

<<英国品牌的启示>>

图书基本信息

书名：<<英国品牌的启示>>

13位ISBN编号：9787801975904

10位ISBN编号：7801975901

出版时间：2007-1

出版时间：企业管理出版社

作者：编者：屈云波

页数：316

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>

<<英国品牌的启示>>

内容概要

“品牌”长期以来是英国最热门的词汇之一；英国企业拥有纯熟的品牌手法，在品牌创建、维护和开发方面颇有心得；英国学术界拥有先进的品牌理念，各大商学院都拥有品牌管理方面的专家。本书围绕着征服心灵、故事、识别、体验、价值观、责任、气质、沟通、性格和品牌资产10个步骤展开，在每一个步骤中均选取了一个强势英国品牌作为鉴赏对象，为读者全面解读英格兰的品牌战略思维。

<<英国品牌的启示>>

作者简介

林海，英国MBA（品牌管理与营销战略方向），美国克劳士比战略品牌咨询机构总经理、首席品牌顾问，5年英语国家生活经历，10年企业营销战略管理和顾问经验，师从英国顶尖品牌战略及公关策略专家菲利普·科钦教授，并且是美国著名管理大师克劳士比中国弟子。

他拥有多年的战略品牌管理的实战经验，历任企业高管、品牌咨询公司总经理等职，为中石化、阿尔卡特、长城国际、上海贝尔、生力啤酒、亚新科、ITT中国、徐工机械、上海大众、高露洁等数以百计的中外品牌和数以千计的企业高管提供过咨询和培训。

林海是《品质文化》、《品质经营》、《周末画报》等多本杂志的编委和专栏作家。他也是众多品牌、营销和财经类网站的签约专栏作家。

在英国留学期间，对欧洲市场和全球品牌打造有深入研究，全球顶级媒体《经济学家》、《纽约客》、《品质进展》、《欧洲市场营销杂志》和伦敦商学院等欧洲顶级品牌机构均是其战略合作伙伴。

他以其独树一帜的品牌观点打动中国品牌，并致力于与中国企业家一起创建强势的百年中国品牌，被中国管理界誉为具有辩证和人文情怀的品牌管理专家，《人民日报》、《经济观察报》、《经济日报》、《中国经营报》、《品质文化》等媒体均对林海及其品牌实践作过专门报道。

林海，他喜欢色彩、动感、创意和一切不同凡响的东西，以鉴赏品牌为乐趣，被品牌所感动，并致力于创建动人的品牌。

<<英国品牌的启示>>

书籍目录

启示1 品牌启示的原点 尝尝英国品牌——英国怎样用传统和文化打造品牌
启示2 品牌就是征服你的心——品牌征服的故事：哈利·波特、吉尼斯
启示3 讲好听的故事——品牌联想的故事：胡区、莎翁故居
启示4 眼见为实——品牌识别的故事：小贝、《经济学家》
启示5 告诉我你追求什么——品牌体验的故事：吉百利、BBC
启示6 不用营销是最好的营销——品牌社会责任感的故事：美体小铺、Boots
启示7 我就是和你不一样——品牌气质的故事：牛津、伦敦商学院
启示8 搞怪也是艺术——品牌营销沟通的故事：维珍、BP
启示9 你到底为什么吸上我——品牌性格的故事：Johnnie Walker、芝华士
启示10 拥有品牌，拥有无限财富——品牌资产的故事：特易购、玛莎百货

<<英国品牌的启示>>

章节摘录

一个魔法小精灵来了！

他以迅雷不及掩耳之势风靡全球。

据美国《福布斯》杂志网站日前报道，随着哈利·波特系列小说、电影、DVD和其衍生商品在全球的热卖，哈利·波特已成为当仁不让的世界级强势品牌，这一品牌的价值已经超过10亿美元！

什么书一天之内可以卖掉500万本？

答案是《哈利·波特》。

《哈利·波特》系列小说目前已出版了五部，在其基础上拍摄的电影也发行了三部。

2004年，《哈利·波特》系列小说在全球的销售量达到2.65亿本，比2003年增长1500万本。

作者J·K·罗琳已经跻身10亿美元富豪之列。

哈利·波特为我们揭示了一个品牌真理：品牌是征服。

它的品牌势力如何形成？

它对中国品牌有什么启示？

就让我们一起开始这征服之旅吧！

魔法小精灵 没人能躲过魔法小子“哈利·波特”狂热症的袭击。

哈利·波特，一个在被人民文学出版社译为“霍格沃茨”魔法学校学习的小男孩，他创造了人类最大的故事品牌的奇迹。

新书发布仪式定于2005年6月20日这一天，无论是在世界的哪一个地方，只要时钟敲响12下，他的粉丝们就会蜂拥而至，希望能抢到1000万本《哈利·波特与凤凰社》中的一本。

在每一个行业的竞争都进入白热化的时候，这个魔法小子的火爆不知道让多少人羡慕不已。

那是一个疯狂的夜晚，各大书店都开门营业，快递公司也早早地将车安排妥当，只为哈利·波特

与哈利·波特相关的玩具、游戏、DVD以及其他商品如文具、服装、礼品等也同时投入市场。

全世界的各路媒体都为第一次出现使用全名J.K.罗琳(J.K.Rowling)的第5部小说大造声势。

这本书的出版商还邀请罗琳在伦敦的皇家艾伯特演奏厅亲自为4000名儿童朗读《哈利·波特与凤凰社》的片断，并通过网络进行了现场视频直播。

这种荣耀不是每一个作家可以享受到的，包括一些十分知名的作家。

在这里朗诵小说的片断，对于一般的作品来说是不可想像的。

已经拿到了哈利·波特相关产品生产制造权的好莱坞，却没有太大的动静。

“哈利·波特”的品牌监护人说，为了保护“哈利·波特”的合法权益不被侵犯，他们尽量保持低调。

但谁都知道这个低调只是“相对”的。

1998年，罗琳就和当时的美国在线—时代华纳旗下的华纳兄弟电影公司签下合约，以50万美金的代价将《哈利·波特》的电影改编权、专利使用权和商品化权利授予了这家公司。

这个价格在今天看来是非常低的，华纳公司通过授权给其他公司生产哈利·波特相关产品猛赚了一笔。

但这并没有影响罗琳女士成为比英国女王还富有的人。

据《福布斯》统计，2004年，哈利·波特系列小说在全球的销售量达到2.65亿本，比2003年增加了1500万本。

罗琳已经跻身10亿美元富豪之列。

当她去年12月底宣布自己已完成哈利·波特第六部的写作后，负责该书出版的布鲁姆斯伯里出版社的股票价格立刻飙升7%，达到当时历史最高价，每股2.94英镑（约5.6美元）。

同时，根据小说拍摄的三部电影的票房收入也在全球取得非常不错的成绩。

2001年的《哈利·波特与魔法石》在全球赚了9.76亿美元，2002年的《哈利·波特与密室》在全球赚了8.77亿美元，2004年上映的《哈利·波特与阿兹卡班的囚徒》赚了7.9亿美元。

“哈利·波特”的DVD和录像带的销售也表现出色，第一部《哈利·波特与魔法石》仅在美国就

<<英国品牌的启示>>

赚了3.23亿美元，第二部与第三部的DVD和录像带也分别获得2.27亿美元和2.77亿美元的收益。

此外，哈利·波特这个品牌延伸之后的衍生品，比如纪念品、玩具、游戏、食品和糖果等都成为小朋友们疯魔的东西。

所有这些都是哈利·波特这一强势品牌所带来的。

这真是个点石成金的品牌，有如他的魔法棒一样神奇。

有管理学者统计过哈利品牌的魅力数据：如果把所有售出的哈利·波特系列书籍首尾相连地排列，其长度是地球赤道的1.4倍。

如果把所有售出的哈利·波特系列书籍平铺在地，它们能覆盖1000多个足球场，或者相当于地中海国家摩纳哥国土面积的3.7倍。

在英国，《哈利·波特与凤凰社》首日的销售速度是每秒卖出21本。

若把那天出售的所有《哈利·波特与凤凰社》一本本叠起来，它的高度将是珠穆朗玛峰的12倍。

这不能不说是个奇迹！

哈利的成功不仅仅是出版的奇迹，也是一个品牌从无到有进而迅速征服世界的奇迹。

一飞冲天 英国女作家罗琳因为哈利·波特而声名鹊起，她的系列魔幻小说《哈利·波特》，令世界各地的孩子像着了魔一般地追着读。

凭着《哈利·波特》系列，罗琳已然名利双收，在第四部推出之前，其收入已高达2200万美元。

她现已稳居“英国在职妇女收入榜”季军，而美国《福布斯》杂志则将她列为“100名全球最有权力名人”的第25位。

不过，又有谁知道她6年前还只是一个潦倒的穷作家呢？

当时她的《哈利·波特》竟三番五次被出版商拒之门外。

最后几经周折，学者出版社独具慧眼，买下《哈利·波特》的出版权和全球发行权，从而造就了这个品牌奇迹。

如今，学者出版社亦赚得盆满钵满，令原来那些放弃了《哈利·波特》的出版商追悔莫及。

.....

<<英国品牌的启示>>

编辑推荐

任何感觉到品牌影响了自己的认知和行为的人，任何梦想创造卓越品牌的人，任何相信品牌力量的人，都是本书所期盼的读者。

<<英国品牌的启示>>

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>