

# 蔚蓝图腾



[蔚蓝图腾\\_下载链接1](#)

著者:吴竹

出版者:广东人民出版社

出版时间:2013-5

装帧:

isbn:9787218082073

《蔚蓝图腾:雅居乐·清水湾全程品牌营销实案》内容简介：雅居乐·清水湾，是迄今中国当之无愧的滨海度假第一盘。曾写入国务院文件的清水湾总占地1.5万亩，12公里优质海岸线，开发周期长达10年，汇集了几乎所有的滨海顶级元素：6家超五星级酒店

长廊，2个体量位列亚洲前三的游艇码头，3个国际标准高尔夫球场，16公里景观大道  
.....

在熙悦与之合作的3年多时间，雅居乐·清水湾曾创作了中国旅游地产的多个传奇：两年200亿的销售业绩；星海传说组团首推600套半日售罄；曾引起社会争议的中国百万销售小姐.....

雅居乐·清水湾的巨大成功，与清晰的品牌定位、三年来系统且具市场穿透力的整合传播密不可分，但迄今一直未有关于雅居乐·清水湾定位、传播、剖析一类的专业书籍问世。

《蔚蓝图腾:雅居乐·清水湾全程品牌营销实案》的目的正在于此。从一片荒芜的无人海滩到中国滨海度假第一盘；2008年第一次沟通到2011年品牌大阅兵；从3年详尽的传播实操案例到品牌推广的得失总结.....《蔚蓝图腾:雅居乐·清水湾全程品牌营销实案》将从各个层面揭开这个神秘滨海超级大盘的品牌面纱。

作者介绍:

目录:

[蔚蓝图腾 下载链接1](#)

标签

品牌营销

房地产营销

营销

艺术设计

房地产

LA

007

## 评论

还是在找心理弱点...

本书有些创意，侧重点立足于形象传播，讲很多品牌，形象，包装，广告，所以冲着营销二字来的人可能会有点失望。

这是一本以雅居乐清水湾为实例的品牌营销策划书，不同于其他营销类书的刻板，无味，同质化，这本营销书以一种站在哲学、社会学、美学、营销学的高度上来审视整个营销策划，深入分析在中国大环境背景下顾客特征，通过一系列与之匹配的策划措施，达到了最终的完美的营销目的。这本书的文字优美、轻巧、灵动、活泼，加之图文并茂，是一种美的享受和体验。

马后炮，呵呵，这个行业本来就是时势造英雄，圈子里的人还是一再膜拜，讨论这些没有意义，因为不能打动我的未必不能打动别人，对这本书，我要坚持中二。

[蔚蓝图腾 下载链接1](#)

## 书评

[蔚蓝图腾 下载链接1](#)