

<<服装品牌性格塑造>>

图书基本信息

书名：<<服装品牌性格塑造>>

13位ISBN编号：9787506476652

10位ISBN编号：7506476657

出版时间：2011-10

出版时间：中国纺织出版社

作者：罗文慧

页数：159

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>

<<服装品牌性格塑造>>

内容概要

从事品牌形象设计与策划至今，我已经在这个行业度过了二十余载。

多年在中国品牌市场打拼，谈及品牌生长，却是良莠并存的行业现状，绝大多数品牌还处在成长的探索期，甚至在发展上遇到了瓶颈。

品牌没有鲜明的性格，或者是在发展过程中性格得不到传承，导致品牌形象塑造定位混乱，形象策划东拼西凑等的现实问题。

“对于没有方向的帆船，任何风都是逆风”——在这种现状下，中国品牌企业急需为自我定位，为品牌塑造性格，才能在行业竞争中获得生机。

通过视觉表现来展现品牌价值、寓意品牌文化，是本书提炼的概念，即品牌的性格塑造。

从成长初期就要奠定的性格基础，它决定了品牌今后的形象定位和产品线风格，同样，后期的传承不可忽视，它决定着中国新兴品牌是否能长期在市场浪潮中站稳脚跟，也只有经历了市场与时间的双重考验，一个品牌才能在品牌丛林中脱颖而出，占据一方天地。

在我的专业领域中，我始终以打造品牌性格为重中之重。

对每一个和我合作的客户，我都会充分考虑其将要打造的形象是否能体现品牌的性格和文化。

当中国纺织出版社的编辑发现品牌性格塑造这一概念的价值并向我提出出版建议时，我想，是时候将自己这二十余年的经验和收获分享给大家了，品牌性格塑造的理论知识是我多年的工作总结，而大量的一手图片资料更是我多年经历市场实战的收集。

承蒙中国服装设计师协会主席、清华大学美术学院院长李当歧教授以及深圳影儿时尚集团有限公司总裁俞淇纲先生在百忙之中挥翰题签，在这里，再次表达感谢之意；同时，感谢北京服装学院的卢旭、朱佳和视觉能量的形象策划葛曾三位朋友对这本书进行的细致入微的资料整理。

<<服装品牌性格塑造>>

作者简介

罗文慧，毕业于中央工艺美术学院染织系，1999年创立北京视觉能量企业形象策划有限公司，从事时尚品牌形象策划与设计。

先后成功操作上百个知名服装品牌的形象策划案，其中包括Baleno（班尼路）、JORYA（卓雅）、ANMANI（恩曼琳）、INSUN（恩裳）、Song of Song（歌中歌）、YINER（音儿）、SEVEN（柒牌）、Versino（梵思诺）、A.Jesdarni（爵士丹尼）等。

获中国策划协会、中国品牌产业协会、财富时报社、今日财富杂志社授予的“中国年度时尚策划大师奖”。

中国策划协会授予北京视觉能量企业形象策划有限公司“中国年度最具执行力策划机构”称号。

<<服装品牌性格塑造>>

书籍目录

- 绪论 服装品牌要塑造性格 “
- 第1章 品牌性格塑造是企业发展的核心竞争力
 - 1.1 植物性企业
 - 1.2 本土时尚品牌的行业现象
 - 1.3 品牌为什么要有性格
- 第2章 什么是品牌性格
 - 2.1 品牌性格概述
 - 2.2 人因基因而不同，品牌因性格而各异
- 第3章 品牌性格分析
 - 3.1 MarMara品牌性格分析
 - 3.2 swatch品牌以鲜明的性格快速赢得市场
 - 3.3 ZARA造的传奇故事
 - 3.4 Ermenegildo Zegna品牌性格分析
- 第4章 中国品牌要有自己的性格
 - 4.1 INSUN(恩裳)品牌性格塑造
 - 4.2 SONG OF SONG(歌中歌)品牌性格塑造
 - 4.3 利用摄影风格塑造品牌性格
 - 4.4 利用立模风格塑造品牌性格
 - 4.5 利用卖场风格塑造品牌性格
- 第5章 成功案例展评
- 结束语

<<服装品牌性格塑造>>

编辑推荐

强化你的品牌竞争力 放大你的品牌价值 传递你的品牌理念。

<<服装品牌性格塑造>>

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>