

奢侈品产业分析



[奢侈品产业分析 下载链接1](#)

著者:孔淑红 编

出版者:对外经济贸易大学出版社

出版时间:2010-8

装帧:

isbn:9787811347272

《高等院校奢侈品管理专业规划教材 · 奢侈品产业分析》详细介绍了奢侈品产业的业态

及奢侈品品牌所采取的策略，如品牌扩展策略，品牌文化传承渗透策略，独特产品优势策略，高端定价策略，唯美创意的广告策略，产品差异化策略。研发创新策略，《高等院校奢侈品管理专业规划教材·奢侈品产业分析》深刻揭示了奢侈品品牌发展中采用过的各种策略及策略组合，具有极强的经典性和启迪性，是迄今为止最好的诠释奢侈品品牌成功秘诀的读本。

作者介绍:

孔淑红，经济学博士。现任对外经济贸易大学国际经贸学院财政税务系教授，博士生导师。1993在北京师范大学经济系获经济学硕士，1998年起在对外经济贸易大学国际经贸学院任教，2004年在对外经济贸易大学获经济学博士。2004年为英国诺森堡大学访问学者，2009年为摩纳哥国际大学访问学者。研究方向为财政理论与政策、税收理论与政策、奢侈品消费税收与产业分析。主要从事财政学、税收学，奢侈品消费税收与产业分析以及国际投资学的教学与研究。出版专著《中国资本市场效率与监管研究》（2006年），编著《公共经济学》（2006年）、《国际投资学》（2005年），《奢侈品品牌历史》（2009年）、《奢侈品产业分析》（2009年）。近5年在国际学术刊物发表论文6篇，国内学术刊物发表论文近10篇。

目录: 第一章 顶级香水产业分析 第一节 顶级香水行业垄断概述 第二节
独特的品牌标识确立了品牌的垄断地位 第三节 品牌文化传承确立了品牌的垄断地位
第四节 利用品牌的独特优势确立垄断地位 第五节 高昂的定价确立品牌的高端市场
第六节 唯美创意的广告牢牢锁定目标市场 第七节 实施产品差异化垄断市场的独特领域
第八节 研发创新延续品牌的垄断地位 第二章 世界顶级珠宝产业分析 第一节
世界顶级珠宝行业垄断概述 第二节 独特的品牌标识确立了品牌的垄断地位 第三节
品牌文化传承确立了品牌的垄断地位 第四节 利用品牌的独特优势确立垄断地位 第五节
高昂的定价确立品牌的高端市场 第六节 唯美创意的广告牢牢锁定目标市场 第七节
研发创新延续珠宝品牌的垄断地位 第八节
实施产品差异化垄断珠宝市场的独特领域 第三章 钟表产业分析 第一节
顶级钟表行业概述 第二节 瑞士名表借助独特的品牌标识确立垄断地位 第三节
丰富的品牌文化底蕴确立了品牌的垄断地位 第四节 利用品牌的独特优势确立垄断地位
第五节 高昂的定价确立品牌的高端市场 第六节 唯美创意的广告牢牢锁定目标市场
第七节 研发创新延续品牌的垄断地位 第八节
实施产品差异化垄断市场的独特领域 第四章 奢侈品皮具产业分析 第一节
奢侈品皮具行业概述 第二节 独特的品牌标识确立品牌的垄断地位 第三节
品牌文化传承确立了品牌的垄断地位 第四节 利用品牌的独特个性确立垄断地位 第五节
高昂的定价确立品牌的高端市场 第六节 唯美创意的广告牢牢锁定目标市场 第七节
研发创新，延续品牌的垄断地位 第八节 实施产品差异化垄断市场的独特领域 第五章
顶级服装产业分析 第一节 顶级服装行业垄断概述 第二节
独特的服装品牌标识确立了品牌的垄断地位 第三节
服装品牌文化传承确立了品牌的垄断地位 第四节 利用品牌的独特优势确立垄断地位
第五节 高昂的定价确立品牌的高端市场 第六节 唯美创意的广告牢牢锁定目标市场
第七节 实施产品差异化垄断市场的独特领域 第八节
研发创新，延续品牌的垄断地位 第六章 顶级奢侈品汽车产业分析 第一节
奢侈品汽车行业概述 第二节 独特的品牌标识确立垄断地位 第三节
品牌文化传承确立品牌垄断地位 第四节 弘扬品牌的独特个性确立垄断地位 第五节
高昂的定价确立品牌的高端市场 第六节 奇特的广告牢牢锁定目标市场 第七节
研发创新延续品牌的垄断地位 第八节 实施产品差异化垄断市场的独特领域 第七章
顶级酒店产业分析 第一节 顶级酒店行业垄断概述 第二节
独特的酒店品牌标识是确立垄断的基础 第三节
丰富的酒店品牌文化传承确立了品牌的垄断地位 第四节
高昂的酒店定价确立品牌的高端市场 第五节 研发创新延续酒店品牌的垄断地位 第八章
豪华公务机产业分析 第一节 豪华公务机行业垄断概述 第二节

独特的品牌标识确立了品牌的垄断地位 第三节 品牌文化传承确立了品牌的垄断地位
第四节 利用品牌的独特优势确立垄断地位 第五节 高昂的定价确立品牌的高端市场
第六节 唯美创意的航展广告牢牢锁定目标市场 第七节
豪华公务机研发创新，延续品牌的垄断地位 第八节
实施产品差异化垄断市场的独特领域第九章 豪华游艇产业分析 第一节
豪华游艇行业垄断概述 第二节 独特的品牌标识确立了品牌的垄断地位 第三节
品牌文化传承确立了品牌的垄断地位 第四节 利用品牌的独特优势确立垄断地位 第五节
高昂的定价确立品牌的高端市场 第六节 唯美创意的广告牢牢锁定目标市场 第七节
研发创新，延续品牌的垄断地位 第八节
实施游艇产品差异化垄断市场的独特领域第十章 世界顶级名酒产业分析 第一节
世界顶级品牌名酒行业垄断概述 第二节 独特的名酒品牌标识确立了品牌的垄断地位
第三节 名酒品牌文化传承确立了品牌的垄断地位 第四节
实施产品差异化垄断市场的独特领域参考文献
· · · · · (收起)

[奢侈品产业分析](#) [下载链接1](#)

标签

奢侈品

论文

经济

专业书籍

, , , , ,

广工图书馆

广告

公司采购

评论

大学看的

差评！浪费时间

[奢侈品产业分析 下载链接1](#)

书评

[奢侈品产业分析 下载链接1](#)