

<<国际时尚品牌案例>>

图书基本信息

书名：<<国际时尚品牌案例>>

13位ISBN编号：9787543218215

10位ISBN编号：7543218216

出版时间：2010-10

出版时间：上海人民出版社，格致出版社

作者：卞向阳 编

页数：314

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>

<<国际时尚品牌案例>>

前言

在信息化与全球化的大背景下，时尚产业正日益成为提升城市影响力的巨大力量。可以说，像纽约、巴黎、伦敦、米兰、东京及我国香港等国际上有影响力的城市，几乎无一例外都成为时装、化妆品、珠宝、数码等时尚产业最为集中和发达的地区，且以富有特色的时尚企业、时尚街区和时尚品牌而闻名于世。

时尚产业作为城市魅力之源，正在改变着传统产业的生产经营模式，革新着人们的观念和生活方式。

时尚产业融合众多产业集群，将各类传统产业资源整合、提升、组合后形成较为独特的产业链。它强调将一种新理念注入到传统的以轻纺为主的产业之中，以期实现其市场价值的提升和商业模式的创新，为产业结构升级注入源源不断的活力。

时尚产业与生俱来的“高创意、高附加值、低污染、低消耗”的特征，无疑与现代城市的产业高端化、经济低碳化的发展方向相得益彰；时尚产业具有的知识、智力密集的特点，能够不受土地、资源限制而获得快速发展，从而激发城市的创新活力。

<<国际时尚品牌案例>>

内容概要

品牌是时尚的标志和象征，它们有的悠久而古老，有的新生而年轻，但都无一例外地吸引着无数追求时尚的人们的目光。

不同品类、不同风格的时尚品牌蕴涵着丰富的社会和文化意义，体现着不同时代社会的变迁与进步。让我们从这些国际性时尚品牌的案例分析入手，去发现其魔力之所在。

<<国际时尚品牌案例>>

书籍目录

第1章 概述：国际时尚大牌的方法论1时尚品牌的构成要素2国际时尚品牌的强势手段21学习大牌好榜样31第2章 集约化的品牌集团35集群化管理：路易酩轩集团35从百货到服饰：巴黎春天集团50全球化和专业化：欧莱雅61第3章 服装（服饰）品牌70常青树和核心单品：香奈儿、杰尼亚70时尚与传统的博弈：保罗·史密斯、李维斯88以时尚为卖点：Zara、H&M、D&G102多品牌线塑造品牌资产：阿玛尼127供应链和销售链：贝纳通、盖普135用广告先声夺人：卡尔文·克莱因154运动与时尚：耐克160从中国到世界：上海滩168第4章 皮具和珠宝首饰177从脚到头的时尚：菲拉格慕177从箱包到服装：古琦184大众化的奢侈品：蔻驰192保持奢华：卡地亚199用手表展现品位：积家205真水晶和假石头：施华洛世奇211用时尚改变业态：斯沃琪218第5章 美容与化妆品226高贵与生俱来：雅诗兰黛226技术打造品牌生命：资生堂234关注青年：伊丽莎白·雅顿240第6章 生活用品（数码用品）247时尚设计的力量：苹果电子数码产品247创意开启需求：索尼影音电子设备253功能联袂时尚：西门子家电260创造瞬间的永恒：皇家哥本哈根陶瓷266轻生活的样板间：宜家家居274第7章 时尚传媒283二十四小时时装秀：法国时尚频道283潮流权威：Vogue杂志291参考文献303

<<国际时尚品牌案例>>

章节摘录

施华洛世奇同样采取了这一营销方式，这一策略也称为全球标准化。

即在世界各地投放同样产品、采取统一定价以及同样的专卖店设计。

但施华洛世奇的全球标准化策略也存在一定的风险。

如果不对当地市场的独特性子以足够的注意，其在某些市场上消费者的认同感和销售业绩有可能会打折扣。

家族经营的百年秘密 从创立到现在，施华洛世奇已经经历了100多年。

尽管如此，这个古老而神秘的公司仍保持着家族经营的方式，把水晶制作工艺当作商业秘密世代相传，独揽与水晶切割技术有关的专利和财富。

施华洛世奇仿水晶的闪耀光芒之所以闻名于世，完全是由于它们的纯净、独特切割以及刻面的编排和数目。

因此百年来施华洛世奇家族就像可口可乐保护“X”配方一样，坚贞地保护着其独特的制法，绝不向外人透露。

人造水晶的配方和独特切割方式是施华洛世奇的核心价值和商业机密，因此采取家族经营是其不得已的选择。

主题旗舰店开拓旅游零售通路主题旗舰店是指围绕着一个或几个主题，创造一系列有独特的环境和气氛的规模最大、同类产品最全、装修最豪华的商店。

主题旗舰店有一个最基本特征——创意性，具有品牌形象和内涵展示的意义。

施华洛世奇在总部茵斯布鲁克近郊瓦腾斯镇开设了主题旗舰店，店内向旅游者展出并销售全球种类最全、最正宗的水晶饰品。

作为旅游商品的展示窗口和零售通路，水晶世界为旅游者提供了集观光、娱乐和购物于一体，极富高科技含量和深厚文化底蕴的精彩旅游体验。

<<国际时尚品牌案例>>

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>