

<<商标设计与品牌崛起>>

图书基本信息

书名：<<商标设计与品牌崛起>>

13位ISBN编号：9787801985576

10位ISBN编号：7801985575

出版时间：2007-9

出版时间：知识产权

作者：范鲁斌

页数：228

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>

<<商标设计与品牌崛起>>

内容概要

《商标设计与品牌崛起》以大量中外商标实例，从商标基本概念、基本理论入手，深入浅出地赏析了商标设计艺术和商标文化理念，并结合商标广告和成功品牌的经验，剖析了企业的商标战略和经营策略。

《商标设计与品牌崛起》适合商标标识设计人员、企业经营管理者阅读与借鉴，是沟通商标设计者与使用者的好工具。

《商标设计与品牌崛起》也适合商标爱好者阅读。

<<商标设计与品牌崛起>>

书籍目录

商标设计要义一、商标的含义二、商标的起源与演变三、商标的分类四、商标的功能与作用五、商标策略与商标设计六、商标设计的艺术特点七、商标设计要“入乡随俗”八、商标是一种听觉（语言）符号九、商标是一种视觉形象符号十、商标设计应遵守的六大要点十一、商标设计技法的表现形式十二、商标的变革与改进十三、不以规矩不能成方圆商标设计与品牌崛起一、发现较早，图形较完整的“白兔”；细针商标二、极具营销策略的元代商标——“红字高牌”；三、“梳篦世家延陵地”——“白象”；梳篦声誉四方四、中华第一驰名商标——“同仁堂”五、百年鞋店内联升六、“六必居”、“天源”；联手七、全聚德烤鸭八、酱肘子“天福号”——“捡来的牌匾”九、传统人文思维的再现——“龙门”；标志十、正广和、梅林联合，打造“金梅林”；新形象十一、“莲花”；味精十二、来自新疆民歌的启迪——“娃娃哈哈”；十三、“太阳神”；商标十四、四通集团公司十五、一方之正、一方之宗、一方之主——“经久不衰的方正”；品牌十六、“回力”；商标十七、“星海”；钢琴——“民族精神永恒”十八、喜上加喜铭记战绩——“红双喜”十九、“春风”；送暖温馨千家万户二十、百姓商城，更加生辉——“西单商场”二十一、中原升起的商业“新星”——“亚细亚”二十二、风采迤迤——“宾馆饭店标徽”二十三、学习、弘扬“金利来”；创新精神促进改革、转岗创业发展二十四、“味”；俱“全”；迈向五大洲二十五、挡不住感觉“添情添趣”——“Coca Cola”；与其姊妹魔水“Sprite（雪碧）”二十六、在竞争中求发展的“百事可乐”；二十七、“男人忘不了女人的爱”——“Marlboro”二十八、麦当劳——一种世界通用的语言二十九、永不枯竭的话题——“肯德基炸鸡的配料”三十、温馨、舒适、博爱的象征——“Nestle's（雀巢）”三十一、三兄弟立志跨越三大洋——“SONY（三洋）公司”三十二、“人和”；理念融入家族族徽的标志——“三菱标记”三十三、可爱的小宝贝——“SONY（索尼）”三十四、“经营之神”；的“国民的、全国的、国际的”；标志——“National”三十五、世界上最大的能源企业——“荷兰皇家壳牌石油公司”三十六、一切都从一颗星星开始——“梅赛德斯 - 奔驰”三十七、跨进汽车时代——“福特（Ford）T型”三十八、汽车上的两撇胡子——“雪铁龙汽车标志”三十九、必胜——“大众汽车标志”四十、飞跃的德国羚羊，驾驶者的乐趣——“BMW”四十一、富豪的宠儿、醉人靓车王——“Rolls-Royce”四十二、集团化、专业化的典范——“通用汽车公司”四十三、永不褪色的荣耀标志——“凯迪拉克”四十四、“NIKE的成功之路”四十五、匠心独具的先驱——“Adidas”四十六、“派克”；金笔——“百年之际回娘家”四十七、“妈妈”；与“国王”——“柯达”四十八、驰名全球的运动衫——“鳄鱼”四十九、崛起的金脚丫——“HANG TEN（欢腾）”五十、迪斯尼传奇五十一、逐步形成的“星、月”；商标——“宝洁标志”五十二、久负盛名的“4711”——“科隆香水的传奇”五十三、孕育新生命、创造新价值——“资生堂”五十四、“娇兰（GUERLAIN）”；香水——“帝王”；

<<商标设计与品牌崛起>>

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>