

# 《COPY大卖场》

## 图书基本信息

书名：《COPY大卖场》

13位ISBN编号：9787810890557

10位ISBN编号：7810890557

出版时间：2003-6-1

出版社：东南大学出版社

作者：张宁

页数：254

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.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《COPY大卖场》

## 内容概要

鉴于超市是一种新型的业态，本书立足于行业属性，从一个全新的角度，结合作者多年的超市企业运作经验，以CIS为主线贯穿始终，从理念管理到视觉形象对大型综合超市的打造全程进行了详细的论述；分析国内外零售商在中国的详细发展状况及对比应用策略；探讨打造超市航母形象，配有超市的形象管理手册及视觉形象手册；筹划超市航母的准备工作，对超市战略性定位和选址筹建工作进行了详细的划分；从室外形象传播的角度考虑大型综合超市外部形象的打造；从室内对超市内部结构和店内氛围提供装饰设计的方案；对营销战略战术进行了分析与策划。

本书的亮点在于将超市企业CIS提升到一个可视性与抽象思维相结合的角度。本书适合大型超市的经营管理者、广告代理公司、媒体发布、装饰设计公司参考应用。

# 《COPY大卖场》

## 作者简介

张宁，1965年生，江苏徐州人。现任徐州师范大学美术系工艺教研室副主任。历年参与维维集团、徐州联通、三新集团、童心园商场、百富集团的营销策划和形象设计。现被聘为华阳油墨有限公司总经理、久隆集团（地产）形象设计顾问。

## 书籍目录

### 一 超市时代

#### 第一章 超市

#### 第二章 外资零售兵团在中国

#### 第三章 中国超市企业

### 二 打造超市航母新形象

#### 第一章 超市业品牌时代的到来

#### 第二章 CIS总论

#### 第三章 超市业CI战略中的理念识别 MI

#### 第四章 超市CI战略的行为识别 BI

#### 第五章 超市企业CI战略中的视觉识别 VI

### 三 打造超市航母的准备工作

#### 四 室外篇

#### 五 室内篇

### 六 营销战略战术管理

#### 附录 VI 手册实例

#### 百惠家美时超VI手册实例

#### 参考文献

章节摘录

插图

# 《COPY大卖场》

## 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.tushu000.com](http://www.tushu000.com)