

《奢侈品策略》

图书基本信息

书名：《奢侈品策略》

13位ISBN编号：978986272630X

出版时间：2014-10-2

作者：尚·諾埃爾·凱費洛(Jean-Noel Kapferer),文森·白斯汀(Vincent Bastien)

页数：512

译者：謝綺紅

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

《奢侈品策略》

內容概要

全球三大頂尖商學院指定用書

LV之父給傳統代工產業轉型的終極指引！

不只用在奢侈品，而是讓你的商品成為同業中的奢侈品

高科技產業、永續產業、醫療保健產業……等的一擊中的品牌策略！

不要讓你的產品完美無瑕；

不要迎合顧客的期待；

只當「最高級」，而不是優於他人的「比較級」……

奢侈品策略，完全顛覆傳統的商業思維，

從蘋果手機到法國政府都受用的品牌策略，

除了奢侈品產業，更是各行各業轉型、跳脫低價競爭的關鍵指南！

奢侈品的最高價值，在於應允了人們對永垂不朽的渴望

不輕易順從市場，才能打造承載無限夢想的品牌

拋開「產品定位」，奢侈品不能和其他品牌比較

奢侈品並非完美無瑕，缺陷反而會成為一種魅力

不要迎合消費者

不回應成長的需求，讓稀有性提高本身的價值

廣告的目的不是促銷，而是維持品牌神話

廣告中不讓明星光輝大於品牌

奢侈品一定要在原產地製造，文化歷史是其夢想的根源

奢侈品品牌的管理法則，締造了全球2000億歐元的亮眼產值，

這些策略不僅適用於奢侈品產業，

更是傳統加工產業重塑品牌、創新翻身的關鍵機會，

兩位奢侈品界教父，與亞洲品牌領袖教育第一人白婷，

打造第一本全面剖析奢侈品策略的權威之作！

【渴望推薦】

方文山（華人詩詞第一人、導演）

王榮文（華山1914文創園區）

白亨利（亞洲兄弟投資集團董事長、亞洲電影新浪潮發起人）

朱欽騏（Georg Jensen董事長、Nautica創辦人、Forbes雜誌TOP 25知名美籍華人）

何飛鵬（城邦媒體集團首席執行長）

徐莉玲（學學文創志業董事長）

張毅（琉璃工房董事長）

莊村徹（六福旅遊集團董事長）

《奢侈品策略》

作者簡介

尚·諾埃爾·凱費洛(Jean-Noel Kapferer)

品牌管理方面的全球意見領袖與專家，最新暢銷著作《新策略品牌管理》(The New Strategic Brand Management)是國際頂尖MBA的重要參考書。擁有HEC Paris的MSc理學碩士學位，以及美國西北大學凱洛管理學院(Kellogg School of Management)博士學位。目前專門研究奢侈品的品牌管理，在世界各地進行研究與主持高階主管研討會，為HEC Paris的名譽教授及INSEEC Business School顧問。

文森·白斯汀(Vincent Bastien)

具備理工與數學背景的奢侈品教父，跨足奢侈品與B2B傳統產業，被譽為品牌當道年代的傳奇。原路易威登(Louis Vuitton)掌門人，1988年將LV國際化，並奠定其全球龍頭地位；更是YSL、Lancel及Cartier等品牌國際化之幕後推手，曾管理之品牌橫跨三大奢侈品集團LVMH、Richmont、PPR-Kering。進入LV前，在B2B產業世界百強暨歐洲最大玻璃集團聖戈班集團中，擔任Saint Gobain Desjonquieres總裁，並研發出香水玻璃瓶，創新營運模式成為B2B2C。更曾任法國最大生技集團賽諾菲(Sanofi Beaute)總裁，旗下品牌包括：YSL、Nina Ricci、Yves Rocher、Parfums Oscar de la Renta、Van Cleef & Arpels、Fendi。更以其獨特的品牌策略受法國總統之邀，協助國家及羅浮宮打造品牌，著有《法國國家品牌》(La Marque France)。身兼巴黎理工大學、史丹佛商學院及HEC Paris校友，現任歐洲第一HEC Paris客座教授外，更與白婷院長共同解碼奢侈品策略，致力華人領袖教育。

總審訂：白婷(Paiting)

國際人品牌領袖學院(Very Inspiring Professionals, ViP)創辦院長、國際人品牌顧問有限公司總裁、中國國際商會上海黃浦商會(外灘)名譽會長、(上海)巴歐鷹袖文化發展有限公司總裁、夏代爾白婷品牌學苑創辦人。

旅法華人，出生於台灣某首富家族，足跡遍及法國、日本、中國、東南亞。旅歐期間與奢侈品界教父亦師亦友，並見識歐洲品牌背後成功的戰略關鍵祕訣，有感華人常說的「富不過三代」，而歐洲卻孕育出許多超過百年的「富六代」品牌，並看到了亞洲普遍對於品牌管理認知的巨大鴻溝，因此返華後與多明尼克·夏代爾(Dr. Dominique Xardel)博士、文森·白斯汀教授(Prof. Vincent Bastien)聯手創立了國際人品牌領袖學院，致力於世界級的品牌領袖教育，協助華人品牌國際化建設、培育華人百強品牌長CBO。

學院成立以來，協助知名集團如中國紅牛(華彬)、達芙妮集團、中國寶島眼鏡集團、旺旺集團、故宮博物院等眾多華人品牌總裁領袖、家族企業繼承人和高階管理人，打造下一個百年國際品牌，以國際化姿態走向世界。

審訂愛瑪仕前全球董座Christian Blanckaert的《Les 100 Mots du Luxe》一書，並擁有近30本多明尼克·夏代爾博士的權威著作版權，包含行銷管理、服務業、大數據、消費者行為、直效行銷革命等。

2012年曾受香港政府之邀，替香港300多位上市企業家進行眼鏡產業品牌培訓，獲譽為品牌策略教主、華人領袖教育第一人，並於台灣被遴選為百大傑出企業家。

《奢侈品策略》

書籍目錄

- 推薦序 邁向品牌策略的顛峰 白亨利
- 總審訂序 決戰千里之外，如入無人之地 白婷
- 導論 奢侈品的界線在哪裡 任何領域、任何產業！
- 第一部 回顧奢侈品的起源
- 第1章 歷經千年的奢侈品
- 第2章 釐清混淆的概念：頂級不等於奢侈品
- 第3章 奢侈品的反傳統行銷法則
- 第4章 當代奢侈品面面觀
- 第二部 奢侈品品牌，需要特殊的管理策略
- 第5章 客戶對奢侈品的態度
- 第6章 塑造品牌價值
- 第7章 奢侈品的品牌擴張
- 第8章 保證奢侈品的產品和服務品質
- 第9章 奢侈品的定價策略
- 第10章 配銷和網路銷售的困境
- 第11章 奢侈品的溝通模式
- 第12章 奢侈品企業的財務和人事管理
- 第三部 奢侈品的策略觀點
- 第13章 奢侈品的商業模式
- 第14章 如何進入與離開奢侈品產業？
- 第15章 從奢侈品品牌中學習
- 第16章 奢侈品與永續發展：兩者的交會與分歧
- 參考資料

《奢侈品策略》

精彩短评

1、全面闡述奢侈品的定義，管理，財務價值。重點關注第三部份。

章节试读

1、《奢侈品策略》的笔记-第83页

頂級的判斷標準是（品質 / 價格比）：品質與價格是否成正比。奢侈品是絕對的，而非相對的，應該不惜一切地避免比較。

2、《奢侈品策略》的笔记-第385页

根據波士頓顧問集團的研究，產量提高一倍時，成本才降低30%。即使國際化，如果只是用這種透過擴張規模來減少成本，也會讓品牌脫離奢侈品品牌行業。

3、《奢侈品策略》的笔记-第81页

奢侈品的設計目的並非取決訂單（如古代工匠：絲綢織工、繡花邊的女工等）或要求（如現代市場行銷），而是取決於靈感，取決於媒體所喚起的挑戰。簡單來說，奢侈品就是能用並且驚艷的藝術品。

《奢侈品策略》

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