

<<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

出版时间：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，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.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

迈进奢华极品的文化殿堂，领略西方百年经典品牌，鉴赏全球最有价值的高级消费品和奢侈品。全方位了解最时尚、最正确的品牌知识，解读今日的奢华与风尚。

品赏荣耀奔放的豪车、浓醇飘香的名酒、浪漫摄魂的香水、名贵艳丽的皮具、妩媚缤纷的化妆品、潇洒一流的文具、绚丽典雅的时装、精美极致的名表、昂贵耀眼的珠宝……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。

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

序第一篇 奢华品牌大观 名车品牌 车行天下 相关链接 世界顶级名车 名酒品牌 稀世珍酿
相关链接 世界顶级名酒 时装品牌 引领风潮 相关链接 世界顶级时装 名鞋品牌 轻盈
优雅 相关链接 世界顶级皮鞋 皮具品牌 包涵爱皮 相关链接 世界顶级皮具 名表品牌
一刻千盒 相关链接 世界顶级名表 化妆品牌 百变非凡 相关链接 世界顶级化妆品 香水
品牌 芳香醉人 相关链接 世界顶级香水 珠宝品牌 璀璨夺目 相关链接 世界顶级珠宝
眼镜品牌 时新精彩 相关链接 世界顶级眼镜 名笔品牌 书写传奇 相关链接 世界顶级名
笔 火机品牌 雄性之火 相关链接 世界顶级火机 家具品牌 新颖别致 相关链接 世界顶
级家具 洁具品牌 造就晶莹 相关链接 世界顶级洁具 高尔夫球具品牌 挥杆无穷 相关链
接 世界顶级高尔夫球具 游艇品牌 承载豪华 相关链接 世界顶级游艇第二篇 奢华品牌 营
销金典 奢华品牌调查 一石千浪 相关链接 世界富豪排行 奢华品牌定位 占据心智 相关
链接 世界艺术宫殿附录后记

<<奢华极品>>

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，更赢得了一个“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。

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。

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:<http://www.tushu007.com>