

<<世界50大品牌>>

图书基本信息

书名：<<世界50大品牌>>

13位ISBN编号：9787510802980

10位ISBN编号：7510802989

出版时间：2010-1

出版时间：九州出版社

作者：（韩）向日葵 著，（韩）黄灿 绘，金向德 译

页数：197

字数：125000

译者：金向德

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>

前言

虽然随着时间的不断推移，时代在发生着变化，但在我们的日常生活中，许多东西并没有因为时代的变迁而使人们失去对它们的厚爱。

大家有没有想过这些东西是如何诞生的呢？

又是谁创造了它们呢？

这些深受人们喜爱的世界著名品牌诞生的过程是非常有趣的，它们各自产生的原因也是非常独特的。

比如说，最初谁也没有把可口可乐当成商品，但它现在却成为世界性的品牌。

吉列剃须刀因其性能好，使用安全的特点，至今仍然受到人们的广泛喜爱。

此外，像索尼公司首次生产的随身听和3M公司生产的便利贴，起初都被认为是失败的产品，但它们却给我们的生活带来了很多的便利。

这些世界著名的品牌能够延续至今，都是源于那些创始人们辛勤劳动和不懈努力的成果。

本书收录了享誉世界的50大品牌，给大家提供了一个了解这些著名品牌的机会。

这些品牌，使大家过上更加便利、快乐、健康的生活。

就请大家听听这些品牌诞生的过程及其背后的成长故事吧。

这些世界著名品牌的创始人们，他们的挑战精神和奇妙的点子一定会给大家带来勇气和自信。

<<世界50大品牌>>

内容概要

品牌是文化的积淀、智慧的结晶，品牌的力量一直在影响着我们的生活。可口可乐、奔驰、芭比娃娃、索尼……这些著名品牌是如何诞生的？又是怎么获得成功的呢？

本书以独特的视角切入世界50大品牌的诞生及发展中所经历的挑战，并挖掘出了很多鲜为人知的品牌背后的故事。

让我们在了解其文化底蕴的同时，学会如何在激烈的竞争中脱颖而出。

在“悦”读中，我们会从中汲取勇气和自信，擦亮自己人生的品牌，让生命焕发出光辉。

<<世界50大品牌>>

作者简介

作者：(韩国)向日葵 译者：金向德 插图作者：(韩国)黄灿

<<世界50大品牌>>

书籍目录

耐克
麦当劳
香奈儿
乐高
微软
劳斯莱斯
路易·威登
李维斯
立顿
芭比娃娃
凡士林
联邦快递
索尼
巴利
奔驰
巴宝莉
丰田
EM
多米诺比萨
贝纳通
赛百味
任天堂
雀巢
维氏军刀
希尔顿酒店
星巴克
斯沃琪
依云
惠普
可口可乐
华特迪士尼
KFC
施乐
强生
开利
胡佛
贺曼
CK
家乐氏
柯达
本田
好时
舒洁
亨氏
飞利浦

<<世界50大品牌>>

哈根达斯
海尔
特百惠
嘉宝
吉列

<<世界50大品牌>>

章节摘录

插图：20世纪60年代后期，美国有两位青年拉着拖车到处去推销运动鞋。这两个年轻人就是美国中长跑运动员菲尔·奈特和他的教练比尔·鲍尔曼。他们俩没有固定的店面，只有一间小仓库。他们到处去推销从日本进口的运动鞋。但是，这样的推销不仅辛苦，成效也差，于是两人决定开设一家店铺。由于是运动员出身，奈特决定开发一种适合田径选手的专用跑鞋。一天，奈特从煎饼的模具中受到了启发。他将橡胶化合物放入模具，然后加热制作出了一个跟鞋垫差不多的东西，然后，他把那个东西粘在了鞋底下。就这样，第一双气垫跑鞋诞生了。它深受运动员们的喜爱。气垫跑鞋不仅有助于运动员们的比赛，而且还能起到提高摩擦力和减震的效果，减轻了脚部的疲劳。后来，他们成立了耐克公司。耐克就是以这样独特的方式，发明了与其他公司不同的跑鞋。随着慢跑越来越流行，耐克公司也逐渐发展壮大起来了。现在已成为全世界最著名的体育用品公司之一了。耐克公司认为有了体育，才有了耐克今天的辉煌。公司标语“ There is no finish line（永没有终点）”的意思就是没有永远的胜者，只有不断地挑战，才能达到新的高峰。另一条标语“ Just do it ”也充分展现了耐克公司注重体育的精神，同时这也表示出耐克是在体育用品界追求胜利的品牌。“耐克”这个名字是胜利女神尼姬（Nike）的英语发音。据说，希腊士兵为了传达胜利的消息，一边奔跑一边向这位女神祈祷过。

<<世界50大品牌>>

编辑推荐

《世界50大品牌(韩国引进)》：精品中的精品。

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>