

# 《中国住宅市场营销》

## 图书基本信息

书名：《中国住宅市场营销》

13位ISBN编号：9787542906595

10位ISBN编号：7542906593

出版时间：1999年6月1日

出版社：立信会计出版社

作者：姚玲珍

页数：291 页

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《中国住宅市场营销》

## 内容概要

本书从住宅、住宅市场、住宅市场营销等概念的界定入手，对住宅市场的结构、运行环境、营销策略等方面进行了探讨。全书分三篇：第一篇“导论”，主要对有关概念进行了界定，为后面的分析奠定理论基础。第二篇“中国住宅市场研究”，从理论和实证两个角度对有关内容进行了分析。首先从住宅市场的需求、供给和中介等方面分析了住宅市场的结构，然后从经济、政策、法律、社会文化等角度探讨了住宅市场运行的环境，在此基础上结合我国国民经济与住宅建设的发展规划对住宅市场的发展趋势进行了预测。第三篇“中国住宅市场营销”，主要结合目标市场阐述了产品策略、价格策略、销售渠道策略和销售促进策略等内容。

# 《中国住宅市场营销》

## 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:[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)