

# 《打造亞洲金品牌》

## 图书基本信息

书名：《打造亞洲金品牌》

13位ISBN编号：9789867727367

10位ISBN编号：9867727363

出版时间：20030401

出版社：培生

作者：伊恩·百帝

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)

# 《打造亞洲金品牌》

## 內容概要

打從一九七〇年起，我就在亞洲投身廣告活動。我幸運的經歷了亞洲爆炸性的成長，也經歷了亞洲公關業從幾乎零開始的大幅躍進。我也很幸運的在某些亞洲品牌的成功故事中插上一腳。因此，有人找我針對亞洲廣告撰寫大事記時，我沒考慮太久就接受了這挑戰。當然，大家都知道，「嘴上說說」與「實際去做」之間，其實還存有莫大的鴻溝。或許我也還處於二者之間呢。這本書從成形到問世的過程，整體來說算是許多事物的詭異組合：我先是一面回想，一面思考，找出一些應該與各位分享的有趣內容，再摻入一些個人觀點，談談「如何動手做」。我還會提供一些令各位感到震憾的建議，告訴你們如何在未來的二十年內，把亞洲地區的廣告事業推上高峰。整體來看，這本書集合了我的經驗與觀點。我也必須向各位告解，如果各位期望看到愛因斯坦式的突破性創見，恐怕要大失所望。

各位會在書中看到我對亞洲價值觀的整體看法，以及這些價值觀在全球化競賽中的落腳處；或表達我對一些出自他人之手的靈巧廣告工具的贊同或不以為然；我以讓人備感壓力的口吻，請求公關業的主管們在行事過程中重新正視某些大家遺忘已久的常識；我呼籲各方在研擬行銷與廣告計畫時，要對既存的基本原則抱持應有的尊重。各位還會時而接觸到我那略顯詭異的瘋狂論調。

為了避免各位覺得不易掌握本書要點，且讓我直接向各位點出行銷的三個熱門議題：

1. 二十一世紀將會是亞洲的世紀，沒什麼比這更重要的。
2. 本世紀同時也會是消費者的世紀，品牌行銷的競賽很明顯會是行銷者地圖上至為要緊的一塊。
3. 今天，就成年的年輕人運用可支配所得所從事的購買行為而言，亞洲消費者與西方消費者之間的差異，不會比德國與美國消費者之間的差異來得大。對絕大多數的中產階級來說，這樣的差異到了二〇二〇年將會全然消失。

在各位領會本書內容時，請隨時將以上三點謹記於心。不過，首先我要請各位先了解一下，我到亞洲投身廣告事業前的日子。作者簡介

葉思迪：輔仁大學管理學研究所碩士，曾從事媒體工作，現為自由譯者，譯有《自我教導》、《品牌定天下》等書。

# 《打造亞洲金品牌》

## 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)