第一图书网, tushu007.com

<<永恒的奢侈>>

图书基本信息

书名：<<永恒的奢侈>>

13位ISBN编号：9787300085272

10位ISBN编号：730008527X

出版时间：2007-9

出版时间：中国人大

作者：吉尔·利波维茨基

页数：183

字数：99000

译者：谢强

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书由两位作者的论述构成。
前者采用漫长绵延的视角，对奢侈进行历史一社会层面的诠释，后者关注品牌身份和管理的时间流变，侧重奢侈的市场营销和符号学探索。
作者在保持自身独特“思想性”的同时，试图修正奢侈的解释方式，用一种新的分析手法将构成昂贵和高档消费的社会理念概念化，用科学诉求代替哲学一道德旧说。
围绕着没有“变化”的奢侈核心，奢侈理论集中体现在需求机制和社会各阶级展开的象征性斗争之上。
书中观点和时间性的交叉，并存着“贵族”品位与平民爱好、传统与创新、隽永神话与短暂时尚，这使得品牌及其设计一宣传一销售在新的语境下具有了新的意义，奢侈的新格局更为凸现。

作者简介

吉尔·利波维茨基，1944年生于巴黎，毕业于巴黎索邦大学，现为格勒诺布尔大学哲学教授，法国教育部计划委员会成员。
著有《空虚时代——论当代个人主义》、《蜉蝣帝国——现代社会的时尚及其命运》、《责任的落寞——新民主时期的无痛伦理观》、《第三种女人——女性的永恒性

<<永恒的奢侈>>

书籍目录

第一部分　永恒的奢侈，情感的奢侈　导语　第一章　圣物，国家与奢侈　　奢侈考古学　　显赫与等级　　教会奢侈，世俗奢侈　　艺术，古董和女用饰品　第二章　现代奢侈与后现代奢侈　　奢侈与现代性　　奢侈品与半奢侈品　　迈向奢侈的市场营销　　情感奢侈　　奢侈的权力　　奢侈与挑战　第三章　奢侈的女性化　　奢侈，男人的特权　　大逆转　　女性奢侈的前途　第四章　奢侈与第六感觉第二部分　奢侈时代，品牌时代　第一章　名贵与大众市场之间的奢侈　　消费者对价格的新感觉　　新产品推销的泛滥　　促销的恶性循环　　对价格和销售的掌控　　服务质量　第二章　奢侈含义的渐变　　从词源含义到当代定义　　从炫耀到激情　　奢侈行业对奢侈的界定　　奢侈品及其顾客：从质到量　第三章　奢侈品牌：合法性与身份　　合法性指什么　　身份指什么　　不容分割的伦理与审美　　拒绝一切经济因素与感觉一致　第四章　奢侈与品牌时代　　过去的身份管理　　连续性与非间断性

第一图书网, tushu007.com

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