

文章摘要

罗婧旒, 齐志家.“例外”品牌行为文化传播的变迁研究[J].服饰导刊,2015,4(3):9-16

“例外”品牌行为文化传播的变迁研究

DOI:

中文关键词:“例外”品牌; 品牌行为文化; 名人效应; 产品发布; 卖场形象

英文关键词:

基金项目:教育部人文社会科学规划基金(12YJAZH100)

作者

单位

罗婧旒, 齐志家

武汉纺织大学服装学院

摘要点击次数: **257**

全文下载次数: **432**

中文摘要:

“例外”作为国内知名的中国本土设计师品牌,其品牌行为文化是对品牌文化、企业形象的动态体现,是品牌文化结构中的一个重要组成部分。“例外”在品牌行为文化传播中展现出多样化的传播形式,其中主要有卖场形象、产品发布、名人效应三种形式。文章通过对“例外”品牌行为文化的三种传播形式及其变迁进行分析,反映出“例外”在品牌行为文化传播方式中的展现方式和阶段性策略,为中国本土服装品牌在品牌行为文化传播中如何展现品牌文化提供一些参考。

英文摘要:

[查看全文](#) [查看/发表评论](#) [下载PDF阅读器](#)

关闭

您是第194633位访问者

鄂ICP备15000386号-2

版权所有:《服饰导刊》编辑部 技术支持:北京勤云科技发展有限公司