

市场研究

目 录

指导委员会

主任：谢鸿光
副主任：毛有丰 崔述强 贺常明
 程子林 刘永奇
委员：(以姓氏笔划为序)
 马京奎 文兼武 王 红
 冯乃林 任潞生 刘富江
 汲凤翔 闫 岭 严建辉
 宋跃征 张仲梁 李 纲
 杜卫群 杨宽宽 黄朗辉
 曾玉平 翟 艳 鲜祖德
 魏贵祥

编委会

主任：徐铁夫
副主任：王吉利 邱 东 柯惠新
 陈若愚 高余先 刘立丰
 袁 岳 谢邦昌 刘德寰
委员：(以姓氏笔划为序)
 王世炎 王作成 许力平
 何建新 张晓虎 李 武
 李基祥 陈 进 陈刚正
 林 雷 金勇进 郭 昕
 谢阳清 韩际平

万方数据

卷 首

是需求不足还是供给不足 王 淼 / 1

观点评述

2010年中国物价走势分析与判断
虞 华 颜 艳 陈光亚 / 5

网络促销,你“击”中消费者的兴奋点了吗
庞 丰 张永炬 王卿芸 / 9

调查报告

信用卡市场初现势力范围 张 朋 班森琦 / 13

高等教育十年扩张后的转型 樊灵芝 / 15

来势迅猛的影视“植入式营销” 杨 波 / 19

行业研究

如何解决汽车高速发展所带来的使用环境制约问题
刘维东 / 23

新媒体发展对广告主体的影响研究 魏加晓 / 25

理论与方法

国外顾客价值测量模型研究综述及启示 卢润德 阮雪芹 / 29

农村公共物品投资的消费效应实证研究 王洪庆 / 34

市场营销

我国企业营销的策略研究 常小兵 / 38

学会推销自己

王熙章 / 41

企业天地

我国企业社会责任的现状分析及对策研究

谢慧 / 46

如何使企业转变经济发展方式过程科学化、合理化

李爱杰 / 50

各抒己见

大行其道的在线调查

吕文龙 / 54

如何防范企业财务风险

姚曦 / 57

资讯动态

2010年第一季度中国广告市场大幅增长 22%

创近年来新高

CTR 市场研究 / 60

中国三大消费人群值得关注

——CTR 发布“中国城市居民调查”最新结果

CTR 市场研究 / 62

数据仓库

全国 23 城市电视节目收视排行 TOP10

CSM 媒介研究 / 63

广告监测数据

CTR 市场研究 / 69

广告信息

广告等

/ 72

万方数据

社 长：宋才亮

副 总 编 辑：李 武

何建新

韩军平

编辑部主任：韩军平（兼）

责 任 编 辑：李永娣

向继红

发行部联系人：王秀平

广告部联系人：杜卫东

翻 译：王 芳

内 文 设 计：马俊臣

封 面 设 计：董凤莹

主管单位：河南省统计局

主办单位：河南省统计信息咨询中心

协办单位：中国市场信息调查业协会
河南省调查业协会

编辑出版：《市场研究》杂志社

本刊地址：郑州市红专路 79 号

国内发行：河南省邮政报刊发行局

国外发行：中国国际图书贸易总公司

本刊承印：河南诚和印制有限公司

国际刊号：ISSN1672—4216

国内刊号：CN41—1348/C

广告经营许可证号：4100001000398

出版日期：每月 25 日

编辑部电话：(0371) 65966326

发行部电话：(0371) 65966326

广告部电话：(0371) 65951251

传 真：(0371) 65956135

协会秘书处电话：(010) 63376603

邮政编码：450008

单册定价：8.00

订 阅：全国各地邮局（所）

（邮发代号：36-12）

网 址：<http://yjsc.chinajournal.net.cn>

电子邮箱：scyj@vip.sina.com

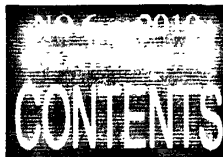
●受条件所限,本刊稿件一律不退,敬请作者自留底稿。从稿件投往本刊之日起,3 个月不见采用或通知,方可另行处理。

●本刊作者文责自负。对于侵犯他人版权或其他权利的文字、图片稿件,本刊概不承担任何连带责任。

●凡本刊转载文图之原作者,请与本刊联系,以便及时支付稿酬。

●被本刊录用的文章即入选《中文科技期刊数据库》和“超星数字图书馆”,所付稿酬包含其报酬,不再另付稿酬。如果作者不同意,来稿时请注明。

MARKETING RESEARCH



The Front Page

Is the Lack of Demand or Supply Shortage

Miao Wang / 1

Opinions

The Trend of China Price in 2010

Hua Yu Yan Yan Guangya Chen / 5

The Main Points of the Network Promotional

Feng Pang Yongju Zhang Qingyun Wang / 9

Investigation Report

Credit Card Market Begin to Appear Sphere of Influence

Peng Zhang Miaoqi Ban / 13

The Transformation of Higher Education

Lingzhi Fan / 15

Television "Placement Marketing"

Bo Yang / 19

Industry Research

Environmental Problems Caused by Rapid Development of Car

Weidong Liu / 23

The Impact of the New Media Development on the Advertising

Jiaxiao Wei / 25

Theories and Methods

Foreign Customer Value Measurement Model

Runde Lu Xueqin Ruan / 29

The Consumption Effect of Investment in Rural Public Goods

Hongqing Wang / 34

Marketing

The Marketing Strategy of Enterprise Management in China

Xiaobing Chang / 38

About Marketing Art

Xizhang Wang / 41

Entrepreneurial World

The Status of Chinese Corporate Social Responsibility

Hui Xie / 46

The Transformation of the Pattern of Enterprise Economic Development

Aijie Li / 50

Opinions & Discussions

Online Survey

Wenlong Lu / 54

How to Prevent Financial Risk

Xi Yao / 57

What's News

China's Advertising Market in 2010

CTR Marking Research / 60

Concern of China's Three Major Consumer Groups

CTR Released the Latest Results of "Survey of Chinese Urban Residents"

CTR Marking Research / 62

Data Warehouse

23-City TV Program Ratings TOP10

CSM Media Research / 63

Advertising Monitoring Data

CTR Marking Research / 69

Advertisement Information

Advertisements Etc.
万方数据

/ 72