

品牌新世界



[品牌新世界_下载链接1](#)

著者:斯科特·贝德伯里

出版者:中信出版社

出版时间:2004-3

装帧:平装

isbn:9787508600314

本书以尖锐的评论与透彻的分析为我们讲述了耐克、星巴克等顶级品牌的内幕故事。这是一本充满乐趣的书，又有很多关于如何建设、管理强大品牌的有益启示。这本颇具启发性和知识性的书可帮助你成为优秀的营销人员。

作者介绍:

目录: 致谢
前言 一个品牌迷的自白
第1章 登上品牌彩车
一号法则 品牌认知已经成为营销迷的金矿
品牌认知与品牌实力
品牌对商品的价值

定义品牌
品牌炼金术
品牌天文学：歌白尼视角
品牌玄学
如何建立品牌
第2章 解读品牌的基因密码
二号法则 欲壮大之，先了解之
品牌达尔文主义
品牌运行
扩大耐克的接入点
解读星巴克的“咖啡豆”基因
品牌咒语
解读经典品牌密码
在公司内部进行品牌校正的价值
第3章 建立品牌宽度
三号法则 你能做不一定表示你应该做——品牌的氨纶法则
对品牌有益的发展策略
特写：星巴克·联合航空公司交易
扩展品牌宽度的6个明智之举
发展品牌要避免的3个件事
第4章 动之以情
四号法则 超越与顾客间的单纯产品关系
第5章 品牌环保主义
五号法则 事无巨细，都很重要
第6章 品牌领导者
六号法则 品牌需要好父母
第7章 品牌与巨人公司
七号法则 大不不一定不好
第8章 品牌的未来
八号法则 关联、简洁和人性化——而非技术
．．．．． (收起)

[品牌新世界_下载链接1](#)

标签

品牌

营销

品牌新世界

商业

美国

管理

星巴克

时尚和品牌

评论

很简洁，有读史书的快感。略有所得。

都是大條大條的道理..草草地快速閱讀了而已...

算是读的第一本品牌书

这本就是《品牌始终来自人性》

本书就是《品牌始终来自人性》，可惜翻译差了些，更要命的是书名！向来不太感冒中信，这次再度被中信的毁人不倦强大功力所折服！

品牌（内核/精神）对世界有益，反过来世界才会对你认可！

04年的书本以为概念都会比较陈旧但读来却是看过的品牌书里最棒的。一线品牌的一线营销品牌领头人有开阔的思路与学识这是所有优秀作者共同的品质。每一种学问研究都最后肯定有着与其他知识相同的一条路径共通的准则。也让我明白了左脑所不能完全HOLD住的是在一个行业强大的直觉!说到底以为是数学建模可以搞定的经济学其实是一门艺术这样的概念其实一直在阐释一个道理，这个世界是左右脑共通搭建的。上帝也用

道家的相生相克之道幽了我们好多默

价值被低估的经典品牌营销著作！作者的品牌理念很有水平（不是停留在术的层面，而有道的味道），值得中国企业借鉴，作者曾经分别在耐克和星巴克从事过一线营销策划。

很值得读的一本书，特别是前半部分，但是奇怪为什么读的人不多。

A New Brand World:8Principles for Achieving Brand Leadership forAchieving Brand Leadership in the 21st Century

非常好看

[品牌新世界_下载链接1](#)

书评

看过，觉得很欣赏他的直白文风，最讨厌品牌管理的书籍过于抽象晦涩。稍微遗憾的是还不过瘾，觉得作者掩藏了一些自己内心最真实的东西，必经他现在也在开咨询公司，很多好东西肯定藏起来的。

[品牌新世界_下载链接1](#)