

<<21世纪国际顶级时尚品牌>>

图书基本信息

书名：<<21世纪国际顶级时尚品牌>>

13位ISBN编号：9787802212336

10位ISBN编号：7802212332

出版时间：2007-1

出版时间：中国时代经济

作者：华梅

页数：189

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>

<<21世纪国际顶级时尚品牌>>

内容概要

在人类文明史上，饰品是衣物的先声。

在现实生活中，饰品体现着个人的格调。

无疑，尊贵的珠宝、名表可以更加彰显出拥有者的卓尔不凡，人人爱之，它们稀有的倾城之美更使得人们甘心为之倾囊付出。

而我们对其真正的价值理解多少呢!对那不朽价值的创造者又了解多少呢! 名牌是什么?是消费者的认可，是无数消费者经过自己亲身使用后，对某一品牌产品产生的信任。

于是，名牌在消费者一传十，十传百的民间传播渠道中犹如涟漪般扩散，其产品名声会越来越响。

有时候，名牌也借助广告，但广告不会产生名牌。

名牌是需要实力的。

名牌应该是企业家的骄傲，真正称得上名牌的产品往往不是一个人的努力就可以完成的，它需要整个一个团队，很多是经过几代人的智慧，几代人的齐心协力，一步一个脚印，才走向辉煌。

一般说，名牌产生于工商经济繁荣的时代与国家。

不要以为只有当今的“迪奥”和“阿玛尼”，中国宋代汴梁城内“玉兔”牌缝衣针也远近驰名。

元代时，松江乌泥泾的棉纺织家黄道婆，也曾以“松江衣被天下”而享誉大江南北。

世界顶级品牌意味着什么?意味着国际交流活跃，只有国与国之间的经济、文化交流频繁，才有可能使一个国家的名牌产品为其他国家人所了解，进而熟知。

世界顶级品牌还意味着，它确实有实力，用最通俗的话来说，就是绝对信得过的产品。

它的质量，它的信誉，容不得一丝一毫的懈怠。

世界顶级品牌通常会产生于经济发达国家，只有这样，才会保持其在一定时期的先进性，在世界范围内的权威性和辐射力。

<<21世纪国际顶级时尚品牌>>

书籍目录

诞生在阁楼中的时间盟主——江诗丹顿VACHERON CONSTANTIN “晶” 艳——施华洛世奇SWAROVSKI尊贵表情，谁与争锋——百达翡丽PATEK PHILIPPE摩登都市蓝调梦——蒂梵尼TIFFANY & CO. 珠宝商的皇帝——卡地亚CARTIER百年证明奇迹——宝格丽BVLGARI星光大道的绝对坐标——哈瑞·温斯顿HARRY WINSTON加冕之王——劳力士ROLEX天地英雄——欧米伽OMEGA腕上豪情——伯爵PIAGET

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>