

<<从手机历史看设计创新战略>>

图书基本信息

书名：<<从手机历史看设计创新战略>>

13位ISBN编号：9787564007485

10位ISBN编号：7564007486

出版时间：2007-1

出版时间：北京理工大学出版社

作者：黄蔚

页数：123

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>

<<从手机历史看设计创新战略>>

内容概要

本书所要讨论的创新策略是在价值领域里的创新，以设计管理的角度对国内外的手机企业产品作分析研究，我们坚信：每个产品设计都应该对品牌塑造有所贡献，同时它也是为建立品牌声誉所做的长期投资。

手机行业发展的几个阶段，笔者按产品市场周期理论为中国的手机行业大致分了三个阶段： 1.寡头阶段.只有为数很少的几家国外手机企业：诺基亚、摩托罗拉、西门子等.相应的手机的市场容量也不大. 2.百家争鸣阶段.随着技术的日渐成熟，手机价格降低，相应市场容量激增/其他手机企业也陆续进入中国市场，同时在中国本土也出现有新的手机厂商，瓜分着飞速增长的手机市场. 3.成熟稳定阶段.虽然这个阶段手机的市场容量也非常可观，然而由于竞争的加剧，消费者也越来越理性，必然导致一部分在产品策略上不成熟的企业被迫出局.大浪淘沙之后，成功的企业在市场上占据了稳定的位置，在消费者心目中具有较强的品牌印象。

<<从手机历史看设计创新战略>>

作者简介

黄蔚，桥中设计咨询管理总裁，创办人。

黄蔚是中国设计行业国际能见度最高的人士之一，亦是首位登上丹麦皇家讲坛的中国设计师。黄蔚通过在公共论坛、研讨会上发表演讲，在高校开办讲座等活动建立了极高的业界美誉和声望。她还组织和领导翻译众多设计研究案例成果，在专业领域发表过多篇论文，她的创新理论被纳入设计管理案例库。

在创办国内首家设计管理咨询公司之前，她的设计实践能力就已在海尔集团设计中心(QHG)工作的期间初显锋芒：经选拔她东赴日本GK设计集团学习设计方法及管理，并将其运用于多种海尔产品的开发设计中。

此后她受雇于美国通用电气GE/FITCH 设计顾问有限公司，成为中国区的市场总监。任职期间，她获得了融合市场理解和设计专业知识的全新理念，并且积累了广泛而深厚的行业资源。如今，黄蔚和她所创立的桥中设计咨询管理有限公司正在构架着中外设计资源的桥梁，努力推动中国创新战略的进程。

设计管理协会(DMI)全球顾问委员会成员（2003），iF 中国设计奖评委（2003）、iF 中国设计奖共同组织方（2004/2005/2006）。

CCTV2005创新盛典评委，伊莱克斯全球工业设计大奖赛评委（2005），上海电影艺术学院荣誉教授，成都美术学院荣誉教授，外观设计国家专利共25项。

<<从手机历史看设计创新战略>>

书籍目录

上篇 手机外观设计分析 1手机外观发展之知名公司分析 诺基亚 摩托罗拉 三星 LG 索尼爱立信 西门子 阿尔卡特 飞利浦 海尔 波导 TCL 中兴 联想 2手机外观发展中重大事件分析 3手机外形创新方法 五种主要形式 五种创新方法 4手机地域风格的分类与比较 欧美风格 日本风格 韩国风格 中国风格 5手机外观风格分析与趋势 手机外形风格分类 手机外形风格趋势下篇 企业产品创新战略 6中外手机创新战略之差异 缺乏战略思考的中国品牌和部署缜密的国际品牌 管理为革带来的设计变迁 尚未形成鲜明风格的中国企业 中国元素应用的三个层次 企业系统与创新的断档 7创新战略实现的层次与方法 成功企业创新战略的共性——品牌与产品的成功链接 实施创新战略，寻找产品DNA的三个原则 8创新战略、组织战略与管理 9总结语跋

<<从手机历史看设计创新战略>>

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>