

<<大道至简>>

图书基本信息

书名：<<大道至简>>

13位ISBN编号：9787500442226

10位ISBN编号：750044222X

出版时间：2004-3

出版时间：中国社会科学出版社

作者：刘革著

页数：201

字数：100000

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>

<<大道至简>>

内容概要

中国加入WTO以后，许多中国企业都在考虑如何较快地、低成本地创造出有美誉度、有信用的强势品牌，去参加国际大竞争，抗衡国际品牌的冲击。全社会都在思考这个问题。

本书作者在长达十余年的品牌规划工作中，根据中国企业的具体运作情况，结合国际优秀的创作方法系统，提出“品牌战略规划”理论，以“大设计概念”帮助企业在品牌的创建及成长过程中有效地解决实际问题，较快地、低成本地建立强势品牌系统。

在与一此行业协会有关人士的交流中，他们希望作者将有关品牌方面的独特观点，以及如何较快地、低成本地建立有美誉度、有信用的强势品牌的实际点缀，与中国的企业界人士分享从而降低品牌制造的成本，让中国企业尽快成长，尽快参与国际竞争，上述原因促成了本书的出版。

<<大道至简>>

作者简介

刘革，毕业于中央民族学院美术系。

1992年服务于北京亚洲电视剧制作中心；

1993年任广州金马广告有限公司首席创意；

1994-1995年在广州麦肯·光明广告有限公司任艺术总监（国际4A广告公司）；

1996-1998年在上海奥美广告有限公司广州分公司任艺术总

<<大道至简>>

书籍目录

第一章 中国品牌实战思考录——刘革谈品牌 让品牌从企业中生长出来 强势品牌建设的低成本之道 品牌战略规划之大设计概念 产品市场和资本市场的品牌价值互动 我们关注的要点 三言两语之刘革第二章 追求卓越·爱心香雪——香雪品牌跃升之道 “疫”风乍起广州 非典型事件：抢购香雪 放弃国际4A，选择香雪制药 低投入：打造香雪品牌的共识 打造品牌，从改造名称开始 爱心香雪，跃动人性之美 形象拒绝拷贝 好点子就在市场上 策略与个性让产品出彩 以大设计概念优化环境 香雪品牌战略规划总结 香雪品牌战略规划作品第三章 人与自然的合一——用文化塑南山旅游大品牌第四章 健康生命·欢乐如歌——高起点打造莱泰制药国际品牌第五章 和谐美好·理想家园——丽江花园开新天第六章 让政府机构形象深入人心——FIC品牌规划概要第七章 与诚意握手——东鑫制药包装设计简述附录一 视觉设计札记——太阳神及其他附录二 读图——学术交流

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>