

# 中国葡萄酒市场营销模式与品牌管理



作者：唐文龙著

出版社：北京：中国轻工业出版社

出版日期：2012.03

总页数：326

介绍：本书通过第三方的角度介绍和分析了中国葡萄酒市场的诸多营销现象，并结合传统营销管理理论，对行业、企业的营销模式与品牌管理做了理论层面的深度分析与实践层面的尝试探索。

说明：登录教客网（<https://www.jiaokey.com/book/detail/13219689.html>）查找全本阅读方式

中国葡萄酒市场营销模式与品牌管理 评论地址：<https://www.jiaokey.com/book/detail/13219689.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/13219689.html>

书名：中国葡萄酒市场营销模式与品牌管理