

<<吉祥品牌>>

图书基本信息

书名：<<吉祥品牌>>

13位ISBN编号：9787504460325

10位ISBN编号：750446032X

出版时间：2007-1

出版时间：中国商业

作者：张述任

页数：240

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>

## <<吉祥品牌>>

### 内容概要

今天的品牌不仅是某一特定厂商生产销售某种商品的名称，而且是一家丁厂、一个地区、一个国家乃至全球经济发展战略的重要组成部分。

正因为如此，世界各国厂商在制定品牌名称时无不精心考虑，力求设计的品牌名称能简洁明了，意蕴深远，易为消费者认同。

很多国际品牌的命名无不是殚精竭虑的设计。

在市场经济高度发展的今天，随着营销、广告无处不在，许多品牌已经渗透到社会的各个方面，它们已经不是纯粹的商业标志，而已成为令世人瞩目的文化现象，成为世界高度物质文明的一个显著特征。

品牌的创立是一项系统工程，是一个社会群体的智力凝聚，而品牌的创立是从命名开始的。

我国有“一字千金”、“名正言顺”的古语，说明了命名的重要性，品牌命名更是如此。

在今天的品牌营销时代，品牌命名的好坏对产品成败的影响程度是正比关系，一个好的名称能对品牌的迅速成长起到事半功倍的作用，而一个没有文化含量的名称则会对品牌的传播起阻碍作用。

所以，一个吉祥品牌会起推动企业传播的作用。

## <<吉祥品牌>>

### 作者简介

张述任，中国名学创始人，品牌管理专家，文化经济学者，易道管理理论创建人，中国易道学院(香港)执行院长，亚洲经济联合会品牌中心主任，亚太城市发展研究会副秘书长，中国生产力学会策划专业委员会专家委员，北京大学、清华大学客座教授，中国国学《易道管理》讲师，名人轩策划机构董事长。

他幼承廷训，精通儒、释、道、禅、易经等中国传统文化，1992年创办“名人轩”，以“用我们非凡的设计，创造您成功的奇迹”为宗旨，首次在国际上提出“五变五术”策划系统，擅长公司、产品、个人、品牌命名、品牌策划、环境策划、宅地策划、景观设计、文化创意、文化营销、知产管理、企业管理等咨询服务。

其事迹被浙江卫视专题报道，并著有畅销书《取名策划》、《名利双收》、《好家旺宅》等十余部作品。

2000年度被评为全国品牌专家，2001年度被评为全国十大策划人，2003年度获国际营销节品牌金奖，2005年获全国商标论坛第一名。

## &lt;&lt;吉祥品牌&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 吉祥品牌创意精要 第一节 行业——符合行业性质、产品功能 一、企业产品名设计要符合行业性质、产品功能 二、企业产品名设计原则 三、企业产品名设计的程序 第二节 汉字——符合汉字原理(音律、字义、字形等) 第三节 人——符合人文地理、地域文化、年龄结构 第四节 文——符合文化内涵、创意性 第五节 巧——符合CI原理 一、什么是CI 二、CI的构成要素 三、CI设计与开发 四、CI原理与企业(产品)命名 第六节 营销——符合市场定位及营销目标 一、如何定位 二、确立定位的前提 三、定位操作步骤 第七节 法——符合法律有效性及消费者的认定 一、如何才能使店名符合登记的有关规定 二、我国对商号登记采用下列原则 第八节 理——符合太极管理原理 第九节 行——符合法人五行平衡及环境磁场的要求 第十节 国际——符合国际品牌统一化 第十一节 吉祥品牌金口诀

第二章 吉祥品牌创意实录 第一节 汽车品牌&行业品牌创意实录 第一例“华泰吉田”、——越野车品牌设计 第二例“正坤”——出租汽车公司品牌设计 第二节 食品&餐饮品牌创意实录 第一例“喜得瑞”——生物食品品牌设计 第二例“君上悦”——大酒店名称设计品牌设计 第三节 白酒品牌名&饮料品牌创意实录 第一例“得珍源”——饮品品牌设计 第二例“爽然”——葡萄酒品牌设计 第三例“得顺泉”——白酒品牌设计 第四例“正尊王”——葡萄酒品牌设计 第四节 钻石珠宝&化妆品、洗发水、牙膏品牌创意实录 第一例“传世”珠宝品牌名设计 第二例“清水丽人”——化妆品品牌名设计 第五节 服装服饰品牌创意实录 第一例“千贵缘”服装、“千骄马”、“龙士迪”——服装品牌名设计 第二例“爱迪”——服装品牌名设计 第三例“格瑞思”——服装品牌名设计 第六节 医药&保健品牌创意实录 第一例“元和正肝”“元和正胃”——医药品牌名设计 第二例“元基源”——生物工程有限公司品牌设计 第七节 文化创意&广告传播品牌创意实录 第一例“名人轩www.OKname.CN”——专业品牌管理有限公司品牌设计 第二例“述任正名所www.NameOK.cn”专业取名策划公司品牌设计 第三例网站www.OKname.CN中华好名网——品牌设计 第四例“标志轩www.OKmark.cn”专业标志策划公司品牌设计 第八节 房地产&不动产品牌创意实录 第一例“京明大厦”——写字楼品牌设计 第二例“基华”——房地产、公寓品牌设计 第九节 制药&保健品品牌创意实录 第一例“仁普”——药业有限公司品牌设计 第二例“药业”——“翔鹤”保健品有限公司的吉祥品牌创意 第十节 金融、证券、保险品牌创意实录 第一例“中通万国”——证券有限公司品牌设计 第二例“麒麟”——保险机构品牌设计 第十一节 旅游、休闲、娱乐品牌创意实录 第一例“观天下”——旅游公司品牌设计 第二例“碧和园”——度假村品牌设计 第十二节 农业牧业品牌创意实录 第一例“蓉坤”——农场品牌设计 第二例“草原牧鹅”——牧业品牌设计

第三章 吉祥品牌文化 第一节 企业品牌战略设计 一、什么是单一品牌策略 二、什么是多品牌策略 第二节 公司名称设计战略 一、公司名称设计 二、公司名称的变更 三、如何组合公司名(述任正名公式) 四、中华老字号探源 第三节 国际品牌化之路 第四节 品牌故事

第四章 吉祥品牌保护 第一节 商标及分类 第二节 商号 第三节 品牌及品牌功能 一、品牌的概念 二、品牌的功能 三、国际品牌知多少 第四节 商标注册注意事项 第五节 商标注册程序 第六节 如何办理注册商标转让申请 第七节 商标和商号的注册 第八节 品牌体系的分类和选择 第九节 商标体系的应用要点 第十节 域名注册 第十一节 品牌工厂 一、取名试验室 二、企业产品取名注意事项 三、国内外命名公司介绍 第十二节 类似商品和服务区分表

第五章 吉祥品牌营销 第一节 品牌营销战略 第二节 品牌延伸发展策略 第三节 品牌延伸和扩展的巨大空间 第四节 品牌对企业经营方式的影响 第五节 品牌向社会延伸附录一 企业、产品81数暗示导理 附录二 中华人民共和国商标法附录三 申请马德里商标国际注册办法附录四 中华人民共和国公司登记管理条例附录五 企业名称登记管理规定附录六 企业法人法定代表人登记管理规定后记 创意好名 吉祥天下——张述任

<<吉祥品牌>>

媒体关注与评论

用我们非凡的设计，创造您成功的奇迹！

——张述任 名号是一种宇宙信息符号，名者是大理之首章，圣人所发天意也。

述任先生提出以正名为善，我说名字是一种无形资产。

特拟一幅对联致贺：“敬赐芳名堪传世，端正雅号可通灵！”

——唐明邦 述任名学，取名策划。

——洪丕谟 一个美好的名字是通向成功的精神支柱。

——庞中华 易理玄机参千古，堪舆恩光耀八荒。

——亢亮

## <<吉祥品牌>>

### 编辑推荐

《吉祥系列丛书》是张述任先生多年来对取名策划及宅地策划的潜心研究及实践创立的策划理论。共分三部，其中之一是《吉祥姓名》，之二是《吉祥品牌》，之三是《吉祥宅地》。书中介绍了张述任先生最新的企业产品设计理论及企业产品名设计案例。适合各阶层人士及专业人士阅读参考。

#### 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>