

中国社会科学院研究生院 组编

哈佛模式全集

A Complete Works of Harvard Model

总顾问 成思危 总主编 邹东涛



哈佛模式 营销管理

The Marketing Management
of Harvard Model

主 编：南兆旭 常 桦

人民日报出版社 线装书局



哈佛模式 营销管理 ①

The Marketing Management
of Harvard Model

主 编：南兆旭 常 桦

人民日报出版社 线装书局

图书在版编目 (CIP) 数据

营销管理 / 邹东涛主编. — 北京: 线装书局,
2001.10

(哈佛模式)

ISBN 7-80106-106-3

I. 营… II. 邹… III. 企业管理—市场营销学
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 066620 号

哈佛模式·营销管理

主 编: 南兆旭 常 桦

责任编辑: 王长林 李文杰

出	版: 人民日报出版社(北京市朝阳区金台西路2号)	邮编: 100733
	线装书局(北京市朝阳区春秀路太平庄10号)	邮编: 100027
经	销: 新华书店	
印	刷: 北京市后沙峪印刷厂	
开	本: 787×980毫米 1/16	
印	张: 148	
版	次: 2002年4月第1版 2002年4月第1次印刷	
字	数: 2400千字	
印	数: 1-3000	
书	号: ISBN 7-80106-106-3/F·5	
定	价: 690元(全三册)	

哈佛模式全集

编 委 会

总 顾 问

成思危 全国人民代表大会常务委员会副委员长、
国家自然科学基金委员会管理科学部主任、教授

顾 问 (以姓氏笔画为序)

王重托 大连理工大学教授、中国工程院院士
厉以宁 全国人民代表大会常务委员会委员、财经委员会副主任
北京大学光华管理学院院长、教授
田 夫 中国管理科学研究院院长、教授
李京文 中国社会科学院数量与技术经济研究所原所长、研究员
中国工程院院士
李泊溪 国务院发展研究中心经济发展部原部长、研究员
何炼成 西北大学经济管理学院名誉院长、教授
汪应洛 西安交通大学管理学院名誉院长、教授
陈吉元 中国社会科学院农村发展研究所原所长、研究员
陈佳贵 中国社会科学院副院长、研究员
杨沛霆 《中外管理》杂志总编辑、教授
周叔莲 中国社会科学院工业经济研究所原所长、研究员
赵子祥 辽宁社会科学院院长、研究员
国际社会学会 (ISA) 会员, 中国社会学会副会长
赵纯均 清华大学经济管理学院院长、教授
高尚全 中国经济体制改革研究会会长
浙江大学管理学院院长、教授
郭重庆 中国工程院副院长、教授
龚文庠 北京大学新闻与传播学院常务副院长、教授
盛昭瀚 南京大学管理科学与工程研究院院长、教授
程 伟 辽宁大学校长、教授
潘承烈 中国企业联合会副理事长、教授

总 主 编

邹东涛 中国社会科学院研究生院常务副院长、教授

副总主编

王大路 线装书局总编辑,《中国图书评论》社长、总编辑

王 杰 九州出版社副总编辑

方 鸣 人民日报出版社副社长

张穗华 《广州日报》副总编辑

黄海军 国家自然科学基金委员会管理科学部副主任、教授

刘建一 机械工业经济管理研究院副院长、教授

编 委 (以姓氏笔画为序)

马胜杰 中国社会科学院研究生院继续教育学院院长、博士

毛蕴诗 中山大学管理学院教授

卢继传 中国管理科学研究院副院长、教授

史清琪 中国女企业家协会常务副会长、秘书长、研究员

白永秀 西北大学经济管理学院院长、教授

李一军 哈尔滨工业大学管理学院院长、教授

李维安 南开大学国际商学院院长、教授

吴启迪 同济大学校长、教授

汪同三 中国社会科学院数量与技术经济研究所所长、研究员

汪寿阳 中国科学院管理决策与信息系统研究实验室主任、研究员

陈 重 中国企业联合会常务副理事长、研究员

重庆市政府副秘书长

陈 剑 清华大学经济管理学院教授

陈晓红 中南大学管理学院院长、教授

张晓山 中国社会科学院农村发展研究所所长、研究员

张 维	天津财经学院副院长、教授
张维迎	北京大学光华管理学院副院长、教授
金 碚	中国社会科学院工业经济研究所副所长、研究员
周绍朋	国家行政学院经济管理学部主任、教授
郑海航	首都经济贸易大学副校长、教授
郑祖康	复旦大学管理学院院长、教授
易 江	南华工商学院院长、教授
钟学谊	中国社会科学院数量与技术经济研究所研究员
徐二明	中国人民大学工商管理学院院长、教授
徐济超	郑州航空工业管理学院副院长、教授
席酉民	西安交通大学副校长、教授
唐小我	成都电子科技大学副校长、教授
曹效业	中国科学院政策局局长、研究员
黄群惠	中国社会科学院工业经济研究所管理科学博士
黄速建	中国社会科学院工业经济研究所副所长、研究员
魏明海	中山大学管理学院院长、教授

策 划

王 杰 康 鑫 李文生 张万兴

英文翻译

王晓天 任万明 张桂林

哈佛模式·营销管理

编 委 会

主 编

南兆旭 常 桦

编 委

阮小芳	阮守武	常 桦	樊惠颖	罗立明	余守斌
汪松林	石吉英	高 为	田立新	高 敬	刘向东
陈秋香	陈 曦	周大勇	范学东	焦 冰	蒋新葆
焦永笃	封 效	张学军	严 艳	聂志红	袁丽萍
王宏亮	王玉冰	宗建平	潘春雷	魏晓红	张新勇
尹 钛	郑玉臣	刘 刚	刘玉良	陈 泊	杜嘉伟
郑 煜	石卫红	李先瑞	张丛亮	南兆旭	

特邀编审

林君雄

前 言

中国加入世界贸易组织与新经济的出现,以及知识经济的兴起和市场竞争的加剧,我国面临更加广阔的发展空间,同时又带来了严峻的挑战。如何在新的世界格局中站稳脚跟,勇立潮头,是中国政府和企业急需解决的课题。有效地整合和利用现有的一切资源,从而提升综合国力,增强企业的核心竞争力,使其走出国门,在世界经济大舞台上赢得鲜花和掌声。因此,我国的企业要想运筹帷幄,决胜于世界市场,就必须掌握先进的营销战略和营销理念,指导企业拓宽生存和发展空间。而现有的营销方法和营销理念,面临着严重的挑战。市场的全球化带来竞争的国际化,新经济引发市场及其游戏规则的巨大改变。市场营销的专业化建立与国际接轨的营销模式,是中国企业的当务之急。这意味着中国企业需要一大批懂专业、懂市场的营销经理人。高举营销改革的旗帜,注重知识和专家的相佐相辅,总结全新的营销理念,强化学习和创新。惟有如此,才能迅速造就一个催生中国专业营销经理人队伍成长的大环境。

哈佛商学院工商管理硕士(MBA)案例教学法是哈佛的核心教程,设计这些案例的是哈佛的资深教授、世界知名管理学家和卓有成就的大企业家。运用哈佛案例教学模式,造就营销精英。源自哈佛的经营管理理念营造了无数的工商界奇迹。哈佛商学院被誉为培养公司总裁、高级经理的工厂。为美国和世界各地工商业培养了大批优秀的人才,这些人才正对世界经济发展和企业竞争格局发挥着重要作用。

闻名于世的哈佛模式,是哈佛的传家宝,被奉为管理圣经。应当向哈佛商学院学习

营销管理,哈佛用数百年实践证明的成功管理模式,不正是我国许多企业家苦苦探索的管理财富吗?借鉴哈佛的经营和管理,采用拿来主义,通过举一反三,创新发展,一定能收到立竿见影的良好效果。

《哈佛模式·营销管理》是在总结哈佛商学院的营销理论精华和经典案例的基础上形成的,具有非常强的实用性和可操作性,结合中国的特色进行了创新,适应中国这块特殊的土壤。营销革命所带来的冲击,不是传统理论所能理解和架构的,尤其在互联网所代表的 IT 技术“创造性的毁灭”下,改变许多产业的竞争规则,重新划分企业的市场版图。

竞争的全球化、科技日新月异、消费需求不断翻新、人口状况急剧变化的时代里,企业如果要生存乃至持续不断发展,营销管理位置越来越发突显。国际化趋势越来越成为经济主流。在这个过程中,新旧文化的传承与衔接,价值观的冲突与蜕变,过去合作的国际伙伴,已多了一层竞争的关系,企业未来面对的不再只是传统或经验可解决的效率问题,而是策略的整体层次方向与效果(是指企业如何把握既有的持久性竞争优势来配合市场发展的机会)问题。生存永续不再只是倚重于个人战,而是组织整体战。

《哈佛模式·营销管理》结合中国加入 WTO 后国际贸易竞争的现实,从实际国情出发,寻求中国企业参与国际竞争和拓展海外市场的灵丹妙方,并提供国际超前的营销理念和经典的营销管理案例,以资中国企业借鉴和参考。全书内容涉及市场导向、营销策略、国际营销、绿色营销、营销制度和营销表格等领域,全面系统地介绍了营销管理的内容、形式、方法和技巧,以及在各类企业中的具体运作模式和经典案例,理论严谨周密,是各级领导、企业管理者和事业单位负责人实现科学管理,迈向市场、参与国际竞争的理想藏书。

《哈佛模式·营销管理》不仅给予营销经理人哈佛营销的知识,而且是运用书中所传达的营销理念,提升其处理问题、解决问题的能力和素质。

愿本书能成为职业经理人从事营销实务的法宝,赢得市场的利器!

《哈佛模式·营销管理》编委会

2002 年 4 月于北京

总目录 General Contents

第一册

市场导向

第一章 以顾客为中心

第二章 目标市场

第三章 顾客导向

营销策略

第一章 营销策略分析

第二章 市场策略

第三章 产品策略

第四章 价格策略

第五章 渠道策略

第六章 促销策略

第七章 品牌策略

第二册

国际营销

第一章 国际营销环境

055

第二章 国际营销分析

057

第三章 国际营销活动

069

网络营销

第一章 网络营销概述

080

第二章 网络时代的消费者

087

第三章 网络营销策略

093

第四章 网络营销管理

098

绿色营销

第一章 绿色营销导论

051

第二章 绿色需求分析

058

第三章 绿色产品营销

069

第三册

商场营销

第一章 商场营销实务

051

第二章 商场商品促销

058

第三章 商场价格管理	1719
------------	------

第四章 商场营销信息系统	1781
--------------	------

营销制度

第一章 销售管理制度典范	1811
--------------	------

第二章 销售计划管理制度	1816
--------------	------

第三章 销售组织管理制度	1817
--------------	------

第四章 请报管理制度	1831
------------	------

第五章 营业管理方法	1869
------------	------

第六章 售后服务管理制度	1901
--------------	------

第七章 应收账款管理制度	1919
--------------	------

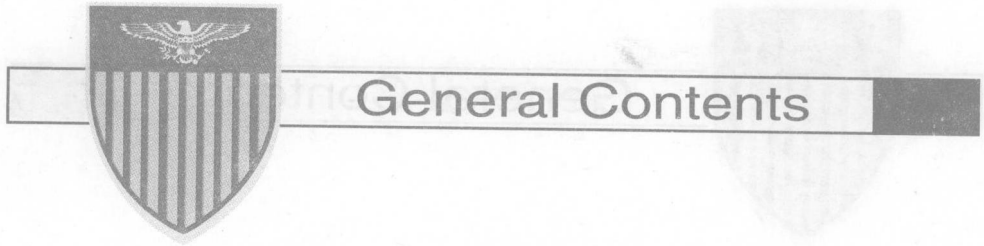
第八章 营销事务管理制度	1939
--------------	------

第九章 营销人员工作准则	1947
--------------	------

第十章 营销评估范例	2001
------------	------

营销表格

第一章 市场分析管理表格	100
第二章 营销策划管理表格	108
第三章 销售管理表格	110
第四章 价格评估管理表格	108
第五章 销售报表管理表格	115
第六章 销售单据管理表格	109
第七章 客户资料管理表格	181
第八章 货品管理表格	131
第九章 市场开发管理表格	135
第十章 营业日报表管理表格	135



Book One

Market Tendency

Chapter1 Regarding Customer as God

Chapter2 Object Market

Chapter3 Customer Tendency

Business Strategy

Chapter1 Analysis of Business Strategy

Chapter2 Market Strategy

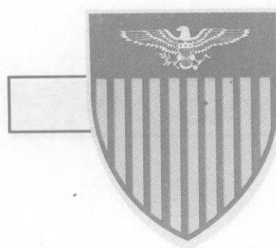
Chapter3 Product Strategy

Chapter4 Price Strategy

Chapter5 Corridor Strategy

Chapter6 Usurp Strategy

Chapter7 Trademark Strategy



General Contents

Book Two

International Business

Chapter1 Surroundings of International Business

Chapter2 Analysis of International Business

Chapter3 Activity of International Business

Network Business

Chapter1 Summarize of Network Business

Chapter2 Customers of Network Times

Chapter3 Strategy of Network Business

Chapter4 Network Business Management

Green Business

Chapter1 Green Business Tendency