

---

# 中国奢侈品（高端）品牌本土化运营战略

## 课程纲要：

该课程系统讲述了国际奢侈品历史及发展过程，分析了中国奢侈品市场的潜力和消费趋势。未来 10 年奢侈品市场前景广阔，面对无限的商机中国本土高端品牌如何来打造自己的奢侈品，如何定位？如何营销？如何经营管理？如何构建品牌价值链体系？通过多个案例分析，让企业决策者更深层的了解奢侈品的运营规律和流程，是国内本土高端品牌经营战略的必须课程。

## 第一模块：国际奢侈品的发展趋势分析

奢侈品品牌从家族化经营开始

经典案例分析 路易·威登的成长史

旧时期的奢侈品

新时期的奢侈品

欧美奢侈品的结合

经典案例分析 阿玛尼品牌的组合

中国奢侈品市场的繁荣

中国奢侈品消费者的消费心理

## 第二模块：中国奢侈品的运营战略思考

奢侈品的概念

奢侈品品牌运营六大战略

## 第三模块：如何开发奢侈品品牌

什么是奢侈品牌

非奢侈品牌的消费

品牌的消费功能

如何立意开发奢侈品品牌

---

经典案例分析 耐克品牌标识的演变过程

#### **第四模块：奢侈品品牌的价值链体系**

打造品牌的核心生命力

品牌核心主张的定位

品牌核心的象征意义

构建品牌形象的四度模形

经典案例分析 匡威品牌的嬉皮士文化

#### **第五模块：奢侈品如何打造本土文化**

奢侈品的母文化战略

奢侈品的大师文化战略

奢侈品的经营文化战略

经典调查 奢侈品女人的“爱”

#### **第六模块：奢侈品副品牌延伸战略**

品牌的组合形态与延伸力

奢侈品品牌的延伸法则

奢侈品品牌的副品牌策略

经典阅读 法国人的个性时尚

#### **第七模块：奢侈品牌广告推广策略**

广告加法策略

广告运动策略

经典案例 香奈尔广告

#### **第八模块：奢侈品的终端销售管理策略**

终端活动组合策略

顾客购买行为

终端经营策略

经典阅读 范思哲的中国策略

