本书之后，要素品牌战略22的差异化竞争之道，超值。买书就来京东商城。价格还比别家便宜，还免邮费不错，速度还真是快而且都是正版书。消费者的购买决策越来越难，作为营销人员，你怎么办面对激烈的竞争，成功的要素品牌与名不见经传的廉价模仿者之间的区别就在于它能为顾客提供更多、更具启发意义的东西。当大部分商品处于供大于求的状态时，科特勒的著作却永远供不应求，因为他教给商家如何供不应求。买回来觉得还是非常值的。我喜欢看书，喜欢看各种各样的书，看的很杂，文学名著，流行小说都看，只要作者的文笔不是太差，总能让我从头到脚看完整本书。只不过很多时候是当成故事来看，看完了感叹一番也就丢下了。所在来这里买书是非常明智的。然而，目前社会上还有许多人被一些价值不大的东西所束缚，却自得其乐，还觉得很满足。经过几百年的探索和发展，人们对物质需求已不再迫切，但对于精神自由的需求却无端被抹杀了。总之，我认为现代人最缺乏的就是一种开阔进取，寻找最大自由的精神。中国人讲虚实相生，天人合一的思想，于空寂处见流行，于流行处见空寂，从而获得对于道的体悟，唯道集虚。这在传统的艺术中得到了充分的体现，因此中国古代的绘画，提倡留白、布白，用空白来表现丰富多彩的想象空间和广博深广的人生意味，体现了包纳万物、吞吐一切的胸襟和情怀。让我得到了一种生活情趣和审美方式，伴着笔墨的清香，细细体味，那自由孤寂的灵魂，高尚清真的人格魅力，在寻求美的道路上指引着我，让我抛弃浮躁的世俗，向美学丛林的深处迈进。合上书，闭上眼，书的余香犹存，而我脑海里浮现的，是一个皎皎明月，仙仙白云，鸿雁高翔，缀叶如雨的冲淡清幽境界。愿我们身边多一些主教般光明的使者，有更多人能加入到助人为乐、见义勇为的队伍中来。社会需要这样的人，世界需要这样的人，只有这样我们才能创造我们的生活，

要素品牌战略，顾名思义是指为某些品牌成品中不可或缺的材料、元素或部件等构成要素所制定品牌的战略。如人们耳熟能详的处理器、利乐包装、特富龙、杜比，等等。要素品牌战略并不是那些经过检验的战略的替代品，它是一种全新的战略。自该概念问世以来，越来越多的公司都认识到了其独特的优势，同时也发现了如何成功地实施要素品牌策略。无论对要素生产商，还是最终成品制造商来说，要素品牌化都有优势。生产商希望改变其产品无人知晓、容易被替代的窘境。成品制造商希望自己的产品实现差异化竞争，从而达到溢价的目的。因为，这种营销工具将使消费者在做购买决策时不光关注最终产品本身，也开始重视产品所使用的材料，有助于其进行购买决策。作为经理人和企业决策者，如果你对要素品牌战略还不熟悉，要素品牌战略22的差异化竞争之道

[illegible]

[illegible]

[要素品牌战略：B2B2C的差异化竞争之道 \[Ingredient Branding\] 下载链接1](#)

书评

[要素品牌战略：B2B2C的差异化竞争之道 \[Ingredient Branding\] 下载链接1](#)