

《奢华极品》

图书基本信息

书名：《奢华极品》

13位ISBN编号：9787208078758

10位ISBN编号：7208078750

出版时间：2009-7

出版社：上海人民出版社

作者：杨明刚

页数：312

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

《奢华极品》

前言

什么是奢侈品牌？奢侈品牌首先来自于它所服务的奢侈品。奢侈品（Luxury）概念源于拉丁词“Luxus”，原意指“极强的繁殖力”，后引申为“超乎寻常的创造力”，在国际上被定义为“一种超出人们生存与发展需要范围的，具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品”，又称为非生活必需品。一种值得关注的趋势是，奢侈品的概念正在外延。除了物质产品之外，奢侈品已经延伸到了健康、休闲、旅游、体验、饮食、运动、社交等多个方面。沃夫冈·拉茨勒认为这将是奢侈品的一种发展趋势，与之相应的是在这些领域将产生新的奢侈品牌。奢侈品牌的生成基因与核心元素，主要体现在1、品质绝伦。例如，路易·威登箱包设计精巧且坚固耐用；万国表有“机械表专家”之称，每只腕表都要经历28次独立测试；绝对伏特加要经过独一无二的“连续蒸馏”技术；雅诗兰黛旗下顶级化妆品牌海蓝之谜（La Mer）面霜，“来自海洋的奇迹”……奢侈品品牌对科技和品质的开发，是一种对“完美”的卓越追求。2、身世显赫。奢侈品牌都有尊贵的豪门血统和令人艳羡的身份。创始人是谁、继承人是谁、什么时候确定了标志、什么时候被谁收购统统要记载到“大事记”上，周年节庆要告知各地旗舰店。引八方“白骨精”追捧。香奈儿（Chanel）、雅诗兰黛（Estee Lauder）。

《奢华极品》

内容概要

《奢华极品》全方位展示了世界顶级奢侈品牌的精湛与荣耀。荟萃了豪车、名酒、时装、皮具、化妆品、珠宝、文具、眼镜、火机、洁具、游艇、高尔夫球具等世界一流品牌。在华美的图文中，您将领略到：全球最有价值的高级消费品和奢侈品集团的代表性品牌的创建与演变、文化与象征及经营策略；奢侈品产品的工艺特色；奢侈品品牌的精神内涵、经典创意和传奇故事。书中还探询了奢侈品品牌的定位、风格、形象、设计、传播、广告、公关、推广、创新等方面的经验与做法，以及他们的战略、策划与服务等方面的特色。品味奢侈品细致周到的服务与闻名于世的美誉度及悠久的历史与文化韵味。既可作为艺术欣赏，也可作为手册查询。也是社交往来的极佳礼品。

《奢华极品》为奢侈品研究者提供素材，为奢侈品实践者提供借鉴，为奢侈品宣传者提供新闻背景，为奢侈品规划者提供决策依据，为初步奢侈领域白领提供品牌知识，为猎奇于尖端顶级生活境界打开观赏之窗，也是奢侈品牌爱好者成为“雅皮士”、“波波族”的入门此读，更是企业创造奢华品牌的借鉴与示范。

《奢华极品》

作者简介

杨明刚，现任华东理工大学广告与品牌文化研究所所长、艺术设计系副主任，兼任国际品牌联盟(IBF)中国专家委员会委员，上海品牌促进中心专家委员会成员，中国管理科学研究院终身研究员，中国营销管理学院教授。主攻专业为品牌学、营销学、策划学、传播学等。主要研究品牌战略，营销文化与传播策略等问题。著作有《国际知名品牌在中国》、《国际知名品牌中国市场全攻略》、《市场营销策划》等10余部；主编《国际知名品牌图视界》、《世界汽车经典品牌图鉴》、《市场营销理论与实务》等图书、教材20余部；发表《整合营销传播理论》、《品牌传播策略性整合》、《论文化营销的趋向与策略》等学术、应用性论文百余篇，共计400余万字。主持和参与完成国家和省市级研究课题有《国际品牌发展规律研究与思考》、《上海商标发展纲要》、《上海著名品牌衰落原因分析与再崛起对策研究》等科研项目。多部专著和图书以及论文获奖。

《奢华极品》

书籍目录

第一篇 奢华品牌大观 第二篇 奢华品牌营销金典附录后记

章节摘录

插图：性外，其生产过程更分为168个不同工序。此品牌的鞋子的另特色是防水，鞋面能防水，但鞋楦却不会凝聚水分，能使皮肤自然透气。价格不菲。最佳时尚——英伦皮鞋新贵1996年在英国的英伦皮鞋（BaseLondon），配合了“新英国文化。而兴起，在英伦及欧陆时尚圈子崭露头角，更赢得了“最佳时尚男装皮鞋品牌”的荣誉。设计出自英国设计师手笔及生产于意大利的BaseLondon皮鞋，分为轻便（Casual）和现代（contemporary）系列，而其独有的创意和华美的手工是取胜的特质。再配合一系列前卫有趣的宣传广告，使BaseLondon能成为年轻一代的最佳购买品牌（bestbuybrand）。独创的“气阀”设计——美国的SalemAttitude皮鞋鞋款多以男鞋款式为主，但其独创的“clima”空气循环系统便是特别卖点。先进的“气阀”设计，特别放置于具灵活性的橡胶鞋底中，每当步行时，“气阀”受压即将鞋内空气排出并令自然空气流通于鞋身内部；而且其具备气孔及经打磨的天然真皮鞋垫进步令脚汗挥发，令足部整天保持健康及凉快。鞋底前掌部分的圆形形状设计，除具备防滑作用外，更在步行时提供脚部柔软按摩功能，帮助血液循环，消除足部疲劳及防止足部毛病的产生。

《奢华极品》

后记

本书以图文并茂的形式，述说世界顶级品牌的历史，文化韵味和营销特色。本书能够让人读之欣然。我们要特别感谢上海人民出版社编审，编辑室主任苏贻鸣的智慧援助与辛勤工作。对无偿提供部分文稿与图片的杨洋、叶俊男与其他相关企业的大力支持和帮助，华东理工大学艺术设计与传媒学院研究生姚亢亢、王月华、田洁、胡杨，大学生课余研究项目活动“USRP (UniVersity Student Research Program)”的人员叶卓英、余倩、张扬艺、沈童、朱佳亮、杨燮昀、李旻等：他（她）们为本书的完成、出版给予了部分资料收集，以及其他方面工作。在此一并表示谢意。由于所述内容规模大，品牌鲜活并不断变化，因此书中难免存在不妥甚至“挂一漏万”，也恳请读者指正、赐教。

《奢华极品》

精彩短评

- 1、 图片不少，可是内容太单调
- 2、 如题，但品牌的历史文化方面介绍得欠详
- 3、 收到书了，刚翻了两页，质量还不错，就是品牌的一些介绍没有目录上的这那么深入有条理性。
- 4、 因为喜欢珠宝，进而对奢侈品也很感兴趣了~本书大概介绍了世界著名各大品牌，但是并不是太详细，图也不算特别多，但是由于奢侈品概念太广，所以本书还是不错的了~
- 5、 书的内容很全，包装也很精致,对我的工作很有帮助的一本书
- 6、 通过这本书，大概的了解奢侈品，也懂得什么是奢侈品，并且分清了哪些是奢侈品牌。对这些奢侈品牌涵盖很多的方面，包罗万象，基本都涉及了吃、穿、住、行。每个奢侈品都有自己独特之处，既有艺术价值，更体现了生活的极具品质。只可惜本人还未能达到这么高的生活水准，只能默默去了解关于这些品牌所蕴含的艺术气息，有朝一日，能够切身感受这些匠心独运的所带来的魅力。
- 7、 鉴赏类的很少 关于一个品牌的详细内容 如什么什么车型那种没有 市场策略方面倒是很多 图片很好 但是有一些无关的内容哦 如世界首富什么的

《奢华极品》

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