



Intercultural Communication Cases

in Business Cooperation between
China and Foreign Countries

中外商务合作 跨文化交际案例集

王 琴 —— 编著

本书受国际商务汉语教学与资源开发基地(上海)资助出版

中外商务合作 跨文化交际案例集

王 琴 —— 编著



图书在版编目(CIP)数据

中外商务合作跨文化交际案例集/王琴编著. —上海:上海财经大学出版社,2017.7

(本书受国际商务汉语教学与资源开发基地(上海)资助出版)

ISBN 978-7-5642-2707-4/F·2707

I.①中… II.①王… III.①国际商务-商业文化-文化交流-案例
IV.①F740

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 076182 号

责任编辑 何苏湘

书籍设计 张克瑶

ZHONGWAI SHANGWU HEZUO KUAWENHUA JIAOJI ANLIJI

中外商务合作跨文化交际案例集

王 琴 编著

上海财经大学出版社出版发行

(上海市中山北一路 369 号 邮编 200083)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海宝山译文印刷厂印刷

上海淞杨印刷厂装订

2017 年 7 月第 1 版 2017 年 7 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16 36.75 印张 894 千字

印数:0 001—2 000 定价:68.00 元

PREFACE

前言

改革开放三十年,中国经济实现了飞速发展。大量海外公司进入了中国市场,据悉,全球500强企业,已多半进入中国。这些外资企业,或直接投资,或联盟经营,或合资运作,或独资发展,在中国市场上采取了不同的发展策略,呈现出不同的发展轨迹。同时,中国企业也在不断“走出去”,在进入国际市场的过程中,同样采取合资、联盟等不同方式,不断寻找适合自己的发展模式。不论进入中国的外资企业,或进入海外市场的中国企业,有些企业取得了很好的成长,也有些企业遭遇了诸多挫折,但都留给我们宝贵的经验。

伴随着企业的跨国化发展,人与人的沟通和交流也不断加强。因为跨国商务活动的背后,就是人与人的联系。外资企业试图了解中国经济和中国文化,外国企业的管理者将在中国市场上开展管理工作;中国企业需要了解海外文化,了解国际市场的运作特征。许多企业成功或失败的背后,往往隐含着跨文化融合或冲突的影子。所以,让更多人了解跨国化经营的文化特征,感受跨文化合作中的问题,将是一个有意义的课题。

国际商务汉语教学资源开发项目,想通过商务案例资源的开发,为更多想了解中国,想学习汉语的人群提供一个学习商业知识的路径。为了达到这一目标,在《中外商务合作跨文化交际案例集》的编写过程中,我们也特别关注各国企业在不同文化背景下的经营行为和策略选择,案例的选择既要考虑国际特征,更要关注这些企业的经营行为和结果,试图通过不同国家、不同企业的案例剖析,给汉语学习者提供支持和帮助。

本案例集包括初级、中级、高级三个层次。

初级案例适用于汉语学习的起步者,所选择的案例较短,商务知识浅显,给初级的汉语学习者提供了丰富的商务案例。

中级案例适用于有一定基础的汉语学习者,所选择的案例篇幅增长,商务知识也逐步加深,同样可以大大丰富汉语学习的阅读量。

高级案例面向汉语程度较高的学习者,所选择的案例长,对商务知识的要求已不仅仅是阅读,而要加深理解和应用。

所有初级、中级、高级案例集中,都将包含以下内容:

一是案例基础内容,共由四部分内容构成:第一部分,案例陈述,包括案例提要、案例背景和案例正文;第二部分,案例教学,解释商务专业术语和思考题;第三部分案例分析与总结;第四部分,案例使用说明,详细介绍了案例目的和用途、案例分析思路、案例辅助材料和课堂使用计划。

二是涉及中国与八个不同国家的跨文化案例,这八个国家分别是德国、日本、法国、韩国、美国、澳大利亚、俄罗斯、西班牙。

三是案例主要围绕三大管理领域:市场营销、企业战略和电子商务,通过海外企业在中国发展遇到的问题,或中国企业在海外发展中的现象,阐述跨文化经营特征。

本案例集的特点是:

第一,案例的编写过程中,我们重点选择企业在跨文化实践中的经验和教训,通过现象企业的所作所为,让读者了解真实的商业行为,所以我们查阅了大量的报纸、网站和新闻,从中选择恰当的案例。此外,我们倾向于选择各国有特色的企业及其发生的典型案例,但也有一些国家,由于案例数量相对较少,所以只有在有限信息中选择。

第二,对于案例基础内容,在保留案例事实的情况下,我们进行了相应的改编,但仍然保留了大量的俗语和俚语,并未全部改为书面用语,以求给学习者一个真实的语言状态。

第三,每个案例除了正文之外,配套以案例教学内容和课堂使用安排,除了给学习者提供了练习题和思考题,为学习者提供更多的商业知识训练,还给教学者提供了丰富的辅助材料和课堂中的教学安排,供教学者参考。

案例集是为了汉语学习者在提高语言学习的同时,进一步提高商业知识而编制。在这里首先要感谢国际商务汉语教学资源开发项目,感谢汉办和上海财经大学国际交流学院的支持,使本案例的编写得以顺利开展。其次要感谢我们所选案例以及辅助材料的初始提供者,这些案例和资料来自于报纸、网站及有关书籍,由于来源较丰富,尤其是商业专业术语部分,我们查阅了教科书、百度百科、维基百科以及相应的专业词典,有些内容可能未能明确标识其原始出处,在此我们也深表歉意。最后要感谢项目编写过程中的所有参与者,张少华、郑鑫、刘靖、张英、王晓磊、姜婉露、许绍等,积极参与了案例的搜集和整理。

案例编写中也存在诸多纰漏,由于写作与出版相隔一段时间,造成有些案例或术语的解释也发生了变化,我们进行了部分调整,但仍存在诸多有待完善的地方,在此表示歉意。如果读者在阅读过程中发现问题,也欢迎与我们交流。

作者

2017年5月

CONTENTS

目 录

前言 1

初 级

企业战略——中德 3

博世电动工具:从代理到自营销售 3

- 第一部分 案例陈述 3
- 第二部分 案例教学 4
- 第三部分 案例分析与总结 4
- 第四部分 案例使用说明 5

西门子收购上海二工:整合低压电气资源 7

- 第一部分 案例陈述 7
- 第二部分 案例教学 8
- 第三部分 案例分析与总结 8
- 第四部分 案例使用说明 9

企业战略——中法 11

达能与娃哈哈的商标风波 11

- 第一部分 案例陈述 11
- 第二部分 案例教学 12
- 第三部分 案例分析与总结 13
- 第四部分 案例使用说明 13

长安汽车和法国 PSA 集团的联盟策略 15

- 第一部分 案例陈述 15
- 第二部分 案例教学 16
- 第三部分 案例分析与总结 17
- 第四部分 案例使用说明 17

企业战略——中韩 19

SK 电讯的中国战略 19

- 第一部分 案例陈述 19
- 第二部分 案例教学 20
- 第三部分 案例分析与总结 21
- 第四部分 案例使用说明 21

斗山装载机的差异化战略 23

- 第一部分 案例陈述 23
- 第二部分 案例教学 24
- 第三部分 案例分析与总结 25
- 第四部分 案例使用说明 25

企业战略——中美 27

百事(中国)的绿色土豆 27

- 第一部分 案例陈述 27
- 第二部分 案例教学 28
- 第三部分 案例分析与总结 29
- 第四部分 案例使用说明 29

迪士尼曲线发力,衍生产品先行突破 31

- 第一部分 案例陈述 31
- 第二部分 案例教学 32
- 第三部分 案例分析与总结 33
- 第四部分 案例使用说明 34

企业战略——中日 37

比亚迪收购日本模具巨头 37

- 第一部分 案例陈述 37
- 第二部分 案例教学 38
- 第三部分 案例分析与总结 39
- 第四部分 案例使用说明 39

日本西铁城集团在华启动多品牌战略 41

- 第一部分 案例陈述 41
- 第二部分 案例教学 42
- 第三部分 案例分析与总结 43
- 第四部分 案例使用说明 44

企业战略——中澳 46

澳大利亚橄榄油进入中国高端市场 46

- 第一部分 案例陈述 46
- 第二部分 案例教学 47
- 第三部分 案例分析与总结 48
- 第四部分 案例使用说明 48

南航通过战略合作拓展澳洲市场 50

- 第一部分 案例陈述 50
- 第二部分 案例教学 51
- 第三部分 案例分析与总结 51
- 第四部分 案例使用说明 52

企业战略——中俄 54

海尔采取高端战略进入俄罗斯 54

- 第一部分 案例陈述 54
- 第二部分 案例教学 55
- 第三部分 案例分析与总结 56
- 第四部分 案例使用说明 57

卡巴斯基与奇虎联盟 58

- 第一部分 案例陈述 58
- 第二部分 案例教学 59
- 第三部分 案例分析与总结 60
- 第四部分 案例使用说明 60

企业战略——中西 62

乐家并购鹰卫浴 62

- 第一部分 案例陈述 62
- 第二部分 案例教学 63
- 第三部分 案例分析与总结 64
- 第四部分 案例使用说明 65

“温州鞋”被烧之后 66

- 第一部分 案例陈述 66
- 第二部分 案例教学 67
- 第三部分 案例分析与总结 68
- 第四部分 案例使用说明 69

市场营销——中德 71

奔驰的产品多元化 71

- 第一部分 案例陈述 71
- 第二部分 案例教学 72
- 第三部分 案例分析与总结 73
- 第四部分 案例使用说明 73

大众的“中国心”感动了中国观众 75

- 第一部分 案例陈述 75
- 第二部分 案例教学 76
- 第三部分 案例分析与总结 76
- 第四部分 案例使用说明 77

市场营销——中法 79

迪卡侬的策略：低价策略和体验营销 79

- 第一部分 案例陈述 79

- 第二部分 案例教学 80
- 第三部分 案例分析与总结 81
- 第四部分 案例使用说明 82

雷诺中国形象:定位于休闲豪华 83

- 第一部分 案例陈述 83
- 第二部分 案例教学 84
- 第三部分 案例分析与总结 85
- 第四部分 案例使用说明 85

市场营销——中韩 87

“竹盐”的市场定位:进军中高端日化市场 87

- 第一部分 案例陈述 87
- 第二部分 案例教学 88
- 第三部分 案例分析与总结 89
- 第四部分 案例使用说明 89

韩泰轮胎的品牌策略 91

- 第一部分 案例陈述 91
- 第二部分 案例教学 92
- 第三部分 案例分析与总结 93
- 第四部分 案例使用说明 93

市场营销——中美 95

宝洁公司:洗发水细分市场策略 95

- 第一部分 案例陈述 95
- 第二部分 案例教学 96
- 第三部分 案例分析与总结 97
- 第四部分 案例使用说明 97

玻璃瓶装可口可乐的“小红帽”配送 99

- 第一部分 案例陈述 99
- 第二部分 案例教学 100
- 第三部分 案例分析与总结 100
- 第四部分 案例使用说明 101

市场营销——中日 103

立邦漆的中国龙广告 103

- 第一部分 案例陈述 103
- 第二部分 案例教学 104
- 第三部分 案例分析与总结 105
- 第四部分 案例使用说明 105

索爱的产品策略与价格策略 106

- 第一部分 案例陈述 106
- 第二部分 案例教学 108
- 第三部分 案例分析与总结 109
- 第四部分 案例使用说明 109

市场营销——中澳 111

金羊毛标志在中国的推广 111

- 第一部分 案例陈述 111
- 第二部分 案例教学 112
- 第三部分 案例分析与总结 113
- 第四部分 案例使用说明 113

Quiksilver 的品牌精神与企业文化 115

- 第一部分 案例陈述 115
- 第二部分 案例教学 116
- 第三部分 案例分析与总结 116
- 第四部分 案例使用说明 117

市场营销——中俄 119

俄罗斯 Saimaa 饮料的绿色营销 119

- 第一部分 案例陈述 119
- 第二部分 案例教学 120
- 第三部分 案例分析与总结 121
- 第四部分 案例使用说明 121

神舟进军俄罗斯市场 123

- 第一部分 案例陈述 123
- 第二部分 案例教学 124
- 第三部分 案例分析与总结 124
- 第四部分 案例使用说明 125

市场营销——中西 127

“KOLING”的品牌推广 127

- 第一部分 案例陈述 127
- 第二部分 案例教学 128
- 第三部分 案例分析与总结 129
- 第四部分 案例使用说明 129

“李宁”的体育营销 130

- 第一部分 案例陈述 130
- 第二部分 案例教学 131
- 第三部分 案例分析与总结 132
- 第四部分 案例使用说明 132

电子商务——中德 134

DHL 携手 eBay 进军电子商务 134

- 第一部分 案例陈述 134
- 第二部分 案例教学 135
- 第三部分 案例分析与总结 136
- 第四部分 案例使用说明 136

电子商务——中法 138

家乐福退出青岛网购市场 138

- 第一部分 案例陈述 138
- 第二部分 案例教学 139
- 第三部分 案例分析与总结 140
- 第四部分 案例使用说明 141

电子商务——中韩 143

“时尚起义”——韩国电子商务模式
进入中国 143

- 第一部分 案例陈述 143
- 第二部分 案例教学 144
- 第三部分 案例分析与总结 145
- 第四部分 案例使用说明 145

电子商务——中美 147

谷歌中国的进退风波 147

- 第一部分 案例陈述 147
- 第二部分 案例教学 148
- 第三部分 案例分析与总结 149
- 第四部分 案例使用说明 149

电子商务——中日 151

百度与乐天成立合资公司乐酷天 151

- 第一部分 案例陈述 151
- 第二部分 案例教学 152
- 第三部分 案例分析与总结 153
- 第四部分 案例使用说明 153

电子商务——中澳 156

支付宝联合 Paymate, 拓展澳大利亚市场 156

- 第一部分 案例陈述 156
- 第二部分 案例教学 157
- 第三部分 案例分析与总结 158
- 第四部分 案例使用说明 159

电子商务——中俄 161

俄罗斯军表借助昆仑客进入中国大陆市场 161

- 第一部分 案例陈述 161
- 第二部分 案例教学 162

第三部分 案例分析与总结 163

第四部分 案例使用说明 163

第二部分 案例教学 166

第三部分 案例分析与总结 166

第四部分 案例使用说明 167

电子商务——中西 165

支付宝与西班牙瑞尔普威的异业营销 165

第一部分 案例陈述 165

中 级

企业战略——中德 171

SAP 与东软的战略合作 171

第一部分 案例陈述 171

第二部分 案例教学 172

第三部分 案例分析与总结 173

第四部分 案例使用说明 174

贝塔斯曼(中国)的战略失误 175

第一部分 案例陈述 175

第二部分 案例教学 177

第三部分 案例分析与总结 178

第四部分 案例使用说明 179

企业战略——中法 181

广州标致的解体 181

第一部分 案例陈述 181

第二部分 案例教学 182

第三部分 案例分析与总结 183

第四部分 案例使用说明 184

欧莱雅收购小护士、羽西 186

第一部分 案例陈述 186

第二部分 案例教学 187

第三部分 案例分析与总结 188

第四部分 案例使用说明 189

企业战略——中韩 191

韩厂潮退,韩店潮进 191

第一部分 案例陈述 191

第二部分 案例教学 193

第三部分 案例分析与总结 194

第四部分 案例使用说明 195

韩国 CJ 的中国战略 196

第一部分 案例陈述 196

第二部分 案例教学 197

第三部分 案例分析与总结 198

第四部分 案例使用说明 199

企业战略——中美 201

可口可乐大力扩张非碳酸饮料领域 201

第一部分 案例陈述 201

第二部分 案例教学 202

第三部分 案例分析与总结 203

第四部分 案例使用说明 204

通用的本土化研发战略 205

第一部分 案例陈述 205

- 第二部分 案例教学 207
- 第三部分 案例分析与总结 208
- 第四部分 案例使用说明 209

企业战略——中日 211

北京松下的企业文化建设 211

- 第一部分 案例陈述 211
- 第二部分 案例教学 212
- 第三部分 案例分析与总结 213
- 第四部分 案例使用说明 214

富士胶片进军化妆品行业 215

- 第一部分 案例陈述 215
- 第二部分 案例教学 217
- 第三部分 案例分析与总结 218
- 第四部分 案例使用说明 219

企业战略——中澳 221

澳瑞凯涂料的多品牌战略 221

- 第一部分 案例陈述 221
- 第二部分 案例教学 223
- 第三部分 案例分析与总结 224
- 第四部分 案例使用说明 225

悉雅特的战略选择 226

- 第一部分 案例陈述 226
- 第二部分 案例教学 227
- 第三部分 案例分析与总结 228
- 第四部分 案例使用说明 229

企业战略——中俄 231

TCL 在俄罗斯战略调整 231

- 第一部分 案例陈述 231
- 第二部分 案例教学 232
- 第三部分 案例分析与总结 233

第四部分 案例使用说明 234

华为在俄罗斯的战略选择 235

- 第一部分 案例陈述 235
- 第二部分 案例教学 237
- 第三部分 案例分析与总结 237
- 第四部分 案例使用说明 238

企业战略——中西 240

海尔冰箱的西班牙战略 240

- 第一部分 案例陈述 240
- 第二部分 案例教学 241
- 第三部分 案例分析与总结 242
- 第四部分 案例使用说明 243

西蒙开关的“简单化”策略 244

- 第一部分 案例陈述 244
- 第二部分 案例教学 245
- 第三部分 案例分析与总结 246
- 第四部分 案例使用说明 247

市场营销——中德 249

大众帕萨特的定价策略 249

- 第一部分 案例陈述 249
- 第二部分 案例教学 251
- 第三部分 案例分析与总结 252
- 第四部分 案例使用说明 252

麦德龙在中国的营销之道 254

- 第一部分 案例陈述 254
- 第二部分 案例教学 255
- 第三部分 案例分析与总结 256
- 第四部分 案例使用说明 257

市场营销——中法 259

兰蔻在中国市场的搜索引擎营销 259

- 第一部分 案例陈述 259
- 第二部分 案例教学 260
- 第三部分 案例分析与总结 261
- 第四部分 案例使用说明 262

米其林在中国的渠道、广告和公关策略 263

- 第一部分 案例陈述 263
- 第二部分 案例教学 265
- 第三部分 案例分析与总结 266
- 第四部分 案例使用说明 267

市场营销——中韩 269

韩国乐扣乐扣的别样营销 269

- 第一部分 案例陈述 269
- 第二部分 案例教学 270
- 第三部分 案例分析与总结 271
- 第四部分 案例使用说明 272

三星：系统化的事件营销 273

- 第一部分 案例陈述 273
- 第二部分 案例教学 274
- 第三部分 案例分析与总结 275
- 第四部分 案例使用说明 276

市场营销——中美 278

花旗银行的市场定位 278

- 第一部分 案例陈述 278
- 第二部分 案例教学 279
- 第三部分 案例分析与总结 280
- 第四部分 案例使用说明 281

肯德基产品刮起“中国风” 282

- 第一部分 案例陈述 282
- 第二部分 案例教学 283
- 第三部分 案例分析与总结 284
- 第四部分 案例使用说明 285

市场营销——中日 287

丰田的更名游戏 287

- 第一部分 案例陈述 287
- 第二部分 案例教学 288
- 第三部分 案例分析与总结 289
- 第四部分 案例使用说明 290

佳能中国的“色彩”营销策略 291

- 第一部分 案例陈述 291
- 第二部分 案例教学 292
- 第三部分 案例分析与总结 293
- 第四部分 案例使用说明 294

市场营销——中澳 296

澳洲虎的体育营销 296

- 第一部分 案例陈述 296
- 第二部分 案例教学 297
- 第三部分 案例分析与总结 298
- 第四部分 案例使用说明 299

海信在澳大利亚的发展 300

- 第一部分 案例陈述 300
- 第二部分 案例教学 302
- 第三部分 案例分析与总结 302
- 第四部分 案例使用说明 303

市场营销——中俄 305

联想在俄罗斯的市场推广 305

- 第一部分 案例陈述 305

- 第二部分 案例教学 306
- 第三部分 案例分析与总结 307
- 第四部分 案例使用说明 308

亚细亚运输公司四项增值服务拉客户 309

- 第一部分 案例陈述 309
- 第二部分 案例教学 311
- 第三部分 案例分析与总结 312
- 第四部分 案例使用说明 312

市场营销——中西 314

白叶橄榄油制胜北京市场 314

- 第一部分 案例陈述 314
- 第二部分 案例教学 315
- 第三部分 案例分析与总结 316
- 第四部分 案例使用说明 317

乐家的高端定位与中国策略 318

- 第一部分 案例陈述 318
- 第二部分 案例教学 320
- 第三部分 案例分析与总结 321
- 第四部分 案例使用说明 321

电子商务——中德 323

妮维雅的网络营销 323

- 第一部分 案例陈述 323
- 第二部分 案例教学 325
- 第三部分 案例分析与总结 326
- 第四部分 案例使用说明 326

电子商务——中法 328

CRD 克徕帝在中国的 BBC 网购新模式 328

- 第一部分 案例陈述 328
- 第二部分 案例教学 329
- 第三部分 案例分析与总结 330

第四部分 案例使用说明 331

电子商务——中韩 333

在中国做团购网的韩国人 333

- 第一部分 案例陈述 333
- 第二部分 案例教学 334
- 第三部分 案例分析与总结 335
- 第四部分 案例使用说明 336

电子商务——中美 338

雅虎的中国战略 338

- 第一部分 案例陈述 338
- 第二部分 案例教学 339
- 第三部分 案例分析与总结 340
- 第四部分 案例使用说明 341

电子商务——中日 343

阿里巴巴扩展日本 B2B 市场 343

- 第一部分 案例陈述 343
- 第二部分 案例教学 345
- 第三部分 案例分析与总结 346
- 第四部分 案例使用说明 346

电子商务——中澳 348

Yellow Earth 登陆中国电子商务 348

- 第一部分 案例陈述 348
- 第二部分 案例教学 349
- 第三部分 案例分析与总结 350
- 第四部分 案例使用说明 351

电子商务——中俄 353

AOE 与游戏蜗牛联手推广网页游戏 353

- 第一部分 案例陈述 353

- 第二部分 案例教学 354
- 第三部分 案例分析与总结 355
- 第四部分 案例使用说明 356

- 第二部分 案例教学 359
- 第三部分 案例分析与总结 360
- 第四部分 案例使用说明 360

电子商务——中西 358

西班牙社交旅行门户 Minube 进军中国市场 358

- 第一部分 案例陈述 358

高级

企业战略——中德 365

德国大陆集团在中国的战略选择 365

- 第一部分 案例陈述 365
- 第二部分 案例教学 367
- 第三部分 案例分析与总结 368
- 第四部分 案例使用说明 368

西门子家电的中国战略四部曲 370

- 第一部分 案例陈述 370
- 第二部分 案例教学 372
- 第三部分 案例分析与总结 372
- 第四部分 案例使用说明 373

企业战略——中法 375

TCL 与阿尔卡特的“联姻” 375

- 第一部分 案例陈述 375
- 第二部分 案例教学 377
- 第三部分 案例分析与总结 379
- 第四部分 案例使用说明 380

宜必思在中国的差异化经营和战略调整 381

- 第一部分 案例陈述 381

- 第二部分 案例教学 383
- 第三部分 案例分析与总结 384
- 第四部分 案例使用说明 385

企业战略——中韩 387

大韩航空的中国战略 387

- 第一部分 案例陈述 387
- 第二部分 案例教学 389
- 第三部分 案例分析与总结 389
- 第四部分 案例使用说明 390

韩国乐天在中国市场的收购战略 391

- 第一部分 案例陈述 391
- 第二部分 案例教学 393
- 第三部分 案例分析与总结 394
- 第四部分 案例使用说明 394

企业战略——中美 396

联想并购 IBM 的 PC 业务 396

- 第一部分 案例陈述 396
- 第二部分 案例教学 397
- 第三部分 案例分析与总结 399
- 第四部分 案例使用说明 399

沃尔玛中国低成本战略的坎坷之路 401

- 第一部分 案例陈述 401
- 第二部分 案例教学 403
- 第三部分 案例分析与总结 404
- 第四部分 案例使用说明 405

企业战略——中日 407

海尔国际化战略 407

- 第一部分 案例陈述 407
- 第二部分 案例教学 409
- 第三部分 案例分析与总结 410
- 第四部分 案例使用说明 411

优衣库的电子商务战略 413

- 第一部分 案例陈述 413
- 第二部分 案例教学 415
- 第三部分 案例分析与总结 416
- 第四部分 案例使用说明 417

企业战略——中澳 419

澳新银行的中国战略 419

- 第一部分 案例陈述 419
- 第二部分 案例教学 421
- 第三部分 案例分析与总结 422
- 第四部分 案例使用说明 423

澳优品牌的机遇与风险 424

- 第一部分 案例陈述 424
- 第二部分 案例教学 425
- 第三部分 案例分析与总结 427
- 第四部分 案例使用说明 427

企业战略——中俄 429

联想如何把“危机变为商机” 429

- 第一部分 案例陈述 429

- 第二部分 案例教学 431
- 第三部分 案例分析与总结 432
- 第四部分 案例使用说明 432

奇瑞在俄罗斯战略受阻 434

- 第一部分 案例陈述 434
- 第二部分 案例教学 435
- 第三部分 案例分析与总结 436
- 第四部分 案例使用说明 437

企业战略——中西 439

ZARA 中国续写极速神话 439

- 第一部分 案例陈述 439
- 第二部分 案例教学 441
- 第三部分 案例分析与总结 441
- 第四部分 案例使用说明 442

西班牙风电巨头歌美飒押注中国 444

- 第一部分 案例陈述 444
- 第二部分 案例教学 445
- 第三部分 案例分析与总结 446
- 第四部分 案例使用说明 446

市场营销——中德 448

阿迪达斯的“体育营销” 448

- 第一部分 案例陈述 448
- 第二部分 案例教学 450
- 第三部分 案例分析与总结 450
- 第四部分 案例使用说明 451

奥迪轿车在中国市场的广告策略 453

- 第一部分 案例陈述 453
- 第二部分 案例教学 455
- 第三部分 案例分析与总结 456
- 第四部分 案例使用说明 456

市场营销——中法 458**欧莱雅在中国市场的营销组合策略** 458

- 第一部分 案例陈述 458
- 第二部分 案例教学 460
- 第三部分 案例分析与总结 461
- 第四部分 案例使用说明 462

欧尚中国的低价策略 463

- 第一部分 案例陈述 463
- 第二部分 案例教学 465
- 第三部分 案例分析与总结 466
- 第四部分 案例使用说明 467

市场营销——中韩 469**LG 手机的中国变革** 469

- 第一部分 案例陈述 469
- 第二部分 案例教学 471
- 第三部分 案例分析与总结 472
- 第四部分 案例使用说明 472

三星冰箱召回事件 474

- 第一部分 案例陈述 474
- 第二部分 案例教学 475
- 第三部分 案例分析与总结 476
- 第四部分 案例使用说明 477

市场营销——中美 479**麦当劳在中国的品牌策略** 479

- 第一部分 案例陈述 479
- 第二部分 案例教学 480
- 第三部分 案例分析与总结 481
- 第四部分 案例使用说明 482

苹果公司 IPOD 产品的定价策略 483

- 第一部分 案例陈述 483
- 第二部分 案例教学 485
- 第三部分 案例分析与总结 485
- 第四部分 案例使用说明 486

市场营销——中日 488**马自达在中国市场的销售渠道冲突** 488

- 第一部分 案例陈述 488
- 第二部分 案例教学 490
- 第三部分 案例分析与总结 491
- 第四部分 案例使用说明 492

三得利啤酒的产品策略 493

- 第一部分 案例陈述 493
- 第二部分 案例教学 495
- 第三部分 案例分析与总结 496
- 第四部分 案例使用说明 496

市场营销——中澳 498**Quiksilver 的营销策略** 498

- 第一部分 案例陈述 498
- 第二部分 案例教学 500
- 第三部分 案例分析与总结 501
- 第四部分 案例使用说明 501

真维斯品牌的市场战略调整 503

- 第一部分 案例陈述 503
- 第二部分 案例教学 504
- 第三部分 案例分析与总结 506
- 第四部分 案例使用说明 507

市场营销——中俄 509**东尚服装在俄罗斯坚持品牌策略** 509

- 第一部分 案例陈述 509

- 第二部分 案例教学 510
- 第三部分 案例分析与总结 511
- 第四部分 案例使用说明 512

依日、拉达重返中国市场之路 513

- 第一部分 案例陈述 513
- 第二部分 案例教学 515
- 第三部分 案例分析与总结 516
- 第四部分 案例使用说明 517

市场营销——中西 519

重塑 MANGO:挽救走下坡路的快时尚品牌 519

- 第一部分 案例陈述 519
- 第二部分 案例教学 521
- 第三部分 案例分析与总结 522
- 第四部分 案例使用说明 522

高乐高的三张中国牌 524

- 第一部分 案例陈述 524
- 第二部分 案例教学 526
- 第三部分 案例分析与总结 526
- 第四部分 案例使用说明 527

电子商务——中德 529

阿迪达斯的网络营销策略 529

- 第一部分 案例陈述 529
- 第二部分 案例教学 531
- 第三部分 案例分析与总结 531
- 第四部分 案例使用说明 532

电子商务——中法 534

欧莱雅集团的电子商务策略 534

- 第一部分 案例陈述 534
- 第二部分 案例教学 536
- 第三部分 案例分析与总结 537

第四部分 案例使用说明 538

电子商务——中韩 540

阿里巴巴与 KOTRA 的战略合作 540

- 第一部分 案例陈述 540
- 第二部分 案例教学 542
- 第三部分 案例分析与总结 543
- 第四部分 案例使用说明 543

电子商务——中美 545

eBay 中国:弃子的生存法则 545

- 第一部分 案例陈述 545
- 第二部分 案例教学 547
- 第三部分 案例分析与总结 547
- 第四部分 案例使用说明 548

电子商务——中日 550

JChere 开启中日购物新模式 550

- 第一部分 案例陈述 550
- 第二部分 案例教学 551
- 第三部分 案例分析与总结 552
- 第四部分 案例使用说明 553

电子商务——中澳 555

澳大利亚旅游局的数字营销 555

- 第一部分 案例陈述 555
- 第二部分 案例教学 557
- 第三部分 案例分析与总结 558
- 第四部分 案例使用说明 558