第一图书网, tushu007.com

<<名牌至上>>

图书基本信息

书名：<<名牌至上>>

13位ISBN编号：9787802259614

10位ISBN编号：7802259614

出版时间：2010.7

出版时间：新星出版社

作者：[印] 拉哈·查哈,[英] 保罗·赫斯本

页数：319

译者：王秀平,顾晨曦

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

前言

通常，一个上千人排队的场面会让我们想到摇滚乐演出要开场了，而不是超级名牌旗舰店的门口，事实上，这些人通宵守候只是为了能在旗舰店开张首日捷足先登。
他们离开时，整个店面就像剥了壳的鸡蛋一样干净，或者说就像蝗虫飞过的大地一样荒芜，他们迅速地买走货架上的一切，皮包、钱夹、钥匙环……这一幕在东京不断上演，一家名牌旗舰店开张的确能引发人们排队采购的狂潮。

内容概要

Louis Vuitton成为日本新“国教”；韩国青年为了买名牌透支信用卡，因无力偿付跳楼自尽；中国大陆让几乎回天乏力的Dunhill咸鱼翻生；香港和台湾的贵妇排队三年，只为买到限量Birkin包；甚至河内的青年也以穿上Nike为荣。

政界高官，财富世家、经济新贵、普通白领、在校学生……奢华狂热横扫亚洲每一个国家的每一个阶层。

全球800亿奢华消费额中一多半来自亚洲。

欧洲血统的奢侈品牌成了亚洲人显示身份的唯一手段。

这一切究竟是如何发生的?　拉哈·查哈与保罗·赫斯特揭开了这个秘密。

在奢华消费市场中浸淫多年的拉哈·查哈与保罗·赫斯特对亚洲奢侈品市场了如指掌，均是写作奢侈品主题的不二人选。

本书内容翔实而确切，两位作者的文字明了顺畅。

读起来让人手不释卷。

两位作者亲身对十多个国家和地区进行考察，与一百五十多个业内人士进行访谈，探索了亚洲奢侈品狂热背后的社会根源，“泄露”了奢侈品是如何做到一方面摆出限量的姿态，另一方面却把名牌包弄得几乎人手一只的“天机”，他们还查访了亚洲几个最著名的A货市场。

总之，只要你听过说Louis Vuitton。

你就应该看看这本书。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

拉哈·查哈(Radha Chadha)，亚洲最知名的营销与消费者研究专家之一，曾与智威汤逊、奥美等顶尖广告公司合作，2000年，她在香港创立了自己的顾问公司(WWW．chadha—strategy．com)。

在从事广告业期间，她作为资深策划人员，为上海汇丰银行、美国运通、英国航空、葛兰素

书籍目录

前言 把成功穿在身上PART 1 拜物教缘起 第一章 狂恋名牌 第二章 在Louis Vuitton包中寻求意义PART 2 亚洲名牌拜物教 第三章 日本，对名牌渴望无限 第四章 香港与台湾，一对貌似神不似的姐妹 第五章 中国大陆，从中山装到Armani 第六章 韩国，痴迷于名牌消费 第七章 东南亚，季节单一性区域的特殊需求 第八章 印度是下一个中国吗？
PART 3 拜物教探秘 第九章 如何建立拜物教 第十章 假货来袭 第十一章 名牌前景展望附录 主要品牌名称对照表

章节摘录

插图：第一章 狂恋名牌在日本，上至国家领袖下至公司白领，从企业领导人到大学在校生，无论是衣着考究的社交名媛还是在菜场买鱼的家庭主妇，甚至是握有大量现金的鱼贩，都人手一只Louis Vuitton包——这一涵盖社会各个行业各个阶层的现象不仅出现在日本，亚洲其他国家与地区也是如此——整个亚洲都中了来自西方的奢侈品的蛊。
在东京的主要商业街闲逛，会有走入Loui S Vuitton根据地的错觉，中产阶层女性几乎人手一只Louis Vuitton。
坐在上海最热门的夜店里，点杯酒，然后环顾四周，你会发现自己被chanel、Dior、Prada包围了，周围挤满身着一线设计师作品的人。
在首尔的地铁中，大部分女性拎着Louis Vuitton与Gucci。
在香港，把孩子送到幼儿园后，环顾周围和你一样接送小孩的妈妈们，不难看出她们都穿着各大品牌的当季新款。
与北京的高层管理人员会晤时，很容易遭遇Zegna西装与Cartier金表。

编辑推荐

《名牌至上:亚洲奢侈品狂热解密》：梁文道《开卷八分钟》全力推荐第一部全面揭示亚洲奢侈品消费内幕的专著亚洲人成了LV的提款机?打工族要节衣缩食买名牌?LV\GUCCL\CHANEL的商标格外大?奢侈品总能说服消费者花钱?亚洲人欧洲人一样爱买假名牌?中国人是所有奢侈品牌的希望?所有人都被‘奢侈品病毒’感染，你也无法幸免。

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