

<<深圳文化产业品牌报告>>

图书基本信息

书名：<<深圳文化产业品牌报告>>

13位ISBN编号：9787301214251

10位ISBN编号：7301214251

出版时间：2012-11

出版时间：北京大学出版社

作者：周志民 编

页数：226

字数：353000

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>

## <<深圳文化产业品牌报告>>

### 内容概要

经过作者周志民半年多的努力，《深圳文化产业品牌报告》终于出炉。根据每个品牌的发展模式特征，可将本书归纳为五篇：产业转型篇(雅昌集团、深圳报业集团)、文化科技篇(华强集团、环球数码公司)、组合创新篇(腾讯公司、华侨城集团)、形象传播篇(嘉兰图公司、采纳公司)、集群发展篇(大芬油画村、文博会)。

## <<深圳文化产业品牌报告>>

### 书籍目录

#### 第一篇 产业转型篇

##### 第一章 艺术为人民服务——雅昌品牌定位升级之道

- 一、从印刷到艺术的升级史
- 二、“最佳商业模式”的炼成：在品牌延伸中升级定位
- 三、企业形象塑造：整合品牌传播策略
- 四、雅昌商业模式的解读与展望

##### 第二章 媒体品牌的转型提升——深圳报业集团的品牌成长轨迹

- 一、东方风来满眼春——深圳报业集团品牌回顾与发展
- 二、办中国有影响力的大报——深圳报业集团品牌提升战略
- 三、鲲鹏展翅九万里——品牌提升模型及其建议

#### 第二篇 文化科技篇

##### 第三章 文化科技的华丽转身——华强品牌转型之道

- 一、华强集团的产业转型
- 二、华强集团的品牌转型之路
- 三、品牌转型的成功之道
- 四、华强品牌发展反思

##### 第四章 引领中国3D动漫——环球数码产业链品牌炼金术

- 一、动漫行业发展及竞争格局
- 二、环球数码“三步走”的品牌之路
- 三、环球数码品牌建设策略
- 四、展望未来：漫漫品牌路，任重而道远

#### 第三篇 组合创新篇

##### 第五章 小企鹅撬动大行业——腾讯公司品牌成长传奇

- 一、腾讯公司成长的完美曲线：四部曲演进
- 二、构筑品牌内核：体验与创新
- 三、践行社会责任：合作与担当
- 四、腾讯公司品牌模式的思考

##### 第六章 优质生活的创想家——华侨城品牌发展模式及启示

- 一、源头活水：华侨城第一次创业时期的品牌理念与探索
- 二、模式创新：华侨城第二次创业时期的品牌定位与整合
- 三、战略转型：第三次创业时期的品牌拓展与升级

#### 第四篇 形象传播篇

##### 第七章 设计从“心”开始——嘉兰图顾客导向的品牌理念

- 一、嘉兰图概况
- 二、企业(品牌)管理模式
- 三、企业优秀设计项目
- 四、总结

##### 第八章 老虎飞起来的奥秘——采纳个人公司品牌互动模式

- 一、创业纪实：朱玉童——峭壁中的迎客松
- 二、打造双翼，让老虎飞起来
- 三、采纳营销模式——打造老虎强健的身躯
- 四、采纳品牌——给老虎插上翅膀
- 五、采纳飞起来的秘诀
- 六、采纳未来可能存在的品牌问题探讨

#### 第五篇 集群发展篇

## <<深圳文化产业品牌报告>>

### 第九章 艺术与市场在这里对接——大芬油画村集群品牌成长战略

- 一、大芬油画村油画产业初现雏形：起步
- 二、两股力量共推大芬品牌：起跑
- 三、整合会展营销，助飞大芬品牌：起飞
- 四、大芬油画村品牌发展历程总评：360°解析
- 五、大芬在明天超越自我：翱翔

### 第十章 “文化沙漠”中的璀璨珍珠——文博会如何打造会展品牌

- 一、文博会的发展历程
- 二、文博会的品牌身份
- 三、文博会的品牌本质模式
- 四、文博会品牌发展战略
- 五、文博会品牌建设模型

## <<深圳文化产业品牌报告>>

### 章节摘录

在国内的印刷行业还在拼规模拼价格的时候，雅昌就意识到只有服务才能带给企业长久的竞争优势。

作为业内第一个主张“印刷业是服务业”的企业，雅昌秉承“不仅让用户满意，还要让用户感动”的服务理念。

具体来说，雅昌的服务就是“一不三凡是”原则。

“一不”：雅昌人不向客户说不。

“三凡是”：凡是能为客户想到的，雅昌都得做到；凡是客户想到的，雅昌都得做到；凡是客户想不到的，雅昌尽最大努力帮他们想到、做到。

后来，万捷将服务理念仪式化，开创了雅昌的质量承诺宣誓仪式。

在这个仪式上，公司所有员工都要进行宣誓，郑重承诺要“永远超越顾客的期望，把顾客养懒”。

“超越顾客期望”的服务不是简单的迎来送往或微笑服务，而是要真正做到为顾客设身处地地考虑，真心实意地解决顾客的问题。

比如，帮助艺术家印制画册，应该像艺术家本人创作画作一样充满情感，使画册的印制过程成为作品的二次创作。

“印刷业是服务业”理念的贯彻执行使得雅昌在加工理念盛行的印刷业独树一帜，更有竞争力。

3.事件营销，树立大品牌形象 在“注意力经济”时代，重大事件的注意力资源得到彰显，通过事件营销而获得快速成长的企业案例越来越多。

雅昌在发展历程中，除了频频斩获“班尼金奖”等国际印制大奖之外，还承担了国家级和国际性的印制任务，这些重大事件都为雅昌行业地位的提升建立了功勋。

北京奥运会申办报告的印制是雅昌发展历程其中的一个里程碑。

2001年1月，北京奥申委在对全国几百家印刷企业综合评估以后，经过深思熟虑，决定将申奥报告的印刷任务交给雅昌来完成。

当时留给雅昌的时间只有短短的4天。

接还是不接？

接了，如果完不成或者出现差错怎么办？

这可是影响到中国国际形象的大事；不接，丧失了一个千载难逢的塑造品牌形象的机会。

一向敢于直面挑战的万捷果断地承接下其他印刷公司都不敢承接的艰巨任务。

他顶住时间紧、任务重的巨大压力，调动所有资源，与基层员工日夜劳作，连续4天工作在生产第一线。

当万捷将赶制出来的450套600页的《北京2008年奥运会申办报告》按时交到奥申委官员手上时，大家都赞不绝口。

“这已不仅是几本印刷品，而是真正的艺术品。

”一位国际奥委会官员惊叹道。

2002年，延续印制申奥报告的强劲势头，雅昌又印制了《上海2010年世界博览会申办报告》，在举国瞩目之下完美地完成了任务。

2006年，雅昌再次承担了《深圳2011年第26届世界大学生夏季运动会申办报告》的印制任务。

凭着几次国家级高水准印刷品的完美出品，雅昌在国内市场奠定了专业、顶尖的行业地位和品牌形象。

如今，国家领导人每年寄给其他国家元首的贺年卡都由雅昌承印。

.....

<<深圳文化产业品牌报告>>

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>